

5月17日召开的全国旅游发展大会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。习近平总书记提出要“着力完善现代旅游产业体系,加快建设旅游强国”,并要求“各地区各部门要切实增强工作责任感使命感,分工协作、狠抓落实,推动旅游业高质量发展行稳致远”。新时代新征程,旅游发展面临新机遇新挑战,锚定旅游强国建设目标、推动旅游业高质量发展需要更加坚实的机制保障,要加快形成大旅游工作格局,进一步凝聚各方共识,加强统筹协调,增强工作合力。

加快形成大旅游工作格局是对多年来旅游发展实践经验的总结,是对旅游运行基本规律的理性认识,是推动旅游业高质量发展、加快建设旅游强国的重要机制保障。准确理解和推动形成大旅游工作格局,将其内化整合为创新驱动动力,并贯穿至旅游各环节全过程,是推动旅游业高质量发展行稳致远的内在要求。

大旅游工作格局的实践基础

准确理解和推动形成大旅游工作格局,必然要明确其“大”在何处?可以从旅游综合性、场景泛化、业态边界、消费潜力、旅游形象整体性等5个维度来加以理解。

大旅游工作格局,“大”在旅游综合性。根据目前业界共识,旅游业与110多个行业相关,其产业链条长,涉及环节多,具有“一业兴、百业旺”的乘数效应。近年来,旅游与文化、体育、农业、交通、商业、工业、航天等领域深度融合,“旅游+百业”“百业+旅游”的趋势和效益更加明显。

大旅游工作格局,“大”在旅游场景泛化。近年来,随着我国经济社会快速发展和科技水平不断提升,人们的生活理念、审美理念、消费理念和方式快速变化,旅游需求更加多元,旅游吸引物的范围不断扩大,突破了自然资源、文化历史资源等主要领域,向更加广泛的场景拓展。跟着美食去旅

今年1月,国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》(国办发〔2024〕1号),提出“发展老年旅游保险业务,鼓励扩大旅游保险覆盖面”。充分发挥保险的风险防范功能,对确保老年旅游市场平稳有序运行、推动旅游业高质量持续健康发展、保障发展成果惠及全体人民具有重要意义。

发展现状

随着我国老年旅游市场的快速发展,老年旅游安全风险因素日益呈现复杂化、多样化、新型化等特征。

近年来,在文旅部门和银保监会等相关部门的协同推进下,旅游保险产品对老年人的保障覆盖面不断扩大。例如,平安产险推出的境内短期旅游险、自驾旅游险以及境外全球旅行险等保险产品,涵盖0-100周岁的客群,但针对不同年龄段客群的保额有所差异。华泰财险在境外旅游保险中,针对亚洲、港澳、马尔代夫等不同旅游目的地设计各有侧重的产品,其中,亚洲航境意外保险的赔付限额可达800万元、港澳旅行险拥有目的地购物特别保障、马尔代夫专属保险可提供冲浪险出双倍赔付等,产品客群年龄设置在0-90周岁之间,能够涵盖大部分有出游需求的老年群体。其他规模较大的保险公司针对滑雪、高原、赶海等旅游情景设计保险产品,年龄上限多在80-85周岁。

总体而言,我国旅游保险市场起步较晚,目前针对老年群体的旅游保险产品开发依然处在初级的自发探索阶段,老年旅游保险政策体系仍不健全,市场竞争不够规范;老年旅游保险供给覆盖相对不足,结构性矛盾突出,服务水平有待提高;旅游经营者的保险知识不充分,难以应对日益多元的旅游风险;老年游客风险意识薄弱,尚未形成理性的投保观念。从市场数据来看,当前我国老年旅游市场的保险渗透率明显偏低,早前有统计显示,我国人均旅游保费约为1.8元,购买旅游保险人数比例不到20%,而同期欧美国家的旅游者参保比率超过了80%,人均保费折合人民币46元左右。相比之下,我国老年旅游保险市场仍有较大的提升空间。

