

●学深悟透总书记重要指示 贯彻落实全国旅发大会精神

促进入境旅游发展 增进文明交流互鉴

□ 陈志辉

入境旅游是一个国家文化软实力、国际吸引力和旅游竞争力的直接体现,也是促进各国文明交流互鉴的重要途径。要进一步深化产品开发、扩大宣传推广、加强国际合作、提升服务质量,促进入境旅游高质量发展行稳致远,从而吸引更多的入境游客,更好发挥旅游增进文明互鉴的重要作用

“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”……5月17日召开的全国旅游发展大会传达了习近平总书记对旅游工作作出的重要指示。“一条道路、三个原则、五对关系、五项任务”的重要指示,是新时代新征程引领我国旅游业高质量发展行稳致远的根本遵循。其中,“增进文明互鉴”是对旅游业在对外交往交流中发挥积极作用的高度肯定与殷殷嘱托。

习近平总书记指出,“旅游是不同国家、不同文化交流互鉴的重要渠道,是发展经济、增加就业的有效手段,也是提高人民生活水平的重要产业。”人们跨国旅游不仅促进了目的地国家经济发展和就业,也促进了不同文化间的交流和对话。

一方面,文化是旅游的灵魂,人类历史长河中创造和发展的多姿多彩文明,形成了旅游业的文化根基。我国在5000多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化,在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化和社会主义先进文化,积淀着中华民族最深层的精神追求,代表着中华民族独特的精神标识,形成了世界文明之林的中国文明,也是我国旅游业发展的灵魂。

另一方面,旅游是文化的载体,游客基于“求知”“求异”“求知”“求美”“求乐”等旅游动机而形成的旅游行为,实质上也是感知文化、体验文化、乐享文化和传播文化的过程,所以说旅游是文明交流互鉴的桥梁。例如,今年端午假期,赛龙舟、吃粽子、唱山歌、赏古曲,传统节日的浓厚文化内涵与旅游体验深度融合,让世界各地游客深深感受到浓浓的“中国味”。

改革开放特别是党的十八大以来,我国旅游发展步入快车道,形成全球最大国内旅游市场,成为国际旅游最大客源国和主要目的地。旅游在促进世界各国人民交往交流、相知相近方面发挥了积极作用。

入境旅游是一个国家文化软实力、国际吸引力和旅游竞争力的直接体现,也是促进各国文明交流互鉴的重要途径。去年以来,我国针对入境旅游人数增长较慢尤其是外国人占比比较低的情况,采取了扩大免签国家范围、延长免签时间、优化入境支付等多方面措施,推动入境旅游持续升温。国家移民管理局发布的信息显示,今年上半年,全国各口岸入境外国人1463.5万人次,同比增长152.7%。其中,通过免签入境854.2万人次,占比58%,同比增长190.1%。随着免签“朋友圈”的不断扩容,各项政策加速落地,外国游客“说来就来”游中国成为现实。

新时代新征程,旅游发展面临新机遇新挑战,入境旅游高质量发展任重道远。因此,要进一步深化产品开发、扩大宣传推广、加强国际合作、提升服务质量,促进入境旅游高质量发展,更好发挥旅游增进文明互鉴的重要作用。

一是深化旅游产品开发。随着旅游需求的变化,文化成为入境旅游最具吸引力的资源。联合国旅游组织发

布的调查报告显示,40%的国际旅游与文化有关,外国游客相对更喜欢中国的文化、历史。

针对需求变化的入境旅游市场,要根据中华文明的连续性、创新性、统一性、包容性及和平性等突出特征,加强旅游产品开发,提升旅游产品的文化内涵。

一方面要深入挖掘、充分展现中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化,让入境游客在旅游过程中感悟中华文化魅力、增强对中华文明认同;另一方面要不断创新,形成兼具文化和旅游特色的新产品、新服务、新业态。例如,西安大唐不夜城深耕“文化+演艺”创新,结合科技、创意、互动等表现方式,让游客沉浸于唐诗所描绘的“暗闻歌吹声,知是长安路”场景之中,外国游客在这样的体验中能更好地感知中华优秀传统文化。

