

时评

推进文旅深度融合 助力乡村全面振兴

□ 特约评论员 王德刚

在推动乡村全面振兴、促进共同富裕国家战略指引下,通过文化和旅游深度融合,不断推进乡村旅游特色化、精品化、规范化发展,是促进乡村旅游高质量发展、壮大农村富民产业、实现共同富裕的必由之路

近日,2025年中央一号文件《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》(以下简称“中央一号文件”)公开发布,这是党的十八大以来印发的第13个指导“三农”工作的中央一号文件。中央一号文件共6章30条,在“发展乡村特色产业”中提出,深入实施农村产业融合发展项目,培育乡村新产业新业态;推进乡村文化和旅游深度融合,开展文化产业赋能乡村振兴试点,提升乡村旅游特色化、精品化、规范化水平。中央一号文件对发展乡村旅游、壮大乡村富民产业提出了新的任务要求。

以乡村旅游为代表的现代乡村服务业是农业和农村的新兴产业,在助力脱贫攻坚和推动乡村振兴过程中发挥了重要作用。在加快促进乡村全面振兴、推动共同富裕的新发展阶段,乡村旅游要继续发挥调整农村产业结构、带动农业增收和农民致富的综合优势,以文化和旅游深度融合为切入点,以乡村旅游高质量发展壮大农村富民产业、促进乡村全面振兴、助力实现共同富裕。

首先,要深度挖掘乡村和地域文化,丰富乡村旅游文化内涵和产品种类。乡村旅游是以农业和农村的资源

特色为基础,结合当地的历史文化、非遗和民俗文化、地域文化和乡村生产生活,开发的以针对城市旅游消费者为主的现代乡村服务业。而随着市场的变化和乡村旅游自身的发展,各地要通过对当地乡村文化、地域文化的深度挖掘和创新展示,不断深化乡村旅游的文化内涵、丰富产品种类,不断提升乡村旅游的吸引力。

例如,陕西省咸阳市的袁家村,是一个以“关中文化”为主题打造的乡村旅游特色村。一个小小的村庄,集聚了“八百里秦川”历史进程中最具地方特色的生活和生产文化,荟萃关中民俗,展示地域特色,民间小吃几百种,“十大必吃美食”让人流连忘返,村庄年接待游客超600万人次,实现旅游收入超10亿元,村民人均年纯收入达10万元,同时带动了周边万余农民增收。

可以说,袁家村就是通过深度挖掘地方文化、乡村文化,以文化和旅游深度融合,打造极具地方特色乡村旅游产品体系的典型。

其次,要结合现代科技和时尚、“国潮”文化,适度调整传统乡村旅游产品体系。乡村旅游不完全是传统、老旧的代名词,城乡融合发展、和美丽乡村建设也在不断推进农村、农业的

现代化和农民生活的时尚化,这也必将对乡村旅游的吸引要素和产品体系产生深刻影响。

山东省淄博市의沈家村,原本就是一个普普通通的鲁中农村,电影《哪吒2》上映后,村里的年轻人创作了极具“二次元”风格的哪吒主题墙体画,随即引爆了当地的乡村休闲旅游市场。春节假期至今,沈家村每天接待游客上万人次,最多的一天达到5万人次。村里还专门划出几条街道打造乡村市集,乡镇组织秧歌、舞龙等非遗项目进村表演,市里协调通信公司把5G保障车开到村里增强信号助力网上直播……一个普通村庄一下成了乡村旅游的新网红。乡村市集上售卖的除了剪纸、面塑、糖人等传统非遗商品,动漫手办、动漫玩偶、动漫挂件、动漫拼图等“二次元”文创商品也深受游客欢迎。

沈家村的经验表明,随着人们对精神文化需求的增加,乡村旅游、休闲消费等也会更具时尚感和“国潮”范儿。

最后,要不断提高乡村旅游智慧化水平,促进乡村旅游管理和服务质量提升。随着现代信息技术、人工智能技术的快速发展,旅游智慧化建设已经成为行业高质量发展的重要手

段。同样,乡村旅游发展也要紧跟时代步伐,不断提高管理和服务的智慧化水平,进而持续升级产品、业态和经营绩效。

例如,陕西省铜川市的马咀村与碧桂园集团合作,将集装箱煲仔饭机器人、汉堡包机器人引进乡村旅游点,能够做出煲仔饭、汉堡包、咖啡等5种餐点。游客扫码即可购买,既方便又有新鲜感。

