

专家解读

推动旅游业高质量发展的关键之举

□ 宋瑞

《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》彰显了促进旅游消费的重要性,体现了促进旅游消费的系统性,凸显了促进旅游消费的针对性,强调了促进旅游消费的务实性。国办出台这一文件是关键时期促进旅游消费、推动旅游业高质量发展的关键之举

中秋国庆假期前夕,国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》(以下简称《若干措施》),引发热烈反响。从出台背景、核心内容、政策亮点等方面看,《若干措施》是关键时期促进旅游消费、推动旅游业高质量发展的关键之举。

其一,《若干措施》彰显了促进旅游消费的重要性。消费是经济发展的稳定器和压舱石,既是经济增长的重要依托,也是促进高质量发展的主要动力。2023年以来,我国经济社会全面恢复常态化运行,消费市场持续回暖。然而,国内需求不足依然是经济运行面临的主要挑战,恢复和扩大消费成为推动经济持续好转的主要着力点。旅游消费是最终消费,具有较强的综合性和带动性;更为重要的是,旅游消费对于愉悦身心、促进人的全面发展、满足人民日益增长的美好生活需要具有重要意义。

为此,党中央、国务院高度重视旅游业发展,并将释放旅游消费潜力作为实现旅游业高质量发展的关键。今年4月,中央政治局会议强调,要改善消费环境,促进文化旅游等服务消费;7月,中央政治局会议提出,要推动体育休闲、文化旅游等服务消费;同月,国务院领导同志主持召开推动旅游业高质量发展专家座谈会;9月,《若干措施》得以出台,并在“双节”前夕发布。以旅游消费牵动餐饮、购物、体育、文化等服务消费稳步增长,既可有效促进国民经济企稳回暖,也能更好地满足人民日益增长的美好生活需要。

其二,《若干措施》体现了促进旅游消费的系统性。从供需关系看,旅游消费既关乎需求侧,也涉及供给侧,必须从供需两侧同时发力,优化消费环境,增加有效供给,破解制约旅游消费增长的诸多难题。从供给

体来看,更好地满足旅游消费需求,既需要政府政策的大力支持,也离不开经营主体的蓬勃发展和从业人员的悉心服务。从消费市场看,旅游消费既涉及国内旅游,也关乎国际旅游尤其是入境旅游。可见,促进旅游消费是一个涉及供需两侧、关乎不同主体、兼顾内外需求的系统工程。

《若干措施》从供给和需求两侧发力,以加大优质旅游产品和服务供给作为重要抓手,通过实施美好生活度假休闲工程、实施体育旅游精品示范工程、开展乡村旅游提质增效行动、发展生态旅游产品、拓展海洋旅游产品等更好地满足旅游需求。在激发和满足国内旅游需求的同时,《若干措施》为入境旅游专门列章,提出优化签证和通关政策、恢复和增加国际航班、完善入境旅游服务、优化离境退税服务、发挥旅游贸易载体作用等举措。围绕提升行业综合能力,《若干措施》就支持旅游企业发展、加强导游队伍建设、提升旅游服务质量、规范旅游市场秩序等提出要求。其中,“适当放宽旅行社补足旅游服务质量保证金期限,旅行社可申请全额退还或暂缓缴纳旅游服务质量保证金”,“依法支持旅游企业参与政府采购和服务外包,不得以星级、所有制等为门槛限制相关企业参与政府采购的住宿、会议、餐饮等项目”等措施格外引人关注。总体来看,《若干措施》是促进旅游消费的一揽子政策,是集合性的政策工具箱。

其三,《若干措施》凸显了促进旅游消费的系统性。恢复和扩大旅游消费,必须坚持实事求是和问题导向,既要及时引导消费市场上已经出现或正在萌发的新趋势,也要有效解决制约旅游消费潜力释放的老问题或新障碍。就引导旅游消费新趋势而言,《若干措施》抓住文体旅农复合性消费日趋明显的趋势,提出丰富“音乐+旅游”

“演出+旅游”“展览+旅游”“赛事+旅游”等业态,培育“跟着赛事去旅行”品牌项目,打造“乡村四时好风光”线路产品,开展“游购乡村”系列活动;抓住微度假、露营旅游、城市漫游等消费热潮不断迭起趋势,提出“加强绿道、骑行道、郊野公园、停车设施等微循环休闲设施建设,合理布局自驾车旅居车停车场等服务设施”,“利用城市公园、草坪广场等开放空间打造创意市集、露营休闲区”等举措。