二是扩大旅游宣传推广。旅游是“眼球经济”“注意力经济”,知晓度是影响旅游决策的关键因素,不同民族、不同国家各具特色的文明形成了旅游的强大吸引力。国家层面要持续开展“你好!中国”国家旅游形象海外推广,积极推动中外游客互访、文明互鉴。各地要结合当地文化特色,根据客源市场特点,加强区域旅游形象、品牌的宣传与推广,扩大国际影响力。例如,近期,《岳阳楼记》在美国纽约时代广场大屏展示,不仅提升了岳阳楼的知名度和美誉度,也激发了更多人对中华文明的热爱,进而吸引更多的外国游客。

三是加强旅游国际合作。入境旅游产业链条长、涉及范围广,需要双边甚至多边合作。近年来,我国积极强化双边合作,举办中俄、中美、中法等旅游年活动,设立海外中国文化中心、驻外旅游办事处和驻港台旅游办事机构,发起成立世界旅游联盟等国际组织,为拓展入境旅游市场奠定了良好的基础。此外,还要进一步加强与主要客源国、周边国家的航空合作,加密航班频次,提升航空运输通达性;优化双边签证政策,扩大免签国家范围,延长签证时间,提升入境旅游的便利性;积极参与国际旅游标准化活动,从而使中国旅游标准化在国际旅游业中享有越来越高的话语权,以标准化引领入境旅游市场高质量发展。

四是提升旅游服务质量。入境旅游服务是展示中华文明的重要窗口,要对标国际旅游服务水平,实施优质服务策略,不断提升服务质量。要将国际标准引入到旅游服务之中,提升旅游服务的国际化水平。例如,餐饮食材源头可追溯体系、酒店的国际化设施和服务、景区多语种导览标识体系等。要以游客为中心,从入境游客的需求视角、行为视角和消费视角出发,建立“全方位、全过程、全要素”的服务质量评价体系。要强化事前事中事后、全链条全时全链条服务质量监管,全面保障服务质量。

作者单位:中共湖南省委党校(湖南行政学院)

观察

推进文旅深度融合发展 要在“四个提升”上下功夫

□ 陈伯泰

中华文脉传承不绝、历久弥新,旅游产业蓬勃发展、日新月异。推动文化和旅游有机融合、协同发展,既是保护传承弘扬中华优秀传统文化、坚定文化自信的重要路径,也是促进旅游产业持续健康发展,打造新消费场景,培育消费新增长点的重要引擎,更是满足人民日益增长的美好生活需要的重要渠道。

习近平总书记指出:“文化产业和旅游产业密不可分,要坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游融合发展,让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。”文化和旅游行业应准确把握形势、科学谋篇布局、高位部署推动、狠抓分工落实,持续推进文旅深度融合。

文旅融合发展是增强文化自信的新方向。气势磅礴的北京故宫、璀璨绚丽的上海黄浦江畔、别具特色的成都宽窄巷子、美轮美奂的湖南张家界……随着我国免签国家范围的不断扩大,一张张“文化和旅游名片”让外国游客流连忘返。文化和旅游已成为讲述中国故事、展现国家形象、增强文化自信的重要渠道。

文旅融合发展是拉动旅游消费的新引擎。随着消费观念的转变,人们对旅游消费的文化内涵和品质要求也在不断提升,这为文旅融合发展提供了广阔的市场空间和商业机会。

文旅融合发展是满足人民需要的新载体。文化内涵丰富的旅游新业态快速发展,博物馆+旅游、非遗+旅游、红色+旅游、演艺+旅游、国风+旅游、研学+旅游等不断涌现,拓展了旅游活动的选择空间,满足了游客多样化、个性化需求。

文旅融合发展是提升行业管理的新动能。文旅融合发展是一项高度复杂的系统工程,涉及机制革新、资源整合、业务融合、市场管理、公共服务、对外交流等诸多方面,是文化和旅游行业治理能力和治理水平的直接反映,正在倒逼行业管理体系、管理方式、管理水平的变革与提升。

文旅融合发展在推进文化传承发展、繁荣兴盛、打造旅游消费新场景、新增长点中,扮演着更为重要的角色、发挥着更加积极的作用。推进文旅深度融合发展应在以下四方面发力:

