

●学深悟透总书记重要指示 贯彻落实全国旅发大会精神

坚持以人民为中心的旅游发展观

□ 李庆雷 王珍茜

旅游业高质量发展成效,应以人民群众的满意度为基本衡量标准,应避免单纯以旅游人次、人均消费、总收入指标来测度旅游业发展成效的方式,考察人民群众的安全感、体验感和幸福感,最终通过人民群众是否满意来加以评价

推动旅游业高质量发展行稳致远,要按照新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业的定位,尊重人民主体地位,坚持发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享,以人民对美好生活的向往引领旅游发展方向,以人民群众的满意度衡量旅游发展成效。

以人民对美好生活的向往引领旅游发展方向

旅游业高质量发展应明确目标方向,坚持需求导向。习近平总书记指出:“人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标。”人民日益增长的美好生活需要,就是新时期旅游业发展的最大动能。应以人民对美好生活的向往引领旅游发展方向,全面深入地推进供给侧结构性改革,自觉增强产品研发、内容生产和业态创新能力,提高供给的精准性、及时性和有效性,更好地满足游客的个性化、多样化、品质化需求;在旅游业高质量发展中不断实现人民对美好生活的向往。

马克思认为,人的最终目标是自由而全面发展,其需要可以分为生存、享受和发展三个层次,这些需要具有客观物质性、社会历史性和无限广泛性等特征。人民的需要也是不断发展变化的,新时代人民的美好生活需要除了更好的教育、更稳定的工作、更满意的收入、更可靠的社会保障、更高水平的医疗卫生服务、更舒适的居住条件、更优美的环境之外,还有更丰富的精神文化生活。旅游不仅是

一种生活方式,更是一种学习方式和成长方式。古往今来,旅游都是人们精神文化生活的有机组成部分;在新时期,旅游更应成为美好生活的构成要素。

以人民对美好生活的向往引领旅游发展方向,要将解决人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾作为旅游发展顶层设计、政策制定、规划编制的核心目标,合理地确定旅游项目的总体定位、市场预期和运营模式,不搞背离群众意愿的形式主义、政绩工程、面子工程,防止政策“一刀切”、规划“假大空”、项目盲目追求“高大上”。

要结合旅游业的特点和各地的实际,集中力量解决人民群众普遍关注、反映强烈、反复出现的问题,如节假日车票门票难买、住宿价格暴涨、景区拥堵严重,少数旅游企业虚假宣传、诱导消费、逃避责任,个别旅游目的地商业化过度、原住民文化流失、生态环境质量下降等。

要加强预见性研究和实践探索,及时回应人民群众对旅游业的新要求、新期待,不断提升旅游消费的安全感、体验感和幸福感,如全面落实带薪休假制度,加强景区内交通运输服务价格管理,扩大旅游公共服务覆盖面、推进无障碍环境建设、保障特殊群体出游权益等。

要探索旅游推进中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的方式,推出更多有利于润泽心灵、坚定信念、激励斗志的文旅产品,培育具有文化吸引力、精神感召力、思想影响力的沉浸

式旅游业态,抵制消费主义、物质主义、拜金主义的诱惑,构筑中华民族共有精神家园。

以人民群众的创造伟力提高旅游发展质量

旅游业高质量发展需要集思广益,凝聚合力。习近平总书记指出:“人民群众不仅是浩瀚的力量之海,也是浩瀚的智慧之海。”人民群众中蕴含着丰富的智慧和无限的创造力,是推动改革发展实践的根本力量,也是旅游业守正创新、提质增效、融合发展的源泉。应充分尊重人民的首创精神,激发人民群众的积极性、主动性和创造性,畅通群众从不同层面参与旅游业发展的渠道,形成推动旅游业高质量发展的磅礴伟力,探索共建共管共创的旅游发展道路。

历史唯物主义认为,人民群众是历史的创造者,是社会物质财富、精神财富的创造者和社会变革的决定性力量。旅游吸引物是社会建构的产物,旅游发展是人民群众共同作用的结果,旅游产品的消费者同时也是生产者。在旅游业发展的众多理论中,倡导社区居民参与旅游服务、经营、管理的社区参与理论和社区增权理论备受各界关注。从优秀旅游城市创建中叫响的“人人都是旅游形象,处处都是旅游环境”口号沿用至今,并逐渐发展成为“人人都是旅游宣传员、人人都是旅游安全员、人人都是旅游服务员、人人都是旅游管理员”,显示出人民群众在旅游发展中的关键作用。

