

●学习贯彻党的二十届三中全会精神

发展旅游业有利于促进城乡融合

□ 特约评论员 王德刚

就完善城乡融合发展体制机制,《决定》提出“必须统筹新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴,全面提高城乡规划、建设、治理融合水平,促进城乡要素平等交换、双向流动,缩小城乡差别,促进城乡共同繁荣发展”的具体目标,旅游业在参与城乡融合发展、在促进乡村全面振兴国家战略中应发挥更大、更积极的作用

《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》(以下简称《决定》)中明确提出到本世纪中叶全面建成社会主义现代化强国的宏伟目标,构建了中国式现代化的目标体系,为我国各项事业发展指明了方向。就完善城乡融合发展体制机制,《决定》提出“必须统筹新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴,全面提高城乡规划、建设、治理融合水平,促进城乡要素平等交换、双向流动,缩小城乡差别,促进城乡共同繁荣发展”的具体目标,旅游业在参与城乡融合发展、在促进乡村全面振兴国家战略中应发挥更大、更积极的作用。

旅游业作为新兴的战略支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业,具有很强的综合性、关联性特征和融合发展优势,在促进城乡融合发展、助力精准扶贫过程中曾发挥了巨大作用,在未来城乡融合发展和乡村全面振兴过程中,也必将发挥不可替代的作用。探索新型城乡融合发展模式,促进乡村全面振兴,走以旅游产业为引领的城乡融合发展之路大有可为。

首先,通过要素平等交换和规划布局,形成城乡一体化区域旅游发展格局,加快促进城乡融合发展。发展乡村旅游及相关产业,乡村地区有着非常丰富的要素资源,包括自然风光、田园风光、历史遗迹、古镇古村、民俗和民族风情、特色物产、乡村美食以及土地、宅基地、老旧住宅等,但由于自身投资开发能力的局限,大部分资源长期闲置或处于低效能开发状态,没有发挥其应有的经济价值和社会价值。通过城乡融合、统筹规划,形成城乡一体化区域旅游发展格局,引导城市资本“下乡”,参与乡村旅游开发,在公平、平等的原则下进行生产要素交换,提高乡村旅游开发的投资能力、创新能力、运营能力,带动乡村地区的经济社会快速发展,不仅可以促进城乡融合,更重要的是能够加快乡村经济社会发展进程。

其次,通过政策引导和市场互动,充分发挥旅游在促进乡村振兴中的引领作用。旅游本身是人的流动性消费,市民走向乡村、农民走向城市,自然形成人的双向流动,而人的流动带动的物流、信息流、技术流、资金流等,

必将加快缩减城乡之间的各项差距。特别是在发展乡村旅游过程中,通过政府部门推动、行业组织引导,让更多城市客流走向乡村,拉动观光、休闲、度假、研学、康养、购物等消费,全面促进乡村经济发展,即用市场手段引领乡村经济发展,推动城乡融合发展。

再次,大力发展乡村旅游产业,促进城乡基础设施和公共服务均等化。基础设施包括道路、供水、供电、供暖、信息、广播电视、防洪和垃圾污水处理等,是保障生活便利、实现生活现代化的基本物质条件;公共服务包括教育、医疗、文化、社会保险、社会救助、社会治理等方面,是关系人的生存、生活和发展质量的重要条件。长期以来,我国存在着基础设施和公共服务的城乡差别,客观上也是因为乡村布局分散、经济发展水平相对落后。大力发展乡村旅游,构建以县城为中心的旅游产业体系,不仅可以提高乡村资源的利用率,让以旅游业为代表的现代乡村产业延伸到乡村所有角落,倒逼和带动农村基础设施体系不断完善,逐步缩小基础设施方面的城乡差距,也能够逐步形成整个县域城乡一体化的公

共服务体系,逐步促进乡村基础设施和公共服务均等化。

最后,通过发动更多的农民参与旅游业开发和经营,全面提升农民素质,实现人的现代化。中国式现代化的本质是人的现代化。我国农村居民受教育程度普遍偏低,习惯于以传统农业生产为主的劳作方式,因此无论是现代化建设,还是乡村全面振兴,都必须解决农民的现代化和发展问题。旅游业属于现代服务业,无论是经营业主,还是普通服务人员,都需要具有现代市场意识、产品意识和服务意识,进而为旅游消费者提供高品质的产品和服务。因此,发展旅游业,要促使农民的身份发生质的转变,由传统农民转变为现代服务业的经营者、管理者和服务者。同时,旅游活动本身也是客源地与目的地之间的文化交流,这种文化的双向交流,可以让农民增长见识、开阔眼界、丰富知识,促进农民个人素质的全方位提升。

