

●学深悟透总书记重要指示 贯彻落实全国旅发大会精神

坚持“三个原则” 以创新驱动新时代旅游业发展

□ 唐晓云

习近平总书记的重要指示为新时代加快建设人民群众更加满意、具有鲜明中国特色和强大国际竞争能力的旅游强国提供了根本遵循。“坚持守正创新”关键是要以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领,“坚持提质增效”关键是要以新质生产力完善现代旅游业体系,“坚持融合发展”关键是要推进文化和旅游深度融合发展

近日召开的全国旅游发展大会传达了习近平总书记对加快建设旅游强国、推动旅游业高质量发展作出的重要指示。习近平总书记强调,“新时代新征程,旅游发展面临新机遇新挑战”,“要以新时代中国特色社会主义思想为指导,完整准确全面贯彻新发展理念,坚持守正创新、提质增效、融合发展”。习近平总书记的重要指示为新时代加快建设人民群众更加满意、具有鲜明中国特色和强大国际竞争能力的旅游强国提供了根本遵循。

“坚持守正创新”关键是要以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领,“坚持守正创新”是习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论以及贯穿其中的立场观点方法。习近平总书记指出,“我们的实践创新必须建立在历史发展规律之上,必须行进在历史正确方向之上”。

“守正”,就是要实事求是,坚持正确的政治方向。就旅游发展而言,“守正”就是以习近平文化思想为引领,立足于社会发展和旅游业发展的客观规律,科学研判旅游业从大众旅游初级阶段向大众旅游全面发展转型的客观实际,坚持旅游为民,走独具特色的中国旅游发展之路。以创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,解决旅游发展动力、发展不平衡、可持续发展、国内国际两个市场以及旅游发展的公平正义等问题,将旅游业培育成为新兴的战略性支柱产业

产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。

“创新”是旅游发展的关键动能。与传统生产力形成鲜明对比,新质生产力是对创新起主导作用、摆脱传统经济增长方式和生产力发展路径的先进生产力,具有高科技、高效能、高质量特征。旅游业综合性强、市场化程度深,建设现代旅游业体系、推进旅游业高质量发展,需要更多具有强大竞争力和社会影响力的旅游市场主体,需要更多富有创新意识和负责任的企业家的创新实践。

当前,我国旅游消费需求呈现出品质化、个性化、多样化特征,需要建立面向市场的国家旅游创新体系,形成以旅游企业为主体的创新力量,更好面向市场需求开展制度、科技、管理、产品和服务、商业模式等系列创新,更好满足人民群众高品质、多样化的旅游服务需求,并解决好旅游发展不平衡不充分等问题。

“坚持提质增效”关键是要以新质生产力完善现代旅游业体系。提质增效是全要素生产率提高的结果,提高全要素生产率主要包括提高技术效率和要素配置效率两个方面。习近平总书记指出,科技创新能够催生新产业、新模式、新动能,是发展新质生产力的核心要素。

当前,我国旅游业的科技投入和创新实力整体水平仍相对较低,从近年来旅游上市公司的年报看,旅游企业的研发经费占营业总成本的比例不

足1%。提高旅游业全要素生产率,不仅需要用好资本、劳动力等经典生产要素,也需要将科技、数据等新生产要素全面融入旅游生产、分配、交换、消费全过程,以科技、艺术创新催生旅游发展新产品、新业态、新模式、新管理模式、新治理体系,提升旅游发展质量和效率,提升旅游业现代化水平。

当前,我国旅游经济正加速进入景气周期,需要警惕持续增长的消费需求 and 长尾市场可能掩盖产业效率低的发展短板,更需要在产业全面恢复和转型发展过程中及时注入科技力量和创新动能。

科技、数据等新要素赋能旅游产业发展,可链接供需、创造需求、改善供给、提升治理、提升体验,提高旅游企业生产效率和旅游治理效率。例如,中国国家博物馆举办的“华彩万象——石窟艺术沉浸体验”是石窟艺术活化的具体举措,打开了石窟艺术全新的解析和观赏视角,在技术和感知层面突破了传统不可移动文物展示的基础模式,让石窟艺术得到全新演绎。今年五一假期,全国首批42家智慧旅游沉浸式体验新空间吸引了超过430万人次消费,杭州、苏州、天水、敦煌等地智慧旅游平台有效提升了管理效率。

“坚持融合发展”关键是要推进文化和旅游深度融合发展。“以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”,这是党的二十大对繁荣

