经济日报 ECONOMIC DAILY

2020年，文旅产业破困局迎复苏

本报记者 张 雪

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复业，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。

关键词 预约制

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，预约旅游可以避开排队购票，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。

关键词 数字文化产业

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，可以随时随地的享受文化大餐……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型业态、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。

关键词 文旅扶贫

助力扶贫增收

6月，在文化和旅游部、商务部、国务院扶贫办的支持下，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。

关键词 定制游

“小而精”迎新机

7月，《关于推进旅游企业扩大复工复业有关事项的通知》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。

关键词 夜经济

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。

关键词 云旅游

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。

在位于乌鲁木齐市的新华书店新华国际图书城，市民在选购图书。 新华社记者 丁 磊摄

文化新业态释放新动能

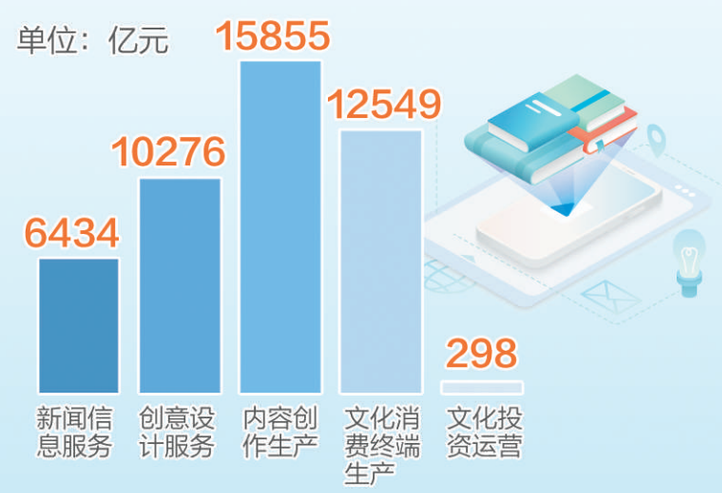
前三季度

文化新业态特征较为明显的16个行业小类

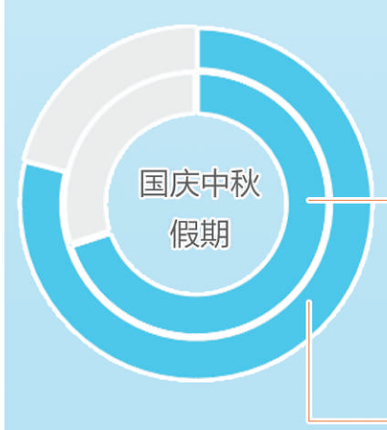
实现营业收入21229亿元

比上年同期增长

21.9%



旅游市场稳步恢复



实现国内旅游收入

4665.6亿元

按可比口径同比恢复

69.9%

全国共接待国内游客

6.37亿人次

按可比口径同比恢复

79.0%

非遗助力扶贫

目前，国家级贫困县设立非遗扶贫就业工坊近1000家

今年非遗购物节当天，各大平台

- 非遗产品下单数 超300万笔
- 销售非遗产品 超过800万件
- 成交金额 近4亿元

图① 蜡染艺人在贵州省从江县周末非遗扶贫集市上展示蜡染技艺。 吴德军摄（新华社发）

图② 浙江省湖州市吴兴区东林镇泉益村的立体墙绘，也是村庄景观提升的重要举措之一。近年来，泉益村积极改善村居环境、挖掘历史文化、建设发展乡村休闲旅游，努力打造“特色品牌型”美丽乡村精品村。 新华社记者 徐 昱摄

在产业变局中开新局

戴 斌

受新冠肺炎疫情影响，2020年上半年有组织的旅游活动全面停滞，直到第三季度散客出游筑底回升，跨省旅游业务恢复，消费和投资信心得以全面提振，发展动能得以集聚和创新。从旅游经济分季度景气指数来看，第三季度开始已经恢复了环比增长的趋势，全年总体呈现深U形走势。预计全年入出境旅游市场同比下降九成左右，国内旅游人数和旅游收入同比下降五至六成。

过去的一年中，旅游休闲消费需求发生了转变，自驾、亲子、近程、安全和品质成为旅游消费的关键词，也是旅游市场日益增长的核心诉求。出不了远门，人们就在近程休闲，欣赏身边的美丽风景，体验日常的美好生活。参加不了旅行团，人们就和家人一起自驾远行。一项关于疫情过后计划和谁一起出游的专项调查表明：42%的受访者选择和家人一起出游，23%的受访者选择与好友结伴旅游，22%的受访者愿意和单位、班级、社团等集体出游，11%的受访者计划独自旅游或与驴友一起自助游。出游动机中，休闲度假需求首次超过观光游览，占比达29%。疫情期间，居民出游以放松休闲为主，基于自驾、自助方式的家庭及亲友休闲娱乐成为市场头部产品，“无接触”旅游备受青睐。清明、五一、端午、国庆、中秋等节假日期间，游客对个性化和品质化旅游产品的需求进一步增长，度假型酒店价格上升明显。一单一团、专车专导的“私家团”服务人次同比增长四成以上。前三季度全国游客满意度综合评价指数明显提升，达到80分以上的满意水平，散客市场表现更为明显。

过去的一年中，数字化驱动的智慧旅游有效拓展了国民旅游休闲空间，旅游治理水平得到了明显提升。以互联网、大数据、人工智能为代表的科技创新让旅游目的地从线下走上云端，直播催生的“云旅游”极大丰富了人们日常旅游休闲活动，满足了旅游消费对内容创新的需求。互动、沉浸、立体的数字科技与文化艺术结合，极大丰富了旅游消费场景。“预约、限量、错峰、有序”成为旅游出行新常态，旅游治理水平加速提升。国庆、中秋节假期，94%的5A级旅游景区实施了分时预约制度，82.8%的游客不同程度体验了预约，“无预约不出游”已经成为游客普遍共识。扫码入园、刷脸通行、无接触服务等数字技术在行程安排、游客分流和疫情防控等方面发挥了积极而有效的作用。

过去的一年中，避暑旅游、冰雪旅游、夜间旅游、亲子旅游、美食旅游、研学旅游、自驾旅游等新型消费需求潜力加速释放。游客更加倾向去人少一点的地方旅游，空间广阔、生态环境良好、交通基础设施完善的西部旅游目的地渐成旅游市场热点，青海、甘肃、云南和海南等地区成为最受欢迎的自驾旅游目的地。全国5A级景区夜间开放率达22.8%，4A级景区夜间开放率为20.4%。8月份，旅游景区的夜间游客量是1月份的1.76倍。

随着“十四五”规划的实施，明年旅游经济将从全面复工复业走向消费、投资全面复苏，大众旅游新需求、智慧旅游新业态推进产业迭代和服务升级，全年发展预期相对乐观。融入国家和区域发展战略，千方百计扩大国内旅游消费，一手抓市场下沉，一手抓消费升级；以科技创新推进产业升级，建设现代旅游业体系；提升“互联网+监管”治理体系和治理能力现代化，推进文化和旅游融合发展，推进旅游业高质量发展，将是2021年旅游工作主旋律。

（作者系中国旅游研究院院长）

本版编辑 陶 玛