

观察

# 更好释放旅游消费潜力要在细处着手实处发力

□ 特约评论员 银 元

释放旅游消费潜力,是当前提振消费的重要内容和主要抓手,也是一项长期工作和系统工程。如何全面落实政府工作报告明确的任务和要求,需要文化和旅游领域在已有工作基础上,紧扣游客需求,从细处着手、在实处发力,充分挖掘旅游消费的巨大潜力,促进旅游业高质量发展,为全方位扩大国内需求作出贡献

今年的政府工作报告在部署2025年政府工作任务中,把“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”作为首要任务,提出实施提振消费专项行动,要求制定提升消费能力、增加优质供给、改善消费环境专项措施,释放多样化、差异化消费潜力,推动消费提质升级。其中,明确提出“释放文化、旅游、体育等消费潜力”。这既是对旅游消费的重要地位和突出作用的充分肯定,又是对更好释放旅游消费潜力、全方位扩大国内需求提出的明确要求。

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》。行动方案部署了30项重点任务,其中涵盖扩大文体旅游消费,推动冰雪消费,发展入境消费,积极发展银发旅游产业,有序发展低空旅游,不断丰富邮轮航线和旅游产品等。

释放旅游消费潜力,是当前提振消费的重要内容和主要抓手,也是一项长期工作和系统工程。如何全面落实政府工作报告明确的任务和要求,以及中办、国办行动方案提出的具体措施,需要文化和旅游领域在做好已有工作基础上,紧扣游客需求,从细处着手、在实处发力,充分挖掘旅游消费的巨大潜力,促进旅游业高质量发展,为全方位扩大国内需求作出贡献。

一是进一步落实和落细政策。去

年以来,围绕全面落实2024年9月26日中央政治局会议部署的一揽子增量政策,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,提出6个方面18项具体措施,进一步充实了提振旅游消费的政策工具箱。

政策的生命在于落实。落实相关政策措施既要全面准确,更要结合实际,因地制宜。一方面,要在贯彻宣传政策上加力加劲,重点抓好面向游客、涉旅企业、行业协会等的政策宣传,营造良好氛围,把政策转化为增强信心、激励干劲的强大动力。另一方面,要立足实际细化政策落实举措,各地应制定实施与当地旅游业发展实际和旅游市场特点相适应的具体举措,把政策“工具包”真正变成旅游惠民的“大礼包”、繁荣旅游市场的“催化剂”、推进旅游产业发展的“加速器”。同时,各地还应注重对政策落实情况的跟踪研究,及时反馈和分析居民、游客、各类旅游市场经营主体等对政策的评价和意见,以及政策落实中的难点、堵点等问题,并有针对性地进行调整完善,以更加有效地发挥政策效应。

二是进一步细分和引导需求。需求是消费的前提和基础,释放旅游消费潜力本质上就是更好地满足各类群体的旅游需求。当前,我国已经形成全球最大的国内旅游市场。2024年,

国内出游人次56.15亿,同比增长14.8%;国内游客出游总花费5.75万亿元,同比增长17.1%。2025年春节假期,全国国内出游5.01亿人次,同比增长5.9%;国内出游总花费6770.02亿元,同比增长7.0%。因此,在万亿级市场规模基础上挖掘旅游消费潜力,需要继续提高增量上想办法,更需要紧扣游客需求,在优化存量结构上下功夫。

一方面,要持续做好不同年龄、不同地区、不同偏好旅游群体的需求分析,特别是针对具有较强带动作用青年人、“新老人”、年轻父母、“观演”、“跑马”等旅游群体,因“需”制宜,提高旅游产品和服务的定向精准性,进一步激发重要群体的示范引领作用。另一方面,要通过打造旅游新业态、新体验、新场景引导形成新需求,让传统节目和常规项目“耳目一新”、新兴产品层出不穷。只有这样,才能进一步引导城乡居民提高出游意愿、延长停留时长、增加参与程度、提高重游率,着力提高人均旅游消费水平,不断做大旅游消费总量。

