



主持人语

虎年春节前夕,国务院印发《关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》(国发〔2022〕2号)。春风送暖入黔山,山地公园喜迎春。

这是国务院出台的第二份推动贵州经济社会发展的“国发2号”文件。

10年前,国发〔2012〕2号文件,从财税、投资、金融、产业、土地、人才、对口支援七个方面提出119项支持贵州加快发展的突破性政策,全方位破解了贵州发展难题,优化了贵州旅游发展环境,推动贵州旅游在全国中跻身第一方阵。

如今,国发〔2022〕2号文件出台,明确提出“促进文化产业和旅游产业繁荣”,业内人士直呼:贵州文旅发展再逢天时。

国发〔2022〕2号文件将给贵州文化和旅游产业带来哪些新的发展机遇?在疫情影响,文化旅游消费等弹性需求规模减小、消费谨慎的当下,贵州该如何运用好相关政策,推动旅游产业加快复苏?

本期天眼文旅论坛,邀请业内专家、学者,领先的旅行服务公司负责人等,解读“国发〔2022〕2号文件与贵州文旅新机遇”。

—— 周清

新国发2号文件与贵州文旅新机遇(中篇)

贵州日报天眼新闻记者 舒畅 陆青剑 曹雯 周清 陈江南

王伟: 携程将继续深耕贵州旅游

合拳,让文化“活”了起来。据携程程数据,2020年,河南旅游收入同期恢复率85.27%,同期恢复率全国排名第一。

在打造精品红色旅游线路方面,不能再只是单纯红色旅游资源的串联,更应从内容上回归“初心”,讲好红色故事,真正引发年轻群体情感共鸣;从体验上,要加强红色旅游的氛围营造、深化体验、寓教于游;从形式上,做好“红色旅游+”,以数字化升级、多元化营销与文化创意产业融合等,推动红色文旅产业转型升级。

天眼文旅论坛: 请问数字化对

贵州文化旅游发展有何意义?

王伟: 数字化发展,具备强通用性和强交互性、高增值性,激活了文旅产品资源,为产业发展注入了新的活力。贵州拥有旅游资源丰富,在传统的旅游无法充分满足游客需求的市场背景下,通过数字化技术让贵州各类民族文化、传统文化资源和旅游资源“活起来”也愈发重要。

以携程与贵州在大数据领域展开的合作为例,双方通过科学调研、对游客满意度的分析,助力贵州文旅产业服务品质提升,为政府决策提供科学数据支撑。从供给层面来说,以产品和服务数字化、智

能化为导向,有利于推动贵州文旅产业转型升级、提质增效,同时也会催生文旅新业态,满足游客多样化、个性化的消费需求。

天眼文旅论坛: 贵州该如何释放文件中的政策红利,推动文化旅游产业恢复?

王伟: 在文旅消费新趋势下,旅游市场新供给产生相对缓慢。推动贵州文化旅游产业恢复,一方面需要进一步刺激供需,促进贵州文旅消费。目前,全国已有包括贵州、江苏省、湖北省、浙江省等数10个省市县,先后通过携程平台发放不同金额的旅游消费券,借助携

程大平台及大流量优势,通过优惠补贴的形式刺激当地文旅市场发展,促进当地文旅产业大发展。

贵州应充分发挥144小时过境免签政策利好,适时做好目的地入境游的复苏准备。在国际旅游市场开放后,携程将利用好现阶段积累的技术、管理等,助力贵州入境旅游发展。

随着国发〔2022〕2号文件的出台,贵州迎来了良好发展机遇。携程将在原有良好合作基础上,提升合作层次、拓宽合作领域,为做大做强“爽爽贵阳”旅游品牌、助力“强省会”贡献力量。

莫志刚: 多措并举塑造贵州传统村落品牌

天眼文旅论坛: 您认为国发〔2022〕2号文件对传统村落的保护和高质量发展带来哪些影响?

