

●落实国务院“十四五”旅游业发展规划在行动 第五届全国导游大赛10强产生

本报讯(记者 徐晓 张宇 唐伯依)9月23日,经过“64进30晋级赛”“30进20晋级赛”及“20进10晋级赛”三轮激烈比拼,第五届全国导游大赛决赛10强名单出炉。
晋级10强的选手为上海选手师文、山西选手王海涛、北京选手李杰、西藏选手桑央央、北京选手郭志伟、浙江选手戴琛、河北选手胡雅飞、山东选手胡圣才、天津选手徐亮、河北选手许心。

据介绍,“20进10晋级赛”重点考核20强选手实地带团能力。选手们分组前往河北的8个城市,完成20条线路实地带团任务。
据了解,第五届全国导游大赛总决赛将于9月25日举行。10强选手将以接力方式进行对抗讲解,按得分高低排序,排名前五的选手晋级下一轮进行主题演讲,最终根据总分排名,决出全国金牌导游员。

20条全国非遗特色旅游线路发布

本报讯(记者 赵腾泽)由云南省文化和旅游厅、云南省红河哈尼族彝族自治州政府、中国旅游报社主办,红河州文化和旅游局承办的2022年全国非遗特色旅游线路发布活动日前在红河州元阳县哈尼小镇举办。
在文化和旅游部非物质文化遗产司、资源开发司的指导下,中国旅游报社于去年10月启动2022年全国非遗特色旅游线路征集活动。经各地推选、专家评审,最终遴选出20条市场前景好、具有代表性的非遗特色旅游线路。本次活动对20条2022年全国非遗特色旅游线路进行了发布展示,旨在充分发挥旅游业的独特优势,为非遗保护传承和发展注入更大的内生动力,有效促进非遗与旅游高质量融合发展。文化和旅游部非遗司相关负责人,云南省文化和旅游厅、红河州负责人出席活动并致辞。
活动现场,云南省文化和旅游厅

与中国旅游报社签署战略合作协议,双方将进一步探索云南旅游高质量发展的新理念、新模式、新路径,助力云南旅游市场竞争力、国内及国际品牌影响力提升,共同推进云南文化和旅游高质量融合发展。
听一曲来自远古的哈尼古歌和原汁原味的海菜腔、跳一场欢快的乐作舞和别具特色的烟盒舞、观一场精彩的花腰女子舞龙、看一段独具特色的阿细跳月、赴一场烟火味十足的哈尼长街宴、做一个紫砂陶艺术品……近年来,红河州在挖掘非遗项目内涵、讲好非遗背后的故事等方面进行了积极探索,形成了文旅融合发展新格局。活动现场,中国旅游报社负责人宣布将红河州作为报社“非遗与旅游融合发展观察基地”并为之授牌。
此外,本次活动还为20条全国非遗特色旅游线路代表颁发证书。活动结束后,与会嘉宾共同欣赏了梯田时光音乐会。

大运河文化遗产保护传承研讨活动举办

本报讯(记者 邵子君)“文明血脉 千古智慧”文旅深度融合背景下的大运河文化遗产保护传承研讨活动日前在江苏省苏州市举办。活动旨在推进文化和旅游深度融合发展的背景下,围绕助力大运河文化带和大运河国家文化公园建设,深入研讨大运河的文化价值,促进大运河文化遗产保护传承,推动大运河文化在新时代绽放出璀璨光彩。
本次研讨活动由文化和旅游部指导,中共江苏省委宣传部、江苏省文化和旅游厅、苏州市人民政府共同主办,中国旅游报社承办。文化和旅游部资源开发司、江苏省文化和旅游厅、苏州市人民政府相关负责人出席活动并致辞。
研讨活动中,全国政协委员、

国家文化公园专家咨询委员会总协调人韩子勇以《文旅深度融合背景下的大运河文化遗产保护传承》为主题作主旨演讲。相关领域专家学者、大运河沿线城市代表及相关业态和企业代表,就高水平建设运河文旅生态圈、加强大运河特色文化建设赋能文化和旅游市场消费升级、大运河国家文化公园文旅融合的营销新场景等话题展开了深入探讨。活动期间还发布了“文旅深度融合背景下的大运河传播计划”。该计划将通过礼遇大运河——文化创意转化行动、视觉大运河——景区数字化营销能力提升计划、遇见大运河——国际旅游达人城市漫游计划三方面工作,创新大运河文化传播形式,向世界讲好中国故事。

供需两端双向奔赴 江苏找到流量密码

(上接第1版)
南通森林野生动物园是此次活动中游客使用优惠券购买门票最多的景区。景区运营方江苏森迪文旅集团有限公司董事长助理王飞介绍,集团抓住市场复苏机遇,整合旗下南通森林野生动物园、冰雪乐园、水上乐园等产品,推出了不同组合套票,并延长动物园开放时间至22时,直接刺激了景区住宿产品的需求。

