

●学深悟透总书记重要指示 贯彻落实全国旅发大会精神

抓住重点环节 着力完善现代旅游业体系

□ 曾博伟

要清醒地认识到,旅游业并不是单纯的经济产业,而是包含事业属性的产业;不是单纯的社会事业,而是包含一定经济属性的事业。因此,不能简单地套用经济产业和社会事业的一般理论和规律,而应该根据旅游业的特殊属性,深化对现代旅游业的认识

近期,习近平总书记对旅游工作作出重要指示,要求“着力完善现代旅游业体系”。如何准确理解习近平总书记这一要求对于推动旅游业高质量发展 and 加快建设旅游强国具有重要意义。

过去谈到旅游业,多数人容易将其简单等同于旅游产业。笔者认为,习近平总书记重要指示中的“现代旅游业”并非单指“旅游产业”,也并非一般意义上的“旅游事业”,而是“产业”和“事业”的有机结合。只有统筹抓好旅游产业和旅游事业两项工作,才能完善现代旅游业体系。

近现代旅游业发展的历史不长。在此期间,社会各界对旅游业的认识也在不断变化。全球近代旅游业发展的历史可以追溯到1841年,英国人托马斯·库克组织的第一次火车旅游,即将570名旅行者从英国中部的莱斯特送往拉巴夫勒参加禁酒大会。这次活动被公认为世界第一次商业性旅游活动,托马斯·库克也因此被认为“近代旅游之父”。

从中国旅游业发展历史看,20世纪20年代,著名银行家陈光甫在上海商业储蓄银行设立旅行部,1927年又将旅行部从银行业务中分离出来,成立中国旅行社,由此开启了中国近代旅游业的发展。从这个意义上讲,近代旅游业发展的起源来自旅游业成为一项大规模的经营性活动。

随着旅游业的深入发展,旅游行业内外人士愈发认识到,旅游发展是一项系统工程,除了旅游企业“产

业”属性的经营活动之外,游客在旅游过程还需要旅游公共信息咨询、旅游交通保障、旅游应急安全救援、旅游权益保障以及一系列旅游惠民便民服务措施。而此类服务很难完全通过市场化手段提供,这就要求政府从“事业”发展的高度,加强公共资源的投入,这样才能最大限度满足游客的需要。特别是伴随旅游目的地城市在旅游发展中的作用日益凸显,政府发展“旅游事业”的角色也受到社会的广泛关注。

旅游法第三条明确,“国家发展旅游事业,完善旅游公共服务,依法保护旅游者在旅游活动中的权利。”尽管旅游事业包含保障公民旅游权利等方面的内容,但是发展旅游事业更多的工作仍集中在市场经济背景下无法完全依赖市场提供而事关多数利益的公共服务之上。

值得注意的是,与旅游业较为接近的体育和文化领域,其事业和产业发展的事业却是紧密交织在一起的。这就意味着,在把握现代旅游业体系时,既需要将旅游产业和事业进行分别研究,又需要清醒地认识到,旅游业并不是单纯的经济产业,而是包含事业属性的产业;不是单纯的社会事业,而是包含一定经济属性的事业。因此,不能简单地套用经济产业和社会事业的一般理论和规律,而应该根据旅游业的特殊属性,深化对现代旅游业的认识。

完善现代旅游业体系是一项系统工

程,需要抓住重点环节,并着力加以解决。

一要处理好政府和市场的关系。建设社会主义市场经济,既需要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,又需要充分发挥政府的作用。在市场经济背景下,完善现代旅游业体系,更需要把握好政府和市场的关系。

在完善现代旅游业体系的过程中,尊重市场规律,最大限度激发各类旅游市场经营主体的创新活力,依然是发展现代旅游产业的主要任务。一方面,政府需要通过宏观调控、产业引导等手段,促进现代旅游产业发展壮大,这也是政府在其他产业发展中需要履行的职能;另一方面,政府还需要通过促进现代旅游事业发展,为现代旅游业高质量发展提供坚实保障,而这是政府对旅游发展的特殊职责。

二要着重补齐旅游公共服务的短板。旅游公共服务是完善现代旅游事业的主要任务。从旅游体验看,旅游是一种不以获取报酬为目的,在非惯常环境进行的体验活动。游客在非惯常环境的旅游活动,既会接受主要由企业提供的餐饮、住宿、景点参观、购物、娱乐等纯商业化服务,又会接受主要由政府提供的各种旅游公共服务。无论是商业化旅游服务,还是旅游公共服务,这些服务都是游客体验的有机组成部分。