总之,在中国式现代化进程中,旅游业要更好发挥自身的综合优势、融合优势,为促进城乡融合和乡村全面振兴发挥更大、更积极作用。

观察

防“黄牛”须强化协同治理

□ 王天星

治理“黄牛”倒卖文博场所门票行为,需要文博场所不断优化门票管理方式,同时也需要相关行政主管部门严格执法,互联网平台企业履行平台管理义务,广大旅游者积极配合

近年来,“博物馆旅游热”持续升温,去博物馆观看展览,深入了解灿烂辉煌的中华优秀传统文化,受到越来越多旅游者的青睐。特别是暑期,诸多知名博物馆观众人数激增,因文博场所每日容量有限,一些地方出现了“黄牛”倒卖热门文博场所门票现象,极大地干扰了门票管理秩序,损害了广大旅游者的合法权益。

治理“黄牛”倒卖文博场所门票行为,需要文博场所不断优化门票管理方式,同时也需要相关行政主管部门严格执法,互联网平台企业履行平台管理义务,广大旅游者积极配合。

文博场所应不断优化门票管理方式。“黄牛”之所以能倒卖文博场所门票,主要原因是文博场所的容量有限,门票有限,但盼望进入参观的旅游者的数量庞大。在此种形势下,文博场所应在保证公平的前提下,尽可能地运用技术手段,不断优化门票管理。公平,就要考虑到旅游者的结构分布,既要考虑先到先得,也应考虑一些特殊群体的特殊需求,例如老年群体、军人、消防救援人员、残疾人等。科学,就是针对“黄牛”主要通过开发、使用软件进行大规模自动抢票的特点,采用高科技方式,准确、快速识别恶意操作行为,对“黄牛”开展智能动态风险画像、精准识别,对“黄牛”的下单行为风险、履约行为风险、访问频次风险以及证件绑定风险等进行综合防控。

互联网平台应依法履行平台治理责任。目前,“黄牛”倒卖热门文博场所门票,主要是借助于互联网平台。可以说,“黄牛”能够形成今日之规模,与个别互联网平台未严格依法履行平台审查、处置义务有关。电子商务法规定,利用互联网开展商务活动必须符合法律、法规。倒卖热门文博场所门票的行为,显然属于国家治安管理处罚法、博物馆条例明令禁止的行为。互联网平台应对此类行为主体开展资质审查、实施动态监测,对其不法行为依法采取

警示、下架等处置。在必要时,互联网平台应及时向有关执法部门报案,并积极配合行政执法部门对平台内“黄牛”进行查处。

相关行政执法部门应对“黄牛”依法进行严肃查处。“黄牛”倒卖热门文博场所门票的行为,损害了文博场所的门票管理秩序,侵害了广大旅游者的财产权益,也伤害了广大民众公平参观文博场所的合理诉求,属于违法行为。对于倒卖文博场所门票的行为,治安管理处罚法第五十二条第三款规定:倒卖车票、船票、航空客票、文艺演出票、体育比赛入场券或者其他有价证券、凭证的,处十日以上十五日以下拘留,可以并处一千元以下罚款;情节较轻的,处五日以上十日以下拘留,可以并处五百元以下罚款。近期,一些地方的公安机关联合文旅部门对“黄牛”非法倒卖热门文博场所门票等行开展了专项整治工作,起到了积极作用。然而,结合以往的情况来看,面对广大旅游者持续旺盛的需求和倒卖门票能够获得巨大的利益诱惑,“黄牛”很可能会采取更加隐蔽或暂停的策略,而不是改过自新、彻底退出。对“黄牛”进行彻底整治,“黄牛”主要通过开发、使用软件进行大规模自动抢票的特点,采用高科技方式,准确、快速识别恶意操作行为,对“黄牛”开展智能动态风险画像、精准识别,对“黄牛”的下单行为风险、履约行为风险、访问频次风险以及证件绑定风险等进行综合防控。

互联网平台应依法履行平台治理责任。目前,“黄牛”倒卖热门文博场所门票,主要是借助于互联网平台。可以说,“黄牛”能够形成今日之规模,与个别互联网平台未严格依法履行平台审查、处置义务有关。电子商务法规定,利用互联网开展商务活动必须符合法律、法规。倒卖热门文博场所门票的行为,显然属于国家治安管理处罚法、博物馆条例明令禁止的行为。互联网平台应对此类行为主体开展资质审查、实施动态监测,对其不法行为依法采取

(作者为北京第二外国语学院文化旅游政策法规中心副主任)

时评

“花式”宠客助燃暑期经济

□ 段宗科

这个暑期,文旅市场持续火热。各地想方设法将文化和旅游更好地融合,不仅吸引了更多客源,也更好地传播了当地的特色文化

在江苏无锡乘船畅游古运河,夜游沿途博物馆;在甘肃兰州夜游黄河,感受西北生活、黄河文化;在青海玉树参加千人锅庄舞会,感受热情与奔放……这个暑期,文旅市场持续火热。各地想方设法将文化和旅游更好地融合,不仅吸引了更多客源,也更好地传播了当地的特色文化。

