

旅游让生活更美好



中国旅游研究院院长戴斌：

“诗和远方”提升幸福感

□ 本报记者 李志刚

“自设立以来，‘5·19中国旅游日’对于不断提升旅游业的战略地位、凝聚全社会发展旅游的共识，起到了积极的促进作用。”中国旅游研究院院长戴斌说。

千百年来，“读万卷书，行万里路”是中华民族最崇尚的生活方式。如今，旅游进入人民群众的日常生活，成为美好生活的重要组成部分。“广大游客到了旅游目的地，也会进入当地居民的美好生活中、感受当地人的美好生活。旅游目的地成为主客共享的美好生活新空间。”戴斌说。

以“5·19中国旅游日”为契机，旅游更好地把“异国”“他乡”的美好生活带到广大游客的面前，让广大游客通过对美好生活的享受、欣赏和体验，收获更多幸福感。“从这个意义上说，旅游对提升人民群众的生活水平、提升幸福感的作用是不可替代的。”戴斌说。

戴斌表示，近年来，每到“5·19中国旅游日”，各地政府特别是文化和旅游部门都准备了丰富多彩的文化和旅游活动，为广大游客提供层次丰富、类型多样的文化和旅游项目，让广大游客在行程中能够领略自然之美、领悟文化之美，让“诗和远方”的美好梦想照进了小康社会的美好现实。

“同时，基于国内旅游、入境旅游和出境旅游的繁荣发展，借‘5·19中国旅游日’契机，可以更好地让世界看到中国人民的幸福生活。”戴斌说，这对于讲好民族复兴、人民幸福的中国故事是一个有效的载体和路径。

戴斌认为，随着经济社会发展尤其是技术进步，旅游发展需要注入新质生产力。“广大游客消费需求的变迁，正在倒逼旅游从业者以全新的理念看待今天的旅游业，以新质生产力推动旅游业高质量发展。”



锦江酒店(中国区)首席执行官王伟：

“酒店+”服务幸福生活

□ 本报首席记者 王玮

随着旅游消费需求向多元体验转变，“旅游+百业 百业+旅游”的跨界互动愈发活跃，旅游新场景、新业态层出不穷。“从宅酒店、躺平式旅游、酒店微度假等旅游新方式的出现可以看出，酒店已由单纯的住宿提供者成为多业态的连接者。”锦江酒店(中国区)首席执行官王伟说。

“+农业”“+体育”“+康养”“+研学”“+科技”……酒店行业在不断拓展业态的边界。王伟认为，这其中最显著的聚合效应是住宿体验的整体提升。跨界融合使酒店产品变得更加丰富、有层次，吸引了有不同兴趣爱好的群体，在与他们产生情感共鸣的同时，酒店的品牌价值和市场竞争力也在不断增强。

在近期的一项调研中，92.9%的受访者表示旅游时会关注当地的文化元素，在选择“非常关注”的受访者中，00后占比最高。“年轻人的喜好代表着未来的主流消费趋势。”王伟告诉记者，为此，他们将更多属地特色元素加入酒店。比如，锦江酒店(中国区)旗下原拓酒店设有非遗民间艺术工作坊，锦江酒店度假系列则实行70%标准+30%属地文化植入模式。

在王伟看来，酒店在与不同领域的融合中不断优化消费体验，这也是为何很多人将酒店视为微旅游目的地的原因。如今，为情绪买单、为体验付费的旅游消费趋势愈发明显，体验式旅游的走旺，让“酒店+”的拓展空间更大。

“今年，我们会围绕‘+’做更深度的内容。”王伟透露，他们正在打造“跟着锦江游中国”IP，一方面将现有的特色酒店作为贯穿旅游线路的不同点位；另一方面，根据所探索的新线路来布局酒店，形成更加多元化、个性化的产品矩阵。“我们希望让更多游客畅游中国、感受幸福。”

在酒店与其他业态跨界融合的过程中，提升产品的丰富度只是一个方面，助力区域经济社会发展也是酒店希望参与的。王伟举例道，锦江酒店(中国区)旗下怒江贡山伊拉米拉云居酒店设有非营利性特产超市，能帮助当地独龙玉、怒毯、高原茶、干菌等远销，助力乡村振兴。

此外，在推动行业绿色转型及可持续发展的过程中，“酒店+新科技”也是非常重要的尝试，可以助力酒店节能减排，实现资源高效利用。王伟认为，在“旅游+百业”“百业+旅游”的驱动下，酒店业会朝着更绿色更智能更舒适的方向发展，为人们的幸福生活创造出更多可能。



