

智能经济为高质量发展注入新动能

厉新建

“打造智能经济新形态”不仅是我国遵循生产力发展规律、把握科技革命和产业变革趋势作出的科学抉择，而且是探索高质量发展路径的关键举措。从“人工智能+”的实践探索，到智能经济新形态的战略擘画，从数字经济的深度发展，到智能经济的全新登场，概念的演进勾勒出技术与经济深度融合的清晰脉络：人工智能正从辅助手段向核心生产要素升级，从局部场景应用向经济社会系统重构拓展。

智能经济是破解发展难题、增强发展动力、厚植发展优势的关键抓手

当前，我国经济发展中“量的积累”迈向“质的飞跃”的关键阶段，发展中的矛盾和问题主要集中在发展质量上，而智能经济正是破解发展难题、增强发展动力、厚植发展优势的关键抓手。其重要价值不仅体现在拉动经济增长的数量层面，而且体现在推动发展质量的结构性跃迁，为中国式现代化建设提供新的生产力支撑。

从增长动力看，智能经济实现了从要素驱动向智能驱动的根本性转换。我国传统经济增长模式面临劳动力成本上升、资源环境约束趋紧、投资回报率下降等多重挑战，要素投入的边际效应逐步递减。而智能经济通过人工智能对劳动、资本、技术等传统生产要素的全方位赋能，重塑生产要素的组合方式与边际产出效率，让要素配置更加高效、生产效率持续提升。其将技术进步从经济增长的外生变量转化为内生引擎，大模型的持续迭代、智能体的自主进化、数据要素的复制积累，共同构成自我强化、持续迭代的经济增长闭环。

从创新范式看，智能经济催生了“AI for Science”的科研新范式，重塑科技创新的底层逻辑。传统科研模式依赖假设、实验与验证的线性流程，存在研发周期长、投入成本高、结果不确定性大等问题。人工智能技术的深度介入，推动科学发现从传统“试错法”转向“智能预测法”，从经验归纳转向数据驱动，大幅提升科研创新的效率与成功率。优质创新资源的高度集聚，正在催生基础研究与应用创新的深度融合、双向赋能。现代经济增长的重要动力，源于技术进步带来的创造性重构，其在打破旧有经济发展格局的同时，推动资源向更高效率的领域重新配置，而人工智能正是推动这一创造性重构过程的关键催化剂。

从就业结构看，智能经济推动人力资源的创造性重构，重塑就业市场的发展格局。技术革新往往伴随着对既有生产与就业模式的重

塑，一方面会淘汰落后的岗位与技能体系，另一方面会催生新的职业形态与能力需求，而转型期的制度设计与经济主体培育，是实现这一变革平稳落地的关键。智能技术的发展，通过人机协同的发展模式创造新的就业形态，提示词工程师、智能训练师、数据标注员、AI伦理审计师等一大批新兴职业快速涌现。

从国际竞争看，智能经济已成为全球科技竞争的重要领域。当前，全球人工智能竞争日趋白热化，技术脱钩风险持续加剧，产业链供应链安全面临挑战。2025年，我国企业推出的开源大模型下载量全球第一，展现出强劲的应用创新能力，然而芯片等底层核心技术对外依存度仍较高。这决定我国智能经济发展必须走自主可控、开放合作的道路。要求我们在关键核心技术攻关、开源生态建设、国际治理规则制定等方面加强系统性布局、整体性推进。

从制度供给看，智能经济呼唤适应性治理创新，亟须构建与之适配的制度体系。技术发展的迭代速度往往快于制度安排的调整速度，这使得社会治理在面对技术革新时，容易陷入控制难度大、滞后效应强的被动局面。智能经济的健康有序发展，需突破传统监管的思维定式，建立敏捷治理、包容审慎的新型制度框架。2025年8月出台的《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》提出，到2027年智能经济核心产业规模快速提升，到2030年智能经济成为我国经济发展的重要增长极。同时，启动国家人工智能产业投资基金，资金规模达600亿元，为智能经济发展提供强大的资本支撑，形成政策与资本协同赋能的良好格局。

从文明演进看，智能经济彰显技术发展的以人为本价值。技术在重塑生产方式与社会秩序的同时，可能会产生对人的主体性的侵蚀与异化，因此需对技术的发展保持审慎与反思。智能经济发展的最终目的，在于借助更好技术增强人类能力、拓展人类自由，需让技术更好服务于人的发展。当前，AI手机、AI电脑、AI眼镜等人工智能终端产品正加快走进千家万户。

