

2020年,文旅产业破困局迎复苏

在极不平凡的2020年,文化和旅游产业遭遇新冠肺炎疫情冲击,难能可贵的是,疫情防控进入常态化之后,行业上下共同推进复工复产,于困难与挑战中不断发现新机、开创新局,在助力经济社会发展的过程中写下浓墨重彩的一笔。回顾这一年文旅产业的发展,或许,这些关键词可以唤起我们共同的记忆。

无预约 不旅游

2020年,旅游行业最显而易见的变化是预约旅游的普及。“无预约,不旅游”已经成为旅游景区经营的基本要求,也让游客养成了出行的新习惯。

“五一”小长假期间,80%以上的5A级旅游景区实现了通过官网、公众号、第三方平台等预约门票。据中国旅游研究院调查,国庆中秋长假期间,有82.8%的游客不同程度体验了预约出游。

2019年,国务院办公厅发布的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》中,就曾明确“推广景区门票预约制度,合理确定并严格执行最高日接待游客人数规模。到2022年,5A级国有景区全面实行门票预约制度”的要求。疫情的出现,加速了预约旅游的普及。

对游客来说,预约旅游可以避免排队购票,减少等候时间,同时避免“扎堆”

出行,提升旅行体验;对景区来说,预约旅游有利于加强精细化管理,提高服务水平,特别是对一些历史人文景区而言,预约旅游可以有效控制人流,减少人数过多对景区带来的过度损耗,可谓一举多得。

数字文化产业逆势上扬

受疫情影响,我国的文化消费呈现出一些新特点,比如:越来越多的演出、展览、会展等文化产品和资源走上“云端”,消费者不必受时间、空间的限制,可以随时随地享受文化大餐……这得益于我国数字文化产业的高速发展。

一方面,数字文化产业日益丰富着人们的精神生活;另一方面,它在疫情期间实现逆势上扬,成为拉动文化产业高质量发展的新动能。统计数据显示,今年前三季度,与互联网数字化相关的文化新业态产业实现了2.12万亿元营业收入,同比增长21.9%。同时,数字文化产业正创造着越来越多的就业岗位。

今年11月,文化和旅游部印发了《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》,这份国家层面关于数字文化产业发展的宏观性、指导性政策文件,向社会和行业发出支持数字文化产业高质量发展

发展的明确信号,它对夯实数字文化产业发展基础、培育数字文化产业新业态、构建数字文化产业生态等内容提出具体要求,将进一步引导产业发展方向。

助力扶贫增收

6月,在文化和旅游部、商务部、国务院扶贫办支持下,几大电商平台联合举办“非遗购物节”,非遗相关企业与非遗扶贫就业工坊在各平台开展销售活动,进一步打开产品销售路,把指尖技艺转变为指尖经济。

非遗是助力脱贫攻坚的重要抓手,掌握一门手艺往往意味着脱贫增收有了希望。2018年以来,在文化和旅游部、国务院扶贫办支持下,许多地方开展“非遗+扶贫”工作,截至今年6月,各地设立非遗扶贫就业工坊超2000所,带动非遗项目超2200个,培训了近18万人,带动近50万人就业,20多万建档立卡贫困户脱贫。

乡村旅游是带动农民增收,实现乡村振兴的重要载体。受疫情影响,游客越来越倾向于慢节奏、短周期、近距离的出游方式,相比城市、旅游景区等人流密集的传统目的地,亲近自然、出行便捷、绿色时尚的乡村旅游日益受到青睐。今年以来,文化和旅游部等适时推出乡村

旅游精品线路,把优秀传统文化、乡土风貌与现代旅游需求有机结合起来,促进农村一二三产业融合发展,以此带动农民收入稳步提高。

“小而精”迎新机

7月,《关于推进旅游企业扩大复工复产有关事项的通知》印发,明确恢复旅行社及在线旅游企业经营跨省(区、市)团队旅游及“机票+酒店”业务,为旅游市场注入新希望。

团队旅游时至今日依然有广阔市场,不过,今年因为疫情,消费者对出行的安全性和私密性越发看重,并且随着消费者生活水平的提高,对旅游有了个性化、差异化的新需求,二者叠加让“小而精”的新型团队旅游迎来新的发展机遇。

