

时评

独具特色的中国旅游发展之路越走越宽

□ 特约评论员 银元

加快建设旅游强国是指引我国旅游业高质量发展的前行方向。从改革开放“旅游事业大有文章可做,要突出地搞,加快地搞”,到新时代“促进文化和旅游深度融合,把文化旅游业打造成支柱产业”,在党中央的坚强领导下,我国旅游业用40多年的时间走过了西方旅游发达国家近200年的历程,我们完全有底气、有能力、有信心建成旅游强国

2024年5月17日,全国旅游发展大会在京召开,这次会议是党中央首次以旅游发展为主题召开的重要会议。会上传达了习近平总书记对旅游工作作出的重要指示。习近平总书记强调,“着力完善现代旅游业体系,加快建设旅游强国,推动旅游业高质量发展行稳致远”。

一年来,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,独具特色的中国旅游发展之路越走越宽,旅游强国建设取得系列标志性成果,旅游业作为新兴的战略性支柱产业,成为推动高质量发展的重要着力点,也为全球旅游业发展注入强劲动力,彰显了习近平总书记重要指示和关于旅游发展的一系列重要论述的实践伟力。“无论是作为客源市场,还是旅游目的地,中国都是世界真正的旅游业领军者之一。”这不仅是联合国旅游组织秘书长祖拉布·波洛利卡什维利对中国旅游业发展成就的肯定,也是我国旅游强国建设重要成果的展现。

2024年,我国国内出游人次56.15亿,比上年同期增加7.24亿,同比增长14.8%,出游规模大约相当于70%全球人口。今年以来,春节、清明、五一假

期旅游市场持续火爆,3个假期国内出游人次累计达9.41亿人次,国内游客出游总花费累计达9148.2亿元。亮眼的数据背后,是旅游市场的澎湃脉动,是旅游消费潜力的有效释放,更是人民对美好生活的不断追求。

与国内旅游市场红红火火相呼应的是,“中国游”成为热门搜索词条,相关浏览量在国际互联网突破10亿,到中国旅游成为海外民众的新时尚。2024年,我国共接待入境游客1.3亿人次,同比增长超60%。

入境旅游与国内旅游交相辉映,折射出中国美丽景色、美好故事、美妙体验的强大吸引力,有力提升了我国在世界旅游市场以及全球旅游发展体系的话语权和影响力,也更好推动了中国与世界交往交流、相知相近。

“现在旅游是一个很大的产业”。作为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,旅游不仅是大产业,也是大民生。旅游已经成为城乡居民日常生活的刚性需求,早已从要不要的“单选题”变成了去哪里旅游、怎么旅游的“多选题”。

新时代以来,旅游业的综合性产业属性得到充分发挥,旅游及相关产业增加值占国内生产总值比重不断增

长,旅游业对国民经济的综合贡献超过10%,全国A级旅游景区直接就业人数160多万人,带动综合就业超过1000万人。红色旅游、乡村旅游、文化遗产体验旅游等已经成为各地推动城乡融合发展、乡村全面振兴、革命老区振兴发展、各民族交往交流交融等的重要载体和工作抓手,越来越多的群众通过参与旅游经营和服务,吃上“旅游饭”,挣上“旅游钱”,走上“致富路”。

政策好,人努力,市场旺。旅游业“一业兴,百业旺”的独特优势不断彰显,旅游业高质量发展在党和国家事业中的作用更加突出。特别是面对全方位扩大国内需求、促进经济高质量发展的现实要求,在《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》《关于进一步培育新增增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》等政策措施加力之下,各地旅游部门、行业企业鼓足干劲,狠抓落实,深挖旅游消费潜力,不断丰富优质旅游供给、提高旅游服务质量、保障旅游市场秩序、筑牢旅游安全防线,推动旅游消费更好发挥“一子落地,满盘皆活”的独特作用,牵动消费“马车”跑得既稳又快。

满足人民对美好生活的强烈向往、对高品质旅游产品的巨大需求,

是旅游强国建设的出发点和落脚点。加快旅游强国建设,既要有致广大的愿景,也应有尽精微的实景,核心就是要坚持旅游为民初心,把握文旅融合、科技赋能的科学路径,让人民群众乐游“锦绣山河”,体验“美好旅程”,共享旅游发展成果,让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程,促进人的全面发展。

