

● 贯彻落实中央经济工作会议精神

多措并举激发旅游消费潜力

□ 特约评论员 王德刚

按照中央经济工作会议提出的保持经济稳定增长的要求,旅游行业要采取更加积极的政策措施,进一步激发旅游消费潜力,在更高层次上扩大旅游消费规模、提高旅游消费质量,为拉动服务消费和扩大内需、促进经济增长作出新贡献

近日举行的中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为明年九大重点任务之首,并明确提出“创新多元化消费场景,扩大服务消费,促进文化旅游业发展”“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”等具体要求,为明年全国文化和旅游及服务业发展明确了任务和工作重点。

旅游是典型的可重复性消费和终端消费,消费链长、涉及面广。作为服务消费的重要内容,旅游消费对服务消费增长、扩大内需发挥着重要的拉动作用。

近年来,在国家扩内需战略指引下,各级政府、文化和旅游主管部门及广大文旅企业等采取有力措施,在激发旅游消费潜力、扩大旅游市场规模、拉动经济增长方面取得了显著效果。2024年前三季度,国内出游人次42.37亿,比上年同期增加5.63亿,同比增长15.3%。国内游客出游总花费4.35万亿元,比上年增加0.66万亿元,同比增长17.9%。

按照中央经济工作会议提出的保持经济稳定增长的要求,旅游行业要采取更加积极的政策措施,进一步激

发旅游消费潜力,在更高层次上扩大旅游消费规模、提高旅游消费质量,为拉动服务消费和扩大内需、促进经济增长作出新贡献。

首先,政府部门应继续发挥政策的杠杆作用,创新消费政策体系,采取更加积极的刺激和扩大消费措施,进一步激发旅游消费潜力。

旅游消费需求具有弹性特征,消费政策、产品供给和营销策略等对于激发居民旅游消费意愿、频率、数量和规模能够产生积极作用。近年来,各级政府采取了一系列刺激和扩大文旅消费的政策措施,取得了较好的效果,但是在政策的深度、广度上仍需进一步深化和创新。

一是紧紧抓住旅游市场从恢复发展向繁荣发展转型的良好机遇,通过出台资源优先供给、资金补贴奖励等政策,促进文旅项目投资、旧项目改造升级、存量资产盘活,引导市场经营主体积极开发新产品、新业态,打造新场景,创新服务模式,通过政策杠杆优化供给,进一步激发旅游消费潜力。

二是通过政策手段创造和扩大旅游消费市场,如进一步优化公共假期调休政策、严格落实带薪休假制度,

提高工薪阶层出游率,用长假期形成中远距离市场,用短假期形成中近距离市场;通过惠民性、福利性政策措施激发百姓旅游消费潜力。

三是通过大型文娱、体育、市集、节庆等活动,打造消费热点,促进文旅市场规模化发展。

其次,市场主体要充分发挥供给对消费的引导作用,广大文旅企业要加大文旅产品、业态、场景、服务等创新力度,用新供给和优质供给拉动新消费,促进消费增长。

当前,我国旅游市场正处于积极向上的上升阶段,对于文旅企业等市场主体而言,正是进行技术改造、产品更新、业态升级、新项目投资和盘活存量资产的好时机。

文旅企业要抓住机遇,通过文化赋能、科技赋能和创意策划,积极开发适应市场发展趋势的新产品、新业态,打造引领市场发展的新场景、新模式,用新供给拉动新消费,同时提高自身运营效益。特别是要关注首发经济、冰雪经济、银发经济等领域,争取在新赛道上跑出好成绩。

再次,旅游目的地要统筹协调其他产业、社会资源与旅游业融合发展,

形成文旅消费新生态。旅游目的地是文旅消费的空间载体。当前,各地正在由以传统旅游产品、旅游场所为主体向全域型和全时空文旅消费模式转型。旅游目的地管理者要通过统筹协调,调动工业、农业、交通、水利、林业、环境、文化、科技、教育、医疗等产业资源和社区资源,充分发挥自身产业、资源特点和优势,嫁接旅游功能,提供旅游服务,营造旅游环境,积极主动参与旅游业发展,形成文旅消费新生态,打造文旅消费聚集型旅游目的地。

