

● 贯彻落实中央经济工作会议精神

大力发展旅游产业 更好促进城乡融合

□ 刘士林 刘 涛

我国旅游业持续快速发展,不仅直接推动了城市之间的经济社会交流合作,也为广大农村地区输送了“人气”“流量”和“活力”,引领城乡实现双向奔赴和互相成就,为进一步促进城乡融合发展贡献了重要力量

在我国现代化进程中,处理好工农关系和城乡关系,在一定程度上决定着我国现代化建设的成败。推进城乡融合发展,形成新型工农城乡关系,是推进中国式现代化的必然要求。新时代以来,我国大力实施乡村振兴战略,有力改变了城乡之间不融合不协调状况。近日举行的中央经济工作会议将“统筹推进新型城镇化和乡村全面振兴,促进城乡融合发展”列为2025年九大重点任务之一。

近年来,我国旅游业持续快速发展,不仅直接推动了城市之间的经济社会交流合作,也为广大农村地区输送了“人气”“流量”和“活力”,引领城乡实现双向奔赴和互相成就,为进一步促进城乡融合发展贡献了重要力量。

一是积极推动了城乡要素双向流动和有机循环,使偏僻冷落的农村地区变得人声鼎沸和热闹兴旺。人往城市走,要素向城市集聚,是城镇化进程中的普遍规律,但是由此也导致城市资源过度集聚和农村空心化问题日益严重。这是人类城市化进程中的世界性难题。

在过去一个时期,我国出现了“年轻人全部去了城市,农村里到处是老年人”的现象,如大家熟知的留守妇女、留守儿童、留守老人等问题,这一现象不仅直接影响着农村发展,也在很大程度上困扰着城市发展。即使是旅游观光,人们也往往以大城市中的各类乐园、大型节庆活动等为热门选

择,同样出现了“城市过热”而“乡村过冷”的问题。

近年来,乡村旅游“异军突起”和“遍地开花”,破除了阻碍城乡要素自由流动和平等交换的体制机制壁垒,有力改变了城乡发展不协调与不均衡的状况。例如,较早实现了从“卖矿石”“卖水泥”向“卖风景”“卖文创”转型的浙江省安吉县,当地已不再满足于吸引本地年轻人返乡创业,而是将目光投向更为广大的青年群体。2023年,安吉提出“引进十万青年大学生”的目标,最重要的是,这次不分安吉籍和非安吉籍,把吸引年轻人的优惠政策给予每一个年轻人,“在旅行时办公,在风景里成功”正在成为安吉践行“两山”理念的新品牌。

二是有效消除了城乡差距,有力推动了城乡走向均衡发展和共同富裕。城乡之间客观存在的收入差异、贫富差距、机会不均等问题是城乡差距的集中体现。“一边是繁荣的城市、一边是凋敝的农村”,既不符合中国共产党的执政宗旨,也不符合中国特色社会主义道路的本质要求。这是我国“一开始就没有提城市化,而是提城镇化”的现实背景,也是持续探索“健全城乡融合发展体制机制和政策体系”和“让农民更多分享城乡融合发展的增值收益”的重要原因。

党的十八大以来,党中央、国务院把乡村旅游纳入乡村振兴和新型城镇化总体布局,2018年中央一号文

件——《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》提出:“实施休闲农业和乡村旅游精品工程,建设一批设施完备、功能多样的休闲观光园区、森林人家、康养基地、乡村民宿、特色小镇。”此后,每一年的中央一号文件均对乡村旅游发展作出安排。

在一系列政策红利的推动下,我国乡村旅游目前已发展成为对城市居民具有强大黏性的万亿级规模的新兴产业,特色民宿、农家乐、采摘游、乡村赛事等受到广泛欢迎。它们既满足了城市人寻找乡愁的需要,也有力带动了乡村产业发展和农民增收。

三是有力带动了乡村文化振兴,促进了城乡文化协调发展。随着文化和旅游融合发展不断深化,旅游业的乘数效应日益凸显,不仅直接带动了城市文化资本、人才等要素下沉基层,也为促进乡村文化传承保护和活化利用提供了强劲动能和广阔市场。这既表现在传统意义上的民俗乡土文化、农耕饮食文化、民间手工艺等的活化利用上,也体现在具有典型城市特征的现代文化开始扎根于农村聚落空间之中。