私家团、定制游等小范围、中高端团队旅游兴起。携程旅行网跟团订单数据显示,国庆中秋假期报名私家团的游客量比去年同期增长100%,平均一个团只有3到5个人,以家庭为主。定制游以旅游者为主导,根据他们的喜好和需求定制个性化行程方案,在跨省团队旅游恢复后,定制游成为市场中的黑马。

与传统团队旅游的“大而全”相比,

“小而精”的团队旅游对旅游的深度和主题性要求更高,商家需要花更多心思丰富消费者的体验感和参与感,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

文旅增色夜经济

2020年,各地的夜晚热闹起来了,文旅融合项目及产品在夜色中充分绽放,既增色了夜间经济,也点亮了人们的生活。

中国旅游研究院发布的《2020中国夜间经济发展报告》显示,城市夜生活体验成为游客目的地夜游首选;演出、文化场馆、文化集市被认为是最有吸引力的夜间文化场景;文化艺术场馆、电影院/剧场、夜市/集市被认为是最有吸引力的夜间消费场景。夜游项目品类增多,夜间休闲消费场所增多和数字科技运用广泛是2020年游客感知的主要关键词。潮流夜市、文创集市、微演艺正在成为城市夜间经济发展的重要活力因子。

在文化和旅游部、国家发展改革委、财政部近日联合印发的《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》中明确,试点示范的重点任务包括发展夜间文化和旅游经济,引导有条件的旅游景区开展夜间游览服务,鼓励博物馆、美术

馆延时开放或优化开放时间,丰富夜间演出市场,优化文化和旅游场所的夜间餐饮、购物、演艺服务,完善夜间交通等配套服务。

让风景跃上云端

今年底一夜爆红的丁真和他的家乡,让人们见识了互联网营销的无限可能。恰好,今年11月召开的国务院常务会议确定了支持“互联网+旅游”发展的措施中,就鼓励景区加大线上营销力度,支持建设智慧旅游景区。

这几年,以互联网、大数据、人工智能为代表的高科技日益融入旅游产业发展,衍生了很多新业态、新模式,因为疫情的出现,它们加速走进人们的寻常生活。比如,直播催生的“云旅游”让旅游目的地从线下走上云端;再如,数字化驱动的智慧旅游极大提升了游客的出行体验和景区的管理水平。

“互联网+旅游”虽已取得不少成绩,但仍面临一些问题,对此,文化和旅游部等十部门联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》,对加快建设智慧旅游景区、完善旅游信息基础设施等8项重点任务提出要求,明确了未来的发展方向。(张 雪)

双98%,从“用得上”转向“用得好”

2020年是我国全面建成小康社会目标实现之年,也是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。在脱贫攻坚过程中,我国信息通信业聚焦网络扶贫、信息扶贫,让偏远地区、贫困地区的人们“用得上网络、用得起网络、用得好网络”。工信部统计数据显示,我国电信普遍服务试点项目已累计支持超过13万个行政村的光纤和4G网络覆盖,实现了全国行政村通光纤和4G网络比例均超过98%。

“用得上”数字鸿沟不断弥合

CNNIC发布的第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年6月,我国网民规模达9.40亿户,互联网普及率达67.0%。其中,农村网民规模为2.85亿户,农村地区互联网普及率为52.3%,城乡地区互联网普及率差异缩小了6.3个百分点。城乡地区“数字鸿沟”不断弥合的背后,是党和国家、各级政府、社会各界通力合作的结果,也跟信息通信业的努力分不开,为了移动网络与宽带在我们的深度覆盖,信息通信业铆足了劲儿。

