

服务重点企业重点项目对接活动亮相埃及

本报讯(记者 杨丽敏 范朝慧)近日,由文化和旅游部产业发展司、开罗中国文化中心联合主办,中外文化交流中心承办的2024年服务重点企业重点项目交流对接活动(埃及专场)在埃及开罗举办。活动旨在为中国文旅企业与埃及企业搭建桥梁,进一步促进资源共享、加强共商共建、实现互利共赢。

中国和埃及企业代表介绍了各自的主营业务和项目案例,并就未来合作的具体方向进行了深入探讨。中国企业代表还展示了与文创产品相关的

数字交互技术,表示希望借助技术进一步推动业界合作。活动期间,中国企业代表实地参访调研了大埃及博物馆、纳迪姆设计产业集团、福斯塔特传统手工艺中心,中国和埃及企业代表就博物馆的日常运营管理模式、国际合作开展情况、数字化展示技术的应用等方面展开交流,并寻求合作模式和合作机会。中国企业代表还拜会了中国驻埃及大使馆经济商务处,深入探讨了与埃及在双边贸易、文化贸易方面的合作成果和未来机遇,落地项目的相关政策等。

中国G219旅游推广联盟宣传走进广西

本报讯(邝伟楠)中国G219旅游推广联盟宣传推广活动近日在广西举办。活动由广西壮族自治区文化和旅游厅、云南省文化和旅游厅、西藏自治区文化和旅游厅、新疆维吾尔自治区文化和旅游厅、新疆生产建设兵团文化广电和旅游局联合主办。

活动以“加强区域联动 共筑G219新篇章”为主题,包括中国G219旅游推广联盟第五届年会、联盟联合推介、“串珠成链 镜遇广西”摄影展、“金秋八桂·多彩壮乡”特色集市、文化旅游部门、行业协会、文旅企业代表及旅游达人、媒体记者共200余人参加。

活动期间,中国G219旅游推广联盟各成员单位围绕联盟发展作交流分享,就推动G219沿线文旅领域

深度合作进行探讨,并确定西藏为联盟年会2025年轮值省份。活动现场,主办方发布了G219主题宣传片《穿行国之大道 看遍万里山河》。中国G219旅游推广联盟各成员单位代表通过图片和视频,推介G219沿线各段的文旅资源。

活动期间,嘉宾们还考察了广西民族博物馆,探访了“金秋八桂·多彩壮乡”特色市集,体验非遗壮味、壮乡好物、多彩壮锦等广西特色文旅产品,并实地观摩G219广西段边境旅游资源、线路及重点项目。

据了解,国道G219连接新疆、西藏、云南、广西4省区,沿线景观类型丰富、民俗风情浓郁。中国G219旅游推广联盟旨在推动沿线地区政策互惠、产品互推、信息互联、客源互送,共同打造最美边境风景线。

吉林省第二届红色旅游节举行

本报讯(记者 刘玉萍)由吉林省文化和旅游厅(吉林省文物局)主办的“白山松水·一路长红”吉林省第二届红色旅游节近日在临江市举办。

据介绍,近年来,吉林省委、省政府高度重视红色资源保护利用工作,提炼形成“三地三摇篮”鲜明红色标识,将红色资源优势作为吉林六大发展优势之一。此次吉林省第二届红色旅游节旨在通过多种形式宣传推介吉林红色旅游资源,邀请革命老区和省外研学协会代表,与吉林省内行业协会和红色景区形成互动,进一步撬动红色研学旅游市场。

旅游节现场,吉林省文化和旅游

厅发布了9条红色旅游融合线路,9条线路串联起吉林省内红色、生态、工业、乡村等文旅资源,丰富游客体验,为游客呈现多彩吉林;白山市代表推介红石砬子抗日根据地遗址、四平战役纪念馆、鸭绿江国门景区等红色旅游目的地,邀请全国游客到吉林探寻红色足迹、重温峥嵘岁月;吉林省红色故事宣讲团正式成立。

据介绍,下一步,吉林省文化和旅游厅将利用好“三地三摇篮”红色资源,加快建设全国知名红色旅游目的地,促进红色旅游资源与其他资源深度融合,打造提升一批标志性红色场馆,推动红色旅游高质量发展。

三季度北京涉旅行社投诉同比减少

本报讯(记者 魏彪)北京市文化和旅游局市场质量监督与咨询服务中心近日发布消息称,第三季度中心收到涉及旅行社的投诉3351件,其中有873件因不属于旅游投诉处理机构职责范围或者管辖范围等原因不予受理或退回,实际受理涉及旅行社的旅游投诉2478件,比去年同期减少约14.02%。