云南迪庆藏族自治州香格里拉市尼西乡汤堆村,依托中国旅游集团的“时光之礼”旅游线路,将其传统的黑陶制作技艺打造为特色体验项目。统计显示,在村里直接从事黑陶产业的170多户人家中,每户平均年收入达八九万元,不仅直接促进了农民增收收

富,也吸引了越来越多的年轻人返乡传承和发展陶艺文化。不仅如此,全国各地还涌现出以贵州榕江(三宝侗寨)和美乡村足球超级联赛、上海市崇明区井亭村或灏足球青训基地、河南省焦作市修武县大南坡村“美学经济”、大石板村凉山州首家“音乐传习所”等为代表的农文体旅融合发展模式,不仅催生了一批新产业,也建设了一批有文化灵魂的新农村。在这些地方,人们很难看到城乡之间的明显差异,感受到的是比城市更加丰富、更有特色的文化气象。

我国是传统的农业大国,“三农”工作在新征程上依然极其重要。一方面,在我国拥有十四亿多人口的国情下,不管城镇化进程发展到哪个阶段,乡村都不会消失,城市和乡村将长期共生并存。另一方面,我国城市经济持续发展,必将为进一步实施工业反哺农业、城市支持农村、城乡一体化发展提供更加有力的基础保障。

展望未来,在我国持续推动形成工农互促、城乡互补、协调发展、共同繁荣的新型工农城乡关系过程之中,旅游业以其在推动人口、资源等要素在城乡畅通流动和有效配置,城乡融合发展和共同富裕等方面的独特优势,必将在城乡发展一体化新格局构建中发挥更加重要的作用、作出新的更大贡献。

(作者单位:上海交通大学城市科学研究院,河南大学文化产业管理系)

多适合多孩家庭的房型选择,如带有上下铺或两张大床的家庭套房,以确保家庭成员住宿的舒适度和便利性。同时,酒店还可以考虑在早餐、游乐设施等方面提供更为贴心的服务,以提升家庭旅游的整体体验。

在门票方面,旅游景区和主题乐园应推出更多适合不同家庭规模的套票选项,以满足不同家庭的需求。此外,还可以考虑与酒店合作,推出包含住宿和门票的优惠套餐,进一步提升家庭旅游的性价比。

政府和相关部门应发挥积极作用,出台相关政策,鼓励旅游企业开发适合多孩家庭的产品和服务,引导和支持旅游企业进行产品和服务创新,为家庭旅游提供更加丰富的选择和更好的体验。

总之,只有各方共同努力才能更好满足多孩家庭的多元化旅游需求,推动亲子游市场持续健康发展。

观察

依托东北冰雪资源优势 建设世界冰雪旅游胜地

□ 黄 璜

东北地区旅游业发展需要挖掘特色资源优势打造精品旅游项目,以吸引国内远程甚至国际游客,建成国内外著名旅游胜地

近日,经中央区域协调发展领导小组同意,中央区域协调发展领导小组办公室印发《推动东北地区冰雪经济高质量发展助力全面振兴取得新突破实施方案》(以下简称《实施方案》)。《实施方案》坚持全目的地和全产业链谋划,从冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化和冰雪装备等方面明确了重点任务,从人才、资金、土地、国际交流等方面建立了保障机制,旨在推动东北地区将冰雪资源禀赋优势转化为冰雪经济发展实效,努力把东北地区建设成为我国冰雪经济高地,打造世界级冰雪品牌和冰雪旅游目的地,促进东北全面振兴取得新突破。

一是建设核心产品,增强东北冰雪旅游吸引力。中国旅游研究院发布的《中国国内旅游发展年度报告2024》显示,2023年,东北地区国内旅游人数和国内旅游收入分别占全国总数的6.5%和6.8%,而国内组团旅游客源仅占全国的2.7%。因此,东北地区离全国主要旅游客源地和重要旅游目的地还有一定差距,仅靠本地客源市场难以支撑旅游业高质量发展。下一步,东北地区旅游业发展需要挖掘特色资源优势打造精品旅游项目,以吸引国内远程甚至国际游客,建成国内外著名旅游胜地。