推动智能经济与高质量发展深度融合

打造智能经济新形态，是一项涉及技术创新、产业升级、制度变革、生态构建的系统工程，不可能一蹴而就、单兵突进。需从国家战略高度统筹谋划、整体布局，以问题导向精准施策，以系统思维协同推进，在关键处落子、在要害处发力，加快形成技术突破、产业集聚、应用普及、

治理完善的良性发展格局，推动智能经济与高质量发展深度融合。

夯实算力、算法、数据基础底座，筑牢智能经济的底层支撑。算力、算法、数据是智能经济发展的三大关键要素，三者相辅相成、缺一不可，需协同发力、补齐短板、整体提升。在算力层面，进一步优化国家“东数西算”工程布局，推动全国算力网络互联互通，降低算力使用成本，提升算力配置效率。在算法层面，坚持市场导向与国家支持相结合，支持通用大模型与行业大模型协同发展，推动3-5个通用大模型在制造业深度应用，加快形成特色化、专业化、全覆盖的行业大模型体系。在数据层面，加快推进数据产权制度、流通交易规则、数据治理机制的建立健全，规范数据要素市场发展，充分释放数据要素乘数效应。

推动人工智能与实体经济深度融合，实现技术与产业“双向奔赴”。制造业是实体经济的基础，也是智能经济发展的主战场，需推动人工智能从生产辅助工具全面升级为重要生产要素，深度融入实体经济发展各领域各环节。2026年1月，工信部等八部门联合印发《“人工智能+制造”专项行动实施意见》，提出到2027年推出1000个高水平工业智能体，打造100个工业领域高质量数据集，推广500个典型应用场景。这一政策部署，充分体现“场景驱动、应用牵引”的智能经济发展思路。需以重点行业领域为突破口，加强钢铁、有色、电力、通信等传统行业的智能化改造，推动研发设计、生产制造、质量检测、运营管理等全流程的智能升级，加快形成可复制、可推广的“智能工厂”“智慧园区”建设模式，以点带面推动实体经济智能化转型。

培育“智能原生”生态，构建新型智能终端与服务体系。智能经济的消费端，正经历从功能型产品向智能型服务的深刻跃迁，智能产品已成为提振消费、扩大内需的重要力量。需紧扣市场需求与技术趋势，大力发展AI手机、AI电脑、AI眼镜、智能家居等智能终端产品，加大脑机接口、自动驾驶汽车、人形机器人等前沿领域的科技攻关与产业化力度，加快形成品类丰富、技术先进的智能终端产品体系。

建立适配智能经济的现代治理体系，完善制度保障机制。智能经济的快速发展，对传统的产权制度、竞争政策、安全监管提出新挑战，传统治理体系已难以适应智能经济发展需求。需加快人工智能产业促进条例立法工作，明确算法审计、数据确权、智能体责任等关键制度规范，为智能经济发展提供坚实的法治保

障；建立健全智能经济统计监测体系，完善智能经济增加值核算方法，精准反映智能经济发展成效；构建全流程、全链条的人工智能安全评估机制，切实防范深度伪造、算法歧视、数据泄露等各类风险，守住智能经济发展的安全底线。同时，积极参与人工智能全球治理，与世界各国开展交流合作，推动形成具有广泛共识的全球人工智能治理框架和规则，让人工智能成为全球公共产品。

强化人才支撑，打造智能经济人才高地。高素质、复合型、创新型人才是智能经济发展的重要资源。需深化教育领域改革，优化高校学科专业设置，在高校设立人工智能学院、开设智能科学与技术专业，加强跨学科、跨领域人才培养，培养更多既懂人工智能又懂制造业的复合型人才；完善人才评价激励机制，打破唯论文、唯职称、唯学历、唯奖项的传统框架，建立以创新能力、质量、贡献为导向的人才评价体系，赋予创新领军人才更大的人财物支配权和技术路线决策权；优化高端人才引进政策，完善人才服务保障体系，在全球范围吸引顶尖算法科学家、智能系统架构师、AI伦理专家等高端人才，打造具有全球竞争力的人才高地。