从旅游发展实践看,改革开放以来,我国旅游公共服务大体上经历了一个从无到有的过程。与文化、体育等以公共服务为先发展事业,后发展产业不同,旅游业大体上走了一条

先发展产业,后发展公共服务事业的道路。经过多年演进,各级政府发展旅游业不再仅仅关注其经济目标,也在通过完善旅游公共服务等方式,提高人民群众的旅游满意度。

相较公共文化服务,旅游公共服务的投入远远不足。随着经济社会发达程度的提高以及旅游业发展进入更加成熟的阶段,旅游公共服务应该成为财政增加投入的新领域和加快建设旅游强国的重点任务。

三要加快制定现代旅游产业发展的新政策。一方面,旅游产业综合性强、带动性大,用经济学的术语表述,就是具有很强的正外部性;另一方面,很多旅游项目投资大、回收周期长,很难完全用市场化的方式推动旅游产业发展。

过去许多旅游项目投资需要靠地产投资收益进行平衡,并在实践中形成了“旅游+地产”的产业发展模式。随着房地产行业的深度调整,这一旅游产业投入回报模式已经难以维系。

旅游产业虽然“富民”,但对各级地方财政的贡献远不如工业,这就使得各级政府推动旅游产业发展时信心和动力不足。面对这样的局面,需要我们进一步思考和研究旅游产业发展的特性,统筹现代旅游业体系相关部门的职能,打破思维惯性、突破职能分割,制定符合现代旅游产业发展的规律的政策,走好独具特色的中国旅游发展之路。

(作者系北京联合大学旅游学院教授)

来论

“放心消费险”给游客吃下定心丸

□ 李英锋

“放心消费险”是保障旅游消费者权益的创新举措,有助于擦亮地方旅游品牌,可以在很大程度上化解旅游者的后顾之忧,彰显城市优化旅游环境的诚意

据报道,河南省开封市“放心消费险”项目近日正式启动。“放心消费险”以“让消费者更加满意”为出发点和落脚点,属于综合性、系统性、全面性保险服务项目,覆盖吃、住、行、游、购、娱等多场景,在全国尚属首例。

政府缴保费,旅游者获保障——这是“放心消费险”最大的亮点。“放心消费险”项目由开封市政府、市场监管部门以及保险公司共同打造,由政府财政拨款缴纳保费,消费者是保险受益人。这是一项在全国范围内具有“第一个吃螃蟹”意义的消保措施,具有较强的公益性,充分体现了政府对旅游者权益保护的重视和担当,为消费者兜牢了维权底线,可以说给游

客吃下了一颗“定心丸”。

“放心消费险”覆盖吃、住、行、游、购、娱等多个消费场景,这种保障模式,能够充分保障旅游者的消费权益。旅游者在保险范围内的任何一个消费环节中,出现权益受到侵害的情况,均可向政府主管部门提出投诉,启动理赔程序。

当地通过五项机制保障“放心消费险”项目顺利开展,并明确了理赔时限,定损金额低于1000元(含)的非人伤案件可以实时赔付,定损金额在1000元—5000元(含)的非人伤案件在2个工作日内赔付,定损金额涉及人伤或5000元以上、3万元以下(含)的非人伤案件,处理时限不超过10个

工作日。理赔高效快捷,可以降低旅游者维权门槛和成本,提高维权效率,也将进一步提升旅游者的消费信心和满意度。

“放心消费险”是保障旅游消费者权益的创新举措,有助于擦亮地方旅游品牌,可以在很大程度上化解旅游者的后顾之忧,彰显城市优化旅游环境的诚意。

消费安心和消费信心是市场发展的最大动力。在“放心消费险”的保障下,旅游者的消费热情可以进一步激发出来,而与旅游者消费热情成正相关关系的则是城市旅游市场的信誉度和吸引力,是城市的消费流量、市场潜力、经济活力。同时,“放心消

费险”也有助于提升商家的诚信意识和服务质量,促进市场的良性竞争,构建和谐的消费关系。显然,这是一种多赢的举措。

“放心消费险”的保费由政府财政埋单,政府成为旅游者权益保护的最终兜底者,旅游者则成为只享受保障不付出成本的纯受益人。“放心消费险”为原有的旅游者权益保护措施提供了机制性补充,为旅游者提供了权益保障的增项,织密了旅游者权益保护的责任之网。这一措施契合消费者的维权期待,也符合提振内需、扩大消费的发展需求,具有可行性,值得各地学习借鉴。