对策建议

未来深入发展老年旅游保险业务,切实扩大旅游保险覆盖面,更好发挥旅游保险的“安全阀”作用,需要多方面协同共促,多领域深度融合,以深化供给侧结构性改革为主线,注重需求侧管理,聚焦五个方面着重发力。

●学深悟透总书记重要指示 贯彻落实全国旅发大会精神

加快形成大旅游工作格局 为建设旅游强国提供坚实机制保障

□ 戈双剑

准确理解和推动形成大旅游工作格局,将其内化整合为创新驱动动力,并贯穿至旅游各环节全过程,是推动旅游业高质量发展行稳致远的内在要求

行、跟着演出去旅行、跟着影视剧去旅行、跟着网红节目去旅行等正逐步受到市场认可,一些能够提供情绪价值和新鲜体验的“被人格化”的城市和各类街区等已成为新的旅游吸引物,旅游场景逐步泛化。

大旅游工作格局,“大”在业态边界持续拓展。从旅游经济角度来看,旅游业态的边界已突破了传统业态,正向新兴业态持续拓展。A级旅游景区、度假区、星级酒店饭店等与传统旅游业态承接了大部分游客出游需求,而各类新型游乐园、科普园区、文化园区、博物馆、美术馆、文化馆,以及都市知名商圈、历史文化街区、旅游休闲街区正逐渐成为游客流量的聚集地,部分旅游新业态,如露营旅游、低空旅游、城市漫游、沉浸式旅游等与传统业态在发展形态、结构、运营方式等方面有明显不同,其不断出现并快速迭代促使业态边界持续拓展。

大旅游工作格局,“大”在旅游消费潜力。旅游消费的强带动性在扩内需、促消费、稳预期、提信心方面发挥着重要作用。据文化和旅游部数据中心测算,2024年五一假期期间,全国国内旅游出游合计2.95亿人次,同比增长7.6%,按可比口径较2019年同期增长28.2%;国内游客出游总花费1668.9亿元,同比增长12.7%,按可比口径较2019年同期增长13.5%,增长势头明显,旅游消费也从主要集中在城市逐

步向县域下沉。随着各项促进旅游消费政策逐步实施见效,国内、入境和出境旅游三大市场的协同发力,超大规模的旅游市场将进一步释放旅游消费潜力。

大旅游工作格局,“大”在旅游形象整体性强。旅游形象是旅游目的地影响力和吸引力的外在表现,具有整体性特点,是游客出游决策的重要参考,直接关系到当地旅游经济发展。旅游形象的塑造、维护和提升具有系统性、综合性和长期性特点,而部分影响旅游市场秩序的顽瘴痼疾对旅游消费体验和旅游目的地整体形象产生严重的负面影响,如个别知名旅游目的地“欺客宰客”等违法违规行为,对当地旅游整体形象造成了严重的负面影响。

大旅游工作格局的理论基础

形成大旅游工作格局必然要求进一步突出“大服务”“大质量”和“大监管”等理念。“大旅游”是观念主体,“大服务”“大质量”和“大监管”是其理论基础。

大服务之“大”,“大”在服务涉及全过程和各环节。旅游业是现代服务业,服务质量是其核心竞争力,旅游经济也是体验经济,追求独特的旅游体验是出游决策的重要原因。服务贯穿旅游吃住行游购娱等全过程和事前、事中、事后各环节,任何一个

环节出现服务不到位或质量问题,均会影响游客整体质量感知和旅游体验。当前,旅游需求呈现追求高品质、多样化的趋势,广大游客的质量意识和质量预期进一步增强,要想满足广大游客的服务质量预期,就要树立大服务的理念。