一是提升文旅融合发展的科学性。加强规划引领,将文旅深度融合发展纳入“十五五”时期经济社会发展规划编制范畴,充分发挥国家文化产业和旅游产业融合发展示范区、典型带动作用,推动形成方向正确、特色鲜明、市场主导、稳中求进的文旅深度融合发展新格局。健全体制机制,广泛借鉴北京、上海、江苏等地区经验做法,探索建立文旅融合发展工作协调机制,制定完善数字文化、工艺美术、演艺演出、剧本娱乐、动漫游戏等文化产业细分门类 and 工业旅游、乡村旅游、康养旅游、体育旅游、自驾车旅居车旅游等旅游产业细分门类的管理标准,加强对财政、金融、用地和人才保障等方面政策落地的督导服务。积极搭建平台,谋划布局一批重点项目、示范工程、创新举措,培育一批以融合发展为特色、具有较强竞争力的文化和旅游市场经营主体。

二是提升文旅融合发展的多样性。鼓励各地结合自身产业特点,开展形式多样的“文化+”“旅游+”工程,推动文化产业、旅游产业与相关产业融合发展、提质增效,打造更多兼具文化和旅游特色的新业态、新主体、新模式。在加大文化资源和旅游资源普查、挖掘、保护的基础上,将更多文化资源纳入旅游产品线路、更多文化内容注入景区景区,形成一批有影响力的文化和旅游精品项目和项目。依托国家文化公园、国家A级旅游景区、国家级旅游度假区、旅游休闲城市和街区、乡村旅游重点村镇建设,创立一批文化主题鲜明、文化要素完备的特色旅游目的地,推动更多文化资源转化为高品质旅游产品。统筹文化和旅游公共服务设施建设,推动文博场馆改扩建升级和展览水平提升,丰富旅游景区、旅游度假区文化设施占比和文化服务供给。

三是提升文旅融合发展的创新性。借助科技手段,运用大数据、元宇宙、人工智能、3R(VR、AR、MR)展示等新型技术,推出云展览、网络直播、云直播、沉浸式体验等创新服务,打造文化和旅游消费新场景,激活文旅融合新业态。提炼主题文化,将文化资源主题化、旅游资源场景化深度融合,打造知名度高、辨识性强、衍生链条长、消费者喜闻乐见的产品IP和热门项目,以文化内涵吸引眼球,以旅游效益反哺发展。成功的文旅融合项目,既有悠长久远的底蕴,也有吸睛的亮点,北京“故宫以东”的文商旅跨界联动、西安“长安十二时辰”的主题街区、景德镇手工制瓷的非遗焕新、敦煌文化遗产的数字化保护传承等,既体现了当地文旅资源的丰度和魅力,又凸显了其品位和内涵,成为“吸睛”“圈粉”的典型代表。

四是提升文旅融合发展的传播性。要守护原真性和完整性。中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在,是中华民族的根与魂,文旅融合发展就是要在坚持保护第一、保护优先的基础上,让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。北京的什刹海、福建的英歌舞、四川的蜀锦织造技艺等正是因其对历史的尊重、对传统的坚守和对文化的拾粹赢得了口碑,成为一城一镇或一个地区地域文脉和历史机理的有机延续,也是真正能够打动人心、留住客人的理由。要提倡兼容并蓄。鼓励更多文博场馆、文化企业、机构等人参与其中,激发文旅融合发展活力和创造力;鼓励充分发挥数字化技术手段,支持沉浸式文艺演出、全景式消费体验、线上化演艺演出、大数据文化创意、智慧化文化服务、数字化市场管理等新模式和新业态发展。讲好中国故事,让优秀传统文化作品走出去,向国际主流市场、主流人群更好传播中华优秀传统文化,把更多外国游客引进来,真实、立体、全面展示新时代中国发展成就和中国人民精彩生活。

(作者单位:北京工业大学经济与管理学院)



“中国旅游”的大门越开越大

近段时间,越来越多外国游客涌入中国打卡,相关旅游体验视频非常火爆。带有“China Travel”(中国游)标签的外籍博主短视频,缘何成为“流量密码”?中国72小时或144小时过境免签政策发挥了重要作用,这项免签政策适用国家目前已扩展至54国。

在中国,乘坐高铁出行可便利抵达国内各大城市。当然,外国朋友来中国,不仅仅可体验Citywalk,还可以去到广袤的中国乡村,来一场乡村漫步。未来,“China Travel”的大门应当越开越大,通过来华外国朋友向世界分享中国场景、传播中国故事,促进文明交流互鉴。

视觉中国 供图

来论

景区“不合理外移游客接待中心”该纠偏了

□ 何勇海

外移游客接待中心与游客停车场的距离应控制在合理范围之内,定价也要力求科学规范,也有必要提供多种交通方式供消费者选择。如果故意将距离拉得过长,就有人为设置困难、故意增加游客的交通成本,从而制造盈利点之嫌

