

话题汇·扩内需促消费 高质量发展看旅游

乘势而上推动旅游消费持续增长

□ 李 萌

唯有多方努力,实现政府政策效力、经营主体活力、居民消费能力的同频共振,才能形成强大合力,促进旅游业高质量发展,为经济持续向好、人民生活改善和担负新的文化使命贡献力量

今年以来,我国国内旅游市场呈现强劲复苏势头。为进一步释放消费潜力,更好满足人民日益增长的美好生活需要,国务院办公厅日前转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》,对丰富文旅消费、大力发展乡村旅游等提出具体举措。这是在中共中央政治局会议之后,国家层面促进消费增长的又一重要政策举措。各地应积极推进实施,乘势而上大力推动旅游消费持续增长,更好发挥旅游消费对经济增长的拉动作用,以旅游业恢复振兴助力经济持续回升向好。

在近日国务院新闻办举行的发布会上,国家统计局介绍,7月份,服务消费带动明显,消费市场总体保持恢复态势。一是服务消费增长较快。二是文化娱乐消费持续扩大。线下消费场景拓展,文体演出等娱乐活动增加明显,带动消费增长。

可以说,旅游消费强劲复苏成为上半年消费市场的一大亮点,成为扩内需、促消费、拉动经济增长的重要力量。上海作为都市旅游热门城市,上半年服务业消费复苏快于商品零售消费,而旅游消费复苏又好于服务业整体的复苏。短距离城市周边游、跨省市旅游以及出境旅游,均实现高速增长。今年暑假旅游市场更是呈现人气旺、文博热、消费火等特点。

对上半年旅游消费情况分析发

现,目前文旅消费数据增长呈现井喷态势,可以理解为被压抑需求释放的恢复性增长和正常需求常态化增长叠加的结果。受国际航班恢复速度、防疫政策调整节奏、签证政策变化及效率等约束,国际旅游尚未完全恢复。同时,当前文旅消费数据显示,尽管市场人气很旺,但人均消费相对较低、深度多元的中高端旅游消费增长相对较弱。这反映出旅游消费还有很大潜力可以发掘。进一步释放旅游消费潜力、推动旅游业高质量发展,还需从多方面继续努力。

一要做精“深度融合”大文章。要持续增加城市优质旅游供给,善于以城市文化资源塑造更具吸引力的城市旅游品牌,以文化、旅游、商业、体育、会展节事融合发展,精心打造主体性、系列化、特色型城市旅游精品。同时,发展乡村旅游产业。在乡村振兴政策支持下,积极培育农、文、旅融合型新业态新产品。以更多兼具文化和旅游特色的新产品、新服务、新业态为文化和旅游高质量发展提供新引擎。

二是拓展“旅游消费”新空间。要加快建设城市休闲旅游消费新场景新地标,促进景区、园区、街区、集聚区、综合体等协同发展,营造更多新型线下实体消费空间。借力数字技术、艺术美学营造沉浸感、体验感、交互性特色鲜明的线上线下融合型数字文旅消

费新空间。同时,组织举办各类促消费节事活动,建设更多夜间文化和旅游消费集聚区。例如,上海着力打造家门口的演艺新空间、人文新景观、休闲好去处,打造跨越时空的在线数字文化体验空间,值得借鉴。

三是激发“经营主体”新活力。要认真贯彻落实中共中央、国务院关于促进民营经济发展壮大的意见,进一步优化旅游营商环境,增强旅游企业信心与预期。继续支持受疫情重创的旅游企业加快复苏,加快恢复、完善旅游产业供应链。积极推动旅游企业系统性开展技术升级、产品迭代、品牌建设,有效提升旅游企业人文价值优先的运营能力和人才引领创新发展能力,形成优质旅游企业梯度培育、集群发展的格局与体系。

四是构建“资源配置”新机制。要按照现代产业体系建设要求,积极构建旅游领域科技创新、现代金融、人力资源优质资源要素配置新机制。推动智能化、绿色化新技术在旅游领域的应用普及,大力促进旅游产业技术创新,形成更具活力的发展动能。降低旅游企业融资成本,建设文旅产业投资服务平台,持续拓展旅游中小企业获得有效投资的渠道。强化人才引进,破解旅游行业人才短缺流失难题,加快旅游业紧缺急需人才自主培养步伐,增强旅游业引才聚才合力和高质量发展能力。