大质量之“大”,“大”在质量的多维性和系统性。旅游业高质量发展是多维度的,既包括经营主体、监管部门各司其职,也涉及市场监管、产业发展、公共服务、资源利用等多领域的政策保障,还要求推动实现主客共享,是一项系统工程。当前,旅游与各领域的融合加快、场景泛化,形成复杂的旅游生态,新产业新业态新模式不断涌现,对效率和公平、创新和保护的的需求更趋多元。质量监管的方式和手段不断更新,大力提升服务质量已成为质量强国建设的重要任务。因此,要推动旅游业实现质的有效提升和量的合理增长,更好满足广大人民群众多层次旅游消费需求,要树立大质量理念。

大监管之“大”,“大”在监管的综合性 and 协调性。基于旅游的关联度高、综合性强、链条长等内在特点,旅游市场需要进行跨部门综合监管。2016年,国务院办公厅印发《关于加强旅游市场综合监管的通知》,在国务院旅游工作部际联席会议下设旅游市场综合监管工作小组,并明确了旅游、公

安、交通等12个相关部门的监管责任。从实践经验来看,缺乏有效的机制保障,对涉及多个部门、管理难度大、风险隐患突出的涉旅综合监管事项来说,容易出现“多头管理”或“无人管理”的现象,不仅会损害广大游客的合法权益,也不利于旅游业高质量发展。从实际情况来看,监管工作涉及经营主体全生命周期和事前事中事后全过程,需要加快补齐监管短板、堵塞监管漏洞,切实把该管的管好、管到位。

形成大旅游工作格局的重要路径

加快形成大旅游工作格局,是当前和今后一个时期推动旅游业高质量发展的重要机制保障,应找准定位、精准施策、综合回效,打出一套组合拳。

一是及时走出认识误区。理念是行动的先导,推动高质量发展,要进一步认清业界存在的“几重几轻”现象。当前“重建设轻运营”的现象在一定范围内仍然存在,整体上尚未实现实质性改变。部分大投资、大项目因不重视运营与市场遇冷的案例值得深刻分析总结。基于市场变化,一部分“大投资”转向“小而美”“精改造”和“微提升”,对运营质量提出更高的要求。“重硬件轻软件、重宣传轻质量”等现象仍较为普遍,在旅游目的地竞争日趋激烈的情形下,部分地区打造新的网红

城市和目的地并期望“一夜爆红”的冲动较为强烈,以造话题、上热搜来增加曝光率、吸引流量的同时,质量问题却频发,引起广泛关注,不仅会消解前期努力,还会影响当地整体旅游形象。“低成本”仍为大多数游客出游选择的重要因素,片面追求低价,对服务价值认识不足,理性消费的理念尚需进一步增强。

二是系统提升政策实效。当前,旅游业高质量发展迎来多项政策利好,国务院办公厅印发《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》的通知,提出30条措施推动旅游业高质量发展,文化和旅游部实施《国内旅游提升计划(2023—2025年)》,推动国内旅游实现质的有效提升和量的合理增长,2024年《政府工作报告》提出,将文旅旅游作为新的消费增长点加以积极培育,各地各部门也相继出台多项支持旅游业高质量发展的政策,形成多层次、多维度政策支持体系,有利于进一步打通高质量发展的痛点堵点。应加强各类政策的系统集成,坚持系统推进、系统回效,进一步提升政策实效。

三是加快构建高质量发展评价体系。旅游业高质量发展的内涵丰富、维度多元,需要立足旅游发展新阶段新形势,以新的视野和框架来加以理解,加快构建一套科学完备的评价体系,既符合经济社会高质量发展的共性,又彰显本行业、本领域的个性,重点解决评价主体(谁来判断实现了高质量发展)、评价指标(如何判断实现了高质量发展)、评价规则(明确评价过程中是否达到要求的相关判定标准和依据)、运行机制(评价体系正常运行的相关工作机制及保障)以及实现路径(以什么样的方式和手段来推动实现高质量发展)等问题,形成具有一致性的评价方法,进而对旅游业进行多维度衡量,找准高质量发展存在的问题和面临的挑战,更精准地解决问题,推动实现高质量发展。

