

扩大旅游消费 推动产业高质量发展

第三届中国旅游行业未来发展峰会沙龙论坛召开

本报讯(记者 暴梦川) 发展旅游业是推动高质量发展的重要着力点。今年以来,从中央到地方不断补齐设施服务短板、丰富优质产品供给、抢抓机遇培育新动能,不断将文旅潜力转化为假日消费活力。近年来,随着我国旅游市场新业态不断涌现,行业转型升级加速推进,消费者需求呈现高品质、多样化的新趋势,对服务质量和管理水平提出了更高的要求。如何实现旅游业的高质量发展、拉动旅游消费? 10月20日下午,由消费日报社和中国消费经济高层论坛组委会共同主办的第三届中国旅游行业未来发展峰会在北京举行。峰会设置了沙龙论坛环节,中国社科院旅游研究中心特约研究员高舜礼作为本场论坛的主持人,邀请6位嘉宾,围绕“扩大旅游消费与推动产业高质量发展”这一主题进行了深入探讨。

在“双11”假期,旅游市场呈现蓬勃上扬趋势,让从业者看到了国内旅游市场未来的发展希望。如何看待未来我国旅游市场的快速恢复趋势?与会嘉宾针对这一话题进行了分享。

中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏表示,“相关数据显示,今年的国内旅游人次已经超过了2019年同期,可以说旅游市场正在恢复,中秋国庆假期旅游市场也呈现出了向好的市场趋势,这表示人们有着比较强烈的旅行需求。”

首都师范大学教授、博士生导师,首都旅游研究院院长陶程认为,目前旅游市场的变化更多的是社会经济以及科技发展所带来的消费理念、消费需求以及产业模式的变化。

吉林省梅河口市旅游服务中心副主任高英洁则根据梅河口市旅游业现状进行了阐述。她表示,今年以来梅河口市的旅游市场也发生了明显的变化。“游客对出行的考虑变得更多了。针对不同假期,游客的出行需求发生了明显变化。‘五一’假期来我们这里的游客都以周边游、短途游为主,而在今年国庆期间,我们迎来了近年来旅游人次的巅峰数值,出现了跟‘五一’假期截然不同的市场现象,长途游的游客明显变多,这说明人们的出行习惯已经变成短假期去周边旅游,长假期的旅游目的地更远。”高英洁说。

扩大旅游消费是全社会和旅游行业的共同发力点,但当下仍有许多制约旅游业发展的因素。江苏省徐州市文化广电和旅游局总工程师李扬认为,目前制约旅游消费增长主要有两方面:一是旅游产品与市场需求不匹配,二是旅游市场环境仍需优化。他指出,克服这些问题,不仅需要文旅部门发挥职能作用,整个政府部门以及文旅企业都要参与进来,打造政企协同的旅游发展新模式。

面对正在复苏的旅游业,与会嘉宾还针对旅游市场的发展与变化以及各地方应重点解决的问题进行了探讨。中国建筑文化研究会文化旅游研究院执行院长刘东江表示,亟需解决的问题之一就是节假日酒店涨价。究其原因是一些城市的酒店床位远远不能满足旅客节假日出行的需求,一旦打造成旅游热点城市,短期内无法满足大量的住宿需求,就会造成酒店涨价,因此,各地需要重视这类问题。

李扬认为,首先要建立城市旅游品牌。每个城市的风格不同、景区不同,针对旅游业发展的策略也不同,只有建立城市旅游品牌,才能让整个城市的旅游产业融为一体,整体化发展;其次是建设高水平、高质量的服务体系,只有提升旅游市场的管理水平,把旅游服务做好、做精,打造出让游客满意的环境,才能留住游客、做出口碑,吸引更多人来游玩。



编者按:旅游业是国民经济的战略性支柱产业和满足人民日益增长的美好生活需要的重要民生产业,在扩大消费、拉动增长、改善民生、愉悦生活等方面发挥着十分重要的作用。目前,旅游业率先步入加快恢复的轨道,在刚刚过去的“双节”假期里,国内旅游呈现出蓬勃的发展态势。

