

观察

发挥政策效能 促进国内旅游实现新突破

□ 特约评论员 王德刚

今年以来,我国国内旅游市场呈现加快恢复发展势头,针对旅游业发展出现的新趋势、新特点,《国内旅游提升计划(2023—2025年)》适时出台,有利于进一步激发旅游消费潜力,扩大旅游消费规模,实现国内旅游发展新突破

近日,文化和旅游部印发《国内旅游提升计划(2023—2025年)》(以下简称《提升计划》),从9个方面明确30项主要任务,旨在进一步释放旅游消费潜力,推动旅游业实现质的有效提升和量的合理增长,更好满足广大人民群众多层次旅游消费需求。

今年以来,我国国内旅游市场呈现加快恢复发展势头,针对旅游业发展出现的新趋势、新特点,《提升计划》适时出台,有利于进一步激发旅游消费潜力,扩大旅游消费规模,推动国内旅游发展实现新突破。

首先,面对国内旅游市场快速复苏,而供给与需求之间存在错位的现象,需要采取相应的措施和手段,加大高品质旅游产品供给,满足旅游市场需求。今年以来,国内旅游发展逐步恢复常态化,从五一和中秋国庆等节假日旅游市场情况来看,国内旅游人数和旅游收入等关键指标均已超过疫情前同期水平。随着旅游市场细分化、旅游消费个性化趋势愈发显著,旅游生产、供给端需要紧跟市场需求变化。

《提升计划》在主要任务中提出,“丰富优质旅游供给”“改善旅游消费

体验”,积极创新旅游产品体系,着力推动研学、银发、冰雪、海洋、邮轮、探险、观星、避暑避寒、城市漫步等旅游新产品的研发,培育智慧旅游沉浸式体验新空间新场景;建立健全质量分级制度,促进品牌消费、品质消费,切实提升游客消费体验;完善旅游标准体系,促进旅游产品升级和服务品质提升。这些基于当前国内旅游发展过程中的难点、痛点和关键点采取的针对性举措,有助于加快促进旅游市场恢复发展与优质供给同频共振和互促发展。

其次,社会发展、技术进步、消费变迁,倒逼传统旅游市场经营主体自我变革,需要通过政策杠杆的撬动作用加快促进旅游市场主体转型升级。长期以来,旅游业内部的部分细分领域,产品性质和类别、服务流程、商业模式已经无法适应新形势、新市场、新需求,导致企业自身的盈利能力不断下降。

《提升计划》提出,“支持经营主体转型升级”,引导旅行社结合行业发展和自身发展定位加快理念、技术、产品、服务和模式创新,因地制宜推进旅行社数字化转型、特色化和品牌化发

展;引导星级饭店创新经营方式,提高服务质量,提升行业形象,打造旅游饭店知名民族品牌;实施旅游企业培育计划,聚焦重点领域和产业链关键环节,分层次培育一批骨干企业和创新企业,不断增强企业竞争力。这些政策手段,有助于推动传统旅游市场经营主体加快转型升级步伐,在旅游业新的发展阶段实现华丽转身。

再次,为旅游企业创造公平的竞争环境和良好的发展环境,需要对部分旅游产业政策进行科学评估、调整。《提升计划》针对旅游产业政策评估和调整主要涉及两个方面:

一是产业政策的时效性,主要针对旅行社服务质量保证金制度。疫情期间,旅行社企业业务减少、收入降低,旅行社企业的数量却不减反增,一定程度上反映出行业的准入门槛需要进行重新评估,并根据评估情况进一步完善旅游服务质量保证金制度,以保证旅行社行业的发展质量。

二是相关限制性政策内容,主要针对旅行社、星级饭店为政府机构、国有企业、金融系统提供服务的相关限制性政策,要求彻底破除历史遗留下来的制度性障碍。

最后,旅游业作为综合性产业,细分门类多、涉及面广,需要强有力的协调机制和政策保障。旅游业的综合性特征,需要政府建立有力的统筹协调机制,采取有效的财政、金融、资源配置等支撑性措施,推动解决旅游业发展中的重点、难点、堵点问题。《提升计划》在保障措施部分,提出建立工作机制、强化政策保障、加强金融支持、强化人才培养、加强数据监测分析、加强安全保障6条具体措施,可以为扩大旅游消费、促进旅游业高质量发展提供有力的政策保障。

当前,旅游已经成为小康社会的标配、美好生活的必备,满足人民日益增长的美好生活需要是国内旅游发展的重要使命。同时,国内旅游是旅游业的基础,对旅游业发展起着“压舱石”的作用。我国旅游业发展正处于关键的转型期,一方面,人民群众旅游需求越来越旺盛,市场规模不断扩大,新需求不断增长;另一方面,旅游市场经营主体转型升级还面临着许多现实困难和挑战,需要政府、社会给予更多的关注和支持。在这一关键时间节点上出台《提升计划》,无疑将对推动国内旅游高质量发展产生重要作用。