中国煤矿文工团副团长靳东：

将剧场搬到山水间

□ 本报记者 王诗培

“这些年来我们一直致力于‘将剧场搬到山水间’，积极助力文化和旅游融合发展。”中国煤矿文工团副团长靳东说。

“今年春天的演出格外繁忙也格外精彩。”靳东向记者介绍，4月29日，“和美乡村”中国行全国“和美乡村”文化旅游推介活动启动仪式在浙江宁波鄞州区下应街道湾底村举办，中国煤矿文工团献上高品质的文艺演出，这也是“和美乡村”中国行惠民服务的具体行动；4月17日，在山东省菏泽市牡丹文化旅游节上，中国煤矿文工团通过舞台艺术展示菏泽牡丹之美，向游客发出牡丹之邀；3月31日，中国煤矿文工团以一台精彩纷呈的大型文艺演出和一场“滚烫热辣”的演唱会，助力“盛世梨花情”湖北襄阳老河口市2024年乡村文化旅游月系列活动启动，吸引了数万名观众观看。

中国煤矿文工团还推出了“古城新韵”系列音乐会，用民族音乐为城市打造文化和旅游名片。其中，《衢州有礼》音乐会上，中国煤矿文工团通过8首原创作品，再现了衢州这座历史文化名城的壮丽景象、民间风情、烟火气息。

靳东说：“中国煤矿文工团积极探索实践中中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，努力让文物、古籍、非遗‘活’起来，‘火’起来。”

中国煤矿文工团与国家博物馆联合出品肢体戏剧《俑立千年》，让不同朝代那些著名的俑活起来；与国家图书馆、中国艺术研究院联合打造《古籍里的古曲》系列音乐会，现已推出《汇流澄鉴》《望月怀远》《人生况味》《天地英雄》四场音乐会和音乐剧场《广陵绝响》，通过这个系列，传递古人追求和谐的音乐观；与中国工艺美术馆·中国非物质文化遗产馆联合推出《艺海拾遗》系列展演和艺术课堂，通过边讲边演的方式，让展厅里的非遗项目活起来；在中国文字博物馆展厅展示甲骨文文化的舞蹈。“这些探索依托传统文化，创新舞台表达方式，希望带给观众不一样的体验。”靳东说。

靳东认为，近年来，演唱会、音乐剧、舞剧、传统戏曲等正在成为年轻人“说走就走”式旅游的理由，说明音乐和舞台艺术对年轻人具有强烈的吸引力。旅游和舞台艺术的共同之处在于传递情感。各类演出呈现的趣味性、创意性和生活化表达，让年轻人的旅游变得富有个性和特色，他们从旅游中得到了更多快乐和满足，提高了生活品质。“对于我们团来说，不仅要通过科学的机制保证剧目创制演出的质量，同时还要深入研究不同年龄观众的喜好和需求，努力创新舞台表达方式，探索新模式、拥抱新业态，为观众和市场提供高品质的演出，满足人们对美好生活的需求。”靳东说。

生活中，靳东拥有丰富多彩旅游体验，他说：“行万里路，才能见天地之广阔。从我个人的旅游经历来看，旅游不仅是艺术创作灵感的源泉，更有助于拓宽和丰富人生体验。在旅途中，我有机会接触和欣赏不同国家和地区的人文历史、自然风光，以及观察学习当地人的生活方式和态度，这也能让我保持创作的热情和动力。”



西安导游芥末：

让游客觉得有趣味长知识

□ 本报记者 任丽

晨曦朝霞去，披星戴月归。这是五一假期，25岁的西安导游芥末的工作写照。成为网红后，慕名而来的游客多了，芥末的工作强度增加了不少。她向记者坦言，网红似乎总与短暂这个词联系在一起，网红只是大家对自己在某个时间段内的成绩的一种认可，要对得住这份认可，就必须不断提升自己，产出优质的讲解内容满足游客的期待。

从兵马俑千人千面撞脸现实人物到清一色的单眼皮之谜，从遵循“人体工程学”的铠甲设计到兵马俑手掌上的“事业线”，从兵马俑为何没有头盔到鞋底上的针眼……凭借别出心裁的讲解，芥末俘获了众多游客的心。

“随着人们精神文化需求的日益增长，千篇一律的导游词已经不能满足当下游客。通过一次旅游获得精神上的满足，成为越来越多游客对历史文化底蕴深厚城市的期待。”芥末说，如今旅游细分赛道越来越多，亲子、研学等各种业态不断涌现，文化旅游的吸引力越来越强。

芥末发现，随着短视频的火热，越来越多的游客会在前往一个目的地前，在社交平台上搜索这个城市的网红导游，参考他们介绍的内容来安排自己的旅游行程，而且尤其注重深度文化体验。芥末希望自己能充分发挥网红效应，更好地讲好兵马俑的故事，让更多人通过旅游爱上中华优秀传统文化。

谈及怎样通过自己的服务让游客有更多获得感，芥末认为，在游客可以从互联网获得很多知识的当下，导游不仅要把景点给游客讲透彻，还要融入自己的思考，带给游客新的认知。“我在讲解中喜欢多用问答法，制造悬念。因为游客来旅游的目的不是上课，而是在放松身心的同时增长见识。”她说，只有加强与游客的互动，才能让他们更有参与感，觉得旅游有趣味长知识。



