

开放包容是“十五五”时期旅游发展的重要方面

□ 厉新建 李亚雪

统筹政府与市场、发展与安全等关系,进一步改善旅游发展环境,让旅游发展成果惠及更广泛群体,吸引更多主体参与,深入推动开放式发展、包容性发展,构建全方位、多层次、宽领域的旅游发展新格局

深层次改革、高水平开放,是推动中国社会经济发展的重要力量。习近平总书记强调:“以扩大开放促进深化改革,以深化改革促进扩大开放,为经济发展注入新动力、增添新活力、拓展新空间。”在当下以及即将到来的“十五五”期间,开放包容是旅游发展的重要方面。要建成“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”,就需要进一步加大改革开放力度。当下的旅游经济数据虽然表现亮眼,但行业发展仍面临诸多压力,亟须统筹政府与市场、发展与安全等关系,进一步改善旅游发展环境,让旅游发展成果惠及更广泛群体,吸引更多主体参与,深入推动开放式发展、包容性发展,构建全方位、多层次、宽领域的旅游发展新格局。

以开放包容统筹生态资源的保护与利用

绿色旅游不仅是指旅游方式的绿色低碳,也包括让广大人民群众充分享受生态资源。这就意味着要打破以往的生态本位主义,开放更多的生态进入,重视物质性功能、气候性功能、环境性功能之外的审美性功能、教育性功能、文化性功能。要在科学保护、精准利用的原则下满足人们消费生态产品的需求。“绿水青山就是金山银山”更是统筹生态保护与生态利用的科学论断。单纯地将生态资源用保护区的方式圈起来,禁止民众进入,并非最佳的保护方式。从国际视角来看,我国国家级自然保护区面积在国土面积中的占比实际上已经高于不少发达国家。与此同时,中国人均占有自然保护区面积与那些自然保护区人均占有率高的国家相比则处于较低水平。因此,对中国而言,保护区的面积不是越大越好,圈起来不让人进也不是最好的保护。保用结合、重视效能始终应是我们对待资源的基本态度,生态资源应成为构建人们的国家意识和认同观念的重要载体。当然,绿色旅游发展应最大程度地满足生态自我更替规律的要求,并在此基础上做好资源利用和价值转化。要调动各类市场经营主体、社会组织的积极性和创新能力,丰富特色绿色旅游产品与服务,引导人们形成更生态、更自然友好的消费习惯、消费模式,多方合力共同推动绿色旅游真正实现绿色理念、绿色消费、低碳发展和循环利用。

以开放包容破解海洋旅游的约束与阻碍

建设海洋强国意味着要充分高

效地利用好海洋资源,其中就包括发展海洋旅游业。从海洋产业结构来看,海洋旅游业在整个海洋产业中有着举足轻重的地位,其占比通常可达50%甚至更高。根据自然资源部公布的《2019年中国海洋经济统计公报》,2019年,滨海旅游业作为海洋经济发展的支柱产业之一,实现增加值18086亿元,占主要海洋产业增加值的比重达50.6%。可见海洋旅游发展对于海洋强国建设的重要性。虽然我国大陆海岸线长达1.8万公里,但真正适宜发展旅游的区域并不多,适合旅游开发的海岸线还要面临相关限制。邮轮旅游与海岛旅游同样存在不少限制。比如中国籍和外国籍邮轮在船上娱乐产品运营、船员国际比例等方面的不同规定,很大程度上影响了公平竞争;邮轮旅游与海岛开发联动也明显不足,在邮轮海岛目的地开发的开放性上,还需加大力度。因此,要在不断推进治理体系和治理能力现代化的前提下,改变传统的封禁管理模式,用更开放的方式来适应时代的发展和人民的需要,以更务实的政策发展更多元融合的海洋旅游新业态,以更包容的举措提升公海旅游以及中国籍邮轮旅游产品的吸引力。