科学引导工业旅游高质量发展

□ 杨雪春

推动工业和旅游融合发展 and 高质量发展,应进一步发挥国家工业旅游示范基地的示范带动效应,继续扩大品牌影响力,科学引导全国工业旅游产品高品质建设、规范化发展

近日,文化和旅游部推出新一批69家国家工业旅游示范基地。至此,国家工业旅游示范基地(含国家工业遗产旅游基地)总数达到142家,产业门类涉及能源、钢铁、食品、工美/生活用品、生物医药和通用专用设备制造等。随着这一国家级品牌的社会认可度和影响力逐步提升,工业旅游发展逐步从数量增长迈入高质量发展新阶段,需要进一步强化引导,不断优化这一“国字号”旅游产品供给结构,推动工业和旅游融合发展不断走深走实。

发展工业旅游意义重大。发展工业旅游,可以让大众近距离感受大国工业文明,是贯彻落实党的二十大精神关于推动现代服务业同先进制造业深度融合有关部署的生动实践,是推动产业升级、激发旅游消费、传播工业文化、展现中国式现代化成果的重要方式。

发展工业旅游是推动产业升级的重要抓手。工业旅游是工业和旅游业发展到一定阶段的产物,是已有生产要素和产业资源的有机结合,更是工业企业将无形资产转变为有形资产的一种有效途径。一些工业遗产遗存、高新技术、生产技术等作为新资源,为发展工业旅游提供了优良基因。工业和旅游通过产业联动、链条延伸、内部重组等途径,打破原有产业边界,增进交叉融合,形成工业旅

游发展新业态新模式,可以实现制造业和服务业相互融合与高效协同,推动产业提质增效升级,为制造强国建设和旅游业高质量发展提供有力支撑。发展工业旅游也是资源枯竭型城市转型发展的重要途径,为推进区域经济转型升级、激发城市发展新活力提供了新选择。

发展工业旅游是释放旅游消费潜力的重要举措。随着旅游市场的蓬勃发展和旅游业对经济增长的带动作用持续增强,游客需求多元化、个性化趋势愈发明显。发展工业旅游,让游客走进工厂、走近工业,在满足游客求新、求知需求的同时,可以有效丰富优质旅游产品供给,有力激发旅游消费潜力,增强人民群众获得感、幸福感。从深层意义上说,工业旅游发展,更新了旅游资源观和产品观,有效增加我国这个工业大国的旅游资源基数,极大丰富了旅游资源的内涵,拓展了旅游产品的外延。

发展工业旅游是弘扬工业文化的重要方式。工业文化是工业发展中物质文化、制度文化和精神文化的总和,在工业化进程中衍生、积淀和升华,影响着人们的思维模式、社会行为及价值取向。党的十八大以来,我国实现了从“制造大国”向“制造强国”的历史性跨越。发展工业旅游,让游客在游览过程中,潜移默化地接

受工业文化的洗礼,让普通民众感受中国现代化的伟大实践和辉煌成就,这是传播工业文化、向世界展示中国工业文化自信最直接、最有效的方式之一,对于激发民众的爱国热情和工业自信,增强民族自尊心、自豪感和凝聚力具有重要意义。

工业旅游高质量发展需进一步加强引导。我国工业基础雄厚、工业生产体系完整、工业资源禀赋突出,发展工业旅游条件优越。在相关部门和行业的共同推动下,我国工业旅游形成良好发展态势,以工业为主题的旅游景区景点数量不断涌现,逐渐形成了厂区生产体验、博物馆展示、遗址遗迹观光、创意产业集聚等多种发展模式和产品业态。为贯彻落实制造强国、文化强国、旅游强国发展战略,满足人民日益增长的美好生活需要,推动工业和旅游融合发展 and 高质量发展,应进一步发挥国家工业旅游示范基地的示范带动效应,继续扩大品牌影响力,科学引导全国工业旅游产品高品质建设、规范化发展。

一是扩大产品规模,强化示范引领。持续推进工业旅游示范基地评定工作,通过扩大国家级工业旅游品牌规模体系,以评促建,推动各地深入挖掘工业旅游资源,创新性打造多元化工业旅游产品,提高管理和服务水平。

二是加强宣传推介,扩大品牌影

响。拓展思路、创新方式,统筹主流媒体资源,整合重点新媒体平台,建立媒体矩阵,通过新闻报道、专家解读、专题展示等多种形式,开展国家工业旅游示范基地立体化宣传,全面展现工业和旅游融合发展魅力,进一步扩大工业旅游影响力,不断扩大市场规模,形成良好的头雁效应。