《实施方案》通过加强亚洲冬季运动会比赛场馆、吉林省冰雪运动中心、沈阳王家湾冰上运动中心、抚顺龙岗山雪上运动中心等冰雪运动项目建设,举办亚洲冬季运动会、全国冬季运动会、国际滑联和国际雪联世界杯赛等国内外高水平冰雪体育赛事,以及广泛开展大众冰雪季、欢乐冰雪周等群众性冰雪运动,在东北地区形成世界一流的冰雪运动场地设施、冰雪运动体育赛事体系。东北地区可以在此基础上加强体育和旅游产业融合,依托龙头冰雪运动项目打造世界领先、国内一流的冰雪旅游产品。

二是推动文旅深度融合,提升东北冰雪旅游文化底蕴。东北地区拥有非常丰富的特色文化资源,但是在传统的冰雪旅游产品开发过程中,文化和旅游融合还不够深,非物质文化遗产利用水平还不够高,沉浸式体验式文旅场景还不够多,在一定程度上导致冰雪旅游项目缺乏特色,与华北、西北地区形成同质化竞争,限制了冰雪旅游产品的市场吸引力。

《实施方案》贯彻文化和旅游深度融合理念,通过加强冰雪雕技艺等非物质文化遗产保护利用,创作更多彰显东北地区冰雪文化底蕴的

文艺作品、文化创意产品和数字文创产品,推动冰雪文化与东北地区红色文化、工业文化和各民族优秀传统文化融合发展,能够提升冰雪旅游产品的内涵和品质,塑造东北地区冰雪旅游的独特魅力,扩大东北冰雪旅游市场影响范围,并通过冰雪旅游向世界展示东北地区的人文精神、民族精神、时代精神、文化创新成果和人民美好生活。

三是横向区域拓展,建设东北冰雪旅游目的地。东北地区包括辽宁省、吉林省、黑龙江省和内蒙古自治区东部五盟市,其冰雪资源具有一定的相似性,且内部各地的旅游客源市场和旅游产业规模均相对较小。为避免低水平同质化竞争,《实施方案》将整个东北地区作为一体化的高品质冰雪旅游目的地系统谋划和建设。通过提升哈尔滨冰雪大世界、吉林长白山、内蒙古扎兰屯、辽宁天桥沟等龙头冰雪旅游景区和度假区,加强东北地区面向国内外冰雪旅游市场的统一营销推广,完善东北地区高铁、机场、公路等冰雪旅游交通设施建设,深化东北地区冰雪旅游区域合作,建设东北地区冰雪旅游环线等方式,实现东北冰雪旅游目的地的协同规划设计、开发建设、营销推广和管理服务,最终推动东北地区打造世界级冰雪品牌,建成世界冰雪旅游胜地。

四是纵向产业延伸,健全东北冰雪旅游产业经济体系。冰雪旅游产品业态多、产业链条长、覆盖范围广,能够成为新兴的战略性支柱产业,在东北地区全面振兴过程中发挥关键作用,助力东北地区建设成为我国冰雪经济高地。瑞士阿尔卑斯山、日本北海道、美国科罗拉多州等地依托冰雪旅游发展构建起相对完善的冰雪产业体系。相较而言,我国东北地区工业基础好、研发能力强、寒地产业优势突出,冰雪经济发展还处于起步阶段,具有巨大的潜力。

《实施方案》从全产业链视角谋划,支持东北地区重点提升造雪机、压雪车、制冰机、清冰车、索道缆车等装备研发制造能力,发展壮大冰刀、冰鞋、滑雪板、滑雪服等个人冰雪运动器材产业,鼓励寒地测试产业、寒地中药材产业、特色数据中心和算力中心等发展。这些领域覆盖了国民经济中的农业、纺织业、体育用品制造业、专用设备制造业、汽车制造业、软件和信息技术服务业、专业技术服务业等多个行业,有助于依托东北地区冰雪旅游优势带动冰雪产业链全面发展,最终把东北地区建成我国冰雪经济高地。