在此背景下,为贯彻落实国务院《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》,全面提升旅游品牌核心竞争力和市场影响力,促进旅游品牌高质量发展,10月20日下午,由消费日报社、中国消费经济高层论坛组委会共同主办,北京沛业文化发展有限公司承办的第三届中国旅游行业未来发展峰会在京举行,来自行业、政府部门及企业的代表对当前旅游消费市场多个热点话题进行深入探讨,共同助力旅游产业转型升级、高质量发展。

提升旅游品牌核心竞争力和市场影响力 第三届中国旅游行业未来发展峰会在京举行

本报讯(记者 解磊)日前举行的第三届中国旅游行业未来发展峰会聚焦“扩大旅游消费与推动产业高质量发展”,邀请多位行业专家带来旅游产业供给、旅游消费热点、盘活闲置旅游项目等内容的主演讲。

消费日报社党总支副书记崔宇鑫在致辞中指出,今年以来,旅游业迎来了全面复苏的喜人景象。调查显示,假日期间,各地创新旅游消费场景、丰富旅游产品供给,跟团游、私家团、自驾游、乡村游、红色旅游、周边游等多点开花,出境游、文旅融合项目也大幅增长。随着新的利好政策出台,旅游业高质量发展前景更值得期待。

崔宇鑫表示,在充满各种利好的时代机遇下,本届中国旅游行业品牌发展峰会聚焦“扩大旅游消费与推动产业高质量发展”,关注我国旅游市场恢复现状,探讨扩大旅游消费的发展点以及制约旅游消费的瓶颈,共商解决良策,为推动旅游行业品牌高质量发展蓄势赋能、贡献力量,让肩负广大消费者“行走壮美河山”的旅游行业品牌,在新时代更有新力量 and 高质量。

如何实现旅游业高质量发展、拉动旅游消费?原国家旅游局党组副书记、副局长王志发在题为《中国式现代化与旅游产业的高质量供给》的演讲中表示,中国式现代化是推动我国旅游业供给侧结构性改革和高质量发展的根本政策和目标要求。中国式现代化是人口规模巨大的现代化,因此,随着现代化水平的提高,民众消费能力的增强,大众旅游的发展趋势会很快,短时间内可能会进入大众旅游的新时代;中国式现代化是共同富裕的现代化,行业要想办法做好大众旅游路线,让旅游能够给人民群众带来更多的获得感和幸福感;中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化,要提高旅游的文化内涵,让所有的旅游产品、旅游环境可以得到文化的滋养,把旅游业打造成为精神富有的产业;中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化,行业要利用产业优势,坚持绿色发展,在资源开发上要注意集约利用、节约利用,在管理上要倡导绿色消费、低碳消费;中国式现代化是和平发展的道路,旅游业要讲好中国的故事,打造一批世界级的文化旅游精品。



对外经贸大学国际经济研究院教授、中国消费经济学会副秘书长胡若痴在峰会上对新时期旅游消费市场的热点进行了探究。她认为,党的十八大以来,我们进入了新时期,这样一个新阶段有很多影响旅游消费变化的新形势、新特征、新因素。随着消费者价值观的改变,人们更加注重生活的品质,更加希望追求的是丰富的消费旅游体验,所以沉浸式、品质化、细节化成为消费者关注的重点。从需求端看,老年旅游消费、单身消费和“她”消费的比重在逐渐增加;从供给端看,这几年5A级景区和旅游相关企业数量也在不断地增加。她认为,如今的旅游不再是以前简单的吃喝玩乐,而是更加高端、更加深入的一站式服务,旅游掀起的新消费热潮,包括演绎旅游、红色旅游,都是新时代下的新热点和新趋势。

9月27日,国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》的通知(国办发〔2023〕36号),明确部署“盘活闲置旅游项目”这一工作任务。中国社科院旅游研究中心特约研究员高舜礼表示,盘活闲置旅游项目有利于旅游行业深化供给侧结构性改革,有利于挖掘和释放旅游产能,也有利于扩大国民旅游消费。如何推进这项工程的实施?高舜礼认为,一是认真摸清家底,搞清楚有多少待盘活项目;二是明确资产处置方式,以便各地盘活时有所遵循;三是坚持市场化导向,充分听取专家意见和建议;四是拓宽融资渠道,提供充裕的资金支持;五是发挥政府的领导统筹作用,积极推进项目盘活落实到位。