该中心有关负责人介绍,在投诉理由方面,涉及降低质量标准占比74.72%,涉及行前解约占比9.61%,涉及购物问题占比8.87%。第三季度排

名前三的投诉理由与本年度前两个季度相同,依次为降低质量标准问题、行前解约和购物问题。

该中心有关负责人提示,经营者有义务营造安全的旅游环境,提供规范的旅游服务。旅游者应遵守旅游景区和开放场所的管理秩序,因天气、客流等客观原因导致旅游景区和开放场所采取应对措施时,应积极配合,特别是不能前往不对外开放区域游览。在享受线上交易给选购旅游产品带来方便的同时,也要留意可能出现的消费陷阱。

中国旅游休闲度假市场新趋势报告发布

本报讯(记者 杨丽敏)中国游艺机游乐园协会、美团近日联合发布《2024中国旅游休闲度假市场新趋势发展报告》。报告显示,当前我国休闲度假旅游呈现一站式、个性化、业态交叉、文旅融合、下沉发展等趋势,成为带动国民消费的重要动力。

报告显示,游客旅游方式逐渐向休闲、度假、参赛、康养等多目的综合性活动转变,业态场景更丰富、消费内容更多元、游憩时间相对较长、更适合深度放松的休闲度假式旅游,受到越来越多游客的青睐。与此同时,出境游成为越来越多游客的选择。美团数据显示,今年暑期,出境游支付金额同比增长超100%。

寓教于游 打开边界路更宽

□ 本报记者 李志刚

深秋时节,浙江绍兴烟雨迷蒙,这里曾留下“群贤毕至,少长咸集”的兰亭佳话,也是鲁迅笔下百草园、三味书屋的所在地。如今,这里再次迎来八方宾客,共同探讨研学旅游发展。10月25日,由中国旅游研究院、绍兴市政府联合主办的“中国研学旅游发展报告·绍兴发布”活动举办,旨在探索具有中国特色的研学旅游发展模式,推动研学旅游高质量、可持续发展。

文化为根 成就研学大国

此次活动上发布的《中国研学旅游发展报告(2023—2024)》显示,无论是政府还是经营主体,都给予研学旅游高度关注,相关政策措施陆续出台,产品和服务创新亮点纷呈,国际研学需求增长,呈现良好势头。

正如中国旅游研究院院长戴斌所说,研学旅游已成为以中小学生为重点、青少年为主体、人民群众广泛参与的社会教育活动。研学旅游是青少年特别是中小學生社会教育的重要路径,也是国民终身教育体系的有机组成部分。从全球视野来看,无论是日本的修学旅行,还是欧美国家有组织的夏校和夏令营、冬令营等研学旅游活动,既是对制式教育的有益补充,也成为国家对外交流的名片。在政府和市场的共同作用下,我国已成为世界研学旅游大国。

浙江省文化广电和旅游厅党组成员、副厅长储晓森说,研学旅游是典型的跨界产业与新兴经济形态,产品生态覆盖知识科普、自然观赏、体验考察、户外拓展、文化康养等领域。近年来,研学旅游产业发展迅猛、势头强劲、前景广阔。从发展现状和趋势来

看,研学旅游根基在文化、关键在体验、核心是人民。

“教育部等11部门2016年印发了关于推进中小學生研学的相关意见,8年来,研学工作取得了很大成绩。”教育部中小学督导评估专家、中国智慧工程研究会研学实践教育工作委员会专家委员会副主任林水洲说,很多地方有约40%至80%的学生参加了研学活动,研学、劳动教育社会实践已经成为“立德树人”的“刚需”。

各地实践 经验可圈可点

在活动中,一些研学旅游实践亮点突出的城市代表分享了发展经验,为业界提供了有益借鉴。

作为此次活动举办地,绍兴依托丰厚的文化遗产、优越的区位条件,较早开始了研学旅游实践探索。绍兴市委常委、宣传部部长丁如兴介绍,早在2003年,绍兴就推出“跟着课本游绍兴”研学品牌。近年来,绍兴全面推进产品体系、市场体系、内容体系、管理体系、政策保障体系五大体系建设,持续做强研学旅游优势特色。

“合肥加快发发展科创科普研学旅游,立足本地特色,以产带研、以游带学。”合肥市文化和旅游局党组书记、局长吴娅娟说,合肥高位推动,从“单打独斗”变“多方联动”;深挖资源,从“工业旅游”变“多元融合”;完善服务,从“简单解说”变“体验课程”;扩大营销,从“本地流量”变“全国市场”。

深圳市福田区委宣传部副部长、福田区精神文明建设办公室主任黄臻介绍了福田区发展研学旅游的10个维度:合力——所有资源联动;系统——你想要的我们都有;公益——爱的力

量走得更远;融合——充分激活市场潜力;生态——让研学种子扎根在每个社区;生活——美食和好书治愈一切;跨界——沉浸式与众不同;文艺——艺术让生活更美好;科幻——立足科技、触摸未来;标杆——要做就做到最好。

