

时评

以智慧旅游创新发展加快培育新质生产力

□ 宋洋洋

应深入挖掘并充分利用现有的文化和旅游资源，着力在创新产品供给与满足公众需求上下功夫，融入新科技，拓展新业态，以“新”引领潮流，以“智”塑造体验，促进数字经济和旅游业深度融合，发展新质生产力

近日，文化和旅游部等五部门联合印发《智慧旅游创新发展行动计划》（以下简称《行动计划》），旨在贯彻落实党的二十大精神及相关文件精神，促进数字经济和旅游业深度融合，加快推动以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游创新发展。

随着社会经济发展和经济转型，人民群众的文化和旅游消费需求正在从传统的景点观光向休闲度假、深度体验转变。这一转变不仅揭示了文旅场景在想象和创新方面的无限潜力，也为利用这些场景驱动技术革新、模式创新以及业态创新提供了机遇。为响应这一时代呼声，业界应深入挖掘并充分利用现有的文化和旅游资源，着力在创新产品供给与满足公众需求上下功夫，融入新科技，拓展新业态，以“新”引领潮流，以“智”塑造体验，促进数字经济和旅游业深度融合，发展新质生产力。

一是推动数字技术在旅游业的全方位应用。《行动计划》准确把握了数字经济时代下旅游业的新要求和趋势，提出促进数字经济和旅游业深度融合的多项重点任务，从基础设施、管理水平、宣传推广、产品供给，到旅游创新产业链的构建延伸，旨在通过数字技术的整合与应用，释放旅游消费潜力、推动旅游业高质量发展，为数字经济和旅游业深度融合指明了方向、提供了路径，进一步增强了旅游产业的综合竞争力和可持续发展能力。具体来看：

聚焦国家战略。《行动计划》深入贯彻落实党的二十大精神，积极参与

塑造新质生产力，是实施国家文化数字化战略、加快新发展格局构建的具体行动，是推动旅游业高质量发展和数字中国建设的重要实践。

发力产业转型。《行动计划》深化数字技术在旅游领域的应用，从旅游生产方式、供给方式、服务方式和管理模式等方面作出任务部署，旨在提升旅游业数字化、智能化、个性化发展水平，增强产业整体竞争力和可持续发展能力，积极回应当前智慧旅游发展新需求。

提升服务体验。《行动计划》坚持以人民为中心，以满足人民群众旅游需求为导向，从完善旅游基础设施、提升旅游服务到推进智慧景区、智慧城市建设，为游客提供更加安全、便利、舒适的全方位旅游体验，更好满足游客多样化、个性化的旅游需求。

加强技术导向。《行动计划》强调数字技术应为旅游业带来诸多益处以及进一步提升旅游数据利用率和产出效益，并对数据的安全监管水平提出了更高的要求。

二是培育壮大智慧旅游经济生态。《行动计划》针对智慧旅游创新发展明确目标、立方向、抓实施，为智慧旅游提供了明确的行动方向和可衡量的标准，有利于各方面资源的有效整合和目标的顺利实现，从根本上反映了数字化转型在现代旅游业发展中的重要性。这种转型不仅仅局限于提高旅游服务的效率和便捷性，更重要的是通过高质量旅游供给，满足并引领现代旅游消费者的需求和期望。

《行动计划》重点从两方面对智慧旅游创新发展进行指引和具体工作部署。一方面，智慧旅游创新发展要从旅游供需两端齐发力，以数字技术高效连接旅游供给和需求，培育和扩大新消费市场，为大众提供安全、便利和舒适的智慧旅游服务和体验。《行动计划》提出了完善旅游基础设施建设、丰富智慧旅游产品和内容等多方面要求，通过数字技术对旅游业的放大、叠加、倍增作用，以高质量供给精准匹配当前旅游消费需求；另一方面，为加深数字经济和旅游业融合发展，《行动计划》着眼于数字技术对旅游业的转型提质升级，在数字技术加持下持续扩大智慧旅游经济规模，推动智慧旅游创新产业链深度融合，从行业营销到业态培育乃至整个行业体系的构建，对旅游业发展提出了更高的要求。《行动计划》不仅提出要在营销方式上进行创新，例如，探索建立全流程可管控可优化的智慧旅游营销新范式，也强调要在业态培育上下功夫，如打造沉浸式体验新空间，培育智能导览等新的业态发展，更明确要在整个行业体系的构建中，统筹旅游业与地方经济、文化、生态等方面的平衡与协调，确保旅游业的可持续发展。

三是提升旅游智慧化水平的八项重点任务。八项重点任务细致化呈现了《行动计划》对智慧旅游创新发展部署的全面性和实操性，涵盖从基础设施建设到服务效能提升，再到管理水平和营销效能的全方位提质，以及产品业态培育和人才培养等多个方面。