以开放包容促进山地旅游的创新与变革

山地是中国最主要的地形地貌类型之一,也是我国旅游发展最应该深化利用的资源之一。中国人好入名山游,登高望远的传统、发达的山水意识都为山地旅游深化发展奠定了良好的文化基础。山地资源是观光旅游主要的吸引物之一,但往往受开放空间所限,知名山岳景区经常出现排队拥挤现象,在旅游旺季容易出现拥挤而出现负面网络舆情,影响山地旅游整体形象。同时,因为在开发方面存在诸多限制,一些山地景区仅提供给游客的旅游体验模式还局限在“爬山”。在消费需求发生变化的当下,山岳资源其实可以有更多样的玩法、更丰富的业态、更多元的体验、更突出的效能。走进祖国的名山大川、感悟祖国的名山大川、自由地行走在祖国的名山大川、深入地探索祖国的名山大川,是每个人的期待,也应该是每个人的权利。“让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美”,是文旅融合的内在要求,更是建构文化认同、民族认同、国家认同最为重要、最为直接、最为有效的路径。为此,要加快构建更加精简高效的管理体制、更加灵活实用的开发运营机制,要用更开放

的空间建设更完善的配套,要允许利用山地资源创新发展户外运动、观星赏月、文化体验、科学探险、自然教育、户外生存等新玩法好玩法,让山地资源成为新时期休闲度假的主要空间。

以开放包容激发低空旅游的活力与潜能

党的二十届三中全会通过的《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》强调“发展通用航空和低空经济”,低空经济迎来了全新的发展机遇,低空旅游更是展现出广阔的发展前景。但从中美通用航空比较来看,我国与低空经济发达国家间的差距还很大。截至2023年,美国通用航空飞机总保有量约为22.4万架,中国在册通用航空器仅3173架;美国拥有约1.9万个机场可供通航飞机使用,中国通用机场仅有451个。虽然其中有两国通用航空发展历史的长短问题,但更重要的原因还在于空域开放程度、通航管理制度和能力等方面。如果设施不完善、空域不拓展、管理不改革、审批不优化,那么“通航+旅游”的模式就很难发展起来。根据中国民用航空局飞行标准司发布的《2023年通用和小型运输运行概况》,截至2023年,我国有396家实际在运行的通用及小型运输航空公司,从事空中游览的比重仅占26.3%。目前,我国无人机的产能和技术在全球处于领先水平,利用无人机发展低空旅游的条件十分优越,我国电动垂直起降飞行器(eVTOL)的快速发展,更是为低空旅游发展奠定了坚实基础。如果因为安全方面的担忧,将政策重点放在限制而非保驾护航与监督管理上,不能及时完善空域使用分区分时等管理规范,技术优势就无法转化为发展优势。实际上,即便在空域开放总体面临限制的情况下,在旅游景区等相对封闭独立的空间率先开展低空旅游仍具有很强的市场适应性,能通过俯视的视角显著优化旅游资源的利用方式,提高大尺度景观的旅游体验效果,丰富休闲消费新业态。

以开放包容提升公共资源的品质与效能

公共资源是人人可以享受的资源,同时也是最应该提升品质的资源。以城市公园为例,作为典型的公共产品,一些城市公园受限于公共属性方面的规定,宁愿依赖财政并不富裕的投入凑合维持,也不愿引入市场化、专业化力量;只能供人遛弯的单调使用方式,也无法让丰富的休闲业

