

学习贯彻党的二十届三中全会精神

数字经济赋能 加快培育旅游新质生产力

□ 王金伟 崔佳鑫

新质生产力代表先进生产力的演进方向,由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,现已广泛渗透到旅游领域。如今,旅游业正在经历重塑与变革,旨在通过新质生产力引领旅游高质量发展,从而优化产业结构和创新服务模式,实现更广泛的市场整合与可持续发展目标

党的二十届三中全会提出:“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。必须以新发展理念引领改革,立足新发展阶段,深化供给侧结构性改革,完善推动高质量发展激励约束机制,塑造发展新动能新优势。”新质生产力代表先进生产力的演进方向,由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,现已广泛渗透到旅游领域。如今,旅游业正在经历重塑与变革,旨在通过新质生产力引领旅游高质量发展,从而优化产业结构和创新服务模式,实现更广泛的市场整合与可持续发展目标。

一是科技创新引领旅游业的技术革新。培育旅游新质生产力离不开科技创新,旅游业高质量发展也需要科技赋能。

在新质生产力的推动下,人工智能技术被广泛应用于消费者行为预测、旅游产品推介以及客户服务优化,预测旅游趋势和个人偏好,推动旅游产品和服务创新。

物联网技术在提升旅游体验中扮演着关键角色。物联网可以助力实现资源的最优配置,使旅游设施和服务设备相互连接,推动旅游业向数智化发展。大数据可以为旅游业带来新型经营思维方式。旅游景区基于大数据能够通过全样本的数据挖掘并分析,实现更精准的市场定位和产品定制,有效提升旅游体验,同时也提高消费者满意度。

二是协调发展促进旅游业的内外协同。旅游业日益成为新兴的战略性新兴产业、幸福产业,旅游业如何兼顾内外协调发展变得尤为关键,而现代旅游业迈向高质量发展的关键契机就是通过旅游新质生产力推动构建协同发展模式。

首先是加强行业内部协调,旅游业通过数字化管理系统可以在提升整体服务质量的同时,更好地进行资源整合和业务流程优化。

其次是推动跨行业协同发展,旅游业与零售、娱乐及文化、教育等行业结合可以创造新的消费模式和业务机会,通过数据共享和技术融合,与其他领域合作开发新的产品和服务。

最后是实现地方与全球市场的协同互动,通过数字平台突破地理限制,实现全球旅游市场进行直接交流和合作,从而促进文化的国际化传播和全球认知度的提升。

三是绿色发展提升旅游业的可持续性。技术创新有助于构建环境友好型旅游生态系统,同时为旅游业长远发展提供坚实基础。

首先,生态综合监测系统可以在旅游业可持续发展中起到关键作用。通过快速的可视化集成工具,旅游景区可以更有效地监控生态资源及病害风险,如空地一体化立体综合监测、全息时空监测系统等。

其次,数字化工具助力优化废物

管理和回收利用。旅游景区通过数字化工具精确预测游客流量,从而有效规划资源分配和垃圾处理设施布局,减少资源浪费和环境污染。

最后,虚拟旅游体验的推广可以降低对自然资源的消耗和碳排放。虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术为游客提供了一种全新的绿色旅游选择,彰显了新质生产力在促进旅游业可持续发展方面的潜力。

四是对外开放促进旅游业的全球协作。随着全球化进程的加速,旅游业发展日益依赖跨国协作,而数字经济可以为旅游业提供新的机遇,推动旅游新质生产力的全球化应用。

首先,数字领域国际合作平台在促进国际旅游交流合作中扮演重要角色。2023年,中共中央、国务院印发的《数字中国建设整体布局规划》提出,构建开放共赢的数字领域国际合作格局,统筹谋划数字领域国际合作,高质量搭建数字领域开放合作新平台。

其次,国际旅游合作项目可以通过共享资源,促进不同国家间的旅游发展。

最后,跨境生态和文化项目的推广可以提升旅游业文化多样性和增强生态意识,扩大旅游业在全球范围内的文化影响力。例如,在中亚五国构建“跨国生态走廊”可以增强参与国的旅游吸引力,为当地社区创造经济收益,实现经济利益与环境保护的双赢。

五是共享经济助力旅游业的资源共享。共享经济已然成为推动旅游产业融合发展的创新方式,而新质生产力在推动共享经济发展过程中,不仅可以催生新的旅游业态,还可以推动整个行业向着更加高效、绿色的方向发展,为旅游业带来新的增长动力和发展机遇。

首先,共享经济可以拓展旅游资源共享新路径。从共享民宿到共享交通,再到共享导游服务,共享经济正在深刻改变着旅游业的传统模式。

其次,共享经济平台可以拓宽旅游资源共享的渠道。共享经济平台使旅游资源的共享范围更广,原本分散化、碎片化的资源得以整合,有助于降低旅游成本,为旅游业可持续发展注入新的动力。