五要构建“区域协同”大市场。要打通制约文旅经济循环的关键堵点,促进文旅产品、要素资源在更大范围内畅通流动,加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一旅游大市场。紧抓国家实施推动重点区域协调发展战略契机,进一步发挥旅游业跨区域交流合作优势,率先在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域,形成若干协同化、一体化、同城化旅游消费大市场,创造区域协同旅游消费大流量与新红利。

六要形成“收入增长”新预期。要持续实施扩大就业新政策举措,加快收入分配制度改革步伐,逐步提高居民可支配收入水平。鼓励引导发展较好的国有机构、重点企业带头提高职工工资,并全面落实职工带薪休假制度。同时,降低消费者个人相关税收负担,增强居民实际消费支付能力,更好保障人民群众的基本需求,缓解教育和医疗养老方面的焦虑与担忧,不断释放文化和旅游消费潜力。

总之,唯有多方努力,实现政府政策效力、经营主体活力、居民消费能力的同频共振,才能形成强大合力,促进旅游业高质量发展,为经济持续向好、人民生活改善和担负新的文化使命贡献力量。

(作者单位:中国社会科学院一上海市人民政府上海研究院)

时评

必须把握好古建保护与商业开发的关系

□ 江德斌

商业化开发运营是古建筑保护利用的一个有效手段,但是应严格遵守规范和标准,必须以保护历史文化为前提,且不能损害其原貌和价值

据央视新闻客户端报道,最近,在甘肃天水,不少市民和游客发现,修缮一新的天水古城商业化运营后,文保院落内进驻了诸多业态。不仅参观区域受限、消费门槛提升,一些建筑甚至被“改头换面”,危及院落安全。对此,天水市委、市政府回应称,在记者对天水西关古城文保院落开发利用情况采访之后,当地立即成立核査组,制定整改措施,跟踪推进整改。其中一项内容就是由当地文化和旅游部门牵头,邀请文物保护专家,对天水古城运营企业及经营商户开展文物保护相关法律法规知识培训,引导运营企业和经营商户在活跃市场氛围的同时,坚持把文物保护和

安全防范放在首位。

古建筑是宝贵的历史文化遗产,也是值得珍惜的社会财富,应该得到妥善保护和合理利用。由于古建筑年代较为久远,历经风雨沧桑,建筑结构均有一定的损坏,在缺乏长期维护修缮的情况下,甚至有可能发生倒塌、毁坏,导致古建筑彻底消失。由于古建筑的维修成本巨大,需要投入很多资金和人力,所以对古建筑进行保护性开发,开展适宜的商业化经营也是一个较为可取的方法。

众所周知,古建筑的维护利用是一个世界性难题。通常情况下,由于经费有限,需要保护的古建筑较多,只能将资金优先用于文物级别较高、

历史文化价值较为突出的古建筑。对于那些保护级别相对较低、历史文化价值一般的古建筑,可以选择一部分进行保护性修缮,再将其推向市场,通过商业化开发、运营,将租金、商业利润用于古建筑保护,实现以商养文物,实现长期的保护利用,以更持久地延续古建筑的生命。

事实上,古建筑的保护性开发利用已经在许多国家得以实现,也经过了实践验证。此举既能保存古建筑的风采、展示其历史文化价值,又能发挥其实用价值,利用商业规则、社会资本保护文物,可谓一举多得。

商业化开发运营是古建筑保护利

用的一个有效手段,但是应严格遵守规范和标准,必须以保护历史文化为前提,且不能损害其原貌和价值。

从此次报道来看,天水古城的商业化运营虽然带来了一定的经济收益,但是也引发了一系列问题。一些文保院落内的业态不规范,商业味过浓,装修改造方案未经审查,破坏了古建筑原貌,不仅影响了历史文化遗产的完整性和真实性,还有可能对文物造成潜在的损害,埋下消防安全隐患。此外,文保院落的商业化运营,还产生了参观区域受限、消费门槛提升等问题,影响了游客的游览体验。