在题为《加强对外旅游推广 促进入境旅游需求》的演讲中,首都师范大学教授、博士生导师,首都旅游研究院院长陶程阐述了我国对外旅游推广历史阶段和我国对外旅游推广体系现状,并针对体系创新问题提出建议:一是要加快建设国家入境旅游品牌体系,建设国家、省市、目的地不同层面的入境旅游品牌体系,加大对国家公园、线性遗产和国家文化公园、乡村旅游(包括最佳旅游乡村、全国重点旅游村和重点旅游乡镇、精品乡村旅游线路)等发展热点和产品,以及“音乐+旅游”“演出+旅游”“展览+旅游”“赛事+旅游”“夜间文旅”等

新型业态,休闲度假、海洋旅游等提高和拓展层面的品牌体系建设。二是要构建高级别入境旅游推广机制,要加强推广主体的顶层设计及联合驱动,重视推广渠道的多形式、多资源调配,特别是数字化赋能,建立文旅深度融合的推广体系,要更加强调开放包容、文明互鉴、平衡协调。三是要加强国际合作,提升中国人入境旅游影响力。四是要打造国家旅游形象全媒体传播体系。五是要加强入境旅游人才队伍建设。

中国建筑文化研究会文化旅游研究院执行院长刘东江进行了主题为《旅游高质量发展和扩大消费的根本问题》的演讲。他表示,当前旅游市场进入了存量时代,地方政府也纷纷成为旅游项目的“主角”,通过专项政策以及乡村振兴、文化振兴等文旅项目带动地方旅游行业发展。在与市场相结合的同时,还需要提升对消费者需求的关注度,把着眼点放在满足人民群众日益增长的美好生活需求上来。

在主题为“扩大旅游消费与推动产业高质量发展”的沙发论坛环节中,中国建筑文化研究会文化旅游研究院执行院长刘东江,中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏,首都师范大学教授、博士生导师,首都旅游研究院院长陶程,江苏省徐州市文化广电和旅游局总工程师李扬,吉林省梅河口市旅游服务中心副主任高英洁和山西省阳城县文化和旅游局党组书记孔宏伟结合自身领域对扩大消费和推动旅游产业高质量发展相关问题进行了深入探讨和交流。

在《理想的旅游》旅游动画展示后,主办方还携手中国旅游出版社现场发布了“美丽中国”系列图书。该系列图书共四本,包括记载文旅景区发展历程和分布状况的《中国旅游景区纵览》;整合高铁沿线的旅游城市和旅游资源,指导游客乘坐高铁旅游的《美丽中国高铁游》;以国家旅游局官方推荐的旅游线路为基础,结合各省市的精品线路编著而成的《美丽中国经典线路》;展示我国文化旅游融合发展辉煌成就的《美丽中国文化旅游胜地》等。

后”是跟着演唱会去旅行的主力,两者占比达到55.6%。蓬勃发展的演唱会色彩和异域风情十足的建筑风格,在年轻人喜爱的“多巴胺”目的地榜单中拔得头筹。《报告》认为,这些让人愉悦的“多巴胺”元素成为越来越多年轻人每年例行的“旅行仪式感”。

暑期档,热度一路飙升的动画电影《长安三万里》提及的名胜古迹,成为暑期亲子游寓教于乐的热门之选,马蜂窝“西安亲子游”热度自影片上映后上涨150%。同样受益于该影片的还有重庆的白帝城,热度涨幅高达166%。

和旅游一样强势回归的还有明星演唱会和各类体育赛事。“90后”和“95后”是跟着演唱会去旅行的主力,两者占比达到55.6%。蓬勃发展的演唱会色彩和异域风情十足的建筑风格,在年轻人喜爱的“多巴胺”目的地榜单中拔得头筹。《报告》认为,这些让人愉悦的“多巴胺”元素成为越来越多年轻人每年例行的“旅行仪式感”。