有关数据显示,自2015年开始,工信部联合财政部组织实施六批电信普遍服务试点,以中央财政资金为引导,电信企业履行社会责任,各地政府积极支持,全国共计部署了13万个行政村光

纤网络和15万个4G基站建设任务,实现全国行政村通光纤、通4G网络比例均超过了98%。电信普遍服务1/3以上的建设任务部署在贫困地区,贫困村通宽带比例从不足70%提升到98%,提前超额完成《“十三五”脱贫攻坚规划》提出的“宽带网络覆盖90%以上贫困村”目标。在“三区三州”深度贫困地区,也已同步实现贫困村通光纤、通4G网络均超过98%,与全国其他地区达到同一水平,特别是通光纤比例较试点前提升70多个百分点,基本实现农村、城市“同网同速”,有力支撑了农村发展和脱贫攻坚。

从北国林海雪原的边境小村落到云贵高原大山深处的行政村,从珠穆朗玛峰到边陲小岛,信息通信业几经努力,让电信普遍服务的触角延伸至神州大地的各个角落,给偏远、贫困地区的人们带去了网络,搭起了与外界连通的信息致富桥。

“用得起”优惠政策日渐增多

电信普遍服务不仅让偏远贫困地区的人们用得上网络,更重要的是让人们用得起网络,从而充分享受网络带来的红利。

以三大运营商为例,结合网络扶贫的任务与当地实际,纷纷上线扶贫套餐。中国电信在全国3.5万家营业点上

线扶贫套餐,2019年以来累计让利超19亿元,建设精准扶贫大数据管理平台,服务17个省3900万困难群众;中国移动向困难群众推出大幅优惠的专享“扶贫套餐”和购机补贴,累计惠及建档立卡贫困户1400余万人,让利30亿元,向贫困地区群众捐赠自有品牌手机等终端设备;中国联通为贫困地区提供资费优惠,推出专属优惠套餐超过150款,累计减免通信费用3.67亿元,惠及贫困户超过400万户,帮助超过40万贫困户实现脱贫。这些实实在在的扶贫福利让当地老百姓真正享受到网络带来的顺畅与便利。

回首今年上半年,新冠肺炎疫情导致全国大面积停课。为了保障疫情防控期间“停课不停学”,让学生学习一个都不掉队,工信部发布《关于进一步做好新冠肺炎疫情防控期间宽带网络助教助学工作的通知》,鼓励基础电信企业重点面向建档立卡贫困家庭学生推出特惠流量包等精准帮扶举措,减轻困难学生用网资费压力。各地通信管理局、三大运营商积极响应,纷纷推出系列优惠政策,或针对建档立卡贫困户和困难家庭学生提供定向流量免费服务,或提供宽带服务,或推出网课专属流量包,让偏远地区、贫困地区的学子真切感受专属网络扶贫带来的获得感、幸福感。(陈欣杰)

“用得好”信息应用遍地开花

电信普遍服务打好基础上,各类网络扶贫的信息应用便随之开展起来,让贫困地区百姓“用得好”网络。

在网络扶贫过程中,信息通信业针对教育、消费、健康、医疗等领域推出了丰富多样的信息产品。一方面将网络与教育进行深度融合,通过“网络+教育”的形式提升偏远贫困地区的基础教育水平;另一方面,将网络与医疗相结合,“网络+医疗”让小乡镇的病患也能通过远程在线问诊对接一线城市好医生,并通过建立电子医疗卡的形式将贫困户的信息集中起来,进行更为有效的管理。此外,“网络+产业”和“网络+消费”,为偏远贫困地区打造特色产品,并通过电商平台、直播等渠道销往全国各地,带动当地经济发展,提升人民生活水平。

此外,在农村地区,农村电商、乡村旅游、智慧农业等百业兴起,优质的公共资源加快向乡村延伸,老百姓形象地称之为“指尖上的幸福”。

可以看到,电信普遍服务、网络扶贫让我国农村地区实现了从“用得上”到“用得起”再到“用得好”网络的跨越式发展,贫困地区的老百姓也开启了崭新的生活篇章。

(陈欣杰)