莫志刚: 国发〔2022〕2号文件明确要求,全面推进乡村振兴,深入实施乡村建设行动,推动传统村落保护发展,这对贵州全省实现传统村落高质量发展示范先行具有重要意义。

天眼文旅论坛: 在保护和发展的矛盾统一中,贵州传统村落如何寻求文旅融合的平衡和协调发展?

莫志刚: 结合实际,贵州将传统村落文化旅游发展作为其主导产业和主攻方向。对此,首先要提升文化旅游产业列入省政府五年行动计划重要内容;其次,我们还协同省文旅厅、省民宗委、省发展改革委共同出台了《贵州省推进乡村旅游与传统村落和少数民族特色村寨深度融合发展实施方案》等政策。

天眼文旅论坛: 您如何看待传统村落对于当地非物质文化遗产保

护和传承的意义?

莫志刚: 传统村落首先是非物质文化遗产产生、成长和传承发展的土壤。非物质文化遗产大多依存传统村落存在,离开了传统村落,非遗大多数不能单独存在,它们是历史和环境的产物。其次,实施优秀传统文化传承行动,非物质文化遗产作为传统村落的核心价值,离开了文化就不能称为传统村落。为此,要将传统村落非物质文化遗产作为传统村落保护发展的核心任务,统

筹使用好资金、项目、展示等政府措施,维护和发展好非遗传承人的核心地位和作用,使非遗文化得到很好的保护发展条件,从而助推其保护发展工作。

天眼文旅论坛: 贵州传统村落数量位居全国第一,对于未来,贵州将如何借助新机遇实现传统村落高质量发展,您有何建议?

莫志刚: 省政府2021年印发《贵州省传统村落高质量发展五年行动计划(2021-2025年)》,对我

省传统村落高质量发展提前进行了安排部署。未来,我们将以国发〔2022〕2号文件推动传统村落保护发展的意见为契机,通过实施传统文化保护行动等8项行动,积极推进全省传统村落高质量发展任务,彰显贵州丰富多彩的红色文化、民族文化、阳明文化、历史文化等,形成在国际国内具有较高知名度和影响力的传统村落品牌,推动贵州由传统村落大省向强省跨越。

金颖若: 探索具有旅游特色的人才培养模式

天眼文旅论坛: 您认为目前贵州旅游高等教育的发展现状怎么看?

金颖若: 贵州旅游高等教育起步在全国并不晚,但是成长不够快,有点散,有点弱,特色不够突出,使得贵州旅游高等教育在全国的影响与贵州旅游业在全国的影响不太相称。

天眼文旅论坛: 国发〔2022〕2号文件支持贵州围绕发展急需探索设立文化和旅游类高校,这对贵州

旅游人才培养带来哪些改变?

金颖若: 按文件精神,利用某个各方面条件比较适宜的高校的办学资质,设置为文化和旅游类高校,能够极大促进贵州旅游高等教育水平的提升。一是优化布局,适当集中人力物力,遍地开花缺乏足够的资源支撑;二是优化学科专业结构,以文化和旅游类学科、专业为核心,扩展到相关学科专业,探索设置更加符合贵州产业发展需要

的新专业方向以及目录外新专业;

三是探索具有旅游特色的培养模式,实施新的培养方案,在政产学研结合、教育就业贯通上尽快赶上国内先进水平;四是在科研上,围绕贵州问题深入研究,产出能够解决产业发展重大问题的理论成果。同时,贵州应大力发展职业教育包括本科层次职业教育,争取分别在酒店、多样化住宿、度假、餐饮和烹饪、营销等领域办成精品专业。

天眼文旅论坛: 这些改变对于贵州推动旅游产业化有哪些影响?

金颖若: 效果会有一个过程才显现。一是期待出现一个贵州旅游行业培训的领头羊,提高培训水平,扩大培训规模。二是期待逐步培养大批专业从业人员,技能人员等高质量旅游从业人员,希望他们中间的相当一部分逐步成长为高水平职业经理人和高级技能人才。三是期待具备高质量人力资源支撑后,会逐步提高

贵州文化和旅游产品的原创能力,提高服务水平,提高营销能力,提高行业盈利能力。四是期待高质量的人力资源,逐步支撑提高市场主体的经营管理水平和竞争力,提高行业管理水平。我们期待贵州的旅游高等教育像瑞士的酒店学校一样成为地方教育的特色甚至王牌,与产业相得益彰,向省外大量输出高质量的毕业生和成熟的旅游职业人士,成为全国的旅游人才培养基地和人才蓄水池。

余刚: 奋力实现黄果树景区大提质

天眼文旅论坛: 10年两次下发国发2号文件,对黄果树景区旅游发展带来怎样的影响?