“新津推动农商文旅体科教深度融合,构建‘多元协同+多方参与’的工作架构。”成都市新津区文化广电体育和旅游局副局长符文介绍,新津构建研学发展生态,成立联盟及协会,政企协同、校企联动、抱团发展;引育企业塑造品牌,形成产业集群;以研学助力乡村全面振兴,唤醒乡村“沉睡资源”。

“曲阜深挖研学旅游资源,形成了政德、师德、青少年、儒商四大研学教育品牌和礼、艺、德3类研学产品体系。”曲阜市文化和旅游局副局长孔国栋说,曲阜推动研学服务集聚化发展,涵盖参观游览、课堂学习、场景沉浸、游戏参与、生活体验5个层次;精准细分目标群体,聚焦青少年市场研发演艺、体验、互动情景剧,聚焦国外研学市场,加强与世界各地孔子学院的交流合作。

“韶山研学旅游近年来保持良好的发展势头。”韶山市文化旅游广电体育和商务局副局长王进分享,韶山着力建设红色教育培训基地,优化顶层设计,成立咨询委员会;健全管理机制,出台一系列工作标准,实现了流程标准化、课程体系化、服务精细化、队伍专业化、安全规范化。

育人之道 激发成长动力

活动中,多位校长分享了对“立德树人”的思考和实践,为研学旅游提供真知灼见。

“好的教育是让花成为花、让树成

当“宝藏小城”成为人们的“心头好”

市场有潜力、投资回报率稳中有升,是她敢“投”的主要原因。

事实上,在越来越多游客爱上小城旅游之前,不少酒店集团就已经将目光聚焦在有独特旅游资源的三线及以下城市。采访中,记者了解到,包括锦江酒店、华住、首旅如家在内,目前有不少酒店集团在三线及以下城市的酒店数量占到全国总量的50%左右。

“供给的逐渐丰富,满足了游客对住宿品质、消费体验等方面的需求,从而进一步激发了消费潜力。”洛桑酒店管理机构首席顾问夏子帆分析。

持续上涨的消费热度,也让酒店集团和投资人看到了更多商机。今年7月,华住第1万家门店落地西藏墨脱县。“当地连锁酒店不多,但很多游客又想住熟悉的品牌酒店,所以我们瞄准了这一机会。”华住集团相关负责人说,今年以来,沿着川藏线318国道,他们已经新开了近10家酒店。

国际酒店集团也同样看好小城市市场。比如,前段时间,洲际酒店集团旗下的高端精品品牌——英迪格酒店、金普顿酒店先后宣布将落地安徽黟县,其中一家将开在旅游度假区内。在万豪国际公布的2024年中国筹建酒店名单中,30%的新开业酒店位于三线及以下城市。

采访中记者注意到,除了积极布局外,各酒店集团在产品端也“卷”起来了。

“我们在云南腾冲世纪金源大酒店,高薪聘请了‘身怀绝技’的当地厨师,就是为了让客人尝到地道美味。因为这样既能留住外地客人的‘心’,也能抓住本地居民的‘胃’。”在世纪金源酒店集团副总裁李成勇看来,想要激发出更大的消费活力,就要让消费者觉得产品与众不同。

“新的消费需求所带来的市场潜力更值得关注。”锦江酒店(中国区)相关负责人说,比如现在不少明星扎堆到县城开演唱会,大量涌入的粉丝、观众掀起了“演唱会+文旅”消费热潮。酒店应该抓住机遇,打造适配又有特色的住宿产品吸引他们消费。这段时

间,锦江酒店(中国区)正在推行“老友计划”,让酒店像迎接老朋友一样迎接每一位客人,让每一位“老友”时刻感受有品质的服务。

“在小城发展的酒店要更懂得从标准化向特色化升级、单一服务向多元服务升级,这样才能满足越来越懂享受生活的消费者的需求。”中青旅山水酒店战略品牌总监肖恺说。

热度背后 折射变化

重阳节一过,60多岁的连女士和老伴来了一趟小城自驾游,从广东珠海出发,先到中山,再去江门,最后到达顺德,一路逛景点、品文化、尝美食,玩得很尽兴。

“好玩的地方多,也没有‘人挤人’,交通还很便利,酒店也很多。老伴开车开累了,我们就停下来找地方住下。这趟玩下来让我们对小城的印象改观了不少,以后还得多去转转。”连女士说。回家后她算了一笔账,在这趟旅行中,他们在住和吃上的花费最高。“这是最不能省的。”连女士说。

国庆假期带家人去河北定州旅游的北京游客王先生告诉记者,让他没想到的是,除了高速免费外,定州古城的停车免费,所有景点门票也免费。“我们的花费因此省了一大笔,就把钱花在了吃饭、住宿和购物上。”王先生说,这次一家人出行体验好,性价比超出预期。