(作者单位:中国旅游研究院)

来论

满足多孩家庭需求 旅游产品亟待更新

□ 关育兵

随着二孩、三孩政策的逐步实施,多孩家庭已成为旅游市场的重要客群。旅游企业和景区应尽快调整产品和服务策略,以满足多孩家庭的多元化需求

寒假旅游旺季即将到来,亲子游市场再度升温,其中多孩家庭出游需求尤为显著。然而,在规划旅游行程时,不少多孩家庭却遭遇了住宿和门票选择上的诸多问题,这不仅影响了家庭出游的愉悦度,也凸显了当前旅游市场在适应多孩家庭需求方面的不足。

“老大10岁,老二6岁,想趁寒假带他们去上海迪士尼乐园游玩,结果发现好多酒店的房间最多只能住3个人,我们一家四口就要多订一间,既不划算又不方便,还少了家庭出游的

温馨体验。”近期准备带孩子出游的蔡女士在预订酒店客房时就遇到了这样的麻烦。

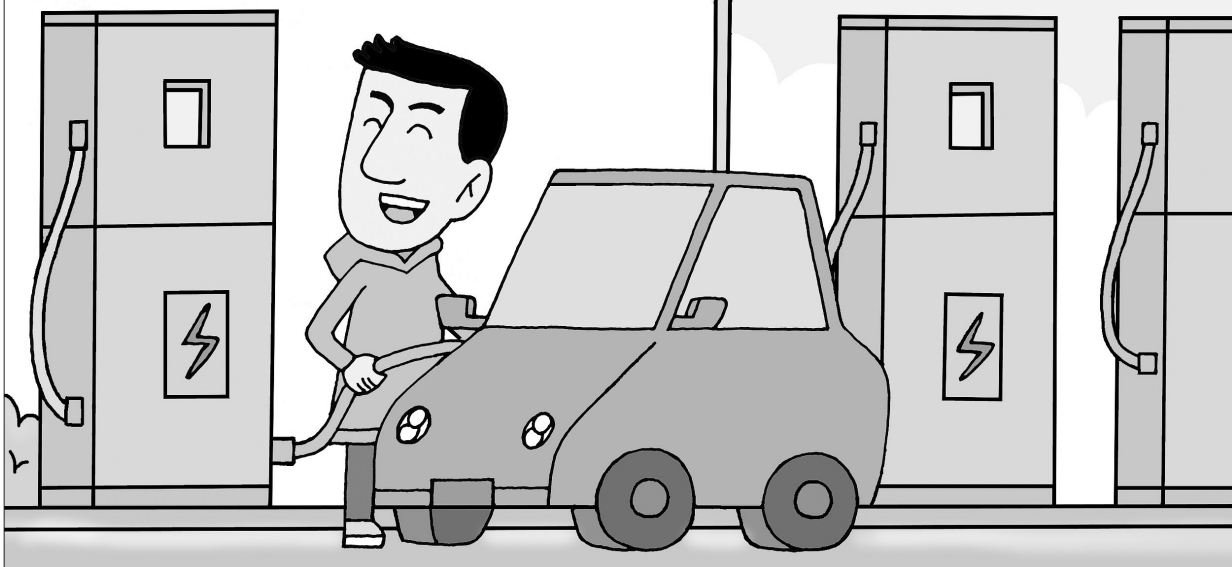
蔡女士的经历并非个例,郑女士在规划珠海长隆海洋王国的行程时,也遭遇了套票选择的困扰。市场上缺乏适合“2大2小”的套票选项,使得她只能在“2大1小”套票的基础上,额外购买一张儿童票。这不仅增加了旅游成本,还使得其中一个孩子无法享受到应有的优惠,这无疑是对多孩家庭的不公平对待。

这些现象不仅揭示了旅游市场在适应多孩家庭需求方面的滞后,也暴露了旅游企业和景区在产品设计和市场策略上的不足。随着二孩、三孩政策的逐步实施,多孩家庭已成为旅游市场的重要客群。然而,一些旅游企业和景区仍沿用传统的产品和服务模式,导致多孩家庭在旅游过程中遭遇诸多不便。