坚持价值引领，确保智能经济发展行稳致远。技术进步的最终目的是服务于人，需始终坚守人本价值，让智能经济发展成果更多更公平惠及全体人民。建立健全人工智能伦理准则和规范体系，强化企业主体责任，确保算法设计公平、透明、可解释，杜绝技术滥用；高度关注智能技术对就业结构的影响，完善转岗培训、技能提升、社会保障等配套政策，帮助劳动者适应智能经济发展要求，实现高质量就业。推动智能技术普惠共享，加快弥合城乡、区域、群体间的“数字鸿沟”，让全体人民共享智能经济发展红利。

打造智能经济新形态，是一场深刻的经济社会变革，其影响不仅局限于经济领域，而且延伸于社会、文化等各个方面。它不仅是技术层面的创新迭代，而且是生产关系的调整重塑；不仅是产业层面的转型升级，而且是发展范式的转换；不仅是经济层面的增长动力变革，而且是文明形态的前瞻探索。2025年，我国数字经济规模持续扩大，电子商务交易额467339亿元，比2024年增长2.5%。这是智能技术对经济运行方式、生产生活方式的深度重构，也是智能经济加速发展的生动体现。

（本文系国家社会科学基金青年项目“数智赋能城市创新韧性的影响机制与政策保障研究”，项目编号：25CKX034阶段性成果。）

树立和践行正确政绩观，走出高质量发展新路

王钰涵

领导干部政绩观正确与否，直接影响着发展成效乃至成败。习近平总书记强调：“实现第二个百年奋斗目标，我们要坚持党的基本路线，坚持以经济建设为中心，但在新形势下发展不能穿新鞋走老路，必须完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，推动高质量发展。”“穿新鞋走老路”，表面上是行为的偏差，根本上是政绩观的错位。只有树立和践行正确政绩观，完整、准确、全面贯彻新发展理念，才能真正走出高质量发展的“新路”。

习近平总书记关于“穿新鞋”与“走老路”的生动比喻蕴含着形式与内容、表象与实质的辩证法。“鞋”是“表”，而“路”是“里”。所谓“新鞋”，指的是在新形势下经济社会发展呈现出的新场景和新模式，所产生的新条件和新资源，及其赋予相应主体的新角色和新定位等。所谓“老路”，指的是“大呼隆、粗放型发展的路子”，比如竭泽而渔、焚薮而田的“透支路”，大水大肥、大拆大建的“盲目路”，畸轻畸重、顾此失彼的“失衡路”以及“急就章路”和“唯GDP路”等。“穿新鞋走老路”，就像用新瓶装旧酒，只是更新了形式，而实质未变。在新形势下，没有树立和践行正确政绩观，穿着“新鞋”走“老路”，必定创造不了经得起实践和历史检验、真正得到群众公认的成绩。

穿上了“新鞋”为何还会走“老路”？其本质是形式主义作祟。有的党员干部走“老路”并非因为“新路”走不通，而是因为“老路”熟悉、省力、风险“可控”；有的表面上追求形式创新，实质上却小心翼翼地维护旧格局，生怕“走新路”会打破“平衡”、触及矛盾、带来“不确定性”。“穿新鞋走老路”的问题根源，就在于没有树立和践行正确政绩观，在思想和行动上与新发理念严重脱节，装样子、搞花架子、盲目铺摊子。

进入新发展阶段，各类新情况新问题层出不穷，若仍抱着旧思维、沿用老办法，必然难以适应新质生产力的发展要求。倘若一味在“老路”上徘徊，即便装备再新、干劲再足，也难免被陈旧观念束缚、被固有模式拖累，最终只能原地踏步，无法开拓新空间。唯有坚持穿新鞋走新路，坚决冲破思想观念障碍，牢固树立和践行正确政绩观，做到内容与形式相契合、思想与行动相统一，才能紧跟时代步伐、顺应人民期盼，在高质量发展中行稳致远。

树立和践行正确政绩观，必须将“新路”走稳、走好、走远。将“新路”走稳，需要按规律办事，既用已有的成功经验，又结合新实际探索新办法。对发展过程中可能遇到的新情况新问题，增强前瞻性、预见性、主动性，做到居安思危、未雨绸缪，下好“先手棋”。将“新路”走好，需要加强调查研究，深入基层、贴近群众，真正把情况摸清、把问题找准，把为民造福作为最大政绩，以实干实效回应群众期盼。将“新路”走远，需要涵养“功成不必在我”的精神境界，扛起“功成必定有我”的历史担当，甘做铺路石，甘抓未成之事，既做让老百姓看得见、摸得着、得实惠的实事，也做为人作铺垫、打基础、利长远的好事，真正创造经得起实践、人民和历史检验的实绩。