态充实进来。再比如公共文化设施,尽管现有运营模式已经很难适应今日人们的公共文化获取方式,也很难提升服务效能,但部分公共文化设施在引入商业力量时依然限制多多、顾虑重重。忽视市场力量的公共资源只能让涌动的消费能量始终处于深潜之中。事实上,让商业的力量、市场的力量、民营的力量进入低效或闲置公共资源的开发利用领域,理应成为政企合作盘活存量资产的重要方向。这不仅契合当下公共资源优化配置的现实需求,更与党的二十届三中全会提出的“健全社会力量参与公共文化服务机制,推进公共文化设施所有权和使用权分置改革”的要求高度相符。好消息是,北京奥林匹克公园中心区于2024年10月拆除了围栏,取消了开闭园时间以及入园游客安检、禁止自行车入园等措施,实现了无界开放。但对于新时代城市公园的消费需求而言,自由入园还只是第一步。以开放包容的思维高效推动城市公园管理模式改革、持续丰富在园休闲消费业态、显著提升在园休闲体验质量、不断增强城市公园运营发展能力,才是城市公园效能提质升级的关键。

要清醒地看到,消费增长乏力不仅是总量性问题,也是结构性问题。如果能够用更开放包容的方式推动业态的创新发展,旅游消费活力和潜能就会有效地释放出来,从而成为旅游目的地新的吸引物、新的卖点和某些次级资源所在地的超越式发展的新抓手。相反,如果发展的条条框框过多,恐怕就不会有社会活力的充分激发、创新活力的充分激荡,显然也不符合党的二十届三中全会提出的“进一步解放和发展社会生产力、激发和增强社会活力”“激发全社会内生动力和创新活力”“完善激发社会资本投资力和促进投资落地机制”“激发全民族文化创新创造活力”的要求。“不发展是最大的不安全。”为了更好地满足人民群众日益增长的美好生活新期待,为了更高质量地推动旅游业持续健康发展,就要更突出地强调创新的作用,就更需要开放包容的发展环境。只有敢于作为、勇于担当,不断打破思维定式、摆脱传统路径依赖,有效市场、有为政府之间才能产生社会期待的化学反应,才能在互促共生、协同发展的政企生态中迎来旅游业发展美好的明天。

(注:本文系国家社科基金重大项目“文旅高质量融合发展研究”[24&ZD213]的阶段性成果。)

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)

条目设置是地方内容的方向性指引,地方内容是中央文旅政策的延伸和拓展,有助于增强年鉴的连贯性和可读性,使其成为文化和旅游行业发展的全景图。

加强数字化建设

随着数字化的发展,行业年鉴的数字化建设成为必然趋势。搭建行业年鉴数据平台,实现纸媒与新媒体的联动发展,可以提高年鉴的传播效率和影响力。为了丰富《中国文化和旅游年鉴》的展现形式,打造可视化、系统化的年鉴数据平台,中国旅游出版社将纸质年鉴与数字年鉴结合,创建了“中国文化和旅游年鉴”服务号(后更名为“中旅数研”),对年鉴的部分统计图表进行了可视化处理,以更丰富、形象、科学的方式,呈现我国文化和旅游业的发展历程,为文化和旅游发展提供数据支撑、决策依据。

搭建媒体矩阵,进行全媒体平台建设,有助于扩大行业年鉴的覆盖范围,提高其知名度和影响力。中国旅游出版社通过微信公众号、小红书、抖音、快手、今日头条等平台展示推广《中国文化和旅游年鉴》,使年鉴内容更加多元化、互动化,满足不同读者的需求。

数字化服务的拓展不仅能够提升年鉴的用户体验,还能为行业发展提供更加高效的信息服务。未来,《中国文化和旅游年鉴》还将推出在线查询、数据分析、智能推荐等服务,提高行业年鉴的实用性和便捷性。

(作者单位:中国旅游出版社有限公司)

城市网红现象是基于互联网平台传播而形成的一种特殊的社会文化现象。虽然新媒体的推动使其具有一定的偶然性,但从深层次演变逻辑的视角来看,一方面,城市网红现象既是城市本土文化长期积累后的必然呈现,也是揭示本土文化在新时代不断传承与努力创新过程的一个精彩侧面;另一方面,城市本土文化的创新程度、力度和深度,对城市网红现象发展的持续性、多面性和迭代性亦将产生重要影响。