最后,旅游新质生产力与共享经济可以融合共创行业新生态。这种融合不仅可以推动旅游资源的共享与优化配置,也能够促进旅游服务的多元化与个性化发展。

总之,面对数字经济带来的积极变化,表现为技术创新主导和数字化、网络化、智能化的旅游新质生产力,不仅可以推动经济效益提升,也能够促进整个旅游行业生态改善。随着全球数字化转型的深入推进,旅游领域必须要不断适应新的市场需求,推动行业高质量发展,从而迎接更加繁荣、可持续的未来。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院、北京旅游发展研究基地)

再次,要严格把控“惩罚关”。对于弄虚作假、侵犯消费者权益的酒店绝不姑息,要及时处理,情节严重的应将其房源下架。

最后,要严格把控“维权关”。高度重视消费者的投诉,提升处理投诉的效率与质量,组建专门的投诉处理团队,及时回应消费者的投诉,积极调解酒店与消费者之间的矛盾,切实保障消费者的权益。

此外,监管部门应强化对预订酒店平台的监管。应加大执法力度,对存在问题的平台予以严管,督促平台规范自身行为。近期,广东省消费者委员会便组织开展了“在线旅游平台酒店预订订规则调查”,并对调查涉及的6家平台进行了约谈。这一做法值得借鉴。

总之,平台作为连接消费者与酒店的关键桥梁,应当积极承担责任,采取切实可行的措施,加大力度解决预订酒店存在的问题。唯有如此,才能赢得消费者的信任,从而让消费者轻松入住。

筑牢假日安全防线
营造文明有序旅游环境

□ 谢朝武 欧阳蝶

各地有关部门以及经营主体应从安全生产、隐患排查、市场治理、风险预警、文明旅游等方面筑牢旅游安全防线,营造安全有序、文明健康的假日旅游环境

国庆假期将至,公众出游意愿高涨,预计人流、车流密度将会大幅提升,加之近期台风、暴雨、洪涝等极端天气频繁,热点景区设施故障、违规经营、游客不文明行为等问题依然存在,假日旅游安全管理工作面临不小压力。为确保广大游客在国庆假期安全出行,各地有关部门以及经营主体应从安全生产、隐患排查、市场治理、风险预警、文明旅游等方面筑牢旅游安全防线,营造安全有序、文明健康的假日旅游环境。

一是强化旅游安全生产红线意识,全面落实安全生产责任。各地有关部门应牢固树立安全生产理念,深刻认识并提前研判国庆假期出游高峰期各种潜在风险,压紧压实市场主体安全责任,指导旅游景区、宾馆酒店、旅行社等经营主体完善安全生产责任制、加大安全投入、优化安全设施、强化安全培训,不断提高安全管理水平,坚决防范化解安全风险,遏制重特大事故发生。同时,进一步压紧在线旅游企业和平台安全责任,督促其严格审查游客自助游产品,下架不合格产品,并在产品宣传中突出对潜水、冲浪、探险、热气球、高山索道等高风险项目的安全警示,全方位守护游客的安全。

二是从严开展安全检查,及时排查消除安全隐患。有效的安全检查是预防重特大突发事件的重要环节。鉴于以往发生安全事故的经验教训,各地旅游管理部门应联合市场监管、公安、应急等部门,开展对旅游景区特种设备、消防设施的安全隐患大排查,严格执行高风险项目的安全标准,确保旅游设施设备处于安全稳定状态。严格执行日常安全检查、定期安全检查和专项安全检查制度。对景区景点的安全防护设施、警示标识系统和应急救援设施进行常规检查,积极推行旅游设施每日试运行制度,消除高空秋千等安全隐患。经营单位应在假期前组织开展旅游安全专项检查行动,针对高客流、高风险区域增加检查频次,以魔毯、玻璃栈道、高空秋千等景区网红项目为重点领域,展开地毯式排查,消除潜在事故隐患。

三是深化市场秩序治理,营造公平诚信旅游环境。针对近期部分旅游预订平台出现“幽灵酒店”“阴阳价格”等现象,各地有关部门应深入旅游市场开展“双随机”检查工作,高压打击“不合理低价游”、不明码标价、欺客宰客等问题,加强旅游市场监管,防止商家利用节假日哄抬物价、使用“阴阳价格”等扰乱市场秩序行为。此外,应进一步加强在线旅游市场管理,严格审查在线旅游平台的经营资质,构建旅游数据安全和隐私保护机制,避免大数据杀熟、虚假宣传、虚假预订等违法违规行为,有效保障旅游者的合法权益。

四是加强风险监测预警,提升旅游安全预警能力。有条件的旅游目的地应构建实时监测与预警系统。鉴于旅游高峰期与天气转折期叠加的风险形势,各地旅游管理部门应加强与气象、交通、水利等部门的协调联动,做好可能出现的台风、强降雨等极端灾害天气监测预警,以便及时疏散和引导游客。同时,积极利用大数据、人工智能等技术对目的地风险信息分级分类监测预警,提高安全预警精准度和有效性。督促各单位做足准备,针对山岳型景区,应重点预警暴雨、大风可能引发的泥石流、落石等地质灾害气象风险;针对涉水型景区,应重点预警台风、强降雨和中小河流洪水引发的山洪灾害气象风险;针对客流密集区域和高峰时段,应重点预警人流拥挤引发的踩踏、滞留风险,预先规划并执行客流高峰应对预案,保障游客出行的安全和通畅。