就消除旅游消费新老痛点而言,针对景区预约购票、文博单位游览、旅游交通拥堵等国内旅游难点问题,《若干措施》提出要“完善预约措施,简化预约程序……科学设置线上、线下购票预约渠道”,要求景区“在游客量未达到景区最大承载量之前,为运用智能技术困难人群提供购票预约服务”,“在旅游旺季,通过延长景区开放时间、增加弹性供给等措施,提升景区接待能力”,“鼓励有条件的公共文化场所、文博单位等延长开放时间”,要求“结合节假日等因素优化配置重点旅游城市班车班次”。

为发展入境旅游,《若干措施》不仅提出要实施入境旅游促进计划,还就如何优化签证和通关政策、恢复和增加国际航班、完善入境旅游服务、优化离境退税服务等列出详细举措。相关措施涉及“有序恢复各类免签政策,积极研究增加免签国家数量”“增加与入境旅游主要客源国、周边国家的航线,加密航班频次”,“提升入境游客持有有效证件预订景区门票、购买车(船)票、在旅馆办理住宿登记的便利化水平”“提高入境游客使用境外银行卡及各类电子支付方式便捷程度以及外币兑换便利性”等。相信这些措施的逐一落实,将会有效促进国内和入境旅游消费增长。

其四,《若干措施》强调了促进旅游消费的务实性。旅游消费涉及诸多

领域和部门,要达到预期效果,不仅政策措施制定要科学,其落实也应有力度。《若干措施》制定过程中,文化和旅游部会同20多个部门,进行了深入研究、广泛调研和科学论证;《若干措施》出台后,又会同外交部、国家发展改革委、财政部等14个部门在第一时间进行详细书面解读。

实际上,解读就是任务分工清单,是对各部门职责的全面安排。例如,国家文物局、文化和旅游部、国家发展改革委联合开展中国国家主题游径建设;文化和旅游部、自然资源部、住房和城乡建设部联合启动国家文化产业和旅游产业融合发展示范区建设工作;自然资源部做好海用岛要素保障服务;国家体育总局、文化和旅游部以“跟着赛事去旅行”为主题组织系列活动;国家文物局指导各地博物馆和国家考古遗址公园调整完善门票预约制度;公安部、国家移民管理局积极为扩大对外开放、便利人员往来提供政策支持;中国民航局将推进国际客货运航班恢复作为最重要的工作任务之一;中国人民银行、国家外汇局指导支付服务主体,为入境游客提供多样化支付服务;公安部、国家移民管理局多措并举满足境外游客入境旅游需求;财政部、文化和旅游部继续通过旅游发展基金等支持旅游发展;国家发展改革委统筹中央预算内投资等专项资金渠道支持旅游基础设施建设;自然资源部统筹安排用地计划指标,支持多种方式供应旅游用地,等等。

从1999年的“黄金周”制度,到2009年的41号文件,再到此次《若干措施》,在国民经济发展的关键时期,旅游消费均被寄予厚望。我们期待也相信,在各方的共同努力下,旅游消费潜力将持续释放,旅游消费质量会不断提升。

(作者为中国社会科学院旅游研究中心主任)

观察

玩法“上新”服务“上心”才能更好激发旅游消费潜力

□ 特约评论员 马振涛

借助创新、创意赋能,创造新玩法、新形态、新场景、新旅游,成为高质量发展的重要主题。关注游客满意度、经营主体竞争力、新发展动能,成为旅游业高质量发展的方向

今年中秋国庆假期,公众出游意愿强烈,旅游景区人头攒动,旅游市场恢复势头强劲,行业信心持续有力提振。8天假期,国内旅游出游人数突破8.26亿人次,实现国内旅游收入7534.3亿元,按可比口径比2022年分别增长71.3%、129.5%,两项数据较2019年同期均实现正增长,旅游业整体恢复至疫情前水平甚至更高。

“超级长假”期间,各地旅游人气旺、消费成色足,展现了行业在“扩内需、促消费、服务经济复苏、提振发展信心”中的作用和担当,成为正在复苏的中国经济的一个亮点。与此同时,长假期间,我国出入境人员1181.8万人次,日均147.7万人次,较去年同期增长约2.9倍。中国游客的到来为全球旅游行业复苏注入了动力。

从五一、十一等假日市场的表现可以看出,2023年国内旅游市场正在呈现出强劲恢复增长势头。无论从宏观数据,还是从周边群体出行感知看,沉寂三年的旅游行业终于重新迎来曙光。与此同时,透过沉甸甸的数字,更应看到旅游市场发生的实实在在的变化。从变化中把握趋势,寻找和把握新机会,旅游业才能在经济高质量发展中寻求展现更大作为的新空间。

