

核心话题

# 免费之外 旅游业应在“体验经济”发力

对于近年来屡受新冠肺炎疫情影响的国内旅游业而言,今年6月相比以往承载了更多的特别意义。上海等地社会生活逐步复苏,势必为旅游消费市场提供增量,而上半年最后一个小长假——端午节以及下半年时间跨度更长的暑假,被国内众多景点寄予厚望,希望通过各种优惠举措吸引游客。

5月29日,张家界宣布2022年暑期旅游优惠政策,即日起至2022年12月31日,张家界大峡谷景区、张家界七星山旅游度假区对全国游客实行门票免票优惠。2022年6月1日至8月31日,张家界武陵源景区、天门山景区等对在校学生(含研究生)实行景区门票免票优惠。此前,其他地区亦相继出台类似举措。近期云南省文化和旅游厅连发7个实施方案,“以奖代补”切实促进旅游市场恢复。秦皇岛市也表示要“让旅游景区‘强起来’、让旅游商品‘热起来’、让旅游民宿‘火起来’”三位一体统筹推动旅游业

文/毕舸



作者为财经评论员

个体旅游是感性的产物,然而旅游业则需要更多的理性思考,为游客们提供全新的体验和服务,创造出更多细分赛道,从而改变以往靠门票收入主导的单一模式。

恢复发展。

旅游业无疑是近年来受疫情影响较大的行业之一,根据文化和旅游部公布的数据,2020年国内旅游人数28.79亿人次,同比下降52.1%;2021年,国内旅游

总人次32.46亿,同比增长12.8%,恢复到2019年的54.0%;2022年一季度,国内旅游总人次8.30亿,比上年同期减少1.94亿,下降19.0%。在国家发展改革委等14个部门2022年2月发布的《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》里,旅游业与餐饮业、零售业、公路水路铁路运输业、民航业等一并被纳入“服务业领域困难行业”范畴。

旅游业如何重振,成为摆在所有相关从业者面前的命题。景区门票价格优惠或者免费举措当然是最直接吸引游客的举措之一。毕竟,国内部分景区门票价格较高,成为影响游客前往的无形门槛,虽然门票降价或者免费会让景区损失部分收入,但游客的吃住行一条龙需求能带动相关产业链,同时能够聚拢人气,形成口碑传播效应,为后续吸引更多游客奠定基础。

但是,仅仅依靠门票降价或者免费来提升旅游业景气是不够的。疫情前,国人出境旅游

人数不断攀升,在不少国家地区的人均消费额并不低于甚至高于国内。而能够吸引游客买单的,除了独具特色的各国风情,也包含了全过程消费体验的提升,这恰恰是部分国内景区的短板。

体验是旅游的价值核心,人们从一个熟悉的地方前往另一个陌生的地方,期待获取的不仅是新鲜感,还有更为开放的生活方式,包括旅游过程中接触的人、事、物。旅游产生的所有细节体验,最终构成了游客对于景点以及生活的感受与认知。

因此,旅游业应该带来更丰富的体验内涵,从而形成提供更多价值回报、带来更多产业延伸的体验经济形态。

让更多人“看到”是景区吸引游客的关键所在。尤其是随着短视频、直播等行业的兴起,线上直播、录制旅游短视频能带来很多人气,笔者就在某短视频平台关注了好几个旅游博主和导游,旅游博主可以帮助我们先行体验不同的景点,导游通过解

说让我们对千里之外的某个景点有了更深入的了解,景点与旅游博主、导游等自媒体大V合作“云”旅游,可以以很低的成本完成品牌宣传和特色展示,让更多人慕名前往。

线上内容展示拉动线下游客前往之外,景点就应当提供更多的旅游模式。对景区而言,通过联合专业团队,策划设计景区内各种新游玩设施、新游玩线路,形成形态丰富的旅游内容供给,增加游客的停留时间,为其带来更多样化的游玩感受,就能进一步升级产品层次,提升其美誉度。

同时,除了门票价格的适度优惠及免费举措外,景区也要在打造平价餐饮、住宿上下功夫。去年某景区饭店多年不变的“十元快餐”引发热议,也反映出很多游客对于景区旅游消费价格的“敏感”,希望能够获得更多价廉物美的商品和服务。景区要引导经营者做好长线经营,避免因高价吓退游客,甚至引发“宰客”之类负面新闻,如此才能形