湖南汉寿推进农村集体产权制度改革

农村资产活了 农民腰包鼓了

一涉湖南汉寿县罐头嘴镇福新村,村里村外、所有沟渠道路两旁,都种满了桃树。“这些黄桃,不少都种在集体所有的‘边角余料’土地上,不仅绿化效果好,还能为村集体增收。”村党总支书记兼村主任童成友说,“农村资产全部清底、摸清家底,交易时上网,公开透明,比原来值钱多了!”

50岁的村民童国民也有同感,村里的鱼塘,以前承包出去,一亩才收150元;2017年重新承包,平均价格达到300元一亩,村集体一次增收10多万元。2019年新续包的79亩水池,承包费又涨到了500元一亩。“该值多少钱,村民很清楚。重新测量,我们村里水域还多出100多亩!”童国民说,“清产核资之后,心里亮堂了!”

“为什么这么关心集体资产?”“我现在是股东,当然关心价格。”

(何 勇)

区、进公共文化服务场所,组织开展一系列群众公共文化活动和惠民演出;加快大滇西旅游环线建设,尽快落地一批“藏在山间、隐没林中、外观古朴、内部高端、设施现代、服务一流”的半山酒店,布局一批文旅融合、度假康养、研学科考、户外运动、乡村休闲新产品,开创新文旅产品供给和运营服务的新模式。

(于 强 严 勇)

精彩的表演、诱人的特色美食、别出心裁的文创非遗产品……12月19日,2020“冬季游河北 福地过大年”推介会在深圳举行,把河北地道的文化旅游大集搬到现场,积极开拓粤港澳大湾区客源市场。

冬天的河北千里冰封、汤泉怡人,

河北赴粤推介冬季游 拓大湾区客源市场

冬天的河北年味充盈、悠悠古韵,冬天的河北八珍玉食、琳琅满目,冬天的河北热力十足、活力四射。

推介会现场,河北呈现了冰雪温泉、古城年俗、美食购物三大主题线路,涉及戏冰雪、泡温泉、游古城、赏年俗、品美食、乐享购六大旅游主题产品。来自张家口崇礼冰雪旅游度假区、承德中国马镇旅游度假区、秦皇岛渔岛海洋温泉、邯郸广府古城、定州崇文街、廊坊中信国安第一城、保定太行水镇、辛集皮革城等河北热门旅游打卡地纷纷登台

(程景伟)

云南:将构建“三个体系”提升文化旅游品质

记者12月21日从中共云南省委新闻发布会上了解到,近年来云南通过推进“整治乱象、智慧旅游、提升品质”旅游革命“三部曲”,全省旅游市场秩序实现根本好转。

下一步,将推动构建全域旅游融合发展体系、文旅新产品供给体系、

优质文旅服务供给体系,全面提升文化旅游品质。

云南省文化和旅游厅厅长曾艳介绍,云南倡导全域旅游理念,积极创建国家全域旅游示范区、国家全域旅游示范区、国家级文化产业示范园区、国家文化和旅游消费试点(示范)

城市和国家5A级旅游景区,培育打造了一批新的品牌旅游目的地。

下一步,云南将聚焦文旅新项目建设、新产品开发和新业态培育,策划包装一批省级重大文旅项目,并纳入全省产业发展“双十”“双百”工程统筹推进;推动“爱国卫生行动”进景

第二届船政文化节开幕 挖掘船政文化的丰富底蕴

以“致敬船政赓续文脉”为主题的第二届船政文化节,12月23日在福州马尾船政特色历史文化街区开幕。船政文化专家学者、台湾人士、学生代表等200余人参加活动。

活动现场虽阴雨绵绵,但丝毫不影响游客的热情。在开幕式上,为获奖的小小讲解员颁奖。来自福建师范大学第二附属小学的曾贝宁获得了大赛的一等奖,参加过多届小小讲解员的曾贝宁平日里对船政历史极为热爱,“平时会读一些陈悦老师的关于船政的书籍,也会去网上搜一些纪录片来看,这样就能丰富我对马江海战和船政的了解,对我的讲解也很有帮助。”