余刚: 国发〔2012〕2号文件对贵州旅游发展提出战略性定位。10年内,现代综合交通体系的构建,为黄果树景区实现接待游客人数井喷式增长打下基础,推动景区加大基础设施改扩建的力度,景区内外服务设施焕然一新。另外,通过不断摸索,黄果树智慧景区项目建设初现雏形。10年后,国发〔2022〕2

号文件再次把做优做强黄果树等高品质景区提上议程,进一步指明黄果树景区的发展方向,进一步增强黄果树景区转型升级的信心,投身国际旅游山地目的地建设。

天眼文旅论坛: 黄果树景区如何通过提质升级做好产品,精准营销引客、留客,来提升旅游消费?

余刚: 黄果树景区自开园以来,始终在谋求景区与生态的和谐发展,从环境整治、车辆管理、人车分流、服务质量培训、基础设施

建设等方面对景区进行全方位、多层次的升级改造。特别是从2019年起,黄果树景区从核心景区的封闭管理到三大景区的入口改造,再到实名制分时预约,景区倡导“无预约、不旅游”的旅游新时尚,实现智慧景区运营管理新模式。

未来,黄果树景区将以旅游产业化发展为契机,以黄果树渠道、品牌优势为抓手,以安顺景区联动为着力点,积极探索并实践“黄果树+”“黄果树”的旅游模式。一是针对重点客

源市场、潜力市场,不同人群类型推出相应的定制化系列产品;二是打造体验性强、参与感高的活动吸引年轻群体,不断延长游客留在安顺的时间;三是与其他优秀企业进行异业合作,资源互换,互为补充,输送客源;四是延续黄果树特色文化,举办黄果树民俗活动;五是充分利用媒体渠道的权威性和可靠性的优势,改变市场对黄果树的刻板印象,新定义“黄果树”的旅游模式。

天眼文旅论坛: 未来,黄果树

景区如何利用好文件里其他旅游相关政策,做大做强旅游产业?

余刚: 我们将结合省市相关政策,抓机遇、解难题、促发展,壮大多元化旅游市场主体,实现旅游服务质量总体提升,围绕黄果树核心资源,不断发挥优势,积极发展景区业务,丰富经营业态,推动配套交通板块、酒店板块、旅游商品板块、互联网+旅游板块提质增效,充分带动周边低效闲置资产盘活,奋力实现黄果树景区旅游大提质。

谔利: 将“贵银”打造成具有地域符号的旅游商品

天眼文旅论坛: 打造“贵银”品牌,实现“贵银”产业化,贵州有着怎样的机遇?

谔利: 贵州是民族文化大省,而民族传统手工艺在其中显得十分突出,我们正在推动的“贵银”产业工程,就是紧扣这一点来谋划和布局的。打造“贵银”品牌,不仅推动保护与传承上一个新的台阶,重要的是产业化之后的“贵银”能够带动整个贵州民族传统手工艺的

发展和壮大,让贵州旅游商品在中国乃至国际旅游市场上焕发光彩,其意义已超出“银”本身。

天眼文旅论坛: 用文化引领贵银产业发展,要从哪些方面发力?

谔利: 依托贵州本土文化元素,分层次分类型打造完整的“贵银”产品体系。一是从销售方式分类,打造外宣系列产品,培育打造贵州对外交往的首选礼品。二是从原材料分类,推出银和“银+”其

他贵州特色元素产品系列,“银+”系列着重开发银+水晶、银+玉、银+刺绣等特色产品。借助省内高校的设计、文化资源,共同进行产品研发。整合省内外优秀设计团队,建立贵银创意设计中心,以提升产品研发核心竞争力。

天眼文旅论坛: 大数据为产业发展插上腾飞的翅膀。我省如何利用大数据手段,构建扎实的产业后台?