馆门票预约难、社会讲解乱、“黄牛”倒票等问题,江苏通过完善预约机制、上调参观限额、延长开放时间、优化服务管理等举措,不断提升游客的体验感和满意度。比如,苏州博物馆自8月1日起延迟开放至21时。截至目前,在夜间开放时段吸引游客13.3万人次,馆内直接消费149.7万元,间接拉动夜间文旅消费3793万元。

优化消费环境
旺盛的市场活力、攀升的消费热情,同样离不开消费环境的持续优化。
在南京玄武湖景区的游船码头,送孩子来南京读大学的陈岩一家通过自助扫码付款,不到一分钟就买好了票。陈岩说:“在这里坐游船非常方便,体验感很好。”
戎飞霞介绍,智慧景区的建设大大提升了游客体验感,景区游船除了可以自助扫码付款及退押金以外,还增加了语音讲解、超时提醒等功能。同时,景区观光车也都装上了“智慧大脑”,可为游客提供各类便捷服务。
值得一提的是,针对热门文博场

另据了解,为应对旅游热潮,上半年以来,江苏省文化和旅游厅深入开展旅游市场秩序整治百日行动、演出票务市场专项整治和文化和旅游市场无证经营专项整治行动,努力营造让市民游客顺心安心放心的文旅市场环境。根据相关统计,今年暑期,江苏全省景区共收到游客线上评论17.96万条,好评率达85.25%。
苏州大学旅游管理系教授、博士生导师周永博建议,下一步,江苏应提升城市内部游客流动效率和服务品质,让市民游客更快、更方便地在城市空间流动起来;提高城市之间游客招徕力度与接待水平,进一步挖掘和释放国内长线旅游市场潜力;着力化解入境游客来华旅游服务痛点,尽最大努力修复入境旅游市场,为当下文旅市场恢复发展提供新动力。

文化和旅游部推出149条全国乡村旅游精品线路

本报讯(记者 赵腾泽)9月23日,在第六届中国农民丰收节之际,文化和旅游部策划“橙黄橘绿 乡村胜景”主题,推出149条全国乡村旅游精品线路,邀请游客走进美丽乡村,赏秋景、品秋韵、享秋实,一起共赴橙黄橘绿的丰收之旅。
据了解,此次推出的精品线路突出“喜庆丰收 游购乡村”内容,游客不仅可以饱览浓郁绚烂的乡村秋景,还可以品尝大江南北风味美食,体验多元融合的乡村旅游业态,在创意集市、丰收节庆和艺术展演中,感受新时代和美乡

村的物质丰饶、精神饱满。“橙黄橘绿 乡村胜景”线路专题已在文化和旅游部官方网站首页上线。线路还将通过文化和旅游部政务新媒体及相关媒体渠道和市场平台开展立体宣传推广,加强供需对接、激发消费活力。
此次线路推广也将与“游购乡村”活动结合,通过整合导航地图、短视频平台、OTA等市场平台资源优势,开展乡村文旅产品推广活动。其中,高德地图将上线“橙黄橘绿 乡村胜景”——游购乡村导航地图,用户在高德地图APP首页搜索关键词“乡村旅

游地图”就能进入地图,查阅线路周边景区景点和民宿,并实现导航、预订、分享等相关功能。高德地图还将为线路推广投放打车补贴,游客可在相关景区、民宿扫码领取。
“乡村四时好风光”线路内容将陆续通过“官方攻略”笔记形式在百度地图上线发布,用户在百度地图APP首页搜索线路涉及的村镇、景区景点、民宿,即可在详情页中看到“官方攻略”笔记“乡村四时好风光”入口,点击就能查看相关线路详细内容,为游客制定出游计划提供便利。

抖音将配合线路推广开展“知秋向山行”2023年秋季乡村旅游推广活动,重点覆盖全国乡村旅游重点村镇及全国乡村旅游精品线路,通过流量扶持、千场直播、激励计划、宣传推介等举措,进一步挖掘乡村文旅消费潜力。
阿里巴巴公益、飞猪旅行将开展“游购乡村”系列公益直播活动,开展乡村旅游相关推广活动。木鸟民宿等平台将上线“全国乡村旅游精品线路”专题页,围绕乡村游打造彰显当地特色的系列民宿产品。

