

响应时代发展和社会进步， 科学把握旅游产业定位的内涵特征

◎厉新建(中国社会科学院旅游研究中心特约研究员)

新时代新征程,旅游发展面临新机遇新挑战,必须从统筹中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局的高度,深刻理解旅游业“日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”这一产业定位的重大意义,科学把握产业定位的内涵特征,立足新发展阶段、贯彻新发展理念,坚定走好独具特色的中国旅游发展之路。



图源:modasadovod

一 深刻理解产业定位的重大意义

改革开放以来,我国旅游业从“一项综合性事业”到“国民经济新的增长点”,再到“日益成为新兴的战略性新兴产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”,产业定位的变化响应了时代的发展和社会的进步。

纵观这一历程,旅游发展始终坚持以人民为中心的发展思想,始终契合中国经济发展和国家战略,从强调经济功能到逐步转向突出经济效益、社会效益、文化效益和生态效益等综合功能的发挥,完成了发展的蜕变。

“日益成为新兴的战略性新兴产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”,这一产业定位充分肯定了旅游业的发展成绩和旺盛活力。改革开放特别是党的十八大以来,旅游业对国民经济的综合带动作用和对经济结构优化的推动作用日益凸显。与此同时,旅游业展现出强大的市场活力。从供给端看,旅游产品持续优化、业态不断丰富。

例如,全国A级旅游景区的数量由2012年的6042家增加到现在的1.57万家,其中5A级旅游景区339家,红色旅

游、体育旅游、康养旅游、冰雪旅游、工业旅游等业态不断丰富壮大,基本上形成了覆盖广泛、业态丰富、选择多元的旅游产品供给体系。从需求端看,我国拥有全球最大的国内旅游市场,是国际旅游最大客源国和主要目的地,旅游已经成为城乡居民美好生活的刚性需求,成为扩内需、稳增长的“优选项”。

当前,面对构建新发展格局、实现全体人民共同富裕的目标,如何引导更多旅游消费流动、发挥旅游业促进国民经济增长的独特优势;面对人民群众旅游消费需求向高品质和多样化转变,如何加快建设现代旅游业体系,推动旅游业提质升级;面对迅猛发展的信息化浪潮,如何在行业发展中应对新技术新应用带来的重大考验等等,是新时代旅游业发展的重要课题。

明确旅游业“日益成为新兴的战略性新兴产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”,这一产业定位为新时代新环境下的旅游业发展提供了根本遵循,对持续完善现代旅游业体系,建设旅游强国具有重大战略意义。

二 科学把握产业定位的内涵特征

科学把握战略性新兴产业、民生产业和幸福产业这3个方面的内涵特征,可以从以下几点展开分析。

(一) 战略性新兴产业

从宏观角度来看,旅游业在扩大国内消费和带动经济增长方面发挥了重要作用。旅游业具有很强的产业关联性,能够带动交通、餐饮、住宿、购物、娱乐等相关领域的共同发展,形成产业链效应。

旅游业日益成为新兴的战略性新兴产业体现在积极服务于国家战略,在践行国家战略中扮演着重要角色、发挥着突出作用,比如,旅游业已经成为刺激消费需求、加快乡村振兴、促进城乡协调、推动共同富裕等重大战略的重要驱动力。旅游业日益成为新兴的战略性新兴产业还体现在它符合社会发展的趋势和产业规律的规律。

因此,从社会发展来看,作为“衡量社会财富的尺度”,闲暇可以“使人人得到全面而和谐的发展”。而旅游业的发展就是为了让人们可以更高质量地使用闲暇时间。作为现代服务业,为人们提供情绪价值是旅游业发展的内在要求。

(二) 民生产业

如果说“新兴的战略性新兴产业”定位主要对应国计民生中的“国计”的话,那“新兴的民生产业”定位则体现了旅游业实实在在在回应群众需求的特征。民有所呼,政有所应;民有所盼,政有所行;民有所忧,政有所为。