成门票、住宿、餐饮平价化的联动效应。

此外,积极研发更符合当下年轻人需求的个性化、定制化旅游服务模式,也是国内旅游业的发展方向。今年“露营经济”火爆,越来越多游客喜欢野外扎营,景区可以推出针对性的露营配套服务,比如帐篷、天幕、桌椅、露营车、充气气垫、充气沙发等基础装备,餐具、炉具、菜刀、菜板、水桶、冰箱等厨房装备,还有氛围灯、投影仪等氛围装备,吃、喝、玩、睡,一应俱全,让游客实现无需携带相关设备就能空手体验的“便携式”露营服务,也就能带动更多游客前来。

个体旅游是感性的产物,然而旅游业则需要更多的理性思考,为游客们提供全新的体验和服务,创造出更多细分赛道,从而改变以往靠门票收入主导的单一模式,发展成为高中低层次不同、兼顾不同年龄收入人群的体验经济,如此才能加速复苏,获得更长远的发展。

养老中国

# 老龄阅读:形式VS内容VS功能

阅读是人类特有的活动之一。在阅读中,无论年龄高低,人们都可以探索精神世界,寻找乐趣、汲取知识,进而转换到物理世界之中。随着人口老龄化的快速发展,老龄群体的阅读也越来越受到社会的关注。

我们看到,一批以老龄生活为题材的出版物、一批以老龄作者为代表的创作者、一批以老龄群体为主要参与对象的银龄读书会,正如雨后春笋般涌现出来,在各个社交平台和各种线下空间广受欢迎。

与此同时,政府和有关部门也越来越重视老龄群体的阅读。

2021年,中国老龄协会连续第八次开展的“向全国老年人推荐优秀出版物活动”提格扩容,中国出版协会首次成为主办单位,韬奋基金会、中国编辑学会、中国新华书店协会等首次参与联合协办,推荐榜首次登陆北京图书订货会。

12月,国家新闻出版署印发《出版业“十四五”时期发展规划》,提出保障特殊群体基本阅

文/李佳



作者为盘古智库老龄社会研究院副院长,老龄社会30人论坛成员

在推动老龄阅读的过程中,要让阅读不仅限于“独乐乐”,而是实现更大范围的“众乐乐”。只有这样,才能真正践行积极应对人口老龄化国家战略的题中之义。

读权益,包括丰富老年人、进城务工人员、农村留守妇女儿童的阅读资源供给,保障特殊群体的出版文化权益。

2022年2月,国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》,要求扩大

老年文化服务供给,鼓励编辑出版适合老年人的大字本图书。

4月23日“世界读书日”当天,首届全民阅读大会在北京举行,会上专门举办了以“关注老年阅读、关爱老年生活”为主题的银龄阅读分论坛。同时,咪咕阅读、当当网等同步在线推出了“2021年向全国老年人推荐优秀出版物活动”数字阅读及购书专题,微信读书同步推出了“老年阅读书单”。

5月17日“世界电信日”期间,多个阅读App推出“适老版”,以大字体、听书等功能助推老龄数字阅读。

无独有偶,当我们观察日本的人口老龄化进程,也能看到老龄阅读的兴起。1994年,日本65岁及以上人口比重达到14%,进入中度老龄社会。同年,关于“老、病、死”的书籍开始热卖,以“死亡”为主题的《大往生》,以“疾病”为主题的《癌症重发》,以“代际关系”为主题的《日本最短的写给母亲的信》等3本书全部入选当年十大畅销书。此后,临

终关怀医院医生撰写的《人生应该这样度过》,百岁作家撰写的《103岁之后明白的事情》,预测日本老龄化影响的《未来年表》,等书相继入选年度畅销书,引发了一轮又一轮的浪潮。更有意思的是,一些畅销书的作者都是60岁之后才发表处女作的“老龄”新作家。有分析认为,在日本,受中老年读者支持的书籍更容易登上畅销书榜。

那么,在推动老龄阅读的过程中,有哪些是我们需要关注的呢?