方向明则思路清,目标明则步履坚,加快建设旅游强国是指引我国旅游业高质量发展的前行方向。从改革开放“旅游事业大有文章可做,要突出地搞,加快地搞”,到新时代“促进文化和旅游深度融合,把文化旅游业打造成支柱产业”,在党中央的坚强领导下,我国旅游业用40多年的时间走过了西方旅游发达国家近200年的历程,我们完全有底气、有能力、有信心建成旅游强国。

我们要深入贯彻落实习近平总书记重要指示和全国旅游发展大会精神,深刻领会习近平总书记关于旅游发展的一系列重要论述的科学内涵,以更强的信心、更大的决心、更实的举措,坚定不移走好独具特色的中国旅游发展之路,加快建设旅游强国,推动旅游业高质量发展行稳致远。

其一,强化景区管理与服务。客流量增加会使景区承载力面临挑战,相关部门应提前规划,增设服务设施与人员,保障游客安全舒适游览,如可以在热门景区增设休息区、卫生间,加强安保与卫生管理。

其二,完善信息发布与引导。当前,游客可能对这一措施的具体内容了解还不够深入,两地要通过官网、社交媒体、旅游App等渠道及时准确发布信息,包括景区介绍、优惠与攻略,并设置咨询热线与在线客服。景区内也要设置明显标识与引导人员。

其三,提升旅游品质。两地相关城市应挖掘文化特色,推出丰富多彩的文旅产品和活动,如举办民俗文化节、美食节等,吸引两地民众互访。

巴蜀蜀韵情交融,“门票互免”天地宽。川渝两地的这一创新举措,有望为文旅市场带来新的机遇和活力,也为区域协同发展和文旅融合发展提供了思路。相信在不断优化和完善中,“门票互免”措施将发挥出更大的效益,让更多的人领略巴蜀文化的独特魅力,推动川渝文旅产业不断迈向新的高度。

巴风蜀韵情交融 “门票互免”惠游客

□ 余明辉

川渝“门票互免”的做法,将两地优质旅游资源串联起来,形成一个庞大的旅游资源共享平台,可以为文旅市场带来新的机遇和活力

据报道,即日起至2025年12月31日(端午、中秋、国庆假期除外),川渝多地旅游景区门票互惠,重庆南川、涪陵、武隆、巫山、江津、大足等地,四川乐山、广元、眉山、资阳、都江堰、阿坝等地的市民凭身份证即可免门票畅游对方城市优质景区。

在文旅市场竞争日益激烈的当下,川渝两地“门票互免”的举措无疑是一次大胆且富有创意的尝试,有望推动“成渝一家亲”文旅交流再升级,为共绘巴蜀文化旅游走廊新图景添上浓墨重彩的一笔。