暑期档,热度一路飙升的动画电影《长安三万里》提及的名胜古迹,成为暑期亲子游寓教于乐的热门之选,马蜂窝“西安亲子游”热度自影片上映后上涨150%。同样受益于该影片的还有重庆的白帝城,热度涨幅高达166%。

和旅游一样强势回归的还有明星演唱会和各类体育赛事。“90后”和“95后”是跟着演唱会去旅行的主力,两者占比达到55.6%。蓬勃发展的演唱会色彩和异域风情十足的建筑风格,在年轻人喜爱的“多巴胺”目的地榜单中拔得头筹。《报告》认为,这些让人愉悦的“多巴胺”元素成为越来越多年轻人每年例行的“旅行仪式感”。

本报记者 卢岳 王紫茜

10月20日,“2023中国消费经济高层论坛”在北京举行。论坛现场,由马蜂窝和消费日报联合推出的《当代年轻人旅行兴趣报告》(以下简称《报告》)正式发布。

《报告》基于马蜂窝平台数据,从景点、交通、住宿三个方面解读当下年轻人的旅行新需求。相关案例说明,随着旅游消费观念和习惯的转变,年轻人的旅行正变得越来越个性化,不循旧途、及时满足的玩法成为年轻人旅行的新潮流。

创意满满 旅游目的地“花式出圈”

如今,年轻人出门的理由已经从某座城市、某个景点变成一场演唱会、一个艺术展、一座博物馆甚至一种时令美食。今年,迅速走红于社交平台的“多巴胺”可谓是从穿搭火到旅行。如内蒙古自治区满洲里套娃广场凭借绚丽的色彩和异域风情十足的建筑风格,在年轻人喜爱的“多巴胺”目的地榜单中拔得头筹。《报告》认为,这些让人愉悦的“多巴胺”元素成为越来越多年轻人每年例行的“旅行仪式感”。

收集色彩是第一要义 “多巴胺”从穿搭火到旅行

今年夏天社交平台的“多巴胺穿搭”已经不少,网友们还看到了旅行中,色彩和建筑的色彩组合,迅速在年轻人中掀起一股“多巴胺”目的地打卡热潮。马蜂窝“西安亲子游”热度自影片上映后上涨150%。同样受益于该影片的还有重庆的白帝城,热度涨幅高达166%。



开启“玩行住”新潮流

马蜂窝携手消费日报发布《当代年轻人旅行兴趣报告》

“多巴胺”可谓是从穿搭火到旅行。如内蒙古自治区满洲里套娃广场凭借绚丽的色彩和异域风情十足的建筑风格,在年轻人喜爱的“多巴胺”目的地榜单中拔得头筹。《报告》认为,这些让人愉悦的“多巴胺”元素成为越来越多年轻人每年例行的“旅行仪式感”。

暑期档,热度一路飙升的动画电影《长安三万里》提及的名胜古迹,成为暑期亲子游寓教于乐的热门之选,马蜂窝“西安亲子游”热度自影片上映后上涨150%。同样受益于该影片的还有重庆的白帝城,热度涨幅高达166%。

和旅游一样强势回归的还有明星演唱会和各类体育赛事。“90后”和“95后”是跟着演唱会去旅行的主力,两者占比达到55.6%。蓬勃发展的演唱会色彩和异域风情十足的建筑风格,在年轻人喜爱的“多巴胺”目的地榜单中拔得头筹。《报告》认为,这些让人愉悦的“多巴胺”元素成为越来越多年轻人每年例行的“旅行仪式感”。



出行方式多元 “机+酒”标配模式实现突破

四通八达的高铁、灵活自由的自驾、挑战自我的骑行……年轻人不只是“飞来飞去”,个性、颜值、体验、社交成为他们出行选择的重要标准,民宿、房车、帐篷都可以是充满惊喜的“栖身之地”。一方面,随着我国综合交通体系基