《行动计划》强调改造升级旅游基础设施，包括景区内部的智能化设备和服务平台，以及5G技术在旅游领域的应用，提升行业整体网络化、智能化、协同化水平；推动智慧旅游服务平台提升运营效能，通过政府与市场合作，引入云计算、AI大模型等新技术，提升旅游服务的智能化和个性化；加强旅游管理水平，运用大数据等技术提高监管效率和应急响应能力；增强旅游营销推广，通过引入新媒体和加强内容生产，提高旅游营销的效果和创新性；培育新兴产品业态，鼓励企业发挥市场经营主体作用，扩大智慧旅游供给，推动产学研合作，创新智慧旅游产品；注重旅游数据的应用和安全，提升大数据辅助决策与监管的实际效能，加强旅游数据开发利用和安全生产工作；促进旅游数字化转型提升，包括旅游城市和景区智慧化建设，以及“上云用数赋智”项目的推进，构建高效、智能、互联的旅游新生态；加强智慧旅游人才的培养，引育旅游与数字技术融合的专业人才，完善人才要素保障。

总之，《行动计划》具有较强的指导性、实践性和前瞻性，为我国旅游业数字化转型和高质量发展提供了明确的路径和方法论。在实施过程中，应注重多部门协同合作，加强技术创新与传承相结合以及持续的行业监测和评估，确保各项任务能够落到实处、实现预期目标。

（作者为中国人民大学创意产业技术研究院副院长、文化品牌评测技术文旅部重点实验室副主任）

假日旅游市场稳步增长 国内国际双循环相互促进

□ 何琼峰 戴慧慧

如何进一步发挥超大规模市场优势，推动国内旅游质的有效提升和量的合理增长以及国内国际双循环相互促进，是推动假日和全年旅游经济高质量发展的重点任务

今年五一假期，旅游市场延续从元旦、春节到清明假期的增长趋势。据文化和旅游部官网数据，5天假期，全国国内旅游出游人次和游客出游总花费同比分别增长7.6%和12.7%，按可比口径较2019年同比分别增长28.2%和13.5%，两项核心指标均创下历史新高。

将各省区市旅游人数与主要经济社指标进行关联性分析，可以发现旅游与人口规模高度相关，与人均GDP、人均可支配收入相关度较弱。这充分说明旅游已经成为不同经济状况居民的共同生活方式和量的合理增长以及国内国际双循环相互促进，是推动假日和全年旅游经济高质量发展的重点任务。总体来看，今年五一假期旅游市场呈现以下主要特征：

一是旅游目的地从集聚转向均衡发展，结构性变化正在显现。从北上广深等大城市到中小城市和县城中心城镇，广大城乡已经成为大众共享的美好生活新空间。常住人口数量较多、经济发展水平较高的地区，特别是长三角、珠三角、京津冀、长江中游、成渝、关中、中原等城市群依然是重要的旅游客源地、集散地和目的地。

二是客源市场持续繁荣发展。据监测显示，广东、山东、江苏、河南、四川、河北、湖北、浙江、安徽和湖南等省份游客接待量居前，前十名省份游客接待量在全国游客总接待量中占比由去年的61.9%下降为58.7%，接待量靠前的省份与去年相比变化率为10%，表明区域旅游集聚正在走向均衡。

三是从城市维度看，结构性变化特征较为明显。重庆、北京、广州、上海、深圳、成都、武汉、西安、杭州和天津等城市游客接待量较大，接待了全国17.2%的国内游客，接待量前20的城市与去年相比变化率为25%。正定、洛阳、台州、柳州、潮州、烟台、泉州、延吉、南通、茂名等特色产业热度增长相对明显，城市接待量和排序水平都有所提升。

四是假日旅游客源核心圈层特征鲜明，跨区域旅游市场合作潜力巨大。五一假期，各省级旅游目的地的旅游客源圈层结构突出。相关数据显示，各地外省游客呈现6:2:2的结构比例特征，即60%左右的客源集中在5个省份，20%客源来自其余5个省份，剩余20%省份客源仅占总体的20%。

五是城市维度看，省外城市遵循5:2:3的结构，50%左右的客源集中在20个城市，70%左右的客源集中在50个城市，剩余30%则分散在其他300余个地级市。各主要经济区

旅游客源市场因相同文化、兴趣、爱好而形成的圈层结构特征明显，主要经济区内旅游客流占到总体接待量80%左右，邻近省份的客源相似度也接近八成，客源相互竞争激烈，各区域的主要客源城市又具有鲜明的独特性。

