

观察

从四大维度切入 构建文旅消费新场景

□ 特约评论员 吴丽云

消费新场景是消费新业态、新模式、新产品的系统集成。消费新场景的打造是释放消费需求、增强消费动力、促进消费稳定增长的重要路径,也是培育消费新业态、新模式、新产品的重要方式

近日,国家发展改革委、文化和旅游部等五部门联合印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》(以下简称《措施》),提出六大消费新场景、17条重点任务,其中培育文旅体育消费新场景是六大消费新场景之一。《措施》的发布为进一步发掘、培育、打造文旅消费新场景提供了指引,对于充分挖掘消费潜力、提升供给质量、加速释放消费需求具有重要意义。

消费新场景的打造是释放消费需求、增强消费动力、促进消费稳定增长的重要路径,也是培育消费新业态、新模式、新产品的重要方式。笔者认为,文旅消费新场景的培育,可从四个维度加快构建:

一是构建基于产业融合而生的新消费场景。《措施》提出,培育文旅体育消费新场景,积极发展冰雪旅游、海洋旅游、自驾露营旅游、红色旅游、研学旅游、康养旅游。这为新消费场景构建提供了充足的实践空间。产业融合是催生新消费需求、培育蓝海市场的重要方式,通过“旅游+”“+旅游”,可以将更多的消费内容、消费场景、消费空间纳入旅游发展大产业圈中,实现产业发展的更大突破。

产业融合新消费场景的构建,一方面可以通过培育消费人群基数,激发更多人群对融合业态的热爱,助力培育新的消费市场。例如,北京冬奥会的成功举办充分释放了国人参与冰雪运动和冰雪旅游的热情,推动冰雪旅游市场蓬勃发展。2022—2023雪

季,我国冰雪休闲旅游人数达到3.12亿人次,成为最具消费活力的旅游市场之一。

另一方面,可以通过开发品牌产品培育新的消费内容,提升融合业态的品质。如国家级滑雪旅游度假地、全国红色旅游经典景区、旅游公路、冰雪旅游精品线路、自驾游精品线路等,以品牌建设带动业态高质量发展。

此外,还可以通过持续提供融合新产品的方式,不断拓展融合业态的市场空间。如低空旅游、海钓旅游、温泉旅游、避暑旅游、避寒旅游、美食旅游等,以新产品供给引导并满足消费需求,逐渐形成更大的消费市场。

二是构建基于空间拓展形成的新消费场景。《措施》提出,推动城乡文旅提质增效,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区,提升入境旅游便利水平。这对于从空间维度拓展新消费场景给出了发展指引。

国内旅游发展需要充分挖掘城市和乡村潜在的发展空间,为满足游客需求提供新的消费场景。城市旅游发展要跳出传统的景区发展思维,适应散客化时代的消费特征,拓展旅游吸引物的边界,将更多资源和内容纳入旅游吸引物之中。

Citywalk的盛行,将城市作为一个大的“旅游景区”,实现了对景区外延的拓展。从城市休闲街区、文化街区、美食街区、夜间文化和旅游消费集聚区,到城市的胡同、里弄,那些承载着文化、故事、业态、休闲内容的地

方都可以成为游客游历、体验、感知的新场景。

乡村旅游发展,也跳出了传统的住宿、餐饮、景区等空间范畴,扩展到乡村的生产、生活、民俗、物产、文化、“村BA”“村超”“村排”“村跑”等更多元的内容之中。从中国美丽休闲乡村到全国乡村旅游重点村镇,从更广的空间范畴看乡村旅游发展,更应当下以散客、全域为特征的旅游发展。尤其是去年以来,小城旅游、县城旅游纷纷出圈,更是为乡村旅游拓展消费空间提供了机会。

国际旅游尤其是入境旅游发展,是在更广空间范围内释放旅游消费需求的体现。去年以来,国家相关部门实施了一系列促进入境旅游发展的政策措施,从单向向免签、144小时过境免签吸引境外游客来华旅游,到优化支付服务、多语种服务、出行便利等,极大促进了入境旅游发展。近期,由外国游客所引爆的“city不city”网络梗,便是当下入境旅游快速发展的体现。