三是加强政策保障,形成发展合力。加强部门间沟通,把引导工业旅游发展纳入工业、文化、旅游等相关领域的产业政策和扶持措施之中。推动相关部门和地方发挥各自职责,整合相关配套政策和资金,合力推进工业旅游发展。推动建立相应的组织协调机制,切实做好工业旅游组织、协调、推进工作。强化质量管理,完善监管机制,建立复核和动态监管机制。

四是完善标准体系,引导规范发展。加强对现有《国家工业旅游示范基地规范与评价》(LB/T067-2017)行业标准实施情况跟踪,及时根据行业反馈,不断优化标准评价指标,推动标准升级,更好发挥标准的引领作用。不断完善工业旅游标准体系,根据不同类型工业旅游产品特色,探索制定不同的工业旅游产品开发标准和工作指南,科学引导工业旅游高标准建设、高质量发展。

(作者单位:中国科学院地理科学与资源研究所)

●贯彻落实《若干措施》推动旅游业高质量发展

实施精品示范工程 推动体旅融合发展

□ 蒋依依 江磊

如何有效释放体育旅游消费潜力,将消费结构从单一旅游向更高层次运动休闲度假等业态升级,实现“流量”变“留量”,助推旅游业高质量发展,关键在于紧跟需求、提升体验,从供给侧持续发力

国务院办公厅近期印发的《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》),从5个方面提出30条措施。在加大优质旅游产品和服务供给方面,《若干措施》提出,实施体育旅游精品示范工程。主要措施包括:推动体育赛事和旅游活动一体谋划、一体开展,结合重大、特色赛事,培育“跟着赛事去旅行”品牌项目,打造一批具有影响力的体育旅游精品线路、赛事和基地。发展冰雪经济,推动冰雪运动、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展,指导加强滑雪旅游度假地建设。这为新时期优化体育旅游产品供给,推动旅游业高质量发展提供了重要的方向指引。

体育和旅游均为幸福产业,体旅融合是满足人民日益增长的美好生活需要的重要载体。发展体育旅游是丰富旅游产品体系、拓展旅游消费空间、促进旅游业转型升级的必然要求,也是盘活体育资源、推动体育产业提质增效的必然选择。

深化体旅融合是促进消费升级的重要手段。随着大众旅游需求的变化,“为一项运动赴一座城”日渐成为旅游消费的新趋势。在需求分层、消费细化、认知多元的背景下,如何有效释放体育旅游消费潜力,将消费结构从单一旅游向更高层次运动休闲度假等业态升级,实现“流量”变“留量”,助推旅游业高质量发展,关键在于紧跟需求、提升体验,从供给侧持续发力。

党中央、国务院高度重视体育与旅游协同发展,大力促进体育与旅游深度融合。2023年7月,中共中央政治局召开会议,提出要推动体育休闲、文化旅游等服务消费。在一系列政策引导和支持下,当前我国已经初步形成了包括“国家体育旅游示范区”“国家体育旅游示范基地”“国家级滑雪旅游度假地”等结构合理、类别丰富的体育旅游精品示范项目“国家队”,成为体育旅游创新发展的重要动力源。

未来,各地应进一步加强以体促旅、借赛兴游,坚持消费引领,强化特色示范,以推动体育旅游供给优化为抓手,立足当地差异化的旅游资源和体育特色,打造和创建一批有影响力的体育旅游项目,为旅游与体育产业高质量发展注入新动力。

一是重点打造赛事旅游品牌项目,延伸旅游消费场景。近年来,从北京冬奥会、杭州亚运会、成都大运会等重大赛事相继举办,到贵州“村BA”“村超”等乡村本土赛事火热出圈,不断吸引着游客前往观赛、消费打卡。赛事举办地成为热门旅游目的地,促进了当地景区客流量的增长,拉动了当地餐饮、住宿等旅游消费的增加,赛事举办创造出巨大的旅游附加价值。这也要求各地政府凝聚打造赛事旅游精品项目发展共识,做好部门协同、政策协同、规划协同和监管协同,形成发展合力。

一方面,立足区域经济社会基础,积极申办多层次、多样化的体育赛事,利用赛事“催化”效应,完善

赛事旅游产业链,塑造目的地赛事旅游品牌形象。另一方面,以赛事结合地方自然环境、历史人文等因素为基础,融入地方民族民俗、文化遗产等要素,打造本土特色赛事名片,与本地区旅游产业建立共生关系,激发品牌塑造、生态保护、跨界融合、资金来源、人员就业等方面的活力,实现价值场景互通利用。

