

避暑游“走俏” 体验游重融入

——暑期旅游新动向观察

□ 新华社记者 解园 陈爱平 董宝森 杨淑君

学思想 强党性 重实践 建新功

切勿“压实”到会议里、“落实”到文件中

□ 新华社记者 刘怀丕 翟濯

“不怕苦、不怕累，就怕无尽无休开滥会；愿冲锋、愿陷阵，不愿没完没了唱空文。”记者近日在基层采访时听到这则顺口溜，不少干部群众对会风、文风中仍存的形式主义痛心疾首。当前在全党深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育要求“把纠治形式主义、官僚主义摆在更加突出的位置”，针对以会议贯彻会议、以文件落实文件的歪风痼疾，有必要再加大气力根治。

会议是沟通意见、形成决策的有效方式，文件是下达政令、处理公务的重要手段。关键问题不是会长会短、文多文少，而是有没有推动工作进展、解决实际问题。开会、发文是手段不是目的，不可本末倒置。工作没取得实效，问题没得到解决，开再多的会，发再多的文，都是无用功。干部累得够呛，还让群众留下不办实事的坏印象。

从中央八项规定提出精简会议活动和文件简报，到把“单纯以会议贯彻会议、以文件落实文件”列入《中国共产党纪律处分条例》的禁止性条文，再到为基层减负严格控制层层发文、层层开会……近些年，我们党出台一系列举措，大力破除会风、文风中的形式主义，让基层干部摆脱束缚、放开手脚，激发了担当作为的内生动力。但是会风、文风中的形式主义积弊非一日之寒，有时还会冒出新变种、新苗头，解决起来也非一日之功。

会风、文风中的形式主义背后是功利主义、实用主义作祟，政绩观错位、责任心缺失。有的急于向上表态，但凡上级会议要求，顾不上消化吸收，一律先开会传达，事不过夜表决心，满嘴空话讲落实。有的向下推责，脑子里满是“开会就是重视、发文即为落实”那套逻辑，至于基层怎样落实，效果具体如何，都与己无关，日后督查追责起来，但求有会议和文件护身。有的甘于当和尚撞钟，把上级部门开过的会重开一遍，把上级部门的文件重读一遍，把上级领导的讲话复述一遍，觉得做“传声筒、复读机”最保险，既不想出彩也不想出错。

空谈误国，实干兴邦。党员干部要把心思放在解决实际问题上，多到人民群众需要的地方去，把情况搞清楚，把症结分析透，把对策想明白，出实招、办实事、求实效。上级部门在检查工作时，也不能简单以开过多少会、发过多少文，来定性干部对工作的重视程度，去评判地方工作的好坏；应具体看工作实绩，看人民群众得到多少实惠。与此同时，还要完善科学规范的干部考核评价体系，形成激励干部求真务实的有效机制，使真干事的干部不吃亏、受重用，决不让那些做样子、混日子的“官油子”得势得利。

会风、文风连着党风、政风。以开展主题教育为契机，积极落实“重实践”要求，以学促干，匡正干的导向，增强干的动力，树立起真抓实干的正气，党员干部才能以自己的“辛苦指数”提升老百姓的“满意指数”。

(新华社北京7月17日电)

暑期以来，随着我国进入一年中温度最高的“三伏天”，各地旅游市场复苏明显。记者在全国多地调研发现，避暑游、研学游、亲子游等个性化旅游市场的供给更加丰富，游客们的出行观念也从“参观打卡”演变为更注重体验的“沉浸式”出游。



7月5日，孩子们在山西省介休市张壁古堡景区体验拓碑。(新华社记者 解园 摄)

“避暑游”热度空前

刚刚入伏，位于城市中心的江漫滩湿地——黑龙江哈尔滨太阳岛风景区，来自全国各地的游客络绎不绝，人们一边品尝特色冷饮，一边拍照打卡，享受着夏日的惬意。

“哈尔滨夏季温度很舒服。今年全家来体验一下冰城之夏。”来自山东的游客王林说，像哈尔滨这样的避暑名城是他们暑期游的首选。

太阳岛资产公司副总经理蒋菲介绍，今年暑期以来，景区接待旅客数不仅远高于去年同期，比2019年同期也高出

10%以上。

随着全国多地陆续进入“炙烤”模式，因高温催生的“避暑游”成为今年暑期旅游市场的关键词。在各大在线旅游平台上，有关避暑、漂流、夜游等项目的线路比比皆是。

文化和旅游部数据中心不久前对传统高温城市避暑旅游市场调查数据显示，第三季度传统高温城市的整体出游意愿达到94.6%。

不少地方把暑期当作提升避暑品牌形象、树立良好口碑目的地的绝佳时期，

纷纷推出特色旅游活动：湖北恩施依托当地特色文化，将酒歌、竹编非遗文化从博物馆、文化馆中引入日常生活场景，形成常态化的演出和体验项目；哈尔滨则聚焦登山、露营、自驾等特色活动，持续推出避暑生态旅游产品。

“在旅游业转型过程中，气候成为旅游目的地重要的吸引力之一。人们日益关注健康消费和旅行的舒适度。”中国旅游研究院院长戴斌表示，避暑旅游正当时，已成为广大游客、投资机构和经营主体主体的新共识。

从“到此一游”到深度体验

化和独特的军事地道资源，景区开发出以古代屯兵场所和传统文化为主题的研学课程，涉及无线电、拓碑、布老虎缝制等内容，吸引了来自全国各地的研学游客。

“项目开设以来，感受最明显的就是游客们的需求已经从过去的‘以游为主’转变为‘以学带游’。”景区研学经理张蕾蕾说。

研学游的变化是今夏我国旅游市场转型发展的一个缩影。不少旅游产

品设计者已意识到，亲子游、城市游、文化游等产品已经不能单单依靠概念吸引游客，而需要通过独特的文化场景、真实的体验环节来提升对游客的吸引力。

“国民收入水平和人均出游次数的提升，带动文旅消费者从物质型向精神体验型转变，人们已不再满足于走马观花地看景，而是深入体验目的地的风俗、文化。”中国旅游研究院数据分析所副研究员张杨表示。

研究需求 深挖市场潜力

也是旅游产业升级的方向。

受访专家指出，从业者要深入研究细分群体的细颗粒度的需求分析，挖掘市场发展潜力，加强旅游产品与服务的设计与交付能力，政府部门也要引导和培育有潜力的细分市场的发展，创造更好的政策环境和营商环境。

针对夏季旅游特点，黑龙江省进一步完善政策措施和保障机制。黑龙江省文化和旅游厅厅长何晶表示，将引导支

持中小微旅游企业特色发展，制定夏季避暑游优惠政策等。

专家指出，要把提供优质产品放在首要位置，提高供给能力水平，着力打造更多体现文化内涵、人文精神的旅游精品。上海市文化和旅游局局长方世忠表示，未来要突出上海文旅“都市型、综合性、国际化”的内在特点，以文化魅力和都市风范吸引人、感染人、留住人。

(新华社北京7月14日电)