最后,要充分发挥市场监管的保障作用,营造良好的旅游消费环境。市场秩序直接关系到消费者的旅游体验和消费质量,关系到消费者的人身和财产安全,特别是在团队旅游、购物、餐饮等领域内容易产生消费纠纷的环节,要强化管理前置,压实责任,分工监管与综合治理相结合,为旅游消费者打造放心、安心、舒心的消费环境。

总之,作为扩内需、促消费的重要领域,旅游业发挥着重要拉动作用。旅游行业要认真贯彻落实中央经济工作会议精神,充分发挥政策杠杆作用和市场经营主体作用,为扩内需、促消费作出新的更大贡献。

来论

不“杀熟”不“杀生”才是诚信经营之道

□ 何勇海

无论是“杀熟”还是“杀生”都表明,当下需要从法规、规章层面进一步加强和细化监管。只有这样,才能更好地规范网络预付款消费经营活动,切实保障消费者的合法权益

近日,“年轻人开始反向驯化‘大数据杀熟’”话题引发热议。一些年轻人开始尝试通过评论“哭穷”等手段反向驯化算法,如频繁表达“太贵了,买不起”“我不打算买了”等,建立所谓的“人设”,从而影响算法推送。有媒体报道,一名年轻人经过反复评论“机票太贵了,买不起,不去了”之后,发现机票价格从4309元降至1903元,降价超过2000元。

“大数据杀熟”是指在一些餐饮、出行平台上,老用户享受不到产品价格优惠,甚至会花费更高的价格。在算法技术运用得越来越“炉火纯青”的背景之下,“大数据杀熟”早已不新鲜。在某投诉平台,有关“大数据杀熟”的投诉累计达8167条,这还不包括到底是差异化营销,

还是“大数据杀熟”,二者边界难以厘清的诸多情形。

“大数据杀熟”对相同商品予以差别化定价,对不同群体予以差别化服务,这是对消费者公平交易权的侵犯,违反了民法典的公平原则、诚实信用原则。

从正常的商业逻辑来说,“回头客”本应享有消费优惠。然而,在“大数据杀熟”之下,商家却对老顾客抬高价格。年轻人反向驯化“大数据杀熟”,无论是通过评论“哭穷”,还是表达“某某软件,我要卸载你”“我真的生气了”“再也不用了”等情绪,均是不不得已而为之。每一个消费者在掌握着大数据和强大算法技术的经营者面前,莫不处于十分弱势的地位,只能通过自我“觉醒”和“土办法”予以反

制。反向驯化“大数据杀熟”背后的诉求,希望各平台都能读懂。

值得关注的是,反向驯化“大数据杀熟”真能打败算法吗?有平台声称,价格差异受优惠券、促销活动等多种因素影响,无法证明最终降价是受用户的评论所致。某平台回应称:“如果靠刷评论就能让机票降价,那大家就都会去刷评论了。”

反向驯化“大数据杀熟”确实未必能左右平台给消费者立的“人设”,反制“杀熟”未必能收到效果,行业专家早就提醒过,互联网和算法能够快速识别用户的真实动机和行为。

除了反向驯化,还有网友发布攻略称:修改平台的账号头像、用户名;定期清除浏览器记录和缓存,或创建不同账号、使用不同浏览器等方法,

可以让大数据无法识别自己。这些也只是反向驯化“大数据杀熟”的“小聪明”。

实际上,有的平台不只“杀熟”还“杀生”,相同的链接、同样的产品,新用户收到的商品质量却远低于老用户,这种手段就是利用了新用户没有相关消费经验、不熟悉行情的状况。

打败算法最终要靠严格的常态化监管和整治。对大数据规制、算法的治理应成为有关部门出台规范乃至立法的重点。无论是“杀熟”还是“杀生”均表明,当下需要从法规、规章层面进一步加强和细化监管。比如,继续加快健全法律法规,及时弥补规则空白和管理漏洞,为差异化营销划清界限。只有这样,才能更好地规范网络预付款消费经营活动,切实保障消费者的合法权益。