因此，聚焦省内基础市场、拓展省外重点客源市场（前10个省份、前50个城市）、储备中长线潜力市场，用好客源市场共建共享、资源产品互补联动等一盘棋建设理念，跨区域旅游市场合作潜力巨大。

三是假日入出境旅游从复苏走向繁荣，推动国内国际双循环迈上新台阶。在签证、通关、支付便利化等利好政策推动下，国际和港澳台旅游供应链进入全面恢复新阶段，入出境旅游从复苏走向繁荣。五一假期，入出境旅游市场同样呈现圈层结构特征，韩国、日本、英国、美国、澳大利亚、缅甸、泰国、马来西亚、俄罗斯、新加坡等客源国占入境外国游客的近六成，赴亚洲、欧洲和美洲的游客分别占出境游客的61.8%、15.4%和13.1%。与国内市场相比，海外旅游客源市场受政策影响变动较大。深刻把握习近平主席提出的构建人类命运共同体理念，应加强欧盟、东盟、东亚、东北亚、非洲、拉美和中东国家等客源地和目的地的国别研究，推动我国入出境旅游市场持续繁荣发展。

四是摸清并瞄准国内外旅游圈层市场，向新质生产力要旅游发展新动能。新质生产力是充分响应超大规模市场需求的先进生产力。针对假日旅游时段集中、游客集中、消费集中、承载集中、压力集中等特征，要充分利用旅游大数据和人工智能等先进技术摸清客源市场，提升智慧旅游的现代化服务和治理能力。

无论是国内旅游还是入出境旅游，均要对客源圈层和客流特征进行深入分析。各地应瞄准本省、本市客源市场的重点国家、省份和城市，进而在国际和国内营销推广活动中有的放矢，围绕目的地客流行为引导开展精准营销和智能服务，特别是瞄准在重要旅游时间节点和旅游客流集聚点，加强视频监控、流量统计、信息分析、预警预报、应急指挥等工作，以保障假日旅游安全有序运行。

作者单位：中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）

来论

“一次购票终身游”创新举措值得推广

□ 张忠德

“一次购票终身游”这一创新举措不仅可以突破传统门票依赖的局限，还能够推动游客从“过路游”到“过夜游”再到“反复游”的转变，为旅游业可持续发展注入新的活力

刚刚过去的五一假期，新疆吐鲁番人气爆棚，成为热门旅游目的地。这背后得益于吐鲁番推出的“一次购票终身游”举措。

5月1日起，吐鲁番市各A级景区执行首次实名门票、终身免门票措施。无论疆内外的游客，在景区购买一次门票且同意在购票系统中留存个人信息，今后就可以凭身份证免费进入该景区，且终身有效。

这一创新举措不仅可以突破传统门票依赖的局限，还能够推动游客从“过路游”到“过夜游”再到“反复游”的转变，为旅游业可持续发展注入新的活力。

吐鲁番市作为古丝绸之路上的重镇，文化和旅游一直是其重要的支柱产业。长期以来，门票依赖成为制约当地

旅游产业发展的因素。一些景区为争夺客源，往往采取“门票价格战”方式，这无疑会影响旅游产业的健康发展。在此背景下，吐鲁番市文旅部门经过深入调研和广泛征求意见，大胆推出了“一次购票终身游”政策，为游客提供了更加便捷、实惠的旅游体验。

“一次购票终身游”，可以让游客以较低的成本享受到更多的旅游体验。这一举措的实施，有效降低了游客的旅游成本，可以让游客更好地体验吐鲁番的丰富旅游资源，从而提高游客的满意度和忠诚度。

而对于吐鲁番市旅游产业发展而言，实施“一次购票终身游”举措更具现实意义。一方面，它打破了门票依赖的固有模式，让景区能够更加专注于提升服务质量和旅游体验，从而吸引更多游

客前来游玩。另一方面，有助于推动游客从“过路游”向“过夜游”和“反复游”转变，从而拉长旅游产业链，促进住宿、餐饮、购物等消费增长，同时也有助于提升当地的整体旅游形象，增强其在国内外旅游市场的竞争力。

当然，“一次购票终身游”并非一劳永逸的解决方案。要留住游客，还需要在丰富旅游产品、打造旅游线路、推动差异化经营上下功夫。吐鲁番在这方面已经作出了积极的尝试。例如，葡萄沟景区推出婚礼巡演、歌舞互动、街舞快闪、吃桑葚比赛等一系列配套活动。这些活动不仅可以丰富游客的旅游体验，也有助于提升景区的知名度和美誉度。