“戏曲郑州”引领下的豫剧品牌建设与文化传承路径

朱明月

在国家加强非物质文化遗产保护传承、河南省大力推进本土文化发展的背景下，河南豫剧迎来发展机遇。以“戏曲郑州”为引领，探索豫剧品牌建设与文化传承的科学路径，从政策制度、人才资源、宣传推广三方面完善保障体系，提升豫剧影响力与生命力，推动其可持续发展。

豫剧品牌建设与文化传承现状

(一)豫剧的文化内涵与艺术特征

豫剧是中原文化的重要载体，根植于河南历史文化、民俗风情与民间传说，真实反映中原民众的生活状态、情感世界与价值观念。经典剧目如《花木兰》等，彰显忠孝两全、坚韧勇敢的民族精神，传递中华传统美德与文化理念。

艺术上，豫剧唱腔风格鲜明，粗犷豪放、慷慨激昂、质朴通俗，兼具地域特色与艺术感染力，是中原文化的典型艺术表达。

(二)豫剧发展历程梳理

豫剧起源可追溯至明代中后期，由河南民间说唱艺术与民歌小调融合而成。20世纪初，许树文、蒋扎子等艺人在表演与剧目上大胆创新，推动豫剧艺术提升。

新中国成立后，豫剧进入黄金发展期，常香玉、陈素真、崔兰田等大师辈出，艺术水准达到新高度改革开放以后，随着社会经济的发展和多元化市场的多元化，豫剧在面临新机遇的同时也遭遇了挑战。

(三)品牌建设与传统保护的现存问题

品牌建设层面，豫剧全国知名度较高，但品牌定位模糊，核心价值挖掘不足，目标受众划分不清。推广方式传统单一，新媒体运用不充分，短视频等平台内容缺乏创意与互动，难以吸引年轻群体。

文化传承层面，人才断层问题突出，新一代传承人培养滞后。传承渠道集中于专业院团与戏曲院校，社区、基层等民间力量未被激活，自发传承活动稀少，传承生态不够健全。

在传承途径上，主要集中在专业院团和戏曲院校，社区、基层等传承力量未得到充分激活，民间自发的传承活动较少。

“戏曲郑州”引领下的创新路径

(一)品牌建设策略

1.精准化品牌定位——明确核心价值与目标受众群体定位

构建“中原文化活化石”品牌内核。历史文化价值——深度挖掘《花木兰》《穆桂英挂帅》等经典剧目中蕴含的忠孝节义精神，与郑州“商都”“天地之中”的历史底蕴结合，打造“看豫剧·懂中原”的文化认知链条。

艺术美学价值——要突出豫东调与豫

西调的唱腔美学差异，将“高亢激越”与“委婉深沉”的双重特质转化为品牌识别符号。

时代转化价值——在保留现有“唱念做打”传统技艺的基础上，提炼“刚柔并济”的精神内核，与郑州建设国家中心城市的时代定位相呼应。

构建“金字塔”精准触达体系。核心受众层——中老年群体以及戏迷：主打“经典怀旧”牌。潜在受众层——青年群体：主打“潮玩国潮”牌。泛受众层——游客以及文化消费者。

打造“郑州戏曲生态圈”矩阵。以郑州市区为核心，设立“郑州戏曲文化月”，整合《梨园春》资源，举办全球豫剧戏迷擂台赛与戏曲IP授权展；以中牟、新密等为重点，建设戏曲特色小镇，联动全省与全国资源，扩大品牌辐射。

2.多元化市场推广——融合新媒体传播与线下戏曲节活动

多元化市场推广是豫剧品牌建设的关键，豫剧品牌应积极拥抱新媒体，利用多种传播渠道和方式，提升品牌影响力。

构建新媒体矩阵。在短视频平台实施流量破圈，直播平台打造沉浸式体验，社交平台开展圈层运营，实现全场景覆盖。

升级线下节会，打造品牌节IP，借鉴“只有河南·戏剧幻城”模式，开发《花木兰》主题实景互动剧；推动城市空间戏曲化，在地铁设立戏曲专线与文化长廊，扫码收听唱段；深化文旅融合，推出戏曲主题民宿、主题客房，提供戏服体验、学唱等服务。