一方面,出行群体偏好更趋多元,把握新需求、顺应新动向,才能找到新的增长点。疫后居民更加渴望情感寄托和情绪释放,出游成为生活刚需。假日期间,每天上亿人次的出行规模,必然蕴含着不同层次的出行需求。透过统计数据和各种迹象可以发现,关注文化、时尚、特色,推崇体验感、个性化,追求高性价比等特点突出,成为文旅消费新的鲜明“标签”。例如,参加一场音乐节、邂逅一场运动会、奔赴一座城市、“打卡”网红景点和美食成为新玩法;到博物馆、美术馆看展,到图书馆、文化馆打卡,成为新风尚。而单纯的购物游、观光游则逐渐淡化,尤其是占据主流的年轻消费群体,更加倾向实用、经济、个性化选择,旅游消费也更为理性,注重“把钱花在刀刃上”。

简单、粗放的“门票经济”,坐地圈钱、价高质劣、服务差、体验差的旅游项目和旅游目的地越来越没市场。把流量“变现”,需要不断“开动脑筋”,把握和迎合新需求,顺应新消费群体的新动向,守正出奇,推陈出新。另一方面,文旅深度融合趋势更明显,“+旅游”不断催生新供给、新业态,推进产业融合成为“必选项”。中秋国庆假期,各地举办音乐

节、演唱会、旅游节、艺术周、亲子研学等活动,创造新的文旅消费节点,带动城市“破圈”,尤其是赛事、音乐节、歌舞剧等触发出行意愿的案例屡见不鲜。例如,嘉峪关市举办2023长城马拉松暨“长城联赛”首发站活动,拉动嘉峪关旅游订单同比增长超6倍;南阳笛箫音乐节带动南阳假期酒店预订量同比激增11倍;现象级文化IP舞蹈诗剧《只此青绿》在成都城市音乐厅连演8场,带动附近酒店预订同比增长近7倍。

随着“艺术+旅游、体育+旅游、音乐+旅游”不断推进,产业融合正成为旅游业创新发展,产生新供给、新业态的重要力量。以活动带流量、用流量带效益,文化、体育等产业与旅游深度融合,不仅满足了游客的个性化和多样化需求,也让消费场景更丰富,为市场繁荣发展增添了强劲的动力。

中秋国庆假期旅游市场的种种迹象显示,当前,国内旅游发展已经从开放驱动、要素驱动发展阶段逐渐转向创新驱动新阶段。借助创新、创意赋能,创造新玩法、新形态、新场景、新旅游,成为高质量发展的重要主题。关注游客满意度、经营主体竞争力、新发展动能,成为旅游业高质量发展的方向。结合中秋国庆假期旅游市场新趋势,笔者认为应在三方面发力:

一是景区、景点以及行业主管部门要努力摆脱时空局限,充分发挥旅游消费综合带动效应,既要把传统项目和业态做精做细做扎实,也要在顺应新需求、打造新场景和新业态上下功夫。要突出本地历史文化、自然风光、地域美食等独特印记,推动文博、演艺、非遗、体育等新业态赋能新场景,强调地域文化的传承与创新,避免商业化与同质化,打造独树一帜的IP,让旅游体验不再千篇一律。

二是文旅企业要适应新趋势、新要求,推进“旅游+”或“+旅游”的深入应用,推动旅游企业与更多的经营主体创新融合。要积极调整旅游产品结构,创新服务模式,迅速捕捉客户的新需求,做到玩法“上新”、服务“上心”;在情景化创意、高科技呈现、特色体验产品和品质化服务上有所突破,持续吸引、留住游客。

三是环境塑造和制度保障层面,一方面要在提升服务品质上下功夫,不断改善基础设施、公共服务、消费环境等,让游客乘兴而来、满意而归。另一方面,要聚焦人才、科技、金融、财税等领域,完善支持培育旅游消费新场景的政策举措,为企业排忧解难,为创新保驾护航,推动行业高质量发展。

声音

“中秋国庆假期促进了消费潜力充分释放,对于提振消费、助推经济增长具有重要意义”

——《人民日报》近日发表题为《从黄金周感受中国经济澎湃活力》的评论指出,中秋是家庭团圆,国庆是国家庆典,双节同庆象征着家国一心、家国同体。这为观察黄金周提供了一个新视角。在黄金周高涨的消费热情、奔涌的社会活力背后,是强大的国家能力和政策保障。由此来看,黄金周的活力足、人气旺是政府积极作为和市场自发激荡共同作用的结果。实践告诉我们,推动有效市场和有为政府更好结合,就能充分激发超大规模市场的消费潜力,为中国经济长期健康发展提供充沛动力。

“将中华优秀传统文化与先进产业发展相结合,打造更多属于我们自己的国际赛事品牌,让人民群众从文体旅融合发展中得到更多物质与精神满足”

