

提前7年实现目标 沙特是如何做到的

□ 王天星

根据沙特阿拉伯旅游部官方网站公布的旅游报告,沙特在2023年就实现了2030年愿景确定的旅游业发展目标,整整提前了7年。

沙特入境旅游的成功,既得益于其独特的地理位置、丰富的地质地貌、悠久的历史等,更与沙特政府制定实施的旅游发展战略,以及吸引外资进入旅游业、全面运用数字化技术、适时放松社会管制等系列措施有关。全面了解沙特发展旅游业的主要措施,剖析其入境旅游发展的主要特点,探寻经验及启示,对当前我国发展入境旅游有借鉴意义。

一是组建专业团队开展目标市场宣传推广

沙特在推广入境旅游业务时,面向全球招聘人员,邀请来自不同国家、不同国际组织的专业人士作为沙特旅游推广局董事会成员,从组织层面保证沙特旅游推广业务的国际化水准。沙特旅游部与联合国旅游组织、世界旅游及旅行理事会合作,在沙特召开世界旅游及旅行理事会峰会,连续赴伦敦参加世界旅游营销大会,与包括法国航空、中国银联、美国亚马逊等知名商业机构合作,在全球目标市场推介沙特旅游资源,实现沙特旅游国际形象的迅速推广。沙特旅游推广局基于前期研究,选定自己的主要国际客源市场所在国家和地区,并基于客源市场将其业务团队分为面向不同区域、不同国家的项目组,确保项目组能够对自己负责的客源国的文化特点、经济规模、人均收入、发展潜力、主要媒体等有深入的了解,为开展精准营销、差异化推介奠定基础。组建一流的数字化推广团队,根据目标客源的阅读喜好习惯,运用数字技术向国际游客提供信息咨询服务,助力国际游客便捷入境、便利化旅行,使他们满意而归并积极向亲友推介沙特。

二是为国际游客提供全程便利化服务

沙特政府在发展入境旅游时,建立综合协调机制,确保各项工作之间相互支撑、相互促进,形成服务沙特旅游发展战略的合力。沙特政府组建了旅游部、旅游推广局、旅游发展基金会、娱乐事业管理总局、沙特红海管理局、沙特民航国际合作局等专门机构。其中,旅游部主要负责起草旅游法律法规、服务标准,开展旅游市场监

管、旅游从业人员培训,以此来规范、提升旅游市场服务质量。旅游发展基金会负责联合沙特其他金融机构共同向有意在沙特旅游行业投资、创业的各类市场主体提供个性化、针对性的金融服务,助力旅游市场主体健康发展。旅游推广局负责面向国内及海外目的地市场的宣传推广。沙特旅游推广局还组建了专门服务国际游客的机构,建立旅游宣传网站,通过咨询热线电话、电子邮件、社交媒体等方式,使用阿拉伯语、英语、德语、法语、汉语6种语言为国际游客提供一站式、全流程快捷服务。同时还协调外交部、旅游部、税务局、交通部等部门,在签证类型、费用、入境信息推送等方面持续优化,并以国际游客的评价来检验相关部门工作成效。