创新O2O模式，实现“线上引流—线下转化”闭环。开发“戏曲郑州”官方小程序，整合全市戏曲演出票务资源，用户购票时可选择“普通票”“互动票”“研学票”等不同类型，通过个性化体验提升复购率。

3.开发创新性产品——推动豫剧衍生品研发与跨界产业融合

构建衍生品体系，打造“全品类开发”产品矩阵。文化创意类，构建全品类衍生品体系，开发脸谱文创、声波纹样笔记本等文化创意产品，如推出融入豫东调、豫西调声波纹样的笔记本，封面烫金工艺呈现《花木兰》经典唱词。

科技互动类，用技术激活传统艺术。联合科技企业推出豫剧AR明信片等科技互动产品，适合作为旅游纪念品销售。

时尚消费类，与服装品牌联名，打造豫剧元素潮牌，引领国潮消费，如设计带有“七品芝麻官”官帽元素的棒球帽，帽檐刺绣经典戏曲台词。

跨界产业融合，构建“戏曲+”生态系统。一方面，戏曲+影视，打造现象级IP内

容。利用好豫剧名家典故，将其搬上大荧幕，比如，可以与豫剧宗师常香玉家人以及电影电视剧传媒公司合作，拍摄传记电影，在郑州商城遗址、嵩山等实景地取景，通过“老戏骨+流量明星”的组合吸引不同年龄层观众。

另一方面，戏曲+教育，开发系统化研学产品。与当地教育局合作编写《中小学豫剧启蒙教材》，在郑州部分中小学设立“戏曲创客教室”，配备VR戏曲体验设施，学生可通过设备“穿越”到虚拟舞台，与AI戏曲角色互动学习。

IP孵化与运营，打造“超级戏曲IP”生态。首先，重温经典IP，让老剧目焕发新活力。推出“动漫版”《花木兰》，采用3D动画技术重新演绎故事，片尾彩蛋展示郑州现代城市景象；其次，IP孵化，培育年轻化戏曲形象。以郑州城市精神为内核创作新IP《郑小豫与黄河龙》，讲述虚拟偶像“郑小豫”与守护黄河的神龙一起保护戏曲文化的故事，吸引00后、10后成为豫剧“原住民”粉丝。

最后，IP授权运营，构建商业化变现体系。成立“戏曲郑州IP运营中心”，统一管理豫剧相关IP的授权业务。

(二)文化传承多元化路径

系统化教育传承——推进豫剧课程建设与校园普及教育。构建分层分类课程体系，基础教育阶段编写趣味教材，教授唱腔、身段与本土文化；高校优化豫剧专业，增设戏曲理论、编导、数字化艺术等课程，提升人才培养层次。广泛开展豫剧进校园活动，组建校园社团，邀请专业演员指导；高校举办豫剧文化节，开设豫剧、服装设计、剧本创作等赛事，扩大青年受众。

基层化社区传承——激活民间演出力量与传承基地建设。扶持社区、乡村业余豫剧团体，开展专业培训，鼓励创作反映现实生活与城市发展的新剧目，增强基层黏性。在各区县布局豫剧传承基地，兼具教学、展示、研究功能，面向居民开设周末课堂，与学校共建实践基地；邀请名家入驻工作室，发挥示范引领作用，激活民间传承活力。

数字化技术传承——依托VR技术与线上平台创新传播。运用VR、3D建模、动作捕捉技术，还原经典剧目舞台场景，打造沉浸式观赏体验。搭建综合性线上平台，整合剧目库、教学资源，开设名家课堂；开展线上赛事等互动活动；在短视频、直播平台发布表演片段，联动网红自媒体推广，突破时空限制，让豫剧在数字时代广泛传播。

（作者单位：郑州师范学院；本文系郑州文化基因解码兴文化研究工程项目，立项编号XWHYJ2024180研究成果。）

新时代以来，我国旅游发展步入快车道，市场规模持续扩大、产品体系日益多样、产业体系不断夯实、政策支持体系更加健全，成功走出了一条独具特色的中国旅游发展之路。习近平总书记强调：“着力完善现代旅游业体系，加快建设旅游强国，让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。”当前，我国旅游业已向高质量发展阶段，“十五五”时期推进旅游强国建设，要准确把握旅游业面临的新趋势、新要求，发挥我国超大规模市场优势，以丰富高品质旅游产品供给为抓手，着力完善现代旅游业体系，更好发挥旅游业在推动高质量发展、创造高品质生活、促进高水平开放中的重要作用。