城市网红现象是互联网时代的一种文化现象

所谓城市文化现象,是指城市发展过程中呈现出来的一种外部状态和内在联系,具有个别、具体、可直接观察和经验性等特点。它是城市经济社会发展到一定阶段后,人们精神文化需求不断提升的产物。这里所指的网红现象,是指在网络平台上积累了大量粉丝与关注的个人或团体,通过社交媒体展示生活、才艺、观点等内容,形成的一种新的文化现象。近年来,网红逐渐由个人或团体向实物、事件、方式等全方位渗透,逐渐演化成为一种时尚的城市网红现象。因此,城市网红现象可理解为,一个城市因自身某种特质,如实物、事件或居民生活方式等被网民普遍关注,从而瞬间或短期内在线上走红,乃至爆红,进而吸引人们竞相前往打卡的一种特殊的城市文化现象。从柳州的螺蛳粉、长沙的茶颜悦色到淄博的烧烤、天水麻辣烫,从哈尔滨的冰雪到山西的《黑神话:悟空》,以及当前持续火爆的上海武康大楼,无不如此。尽管城市网红现象层出不穷,令人眼花缭乱,但是不难发现,城市网红现象既是一座城市在文化发展中带有自身特征,并具有典型性和标志性作用的事件,又是大众在共同需要、共同心理和共同情绪综合驱使下形成并不断演化的一种泛文化市场消费新气象,同时还具有互联网时代主客共享的娱乐消费特征。

在互联网技术推动下形成的城市网红现象不仅吸引了大量关注,而且产生了一系列综合性文旅市场融合消费效应。从文化传承角度看,城市网红现象承载着城市的历史记忆、地域特色和人文情怀,通过互联网平台形成特殊的放大效应,使更多人了解和关注到城市的文化底蘊、人文魅力和优秀传统文化。从一定程度上讲,城市网红现象是一座城市文化软实力的集中展示。

城市网红现象是文化传承的集中体现

就文化传承而言,“传”是记录、保护、保存、延长、延续,而“承”则是继承、发扬,还包括转化和创新。

在江南地区,上海的城市文化具有一定的独特性。事实上,在上海城市内部也存在着小尺度区域的文化差异性。如外滩的近代万国建筑群、豫园的明清建筑群、新天地的新式里弄建筑群、田子坊的传统石库门建筑群,以及武康路的西式风情公寓和别墅建筑群等,从文化角度讲,都具比较清晰的不同特征;从游客角度看,在上述街区活动,所获取的观赏感与体验感也有较大差异。

近年来比较火爆的上海武康大楼所在街区为例。从建筑特色看,武康大楼是近代著名匈牙利设计师邬达克的作品,已有百年历史,是世界城市中仅剩的为数不多的船型建筑之一。其门廊、转角、窗楣、天井等细节,处处凸显建筑美学和景观艺术价值。从街区文化看,以武康大楼为核心的武康路展现了老上海风情与新时代时尚有机交织的多元化场景。武康大楼周边街区保留了许多历史建筑,流传着近代以来许多名人的传说,同时又融入了诸多现代商业元素,形成了独特的街区商旅协调配置的服务业态。这里既有凸显海派复古风情的咖啡馆,也有紧跟国际先锋时尚的潮流店,近百年来一直为武康大楼居民服务的紫罗兰美发厅至今仍任开门迎客。游客漫步其中,不仅能触摸到街区历史的文化沉淀,还可感受到现代城市生活的浓郁气息。从区域风情看,武康路依然保留着浓郁的传统生活方式,并展示了独特的街区风情。在武康大楼,居民无论吃早点、喝下午茶,还是操着带有鲜明吴依软语特点的上海话,无不让人感受到一种地道的上海市井风情,吸引人们放慢脚步,留下来尽享美好休闲时刻。近年来,在城市网红效应的带动下,武康大楼逐渐成为热门打卡地,不仅吸引了大量国内外游客慕名前来,而且带动了周边商业的协调发展,为互联网时代城市文化传承与创新提供了新的发展样本。