二是创新发展冰雪旅游品质项目,升级旅游消费体验。北京2022年冬奥会的成功举办,推动我国冰雪旅游发展驶上快车道,冰雪旅游成为冰雪经济的核心引擎和冰雪产业高质量发展需求侧的“原动力”。2022至2023年,文化和旅游部联合国家体育总局共同评定和发布了两批共19家国家级滑雪旅游度假地,实现了滑雪场向度假地跨越式发展,提升了冰雪旅游产品供给品质。近期,吉林省立足地区冰雪等优势旅游资源,发布了《吉林省旅游万亿级攻坚行动方案(2023—2025年)》,部署包括“冰雪丝路”创新先导区建设在内的16项重点行动。

公开信息显示,截至2021年10月,我国冰雪运动参与人数已达3.46亿,我国已经成为全球最大的滑雪旅游客源市场,并将进入规模化发展的平稳增长期,冰雪旅游方兴未艾。在国家相关冰雪产业发展政策的引导支持下,在冰雪旅游市场需求日益增长的形势下,各地政府应抢抓政策机遇,创新发展冰雪旅游业态,提升游客冬季旅游体验。

一方面,深度挖掘滑雪、滑冰、冰灯雪雕等地方传统冰雪项目文化内涵,精心谋划冰雪赛事、冰雪博览会等节事活动,特别是高标准打造体验式、沉浸式冰雪文化演艺产品等。另一方面,鼓励建设集冰雪旅游、冰雪竞技、冰雪装备、冰雪休闲、冰雪研学等于一体的高品质滑雪旅游度假地,充分发挥产业聚集效应和空间溢出效应。

三是拓展提质户外休闲场景空间,夯实旅游消费基础。从露营、骑行、飞盘到城市漫游,户外休闲已成为大众时尚、健康的生活方式,吸引着越来越多的人参与,感受自然之美、运动之趣。然而,自然资源向户外运动开放不够、户外休闲空间优质供给不足等仍是制约人们美好生活需要有效满足的现实障碍。

2022年10月,国家体育总局、自然资源部、文化和旅游部等部门联合印发的《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》提出,要推进户外运动与旅游深度融合,以徒步、骑行、汽车自驾、航空运动等项目串联景区景点、度假区。因此,各地在旅游开发过程中要牢固树立主客共享发展观念,推动旅游休闲扩容提质。一方面,完善户外休闲旅游公共基础设施建设,引导体育公园、体育旅游景区等核心供给空间建设。另一方面,在旅游景区、休闲街区、度假区等项目建设过程中,加强与运动项目协会或组织的深度合作,注入场景化大众运动体验内容。

(作者单位:北京体育大学体育休闲与旅游学院)

声音

“在品质特色上下功夫、在文化内容上做文章,风格各异的民宿才能给游客留下难忘的记忆”

——一段时间以来,消费者对民宿服务等方面的投诉有所增加。对此,《北京日报》发表评论指出,任何一个行业的发展成熟,都难免遭遇“成长的烦恼”,都需要强化监管与引导。对于民宿而言,最基本的是明确规范,严格落实准入门槛与行业规则,让多样风格的民宿都拥有“标准线”以上的服务。同样重要的是,延伸服务触角,创新治理方式,为民宿发展提供更多针对性支持和帮助。事实反复证明,唯有深挖当地生态、文化资源,让民宿融入当地整体环境的发展之路,才是最长远。

“对于大量存在于野外的造像石刻文物,还需要相关部门多一些争分夺秒的紧迫感,出台一些特殊措施,确保文物安全无虞”

——近日,四川巴中市南江县一处开凿于北魏晚期、距今1400多年的摩崖造像,被当地村民用颜料涂抹“毁容”。对此,《新京报》发表评论指出,南江县的摩崖造像“毁容”事件并非孤例。一再发生的文物损毁事件提醒,对于尚未完成认定,特别是位于荒郊野外、易于人为破坏的文物,是否可以有更加细致的方案加强保护?比如,进一步优化流程,加速保护单位认定,抑或明确文物认定完成之前具体的责任部门、保护标准和财政支持。

(本版编辑 龚立仁 整理)

老字号要靠品质 服务赢得消费者

近日,商务部联合相关部门公布了中华老字号复核结果,将长期经营不善,甚至已经破产、倒闭的55个品牌,移出中华老字号名录。对此,有媒体发表评论指出,老字号不仅可以满足情感需求,也在促消费扩内需中发挥着重要作用。世上没有天生的老字号,只有坚持长期主义,靠商品质量、服务质量赢得消费者,才可能渐渐在公众的口碑中成长为老店。只有对标先进理念、深挖文化底蕴、坚持守正创新,老字号才能焕发出新的光彩。

视觉中国 供图