福州中国船政文化管理委会副主任杨林介绍,第二届船政文化节为期近两个月,活动内容囊括了开幕式文艺演出、文化沙龙、船政研学、文化交流、读书分享会、文化旅游、文创产品发布会等近二十场子活动。“从多方面展示船政文化,进一步挖掘船政文化的丰富底蕴,传承船政文化遗产的深厚内涵,加强海峡两岸文化交流,做大做强船政文化品牌,扩大船政文化影响力。”

开幕式上,还进行了福州马尾旅游线路推介,推出了船政文化经典、红色之旅、醉美乡愁生态三条一日游线路。与此同时,一场以“云游船政工业研学”古建筑美学鉴赏研学之旅主题活动在船政文化研学实践教育基地顺利举办。研学实践活动通过采用“云游”直播方式,以知名美学导师+船政研学导师+中小学生代表,通过移步换景方式由研学导师开展现场教学,体验福建船政文化工业遗产魅力,感受近代船政造舰工业历史。

本届船政文化节更注重市民的互动体验和青少年群体的参与感,传统文化、民族文化和时下流行的文化元素及线上线下活动形式相结合,通过丰富多彩的活动让更多人走进船政、了解船政,进一步促进海峡两岸文化交流。

(王晓霞 吴丹红)

2020北京文创大赛文博创意设计赛区总决赛收官

“听唢一声鸾语罢,直教欢喜极人天。”伴随着一段精彩的《戏剧创新·黄梅新唱》,以“文物·创意·生活”为主题的2020北京文化创意大赛文博创意设计赛区总决赛12月26日在中国农业博物馆启动。

此次大赛由北京市文物局与北京市文保中心共同主办,来自文博衍生品、中轴线文化、新北京节日礼服、二十四节气、中国古代益智玩具等五大主题赛道的50个优质文博文创项目,通过现场路演与远程视频路演相结合的形式同台竞技。

经过激烈角逐,《清华艺博藏珍系列文创》《帝都的半径——City Walk城市行走活动》《鲁迅漫画画》系列文创产品等项目脱颖而出。以上项目将免费取得DCI数字版权证书,还将作为下一步产业化和集中展示重点推广的对象。

据悉,作为2020年北京文化创意大赛的主题赛区,文博创意设计赛区于2020年7月28日启动,共征集20多个省市的参赛作品5824件。决赛中,50个选手分别从作品设计水平、产品体系、市场属性等方面进行了路演展示。

本次大赛精彩纷呈,亮点突出。决赛作品百里挑一,从5000多个项目中选出50个优秀项目,竞争激烈。10月30日举

“圣祥”牌牛奶赢得消费者信赖

北京圣祥乳制品厂自成立以来,始终遵循“质量第一 服务至上”的经营理念。经过不断的努力,凭借雄厚的实力、先进的技术,致力于打造专业、时尚的产品。目前产品已覆盖了全国大部分地区知名的大型商超系统,销售网点遍布全国各地。

圣祥是一家集开发、加工、销售及服务为一体的现代化厂家,主要生产“圣祥”牌酸牛奶、消毒牛奶及含乳饮料加工,年

产值5000万元。圣祥严格执行HACCP食品管理体系和GMP生产质量管理规范进行生产管理并通过了体系相关认证,产品均通过国家质检部门检验,曾荣获“消费者满意产品、消费者信得过产品”。

北京圣祥乳制品立志要把“圣祥”打造成乳品中的名牌产品,让老客户对“圣祥”品牌更加有信心,让新客户不会后悔自己的选择,让消费者拥有健康与温馨。(闵红军)