今年11月,中央网信办等四部门联合发布《关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知》,提出严禁利用算法实施“大数据杀熟”,并严禁利用用户年龄、职业、消费水平等特征,对相同商品实施差异化定价行为。这应成为所有平台的基本遵循。做到既不欺“生客”,也不宰“熟客”,童叟无欺、明码标价,这才是最值得践行的诚信经营之道。

观察

以旅游为载体 让春节文化更好融入现代生活

□ 陈志辉

12月4日,“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”正式列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。至此,我国已有44个项目列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录、名册,总数居世界第一。

在中国人的精神谱系中,春节是一个融入血脉、植入灵魂的文化图腾,承载着最炽热的情感、寄托着最美好的期望,满溢着最浓烈的年味。春节前后,围绕着辞旧迎新、吉祥平安、团圆和谐的共同主题,人们通过张灯结彩、张贴春联、制作年画等方式营造浓厚的节日氛围;通过吃团圆饭、走亲访友、祭祖敬先等活动践行团圆美满的家庭观念;通过舞龙舞狮、扭秧歌、踩高跷等项目进行广泛的民俗活动和非遗实践。

春节是我国具有悠久历史的传统节日,人们庆祝传统新年的社会实践活动不断推陈出新,既具有一定的历史性和传承性,又具有显著的时代性和创新性,如“旅游过大年”已经成为人们欢度春节的新风尚。文化和旅游部统计数据显示,2024年春节假期,国内旅游出游人次达到4.74亿,同比增长34.3%,出游人次创历史新高。

春节作为非物质文化遗产,具有不可再生性和不可替代性,并随着人们生产生活方式的改变而发生变化。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。充分发挥旅游的载体作用,可以有效诠释好春节文化内涵、展示好春节多元价值、更好满足春节实践需求,从而使春节更好融入现代生活,让人们在旅游过程中感知春节、体验春节、乐享春节和传播春节。

一是以旅游诠释春节的文化内涵。春节集中体现了中华民族的价值观念、生命意识、伦理道德、思维模式、行为规范、审美情趣,深刻阐释了中华文明的连续性、创新性、统一性、包容性、和平性。以旅游为载体,促进春节文化的创造性转化、创新性发展,可以更好地诠释春节的文化内涵。一方面,要充分运用春节的文化基因,在吃、住、行、游、购、娱等旅游要素产品中增添更多春节文化元素,进行春节文化的创造性转化;另一方面,要结合历史背景、现实需要等进行春节文化的创新性发展,让春节文化体现更多的时代

特征,赋予春节旅游新的文化灵魂。例如,山东省临沭县曹庄镇朱村村民根据祭祀先祖的传统风俗,多年来大年初一把第一碗饺子敬给英烈,祭奠在1944年朱村抗日保卫战中牺牲的“钢八连”24名八路军烈士,形成了当地的新民俗,朱村也因此成为红色旅游热门景点。

二是以旅游展示春节的多元价值。春节是中华优秀传统文化的集中体现,具有历史价值、文化价值、经济价值、社会价值等多元价值。旅游业日益成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,具有经济功能、文化功能、社会功能、生态功能等综合功能。发挥好旅游的综合功能,可以有效展示好春节的多元价值,实现两者之间和合共生。例如,发挥旅游的文化功能,促进文化交流,增进文明互鉴,可以提升春节的文化价值。目前,已有近20个国家将春节作为法定节假日,全球约有1/5的人口以不同形式庆祝中国农历新年。中国春节民俗活动已经走进近200个国家和地区,成为世界普遍接受、认同和欣赏的中华文化符号。发挥旅游的经济功能,促进旅游消费,可以提升春节的经济价值。文化和旅游部统计数据显示,2024年春节假期,国内游总花费达到6326.87亿元,同比增长47.3%。