新时代的旅游业发展已逐步超越创造外汇收入、刺激国内需求、带动经济发展等方面的经济功能,而是进一步强调它在满足民生需求、增进民生

福祉、促进文化发展、增强国家认同、增进文明互鉴等方面的综合功能。

在我国脱贫攻坚任务中,旅游扶贫是诸多贫困地区实现脱贫致富目标的重要力量。文化和旅游部在全国25个省、市、区设立的乡村旅游扶贫监测点2019年的监测数据显示,通过乡村旅游实现脱贫人数占脱贫总人数的33.3%,监测点乡村旅游对贫困人口的就业贡献度达30.6%,旅游业发展为贫困地区居民增加了就业机会和收入来源,带动了地区基础设施建设和公共服务设施的完善,让人民群众看到了变化、得到了实惠、获得了发展,不断发挥着旅游为民、旅游富民、旅游利民、旅游乐民的积极作用。

(三) 幸福产业

随着市场不断发展和消费持续升级,旅游“是人民生活水平提高的一个重要指标”,承载着人们对美好生活的向往,已经成为人们的一种生活方式;“读万卷书,行万里路”,深入推进文旅融合发展战略以来,旅游正日益成为当下一种重要的学习方式和成长方式。

回顾去年以来“火出圈”的文旅现象,从特种兵式旅游到Citywalk、从身着古装“穿越古今”到为一场演唱会奔赴一座城,无不给人们带来满满的情绪价值、令人难忘的情感体验。

通过持续完善旅游公共服务设施,不断丰富旅游产品和业态,优化面向弱势人群的服务体系,强化旅游市场秩序治理体系,旅游消费中的难点、堵点、痛点问题逐步得以解决,旅游体验中的兴趣点、兴奋点得到满足,从而保障了人们走得舒心、玩得开心、买得放心,旅游带给人们的获得感、幸福感、满意感持续提升。

新时代新征程,“日益成为新兴的战略性新兴产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”,这一产业定位对下一步旅游业的发展实践提出了新要求。

“新兴”就意味着还要进一步深化,需要考虑与其他战略性新兴产业的关联。考虑旅游业在乡村振兴、扩大内需、区域协调发展和新型城镇化这些国家战略中如何更好地发挥作用,以及发挥作用过程中面临怎样的具体问题和障碍。

一方面,要深化体制机制改革,破除非必要约束的泛化和扩大化,进一步营造优质营商环境,激发各类市场主体持续投资、持续创新的积极性,从而不断释放新需求、培育新业态,促进形成更高水

平的旅游供需动态平衡。另一方面,要有序推进入境旅游恢复发展,探索多层次的人境免签政策,不断优化入境游客在华旅游的语言环境,加强官方旅游营销机构的市场化和专业化建设,讲好新时代中国故事,不断提升文化软实力和旅游影响力。

同时,面对不断升级的旅游消费需求,要深入了解消费需求的新变化新特征,把握消费需求背后的核心诉求和基本规律,进而强化、深化、细化、优化旅游业供给侧结构性改革。比如,乡村旅游发展过程中,耕地、宅基地是老百姓的“保命地”,但如果这些土地资源不能给人们带来财富增长的话,那就很难发挥“保命地”的功能,而如果要释放土地

的财富价值,就要切实推动土地政策的创新。

此时,新时代旅游业政策的优化要坚持以创新为导向,从定向扶持转向更加突出厚植发展土壤、从扶大扶强扶优转向更加突出扶小扶新扶幼、从给钱给地支持转向更加突出场景市场支持,形成行之有效的政策“组合包”与“工具箱”。

此外,在培育新质生产力的大背景下,如果能将其他产业的科技创新更广泛应用于旅游业、赋能旅游业发展,旅游业就能成为新质生产力价值释放的重要领域,并最终更好地服务于人民日益增长的美好生活需要,从而进一步提升人们的获得感、幸福感、满意感。

为此,一方面,要将新技术的加速应用作为旅游新供给的新突破点。运用人工智能、虚拟现实、增强现实等技术手段,加快推出更多沉浸式的体验模式和场景化的消费空间,推动旅游新业态快速发展。

另一方面,要借助科技创新更好地释放旅游消费潜力,利用大数据技术深度挖掘游客的需求和偏好,充分发挥网络媒介尤其是社交媒体在目的地形象塑造和信息传播中的积极作用,积极响应热衷于到网红地打卡的人群对目的地产品和服务的诉求,扩大数字化管理和智慧化服务的覆盖范围,持续优化旅游消费环境,提升人们的获得感、幸福感、满意感。