文化创新是城市网红走向长红的重要保障

不可否认的是,不少城市的网红现象往往开局即巅峰,破圈之后便是落寞。能否跳出这条“网红周期律”,值得思考。

城市网红走向长红,关键在于文化的持续创新。创新是文化发展的灵魂,只有守正创新,才能永葆文化的生命

从城市网红现象看文化传承与创新

□ 宋长海 楼嘉军

力、吸引力和竞争力。进一步分析城市网红现象可以发现,那些能够持续走红、长盛不衰的城市网红现象,一方面,是因为立足于深厚的本土文化资源,拥有挖掘地方特色文化的能力;另一方面,在于能够持续突破自我,不断推陈出新,优化具有地域特色的文化产品体系和服务配套设施,针对性满足网红打卡一族的消费心理、情绪价值与文化共鸣需求,从而实现区域文化由主客共享向主客共创的转变。文化创新既可以是传统文化的挖掘和再创造,也可以是与现代元素的融合和新组合,从而在传统文化的基础上,形成适合互联网背景下市场发展趋势的新消费场景、新消费业态、新消费模式,在最大程度满足消费者深度体验的同时,为城市网红现象注入持续不断的发展动力与崭新活力,延长城市网红现象的市场发展周期。例如,长沙的茶颜悦色能够持续走红,与本土文化的内涵创新化发展和产品定制化研发密不可分。又如,哈尔滨的冰雪旅游一红再红,也与冰雪文化的深度挖掘、冰雪产业的跨界融合、度假旅游的迭代开发、冰雪市场的精准把握高度相关。显而易见,城市网红现象可以在短时间内获得市场高度关注,吸引大量游客前往打卡,进而提升城市文化影响力和知名度,区域文化创新是城市网红现象走向长红的重要抓手。

再以上海武康大楼所在街区为例,当地成为城市网红打卡地已有十余年。街区相关部门在传承和创新区域文化方面进行的有益探索,不仅提升了武康大楼及其周边区域的文化品质,也为国内外游客提供了更加丰富的文化体验,值得借鉴。一是以大楼改造为核心的居住文化创新。前些年,在对武康大楼进行修缮时,当地在保留原有建筑风格的基础上,融入了不少现代设计元素,既让居民的生活环境得到充分改善,又使得大楼的公共生活空间得到相应优化,成为人们观察和了解上海百年老大楼居民生活的一个样板窗口。二是以武康大楼外立面改造和网线入地为代表的街区景观文化更新。通过工艺的创新优化,武康大楼的建筑外观更加符合现代城市的审美需求,满足了当下年轻人拍照打卡的需求。而网线入地工程又极大地改善了街区视觉环境,让武康大楼一览无余,满足了人们无死角拍照留念的愿望。三是以打造原点广场为标志的城市微更新样本。当地将原来的行人通道向外拓展了3.6米,形成了约500平方米的原点广场,游客打卡、居民出行各行其是,因困扰多年的矛盾与冲突迎刃而解。此外,当地还积极与周边区域进行“文化+百业”业态配置创新,为游客提供了更加多元的文旅消费活动空间,满足了不同游客的多元化需求。正是区域文化的常变常新,才赢得游客的常来常往,实现了城市网红现象与区域文化传承创新的互促共进。

综上所述,一方面,城市网红现象通过展示和传播城市的多元文化元素,增强了公众对城市本土文化的认同感和归属感,为文化的传承和弘扬提供了更广阔的空间和更多的可能性。另一方面,城市网红现象也激发了本土文化创新的活力,促进了传统文化与现代文化元素的融合,创造出具有时代特色的新文化形态,为城市文化的创新发展生成新的动能。城市管理者应该牢牢把握网红现象带来的机遇,深入挖掘和传播城市文化内涵和特色,持续推动文化的传承与创新,让城市网红现象成为展示城市综合形象、提升城市文化软实力的重要途径。