这些问题表明,在平衡好古建筑保护与商业开发的关系方面,当地缺乏完善的全流程监管措施。事件曝光后,当地相关部门表示,要在排查整改的基础上,在天水古城范围内开展新一轮安全隐患排查整治。

各地应加强对古建筑的保护管理和开发监管,严格遵循相关保护规定,明确可开发经营的方向、范围,确保开发过程中不损害古建筑原有风貌和价值。同时,对于违反规定的行为,应采取严格的惩罚措施,让更多人从此类事件中吸取教训。

观察

构建政产学研用协同机制 推动研学旅行高质量发展

□ 陈琳琳

研学旅行高质量发展离不开政府、行业、研学机构、家长、研学者的共同努力,各相关方应树立协作理念,共同推动研学旅行市场规范化、科学化、高质量发展,最大限度地释放研学旅行的教育价值和社会效益

研学旅行是体验式教育与旅游深度融合的新业态,是一种兼具教育和旅游双重属性的探究式学习活动,旨在满足研学旅行者的求知欲。近年来,在国家政策大力推动下,我国研学旅行市场呈现井喷式增长态势。然而,由于市场发展不平衡、行业相关机构准备不足,研学旅行市场出现供需失衡、质量参差不齐、监管不够等问题。

笔者认为,制定标准规范的研学旅行市场制度、完善市场监管和评价机制、提高从业者素质、规范机构服务行为,是推动研学旅行市场高质量发展的当务之急。同时,还应构建政产学研用协同创新机制,共同推动研学旅行高质量发展。只有持续改革创新、提质增效,才能让研学旅行发挥应有的教育价值。

近年来,我国研学旅行市场进入高速增长期。研学旅行需求被快速激发,市场规模迅速扩大。今年3月发布的《中国研学旅行发展报告2022-2023》显示,2022年我国研学旅行已经突破600万人次,预计到2025年,研学旅行市场规模有望达到2000亿元。与此同时,研学旅行机构数量也在高速增长,2021年突破3万家,年均增长率超过30%。各类旅行社、教育培训、科研机构等纷纷进入研学旅行市场。在政策和市场双重因素作用下,研学旅行已经成为我国教育领域的一片新蓝海,发展前景广阔。

在高速发展过程中,研学旅行市场也显露出一些问题。一是准入门槛过低,各类机构大量涌入市场,竞争激烈。二是产品创新不足,多数产品只是简单地将旅游内容融入研学,存在高度同质化现象,无法满足用户多样化需求。三是课程设置存在碎片化和商业化倾向,系统性和针对性不强,重形式轻质量。

优秀的研学旅行指导师严重短缺,未能匹配快速增长的市场需求。缺乏约束质量的监管和评价机制。四是安全防护措施明显不足,应对突发事件能力不强。五是部分家长选择依赖性强,易受不实宣传等行业不规范行为引导。这些问题制约了研学旅行的教育效果发挥,亟待通过改革创新找到解决之道。

一是规范研学旅行市场秩序。相关部门应进一步提高行业准入门槛,制定规范的市场准入和退出机

制,明确各类研学机构的资质条件及从业人员资格标准,规范市场秩序。各地可因地制宜制定具体的监管措施,引导研学旅行经营机构规范经营。建立政府监管部门、行业协会、第三方评估机构联动的监管体系,形成合力,规范市场。

二是加强研学旅行产品和课程创新。研学机构应深入调研用户需求,按照系统化和个性化理念,开发有特色的研学品牌,构建系统的分层次课程体系。课程设置在突出教育性的同时,要强化趣味性和体验性。引入高校等力量,依托本地资源开发具有地域特色的研学项目。通过产学研用联动,更好地进行产品和课程创新。

三是加强研学旅行人才队伍建设。通过引进大学毕业生、培训非遗传承人等多种方式,快速扩充研学旅行指导师队伍,以满足快速增长的市场需求。加强研学旅行指导师培训,培养知识面宽广、组织能力强的高素质复合型指导师。可以联合高校开展定制化培训,制定职业资格标准,促进师资专业化。

