

用好政策“加减法”积极应对“拓新机”—— 文旅市场显现回暖势头

文化和旅游部产业发展司副司长马力近日在文化和旅游部第二季度例行新闻发布会上表示,随着各项政策措施持续发力和疫情得到有效控制,6月以来,各地文化和旅游活动逐步恢复,市场开始回暖。多家旅游平台数据也显示,暑期旅游产品订单量大幅上涨。

据了解,面对疫情冲击等影响,有关部门和地方高效统筹疫情防控和文旅企业经营发展,推动市场加快恢复。许多文旅企业在用好减税降费、稳岗返还、金融支持等纾困政策的同时,结合市场变化和自身实际,加快创新和转型步伐,积极寻找脱困之策,巩固回暖向好势头。



(网络图)

人气回升 市场回暖

7月16日正值周末,铜官窑古镇景区游客服务大厅内,游客们依次排队、验票、出示核酸检测阴性证明、测量体温;在黑石号特技秀、铜官窑水秀、飞行影院、戏楼等热门场馆,值班经理安排专人维护现场秩序,引导游客有序进入、避免聚集……

随着暑期来临,湖南长沙铜官窑古镇的游客逐渐多了起来。唐风古巷中,花神巡游、国风舞蹈、国风亲子秀、乐队演奏等引得众人纷纷驻足。古镇夜幕下,民间绝技“火龙钢花”带来“漫天星辰”,激光焰火水舞秀《梦幻铜官窑》浪漫魔幻,令游客流连忘返。

“人气正在上升,颇有回归正常的感觉!”铜官窑古镇副总经理张宁告诉记者,进入7月,景区客流和收入持续提升。截至7月15日,铜官窑古镇当月客流同比增长35%,运营收入同比增长51%。

多家旅游平台数据也印证了文旅市场的回暖势头。

携程数据显示,截至7月12日,近半个月通过携程预订暑期旅游产品的订单总量环比上涨超九倍;机票暑运搜索指数已追平2019年;酒旅市场回暖至去年七成;亲子游进入暑期预订高峰期,亲子酒店预订较疫情前增长20%。携程暑期国内私家团订单量超过2019年同期,增长28%;暑期国内定制游订单量也超过疫情前,增长37%。

景区方面,同程旅行数据显示,7月9日,四川九寨沟景区本年度单日游客首次突破2万人,黄龙、四姑娘山景区单日接待游客也突破1万人。

酒店方面,在去哪儿网平台上,7月首个周末酒店预订量环比增长23%,较2019年疫情前同期预订量增加14%,也超过2021年同期预订量。飞猪平台上,从“618”大促结束至今,大促中售出的酒店套餐核销过夜数一直保持同比翻倍增长态势。

“从目前的酒店、旅游等数据的上升势头来看,如果全国疫情形势持续平稳,今年暑期有望迎来一个旅游旺季。”去哪儿网首席营销官黄小杰认为。

政策含金 减负纾困

受疫情影响,文旅行业承受较大压力。今年以来,从中央部委到地方,密集出台了一系列纾困举措。

在企业经营压力下做“减法”。今年2月,国家发展改革委等14部门联合印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》。5月,国务院印发《扎实稳住经济的一揽子政策措施》,对文化、旅游等困难行业给予更大支持力度。文化和旅游部调整暂退旅行社旅

游服务质量保证金政策,将保证金暂退比例提高到100%。

“以上这些政策涵盖税费、社保、金融、房租、水电气网成本、政府采购等多个方面,帮助企业降低经营成本,减轻经营压力。”马力说。

各地在落实各项帮扶政策的同时,还结合实际推出企业奖补、费用减免、防疫消杀支出补贴、停工稳岗补助等措施,加大帮扶力度。比如,福建对综合考评排名前100名的

旅行社和前50名的景区、度假区,给予最高50万元的纾困补助。山东建立重点文旅企业项目融资需求库和中小微文旅企业融资需求库,精准解决企业融资困难。

“今年上半年我们申报了稳岗补贴30.63万元,社保延缓缴纳120万元,到账见习补贴13.2万元。”西宁新华联童梦乐园总经理何伟说,受益于一系列纾困政策,企业资金压力得到较大缓解。

营造环境 开拓新机

在政策性减负的同时,在促进旅游市场复苏上则做起“加法”。今年5月,文化和旅游部根据疫情防控形势,将跨省团队旅游“熔断”区域进一步精准到县域,促进文化和旅游市场安全有序恢复。

抢抓暑期旅游黄金季,各地统筹做好疫情防控和文化旅游业恢复发展,通过实施减免景区门票、发放文旅消费券等举措,提升消费意愿、促进市场复苏。比如,北京市文化和旅游局从7月10日开始至9月底,将分批次向消费者发放总额不超过3000万元的京郊住宿消费券,并推出“微度假”旅游品牌和精品线路等。

一手抓防疫、一手抓发展,创新转型成为不少文旅企业的选择。

“要主动顺应常态化疫情防控下文旅消费新趋势。”何伟说,景区坚持做好值班、巡查、清扫、全方位防疫等工作,实时监控景区人流量,室内场馆新风系统24小时运行。与此同时,鼓励游客采取线上预

约、无接触支付形式购票。

“公司加大对年轻客群的开发力度,积极拓展特色休闲渠道业务。在瞄准假日经济的同时,丰富活动种类及频次,有效为淡季和周中引流。下一步还将加大研学游、暑期夜游等拓展力度。”张宁说。

采取多种灵活经营方式,根据运营需求按时按量按量控制能耗;与省内优质酒店、景区深度合作;加强抖音、直播等线上营销的模式探索……应对疫情带来的经营困难,湖南海外旅游有限公司打出控本节支、深挖资源、深入转型的组合拳。

这家公司的董事长蒋燕妮介绍,他们一手拓市场抓流量、一手推产品提质量,提高市场竞争力。

张宁介绍,铜官窑古镇在景区宣传推广、产品内容提升、服务提质增效等方面加大力度创新。比如,上半年与超100家旅行社开展优惠活动,与14家电商平台合作开展联合营销活动。

今年,铜官窑古镇开始搭建直销电商团队,并加入社群运营。5月以来,其抖音官方账号累计直播17场,直播间销售额达45万元。“下半年我们还将增加直播场次以及呈现方式,如通过周末游常态化直播、探店式业态直播、大景别慢直播等提升获客数量。”张宁说。

马力表示,文化和旅游企业还面临较大困难,稳市场主体、保就业压力仍存,还需要继续帮一把、扶一程。

近日,中国旅游景区协会、中国旅行社协会、中国旅游车船协会联合推出《中国旅游景区“纾困提振”行动方案》,推出包括送培训、送业态、送产品、送技术、送客源等在内的“十送”服务。

在支持文旅行业创新发展上,文化和旅游部表示,将推动微旅游、露营游、线上直播等新业态、新模式加速发展,大力培育文化和旅游领域创新型市场主体,提升行业数字化水平,催生新发展动能。

(据新华网)