三是构建基于功能整合形成的新消费场景。《措施》提出开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”,积极发展智慧商圈,打造商旅文体融合的新消费空间等,为以功能整合为特征打造新消费场景提供了指引。

新消费场景的打造,不仅包括基于创意、科技、融合而形成的新场景,也需要对已有的消费场景进行再造,通过要素导入、功能整合形成新的消费场景。体育赛事进景区、进街区、

进商圈是在已有景区、街区、商圈服务功能的基础上,导入新的体育元素,实现体育、旅游、购物、休闲等多功能的整合,重塑原有的空间功能,催生出新的消费场景。商旅文体综合体的打造,也是基于多功能整合的逻辑,将不同功能叠加于某一空间,进而更好满足游客多样的消费需求,如“这有山”、万达广场、胖东来等商业综合体都是实现多功能整合的典型代表。

四是构建基于消费需求而成的新消费场景。《措施》提出推广“音乐+旅游”“演出+旅游”“赛事+旅游”等业态,开展“跟着赛事去旅行”等活动,为以消费需求为指引,满足年轻人的消费需求,构建新消费场景提供了路径指导。年轻人对自我偏好的追求和基于个性的呈现,反映到旅游发展之中,便形成了更多因消费需求而产生的新消费场景。“为一场演唱会奔赴一座城”成为年轻人的旅游新风尚。草莓音乐节、迷笛音乐节、摩登天空音乐节等大型音乐节,已经成为音乐爱好者的追逐音乐之旅,并带热音乐节前后举办的旅游市场。随着全马、半马、滑雪、山地自行车等各种体育赛事而引发的体育旅游现象日渐增多,培育赛事旅游逐渐成为多地培育新消费场景、释放消费需求的重要方式。

消费新场景是消费新业态、新模式、新产品的系统集成。从四大维度切入,积极构建文化和旅游新消费空间,既是文旅产业创新发展的新路径,又可以扩大内需、促进经济社会发展贡献文旅力量。

案。游客可能集中扎堆的景点,要有疏导等应对措施,防止游客拥挤。

另外,取消景区预约制,迎来游客旅游热潮,还须提升服务水平。要提供高质量的文旅产品供给。例如,针对暑期酷热,景区点要增设遮阳避雨棚(伞)、遮阳避雨休息区域等降温避雨设施,严防游客发生高温中暑;客流量增大,要增设临时厕所,增加保洁人员,加密保洁和垃圾清运;特别要提高适老化服务水平,如针对老年人易疲劳等特点,多设立休息设施,修建步道尽量减缓坡度,针对一些老年人对智能设备操作不够熟悉的特点保留必要的人工服务。

总之,取消景区预约制只是第一步,下一步要做好完善景区配套服务文章,消除可能出现的各种隐患风险,让取消景区预约制带来更多旅游发展红利,切实促进文旅行业健康发展。

● 旅游强国大家谈

走出一条赤峰特色
文旅融合发展之路

□ 黄 河

继续坚持以文塑旅、以旅彰文,努力走出一条具有鲜明时代特征、体现赤峰特色的文旅深度融合高质量发展新路,在推进中国式现代化建设中不断开创赤峰旅游发展新局面

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。习近平总书记的重要指示让赤峰文旅系统倍感振奋,我们要抢抓落实,切实推动习近平总书记重要指示和全国旅游发展大会精神在赤峰落地生根。

坚定走好一条道路。随着我国旅游业从小到大、由弱渐强,赤峰旅游业也迈入高速发展快车道。2014—2023年,赤峰全市接待国内游客年均增长8%,游客总花费年均增长5%。2024年春节、五一假期,赤峰接待国内游客分别达331万人次、183万人次,游客总花费分别为23亿元、13亿元,展现出旅游业在经济发展中的强大拉动力。赤峰将沿着独具特色的中国旅游发展之路坚定前行,积极推动国家特色文化旅游和生态休闲度假基地建设,全力做好旅游强市文章。