同时,乡村景区、露营地、漂流、野外徒步等乡村旅游场景,也需要通过配套实时监控、网络信号全覆盖、流量管理、资源管理等技术手段,进一步提高乡村旅游安全管理水平,让游客能够安心、放心、舒心地享受乡村旅游的乐趣。

当然,智慧化升级需要较大的资金投入,乡村旅游经营者要根据自身的实际和发展诉求,有计划、有步骤地推进乡村旅游智慧化建设。

总之,乡村旅游发展有力促进了农业增产、农民增收和农村发展。在推动乡村全面振兴、促进共同富裕国家战略指引下,通过文化和旅游深度融合,不断推进乡村旅游特色化、精品化、规范化发展,是促进乡村旅游高质量发展、壮大农村富民产业、实现共同富裕的必由之路。

野”大有可为,关键在于找到正确的“打开”方式。吸引年轻“创客”说到底就是搭建一个创业和生活平台,让年轻人集聚乡村。人才是宝贵的第一资源,青年人的知识、技能和创新能力可以转化为生产力,为优化乡村治理、乡村全面振兴注入更多的“源头活水”。

“进村办公”既是社会分工专业化、精细化的产物,也是公共服务延伸的结果。一方面,伴随着新一轮科技革命和产业变革,劳动关系灵活化、工作内容多样化、工作方式弹性化的新就业形态越来越多,不少职业对地域和空间的束缚越来越小,家里、村里同样可以办公。另一方面,各地不断完善公共服务配套,让乡村旅游居式创业办公成为一种新兴模式。当乡村有了更多青年人的身影,乡村就会更有希望。

当前,青年一代并不缺乏对乡村的认同与情感,却为何难以扎根乡村?在部分乡村地区,陈旧的社会治理理念、滞后的公共服务配套以及“想干成一件事好难”的喟叹,让一些青年选择了转身离开。

宁波市安山村的经验表明,让“进村办公”蔚然成风,离不开对人才的珍视。只有尊重和善待青年人,乡村才会与青年人双向奔赴、互相成就。

作为新村民,“进村办公”的年轻创业者与村民之间不仅是租客与房东的关系,更是合作伙伴。不论是农产品,还是非遗技艺,通过年轻“创客”的品牌创意和设计,摇身一变成“香饽饽”,不仅不愁销路,还会产生品牌溢价,从而实现双方的互利共赢。村里企业多了,当地农家乐接待游客人数逐年增多,旅游旺季还要提前预约。

乡村振兴,关键在人。加强乡村人才队伍建设,年轻创业者是一股不可忽视的力量。当代青年人普遍接受过高等教育,又是“数字原生代”,对于新经济新业态的接受能力较强。为“进村办公”创造条件、提供便利,不仅有助于年轻人“人生出彩”,也可以为乡村振兴赋能。

广袤的乡土大地作为“希望的田

智慧赋能旅游发展 数智引领行业趋势

□ 沈 涵

智慧旅游解决方案凭借其领先的技术应用、广泛的适用场景以及高效的营销表现,为行业发展树立了新的标杆。这些方案不仅能够推动旅游业的数字化转型,也可以为广大游客创造更加便捷、个性化的旅行体验

从最初的电子门票到如今的大数据、物联网、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等前沿技术在旅游行业中的应用不断深入,智慧旅游发展水平不断提升。

前不久公布的2024年全国智慧旅游十佳解决方案和20个优秀解决方案,涵盖新产品、新业态以及传统行业的智慧化升级等多个层面,体现了智慧旅游的多元发展态势。

各申报单位综合运用了多种先进信息技术,展现了智慧旅游领域最新的研究成果和发展方向。针对不同类型的业务需求,方案提供了具体可行的操作指南和技术路径,适用于各地不同场景。方案注重用户体验,在功能设计、界面友好度等方面达到了较高水准,赢得了良好的市场反响。

本次公布的十佳解决方案,以市场需求为导向,围绕如何吸引更多游客、提高服务品质展开探索实践。这些方案不仅为旅游企业提供了强大的工具,展现了显著的技术创新和应用场景拓展,也为游客带来了全新的体验。以下是几个典型代表:

光禹莱特数字科技(上海)有限公司申报的《多类型文旅目的地的叙事创意与沉浸式技术综合解决方案》,利用先进的多媒体技术和创意内容,打造沉浸式展览空间,以数字科技赋能文化体验,使观众仿佛置身于故事之中,增强了观赏乐趣。

联通数字科技有限公司提供的《数据要素赋能智慧文旅管理解决方案》,以“大联接、大计算、大数据、大应用、大安全”为核心,通过先进的数字技术,实现了客流监测、游客画像描绘等功能。

杭州玩点科技有限公司利用人工智能生成内容(AIGC)技术,打造了《基于AIGC的一站式内容营销解决方案》,实现了从创意构思到内容制作的全流程自动化。该方案通过深度学习算法,能够根据目标受众的特点自动生成图文并茂的宣传资料、短视频短片等多媒体内容,确保每一份材料具有高度的相关性和吸引力。

此外,上海携程商务有限公司申报的《入境景区融合服务平台解决方案》,则整合了多语言支持、智能翻译以及虚拟导游等功能,帮助国际游客轻松获取信息,规划旅游行程。

这些方案特别适用于需要快速

响应市场变化、灵活调整营销策略的场景。例如,在节假日或特殊活动期间,旅游企业可以迅速推出定制化的推广活动,吸引潜在顾客;而对于长期运营来说,持续更新的内容有助于保持品牌的新鲜感和活力。同时,对于入境旅游市场而言,这类平台可以有效克服语言障碍,促进文化交流,吸引更多海外游客。

得益于先进的技术支撑,智慧旅游解决方案可以显著提高工作效率。一方面,AI驱动的内容创作可以大幅缩短生产周期,降低人力成本;另一方面,精准定位的目标群体使得广告投放更加有的放矢,避免资源浪费。更重要的是,借助大数据分析,企业可以实时监控营销效果,及时调整策略,实现最优转化率。

本次公布的智慧旅游解决方案凭借领先的技术应用、广泛的适用场景以及高效的营销表现,为行业发展树立了新的标杆。它们不仅能够推动旅游业的数字化转型,也可以为广大游客创造更加便捷、个性化的旅行体验。展望未来,智慧旅游发展将呈现以下几个趋势:

跨界融合不断深化。随着5G网络的普及和技术进步,智慧旅游将进一步打破行业界限,与文化娱乐、体育健身等其他领域深度融合,创造出更加多元化的消费场景和服务模式。

数据挖掘更有价值。通过对海量旅游数据的深入挖掘与分析,不仅可以更精准地把握游客的行为规律,也能够为企业制定营销策略提供有力依据,助力整个产业链条的价值最大化。

适老化改造持续加强。考虑到老年群体日益增长的出游意愿,智慧旅游产品和服务应更加关注这一特殊人群的需求,如简化操作流程、增加语音提示等功能,让老年人能够轻松享受智能化带来的便利。

安全隐私保障更有力度。随着个人信息保护意识的不断提高,智慧旅游企业在开发新产品时必须高度重视用户数据的安全性和隐私权,建立健全相关管理制度和技术防护措施,确保合法合规运营。

2024年全国智慧旅游解决方案体现了旅游行业的最新发展特征,有助于促进旅游行业与科技的深度融合,共同探索智慧旅游的未来发展方向,进一步推动我国智慧旅游发展迈向更高层次。

(作者为复旦大学旅游学系教授)

来论

让年轻“创客”与乡村双向奔赴

□ 杨朝清

乡村振兴,关键在人。加强乡村人才队伍建设,年轻创业者是一股不可忽视的力量。为“进村办公”创造条件、提供便利,不仅有助于年轻人“人生出彩”,也可以为乡村振兴赋能

据《浙江日报》报道,最近,宁波市江北区洪塘街道安山村第6家“村咖”——半边咖啡馆即将正式开业,人们旅游休闲又有了一个新去处。安山村党总支书记邵明忠介绍:“村子环境好,交通也方便,已经吸引了百余名年轻创业者‘进村办公’,热闹得很!”