发展文化事业和文化产业作出的重要部署。随着文化和旅游融合发展深度推进,文旅融合路径已经从理念共识成为产业实践,中华优秀传统文化、红色文化、社会主义先进文化及特色地域文化与旅游项目的深度融合,为旅游业发展持续注入活力。

“读万卷书,行万里路”正在成为老百姓重要的旅游方式。2023年,博物馆旅游热度持续高位运行,全国博物馆接待观众12.9亿人次,热门博物馆常常一票难求。红色之旅、非遗之旅、美食之旅、研学之旅、艺术之旅等受游客喜爱,游客行程中的文化活动的增加,跟着音乐去旅游、乘着高铁去打卡等成为不少年轻游客的生活日常。

从淄博烧烤、贵州榕江的“村超”到哈尔滨冻梨咖啡、天水麻辣烫,网红城市不断涌现,这些都是文化融入旅游发展的鲜活表现,拓展了旅游市场广度和旅游产品厚度,促进了经济社会发展。

“坚持融合发展”还需要多维度积极推进“旅游+”“+旅游”。产业层面上,要积极促进旅游与体育、教育、农业、康养、商贸、工业、文创等不同领域的多元融合;空间层面上,要推进从景区到街区、社区、商圈主客共享的空间融合;发展主体方面,则要推进多部门、多主体、社会化参与,形成一致性政策推进、全社会主动参与的融合发展格局。

(作者为中国旅游研究院副院长)

来论

莫让“集章打卡”旅游变了味儿

□ 何勇

遏制“集章打卡”旅游变味异化跑偏趋势,关键是要重新审视并优化其定位和方式,加强规范引导,注重文化性、差异性

据《北京青年报》报道,为留下“到此一游”的印记,让旅游更具仪式感和纪念意义,大众游玩打卡的方式不再拘泥于自拍大头照,而是呈现出越来越多的花样。除了品特色美食、穿特色服饰,还有盖特色印章。每到一城市或者景点就盖一个专属的印章,这不仅增强了旅游的体验感,也让集章成为另一种意义上的纪念。

然而,值得注意的是,同质化、流于形式、活动本末倒置甚至还有可能被捆绑消费等问题,却让盖章旅游逐渐变了味。

近年来,“集章打卡”作为一种新兴的旅游体验方式因其具备较强趣味性、收集性、社交分享性和体验感受

到年轻游客的青睐。有平台数据显示,在相关的热门旅游关键词中,“盖章”位列榜单第二,其关注度仅次于自驾游。

设计“集章打卡”旅游的初衷是鼓励人们深入旅游目的地,通过一个个精心设计的印章,静下心来记录走过的每一处风景,了解背后的故事,真正实现触摸历史、品读文化的目的。这样的旅游体验,不仅是对旅行记忆的实体化留存,也有利于游客深入了解当地文化,让人们认识和尊重文化差异性和多样性。

然而,随着“集章打卡”旅游热度越来越高,却呈现出变味异化跑偏的苗头,让具有纪念意义的体验感受变

差,削弱了旅游的文化意义。

一些地方为吸引游客,盲目增设盖章点,使得“集章打卡”失去了地域特色和文化内涵。一些商家将提供盖章服务当成营销引流的工具,印章缺少设计感和创新性,同质化现象严重;有的商家为追逐经济利益,配合一些盲目跟风的游客,玩起在一家店就能盖到所有景点印章的把戏,可以一次性完成集章,使得“集章打卡”旅游流于形式,变成了为盖章而盖章。更有甚者将“集章打卡”与消费挂钩,游客提供消费记录才允许盖章,让旅游乐趣变成了一种负担。

让“集章打卡”回归旅游本质和初心,遏制其变味异化跑偏趋势,关键

是要重新审视并优化其定位和方式,引导游客注重文化性、差异性。

首先,要增强文化性。优化“集章打卡”旅游盖章点,减少缺乏文化内涵的盖章点,精选具有代表性和文化价值的盖章点,确保每一枚印章的背后都能讲述一个故事、传递一份情感,让游客通过“集章打卡”的过程感受旅游目的地深厚的文化底蕴。

其次,要走差异化之路。既要引导印章设计增强创新性、个性化,避免印章都长得一个样,又要鼓励创新设计“集章打卡”活动内容。例如,可以结合AR技术、互动游戏等,提升“集章打卡”活动的趣味性、参与感和体验感。