(作者单位:中央文化和旅游管理干部学院)

五方面着重发力 推进老年旅游保险扩面提质

□ 朱志胜 张子丹

深入发展老年旅游保险业务,切实扩大旅游保险覆盖面,更好发挥旅游保险的“安全阀”作用,需要多方面协同共促,多领域深度融合

(一)持续完善老年旅游保险政策体系

第一,完善旅游保险政策法规和行业标准。政府相关部门需要加强与业内各方的沟通合作,及时了解市场变化,弥补现有法规的滞后性,制定具体的辅助性政策,并深入贯彻落实,精准有力促进老年旅游保险市场规范运行。

第二,加强对旅游保险相关主体的监管,尤其要强化旅行社责任险的督查,加大对骗保、宣传不实等违规经营行为的打击力度,切实维护市场公平竞争。

第三,实施税收激励措施,提供税收减免或抵扣,为从事老年旅游保险的企业减负添活力;加大政策补贴倾斜力度,通过直接财政补贴或低息贷款等方式,降低企业的运营成本,提高企业的盈利空间,激发老年旅游保险市场活力。

第四,建立多元旅游保险纠纷调解机制,引导保险行业协会、仲裁机构、法院以及其他第三方主体以非诉讼的形式调解矛盾,为老年群体设立专人专案,建设“一站式”纠纷解决机制,快捷有效处理旅游保险中发生的各种纠纷,保障老年旅游者的合法权益。

(二)加速扩大老年旅游保险有效供给

第一,坚持旅保结合,鼓励旅游企业与保险公司合作,丰富旅游保险产品供给,创新旅游保险产品和服务方式,产品开发策略从以年龄为导向转变为以健康为导向,针对不同旅游产品特点老年人的群体特征进行市场细分,深入研究可保风险,在优化现有保险产品的基础上,开发更多适老型旅游保险产品。一方面,要推出基本覆盖旅游各环节各场景风险的综合性一站式旅游保险产品,构建多层次的老年旅游风险保障体系,实现“食、住、行、游、购、娱”综合旅游保险对游客的全覆盖;另一方面,根据不同旅游场景的风险类型研发更具针对性的保险产品,如针对汤泉、康养等开发不同权益侧重的保险产品,适当缩减保险权益从而降低保费,满足老年群体多样化需求。此外,还要降低投保门槛,持续优化保险条款,使老年人“看得懂、算得清”,实现产业提质、服

务提效。

第二,保险企业需要建立完善的赔付体系,完善信用品牌培育机制,树立良好的企业形象。

第三,建立“关怀版”旅游保险线上线下咨询渠道,安排专属业务员为老年群体服务,重点根据老年用户需求提供代为筛选产品、代为下单、代为取消预订等服务。

(三)全面提升旅游企业保险业务能力

旅游界和保险界应加强沟通交流,建立数据共享、信息互报和定期沟通的工作制度,加强异业机构合作,既增加旅游企业工作人员保险知识的培训,提高旅游企业对保险知识的了解掌握程度,为老年游客推荐更适合的保险产品,又使金融从业人员更加充分地认识老年人旅行过程中面临的突出问题,设计更加切合老年游客需求的保险产品,及时解决旅游保险发展中的问题。

此外,旅行社工作人员需要系统学习保险条款和赔付条件,根据《旅行社老年旅游服务规范》规定,当出险后,旅行社要积极协助老年旅游者及其家属向保险公司索赔,提供必要的支持和信息,这能够有效转变公众对旅游企业“只提供保险代理服务,不负责后续理赔”的印象,提高老年游客的整体满意度。

旅游企业接收游客时,要根据老年人的健康状况适当放宽年龄限制,摒弃“一刀切”的做法,从需求侧释放高龄老年人的旅游需求,形成更大规模的老年旅游保险市场,提高规模效益,倒逼保险企业开发适老化的旅游险种,为更多老年旅游者提供保险保障。