四是建立质量责任制,确保研学旅行活动安全。推动第三方评价机构与政府监管部门的联动,建立系统科学合理的质量评价体系和指标,开展全过程监测反馈评估,推动研学旅行质量不断提升。建立质量责任制,对不合格机构实施约谈和通报,以规范市场。研学机构应制定完善的应急预案,开展风险防控培训,提高安全意识。学校应加强过程管理,制定工作规划,做好研学项目跟踪和结果评估工作,形成长效机制,确保研学旅行活动安全。

五是构建政产学研用协同创新机制。统一搭建全国性公共服务平台,更好地连接政府、学校、企业,促进沟通协作,集中汇聚研学旅行资源信息,建立人才培养和考核及专家评审双机制,进行全方位宣传推广,精准提供与需求相匹配的服务。

研学旅行高质量发展离不开政府、行业、研学机构、家长、研学者的共同努力,各相关方应树立协作理念,共同推动研学旅行市场规范化、科学化、高质量发展,最大限度地释放研学旅行的教育价值和社会效益。

(作者单位:南京传媒学院)

来论

“无人区”不是探险旅游的法外之地

□ 付 彪

近日,青海省茫崖市文体旅游广电局与茫崖市公安局联合发布公告,禁止在茫崖地区开展野外探险旅游。茫崖地处柴达木盆地最西北部,由南昆仑、北祁连、西阿尔金三山环绕,中间“八百里瀚海”,多种地貌纵横交错,雄浑壮美奇特。近年来,到茫崖境内火星小镇、俄博梁雅丹地貌、“恶魔之眼”艾肯泉、翡翠湖等网红景区的游客越来越多,野外探险爱好者安全事故时有发生。

当前正值夏秋旅游旺季和汛期,茫崖市辖区连续发生多起游客自驾深入雅丹沙漠“无人区”导致的被困甚至伤亡事件。比如,8月初就有8名游客被困“无人区”,茫崖、大柴旦两地警方投入50余人及无人机、装载机 etc 装备协助展开搜救。可见,在野外“危险区域”“无人区”探险旅游,无疑是一种冒险行为。游客一旦受困,不仅会给自己生命安全造成严重威胁,还会给社会救援带来巨大负担。

安全是旅游的生命线,“无人区”不是探险旅游的法外之地。旅游法规定,旅游者在旅游活动中应当遵守社会公共秩序和社会公德,尊重当地的风俗习惯、文化传统和宗教信仰,爱护旅游资源,保护生态环境,遵守旅游文

明行为规范。治安管理条例、环境保护法、湿地保护法以及《自然保护区条例》《地质遗迹保护管理规定》等法律法规均明确禁止游客私自进入未开发地等“危险区域”“无人区”探险旅游。这一方面是为了保护这些地方脆弱的生态环境,另一方面也是为了保护旅游者的人身安全。

在这样的背景下,茫崖市明令禁止非法穿越自然保护区、军事管理区、生态红线、水源地开展野外探险旅游,引导广大游客增强自我保护意识,注重安全珍爱生命,克服盲目自信、麻痹大意思想,遵守相关法律法规,无疑是十分必要的。

旅游文明与安全是管出来的,除了软性倡议,硬性约束也必不可少。对于破坏生态环境、非法穿越“无人区”等行为必须加大处罚力度,以形成强大的震慑效应。此外,如何加强对野外探险行为的规范、教育、警示以及有效利用高科技手段阻止探险者擅闯“无人区”,还需要相关部门做更多工作。

总之,户外探险不是说走就走的冒险。只有始终保持对大自然的敬畏,担负起社会责任,坚守法律和安全底线,不越界不违规,才能看到更多美好风景、留下更多美好回忆。

年轻游客爱住洗浴中心 追求高性价比和体验感

今年暑假,在民宿、酒店或爆满或房价超预算的情况下,一些年轻人另辟蹊径,选择了洗浴中心等落脚、住宿。据了解,大部分洗浴中心门票有效期为16小时,如果想在洗浴中心过夜,则需要另交一次“过夜费”,大多在50元左右。一般中高价位的洗浴中心会提供免费餐食,有的还提供豪华自助餐。

视觉中国 供图