丰富高品质旅游产品供给，绝非简单的数量叠加，而是个性化、深度化、体验化的全面升级，是对新业态、新模式的积极探索。在文旅消费需求持续升级、市场竞争日趋激烈的当下，传统观光型产品已难以满足游客期待，唯有推动旅游产品从“量的积累”向“质的飞跃”转变，才能注入发展新动能，实现旅游业高质量发展。这就要求我们聚焦持续优化产业生态、提升迭代创新能力，始终坚持需求适配、文化赋能、模式创新，走出一条兼具品质与特色、内涵与活力的发展之路。

紧盯市场需求，动态调整旅游产品供给。随着人民群众精神文化需求日益增长，消费水平持续提升，人们对旅游产品的要求也不断提升，不再满足于传统的走马观花式游览，而是期待通过旅游体验获得情感满足。要主动适应变化，开发户外休闲、自然教育、康养度假、老年旅游、亲子研学等定制化产品，培育具有复合功能的旅游新业态，推动旅游由单一观光向复合型消费转型，满足游客多样化、个性化需求。抓住大众日益增长的情绪消费、快消消费需求，大力推进旅游产品的场景化设计、仪式化呈现，探索“资源场景化、场景体验化、体验沉浸化”的新模式，通过主客共创式生产、观演互动性安排等，提供深度旅游体验。例如，山东东乐影视城通过互动体验项目让游客从“看戏”到“入戏”，陕西“长安十二时辰”主题街区营造融合历史文化、非遗体验、数智科技等元素的文旅新空间，通过呈现形式、体验模式等方面的创新，在丰富游客体验的同时为旅游业发展注入新动能。

深化文化赋能，突出旅游产品价值引领。习近平总书记指出：“文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。”将文化资源深度融入旅游，有助于提升品位、丰富内涵，促进旅游业发展提质增效。同时，旅游以润物无声的方式传播文化价值、人文精神，能够有效提升文化的吸引力、传播力、影响力。要让文化成为旅游产品的核心竞争力，推进文化和旅游更广泛、更深层、更高质量融合发展。深化本地特色历史文化资源挖掘阐释利用，构建具有辨识度的特色文化品牌，增强旅游产品文化内涵。例如，浙江省开展文化基因激活工程，培育良渚文化、宋韵文化、吴越文化等省级文化标识，赋能文旅产业发展。积极探索低设施依赖、轻量化投资、持续性迭代的内容创新之路，通过精心整合要素，加强创意设计 with 丰富独特表达，有效释放文化资源价值，衍生多样的产品业态。例如，中国国家博物馆凤冠冰箱贴、江苏苏州拙政园琉璃花窗书签等文创产品的“出圈”，就体现了文化内涵与产品设计的深度融合，有效提升了旅游产品的纪念价值与社交属性。推动数字赋能文旅融合，运用虚拟仿真、数字孪生、全息投影等技术，实现文化资源动态呈现、历史场景生动活化。加快智能化转型，加强移动端传播，搭建智慧文旅平台，拓展数字空间成为旅游功能可嵌入、可融合、可增值的创新性载体。加强旅游与体育、农业等领域的跨界融合与协同创新，着力培育更多旅游新产品、新空间、新场景和新功能。企业作为旅游产品的直接供给者，其服务质量与创新能力是决定产品品质的关键，应立足市场需求与文化特色，用心打磨产品细节、提升服务水平，推出兼具个性化、深度化、体验化的高品质旅游产品，为游客提供优质体验。同时，积极引导社区居民参与旅游发展，通过景区就业、民宿经营等方式，分享旅游发展红利，丰富旅游产品，改善旅游服务与环境，进一步提升游客的体验感与归属感。此外，还可以建立便捷高效的游客意见反馈渠道和反馈机制，通过线上平台、线下意见箱、现场咨询等多种方式，鼓励游客表达合理诉求、反馈体验感受，通过意见处理机制及时回应游客诉求、梳理问题短板，进而不断优化产品、提升服务，形成“游客反馈—主体改进—产品升级—体验提升”的良性循环。

（作者系北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长）

丰富高品质旅游产品供给

连俊华