上述机构职责各有侧重,相互协作,共同促进旅游业发展。旅游服务的不断优化,提升了国际游客入境沙特、畅游沙特的便利性。

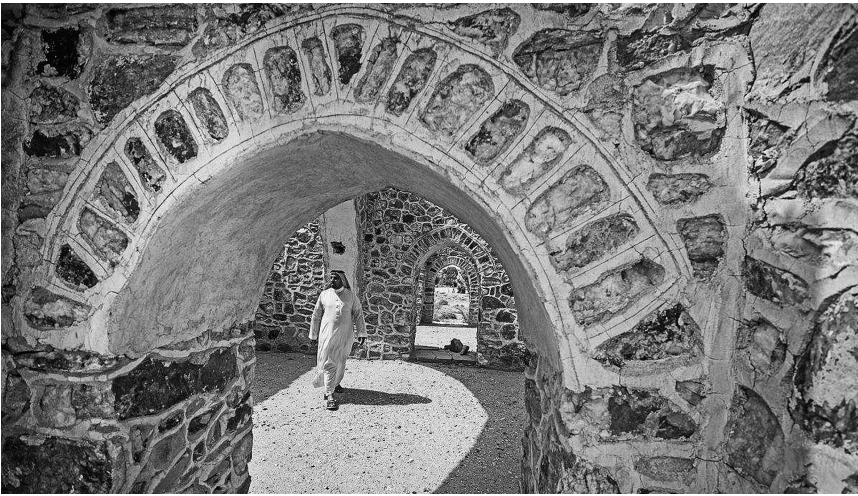
三是开发丰富多样的旅游产品

多样化的旅游产品,既可以满足游客多元化的需求,还可以丰富游客对沙特的认知,激发消费潜力。对此,沙特政府发挥主导作用,在传统的朝觐旅游项目之外,大力发展历史文化类旅游。目前,沙特拥有联合国教科文组织认定的世界遗产6处、非物质文化遗产8项,丰富的文化资源为开发深度文化游产品打下基础。沙特还通过开发沙漠、山谷、河流、海滩、森林、草原等旅游项目,向国际游客展示沙特多样的自然资源,发展自然旅游、探险旅游。此外,沙特积极应对时代发展潮流,成立国家娱乐事业管理总局,举办系列电影节、演唱会、戏剧展演,以及体育赛事等活动,丰富游客体验。比如,在红海区域开发大型游乐项目,建设高端奢华酒店,开发内陆沙漠度假村,打造豪华码头、高尔夫球场等,将这个区域打造为“超豪华旅游目的地”。

在住宿方面,沙特不仅吸引国际知名酒店入驻,还通过民宿专门立法,允许包括外国人在内的各类市场主体利用沙特民居开办民宿,在沙漠建设帐篷营地,满足游客多元化需求。

四是创造更优越的旅游投资环境

旅游业的发展,既需要吸引游客前来消费,也需要吸引投资。为实现2030年旅游发展战略目标,沙特政府出台系



沙特阿拉伯塔伊夫市一隅 沈海滨 摄

列措施,吸引国际投资主体前来投资旅游业,包括修订外商投资法,除个别战略性领域外,允许外来投资主体对包括旅游业在内的旅游设施持有全部股份;制定旅游法,除导游职业外,允许符合法定条件的外籍人员从事旅游咨询、旅游住宿、旅行社、民宿、帐篷营地、旅游景区开发等各类旅游服务;出台娱乐法,允许在沙特开办电影院、举行电影节,发展娱乐业务。

为吸引、支持外商投资旅游业,沙特政府还设立旅游公共投资基金,联合国银行等金融机构,为在沙特投资旅游业的市场主体提供全方位的金融服务。投资者在办理旅游业行政许可时不具备全部法定条件的,如沙特旅游部认为授予其许可将对当地旅游业发展有益,还可依法给予特别许可。为便于外资机构全面、准确评判沙特旅游市场现状及前景,沙特政府建立了国家旅游信息监测平台,面向社会及时发布沙特旅游市场信息。

正是源于沙特政府的大力支持,自2020年以来,沙特旅游业吸引了大量外资进入,其中酒店客房数量迅速增长,旅游就业人数大幅增加,为沙特旅游发展提供了坚实的支撑。

五是维护旅游市场良好秩序

沙特政府及旅游市场主体以游客为中心,尽可能地游客提供最大程度的便利、带来美好的服务体验、安全的旅游环境。以酒店业为例,沙特旅游法规定酒店的工作人员在岗期间必须保持个人清洁,礼貌待客;酒店的公共场所、设施设备必须保持整洁、运行

良好;酒店必须在前台显著位置张贴服务价目表、投诉电话,接受万事达、维萨等信用卡支付;酒店前台工作人员及经理必须能够用阿拉伯语、英语接受客人的询问;在遇到火情等突发情况需要疏散住店客人时,必须作出妥善安排,并对客人作出相应的经济补偿;酒店临时停业、关闭部分场所时必须事先获得旅游部批准并确保已承担的接待服务不受影响等。其他立法,如导游法规、民宿法规、旅行社法规、旅游住宿管理公司法规等,均需全面贯彻以游客为中心的理念。以受理游客投诉为例,沙特政府为了便利游客投诉,开通专门受理国际游客投诉的免费热线电话,同时开设推特、脸书、微信、邮件等多种投诉渠道。沙特旅游局内部组建跨部门工作机构,负责快速受理、协调解决国际游客的投诉与咨询。