三是进一步营造和改善环境。消费意愿强不强、消费效果好不好,关键是消费环境优不优。旅游消费弹性大,受居民收入、休假时长、出游便捷程度、目的地服务保障等因素影响明显。挖掘旅游消费潜力,既要重视旅游业发展的“大环境”,更要注重旅游

消费“小环境”。

一方面,要坚持守正创新,通过文旅融合、科技赋能、数智转型等,不断提高旅游活动的文化性、便捷性、安全性,不断丰富高品质旅游产品和服务供给,形成支持和鼓励旅游消费的良好环境,更好满足人民日益增长的美好生活需要。另一方面,要运用系统观念,综合提升各类景区、度假区、旅游休闲街区、乡村旅游聚集区、夜间文化和旅游消费集聚区等的软硬件条件,让这些区域成为“近者悦、远者来”的旅游消费目的地。

特别是要以“如我在游”的视角,对旅游服务进行整合和提升。例如,不少旅游城市、景区推出“一机游”平台,凭借其强大的一站式服务功能,让游客可以轻松实现咨询、购票、讲解、出行优化等一站式旅游体验。再如,杭州推出的“‘轻松游’行李服务”“小改进”看似微小,汇聚起来却是提高旅游消费便捷性和舒适度的关键之举,深受游客的欢迎。

总之,面对回升向好的经济发展态势、向新向优的旅游业发展趋势,从细从实抓好政策落实、需求引导、环境改善等关键环节,必将更好释放旅游消费潜力,让旅游消费真正发挥经济发展“强引擎”、美好生活“必需品”的积极作用。

台了一系列规范性文件,以遏制民宿行业“野蛮生长”。例如,2023年2月1日起正式实施的国家标准《旅游民宿基本要求与等级划分》,规定了旅游民宿经营管理的总体要求,将旅游民宿等级由高到低划分为甲、乙、丙三级,并实行动态管理。

要让民宿留住“诗和远方”,让民宿不再变“民诉”,让“幽灵民宿”失去滋生空间,需要监管“在线”,加强对各大住宿预订平台的监管,将民宿纳入强有力的监管之内。平台要对入驻的商家履行好监管责任,做好资质审核、日常监管等工作。消费者也要增强防范意识与维权意识,避免“踩坑”,一旦权益受损应勇于维权、正确维权。

总之,要让民宿行业更好满足广大消费者对高品质旅游体验的需求,需要多方形成合力,通过监管前置,对民宿行业实行强有力的监管,进而将其引入正轨,让法治成为民宿的归宿。别让“幽灵民宿”继续“捣鬼”,才能让“民宿刺客”失去生存空间。

一是尊重城市的文化特征,凸显不同城市的个性。旅游休闲街区文化应以城市文化为底蕴,加以深度挖掘和广泛延伸,以街区为点讲述城市故事,使城市文化画卷徐徐展开,吸引游客去探索、发现和了解城市文化,让游客在流连忘返中感

专家解读

## 培育城市消费新载体 激发文旅消费新活力

□ 李志勇 赵志龙

文化和旅游部近日发布公告,根据中华人民共和国旅游行业标准《旅游休闲街区等级划分》(LB/T 082—2021),经有关省(区、市)文化和旅游行政部门推荐,文化和旅游部按程序组织认定并完成公示,最终确定北京市东城区王府井商业街区、河北省石家庄市新华区湾里庙步行街等40个街区为第四批国家级旅游休闲街区。至此,国家级旅游休闲街区总数达204个。

旅游休闲街区是文化和旅游部、国家发展改革委落实《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《“十四五”旅游业发展规划》《国民旅游休闲发展纲要(2022—2030年)》任务要求,发展城市旅游休闲,推动文旅深度融合发展,更好满足人民群众游览、休闲等需求,联合打造的重要旅游品牌,现已成为展现城市魅力的重要文旅名片。