在越来越多人乐于去小城找差异化玩法的背后,是供给端的进一步优化。

首先,越来越多有“料”的小城被发现。很多因游戏IP、音乐节、美食出圈的小城,勾起人们想去体验一番的欲望。当“小众”“反向”成为多个假期OTA搜索热度最高的词汇后,不少有独特魅力的小城“跃”入人们的行程单中。

其次,配套设施做得越来越好。“现在自驾游、高铁游已成为人们出游的重要方式之一,城市间越来越便利的交通让不少消费者愿意走出家门。好不容易去了,很多人想要自己慢慢

为树,尊重每个生命原本的样态。我们学校的老师、家长、孩子达成了这样一个共识:有自信、爱学习、会合作,这一生会很幸福。”北京市海淀区北林实验小学执行校长赵冬云说,“学校旁边有一个自然公园,我们想把学校打造成‘从百草园到三味书屋’这种意境的学校,捉蚂蚱、捉蝈蝈,体悟一草一木,这就是格物致知、体验式教育。”

“我们鼓励孩子们走出去。”合肥市五十中学天鹅湖教育集团党委书记靳文说,读万卷书、行万里路,就是书本的知识和真实的社会相结合。读万卷书和行万里路相碰撞,一定会激发孩子不一样的情感体验,会开阔他们的视野,丰富他们的学识,增加他们的认知、厚植他们的情怀。人们常说的认知能力、创造能力等,无法在有限的课堂上充分实现,需要到无限的自然空间、社会空间中去历练,研学旅游是必不可少的。

“我们坚持打开边界、融通未来的办学理念,创办了家长大讲堂,把家长请进教室给孩子授课。对孩子来说,这是一种独特的研学体验。”深圳明德实验学校(集团)香蜜校区副校长、初中部执行校长阮强说,“我们将继续打开边界,以前教科书是孩子们的世界,现在,世界是孩子们的教科书。”

“好的教育是尊重生命的教育,每一个孩子都是独特而唯一的生命个体。”绍兴市第一初级中学教育集团总校长金建光说,绍兴有着开展研学旅游的得天独厚条件,历史深厚,名人辈出,学校周边密集分布着不少古迹、名人故居。“我们将这些资源串联起来做研学课程,让学生参与课程设计,学生会增强文化自信,得到思维能力的提升。”

去挖掘小城的‘宝藏’,获得‘玩出花样’的兴奋感,所以住得舒服是很多游客看重的一个方面。”此外,公共服务供给的增加和目的地推出的各类优惠活动,也让游客省下不少钱,从而更愿意在住宿方面安排充裕支出。

同程旅行发布的国庆假期数据也印证了这一点:位于三线及以下城市的热门旅游目的地酒店预订增速超过大盘。其中,预订热度同比涨幅超过50%的县市有近百个。

邵国峰告诉记者,在观察一个城市市场消费容量的时候,他们会把旅游资源放在重点考虑范畴。因为随着旅游消费需求越来越往下沉市场走,文旅产业在小城镇的表现越来越好,酒店市场也会越来越有看点。

“与巨大的旅游消费潜力相比,小城酒店连锁率还有很大的提升空间,我们可以不断开出好店,服务消费者。”这是不少酒店业者的想法。

有业者认为,市场是分层的,也是分流的。为了紧紧抓住小城旅游商机,酒店投资正向小城聚集,小城酒店的数量和种类持续增加,档次也在提升;而产品和服务的优化又吸引更多的游客走向小城。这是一种双向互动。

与此同时,小城本身的消费热情也是商机。

“市场潜力是和当地经济发展水平息息相关的。”在万豪国际集团大中华区相关负责人看来,三线及以下城市人均可支配收入的增加以及消费需求的提升,也为酒店在下沉市场发展带来巨大空间。

当越来越多的酒店开到小城时,酒店人也在琢磨如何让产品更优,从而进一步激发消费热情。尚美数智酒店集团副总裁谢厚利认为,这就需要酒店从每一个细节入手,提升客人的出行便利度和幸福感。

“因为看到了整个旅游市场的消费力在稳步提升,我们有信心实现这个梦想——为消费者创造美好生活。”邵国峰的一席话,也道出了很多酒店人的心声。

和旅游部认定为首批国家全域旅游示范区。2023年,都江堰市第三产业增加值达到326.79亿元,同比增长8.8%;更为重要的是,三次产业结构比为8:27.5:64.5,以旅游业为龙头的第三产业展现出强劲活力,成为县域经济社会发展的重要支撑。

都江堰市文化广电体育和旅游局局长曾岷说:“下一步,我们将持续推动都江堰‘三遗’的创造性转化和创新性发展,推出更多具有在地文化特色、游客喜闻乐见的文旅新体验、新产品、新场景,让更多文化遗产蝶变出彩、历史文脉永传下去。”