传统的旅游模式往往以单个景区或城市为吸引点,而此次川渝“门票互免”的做法,将两地优质旅游资源串联起来,形成一个庞大的旅游资源

共享平台。

对于游客而言,这一措施能够降低旅游成本,不仅可以让更多人走出家门,感受不同地域的风土人情,也能够促进旅游消费增长,为两地文旅市场注入新的活力。

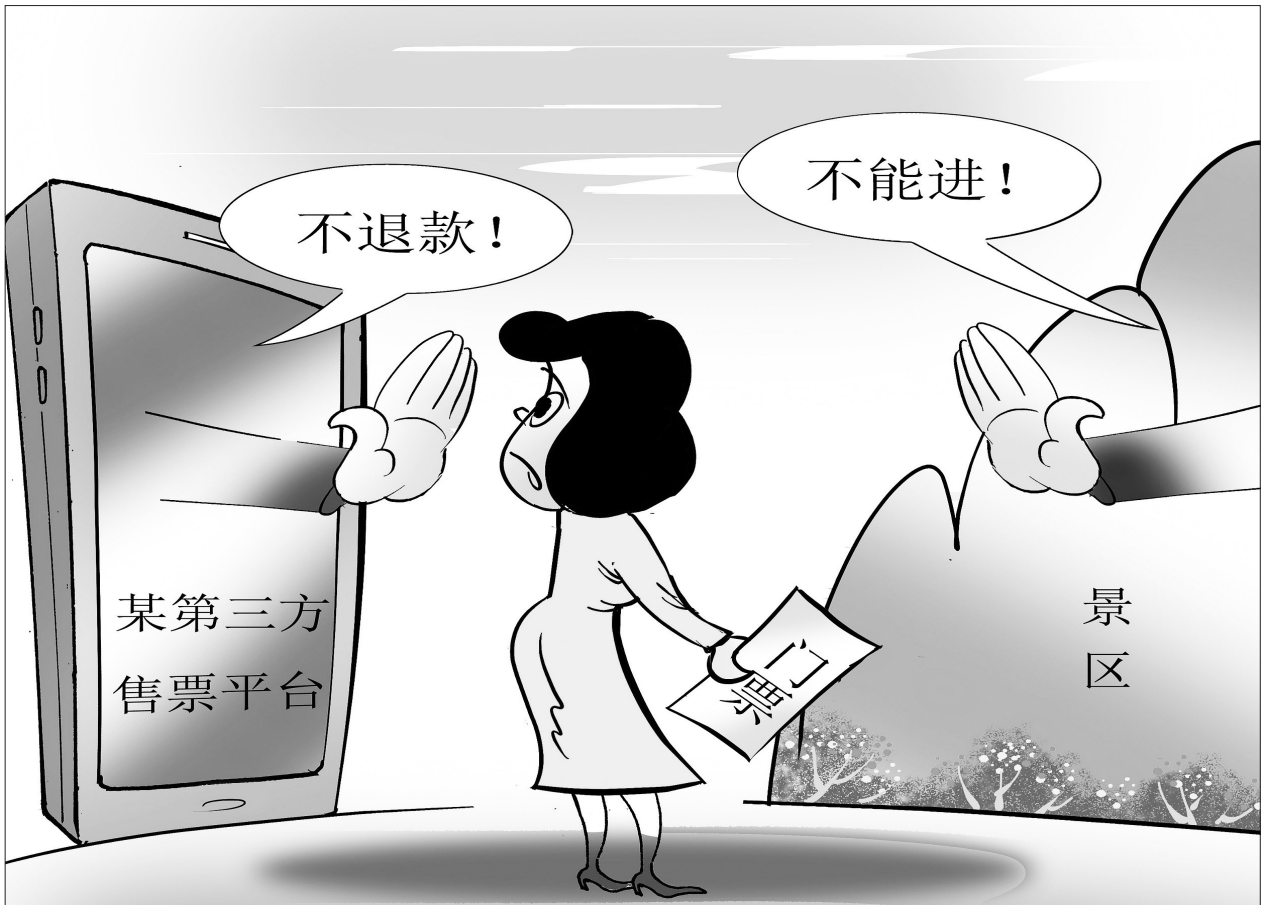
从文旅企业的角度来看,“门票互免”政策能够带来新机遇。景区客流量的增加,可以带动周边餐饮、住宿、购物等相关消费。同时,为吸引更多游客,文旅企业也会更加注重提升服务质量,推出更多富有特色的旅游产品和服务,从而形成良性循环,推动整个文旅产业升级和发展。

“门票互免”政策的意义不仅仅局限于文旅市场本身,对于川渝两地区域协同发展同样具有重要的推动作用

用。巴蜀文化源远流长,川渝同属巴蜀文化圈,两地在历史、文化、风俗等方面有着诸多相似之处,也各有特色。“门票互免”措施可以为两地文化交流提供更加广阔的平台,进一步巩固“成渝一家亲”的情感纽带。

在经济层面,“门票互免”措施能够进一步促进川渝两地旅游资源的优化配置和共享。同时,旅游产业发展也会带动相关产业协同发展,进而促进区域经济繁荣;在交通、餐饮、住宿等领域的合作也将更加紧密,形成产业集群效应,进一步提升川渝地区的旅游竞争力。