在人们的印象中,年轻创业者大多会选择城市。然而,宁波市安山村却吸引了百余名年轻创业者“进村办公”,显然这并非年轻人一时的心血来潮。

安山村有着千年历史,村内青砖黛瓦、绿树环绕,宛如古朴素水墨画。多年前,这里就成了网红村,不少村民靠经营农家乐和民宿致富。2024年,村里接待游客超40万人次,实现乡村旅游收入超1500万元。

交通便利、环境优美、房租比市区

便宜,“进村办公”自然会吸引更多年轻创业者;与城市的快节奏相比,人们在乡村可以享受难得的“慢生活”,累了可以去爬山,到河边散步,也能去“村咖”发呆聊天。

2020年,借着“千万工程”的东风,安山村利用5000余平方米的闲置低效厂房,建设乡野办公综合体,吸引了建筑、景观、婚礼、家居、油画等领域的工作室入驻。这些年轻的乡村“创客”发挥专业特长,参与村容村貌的设计提升,美丽庭院、党群服务中心、游客驿站等成为安山村新景观及网红打卡点。

可以说,“进村办公”既可以为年轻人提供价值实现的渠道,也能够塑造一种全新的生活方式,可以说是能够同时满足年轻人的利益诉求、精神诉求和情感需要。

高速公路服务区升级 餐饮服务是重要一环

随着自驾游游渐热,高速公路服务区成为观察社会消费习惯的一个独特窗口。有的服务区车流如织,餐饮区域却门庭冷落,大量旅客宁愿选择在餐厅外吃泡面。服务区的本质在于服务。除了价格因素,服务区的餐饮服务质量也饱受诟病。改善高速公路服务区的餐饮服务,不仅关乎消费者的切身利益,更是推动高速公路服务升级的关键一环。只有让服务区真正成为旅客愿意停留的驿站,才能充分发挥其应有的服务功能和商业价值。

视觉中国 供图



□ 张国栋

近日,中国消费者协会发布《2025年春节消费维权舆情分析报告》。其中,针对文旅出行方面的维权诉求,报告提出,个别景区在接待能力和应急预案上的不足导致游客的权益受损,服务标准的模糊使得消费者在后续维权时缺乏依据。除了退票之外,是否有其他补偿?而景区往往会以“不可抗力”或“超出预期”为由推卸责任,进一步加剧了消费者的不满情绪。

今年春节假期,我国文旅市场总体运行良好,成效显著。虽然因为景区接待能力和应急预案上的不足导致游客权益受损等只是个别现象,但是也需要引起相关方的重视和反思,进而对症下药,做足功课,防止景区因接待能力和应急预案上的不足而损害游客权益。

众所周知,为了及时有效处置突发事件,各景区景点均有应急处置预案,但是即使是内容再完备的应急处置预案,也不可能预知到所有事件的发生。因此,应急预案要实而切,程序有序,应急有效。不能搞形式预案、应付预案,导致检查虽有案,应急却乏力。要做到心中有数,分类施策、精准靶向、全面开花,不忽视一个风险,不放过一个隐患。

要强化AI赋能,建立智慧监管体

系。紧抓AI发展的契机,加速推进智能应用,建立智能化监管体系。各地市场监管部门应着力构建“未诉先办”“防患未然”的工作机制,切实提高监管的前瞻性和主动性。例如,对票务、餐饮、景区等进行动态监测,对异常波动实现及时追溯快速响应。应同公安、交通运输等部门实现智能联动、数据共通,发现景区拥堵、运力缺乏等征兆,立即进行有效疏导和资源调配。

要着力提高消费维权能力,强化消费者权益保障。景区既要提高接待能力,更好满足游客需求,也要升级消费服务,做好风险警示工作。

监管层面,各地相关部门在发布消费提示时,还可通过自媒体政务平台发布“消费风险地图”,实时更新景区人流、餐饮投诉热点区域等信息,引导消费者避坑,同时起到警示作用。

凡事预则立,不预则废。以人为本、预防为主、快速反应、联动处置、高效应作,把突发事件应急处置作为保障景区景点游客的健康和财产安全的“定海神针”,层层压实应急预案处置责任,树立“安全应急就是收入、安全处置就是效益”理念,更好满足游客诉求,保障游客权益,景区景点方可“拨开云雾见明月,游人如织客满园”,实现多方共赢。