“一次购票终身游”举措的实施，为全国旅游业界提供了有益的启示。

首先，旅游产业发展需要不断创新和突破。传统的门票依赖模式已经难以适应现代旅游市场需求，只有不断创新，才能推动旅游产业的持续健康发展。

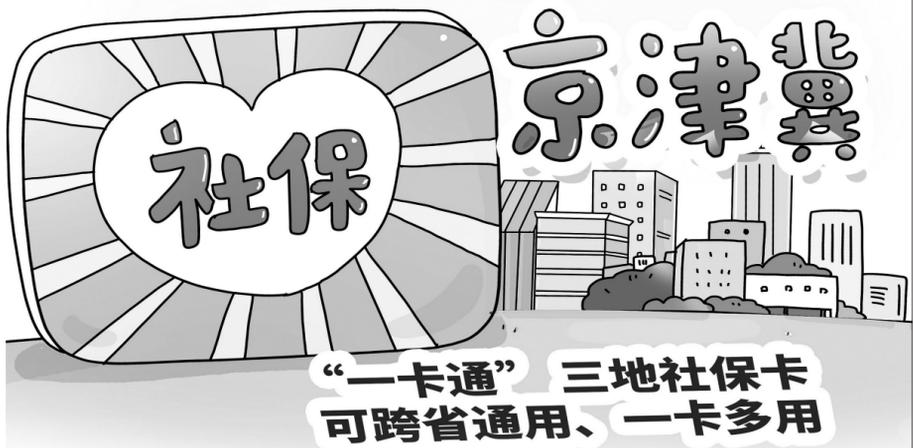
其次，旅游产业发展需要注重游客的体验和需求。游客是旅游产业的主体，只有充分满足游客的需求，才能赢得游客的认可和信赖。此外，旅游产业发展需要注重区域合作和协同发展。

可以说，“一次购票终身游”举措是个妙招，为旅游行业创新发展提供了新的思路。期待更多地区能够借鉴吐鲁番的成功经验，推出更多具有创新性和针对性的发展举措，推动旅游产业持续健康发展，也希望广大游客能够积极参与旅游活动，享受旅游带来的快乐。

京津冀社保卡跨省通用 193家景区“一卡通游”

近日，京津冀三地联合发布京津冀社保卡“一卡通”应用场景，推进三地社保卡跨省通用、一卡多用、线上线下场景融合发展。京津冀社保卡“一卡通”应用场景涉及交通出行、旅游观光、文化体验、医疗卫生等多个领域。三地居民持社保卡可在三地享受22项人社服务事项“一卡通办”、3000余条交通线路“一卡通乘”以及193家旅游景区“一卡通游”“一卡通结”等跨区域便利服务。

视觉中国 供图



“一卡通”三地社保卡 可跨省通用、一卡多用

声音

“让自然景观‘轮休’，既不负游客期待，又有效保护环境，不失为两全之策”

——安徽黄山市徽州区西溪南村日前发布公告，将于今年5月至8月期间封闭部分游览线路，让村里的枫杨林进行“轮休”。对此，《人民日报》发表评论指出，游客随增带来的环境压力，是西溪南村“轮休”枫杨林的直接原因。依托原生态的自然环境，西溪南村在竞争日益激烈的旅游市场中，开辟出一条符合自身特点的发展道路。西溪南村的实践启示我们，护好绿水青山，才能做大金山银山。立足长远，尊重自然、顺应自然、保护自然，就能走出一条人与自然和谐共生的可持续发展之路。

“景区该做的是找到满足游客需求与进行生态保护之间的平衡点”

——近期贵州一景点门票高达9999元的消息引发网友广泛关注。对此，《北京青年报》发表评论指出，景区要限人，收取“天价门票”并非最有效

的办法。比如，如果需要严格限流，景区可以采取预约、摇号等方法，而不是定高价，可以将价格降到更亲民、更合理的区间。既然面向游客收费开放，就要更好体现其公共资源的属性，采取免费或低收费的模式开放，收取对游客来说性价比太低的“天价门票”，这样的“限流”模式，就不免给人景区在借“限流”牟利的观感。

“要拟定规范标准，打好‘安全牌’，确保旅客与宠物两相宜”

——近日，携带宠物上高铁的话题在网上引发热议。对此，《河南日报》发表评论指出，很多人在商务出差或外出旅游时，会遇到宠物寄养问题。高铁以载客为主，在旅游高峰期，部分热门线路“一票难求”，因此“宠物上高铁”遇到的最大难题，就是如何平衡人与宠物的载运量。此外，高铁客流量较大，车厢又是密闭空间，需要避免宠物打扰旅客、疾病传染、造成旅客受伤等情况。所以，采取宠物跟随主人一起还是推行人畜分离模式，另外设置宠物车厢，也需要考虑清楚。

(本版编辑 龚立仁 整理)