——《经济日报》近日发表题为《把握赛事机遇,力促文体旅融合发展》的评论指出,重大国际赛事的成功举办,离不开配套设施的搭建、城市建设的升

级,更不能脱离社会服务的优化与城市文明的熏陶。通过搭建文体旅融合的消费场景,不仅能最大程度吸引国内外观赛者将举办城市作为旅游目的地,还能让他们沉浸式体验当地文化特色,收获精神享受。成都大运会和杭州亚运会的成功举办充分说明,以“办好一个会、提升一座城”为目标,不仅充分展现了文体旅融合发展中的“中国之治”与“中国之智”,也为各地深入推进文体旅融合发展提供了重要启示。

“游客在做攻略的时候可能出现纰漏,比如出门太晚、对人流压力预估不足。但是,这些问题何尝不是景区也应当考虑的”

——针对中秋国庆假期一些地方的景区出现游客拥堵等问题,《南方都市报》发表评论指出,景区如果真的上心,就应该在问题出现后抓紧解决,不要想当然地认为,旅游市场永远都是卖方市场。长假可能人气不愁,可在平时,游客的选择多了,大家就会注重旅游体验,尤其是要看景区有没有“黑历史”。景区的口碑会经历一个积累的过程,你认真对待游客,游客才会用脚投票,选择去你那消费。

(本版编辑 龚立仁 整理)

花式“宠”客彰显服务理念提升

□ 江德斌

花式“宠”客的流行,表明各地愈发重视充分利用闲置公共资源,为游客提供各种优惠服务,让游客有宾至如归的感觉,进而促进旅游消费增长、赢得游客的口碑

据报道,今年中秋国庆假期,有网友晒出了江苏扬州市政府食堂的游客餐,有荤有素、四菜一汤,售价28元,花式“宠”客的系列举措引发人们的广泛关注和热议。当地政府工作人员回应称,早在2019年,市政府食堂就在五一等假期向游客开放了。

在“超级长假”之前,扬州市宣布着力优化文旅消费体验,强化服务保障,主要是通过开放政府食堂、增加临时停车位、机关单位免费停车,推广“找车位”二维码等方式,缓解外地游客吃饭、交通出行、停车难等问

题。由此可见,扬州市一系列花式“宠”客措施,瞄准了假日旅游的“痛点”,拿出了实实在在的解决方案,自然会收获游客的掌声。

从网友们的反馈来看,人们普遍对扬州花式“宠”客措施赞誉有加:不仅游客餐物美价廉,还能体验当地特色美食,免费停车省钱又省心。

长假期间,到扬州市政府餐厅就餐的外地游客达上千人,40处停车场免费停车约8000辆(次)。可见,花式“宠”客措施得当,对游客有很强的吸引力。游客络绎不绝,直接拉动了旅

游消费,提升了当地政府的形象。

需要看到的是,扬州早在2017年就出台了“关于更好服务游客,建设宜居旅游城市的意见”,推出一系列针对游客的优惠措施,也就是延续至今的免费坐公交、免费停车等。显然,花式“宠”客的流行,表明各地愈发重视充分利用闲置公共资源,为游客提供各种优惠服务,让游客有宾至如归的感觉,进而促进旅游消费增长、赢得游客的口碑。虽然当地政府需要为此增加人手,但是其直接的结果是刺激了旅游消费,拉动了相关产业发展。

除了扬州市,今年中秋国庆假期,各地为“宠”游客,纷纷改善服务,推出花式“宠”客措施。比如,重庆封桥让路,保障游客安全赏景拍照,为游客提供轨道交通72小时不限次、45元“三日票”、延长轨道交通运营时间等诸多便利措施。四川乐山为方便游客出行,专门开行7条“宠游客”公交线路,串联起主要交通枢纽、景区和消费聚集区。

近年来,越来越多的游客选择自由行、休闲旅游,更重视体验式消费,更看重交通出行、饮食、住宿是否便利、安全、用心,对旅游服务品质的要求愈来愈高。为此,各地应顺应趋势,推动旅游产业升级,全力提升旅游服务质量,为游客提供便利实惠安全的出行、饮食、住宿等服务。同时,还应立足长远,严厉打击各种违法违规行径,敦促景区、商家摒弃“宰客”思维,坚持做好基础工作,遵循游客为本、细水长流的经营理念,推动旅游业高质量发展。



突尼斯对中国游客实施免签入境政策

突尼斯政府近日决定对中国游客实施免签入境政策。中国驻突尼斯使馆日前发布消息称,根据突尼斯政府的规定,已实施的免签政策适用于自中国境内或境外入境突尼斯的中国个人和团体游客。中国游客在办理登机手续和入境时需提供酒店预订单和符合要求的往返机票。突尼斯旅游部官员此前曾表示,中国市场对突尼斯旅游业具有巨大潜力,希望能吸引更多中国游客来突尼斯。

视觉中国 供图

突尼斯对中国游客实施免签入境政策