再次,要避免过度商业化。相关部门应当严格规范“盖章打卡”服务,不将“盖章打卡”与消费捆绑,免费盖章应是基本原则。最后,要倡导理性健康理念。引导游客选择慢旅游和深度游,少一点为盖章而盖章的“打卡至上”的形式主义。

观察

从“观影”到“入戏” 推动影视与旅游深度融合

□ 季春芳

近期,电视剧《我的阿勒泰》热播,引发了一波到新疆阿勒泰的旅游热潮。影视剧取景地转化为影视旅游目的地现象,见之于多部影视剧的传播过程。例如,《去有风的地方》《山海情》《飞驰人生》等影视剧走红,使云南大理、宁夏闽宁、新疆巴音布鲁克等取景地获得了高度关注,并成功转化为旅游客流。越来越多的游客希望主动参与、亲身体验影视带来的全新感受,从屏幕前的“观影”,直接走向沉浸式的“入戏”。如何进一步促进“影视+旅游”融合发展,为旅游发展注入更多动力与活力,值得业界深入思考。

一是顺势而为,接住“泼天富贵”。新媒体时代,“超级流量”在某种程度上与“泼天富贵”有着紧密联系。影视剧的出圈,让取景地的自然风光和风土人情更加直观地走入观众视野,增强了旅游目的地的传播力度。

实践证明,影视传播是旅游业跨越式发展的助推器。马蜂窝旅行网与中国旅游研究院联合发布的《全球旅游目的地分析报告》显示,综艺、影视剧、动画取景地是影响中国游客出行的第二大动机,24.5%的游客表示,会在观看某部影视作品或综艺节目后,对一个从未关注过的目的地动心。另据云南省大理白族自治州文旅部门的统计,在电视剧《去有风的地方》热播的2023年春节假期,大理共接待游客423.93万人次,市场整体呈现“人山人海”“一房难求”的兴旺景象。影视剧的热播,可以向全国乃至全世界展示影视剧取景地的风采和魅力,讲好当地故事,传播当地文化,产生“一部剧带火一座城”的现象级效应,进而实现影视与旅游的“双向奔赴”。

因此,影视剧取景地应顺势而为抓住“流量密码”,有节奏、有重点地形成密集的“流量攻势”,审时度势做好谋划,努力下好“流量”这盘棋。在主流媒体做好宣传推广的同时,影视剧取景地还应充分利用短视频、社交媒体等平台进行广泛推介,借助影视剧的影响力,提升当地的知名度和美誉度。

需要注意的是,“流量”是一把双刃剑,影视剧取景地要在对影视剧甚至是原著深度了解基础上,着力挖掘其背后的文化底蕴,找到影视剧和观众共情的“公约数”,并将其灵活恰当地与当地旅游紧密结合,抓好抓稳影视文化和旅游产业融合的契合点。

二是蓄势而进,抓住发展契机。《我的阿勒泰》上映以来,一直保持着较高热度。同程旅行平台数据显示,该剧播放一周内,“阿勒泰”搜索热度上涨了562%,”新疆”整体搜索热度上涨了323%。“打卡阿勒泰”“去新疆旅行”已经成为不少观众的旅游计划。

影视剧的爆火,为取景地旅游发展提供了重要机遇,也带来了许多挑战。例如,部分影视剧取景地接待服务基础较弱,景区、酒店住宿等在旅游旺季不能满足游客需求;经营主体相对薄弱,尚未形成完善的旅游产业化和规模化市场机制;产品供给相对单一,主要以自然风光为主,缺乏多元化的深度体验项目;交通不够便捷,尽管当地已形成

以公路、铁路和民航为基础的交通网,但外部进入性和内部通达性依然对游客的交通成本和时间成本产生制约。这些因素的叠加,很大程度上影响了影视剧取景地文旅市场的规模化和产业化的高质量转化。

针对上述问题,影视剧取景地旅游产业的参与主体需要共同出谋划策,以全方位、多领域、全过程的合作来破解难题。政府是市场的重要参与者,如果没有政府的积极参与,部分影视剧拍摄地就难以提供公共基础产品,如通电、通水、通信系统、道路交通网络等。同时,政府在规范旅游市场秩序、保障服务品质、营造放心消费环境等方面也发挥着重要作用。企业是重要的经营主体,旅游企业应抓住机会,将影视作品中的旅游场景、旅游目的地形象地通过广泛的销售网络及时传递给游客,并推出既具有本地特色又符合游客需求的旅游产品。居民是当地文化的载体,当地文化来源于人们的生产、生活实践。自然资源如果没有居民的维护,将失去吸引力;文化资源如果没有居民的传承和保护,亦将失去魅力。只有多方主体的通力合作,才能实现影视与旅游的深度融合。