谔利: 为构建以信息化为支撑

的“贵银”公共系统,我们委托多彩贵州睿至启动建设“贵银”公共智慧服务体系,作为贯穿“贵银”公共品牌发展始终的基础性工作。公共服务体系搭建将包含“数据流”+“政策流”+“金融流”互通的信息化建设,同时贯穿品牌监管质量监控手段,形成“三流加一管”的信息化平台架构。系统将通过大数据手段整合原材料供应、设计生产、版权保护、销售渠道、支

付工具、金融融资、商品物流、产品溯源等供应链模块,不断延伸“贵银”产业链,通过协调助力产业链上各个市场主体,最终建立规范化共建共享的产业资源市场体系。目前,第一阶段的贵银产品二维码溯源系统的开发已初步完成,现处在试用阶段。使用调试完毕后,将组织子品牌,普及系统的使用及二维码的必要价值,进行全面的推广应用。

朱曦: 抢抓机遇助力旅行社行业做大做强

天眼文旅论坛: 国发〔2022〕2号文件给贵州旅行社带来了哪些发展机遇?

朱曦: 文件给贵州提出了新的战略定位。其中,打造西部大开发综合改革示范区,要激发各类市场主体活力。随着全面优化营商环境、促进中小微企业融资增量扩面等政策的落地,作为旅游业市场主体的旅行社,发展活力、动力都会增强。

其次,巩固拓展脱贫攻坚成果样板区,给旅行社未来发展指明了

方向: 加强融入乡村产业,将民族村寨、传统村落和历史文化名村名镇的保护和发展与旅游线路产品的设计、推广和服务结合,创新发展。通过与农业龙头企业、农产品流通企业及大型商超的合作,发挥旅游业获客和导流的优势、导游员讲解及带货的特长,推动“黔货出山”,助力乡村振兴。

另外,打造内陆开放型经济新高地,贵州对内对外通道将进一步畅通,旅行社获客能力有望升级;

市场半径外扩,“全年游客接待人次”和“旅游消费收入”两项指标也将随之增长。

在创建数字经济创新发展试验区过程中,可推动贵州旅行社企业在数字经济与实体经济融合发展的进程中,实现企业的升级,助推产业发展。

再有就是在打造生态文明建设先行区工作中,坚持生态优先,给旅游发展厚植家底。旅行社可大力推广山地旅游、森林康养旅游、自

然生态保护主题旅游和珍稀濒危野生动植物拯救保护研学旅游等特色产品,将绿水青山变为金山银山。

天眼文旅论坛: 省内旅行社如何利用好文件精神为贵州引客?

朱曦: 从国发〔2022〕2号文件中,可以看到促进文化产业和旅游产业的繁荣发展有几个关键词,如“红色”“旅游品牌”“民族、乡村特色”和“数字化”等,给旅行社指明了工作方向和重点。

省内旅行社可定向研发相

关主题线路产品,主动做好符合产品需求的人员培训和人才储备,积极推广推介升级后的高品质旅游景区,强化贵州旅游品牌形象,深度参与民族、乡村特色旅游产业发展。

在旅游六要素打造中着重发展民族文化创意产品和旅游商品,协同推动贵州文创和旅游商品品牌建设。同时加快企业自身数字化建设,用好数字化转型,升级旅游线路产品,满足游客基于安全和便利的疫后需求。

新国发2号文件与贵州文旅新机遇
天眼文旅论坛第二期

嘉宾

王伟
携程集团副总裁

莫志刚
贵州省住房和城乡建设厅村镇建设处负责人

金颖若
贵州大学旅游与文化产业学院教授

余刚
贵州黄果树旅游集团股份有限公司党委书记、副总经理

谔利
贵州省银业协会会长、贵州多彩贵州文化创业有限公司副总经理

朱曦
贵州省中国青年旅行社有限公司总经理

本期主持人
周清
贵州日报天眼新闻记者