(四)不断加大老年旅游保险宣传力度

要进一步畅通老年旅游保险的宣传推广渠道。在宣传对象上,由于老年旅游购买决策者可能是子女,在

向老年人推广的同时,也要重视面向年轻人宣传老年旅游保险产品;在宣传形式上,针对老年群体相对传统的休闲方式,利用电视、报纸、互联网等媒体推广老年旅游保险的公益广告,通过构建准确的用户画像数据库、保险代理人社区推广等形式推动线上线下双向联动,打出营销“组合拳”,聚合品牌势能,逐步形成渠道畅通、积极有效的多元化、阶梯式旅游保险销售格局;在宣传内容上,系统循环传播保险功用和保险常识,跳出以往宣传内容重产品轻常识的思维定式,提升公众利用保险防范风险的意识,消除公众对保险的抵触心理。

在广泛宣传的基础上,加强动态精准营销,通过进社区、进乡村、进养老院“三进”活动,将老年旅游保险送进千家万户,向难以跨越“数字鸿沟”的老年人进行一对一的保险知识和产品推广。

“丝路梦享号”首发在即 打造国际化高品质旅游列车

近日,“星享铁路”发布预告称,将于7月6日发布全新成员“丝路梦享号”。作为复星基础设施产业发展集团旗下专注打造国际化高品质旅游列车的铁路文旅品牌,“星享铁路”积极响应旅游强国建设,持续开发以“铁路”为核心的全域旅游新业态。

“丝路梦享号”是按照“国际化旅游列车”标准打造的旅游列车产品,融合了东方美学和丝路文化,带领游客沉浸式体验青甘大环线的全覆盖;另一方面,根据不同旅游场景的风险类型研发更具针对性的保险产品,如针对汤泉、康养等开发不同权益侧重的保险产品,适当缩减保险权益从而降低保费,满足老年群体多样化需求。此外,还要降低投保门槛,持续优化保险条款,使老年人“看得懂、算得清”,实现产业提质、服

务提效。全车共有15节车厢,除全独立卫浴卧房车厢外,还配有客厅沙龙车、中西式餐车,以及可观景、品茗、提供KTV欢唱等娱乐活动的多功能车厢。5位“度假大使”和专业的列车管家团队将为游客提供24小时贴心服务,2位旅拍摄影师将陪伴游客记录美好的旅途时光。

踏上这趟列车,宛如踏上了一段穿越千年的梦幻之旅。游客可以选择跟随列车行进的足迹,用5天4晚观赏沙漠、戈壁、盐湖等奇特地貌,打卡具有国际影响力、文化瑰宝富集的敦煌,参观西塔塔尔寺,在宛如天空之镜的纯净盐湖留下置身天与湖之间的珍贵影像。

游客也可以用9天8晚解锁“火车+汽车”创新玩法,玩转青甘

大环线。汽车段起自敦煌,经嘉峪关、张掖、武威,终至兰州。返程由兰州出发,抵达敦煌。该线路能深度探索河西走廊,游览鸣沙山、嘉峪关关城、榆林窟等地,领略张掖七彩丹霞,邂逅明珠般的戈壁绿洲,品尝高山草原火锅……是全方位体验西北风情的不二选择。

“丝路梦享号”首发标志着“星享铁路”打造“国际化旅游列车”的成果。“星享铁路”于2022年6月首次推出“呼伦贝尔号”草原森林旅游列车,借鉴了世界旅游列车成熟的运营经验,为当时国内高品质旅游列车市场增添活力。过去几年,依托高水平的运营能力、优秀的产品规划力和贴心的服务,“星享铁路”积累了丰富的运营经验,致力

于匠心打造国际化旅游列车,带动沿线共同富裕,助力中国铁路旅游服务全面进步。未来“星享铁路”还将持续发力,进一步挖掘国内外铁路旅游市场潜力,为游客带来更好的铁路旅行体验。