旅游休闲街区是具有鲜明的文化主题和地域特色,具备旅游休闲、文化体验和公共服务等功能,融合观光、餐饮、娱乐、购物、住宿、休闲等业态,能够满足游客和本地居民游览、休闲等需求的城镇内街区。旅游休闲街区以其深厚的历史底蕴和鲜明的地域文化特色成为城市文化和城市肌理的缩影,也是城市文旅消费的新载体、形成文旅新质生产力的新场域。

旅游休闲街区作为城市历史文脉的保护地和传承地,具有鲜明的文化主题和地域特色。在204家国家级旅游休闲街区中,历史文化型(以城市古街/老街为主要特色)街区有138家,占比高达67.6%。拥有鲜明文化主题和特色已成为国家级旅游休闲街区认定的首要条件。例如,河北保定市莲池区西大街作为保定最为繁华的城市中心,被誉为“直隶第一街”。游客在这条街上可以领略到“清风民韵”建筑风格的壁画、半圆拱顶门窗、保存完好的传统砖雕工艺等,其中西合璧的建筑画廊、多元交融的文旅游廊已成为保定城市旅游的新地标。

旅游休闲街区作为城市更新的会客厅和展示厅,是城市生活的温馨回忆。城市更新是城市发展的必然阶段,老街作为城市发展的历史见证,如何让街区内的文化和工业遗产焕发活力,尤其是提升工业遗产保护利用水平尤为重要。例如,唐山启新1889文化旅游街区是由中国第一座水泥厂——启新水泥厂核心区更新改造而成,以启新原有历史和水泥工业风貌为依托,融合文化体验、旅游、餐饮、娱乐、购物、展览、文化体育等多种文旅休闲业态,让城市更新具有了更多时尚和潮流元素。

随着《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》的印发实施,如何进一步发挥文化赋能、旅游带动作用,释放旅游休闲街区的新活力,可以从以下几个方面重点推进:

一是尊重城市的文化特征,凸显不同城市的个性。旅游休闲街区文化应以城市文化为底蕴,加以深度挖掘和广泛延伸,以街区为点讲述城市故事,使城市文化画卷徐徐展开,吸引游客去探索、发现和了解城市文化,让游客在流连忘返中感

受“诗和远方”。同时,在文旅深度融合的大背景下,通过“以文塑旅、以旅彰文”,推动城市文化和旅游的同步发展。例如,西安长安十二时辰主题街区的产品体系就是“热门剧集IP+沉浸式娱乐+主题餐饮+国潮零售”,以“唐食嗨吃、换装推本、唐风雅集、微缩长安、情景演艺、文化盛宴”六大沉浸场景为核心,促进西安城市文化和旅游的共同发展。

二是打造沉浸式体验空间,形成文旅产品新场景。旅游休闲街区的核心是创造流量和塑造具有烟火气的生活场景,是由多元化的消费场景构成的旅游休闲生活生态圈。沉浸式街区体验感已经成为顶流街区的标配,旅游休闲街区的打造应通过生态艺术、街巷情怀或沉浸式体验等多元化场景来实现,形成街区即景区、商铺即景区、商户即店员、服务即演艺、产品即场景、消费即生活的街区休闲模式。调查显示,78%的年轻消费者将“文化体验深度”作为选择旅游目的地的重要标准,62%的消费者愿意为沉浸式体验支付溢价。这就要求街区打造突破传统商业空间范式,构建具有文化沉浸感与社交黏性的消费新场景。

三是实现主客共享空间,持续激发消费活力。主客共享的新空间,即满足本地居民和外地游客的双重需求,这是当代旅游发展的流量密码,也是旅游休闲街区的生存发展的市场。旅游休闲街区建设中必须考虑当地人的习俗和情趣,利用建筑风貌、动感艺术、街头场景等手段对街区进行原有生活状态的情景化打造,进而创造出舒适宜人且有一定审美价值的景观,为市民游客提供全方位休闲娱乐的生活场景。例如,贵州荔波古镇旅游休闲街区致力于打造主客共享美好生态,进行房屋微改造,建设公共设施配套,让人们安居宜居的同时,将居民的生活空间展示作为街区的特色打卡点。同时,街区以商铺免租金、指导经营管理等方式鼓励居民在家门口经营餐饮、民宿等业态。