当然,要让川渝“门票互免”措施发挥更大的效益,还需要在实施过程中不断优化和完善。



警惕第三方平台购票陷阱

据《法治日报》报道,有消费者反映,通过第三方平台购买的博物馆、景区门票和导游服务频频出现“未使用即被核销”“退票规则模糊”“客服推诿”等问题,导致游客行程受阻和经济损失。受访专家指出,第三方购票平台的便捷性背后,隐藏着规则不透明、技术不完善、责任不清晰等深层问题。只有平台自律、监管发力与司法创新“三管齐下”,才能让“放心游”真正落地,从而更好保护游客权益。消费者自身也应增强维权意识,在购买门票时提前确认景区是否有第三方购票的官方渠道。

视觉中国 供图

观察

营造多元文娱场景 让旅游惠民更乐民

□ 熊海峰 金晶

“娱”不仅是美好生活中的消遣,也是现代旅游业的重要内容之一。旅游活动中每一场沉浸观演、每一次开怀大笑、每一次激情体验,都会成为人们美好回忆中熠熠生辉的美好时刻

“癸丑之三月晦,自宁海出西门,云散日朗,人意山光,俱有喜态。”明代旅行家徐霞客在首篇游记中便为中国的旅游活动铺陈下了欢愉的底色。今年“5·19中国旅游日”期间,全国各地以“锦绣山河,美好旅程”为主题,围绕“食、住、行、游、购、娱、学”等七大场景,组织开展1万余场旅游惠民活动。其中,“娱”场景成为节日期间的一道靓丽风景线,充分彰显了“娱”在现代旅游要素中的重要作用与蓬勃活力。

“娱”字的起源可以追溯到甲骨文,本字为“𠂔(𠂔)”,描述了一边唱歌一边跳舞的欢愉场景。时至今日,“娱”不仅是美好生活中的消遣,也是现代旅游业的重要内容之一。旅游活动中每一场沉浸观演、每一次开怀大笑、每一次激情体验,都会成为人们美好回忆中熠熠生辉的美好时刻。

当下的游客更看重场景和沉浸,更加关注旅游产品的情感连接与情绪价值。“娱”场景营造的核心目的就是让人们的心灵获得休憩、心情得到欢愉,让人们在积极向上的情绪中蓄积更强劲的前行动能。

“娱”本来就是旅游六要素之一。近年来,人们日益注重旅游体验的丰裕度、参与的沉浸度和精神的愉悦度,选择的重心逐渐从“吃住行”向“游购娱”倾斜,“音乐+旅游”“赛事+旅游”“电竞+旅游”等“新玩法”备受青睐。日前发布的《2025城市青年旅行消费报告》数据显示,主题公园、演唱会、非遗体验、露营等旅行场景在年轻人中的偏好占比持续高热。文娱旅游正成为新时期极具代表性和成长性的旅游新样态,受到越来越多游客的喜爱与青睐。

“娱”场景的核心内容是文娱活动。今年“5·19中国旅游日”期间,全国各地结合节日主题深入社区、景区等基层一线,开展了丰富多彩的惠民性文旅娱乐活动,为游客带来更多具有文化主题性、精神愉悦性和体验沉浸性的文娱活动,让旅游日成为人民群众广泛参与的文旅“嘉年华”。整体来看,今年“5·19中国旅游日”期间的文娱活动主要有三种类型。

一是传统文化活化型。这类文娱活动着重挖掘历史文化、经典作品、传说故事等传统文化资源,通过技术赋能和场景构建,创新转化成古今对话的立体文化场域,实现文化遗产从静态展示到活态传承的转变,让游客在娱乐中接受文化的滋养。例如,第二十届徐霞客国际旅游节开展了“徐霞客和他的朋友圈”

文旅集市、“霞·客”限定cos秀、“重走霞客路”探秘城市盲盒打卡等系列活

动,以娱为媒带领游客走进徐霞客的故事。广西贺州市开展了“明城有约”公演活动,在具有600多年历史的古明城里,上演非遗展演和互动实景文艺表演,同时搭配美食体验和文化集市,吸引了大量游客深度体验明城文化。