当然,“放心消费险”属于事后维权措施。地方政府在推行“放心消费险”的过程中,还要加强对市场的事前、事中治理,严厉打击虚假宣传、制假售假、掺杂使假、缺斤短两、不明码标价等违法行为,高效受理处置旅游者投诉举报,全力消除侵权隐患,化解消费纠纷,营造公平、诚信、健康、安全的消费环境。只有这样,才能让“放心消费险”与前端治理相辅相成,进而取得更好的消费维权效果。

话题汇·发展旅游业新质生产力

有效提高全要素生产率 加快形成旅游业新质生产力

□ 李 萌

今年端午假期,国内旅游市场持续火爆,充分彰显了旅游作为民生产业、幸福产业的功能与效应。当前,各行业都在按照中央部署要求加快培育和发展新质生产力。从现阶段看,做强旅游业经营主体和创新平台载体是发展旅游业新质生产力的关键和重点。

一是充分激发旅游业各类经营主体内生动力和创新活力。经营主体是经济活动的主要参与者、就业机会的主要提供者、技术进步的主要推动者,经营主体活力代表着经济发展活力。

习近平总书记强调,“为各类经营主体投资创业营造良好环境,激发各类经营主体活力”。2023年12月召开的中央经济工作会议提出,不断完善落实“两个毫不动摇”的体制机制,充分激发各类经营主体的内生动力和创新活力。因此,发展旅游业新质生产力要在做强旅游业经营主体上下大工夫。

针对当前我国旅游业科技型领军企业偏少、行业企业对前沿技术应用反应较慢等实际情况,应加快培育一批核心技术能力突出、集成创新能力强的旅游创新型领军企业,大力发展广大旅游中小企业,尤其是科技型中小企业;吸引集聚全球知名旅游企业集团和重要功能机构,着力提升旅游行业组织、智库、研发机构、市场中介机构的专业服务能力;形成旅游业优质企业梯度培育、集群发展的格局与体系,构建以旅游企业为创新主体的旅游业新质生产力发展体系。

从全球范围看,正是一批科技巨头、旅游行业领军企业引领推动着以生成式人工智能(GAI)为代表的科技创新与旅游产业变革的步伐。国外旅游业人工智能发展势头强劲,涌现出诸多人工智能初创企业、旅游预订平台与科技公司合作、旅游企业并购人工智能企业等现象,推动全球知名企业在“GAI+旅游”“旅游+GAI”方面加快布局,并实现新的突破。

谷歌在搜索引擎中以新的生成式人工智能驱动工具实现智能旅游定制设计升级,Expedia在其智能手机应用程序中推出AI旅行计划体验,猫途鹰推出AI驱动的旅游行程生成器,爱彼迎推出AI驱动的“照片之旅”。国内不少企业如携程等也在“旅游+GAI”领域积极投入。这些反映出旅游行业企业拥抱新技术、提升创新力的态势与趋势,需要引起全行业的高度重视。

加快支持培育旅游及相关领域新兴科技型领军企业,推动其更好发挥行业创新引领作用。制订实施“旅游业科技型领军企业培育计划”,加快提升旅游企业技术创新、资源配置、团队建设的能力与水平,形成一大批代表我国旅游业科技创新能力的枢纽型、链主型领军企业。

大力支持领军企业发挥技术研发、集成创新、市场份额、组织平台等优势,整合集聚旅游产业链上中下游及跨行业领域创新资源,着力开展旅游业前沿共性技术研发、新兴技术应用场景开拓和科技创新成果产业化应用推广,提升旅游产业基础能力和产业链现代化水平。同时,根据平台经济发展规律与监管趋势,注重加强对旅游业超级互联网平台的反垄断监管,促进旅游领

军企业健康发展。旅游行业中的中央企业、国资企业、OTA知名企业以及数字科技头部企业等应在这方面发挥重要作用。

大力推动旅游中小企业尤其是科技型中小企业发展,着力提升数智经济时代下旅游中小企业开展技术创新及应用的意识和能力,引导支持更多中小企业由传统服务型企业向技术赋能服务型企业发展,向旅游科技创新及应用细分领域“专精特新”方向发展。加快吸引集聚全球知名旅游企业集团总部或研发中心等高端功能性机构落地,充分发挥其创新溢出效应。要增强旅游行业组织、智库、研发机构及其他市场中介机构的发展能级,提高专业服务能力,并由此形成旅游行业多种所有制企业、多类型机构主体协同发展的良好生态。