一是阅读的形式。目前,很多人将推动老龄阅读的重点放在字号的大小、字体的选择、颜色的搭配等排版层面,以及听书、直播讲书等功能层面。实际上,阅读的形式还有很多可以改进的地方。例如注解,有的是缩小字号置于页下,有的是统一附在文章后面,不光是老龄群体,连年轻人读起来都不是很方便。再如数字阅读,我们虽然强调了听书和直播讲书,但相关推荐工作并没有跟上。“向全国老

年人推荐优秀出版物活动”以往曾设有“电子音像”类,直到2020年才取消。应该说,取消是适应时代发展变化的,但遗憾的是,目前并没有向全国老年人推荐的优秀微信公众号和视频号。

二是阅读的内容。比形式更重要的,当然是内容。目前,我们的老龄读物大致被分为人文历史、养老保健、老年生活、娱乐休闲、文学艺术等几大类。这些分类过于传统和笼统,已经很难适应现在的阅读需求。我们可以把实体店和当当、京东等网站对比一下,就可以看出其中的差距。另外,这些分类还客观上影响和限制了阅读内容的创作,将人们的目光局限于钢琴书画、花鸟鱼虫的传统老龄生活当中。为什么不能有如何创建社会组织、如何继续参与社会的管理营销类书籍呢?还有内容的可视化设计,也是被人们忽视的地方。从国外的阅读实践看,思维导图、漫画的应用能够极大地方便老龄群体的阅读。

三是阅读的功能。比形式

和内容更重要的,其实是功能。文章开头我们就说,阅读的重要功能之一,是将精神世界的收获折射到物理世界之中。一位朋友曾举了这样一个例子:奶奶要带孙子读世界名著,妈妈表示很担心。于是奶奶给妈妈讲了自己的阅读心得。妈妈听傻了,然后说以后孙子的读书就全交给奶奶了。我想,这个案例充分说明了阅读的功能。实践中,有的银龄读书会组织了领读、跟读、共读等读书活动,还有的组织了戏剧表演等文艺活动,不仅能够让老龄群体在彼此之间建立联系,还能够让老龄群体在代际之间、其他群体之间建立联系,使老龄群体在家庭之中、群体之中、社会之中重新找到了归属感。

因此,在推动老龄阅读的过程中,要让阅读不仅限于“独乐乐”,而是实现更大范围的“众乐乐”。只有这样,才能真正践行积极应对人口老龄化国家战略的题中之义。

自由谈

# 扫厅堂下厨房之外,劳动教育还有哪些新内涵?

你多大时学会做饭的?面对这个问题,已经成年的“90后”“00后”恐怕不好回答。在餐饮业高度发达、外卖服务遍地开花的当下,“会做饭”已然成为一种稀缺技能。不少人对做饭的热衷,仅限于“朋友圈厨艺大赛”举办时刻。

这种状况,或许将在更年轻的一代身上发生改变。前不久,教育部正式印发《义务教育课程方案》,将劳动从原来的综合实践活动课程中完全独立出来,并发布《义务教育劳动课程标准(2022年版)》。其中,将劳动分为日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动三个板块,日常生活劳动包括清洁卫生、烹饪、整理收纳等,生产劳动包括农业生产、传统工艺制作等,服务性劳动则包括现代服务业劳动和公益劳动与志愿服务。

以烹饪为例,不同年级的学生需要掌握不同烹饪技能,如三四年级的学生要会煮鸡蛋、水饺,五六年级的学生要会做西红柿炒鸡蛋,初中生则要设计一日三餐的食谱,独立制作午餐或晚

文/王钟的



作者为媒体评论员

随着我国劳动力成本优势的削弱,人口老龄化程度加深,服务业价格可能水涨船高。年轻一代掌握更多劳动技能,有利于应对时代的变化。

餐中的3~4道菜等。对鲜少走进厨房的孩子来说,新出台的劳动课程标准不仅新鲜,也在很大程度上充满挑战。

平心而论,劳动课程的不少项目都可以找到专职人员“代劳”。现代社会的特征是高度分工,拿餐饮业来说,城市里到处都是餐馆,外卖服务更是遍地开花。人们难免会提出这样的疑问:点个外卖省时省力,为什么

还要学习做饭?