“京和号”旅游列车发车仪式举行

本报讯(记者 杨丽敏)9月24日,由文化和旅游部资源开发司、中国国家铁路集团有限公司客运部、新疆维吾尔自治区文化和旅游厅等主办的“百列万人”游新疆暨“京和号”旅游列车发车仪式在京举行。
新疆维吾尔自治区文化和旅游厅负责人表示,旅游列车是赴疆旅游的重要方式,也是新疆旅游的特色产品。今年年初以来,各省市来疆旅游专列55趟,累计送疆游客4.4万人次;疆内开行旅游专列100趟,共接待游客4.76万人次,提前4个月实现了今年开行百趟旅游专列的既定目标。特别是“京和号”旅游专列,架起了北京至新疆和田的友谊桥梁。

中国国家铁路集团有限公司客运部负责人表示,新疆已经成为近5年来全国旅游列车开行最为集中的方向。据统计,2018年至2022年,全国各地向新疆方向开行旅游列车449趟,累计发送入疆游客28.41万人次。赴疆旅游列车对促进新疆加快发展旅游等特色优势产业、促进各民族交往交流交融、巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村振兴等发挥了重要作用。

文化和旅游部资源开发司负责人表示,下一步,将加快实施旅游兴疆规划,组织好“百列万人”游新疆活动、全国冬季旅游宣传推广暨“新疆是个好地方”19省市旅游援疆活动,支持新疆加快乡村旅游、冰雪旅游等发展,丰富产品供给,拓展旅游业态,深入推进产业援疆、文化润疆,通过旅游渠道更好展现新疆开放自信的新面貌新气象,讲好新时代新疆故事。

“山河秋韵”全国旅游宣传推广启动

本报讯(记者 李志刚)文化和旅游部资源开发司联合河北省文化和旅游厅、秦皇岛市人民政府日前在秦皇岛市举办2023年“山河秋韵”全国旅游宣传推广活动启动仪式,以“旅游中国,美好生活”为主题,以二十四节气为主线,相继举办了“神州春色”“畅游一夏”“山河秋韵”等季节性旅游宣传推广活动,持续推出“二十四节气”旅游创意海报,介绍四时好风光,宣传旅游新理念,出游意愿,加大旅游产品宣传推广,积极营造浓厚旅游氛围,推动国内旅游市场持续恢复振兴,今年以来,文化和旅游部资源开发司创新旅游宣传推广方式,以“旅游中国,美好生活”为主题,以二十四节气为主线,相继举办了“神州春色”“畅游一夏”“山河秋韵”等季节性旅游宣传推广活动,持续推出“二十四节气”旅游创意海报,介绍四时好风光,宣传旅游新理念,

推广旅游新供给,推介旅游新方式,激发人们的出游热情,营造浓厚的旅游氛围,有力推动了我国旅游业恢复振兴发展。
启动仪式上,文化和旅游部资源开发司发布“醉美红叶”特色旅游资源、“乡村四时好风光”旅游线路、智慧旅游新产品新场景、邂逅长城无限秋景。河北、辽宁、黑龙江、江西、山东、宁夏、新疆的代表作秋季旅游推广。

据悉,在秋季宣传推广活动期间,文化和旅游部资源开发司将联合各地开展数百项秋季旅游宣传推广活动,联合网络媒体和在线旅游平台等,搭建“秀秋光、邀秋游、享秋景”宣传推广平台。作为联合主办方,河北省文化和旅游厅、秦皇岛市人民政府开展了“长城之约”·世界文化遗产对话、“长城脚下话非遗”开街仪式、全国特色非遗展览等配套活动。
全国各省区市和新疆生产建设兵团文化和旅游部门国内旅游宣传推广工作相关负责人,相关行业协、旅游企业代表参加活动。

文化和旅游部资源开发司负责人

文化和旅游部资源开发司将联合各地开展数百项秋季旅游宣传推广活动,联合网络媒体和在线旅游平台等,搭建“秀秋光、邀秋游、享秋景”宣传推广平台。作为联合主办方,河北省文化和旅游厅、秦皇岛市人民政府开展了“长城之约”·世界文化遗产对话、“长城脚下话非遗”开街仪式、全国特色非遗展览等配套活动。
全国各省区市和新疆生产建设兵团文化和旅游部门国内旅游宣传推广工作相关负责人,相关行业协、旅游企业代表参加活动。



随着杭州第19届亚运会开幕,有关亚运会的全品类周边商品销售火爆。图为9月24日,市民游客排队进入位于杭州湖滨银泰C3区的亚运会特许商品零售体验馆,购买热门的亚运会特许商品。
视觉中国 供图

