

●学深悟透总书记重要指示 贯彻落实全国旅发大会精神

推动旅游业高质量发展 构筑中华民族共有精神家园

□ 崔凤军

中国式现代化是物质文明与精神文明相协调的现代化。旅游在促进人民精神生活共同富裕方面具有独特的不可替代的作用。文旅融合深化了文化和旅游的共同价值,将在构筑中华民族共有精神家园的过程中发挥重要作用

2024年5月17日召开的全国旅游发展大会,是党中央首次以旅游发展为主题召开的重要会议,会上传达了习近平总书记对旅游工作作出的重要指示。习近平总书记提出要“着力完善现代旅游业体系,加快建设旅游强国,让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴”。习近平总书记的重要指示,高屋建瓴、思想深邃,为做好新时代旅游工作指明了前进方向、提供了根本遵循。

“仓廪实而知礼节”。没有一定物质基础保障的精神富有是靠不住的,但物质富足不会必然带来精神富有。一个物质富足的社会,并非必然成为精神富有的社会。中国式现代化是物质文明与精神文明相协调的现代化。改革开放40多年,特别是党的十八大以来,党和国家高度重视文化建设,在物质生活水平不断提高的同时,社会主义精神文明建设也取得了显著成效,人民精神力量不断增强,社会文明程度显著提高,文化事业、文化产业繁荣发展。但现实状况与群众期望还有较大差距,发展不平衡、不充分的情况仍然存在,尤其是精神生活的人群差异、地区差异、城乡差异比物质生活更加严峻,精神生活富裕已经成为比物质生活富裕更需攻克的难题,实现人民精神生活共同富裕的任务还很繁重,可谓任重而道远。

旅游业的兴起,是经济发展、社会进步和人民生活水平提高的重要标志。作为一个综合性产业,旅游业在拉动经济发展、增加就业、提高人民生活

水平等方面发挥着重要作用,是典型的富民产业。同时,旅游成为衡量人民生活水平和幸福感的一个重要指标。国际经验表明,人均GDP超过1万美元,人们对于精神文化生活的需求会更加旺盛。旅游业位列“五大幸福产业”之首,足以说明旅游作为生活方式的属性愈加凸显,越来越成为一种日常消费,构成人们美好生活的重要内容,成为精神生活的重要组成部分。因此,提供更多优质旅游产品、满足人民群众的旅游权利,是政府、社会和市场主体的重要责任。

精神家园是一个民族的文化认同和精神寄托。文化遗产旅游是助推中华民族共有精神家园建设的重要方式和路径。中国是文化遗产大国,文化遗产资源是最重要的旅游资源,文化遗产旅游为海内外游客提供了最佳的文化遗产体验,促进了国家之间、文明之间、民族之间的文明互鉴,尤其是在促进我国各民族之间的交流交往交融、构筑中华民族共有精神家园、传承创新中华优秀传统文化、建构中华文化符号系统的公共空间、增进文化认同等过程中发挥了不可替代的作用。

旅游是弘扬中华优秀传统文化的重要场景和渠道。中华文化历史悠久、博大精深、内涵深刻。旅游拉动传统文化从书本、考古遗址和博物馆“走出来”,进入旅游文化消费的大场景,变成具有有形、体验有感的文化展示和社会文化空间,让国内旅游者对历史文化和现代文明入脑入心,增强对国家和民族的认同感,厚植家国情怀;让国际旅游者通过对中华文化的多元深度体验,提

升对中华文化的感性认识,进而为传播中华文化、促进各文明之间的相互理解与包容做出积极贡献。从这个意义上讲,发展旅游业是增强中华文化影响力的重要途径。

旅游是人们寻找心灵家园的过程。哲学家梭罗说过,旅行的真谛,是带动你的灵魂,去寻找生命的春光。研究表明,旅游不仅具有经济、社交、审美等功能,还具有文化、德育、再生产等功能,具有综合性、大众性、持续性特质。2024年一部短剧《我的阿勒泰》火了,火就在广袤无垠的清明星空、朴实无华简单纯粹的人际关系,让久居都市的人们充满向往、难以自拔。生活在当下,梦想在别处,旅游让生活与浪漫感随时切换。因此,从精神生产、消费、传播、价值创造的视角看,旅游在促进人民精神生活共同富裕方面具有不可替代的作用。