始终坚持三个原则。“守正创新、提质增效、融合发展”是习近平总书记提出的旅游发展三个原则。守正创新,就是要牢牢守住绿水青山、历史文化、优质服务等基本盘,将赤峰“中华第一龙”“华夏第一村”“内蒙古缩影”等资源保护好,开展绿色旅游试点,坚守文化根脉传承。大力培育旅游新质生产力,实施八大行动推动智慧旅游突破发展。提质增效,就是要打造更多旅游精品,北部整合克什克腾旗四大景区集群,成立北五旗县旅游联盟,打造“环北部火车游”品牌;中部建设沙漠生态旅游环线,打响大漠风光极限运动游王牌;南部擦亮“燕山北麓 百里画廊”品牌,打造高端康养度假地;中心城区聚焦商贸集聚功能,打造漫游城市休闲圈。融合发展,就是要推进“文旅+百业”,打造“跟着微短剧、跟着赛事、跟着音乐、寻味美食去旅行”等品牌,丰富康养、乡村、工业、研学等旅游业态,让诗和远方的故事更精彩。

科学统筹五对关系。习近平总书记强调“统筹政府与市场、供给与需求、保

护与开发、国内与国际、发展与安全”五对关系。其一,进一步明确政府何为、市场何为,充分激发经营主体创新力,政府做好守夜人角色,让有为政府与有效市场高效配合。其二,重点围绕游客来了吃什么、喝什么、玩什么、买什么,狠抓旅游线路和产品开发,精心设计老赤峰九街三市等打卡地,串联乌兰布统草原音乐节、达里湖旅游冬捕季等全季活动,推出红山宴、小米宴等餐饮系列,一站式满足游客需求。其三,深入践行“绿水青山就是金山银山”理念,促进保护与开发协调发展,打造赤峰绿色旅游样板。其四,既要做强做大国内旅游,又要大力拓展跨境旅游、研学游产品,讲好中国故事和赤峰故事。其五,紧紧抓住铸牢中华民族共同体意识主线,坚决守牢生态、生产、文物等安全底线。

坚决完成五项任务。在重要指示中,习近平总书记强调“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”五项任务,对旅游业功能给予高度概括、殷切期许。从供给层面看,赤峰要牢固树立民本思想,加大优质产品供给,把业态做活、活动做火、配套做全、服务做细,进而更好满足人民群众的个性化需求。从社会层面看,赤峰要让旅游业成为区域支柱产业,2024年力争接待国内游客突破2500万人次、实现游客总花费312亿元,同比分别增长8%和10%。进一步强化文化创造性转化、创新性发展,掀起“跟着遗址、博物馆去旅游”热潮,让旅游成为感悟中华文化、增强文化自信、构筑精神家园的重要载体。从文化层面看,赤峰要依托文化沃土打造特色文旅IP,进一步增强中华文明影响力,促进不同地区、民族间交往交流交融,在双向奔赴中增进互鉴。

行进在建设旅游强国之路路上,赤峰将继续坚持以文塑旅、以旅彰文,努力走出一条具有鲜明时代特征、体现赤峰特色的文旅深度融合高质量发展新路,在推进中国式现代化建设中不断开创赤峰旅游发展新局面。

(作者系内蒙古自治区赤峰市文化和旅游局党组书记、局长)

莫让“黄牛”给“博物馆热”泼冷水

□ 戴先任

要发挥好博物馆弘扬传统文化、传承人类文明的重要场所作用,维护博物馆的公益性。“黄牛”倒票问题,亟待引起重视,并予以整治

近日,有游客在社交平台发视频称,“陕西历史博物馆迟迟预约不上,要找‘黄牛’,有时候票价达到498元一位”。视频迅速引发网友热议。对此,陕西历史博物馆工作人员回应称,博物馆门票是以预约方式免费发放的。目前已联合公安机关在打击“黄牛”。

近年来,博物馆热持续升温。北京故宫、陕西历史博物馆等热门博物馆深受广大游客的追捧,进入暑假,“亲子游”“研学热”让这些博物馆一票难求。

一些“网红”博物馆预约难等问题,让“黄牛”看到了商机。而一些博物馆存在管理漏洞,对恶意抢票缺乏管控能力,也给了“黄牛”乘虚而入的机会。除了博物馆,一些免费开放的科技馆也成为“黄牛”的目标。