“重建附近”理论对旅游目的地建设的启示

□ 余志远

如今旅游者对热闹的场景、与生活紧密相连的人间烟火气产生了更加浓厚的兴趣,他们的内心深处渴望人与人之间的交流及充满温馨、温情的服务。从这样的角度来看,旅游业应该重视“附近”的重建

侵蚀以及城市化进程的加速,传统的“附近”也不断消失,即人与人之间缺乏深入交流,不再有心灵间的碰撞与频繁性友好往来、互帮互助等热闹景象的发生。

旅游在某种程度上成为现代人寻找“附近”的重要途径。旅游不仅是为了满足旅游者欣赏远方风景、感受他者生活以及了解其他地方历史和文化的需要,更重要的是,它成就了旅游者暂时性地实现“诗意栖居”与重新感受“附近”的可能。齐美尔提到过旅行的魅力——旅途中的相识通常发展出一种没有真正内在理由的亲密和坦诚,这种交往状态显然与都市人日常生活状态不同。也就是说,旅游者在旅游过程中更愿意进行真诚交往。但这也需要旅游目的地积极构建并释放“附近”所具有的温暖、和谐、友好等特质,其本质不仅为旅游者创造一种美好体验,也给当地人带来“附近”的回归。近年来,淄博、哈尔滨等旅游城市的爆发及广受称赞,实际上是它们让现代

的旅游者重新体验到地方人的热情和友善,并乐意来这样的地方进行消费,同时也让当地人更加清醒地认识到,真诚、热情地对待他人不仅会给人以温暖,还会带来“投我以桃、报之以李”的结果。由此看出,旅游目的地的积极释放友好、温暖的特质,既有助于提升游客满意度,又有助于当地“附近”的回归。从这个角度来看,旅游是重建“附近”的重要路径。

“附近”意味着生态性交往,这种交往系统是旅游目的地可持续发展的关键

重建“附近”意在构建友好、亲密的关系,营造和谐、融洽的环境氛围。在这种理论的指导下,我们每到一处,周围可能与我们产生联结的人共同组成了属于我们的“附近”,进而形成了一个良性的生态性交往系统。从生态学的角度来看,生态性交往指的是人际交往中,强调人与人之间、人与环境之间以及人与社会之间的和谐共存、

以人民群众的创造伟力提高旅游发展质量,要进一步转变工作作风,大兴调查研究之风,注重深入基层旅游行政管理部门、企业、社区和游客,全面了解旅游需求侧、供给侧、监管侧的情况,精准把握旅游业的“痛点”“堵点”“槽点”,从生动鲜活的一线实践中汲取智慧,发现有效做法和成功探索,总结提炼可以复制推广的模式,转化为具有普遍指导意义的产业政策。

要广开言路,倾听民意,全面实施旅游领域重大行政管理决策听证制度,深入落实涉旅政策法规公开征求意见建议的规定,继续完善重要旅游规划的公众参与机制,有效发挥领导信箱、留言板、热线的作用,切实提高人大代表建议、政协委员提案办理工作质量,建立健全包括新闻媒体在内的社会监督体系。

要用好专业机构,依托社科院系统筹各类人才资源,培育特色新型智库,增强专业会议论坛的针对性,提高资政刊物或资政栏目办刊质量,畅通各类机构研究成果呈报渠道。

要优化旅游就业和营商环境,完善大中专学校毕业生、返乡农民工、退役军人等重点群体进入旅游行业创业就业的支持体系,激发民营旅游企业的创新活力,培育一批旅游创客、企业家、社区精英和领军人才。

要将人民群众的实践成果和美好生活作为重要的旅游资源,推广杭州设立社会资源国际旅游访问点的经验,将诸如“沂蒙精神”“曹县现象”“寿光模式”的新型旅游资源转化

为面向不同细分市场的体验式旅游产品。

以人民群众的满意度衡量旅游发展成效

旅游业高质量发展应增加综合效益,成效可感可触。习近平总书记指出:“检验我们一切工作的成效,最终都要看人民是否真正得到了实惠,人民生活是否真正得到了改善,人民权益是否真正得到了保障。”旅游业高质量发展成效应以人民群众的满意度为基本衡量标准,应避免单纯以旅游人次、人均消费、总收入指标来测度旅游业发展成效的方式,考察人民群众的获得感、体验感和幸福感,最终通过人民群众是否满意来加以评价。

按照历史唯物主义的观念,人民是历史的创造者、书写者、检验者。人民不仅是物质、精神财富的创造者,也是拥有者、享受者。必须正确处理好发展成果的分配关系,妥善协调不同群体之间的利益关系。利益相关者理论认为,与旅游业相关的利益群体不仅有政府官员、投资商,还有社区居民、从业人员,更有规模庞大的游客。各个群体的利益诉求既有相同点,也有不同之处。例如,游客最关心出行安全、消费便利和游览体验,从业人员更关注工作收入、社会地位和发展前景,社区居民则关注综合收益、公正公平和长远发展。要实现旅游业高质量发展行稳致远,必须保障各群体的正当利益诉求能够得到相应满足。