三是以旅游满足春节的实践需求。旅游已经成为庆祝农历新年社会实践的新风尚,人们的春节旅游需求呈现出多样化、个性化和品质化特征,越来越关注旅游产品的参与体验、文化感受和情感认同。因此,要深度融合春节相关的传说、歌谣等传统知识,祭祀先祖等传统仪式,年画制作、剪纸、灯彩制作等传统手工艺,舞龙、秧歌、高跷、戏剧、曲艺等表演艺术,灯会、花会、写春联等民俗活动,重点从打造旅游新主题、开发旅游新产品、数字赋能旅游新场景等方面着力,更好地满足人们的春节旅游需求。例如,2024年春节期間,广东推出“博物馆里过大年”新春系列活动,全省385家博物馆开放超过1000场基本陈列展览,举办近200场迎春展览和400多场丰富多彩的新春文化活动,游客达到532万人次,掀起了文博参观热潮。

作者单位:中共湖南省委党校(湖南行政学院)

广西交流展示优秀文化和旅游 规划设计成果

日前,广西文化和旅游策划规划设计协会第二届会员代表大会暨2024年年会在广西壮族自治区南宁市召开。大会选举产生了新一届的理事会成员和监事。

会上,三位2023年度广西优秀文化和旅游规划设计优秀成果一等等次项目单位代表进行了汇报。广西城乡规划设计院的代表分享了《广西花山国家级风景名胜核心区景区详细规划(宁明、龙州、江州地区)》的详细内容。钦州市历史文化街区(占鳌巷、中山蓝设计(集团)的代表,带来了《钦州市历史文化街区(占鳌巷、中山路骑楼街、竹栏街)保护规划》的

深入解析。广西旅游规划设计院的代表就《“老南宁·三街两巷”历史文化街区创建国家级旅游休闲街区》进行咨询指导服务。与会代表纷纷表示,通过此次交流分享,他们获得了诸多宝贵经验,并期待未来能够创作出更加出色的作品,为广西的文化和旅游业发展贡献力量。

广西文化和旅游策划规划设计协会是从事文化和旅游策划规划设计行业单位结成的社会组织,职能包括文化和旅游研究、学术交流、人才培养,旅游规划设计路骑楼街、竹栏街)保护规划》的

南丝新壮锦产品在广西南宁发布

12月22日,“桂字号”宜州桑蚕茧产品产销对接(南宁)活动暨南方丝巢南丝新壮锦发布会在广西壮族自治区南宁市举办。

发布会主会场以《南丝织梦》为主题。此次发布的南丝新壮锦,以广西绿色有机桑蚕丝为原料,创新性地现代提花机上精选桑蚕丝作为经纬线,织造出全真丝材质的新壮锦,实现了优质原材料、计算机辅助设计与计算机辅助织造的结合与突破,实现了全蚕丝作为织物经纬线材的壮锦面料。

发布会上,以南丝新壮锦设计的系列作品惊艳亮相,涵盖服装、

配饰、箱包、文创产品等。特别是将南丝新壮锦面料与广西民族文化精髓融合的“喂依锦”,既展现了织锦的绚丽图案与精湛工艺,又彰显了广西多民族文化的独特风情与深厚底蕴。

此外,主办方还精心策划了一系列丰富多彩的文化活动,包括广西丝绸文化与民族服饰影像展、网络红人视频展及丝路市集等,旨在全方位、多角度地展示广西丝绸文化的独特魅力与深厚底蕴。

本次活动由广西壮族自治区农业农村厅指导,河池市宜州区政府主办。(梦婷)



“小区民宿” 不能说开就开

如今,不少人外出旅游喜欢选择当地性价比高又有特色的民宿。因为利益驱使,有些住宅小区业主把自家住房改造成“民宿”,并通过线上线下揽客,借机获利。

《人民法院报》近日报道,广东一位业主因擅自将住宅转“民宿”,被邻居联名起诉。近期,法院判决停止案涉房屋的经营行为,恢复房屋住宅用途,并赔偿邻居合理开支。

相关法律专家提醒,以小区空置房为主的短租房、日租房容易带来人员混杂、噪声扰民等问题,业主要将住宅房屋用作经营用房,除遵守法律、法规以及管理规约外,还须得到利害关系业主一致同意,并尽量避免影响邻居的生活。

图:刘晔 文:李庆禹