作为一年中时间跨度最长的旅游旺季,这个暑期,各地铆足劲、出新招,让文旅消费更“带感”。面对人民群众

愈发个性化、多样化、品质化的服务消费需求,“旅游+”正在产生无限惊喜。从滨海、森林,到音乐节、演唱会,再到展览展会、户外运动、文体赛事,层出不穷的文旅新场景让旅游更有“氛围感”。有的景区、博物馆延长开放时间,取消预约要求,取消“周一闭馆”,以服务为先,让消费更有“体验感”。各地还纷纷推出票价优惠、消费满减、折扣套餐等措施,以惠民为要,让游客更有“获得感”。

“花式”宠客,因地制宜供给“好物”是第一位的。四川阿坝九寨沟山清水秀,暑期游人如织;陕西西安在传统文化上做文章,推出唐宫婚典带给游客新的体验;北京打造沉浸式夜游,载歌载舞齐欢乐;云南姚安推出荷花宴,以美食经济拉动消费。各地对市场需求做到精准把握和有效回应,提供了更多饱含地方特色、文化内涵的高品质旅游产品,推出了各具特色的“文旅大餐”,不仅满足了游客对美好

生活的需要,也为文旅市场带来了新增长点。

浙江举办“缤纷夏日 浙里好玩”2024全省夏季文化和旅游消费季,打造多样化文旅消费“微场景”;广东推出“精彩夜市、风味夜食、品质夜购、活力夜娱、魅力夜游、时尚夜秀”等夜间消费活动;四川成都发放3000万元“暑来成都 乐游天府”文旅消费券……文旅消费燃旺各地夏日经济。在国新办前不久举办的新闻发布会上,文化和旅游部产业发展司负责人表示,将推进文旅融合及与相关产业融合发展,优化消费惠民活动举措,与促进餐饮、住宿、体育、数字、绿色、健康消费等一体推进,创新文旅消费场景。

助燃夏日经济热辣滚烫,离不开优质服务环境。各地不断优化文旅服务,优化消费环境,积极推进监管全覆盖、全程跟进,严防劣质产品、强制购物等不良现象发生,让游客更好享受旅游乐趣,为促进消费和扩大内需贡献更大力量。

声音

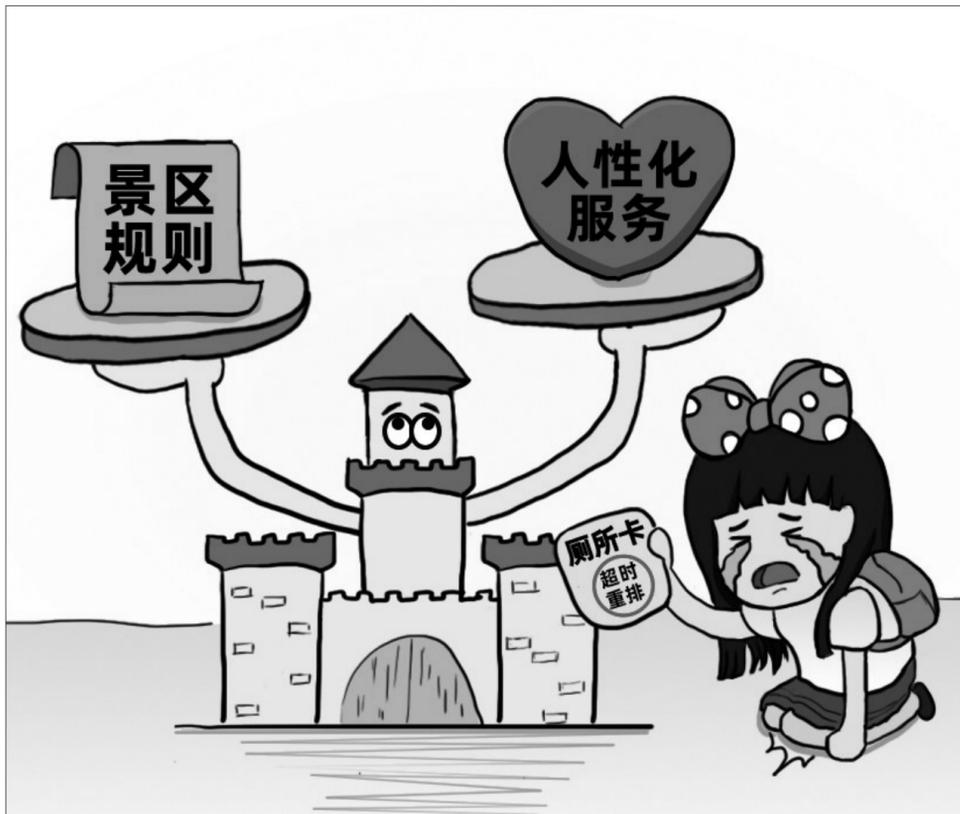
“那些试图遏制过度旅游的‘组合拳’,既代表了当地人真实的困扰,又透着股左右为难的纠结”