江西省文化和旅游厅党组书记、厅长梅亦：

“文旅+N”激发消费新动能

□ 本报记者 周晨

“近年来，江西聚焦文化强省、旅游强省建设，以文旅赋能城市更新、乡村振兴、对外贸易，持续放大‘一业兴带动百业旺百姓富’综合效应，更好地满足人民群众幸福生活需要。”江西省文化和旅游厅党组书记、厅长梅亦接受中国旅游报记者专访时说。

“我们着力推动产业发展与城市品质提升‘双向奔赴’，在城市更新中守好文化之‘芯’。把城市更新作为文旅产业布局的重要赛道，赓续城市文脉，优化城市业态，激发城市活力。我们着力推动产业发展与乡村振兴‘双向赋能’，在乡村振兴中激活文化之‘魂’。多维度整合文化资源、生态资源、生产资源，创新发展乡村文旅产业。”梅亦介绍。

近年来，江西推进“文旅+N”跨界融合，重点打造文旅+乡村、文旅+红色、文旅+非遗等多种新场景、新产品和新业态，为游客提供丰富多样的旅游体验。

梅亦介绍，江西培育了一批休闲特色街区、文创市集、文商旅综合体，开发了城市夜游、工业遗产游、休闲康养游、文博场馆游等一系列新业态，景德镇陶溪川、南昌万寿宫、抚州文昌里、万载古城等一批文旅消费新场景、新地标，成为游客争相前往的“打卡地”。“我们发掘利用革命遗址、红色旧址等红色文化资源，活化利用古村落、古建筑等历史文化资源，活态传承农耕、民俗等文化遗产，文旅、茶旅、农旅、体旅、工旅等融合业态成为赣鄱大地乡村振兴的生动图景。”

“我们还实施文旅消费扩容行动，增强文旅消费吸引力，推出了第六届江西旅游消费季、江西‘百县百日、百城百夜、百企百创’文旅消费季、‘全球学子嘉游赣’等主题活动。”梅亦说，其中江西“百县百日、百城百夜、百企百创”文旅消费季出台了441个相关支持保障政策，发放了1.11亿元消费券，带动综合消费人数3.02亿人次，拉动消费总量约1103亿元。

“我们还特别实施‘唱游’江西计划，推动演唱会、音乐节落地江西，让广大游客‘跟着音乐游江西’。”梅亦说，为了让游客能在江西开心游玩、放心消费，江西持续开展文旅市场“体检式”暗访、“风暴”专项整治，有效保障文旅消费者合法权益。



携程集团首席执行官孙洁：

为入境游客“中国之旅”种草

□ 本报首席记者 王玮

如今，各行各业都在努力讲好属于自己的动人故事，传播中国声音。那么，由中国传统文化、大美风景、多彩风情融合而成的中国旅游故事该如何讲述？

“长期稳定成长的国家经济、越来越具有吸引力的壮丽河山、越来越高的开放水平和越来越自信的国民等聚合而成的中国梦，既是我们讲述中国旅游故事的基本内涵，又为我们讲述中国旅游故事提供了全新动能。”携程集团首席执行官孙洁在接受中国旅游报记者采访时说。在她看来，与国际市场紧密联系的旅游企业必须讲好中国旅游故事。

旅游是游客观察、感知和体验旅游目的地的自然与社会，并与其互动的过程。入境游的快速发展，让美好中国的形象被更多海外游客了解，借由入境旅游的恢复发展传播中国故事，是不容错过的机会。

“讲好中国旅游故事的一层重要含义是让世界读懂中国。”孙洁告诉记者，这是携程这两年一直努力的事。今年年初，由文化和旅游部等单位主办的“你好！中国”旅游推介会在法国巴黎举行，携程作为重要合作伙伴参与其中，目前“你好！中国”系列旅游推介内容已在全球多个目的地和社交媒体进行传播。

前不久，携程为在上海转机的国际游客推出了“上海免费半日游”服务。外语导游会带领“半日游”游客体验上海一些必打卡景点，让他们在有限的停留时间内尽可能多地了解中国。“‘有朋自远方来，不亦乐乎’，这是镌刻在中国人骨子里的热情。”孙洁说，“我们想让更多国际游客感受到这份热情好客，也想为这些游客的‘下一次中国之旅’种草。”

在孙洁看来，讲好中国旅游故事不仅要讲述源远流长的历史文化，也要关注当下中国百姓的生活故事，这些更能让世界了解中国。“包括我们的生活、兴趣、习俗等，这些能让外国游客产生共鸣和兴趣。”她建议，旅游企业可以深入挖掘当地人的故事，将其与旅游元素相融合，通过设置与国际游客互动的环节，让人更深入地感受中国的魅力。

“我们将继续加大中国旅游在国际上的传播，与多个海外目的地展开深度合作，用世界语言展现中国友好、安全、现代化的整体形象。”孙洁说。