以人民群众的满意度衡量旅游发

展成效,要将游客需求满足程度放在首位,聚焦游客的安全感、体验感和幸福感,推进旅游产品业态、接待服务与评价方式创新,提高旅游产品的知识、文化、科技含量,优化旅游产品的类型结构、层次结构和空间结构,完善旅游服务质量评价体系、旅游服务标准体系和文明旅游行为引导体系,通过评价、监测和奖惩来提升旅游接待服务质量与经营管理水平。

要顺应服务型社会的趋势要求,营造尊重服务行业、尊重服务工作、尊重服务人员的社会氛围,不断提高旅游从业人员尤其是一线员工的物质收入和社会地位,提升职业自豪感、成就感、获得感,保持旅游业对就业群体特别是大中专毕业生的吸引力,为旅游业高质量发展夯实人才基础。

要进一步健全共享机制,发挥基层党组织的战斗堡垒作用,引导社区居民建立新型经营主体,提高社区居民参与旅游发展的意识和能力,结合当地实际盘活闲置资源,特别是在乡村发展多功能农业,实现乡村多元价值,壮大集体经济,推进共同富裕。

要引导开发商践行社会责任,突破门票经济模式和孤岛效应,统筹协调景区和社区的关系,探索景区带动社区、社区融入景区、景区与社区一体化发展,优化开发商和社区居民之间的利益联结机制,探索形成多元化的利益补偿、利益反哺机制,促进实现共同富裕。

要优化旅游业高质量发展评价体系,统筹经济效益、社会效益和生态效益,灵活运用第三方评价、网络问卷技术、计算机辅助电话调查方法,综合考量游客、从业人员、社区居民的满意度,提高群众满意度在文明旅游示范单位、乡村旅游重点村镇、文化产业和旅游产业融合发展示范区等评定评选中的比重,真正将人民群众满意度水平作为旅游业高质量发展的评价尺度。

(作者单位:云南师范大学地理学部旅游与地理学院,中共平凉市崆峒区委党校理论研究室)

馨、温情的重视。从这样的角度来看,旅游业应该重视“附近”的重建。

第一,积极推广“慢旅游”的理念。鼓励旅游者放慢脚步,与当地社区进行深度互动,通过参与当地的活动、品尝当地美食、学习当地手工艺等,深入了解和体验旅游目的地的历史、文化和生活方式。

第二,更加重视社区旅游的发展。鼓励社区居民积极参与旅游规划和决策过程,提升居民对旅游业的认识和参与度,深入挖掘社区历史和文化,依托社区特色旅游资源开发具有独特性和吸引力的旅游产品,加强旅游者与当地居民深度互动,建立两者之间的紧密联系。

第三,更加强调人文关怀和服务质量。旅游目的地除了为游客奉上美丽的风景大餐之外,还需要有热情的东道主为之提供服务。夏威夷对游客而言有很强的吸引力,其中一个很重要的因素是夏威夷人热情好客的“阿罗哈精神”,这是一种敞开心怀、尊重他人、接纳他人的处世态度和生活方式。学者李原认为,“附近”就是一种情感关系,旅游业的各种产品业态就是通过创造这种关系氛围,传递爱,传递关切,传递和谐,实现情感共鸣。为此,旅游目的地需要让游客重新发现“附近”,感受到如家般的温暖以及社会的美好,并将这种爱传递出去。

(作者单位:东北财经大学工商管理学院旅游与酒店管理系)

自东北老工业基地振兴战略实施以来,吉林省无论是在经济还是在文化方面都取得了巨大的成就,市场经济不断完善,产业结构布局逐渐优化。在吉林新一轮老工业基地振兴中,旅游业已经是保增长、促转型、拉内需的一个重要领域。吉林作为老工业基地,具有丰厚的工业旅游资源,应积极推动全省工业旅游的发展。

发展工业旅游的重要意义

工业旅游的特殊效用在于能让游客在参观游览中认识企业、认同产品、认知城市,从而达到企业、产品、城市“三赢”的目的。工业旅游在促进绿色发展、推进资源型地区转型,保护工业遗产、促进就业、改善民生等方面发挥着积极作用。