旅游活动本质上是精神文化活动。文化和旅游深度融合有效促进了旅游业作为精神文化产业特质的彰显。文旅融合时代,文化产品作为一种典型的精神产品,开始突破传统的文化馆、博物馆、影剧院等现实载体,扩展到商业、餐饮、观光等生活领域,在旅游消费的大场景中既彰显了经济属性,更深化了社会属性和精神属性;旅游也从一种传统的文化型经济活动转化为具有经济价值的文化行为和与精神活动,旅游业成为精神生活产业,旅游活动贯穿了人们人格再造、精神重塑的过程。可以说,文旅融合深化了文化和旅游的共同价值,将在构筑中华民族共有精神家园的过程中发挥重

要作用。

旅游业是事关国计民生的重要行业。深刻理解、深入贯彻习近平总书记的重要指示精神,就要以满足人民群众不断增长的美好生活需要为着力点和出发点,以文化和旅游深度融合为重要抓手,以群众满意为基本目标,创新工作理念、深化改革举措、用情用力用心、出实招重实效,不断开创旅游业高质量发展发展的新局面。不能把旅游仅仅局限为一种简单的消费行为或者社会化再生产过程中的一个产业,而是要全面认识旅游业在人民精神生活共同富裕中的独特价值,以文化育人的大视野、精神共富的大场景、精神家园的大目标重新对其进行定位。要在深化文旅融合上下足功夫,将文旅深度融合作为关键变量,充分挖掘地方文化特色,引领旅游产品提升品质、丰富内涵。要以“天气”集聚“人气”,以科技凝聚“商气”,以文脉、地脉、经济脉丰富旅游业态。要在筑牢文化遗产保护红线上下足功夫,坚持把保护放在首位,防止借旅游发展之名过度修缮、过度开发。要切实保护生态环境资源,始终让绿色成为旅游高质量发展的底色。要在提升旅游服务品质上下功夫,着力优化旅游服务环境,深入推进旅游服务标准化工作。要建立完善旅游工作统筹协调体制机制,努力构建党委统一领导、党政齐抓共管、文化和旅游部门主抓、有关部门积极配合、社会各界广泛参与、人民群众共建共享的大旅游工作格局,加快建设人民满意、具有鲜明中国特色和强大国际竞争力的旅游强国。

(作者单位:绍兴文理学院)

数字媒介时代文旅微短剧的创作逻辑

□ 余志远 雷芳秋

文旅微短剧不仅是对旅游目的地的营销推广,它所呈现的场景化表达,会潜移默化地影响观众的认知,通过剧情、画面与观众建立精神层面的亲近感,构建一种全新的地方感

今年1月,国家广播电视总局办公厅发布了《关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知》,提出要大力推动微短剧题材、体裁创新,积极探索微短剧与文化和旅游等产业跨界深度融合。在政策利好的大背景下,“微短剧+文旅”的创作方式为微短剧提供了更大的价值衍生空间,提高了更多旅游地的受关注度,成为当前地方文旅营销工作的发力点。在文旅微短剧的创作过程中,如何更有效地满足观众需求,让观众获得具有畅爽感的体验,则需要深入探索和发掘其独特的创作逻辑。

诗意栖居的远方

从现代都市人的体验来看,日常生活世界之于人的魅力由于受到现代性的侵蚀而不断消解。有学者曾用“垃圾”“噪声”“忙乱”“污染”等词汇描绘现代都市人的日常生活场景。为此,席勒悲叹原本生机勃勃、充满欢乐的世界变得黯然失色、灰暗冷漠。现代都市人的这种生活状态,在海德格尔的眼里已经不再符合“诗意地栖居”的理念。他强调,人类应该追求一种与自然和谐共生的生活方式,让心灵在自然的怀抱中得到滋养,让生命在诗意的环境中得到升华。

在某种意义上,旅游被赋予了更为深远的意义,它不仅是现代人逃离喧嚣、追寻内心宁静的港湾,更是他们重获诗意生活不可或缺的途径。在旅游与影视艺术的交织中,诞生了文旅微短剧这种别具一格的艺术形式。每集都经过精心雕琢,时长恰到好处的微短剧,为生活在快节奏都市中、追求文化快餐的现代人,提供了一种前所未有的视听盛宴。这种新颖的娱乐形式,不仅丰富了人们的精神世界,更为他们日常的琐碎生活注入了对诗意与远方的遐想。例如微短剧《我的归途有风》,通过治愈系慢生活与非遗美食文化的融合,展现主人公的自我成长,除了张弛有度的节奏和层层反转的剧情让观众直呼过瘾之外,也让四川人的生活方式和诸多非遗美食走进了大家的视野。近期热播的《我的阿勒泰》,呈现了一种人与