北京市东城区展示“非遗在社区”成果

本报讯(记者 杨丽敏)近日,“美好生活非遗同行——北京市东城区‘非遗在社区’项目成果展”在东城区金隅龙顺成文化创意产业园举办。本次活动由北京市东城区委宣传部、东城区文化和旅游局主办。
活动现场,主办方展示了东城区“非遗在社区”项目成果,发出东城区“非遗在社区”工作倡议,为2023东城非遗专项扶持资金支持项目、东城非遗新场景实践基地授牌。
近年来,东城区坚持“崇文争先”理念,发挥东城区历史文化底蕴深厚、非遗资源丰富等优势,通过构建国家、市、区三级名录体系,大力推进“非遗在社区”工作。截至目前,东城区共有非遗代表性项目225个。其中,37个项目进入国家级非遗代表性名录。

丰富产品服务促进消费加快恢复

营造安心、舒心、开心、暖心的节日出游消费环境
发布会上,文化和旅游部资源开发司相关负责人介绍,中秋节、国庆节假期,文化和旅游部为满足人民群众多样化、品质化的旅游需求,着力在丰富旅游产品服务供给、提升旅游服务质量上下功夫,营造安心、舒心、开心、暖心的节日出游消费环境。
在丰富旅游产品服务供给方面,一是聚焦乡村旅游市场,推出149条“橙黄橘绿 乡村胜景”全国乡村旅游精品线路。二是围绕“长城秋色”推出长城沿线赏秋品目的地;围绕“醉美红叶”主题,推出“赏红”好场景;发布12条国庆假期体育旅游精品线路。三是指导中国旅游车船协会推出“中国之路”十大自驾游精品线路。四是推出一批寓教于乐的中华文化主题线路。在全国遴选出20条非遗特色旅游线路。五是支持发展更多集“看演出、品美食、买好物、赏美景”于一体的“一站式”文商旅体消费综合体。六是推出首批24家全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点单位,让文旅资源“活起来”“动起来”“火起来”。
在提升服务品质方面,一是大力推动旅游景区升级发展。针对即将到来的出游高峰,文化和旅游部已经提前部署。二是大力推动乡村旅游提质升级。启动“我为乡村做设计——乡村旅游艺术提升行动”,引导更多关心乡村旅游发展的青年人参与,活化传承植根乡村的中华优秀传统文化,用艺

术设计为乡村旅游赋能。三是大力推动文旅融合,优化交通旅游服务体验。推出新疆“新东方旅游快车”旅游专列、长江三峡游轮旅游等一批交通运输与旅游融合典型案例、特色产品;举办“百列万人”游新疆活动,支持举办首届户外露营度假产品交易博览会。四是大力创新推动旅游供需有效对接。指导开展“上云用数赋智”智慧旅游解决方案供需对接活动。
此外,文化和旅游部聚焦中秋节、国庆节旅游的消费特征和秋季旅游的资源特色,有针对性地开展国内旅游宣传推广活动。比如,举办“山河秋韵”全国旅游宣传推广活动、持续开展“读万卷书 行万里路”中华文化主题旅游推广、举办“百列万人”游新疆暨“京和号”旅游列车发车仪式,积极开展各地开展旅游宣传推广活动等。
持续推动演出市场健康发展
发布会上,文化和旅游部市场管理司相关负责人介绍,今年以来,全国演出市场发展态势持续向好。但是,随着演出市场的加快恢复,一些问题随之凸显,个别演出市场监管还存在短板,需要进一步规范管理。为此,文化和旅游部联合公安部加强调查研究,印发《文化和旅游部 公安部关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》,针对观众人数在5000人以上的大型营业性演出活动,从7个方面提出24条措施,全面加强规范管理。

具体来看,一是强调大型演出活动必须坚持为人民服务、为社会主义服务的方向,坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益的统一,更好满足人民群众精神文化需求。二是明确大型演出活动审批前,应当经过省级文化和旅游行政部门、公安机关风险评估和综合研判。演出举办单位在申请举办演出活动前应当开展风险自评。三是明确大型演出活动应当实行实名购票和实名制入场制度,要求建立大型演出活动退票机制,告知消费者购票、入场和退票规则。四是加强大型演出活动内容管理和安全管理,依法处置违规行为。加大对线上线下倒卖演出票证的打击整治力度,依法打击造谣、诽谤行为。六是引导观众文明观演。鼓励演员主动发声,引导观众共同维护演出秩序。七是加强信用监管,依法认定文化和旅游市场失信主体,并实施信用惩戒。
另据介绍,针对“黄牛”炒票倒票问题,文化和旅游部与公安部加强调查研究,联合开展座谈,研究加强演出票务市场管理的政策措施。一是提高门票销售比例,要求演出举办单位面向市场公开销售的门票数量比例由原来的70%提高到85%;二是规范票务经营行为;三是加强个人信息保护;四是加强信用监管;五是加大对倒卖演出票证的打击整治力度。下一步,文化和旅游部将指导各地抓好贯彻落实,持续推动演出市场健康有序发展。