三是聚势而强,力争持续发展。虽然影视作品为取景地旅游发展带来了良好的宣传效果,但是这种宣传通常是有时效性的。影视剧热播期间,有关旅游目的地话题的讨论热度急剧上升。而一旦影视剧带来的热潮退去,旅游热度往往就会随之降温。影视剧取景地如何平衡好“冷热温差”,避免退回至“起点”的尴尬,并保持可持续发展,是需要业界理性面对并妥善解决的客观问题。

因此,影视取景地旅游发展从一开始就要做好长远谋划,积极探索切实可行的路径,努力变“流量”为“增量”,变“流量”为“留量”。以阿勒泰为例,当地吸引游客的除了《我的阿勒泰》剧中植入云端的雪山、郁郁葱葱的森林、成群结队的牛羊等元素之外,在现实宣传推介时应展现更为丰富多元、充盈立体的阿勒泰。在那个治愈人心的祖国北疆,不仅有夏牧场,也有冬牧场;不仅有身旁呼啸而过的狂风,也有灿烂的向日葵;不仅有遗世独立的旖旎风光,也有别具特色的人文风情。此外,还应充分发挥阿勒泰在摄影、滑雪、观鸟、自驾、民族文化等方面的优势,提升增量,盘活存量。

在做好宣传推广的同时,阿勒泰还应进一步提升旅游基础设施和服务水平,加快完善景区酒店、游客服务中心、门票站、停车场、加油站等基础设施,加强对旅游从业人员的培训,提高旅游服务水平。

为推动影视剧拍摄产业化发展,影视剧取景地有关部门可以与文化和旅游、农产品、健康养生等领域合作构建一体化的产业链条,塑造一批知名的旅游IP和文创旅游产品。

总之,影视剧取景地文旅部门要高瞻远瞩,积极将影视剧与当地的资源禀赋、文化积淀和文旅供给体系等有机结合,力争打造长红的旅游目的地。

(作者单位:中国社会科学院当代中国研究所)

声音

“实体书店转型发展的出路在于守正创新。在空间塑造、服务理念、图书品质、创新经营等方面多下功夫、出实招,将有助于实体书店焕发新活力”

——在“一屏万卷”的数字阅读时代,如何让更多读者走进书店、爱上书店?对此,《人民日报》近日发表评论指出,书是书店的“主角”,文化内核是书店的“灵魂”。今天,实体书店正在探索转型突围之路。然而,无论如何创新改变,都要坚守人文精神,不能让“主角”沦为“配角”。只有提升“选品特色”,培厚文化内涵,不断增强独立价值与核心竞争力,实体书店才能更好服务读者,成为读者心中永远的温暖港湾。在推进全民阅读的今天,实体书店大有可为。江苏苏州诚品书店,将现代设计与古典艺术相融,创设新型

文化空间和“一站式”消费综合体,成为热门旅游点和文艺青年聚集地。

“从每个细节处为服务游客考虑,看似‘功夫在诗外’,但其发挥的正外部效应也不可低估,这其实是真正会‘算大账’的表现”

——《经济日报》近日发表题为《免门票是为了“算大账”》的评论指出,有个别地方脑筋没有转过弯来,依然把发展旅游简单等同于门票经济,大门票套小门票,各种巧立名目的收费令消费者防不胜防,甚至有的地方还希望通过门票吃上“躺赢”饭。如今,对门票经济的依赖程度成为衡量某地旅游业发展水平的一个重要标志,往往是旅游业高度发达、服务配套成熟完善的地区,就越不在乎门票收入。

(本版编辑 龚立仁 整理)

引入退出机制 规范直播行为

据报道,今年以来,为维护参观秩序,北京动物园大力气进行直播治理,规范直播行为,不仅划定了直播区,还对主播的讲述内容做了规范。北京动物园规定,在大熊猫馆里进行直播的主播必须在公园进行登记备案,目前共有30名主播通过备案。同时,公园建立了退出机制,如发现主播不当行为,经过提示、约谈后仍不改正的,则将被要求退出,进行备案销号处理。

视觉中国 供图