自然浑然一体的生活状态,展示了新疆的原生态美景,观众仿佛找到了梦中的桃花源,享受了一场精神按摩。

“感官沉浸”与“角色代入”

文旅微短剧在追求艺术表达的同时,更要致力于为观众带来独特的审美体验,即畅爽感。这种畅爽感并非简单的感官刺激,而是需要观众在视觉、听觉乃至心灵层面都能深度沉浸,并形成强烈的代入感。这种极具代入感的形成,需要从“感官沉浸”和“角色代入”两方面着手,具体做好以下工作。

首先,在视觉呈现上,文旅微短剧需要借助拍摄技术和后期制作手段,打造出精美的画面效果。通过独特的视角、细腻的镜头语言和丰富的色彩运用,将观众带入一个既真实又梦幻的世界,让观众在视觉上得到极致享受。微短剧较多采用中景、近景、特写,聚焦于人物,让观众透过演员的表情、语言来了解情节内容。色彩的运用承载着导演的情感意图,能够营造出特定的情绪氛围,使微短剧带有天然的艺术风格,为观众带来独特的视觉体验,将其带入一个充满感染力的虚拟世界。《那个重逢的夜晚》这部引人入胜的微短剧,拍摄地精心选择了风光旖旎的福建漳平。在这片土地上,海微风情独具一格,既能轻松营造出青春剧所追求的浪漫情调,又能够巧妙地悬疑剧情铺设出深沉而神秘的背景。

其次,在听觉方面,配乐和音效的运用至关重要。优美的配乐和逼真的音效,能够进一步加深观众的沉浸感,使观众仿佛置身于故事之中,与角色共同经历每一个情感瞬间。《你的岛屿已抵达》是一部治愈甜蜜爱情剧,在男女主角相遇相识的过程中,穿插着空灵舒缓的插曲,契合了带有奇幻色彩的剧情,让观众为主角的宿命拉扯而动容。

再次,在剧情设计上,文旅微短剧往往注重故事的吸引力和情节的紧凑性。通过扣人心弦的故事线,引导观众迅速进入故事情境,体验角色间的情感起伏,从而与角色产生共鸣,形成强烈的代入感。文旅微短剧在宣传旅游目

地的同时,会融入当下社会广为关注的话题,讲述富有感染力的故事,例如《我的归途有风》就涉及了职场困境、经济独立、原生家庭、催婚催育、城市压力等多个热点话题。文旅微短剧还多以讲述温暖的人生故事为主线,涉及亲情、友情、爱情等情感叙事,这种做法往往更容易牵动观众的心神,带给观众一种情绪上的认同感。

最后,还要让观众产生更多的移情和沉浸,跟随主人公,认领自己在虚拟世界中的新形象和新身份。拉康的镜像理论认为,个体在生命的早期阶段会将自己镜子中的形象视为自己的理想自我。镜子实为一种隐喻。文旅微短剧也可以作为一面镜子存在,而看微短剧可以在一定程度上有助于建构理想自我。微短剧可以为观众提供各种不同的角色和故事,这些角色和故事代表着不同的价值观和行为模式。观众可以通过剧中的角色,感受到不同的情感和体验,并将其与自己的生活经验进行对比和融合。通过这种方式,观众可以尝试不同的行为模式和角色形象,并找到其中与自己相符的部分,从而进一步建构自己的理想自我。人们期待在虚拟世界中见证他人的挑战与胜利,体验不同的情感历程,仿佛能够借此填补内心的空缺,共享那些或紧张刺激、或温馨幸福的瞬间。就像在《我的阿勒泰》的影响下,人们渴望去新疆感受无边的草原与落日的余晖,畅游在自然的怀抱里,每一次呼吸都自由而痛快。为此,文旅微短剧若能给观众带来畅爽感,还要给观众一种感知:我终有一天能变成理想中的那个他/她,走过他/她走过的路,吃到他/她吃过的美食。

地方叙事与媒介地方感

文旅微短剧不仅仅是对旅游目的地的营销推广,它所呈现的场景化表达,会潜移默化地影响观众的认知,通过剧情、画面与观众建立精神层面的亲近感,构建一种全新的地方感。这种地方感的形成,并非源自个人对地方的亲身经验,而是来自媒体对地方的阐释与个体从中获得的对地方的想象。虚拟

世界与现实世界不断交织,这在很大程度上重新塑造了人一地关系。

近些年来,《去有风的地方》一经播出引发云南旅游热,使得云南在观众心中占据了独特的位置,而由该剧衍生出的文旅微短剧《我的归途有风》也在抖音平台火热播出。《我的阿勒泰》聚焦于新疆阿勒泰的风光,取景地俘获了观众的心,纷纷大呼“好治愈,好想去旅行。”在文旅微短剧的影响下,观众与取景地建立了亲密的联接,感受到了久违的“此心安处是吾乡”。