二是主题文艺演出型。这类文娱活动以举办演唱会、音乐节、电音节、戏曲节、晚会等演艺活动为核心,特别是借助音乐这种大众喜闻乐见的形式,吸引游客参与,提升区域旅游的热度和形象。例如,宁夏举办了第十九届中国西部民歌(花儿)歌会闭幕式暨端午美食电音系列活动、第三届沿黄九省(区)民歌会、黄河岸边吼秦腔票友大会等,巧妙融合流行音乐、传统曲艺、潮流电音等多种音乐形式,让游客在欢享音乐盛宴过程中了解当地特色文化。重庆市举办了“放歌钓鱼城”明星演唱会,借助音乐与明星的强大魅力,有效提升了城市文旅吸引力。

三是特色民俗潮玩型。这类文娱活动立足当地特色民俗文化,通过与时下社会风尚及消费需求有机连接,创新民俗游乐场景、内容与渠道,让民俗活动更新更潮。例如,贵州举办的“嗨乐519·民俗潮玩狂欢”活动,不仅包括民族团结大巡游、《寻脉贵州·对话四韵》路演、流动的非遗艺术、贵阳文创市集等娱乐内容,还在贵阳市内重要点位的大屏全程直播。

除了线下活动,线上平台也是文娱场景的重要营造者。携程集团组织了“如歌的旅程——‘一座城一首BGM’原创音乐征集大赛”,吸引各地创作者用音乐为城市代言。新浪微博发起了“跟着演艺去旅行”话题,邀请各地文旅官方账号分享当地的最新观演资讯。大麦网则开设了“5·19”主题专区,全面展示旅游目的地和相关活动的情况。

文化滋养心灵,娱乐欢畅心情。为提高人们在旅游活动中的获得感和幸福感,还需大力推动“娱”元素的守正创新。一方面,要坚持价值引领,确保娱乐活动以健康积极的内容丰富游客的精神世界。另一方面,要彰显区域文化特色,避免娱乐内容同质化,让游客享受多彩的文娱盛宴。此外,要积极拓展娱乐形式,以科技赋能,以创意提质,不断推陈出新,让人们在充满趣味与新意的娱乐活动中,愉悦心情、增长见识,获得更加美好的旅游体验。

(作者单位:中国传媒大学文化产业管理学院)

“博物馆+”让文物“活”起来

□ 周荣光

打破传统单向传播模式,通过沉浸式体验、互动参与和跨界融合,可以让文物从冰冷的展柜中“走”出来,在观众面前“活”起来

夜幕低垂,河南洛阳博物馆内灯火通明,一场跨越千年的文化盛宴正在上演:讲解员身着古装,带领游客穿梭于历史长河;专业演职员身朝商,吆喝声回荡在展厅;游客不再是旁观者,而是历史场景的亲历者。这一幅幅生动的文化图景,折射出当代博物馆转型发展的创新路径:从静态展示走向动态参与,从文化殿堂拓展为消费新场景。

洛阳博物馆“一夜探古今”活动持续火爆的现象表明,打破传统单向传播模式,通过沉浸式体验、互动参与和跨界融合,让文物从冰冷的展柜中“走”出来,在观众面前“活”起来,是博物馆教育功能的创造性转化和创新性发展——当游客能够身临其境地“触摸”历史,文化记忆的烙印自然会更加深刻持久。

近年来,“博物馆+剧本杀”“博物馆+夜游”“博物馆+话剧”等新业态层出不穷,这些跨界融合不仅延长了游客的停留时间,更创造出全新的消费

场景。洛阳古墓博物馆的奇幻游、隋唐大运河文化博物馆的话剧表演,都是将文化资源转化为消费体验的成功尝试。

政策引导与市场机制的协同发力,为博物馆创新发展提供了制度保障。洛阳市八部门联合印发的文创开发措施,通过建立科学的收益分配机制,破解了长期制约文博单位创新活力的体制障碍。当文博工作者的创新价值得到合理回报,当博物馆能够通过优质服务实现可持续发展,就会激发出更多创造力。这种制度创新比单纯增加投入更具深远意义,可以为博物馆高质量发展提供内生动力和创新生态。

期待更多博物馆在坚守文化本真的基础上大胆创新,找准学术性与大众化的最佳结合点,让沉睡的文物真正“活”起来,走进现代生活,成为提振消费、促进文化繁荣和推动经济增长的重要力量。