二是加快建设发展旅游业新质生产力的平台载体。加快建设一批文化和旅游部重点实验室、技术创新中心、旅游科技示范园区等旅游业科技创新示范载体。用足用好国家推动科技创新和经济高质量发展的各类政策资源,基于旅游业科技创新新技术与数字设施设备、算力、数智化人才等新要素紧密结合的生产力新形态发展趋势,明确我国旅游产业核心技术体系。

按照《“十四五”旅游发展规划》《“十四五”文化和旅游发展规划》《“十四五”文化和旅游科技创新规划》等部署要求,加快认定和建设一批以行业重点实验室、技术创新中心、旅游科技示范园区为代表的旅游业科技创新基地和示范载体,大力支持国家旅游科技示范园区提升能级,发挥旅游业科技创新示范引领作用。推动旅游及相关企业在技术研发中心、数据中心、创新实验室、院士工作站、博士后科研工作站等各类创新平台建设取得重大突破和突出成绩。

基于开放创新生态系统视角,推动构建旅游业创新联合体和国际创新合作网络。政府加强引导支持,龙头企业及园区发挥主导带动作用,旅游行业企业积极参与,高校及科研机构发挥自身优势,多方合力构建面向需求、面向应用、面向未来的旅游业创新联合体和创新共同体。

当前,尤其需要在共研共建共享旅游业GAI大模型、旅游业数字底座关键技术、旅游业绿色低碳技术研发应用等方面发力。同时,重视旅游业国际创新合作网络建设,支持国内有实力的旅游企业积极“出海”,加强对国外技术型、平台型企业及相关研发机构的市场化投资或收购。加强与旅游业相关国际组织、国际平台机构的合作,共同探索建设旅游业创新性组织及新型合作机制。

做强旅游业经营主体和创新平台载体,则需要加强旅游业发展各类生产要素的创新性配置,破除与发展旅游业新质生产力不相适应的行业管理体制和产业运行机制,让各类优质生产要素向发展旅游业新质生产力流动,进而有效提高旅游业全要素生产率,加快形成旅游新质生产力。

(作者为中国社科院—上海市人民政府上海研究院文旅项目主任)

声音

“‘玩’出来的户外运动产业,既时尚又健康,展现着人们生活品质的提升”

——今年端午假期,不少人走向户外、走进自然,览山川之胜、享运动之乐。对此,《人民日报》发表评论指出,徒步登山、潜水冲浪、滑雪骑行,户外运动蓬勃发展的背后是人们日益多元化、个性化的美好生活需要。户外运动的持续火热,是人们对娱乐方式的多元化需求、经济的稳定增长、政策支持与基础设施改善等共同作用的结果。户外运动不仅可以锻炼身体,增强心肺功能和协调能力,还兼具社交属性强、新鲜有趣、参与门槛不高等特点,因此受到各类人群的喜爱。可以

说,户外运动的流行,户外运动产业的爆发,展现了消费结构升级的趋势,彰显着社会文明水平的提升。

“那些打着公益旗号售卖的商业研学项目,不仅涉嫌欺诈,还伤害了大凉山孩子的情感”

——针对近期一些研学机构推出的大凉山支教研学项目成为“公益支教的秀场”,《南方都市报》发表评论指出,研学是商业活动,何必打着公益的旗号?花10000元“支教”7天,去掉来回路程,真正给孩子讲课的时间也就寥寥几天,这种支教研学,不仅不能给孩子多大帮助,反而会对孩子们的骚扰,甚至让孩子因此受到伤害。(本版编辑 龚立仁 整理)



户外活动升温 带火“防晒经济”

炎炎夏季,防晒衣是很多人心头好。登山露营、亲子出行、徒步骑行……随着人们越来越多地走向户外,防晒衣有了更丰富的应用场景。满足多样化需求的新型防晒产品不断涌现,融合时尚元素也成为防晒服饰的“加分项”。中国纺织工业联合会有关负责人表示,防晒衣卖的不仅是产品,也是功能,还要主打“科技内核”。不仅防晒,凉感、轻薄、透气、时尚同样是研发的主要方向。消费升级、供给“进阶”、科技赋能……“晒”出来的大市场里,有“流量密码”。用供给“晋级”满足消费升级,“防晒经济”才能健康成长。

视觉中国 供图