

2024年政府工作报告中,把“大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力”放在了2024年十大任务之首。那么对于文旅产业来说,新质生产力能起哪些作用呢?

文旅市场的两面: 新质生产力带来新质消费力

◎ 记者 王珏 实习生 张可

推门而进,是洁白的大厅,其中一侧有用纺织面料做成的极具肌理感的巨型屏风,从屏风一侧绕过去,是一个曲径通幽的中式美学空间。屏风的另一侧,是用色彩堆叠而成的西湖十景墙,绕过这面墙,是一个极简工业风格的小剧场。在这里,每一盏灯,每一块肌理,都传递着企业想要表达的设计理念。

这里是坐落在临平的一家名为艾可的家纺工厂。

它和印象中传统的家纺工厂完全不一样,这个大楼的每一处设计似乎都能拍出极具风格的时尚照片,这里的每一处灯光都可以通过手机联网去控制。

艾可家纺的倪总说:“这里是我们对工业定义的一种呈现。明年我们还将打造一个全新的文创空间。将工业进一步的延伸到文创产业。”



很多时候,一座城艺术性并不只体现于艺术场合活动,它更多的应该是扎根于当地的产业,寄生于产业的不断创新与发展。

这种借助艺术的表达方式让第二产业给消费者更多美感体验的模式,也是新质生产力的一种表现形式。这也是旅游业需要的一张新质生产力。

发展新质生产力是国家领导人洞察世界科技变革与发展中国特色社会主义先进生产力客观要求作出的重大战略思考。从2023年在地方考察时提出“新质生产力”概念到在中央经济工作会议上强调“发展新质生产力”,从今年1月主持中央政治局第十一次集体学习时系统阐述新质生产力到浓墨重彩地写入今年的政府工作报告,这一系列的论断论述为各类生产要素和市场主体准确把握新质生产力的科学内涵和发展路径提供了根本遵循。

国家领导人在系统阐述中指出:概括地说,新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先进生产力质态。它由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵,以全要素生产率大幅提升为核心标志,特点是创新,关键在质优,本质是先进生产力。

旅游新业态 有哪些新质生产力?

新质生产力是现代科技发展之后优化组合升级产生的发展动能。

回看近期的每一波轮热潮,从哈尔滨的雪花到上海黄河路的繁花,靠的绝不仅仅是自然山水和人文历史。

在看携程、马蜂窝、去哪儿等新型旅行运营商的出现,以及各种主题公园的拔地而起,其背后都是技术密集型,资本密集型的业态。

正是生活方式以及具体需求的变化,取得文旅从业者必须以全新的理念去看待今天的文旅产业发展。

文旅产业培育新质生产力不是一蹴而就的过程。

从人到产品,再到场域,都需要思想到理念的转变。这种理念在产业中的转换便是对于新质生产力的应用。

例如,在旅游形象推广领域。曾经主要靠文人创作,而引发旅游的时代已经逐渐远去。人工智能可以以低廉的成本,将一个地方的形象快速传递到受众眼前。

再例如清明假期即将到来,如何制定自己的出游计划?这也可以交给人工智能去完成。

当然还有旅游体验。在广州2024架无人机做出一幅巨龙的图案围绕着小蛮腰,令人惊叹不已,科技和文化的结合成为游客的体验场景。

于是一座好的城市,既让人看得见文化遗产也让人看得见未来生活。

再去看看网红城市的“泼天富贵”。旅游业需要网红大网红不是旅游的全部。当地旅游的软



硬件设施的配套,才能使得游客在纷至沓来的同时,也实现城市品牌的长红。

新质生产力可以为旅游者提供高品质的服务。

新质生产力可以打通 产业与产业之间的壁垒

现代化的生产方式也使旅游领域发生了很大的变化。

这几年,像艾可家居这样的例子并不少见。位于良渚新城梦溪小镇的迷住空间,便已实现了产业之间的融合。

杭州迷住网络科技有限公司是迷瞪工作室落地杭州的运营公司。其主营业务包括自媒体业务、直播带货、MCN板块和自有品牌孵化,是家装类的头部主播。2023年全年GMV超过20亿元。他们在梦溪小镇打造了一个线下体验空间,接受周末的预约参观。这个预约名额一直很火爆,成了很多外地消费者来杭州的目的地。

这个名为梦栖的小镇,绿树成荫,建筑各异,一群年轻人在这里将一个创意设计成一个工业产品投向市场的同时,也让一群新的消费者对这里趋之若鹜。

“工业游”“企业游”,让文旅产业有了新的内涵以及市场方向。

新质生产力与新质消费力的 双向发力

北京交通大学现代旅游研究院名誉院长张辉认为:“旅游领域不是我国新质生产力发展的主战场。然而,从我国旅游发展的现实以及新质生产力发展的内在逻辑出发,认识旅游领域新质生产力发展,其意义是重大的。当前,我国的旅游,如何摆脱传统的旅游经济增长方式,如何摆脱传统的旅游产业发展模式,形成高质量发展的态势,是一个重大课题,新质生产力的提出,为我国旅游经济高质量发展提供了科学的路径。”

纵观我国45年的旅游发展历程,在不同旅游发展阶段,驱动我国旅游发展的引擎是不同的。在旅游发展的初期,依靠的是“对外开放”的引擎,借助于外部需求红利,构建起我国旅游发展的基础;在旅游发展的中期,特别是国内旅游需求的兴起,依靠的是资源和劳动等要素驱动,构建起较为完整的旅游产业体系,使我国旅游的进入了一个黄金发展阶段;过去的10年,依靠投资驱动,全方位带动我国旅游从“小旅游”体系向“大旅游”体系转型,构建起较为完善的旅游经济体系。



进入新发展阶段,创新驱动是重要的力量,其一个重要标志是旅游融合发展。旅游即是一种消费现象,又是一种生活方式。这种消费现象和生活方式,随着社会进步和生活环境的变化,其实现与表现方式呈现出多种类型,形成了旅游形态多样化发展的基本态势。

从新质生产力发展的逻辑出发,旅游与相关产业的深度融合和广泛融合,是旅游新质生产力发展实现的重要路径。而如何使有意思的旅游消费成为有意义的旅游消费,如何形成有文化目的的常态化的旅游消费行为,是旅游新质消费力发展的重要内容。