五是倡导文明绿色出行,提高游客文明素质。近期频繁发生游客不文明行为。对此,各地有关部门应注重约束游客不文明行为,营造文明旅游的良好氛围。针对重点节假日等旅游高峰期和热点景区不文明现象较为突出情况,各地可以结合自身实际,通过教育引导和约束惩戒两手抓推动文明旅游工作。一方面,充分利用微信公众号、视频号、微博、抖音等新媒体开展文明旅游宣传,有效发挥文明志愿者、讲解员的示范引领作用,引导游客树立正确的旅游理念,形成文明出游的社会风尚;另一方面,强化不文明旅游行为监督手段,用好不文明旅游行为“黑名单”制度,推进旅游诚信体系建设,规范游客行为。

(作者单位:华侨大学旅游学院)

“网红书店”实现长红
关键在于拓展发展空间

□ 杨朝清

只有始终与时俱进、不断改革创新,实现供需两端的有机衔接和良性互动,实体书店才会真正实现“观念一变天地宽”

据《重庆日报》报道,近日,陪伴重庆人5年的钟书阁停止营业。书店门口“距离再见还剩0天”的海报前,挤满了拍照留念的人。消费者真的不需要实体书店了吗?答案是否定的。有记者走访重庆书店消费市场发现,一边是“网红书店”黯然退场,另一边是不少中小型独立书店活得有滋有味。

开业时门庭若市,退场时令人惋惜,“网红书店退场”陆续在不少城市上演。一些“网红书店”曾因极具个性的空间设计吸引年轻人争先打卡,最火的时候还要限流。“网红书店”虽然能够依靠“颜值”吸引一波流量,但是实际到店消费的顾客并不多。

说到底,实体书店从来不缺网红,如果不能解决核心痛点,即商业模式问题,“网红书店”就难以在激烈的市场竞争中勇立潮头,终究会遭遇大浪淘沙。

数字阅读如火如荼、电商平台低价冲击,实体书店的生存空间越来越逼仄。然而,这并不意味着消费者不再需要纸质阅读,并不意味着实体书店就没有出路。破解“网红书店退场”的关键在于实体书店除了销售书籍,

还要为消费者提供更加多样化的消费选择。

不论是“餐饮+书店”的跨界组合,还是销售签名版和珍藏本图书增强社群黏性,实体书店的生存之道在于探索业态组合,以满足消费群体多元化、差异化需求。只有始终与时俱进、不断改革创新,实现供需两端的有机衔接和良性互动,实体书店才会真正实现“观念一变天地宽”。

随着社会变迁,实体书店要从“消费的空间”转变为“空间的消费”。人们在实体书店里不仅可以买书,也可以喝咖啡、吃简餐;不仅可以看书阅读,还可以参加读书会、见面会等线下交流活动,更好地满足消费者的精神诉求与情感需要。强化实体书店的社会功能,从传统的卖书转向销售一种生活方式,吸引更多消费者将逛书店融入日常生活,或许会为实体书店赢得新的发展空间。

“网红书店退场”犹如一面镜子,提醒和启发人们——“网红书店”虽然能够在一段时间内吸引流量,却并不能够得到行稳致远。只有找到健康成熟、可持续的商业模式,“网红书店”才能在大浪淘沙中脱颖而出。

声音

“治理旅游市场需要在‘有效’二字上下功夫”

——近日,文化和旅游部发布2024年第一批共10起旅游市场秩序整治典型案例。对此,“南方+”客户端发表评论文章指出,发布典型案例是以案促鉴、以案促改、以案促治的重要手段,释放出敢于亮剑、标本兼治的鲜明信号。旅游经济是“口碑经济”。只有持续加强旅游市场监管,让人们享受到愉快的旅游体验,才能吸引更多入旅游,做大做强旅游品牌,在好口碑中促进旅游经济高质量发展。

“‘新中式’游备受青睐,看起来是一种旅游风尚,实际上是一种文化传承”

——刚刚过去的中秋假期,以民俗游、文化游为代表的旅游方式成为热点。对此,《光明日报》近日发表评论指出,包括中秋文化习俗在内的传统节日文化是中华优秀传统文化的重要组成部分,蕴含着代代中国人对民族文化的深刻认同。“新中式”游是这种文化传承下的一种生活休闲方式,体现了人们内心的一种情感认同。

(本版编辑 龚立仁 整理)



铁路部门实施新规 老幼病残孕受照顾

9月20日起,铁路部门实施重点旅客运输服务新规则,进一步科学配置资源,规范服务流程,完善相关规则,重点旅客出行将更加便捷。国铁集团客运部相关负责人介绍,老、幼、病、残、孕等重点旅客和需依靠辅助器具行动的特殊重点旅客可享受优先安检、优先验证、优先检票、引导服务,使用无障碍售票窗口、重点旅客候车室、母婴室、无障碍卫生间以及无障碍服务设施等服务。

视觉中国 供图