(作者单位:上海电子信息职业技术学院,华东师范大学经济与管理学院)

行业年鉴编纂的守正创新

——以《中国文化和旅游年鉴》编纂为例

□ 陈冰

行业年鉴是记录行业发展的重要载体,是以史为鉴、开创未来的重要平台,其编纂工作的重要性日益凸显。《中国文化和旅游年鉴》是记录中国文化和旅游行业发展历程的重要文献,其编纂工作在守正创新中谋求高质量发展,对于推动行业年鉴编纂工作的现代化、规范化具有借鉴意义。本文旨在分析《中国文化和旅游年鉴》编纂过程中的守正与创新,探讨如何通过高质量的编纂工作,为行业年鉴的未来发展提供新的思路 and 方向。

做好顶层设计

作为“官书”,行业年鉴具有鲜明的政治属性,其编纂工作的顶层设计是确保年鉴政治方向正确、内容全面、信息准确的基础。行业年鉴编纂工作要始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,确保年鉴内容符合国家政策。《中国文化和旅游年鉴》在编纂过程中,把政治家办刊的要求落实到工作全过程和全方面,严把政治史实关,筑牢年鉴编纂工作高质量发展的政治根基。

合理的组织结构是确保行业年鉴编纂工作在党的领导下顺利进行的组织保障。《中国文化和旅游年鉴》建立了由文化和旅游部机关、直属单位、地方文化和旅游部门等多方

参与的编纂团队,共同推动年鉴编纂工作高质量发展。这种组织结构可以整合各方资源,汇聚多方智慧,确保年鉴内容的权威性、可信度和专业性。

年鉴编纂工作是文化阵地建设的重要组成部分,担负着弘扬社会主义核心价值观的使命。编纂者要坚立定政治方向,保持政治定力,用规范化、标准化的高站位、高定位提高年鉴编纂质量。行业年鉴的编纂出版要严格遵守《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国著作权法实施条例》《出版管理条例》等法律法规,制定和完善编纂的具体标准和写作规范。《中国文化和旅游年鉴供稿规范》的制定,确保了《中国文化和旅游年鉴》内容的系统性、准确性和可读性,为读者提供高质量的信息服务。

坚持系统观念

行业年鉴编纂的系统观念要求编纂者以严谨科学的态度,全面、系统地记录行业发展的各个方面,包括政策、市场、技术、文化等,确保年鉴内容的全面性和系统性。《中国文化和旅游年鉴》涵盖中国文化事业、文化产业和旅游业发展过程中的方方面面,包括艺术创作、公共服务、科教发展、非物质文化遗产、文化产业

和旅游产业、资源开发、市场管理、对外交流与合作、法治建设等内容,读者可以全面观察和选用。

在行业年鉴的框架设计中,要坚持系统观念,通过合理分类和编排,使年鉴内容条理清晰、逻辑严密,便于读者快速获取所需信息。框架设计的系统性不仅体现在内容的组织上,还体现在对行业发展脉络的把握上,有助于读者全面理解行业的发展态势。《中国文化和旅游年鉴》的框架设计分类目、分目和条目3个层次,突出了中国文化和旅游发展的系统性。一方面,类目的内容体现了全国及地方文化事业、文化产业和旅游业发展概况,以及法律法规和统计数据。另一方面,条目的内容梳理了各个领域的文化和旅游发展态势,聚焦当年的重要文化和旅游政策法规、统计信息,逐年增加特色化内容,保证了行业年鉴框架完整、业务细化、特色突出。

条目设置和编写是行业年鉴编纂的核心环节,要坚持系统观念,确保各个条目之间的内在联系和逻辑关系,使年鉴成为一个有机整体。《中国文化和旅游年鉴》的条目设置既注重文化和旅游行业发展的全貌,又关注其时代特色、地域特色;既关注中央的文化和旅游政策措施,又重视地方多元化的文旅活动。中央的