——《经济日报》近日发表文章《过度旅游困厄威尼斯》指出,在当地人看来,太过火爆的旅游业正在慢慢“杀死”这座城市。此前,威尼斯出台了一系列遏制过度旅游的措施,包括游客预约制、禁止大型游轮停靠、限制旅行团人数等。从今年4月25日起,威尼斯开始对“一日游”游客收取5欧元/人的“入城费”。那些试图遏制过度旅游的“组合拳”,既代表了当地人真实的困扰,又透着股左右为难的纠结。

“如果说游戏也能讲好中国故事,那么我们没有理由不去期待,它赋能城市品牌的潜力、助力场景营销的价值,也将被重新认识”

——针对首款国产3A游戏“黑神话·悟空”上线,引发文旅业界“攀亲热”,《南方日报》近日发表评论文章《攀亲“悟空”更要攀住“留量”》指出,“悟空”本身就是家喻户晓的经典IP,加之游戏加持下的现象级热度,各地自然会寄予厚望。文旅和游戏同属文化创意产业,的确有不少共通性。各地文旅能否接好“悟空”这一棒,还有待观察。但至少可以肯定的一点是,如果说游戏也能讲好中国故事,那么我们没有理由不去期待,它赋能城市品牌的潜力、助力场景营销的价值,也将被重新认识。

(本版编辑 赵腾泽 整理)



景区规则别失了人性化

近日,在上海迪士尼乐园,一名游客崩溃大哭的视频引发关注。这位游客在排队游乐项目时,中途去上厕所,超过了“厕所卡”规定的20分钟,得知必须重新排队后,情绪失控。景区设立“厕所卡”制度的初衷是为了维护排队秩序,确保游客的游玩体验。然而,在制定有关规则时,景区既要考虑公平与秩序,也要充分考虑游客的实际情况。制订规则是为了优化服务,别让规则伤了游客的心。

图:刘晖 文:李庆禹

来论

融入现代生活
让文创产品不再“吃灰”

□ 杨燕明

博物馆在文创产品开发上依然存在一些现实问题,有消费者说“昨晚冲动消费买文创,今天后悔得想哭”“跟风买的文创往往风一过就不喜欢了,长期在家里‘吃灰’”……有类似经历的游客,或许不在少数,这对博物馆文创产品开发的长远发展而言绝非好事

这个暑期,越来越多的人被博物馆和文物短视频“种草”,“博物馆”成为年轻人出游的新现象。这股热潮中,火爆的还有各地博物馆的“花式”文创产品。近日,甘肃省博物馆卖“麻辣烫”文创产品登上社交媒体热门话题榜,火爆的文创产品还有上海博物馆的古埃及文明大展周边文创、辽宁省博物馆的“簪花仕女图”饰品等。

近年来,“博物馆热”持续升温,有人说这是血脉觉醒的表现,也有人说这是文化自信的体现。随着博物馆的兴起,博物馆文创产品也不断走红,例如,四川全省博物馆2023年接待观众数量超8540万人次,文创收入近2.37亿元。这些数据证明,博物馆文创产品拥有广阔市场,潜力巨大,未来大有可为。

然而博物馆在文创产品开发上依然存在一些现实问题,有消费者说“昨晚冲动消费买文创,今天后悔得想哭”“跟风买的文创往往风一过就不喜欢了,长期在家里‘吃灰’”……有类似经历的游客,或许不在少数,这对博物馆文创产品开发的长远发展而言绝非好事。

也有一些博物馆也在文创产品开发上积极创新,取得了明显成效。比如,辽宁省博物馆以传世名画《簪花仕女图》为主题,让簪花仕女剪纸、簪花系列手作饰品火出圈,这既让游客们大开眼界,激发了他们的购买欲,又深入挖掘了馆藏文化资源,让游客有了沉浸式体验的机会。这样的文创产品在家“吃灰”的可能就会大大降低,值得其他博物馆借鉴与学习。

关于博物馆文创产品的打造,有业内人士总结了3个阶段:一是“自主研发阶段”,主要是对一些文物进行简单复制;二是“自觉文创研发阶段”,文创开始与手机壳等流行用品结合;三是“立体文创阶段”,即开始研究文创产品与人们生活习惯、生活方式之间的关系,并将两者进行有机结合。如今,博物馆文创产品开发大多处于第一和第二阶段,还须下功夫积极融通传统文化与当代生活,开发出更多的“立体文创产品”。

总之,博物馆文创产品开发要不断与人们的生活相结合,丰富文创产品内涵,不断拓展发展空间。