规范有序的旅游市场环境,赢得了国际游客的认可与赞誉。

六是坚持本地特色

为了宣传独一无二的旅游体验,沙特旅游局十分注重打造本土特色,在选择沙特旅游形象标识、推介沙特旅游线路、推送沙特旅游风景照片、制作沙特旅游短视频等宣传材料时,精心选择能够代表沙特民族特色的文字、服饰、建筑、风情、文化遗产、自然风光等,借助数字化媒体、传统媒体等对客源市场进行投放,以此将沙特与相邻的阿联酋、卡塔尔、科威特、巴林等阿拉伯国家进行区分、区别,凸显沙特的影响力,吸引更多国际游客前来观光、体验。

近年来,全球新兴旅游目的地数量空前增长,竞争也愈发激烈。对此,很多国家采取了相应措施,以提高自身竞争力。一些文化和旅游资源丰富的国家非常重视文化在旅游发展中的重要作用,比如澳大利亚,其可持续旅游发展举措、文化产业保护及推广措施等都具有值得借鉴之处。

保护与推广并重

文化和旅游的发展离不开对本土文化的挖掘利用和保护传承。以澳大利亚昆士兰州为例,为了发掘并保护本地文化,1992年,昆士兰州制定了《昆士兰州遗产法》,确定了州内的国家遗产场所、考古场所和保护区,并制定了相关管理规定。州政府及下级政府都有责任识别、确认、管理州内的重要文化遗产。《昆士兰州遗产法》根据受保护场所的重要程度分别规定了4个层级,分别为世界级、国家级、州级和地方级,并有严格的保护细则。同时,该法案还授权成立了专门的机构,主要负责向政府相关部门提供建议,向基层社区提供咨询服务,提高人们对该州文化遗产的关注等,在重视对历史文化名城、古镇、古村落等进行整体保护的同时也注重非物质文化遗产的传承与发展。

新南威尔士州也制定了《新南威尔士州遗产法》,对遗产保护和管理的规定非常细致,设置了严格的遗产登记制度,把遗产分成不同类别来保护。该遗产法涵盖了从建筑到文化遗址的诸多方面,不只是保护遗产建筑本身,还包括周边环境和文化氛围。在公众参与机制中鼓励大家共同监督并提出意见,在保护的前提下合理开发。该法律还根据实际情况不断调整完善。

在文化推广方面,除了传统的文化庆典和对外宣传外,澳大利亚政府还广泛与国际组织合作,推广当地旅游文化资源。

国际旅游营销重点就是跨文化营销。澳大利亚近年来利用移动互联网在中国知名社交媒体上注册公众账号,开展宣传,并设计了袋鼠比比(Ruby)这一动画形象来代表独特的澳大利亚文化。澳大利亚近年来开展了不少充满创意的主题推广活动,其中最为成功的是昆士兰旅游局招聘“岛屿看护员”活动。这一被称为“全世界最好的工作”,受聘者只需每周写一篇与岛屿相关的网络推文,若能被澳大利亚旅游局选中,就可以免费在岛屿上住宿半年,并获得十余万澳大利亚元的工资。据统计,该活动启动首日,网络浏览量就超过20万人次。昆士兰旅游局在45天内收到来自近200个国家和地区的3.4万多份申请。每月有680万人次访问该州旅游网站,并有来自世界各国主流媒体的4.6万篇文章介绍了该活动。据当地主管部门估计,该活动影响了约30亿人次。

做法值得借鉴

随着我国经济社会的发展,文旅行业的重要性逐渐凸显,我国的文旅产业发展可以从以下几个方面借鉴澳大利亚的做法。

1. 增强部门合作,调动社会力量

文旅品牌建设应当借助各部门的力量,打造“区域公共品牌”,提升区域品牌线路影响力,将旅游景点连成线,将线路织成网,将游客留下来。澳大利亚旅游、文化、环保等部门紧密合作,调动社会各方力量,鼓励社区居民参与提供旅游服务。这些做法使各方能充分发挥优势,值得借鉴。

文旅业的发展不仅需要政府推动、企业投入,NGO(非营利组织)作为第三类组织的参与,对文化建设和宣传会起到不可替代的作用。在我国,与NGO有类似功能和架构的主要是事业单位和群团组织。在文旅资源的建设和推介过程中,可以

澳大利亚文旅资源保护推广模式值得借鉴

□ 张胜洋 阴旭宏

借助这些单位的资源优势和影响力。

2. 助推文旅企业现代化经营与管理

政府要积极引导文旅企业采用现代化经营与管理,加强对中小企业的培训,提出明确的发展目标。澳大利亚实施的旅游鼓励计划,提出在线培训旅游专家、帮助设计开发旅游产品、开拓客源市场等。同时鼓励企业打造特色品牌,提升产品、服务和知名度,对获得品牌认定的企业给予奖励和支持。