四是提升旅游服务品质,扩大街区品牌影响力。优质的服务是旅游休闲街区运营的重要保障。旅游休闲街区应注重提升服务品质,为游客提供舒适、便捷的旅游休闲体验。一是完善交通、卫生、安全等设施,确保游客的出行便利和安全。例如,长沙太平街积极构建“15分钟便利圈”,增设了智能寄存柜,配置了共享充电宝等。二是利用现代科技手段,增强游客的满意度和忠诚度。例如,西安大唐不夜城设立56个情绪采集点,通过面部识别技术分析游客情感波动,据此调整演艺节目频次与商业布局。该措施实施后,游客负面情绪发生率下降28%,二次消费占比提升至68%。广州永庆坊则针对银发群体推出文化导赏服务,为中老年游客提供专属的文化体验。

总之,旅游休闲街区的打造要根植于所在城市的文化底蕴,通过数字技术应用,打造虚实融合的沉浸式体验新场景,进而形成城市的旅游新名片,让旅游休闲街区成为城市消费增长、经济发展的助推器。(作者单位:河北师范大学家政学院)

声音

“只有将‘聪明大脑’与‘走心服务’相结合,打造真正有温度、有深度的文旅体验,才能赢得消费者的心”

——AI(人工智能)浪潮来袭,文旅从业者和消费者都充满期待。今年全国两会期间,“人工智能+”被频频提及。对此,《经济日报》近日发表评论指出,文旅企业对利用AI赋能产业升级的需求愈发迫切。今年以来,多家文旅企业和旅游平台主动拥抱AI。然而,AI并非万能钥匙,文旅服务过度依赖AI不可取。例如,智能客服机械化的回复、程式化应对,缺少温度和共情力。文旅企业在引入AI技术时,还面临数据安全、算法精度、算力需求等诸多挑战。能否确保AI技术安全可控、保持自身创造力和判断力、充分释放AI潜力,是赢得未来竞争的关键。

“旅游业已经进入高质量发展阶段,岂能任由‘滤镜’造假,欺骗游客”

——针对一些线上旅游产品“滤镜”包装过度,宣传与实际体验“货不对板”现象,新华网近日发表评论指出,适当的“滤镜”包装,有助于景点更具象化、沉浸式地进行推广。然而,一旦超过了“真实”的底线,那就不是包装宣传,而是赤裸裸的“欺瞒”了。侵害游客合法权益的行为必须严惩,阻碍文旅市场高质量发展的“毒瘤”必须铲除。今年1月出台的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》提出,加强旅游市场综合监管,畅通举报投诉渠道,推进线上线下同步治理,发出了一个非常明确的治理信号。

(本版编辑 龚立仁 整理)

### 好玩又有意义 这2元花得值

近日,“游客湖南扫码2元听重庆鸡鸣”的报道引发了网友的兴趣。湖南省湘西土家族苗族自治州花垣县边城茶峒景区位于湖南、重庆、贵州三省市交界的一处名为“鸡鸣三省”的地方。景区一家度假村门口张贴了公鸡像和二维码,游客扫码支付后就可以听到对岸传来的阵阵鸡鸣声。商家回应称,在江对岸的农家院内设置了公鸡雕像,内有电子装置,可生成鸡鸣声。“去年一年收入6000多元,一半捐给了当地的慈善机构。”游客享受乐趣、商家获得收益,也为当地公益事业贡献了一份力量。花2元隔岸听鸡鸣,对游客来说是“图一乐”的体验,却为文旅创新发展提供了一种思路。 视觉中国 供图