东北地区拥有丰富的自然资源、巨大的存量资产、良好的产业基础,明显的科教优势和较为完备的基础条件,具有投入少、见效快、崛起潜力大的特点,是极富后发优势、战略地位突出的地区。加快振兴东北老工业基地,增强东北地区经济整体竞争实力,优化发展格

局,走新型工业化道路,是我国在新世纪新的发展阶段重大而紧迫的任务。

吉林是东北老工业基地的重要组成部分,在我国社会主义建设和发展过程中始终发挥着重要的作用。振兴东北老工业基地,吉林面临着难得的历史机遇,也面临着严峻挑战。吉林工业旅游资源丰富,也是中国重要的工业生产基地,冶金、石化产业、装备制造、汽车制造业、客车制造业等历史悠久,为发展工业旅游打下了坚实的基础。

发展工业旅游的基本路径

吉林应找准发展定位、产品定位,深度开发本土工业旅游资源,实现差异化发展。

一、整合保护工业旅游资源,走“全域统筹”之路

树立工业遗产保护理念,保护好

工业遗产的物质形态,强化对有工业历史文化价值的工业遗址的保护,加大对具有历史文化价值的百年老厂区、老厂房等工业遗址的保护力度,不断完善法律法规制度,进一步明晰地方工业遗产保护责任。

二、培育特色工业旅游产品,走“转型升级”之路

以创新和开放为驱动力,以促进工业产业、工业园区、工业企业转型提质为重点,充分利用吉林在重型机械、汽车制造、食品加工等方面良好的产业优势,紧扣转型升级这一抓手,将旅游业融入工业产业,重点发展工业遗产、文化创意、观光工厂、工业博物馆、研学科普等工业旅游模式,打造吉林工业旅游结构体系。引导企业通过教育研学、工艺体验、文艺展演、工业文创等形式增强游客的互动和体验;运

用现代展陈理念和声光电技术,丰富工业博物馆展陈内容,增强吸引力和观赏性;改造利用老厂区、老厂房、老设施开展影视拍摄、绘画写生、艺术创作、科普培训等活动。

三、提升工业旅游品牌影响力,走“创新营销”之路

深入实施品牌战略,将长春一汽、吉林化工等打造为国内外知名工业旅游品牌。支持企业深化与旅行社及旅游电商的合作,推出一批在国内叫得响的精品工业旅游专题线路,提升吉林工业旅游的竞争力。充分发挥吉林工业旅游资源优势,依托主流媒体和网络资源广泛宣传,充分利用影响力较大的大众传媒开展联合营销,树立吉林工业旅游形象。积极打造工业旅游发展大会、工业旅游博览会等重要品牌载体,承办独特的工业旅游相关会展

将超市95%的利润回馈给员工,制定“加班罚钱、周二闭店休息”的制度,设立委屈奖;此外,在特殊时期为外卖小哥提供免费饭菜,让在外奔波的小哥们能够吃上一顿热腾腾的饭菜。从这种意义上来说,胖东来超市重建了“附近”,它不仅成就了自己,还温暖了一座城,甚至有可能让这个行业发生积极的改变。

在新的旅游消费需求面前,旅游业更应该重视“附近”的重建

今天,旅游者的消费需求发生了一定的改变,比如,他们不再满足于走马观花式的旅行,而是更加重视与旅游目的地深度互动与交流;美丽的风景可能不再是他们的最爱,他们对热闹的场景、与生活紧密相连的人间烟火气产生了更加浓厚的兴趣;在科技高度发达的时代,虽然高科技的运用给旅游消费者带来了更大的便利及更为新奇的感受,但是他们的内心深处更渴望人与人之间的交流及充满温

吉林省工业旅游发展路径思考

□ 朱万峰

游客的逗留和消费时间。结合文化创意,引进创意旅游商品开发企业,开展多种形式的工业旅游商品创意大赛,打造吉林特色工业旅游商品体系。引导产、学、研有机结合,支持高校、企业联合培养工业旅游专业人才,鼓励工业旅游的理论研究和实践,成立吉林或东北工业旅游发展联盟,推动工业旅游良性发展。

五、推动工业旅游低碳循环,走“绿色发展”之路

要将绿色发展理念融入工业旅游发展中,注重提质增效的战略意义和作用,落实企业主体责任和政府监管责任,全面提高工业旅游绿色发展水平,鼓励企业开发低碳旅游产品和服务,通过旅游出行、住宿、餐饮、游览、购物等各个环节增强游客的低碳体验感,打造一批“碳达峰、碳中和”工业旅游示范区、企业。加大低碳旅游的宣传,引导游客形成低碳环保的消费理念,加速推动吉林工业旅游的低碳转型。

(作者单位:北京旅游学会、北京九鼎辉煌旅游发展研究院)