本形成,年轻人对出行工具的选择也发生了极大改变,特别是高铁网络不断加强,几乎覆盖了国内最主要的旅游目的地,越来越多的知名景区跨入“高铁时代”。《报告》提到,城市与城市之间的距离不断缩短,游客日常旅行的半径也随之延长,这不仅重新定义了城市周边游的概念,也让乘坐高铁“换个城市过周末”在年轻人中蔚然成风。数据显示,2023年,马蜂窝站内“高铁游”相关内容量比去年同期增长了122%。

玩法多样 周末出游也时尚

对于当代年轻人来说,两天的周末时间是他们生活状态的重要样本。毕竟小长假、寒暑假屈指可数,但美好的周末却唾手可得。《报告》指出,超过80%的年轻人认为,现阶段,比起远行的不可控,安排好每一个周末更重要。为了更好地满足年轻人“每周都要玩好”的核心诉求,以及自在、和谐、有“社交感”的旅游需求,近几年,各大旅行平台将眼光放到了更“小”颗粒度的旅行产品,以及更具个性化的体验上,促使其在“玩法”上保持敏感、不断创新。

调查数据显示,超过75%的年轻人期待体验一场具有“社交属性”的周末玩法,飞盘、腰旗橄榄球、市集、派对等都是他们的热衷选择。其次,58%的年轻人希望通过“回归自然”完成周末“充电”,如一场浆板瑜伽、一次户外皮划艇、一天野营露营、一趟公路骑行……

玩法多样 周末出游也时尚

此外,国内“房车游”的热度实现新高。据相关数据统计,2023年至今,马蜂窝站内关于房车的内容量较去年同期上涨35.7%。“房车+露营”“房车+户外烧烤”“房车+观星”是玩家们最关注的几种玩法。而红遍全网的露营则多以“精致露营”“风格露营”的形象出现在大众眼前,伴随2023年出行距离的不断扩展,露营场景也从城市公园或周边郊野走向更远的地方。

《报告》指出,超过80%的年轻人认为,现阶段,比起远行的不可控,安排好每一个周末更重要。为了更好地满足年轻人“每周都要玩好”的核心诉求,以及自在、和谐、有“社交感”的旅游需求,近几年,各大旅行平台将眼光放到了更“小”颗粒度的旅行产品,以及更具个性化的体验上,促使其在“玩法”上保持敏感、不断创新。

调查数据显示,超过75%的年轻人期待体验一场具有“社交属性”的周末玩法,飞盘、腰旗橄榄球、市集、派对等都是他们的热衷选择。其次,58%的年轻人希望通过“回归自然”完成周末“充电”,如一场浆板瑜伽、一次户外皮划艇、一天野营露营、一趟公路骑行……

都是他们的热衷选择。其次,58%的年轻人希望通过“回归自然”完成周末“充电”,如一场浆板瑜伽、一次户外皮划艇、一天野营露营、一趟公路骑行……

另外,“代入感”体验也是年轻人追求的玩法之一,密室逃脱、实景剧本杀、即兴喜剧等沉浸式场景给予玩家真实体验与参与感,受到43%的年轻人青睐。

同时,男性、女性在周末玩法的选择上也各有侧重。由于男女本身力量以及情感需求的差异,男性侧重于深度户外以及力量型的方式,而女性则更追求“轻户外”和情感体验。

新旅行时代,年轻人对“新玩法”的诉求越来越趋向多元化与个性化。《报告》指出,传统景区可以通过打造“周末请上车”等同城玩乐新思路,联合超级玩家、主理人,以高品质、超新颖、超有趣的潮流活动为抓手,充分挖掘年轻消费群体的周末出游需求,不断聚拢想玩、爱玩、会玩的旅行兴趣圈层,开辟更符合相关群体体验需求的场地、玩法和服务,以满足当地及周边地区需求。

Table with 2 columns: Rank and City. Title: 2023热门演唱会城市TOP10. Data: NO.1 广州, NO.2 上海, NO.3 北京, NO.4 海口, NO.5 西安, NO.6 深圳, NO.7 成都, NO.8 南京, NO.9 长沙, NO.10 天津.