当下的文旅微短剧越来越注重呈现真实的地貌特征与地缘文化,细腻地描绘并展现了中国广袤无垠的大地与丰富多彩的人文风情。在文旅微短剧的演化过程中,现实主义创作导向正在全面回流,更多着力描写当代社会中丰富生动的人民生活,观照现实、传递思想。《别打扰我种田》以皖南山水为背景,呈现了用知识发展新质生产力的农村新风尚。《辣妈回村》以乡村振兴为主题,取景地是浙江磐安,展现了新时代美丽乡村的风光景致以及江南最大孔氏聚居地的历史文化,呈现了乡村振兴的多元成果。

同时,玄幻、科幻类微短剧也将地方景观作为重要元素融入叙事之中,强化了微短剧的真实感。《大王别慌张》借鉴《西游记》五行山、花果山等经典场景,对应青海西宁的日月山、江苏连云港的花果山,讲述了卧底熊猫小仙为保护唐僧取经潜伏妖怪山寨,却阴差阳错把花胖子山打造成知名旅游景区的喜剧故事。《等你三千年》的取景地为河北邯郸,通过跨越3000年的爱情故事引出邯郸“一座等了您三千年的城”的城市文化IP,同时将成语“负荆请罪”的由来作为副线融入情节中,展现了邯郸“成语之都”的文化魅力。剧中众多精心设计的场景,不仅将邯郸深厚的历史文化底蕴、蓬勃的城市发展以及独特的自然风貌展现得淋漓尽致,更通过极具质感的视觉呈现,激发了许多人对邯郸这座城市的向往。

(作者单位:东北财经大学旅游与酒店管理学院)

对景区预约制度的思考

□ 刘建明 刘孝蓉

当前应该探讨如何进一步改进调整和优化完善热点景区预约制度,而不是简单全面取消

预约制度是实现社会科学管理、促进社会活动有序运转的治理手段之一。在一些发达国家,预约制度早已深入人心,从医院、银行预约到吃饭、理发预约,涉及社会的方方面面,预约非常普及和完善,人们养成了预约消费的生活习惯,很好地促进了社会治理。预约制度在我国推广实行的时间不长,景区预约制度主要源于疫情时期人员限流的需要。

预约制度在国内景区大范围推进以后,对于热门景区和文博场馆控制游客流量、减少黄牛倒票、改善游客体验等发挥了很好的作用,有效地促进了景区管理水平提高,提升了景区的服务质量。同时预约让客流量变得可以预知和稳定,旅游景区管理者能更加从容地组织管理和服务工作,有效提高景区管理效能,也有利于降低设施设备损耗,实现企业可持续发展。

由于景区预约制度全面推行源于疫情防控需要并沿用下来,严格执行实名制,执行过程中也给游客带来了一些不便。比如,一些老年人由于不善于操作智能设备,不会应用公众号或者小程序进行预约。也有些游客慕名来到目的地,因为预约不上门票,不得不更改行程、失望而归。有些注重个人隐私的游客,不愿意在各类平台上填写实名及身份证等信息,更有一些外国友人因为无法预约而望兴叹。由于国内推行景区预约制度的时间短,在具体执行过程中缺乏灵活性,导致社会舆论诟病。

笔者认为,从我国旅游市场实际看,不能全盘否定景区预约制度。实践证明,景区预约制度是“熨平”客流的管理方法,对于提高景区管理水平和服务质量具有重要意义。因此,当前应该探讨如何因地制宜、因时制宜、因人制宜地进一步改进调整和优化完善热点景区预约制度,而不是简单全面取消,具体可以从以下三个方面细化相关工作。

一是因地制宜。从全国范围来看,不同地区景区或文博场馆的人流量差别很大,不必作统一规定,应该具体问题具体对待,由各地和企业自主决定,鼓励人流较大的热门景区和文博场馆实行预约制度,通过预约来控制客流,以保证参观体验和展品安全。常年游客量不大,或面积大、承载量大的景区,建议取消预约。

二是因时制宜。由于旅游淡季和旺季、节假日和平时的游客流量差别很大。一些假期人满为患、平日人流正常的景区,可以探索在旅游旺季实行预约制度,平时不用预约。同时,还要实现精准预约,运用智慧化管理手段实现景区的流量监测,将预约时间精确到小时,减少游客在现场的等待时间,让瞬时客流趋于平稳。