因此,我国相关管理部门应引导旅游企业不仅追求经济利益,也注重文化效果的达成。

3. 促进移动互联网与文旅产业融合

如今,移动互联网发展势头迅猛,中国互联网络信息中心发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,我国网民规模达11亿人,互联网普及率达78%。澳大利亚对我国的宣传推广中,除在其本土开展主题活动外,还在我国的主要社交平台开设账号,开展针对性非常强的宣传。同时,充分利用移动互联网的便捷,如手机导航、在线预订等服务吸引游客,提升游客的体验感。

因此,我国旅游目的地在文旅宣传方面一定要善于利用移动互联网的社交、互动等属性,有针对性地开展宣传。同时利用网络的跨境特点,开展全球网络主题活动,吸引全球各地网络用户参与互动,提升文旅景区的全球影响力。

4. 推动文旅产业与创意产业协同发展

文化和旅游业以“诗和远方”的魅力,吸引着越来越多的游客。而创意产业则以其创新的思维和独特的设计,为文旅产业注入了新的活力。如今,越来越多的游客希望在旅途中收获日常文化和真实体验。因此,在开发过程中要避免过度商业化,应鼓励和支持文化创意企业参与旅游产品的开发中来,将创意设计与传统文化相结合,开发具有地方特色和文化内涵的产品。比如,可以将传统手工艺与现代设计理念相结合,推出既具有文化价值又符合现代审美的工艺品。有关部门应持续加大对创意产业、文旅产业发展的政策支持力度,包括税收优惠、资金支持等。同时,也应该进一步加强知识产权保护、优化创新氛围、提高服务质量,为创新型人才和企业提供良好的环境。



悉尼歌剧院 本报记者 陈晨 摄

成都市武侯区打造全国“智慧公厕”示范样本

在智慧城市建设中,四川成都市武侯区以“厕所革命”为突破口,率先将物联网、大数据、人工智能等前沿技术深度融入城市公共服务领域。通过三年系统性建设,全区已建成35座智慧公厕,构建起“云端管控、数据驱动、服务可视”的现代化公厕管理体系,实现环卫公厕全域智慧化升级,每月服务超30万人次。

科技筑基:从“单一功能”到“智慧生态”

走进武侯区音乐坊片区的智慧公厕,入口处的电子大屏实时跳动着人流量、温湿度、空气质量等12项动态数据。新风系统根据氨气浓度自动调节风速,智能节水装置将单次冲水量

精准控制在3升以内,而人脸识别供纸机则通过AI算法实现“按需取纸”,日均节约用纸量达25%。全区已建成的35座智慧公厕的用水、用电、保洁记录全部接入区级智慧城管平台,通过210余个传感器,系统可实时监测公厕运行状态。

数据赋能:从“经验管理”到“精准决策”

在武侯区智慧城管指挥中心,点击大荧幕上任意一座公厕图标,即可查看其历史人流量曲线、能耗分析报告及保洁记录。技术团队负责人介绍,系统还能预测节假日客流峰值,提前调配移动公厕资源。智慧化升级后,全区公厕能耗降低18%,保洁效率

提升40%,市民投诉量同比下降76%。

场景创新:从“如厕服务”到“城市窗口”

武侯区将智慧公厕打造为城市服务的“微枢纽”。值得一提的是,武侯区依托百度地图平台推出“厕所导航系统”,市民可实时查询121座24小时开放公厕的位置、厕位余量及无障碍设施配备情况,系统日均访问量超5000次。“带老人孩子出门最怕找厕所,现在手机一点就能规划路线,还能看到实时卫生评分。”市民李女士感慨道。

机制突破:从“单点改造”到“全域联动”

为保障智慧化建设长效运行,武侯区创新建立“1+3+N”管理体系,即

1个区级智慧平台统筹协调,政府、企业、市民三方协同共治,N项制度规范保驾护航,引入第三方机构开展服务质量评估,考核结果与运维企业绩效挂钩。同时每年开展满意度调查,收集采纳合理化意见建议。

未来展望:打造“城市神经元”网络

下一步,武侯区将推进公厕数据与交通、旅游、环保等系统深度融合。目前,武侯区已与电子科技大学成立联合实验室,研发新一代智能清洁机器人、空气净化光触媒等技术,力争到2026年实现全区公厕100%智慧化覆盖,为超大城市精细化治理提供“武侯方案”。(武侯区文化体育和旅游局)