对于生活中的劳动技能而言,人们可以“备而不用”,但很难在必须使用时“临时抱佛脚”。受新冠肺炎疫情影响,很多人过上了足不出户的居家生活。在这样特殊时刻,掌握更多劳动技能,对保障生活质量有很大帮助。即便不是因为疫情,会做几道拿手菜、会种植几种蔬菜、掌握一两门手艺,不仅能给生活加分,也是一种陶冶情操的好办法。“一屋不扫,何以扫天下?”我国传统文化对人的劳动同样抱以很大期许。

随着我国劳动力成本优势的削弱,人口老龄化程度加深,服务业价格可能水涨船高。在生活质量整体更高的发达国家,亲力亲为的劳动依然是普通人的生活常态,点外卖、上门家政等有偿劳动服务反而是偶然为之的享受。年轻一代掌握更多劳动技能,有利于应对时代的变化。

尽管中小学很早就有劳动教育相关课程设置,但过去的“劳动课”,要么是集体参与的大

扫除,要么是简单的手工课。整体来看,学生参与度和体验度不足,课程实用性也有所欠缺。学生在劳动课取得好成绩,在生活中却未必熟悉一针一线。如今,教育部门丰富劳动课程内容设置,有利于切实提升学生劳动能力。过去,劳动教育更多被认为属于家庭教育的职能,但是,如今年轻的家长可能自己对劳动技能都比较陌生,由学校主导实施专门的劳动教育有很大必要。

与发达国家相比,我国劳动教育的范围、深度和强度尚有差距。比如,从2008年9月起,英国将烹饪课列为11~14岁学生的必修课,规定所有学生必须学习且通过,不及格就不能毕业。德国的劳动教育同样重视家政实践,学生不仅需要学习和掌握烹饪、清扫等劳动技能,还要学习理财、营养知识等常识。总而言之,让学生掌握创造美好生活的能力,是劳动教育追求的理想目标。

需要注意的是,劳动教育不是为了考核,不能成为形式上的“走过场”。劳动教育追求的应

当是“人人合格”“人人过关”。对于多数普通人来说,掌握烹饪技能不是为了当大厨,而是为了自己和家人吃上一口热乎乎的家常菜;学会种植技能也不是为了成为职业农民,而是能够补充生活所需。因此,学校实施劳动教育要耐心对待每一个学生,而不能将劳动课程当成纳入考试排名的新指标。

劳动创造生活,劳动更能带来乐趣。对于真正热爱劳动的人,劳动过程本身就是一种享受。当前,很多城市“打工人”在工作之外,常常感觉缺乏享受生活的时间,对家务劳动自然也“对付着过”。创造更好的劳动氛围,需要将更多人从“内卷”的压力中解放出来。推广劳动教育,也呼唤张弛有度的社会生活,让青少年对未来展示劳动技能充满信心。

在机器和技术不断替代人力的现代社会,劳动课程设置也应与时俱进,跟时代发展同频共振。与过去的劳动课相比,新近出台的《义务教育劳动课程标准(2022年版)》加入了

三维打印技术、激光切割技术、智能控制技术等技术应用的内容,给劳动注入了新内涵。我国要保持制造业大国的优势,需要培养和发掘一批“大国工匠”,劳动教育有助于引导青少年形成对技术岗位的兴趣,为制造业输送新鲜血液。

与此同时,劳动课也不能抱残守缺,拿落后的劳动方式要求下一代。比如,洗衣机已经替代了多数手洗衣服的工作,家用吸尘器也越来越普及,学会使用和维护机器同样属于劳动。借助现代技术的便利性满足生活实际需求,这样的劳动才是接地气的。

马克思认为:“劳动已经不仅仅是谋生的手段。而且本身成了生活的第一需要。”开展劳动教育,不是让学生“吃苦”,而是让学生从劳动中找到获得感、谋求一种自我实现。当代青少年群体中,“躺平”的是极少数,不懈奋斗的是大多数,劳动教育就是旨在启迪青少年参与奋斗、感受奋斗。从劳动中感悟生活,生活也会报之以歌。