三是因人制宜。针对外国人、老年人等特殊群体,景区应该有更人性化的预约方式,如电话预约、现场预约,或每天留出一定的名额用于解决特殊群体需求。尽量保护游客个人隐私,不硬性要求实名制,可推行自选项,避免给游客造成不安全感。鼓励平台开发具有多语种支持的预约系统,方便外国人境游客提前预约和网上购票。考虑不同游客的操作习惯与需求,简化预约系统,优化程序界面,在预约平台提供诸如交通、停车、天气、人流量等游客关注的实时信息,增加预约服务的便利性和有效性。

总之,预约制度是社会文明进步和社会治理能力提升的具体体现,推行预约制能够促进社会有序运行。在游客基数大、休假时间集中的国内旅游市场,景区预约制度尤显必要。通过对游客流量的预测、对景区承载量的评估,兼顾不同人群的多样化需求,对预约制度进行优化和完善,推动景区扩容升级,同时加强监管,防范取消预约可能带来的其他问题,以人为本,持续提升游客满意度,是旅游业高质量发展的内在要求。

(作者单位:文化和旅游部旅游质量监督管理所)

提升服务质量 满足大众对旅游品质的期待

□ 张懿玮

新时代新征程,旅游发展面临新机遇新挑战。伴随着旅游需求的持续提升,人们对旅游品质有更高的要求,对旅游服务质量有更高的期盼。为了大力发展旅游业,各地在景区建设、地标打造、环境改造等硬件方面投入了大量资金,并取得了显著成效。要满足大众对旅游品质的期待,实现旅游业高质量发展行稳致远,不仅要提升硬件质量,更要在服务质量这一软件上下功夫。

一是提升行业及从业人员的质量意识。要在旅游行业树立以“游客为本、服务至诚”的价值观。要培养企业管理者基于质量的长期经营思维,改革经营模式,通过提升游客满意度赢得竞争,扩大市场、获取利润,实现可持续发展。要增强每个员工的质量意识,形成服务质量“全员参与、人人有责”的氛围。

二是建立完善的服务质量管理体系。相比其他产业,旅游业要复杂得多,包括食、住、行、游、购、娱等要素,还涉及农业、工业、金融业等交叉融合产业或是支持性产业,不仅包括企业的营利性服务,还包括政府的公共性服务。因此,对旅游业的管理也更加复杂,这就要求建立综合性的服务质量管理体系,以理清管理思路,明确管理内容,规范管理方法,提升管理成效。从体系管理范围看,应该囊括所有的旅游企事业单位,甚至从全域旅游目的地的角度出发建立服务质量管理体系。从体系管理层级看,至少应该包括“政府—行业—企业”三级体系,明确各自管理重点和手段,实现多方协同。政府要充分发挥监管作用,行业要充分发挥旅游标准的作用,企业要持续提升服务质量。要鼓励旅游企业建立以卓越绩效为基础的质量

管理体系,不断提升服务质量和水平。从体系管理方法看,要形成包括法律法规、规章制度、标准、第三方评价在内的综合性管理手段,形成全员、全要素、全链条、全过程、全数据的综合性管理模式,实现多维度管理。

三是培养高素质的旅游人才队伍。服务质量在很大程度上取决于人的素质,旅游行业要不断优化薪酬体系,提升员工尤其是一线员工待遇,增强旅游业的就业吸引力,凝聚一批高素质人才,并由此带动高校旅游管理专业的招生和就业。同时,高校旅游管理专业也要优化调整,紧跟行业需求,深化校企合作,强化学生的应用能力,为行业发展源源不断地培养和输送懂管理、懂技术、懂服务的复合型人才。

四是发挥技术在提质增效方面的作用。信息时代,各种数字技术为旅游发展赋能。在技术应用过程中也存在一些问题,如过分注重通过技术手段提高效率而缺失了服务的温度、加深了“数字鸿沟”,以及过度采集游客信息、通过算法故意抬高价格等,这既有技术本身的问题,也有企业的使用问题。旅游企业在经营中要树立以游客为中心的发展理念,利用技术提供个性化、便捷化的旅游服务,使技术成为服务质量的保障和支撑力量。如通过数字化技术营造全新场景,丰富游客体验;利用大数据做好游客画像,完善顾客关系管理系统,满足多样化、个性化的游客需求,创造令人惊喜的旅游服务;采用AI技术,打造旅游企业专属智能服务机器人,提供24×7的咨询、预订等服务,提升游客满意度。

(作者单位:上海杉达学院管理学院)