旅游企业和景区应尽快调整产品和服务策略,以满足多孩家庭的多元化需求。在住宿方面,酒店应推出更

截至2024年11月底,我国高速公路服务区累计建成充电桩3.3万个

高速公路服务区



让新能源车假日出行有保障

据新华社报道,交通运输部副部长李扬在日前举办的发布会上表示,目前,全国6000多个高速公路服务区中超过5800个服务区安装了充电桩,覆盖率达到了97%。2024年国庆假期,新能源车出行占比已经达到15.9%,预计春运期间会更高。针对高峰时段特别是假期充电桩仍然出现供不应求的情况,交通运输部通过预判需求、增加各种设施、加强信息引导等应急措施强化保障,让人们更加放心出行。

视觉中国 供图

声音

“唯有坚持以文塑旅、以旅彰文,才能实现文化对旅游内涵的提升、旅游对文化资源的激活”

——针对推动文旅融合发展,《人民日报》近日发表评论指出,文旅融合,从来不是一道简单的加法问题。推动文化发展,是为了更好满足人民群众日益增长的精神文化需求,公益属性明显;加强旅游发展,有助于拉动内需、扩大就业,具有鲜明的市场导向,产业属性突出。找到文化与旅游、个性化需求与多样化供给之间的契合点,才能实现不同要素的重组与交融,让诗和远方交相辉映,书写人文经济学的崭新篇章。

“年轻人对文创产品的热情,成为文化传播的助力”

——《北京青年报》近日发表题为《年轻人为何对博物馆文创产品如此“上头”?》的评论指出,植根于文化沃土,生发于创意设计,是文创产品源源不断的“破圈”动力。博物馆文创产品一直关照年轻人的兴趣点。当人工智能、虚拟现实等技术走进博物馆,当3D打印技术能够实现“复刻”文物,文创产品给予消费者诚意十足的仿真体验,让人们拥有更多维度的文化感知。

(本版编辑 龚立仁 整理)

让名人故居“讲”好新故事

□ 戴先任

要赋予历史建筑以新的使命与新的生命,让历史文化与现代生活融于一体

近年来,随着“文博游”走热,济南、青岛、天津、上海等城市的名人故居、旧址、纪念馆相继改造升级,培育新空间、新场景、新业态,打造深度游览空间,吸引年轻客群。

名人故居是历史文化遗产的重要组成部分,是不可再生、不可替代的珍贵历史文化遗产,在这些故居里居住过的先贤名人,或是因为杰出的才华享有盛誉,作品流传千古,或是影响历史进程等,他们在历史星河中光芒璀璨,具有独特的人文价值、历史价值。而这些故居,本身也往往是历史建筑,具有文物价值。让名人故居焕发活力,有利于更好保护历史建筑,传承历史文化遗产,也能更好挖掘历史名人文化的当代价值。

高升店旧址是济南古城内非常珍贵的和历史名人有关的老建筑。不久前,济南市将旧址改建成一尺花园,引入咖啡、简餐,名人老宅变成新艺术空间,吸引了不少年轻人前往打卡、体验。

当下的年轻人更加注重旅游体验,追求个性化和深度化体验。新与

旧的有机结合,能够产生一系列“化学效应”,让这些历史建筑更好活起来,讲好这些历史建筑背后的故事,更好满足游客的消费需求。

然而,历史建筑改造升级,必须建立在保护历史文化遗产的基础之上,要保护好历史文化遗产原貌,让新与旧有机结合,合理利用文化资源,避免对历史建筑进行“建设性破坏”“开发性破坏”。

对名人故居等历史建筑,要平衡好保护与利用的关系,坚持活化利用、守正创新,让历史文化资源得到更好传承,发扬光大。

具有深厚历史文化积淀的历史建筑,属于过去,属于现在,属于未来。因此,既要反对损坏或者擅自迁移、拆除历史建筑的行为予以严厉惩治,又要让历史建筑在当下扮演更重要的角色,成为时代的“参与者”,讲好“新”故事,与时代同行。要赋予历史建筑以新的使命与新的生命,让历史文化与现代生活融于一体。只有这样,才能更好地保护与传承历史文化遗产,从而实现多方“共赢”。