近日,四川省发展改革委面向各市(州)发展改革委、省管旅游景区发布《关于加强景区价格管理有关事项的通知》,集中回应了时下旅游市场中的一些“痛点”问题。其中,“从严核定配套停车场到景区大门交通服务价格,有效遏制景区不合理外移游客接待中心、配套停车场,增加游客配套交通费用负担等行为”,引发了网友们的强烈共鸣。

近年来,为促进旅游消费,增强民众的获得感、幸福感,国家相关部门着力推动降低重点国有景区门票价格。然而,有的景区“上有政策,下有对策”,门票降了,却将原本包含在门票中的观光车、摆渡车、游船等项目单

独收费。更有甚者,门票价格降了,而交通工具价格却大幅上涨,成为新的“圈钱”利器。例如,去年,有网友直指四川牛背山景区“30分钟车程收费300元,牛背山应该改名‘牛背山’”。

强制游客付费乘坐景区的交通工具,涉嫌侵犯游客的自由选择权、公平交易权。消费者权益保护法明确规定:消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。旅游法也规定:旅游者有权自主选择旅游产品和服务,有权拒绝旅游经营者的强制交易行为。由此可见,任何景区均不能搞强

制消费。虽然景区不会搞明显的强制消费,但是搞变相强制仍或多或少存在。例如,不少景区将游客集散中心、配套停车场修建在距离景区很远的地方,游客到达景区大门,要么得步行数公里甚至十多公里,要么只能乘坐景区的摆渡车,看似游客可自由选择,其实并没有太多选择余地。

曾有媒体报道,有些景区大门口的停车场空空荡荡,而自驾游客仍被拦在数公里之外的游客集散中心或配套停车场,被迫“自愿”乘坐景区摆渡车。

由此看来,变相强制游客乘坐景区交通工具,其实是景区不合理外移游客接待中心、配套停车场造成的。

外移游客接待中心、配套停车场,可从一定程度上缓解交通压力,保障行人安全,同时景区摆渡车更环保,也有利于保护景区生态环境。

然而,外移游客接待中心与游客停车场的距离应控制在合理范围之内,定价也要力求科学规范,也有必要提供多种交通方式供消费者选择。如果故意将距离拉得过长,就有人为设置困难、故意增加游客的交通成本,从而制造盈利点之嫌。

要有效遏制不合理外移游客接待中心、配套停车场的做法,需要景区转变盈利思路,尝试提供低价或免费公共交通,促进游客来景区二次乃至多次消费。

各地相关部门也有必要重新核定所辖景区外移游客接待中心、配套停车场的距离是否适中,交通工具的定价是否合理。若有的景区大门附近原本就比较开阔,完全有条件就近设置游客中心、停车场,不妨就在此开辟相关场所。如果仍然需要外移,当务之急则是科学核定景区摆渡车的价格。特别是依托公共资源建设的国有景区,理应回归公益属性,尽最大可能实现旅游惠民、旅游为民。

“有福之州” 文旅推介走进南宁

7月4日,“有福之州”2024年福州文旅推介活动在广西壮族自治区南宁市举办。活动通过文旅资源推介、文旅优惠推介及剧目表演等,展示“有福之州”的独特魅力,进一步深化两地文旅合作促共赢。

推介活动上,福州文旅推介团倾情推介福州山水等丰富的特色文旅资源和产品,向南宁市民发出畅游榕城的邀请。底蕴深厚的闽都文化、星罗棋布的名胜古迹、林壑幽美的自然山水、美丽浪漫的滨海风光都让在场南宁市民心生向往。其中,三坊七巷历史文化街区展示了三坊七巷“中国

城市里坊制度活化石”和“中国明清建筑博物馆”的韵味,让在场嘉宾一睹“一片三坊七巷,半部中国近现代史”的丰富内涵。中国船政文化景区则向现场观众展示了“百年船政”的历史波澜。

会上发布了一系列优惠政策。活动现场设置了文旅资源展板、旅游线路展板、非遗展板,全方位展示“有福之州”文旅资源。

活动由福州市文化和旅游局主办,来自福州、南宁两地的文化和旅游主管部门、旅行社代表、重点文旅企业、航空公司和媒体代表等参加推介活动。