“黄牛”倒票问题给“博物馆热”浇了冷水。例如,陕西历史博物馆门票以预约方式免费发放,现在“黄牛”从半路杀出,甚至收取498元一位的“天价手续费”,很多在官网预约的游客连续多次都抢不到票,通过购买“黄牛”票却能轻松进入博物馆。这样显然有损公平,损害了游客权益。

博物馆免费开放是为民惠民之举,体现了博物馆的公益属性。“黄牛”从中趁机收费牟利、浑水摸鱼,免费的博物馆门票成了“商品”,被“黄牛”设了一道“高价门槛”,损害了博物馆的公益属性。

根据治安管理处罚法,伪造、变造、倒卖车票、船票、航空客票、文艺演出票、体育比赛入场券或者其他有价证券、凭证的,“处十日以上十五日以下拘留,可以并处一千元以下罚款;情节较轻的,处五日以上十日以下拘留,可以并处五百元以下罚款”。对于“黄牛”倒卖博物馆免费门票,要零容忍,坚决依法查处。

一方面,需要相关部门严厉打击此类违法犯罪活动,增加“黄牛”的违法成本,更好维护博物馆游览秩序;另一方面,博物馆管理者也要提升技术防范能力,补上管理漏洞,严防恶意抢票行为。例如,采用智能验证码进行验证等手段,防止“黄牛”通过“外挂”软件抢票下单;限制同一账号或同一身份证号每个月的购票数量……通过加强技术防控,让恶意抢票难有可乘之机。当然,广大游客也要自觉抵制“黄牛”票,选择到官方渠道订票。

同时,要更好盘活博物馆资源,让博物馆的大门敞开越大,让博物馆的服务与供给跟得上消费需求。近日,国家文物局办公室发布通知,提出热门场馆暑期可适当延长开放时间等,这有助于更好盘活博物馆资源,缓解“一票难求”现象。

要发挥好博物馆弘扬传统文化、传承人类文明的重要场所作用,维护博物馆的公益性。“黄牛”倒票问题,亟待引起重视,并予以整治。

声音

“野生动物伤人,其实是一个复杂的社会问题,除了自然风景区加强精细化管理,也需要社会多方力量共同求解”

——针对近年来多个自然风景区内发生的野猴伤人事件,《光明日报》客户端发表评论指出,如何在野猴数量不断增加的基本面下,达成人与野猴的利益平衡?这就要求景区要兼顾管理和保护的责任,做好野猴的分流,使其尽量不要大面积集中,过多侵占游客游览的场所;采取隔离措施,增加专职员工巡逻,一旦发现野猴袭击游客,及时出击阻止;倡导游客文明观猴,严禁游客投喂、近距离接触野猴,以免对野猴造成刺激。

“网友的热议,是对美食发展的热望,各地应思考,如何把当地美食做大做强”

——近期,吉林市拟组建餐饮名品推广办公室暨锅包肉办公室相关话题冲上热搜。对此,《扬子晚报》发表评论指出,地方为小吃建立办公室,这其实并不稀奇。当然,推广美食的路子千万条,并非只有“小吃办”这一条路。广西柳州的螺蛳粉和江苏盱眙的龙虾,都是百亿级产业规模,也并没有建立“螺蛳粉办公室”和“龙虾办公室”。吉林市的目标很宏伟,信心也很大,但是不妨把思路再开阔一些,创新出最适合自己的版本。

(本版编辑 龚立仁 整理)



“囤旅游”虽香 背后陷阱也要防

据《法治日报》报道,“囤旅游”顾名思义就是将机票酒店、目的地门票等旅游产品像日常消费品那样“囤起来”,先买了放着,想用时再用,不想用或没有条件用就取消。价格优惠、有效期长、随时可退,种种优势让越来越多的人直呼“真香”。看到这里,不少消费者就已经准备下单了!先别急,“真香”背后可能存在陷阱,相关的法律问题还是要提前明晰。一些消费者在使用“囤旅游”产品时经常会遇到涨价、加价和预约难等问题。因此,相关法律界人士提醒,购买“囤旅游”产品时要仔细阅读使用产品的条件和退改规则,避免落入消费陷阱,给自己美好的旅行安排带来阴影。

视觉中国 供图