

01一周热点

将剧本娱乐经营场所全面纳入监管视线

近日，文旅部市场管理司召开全国剧本娱乐管理工作视频会，督促各地加快备案、加强政策宣传、加大检查力度，将剧本娱乐经营场所全面纳入监管视线，进一步推动剧本娱乐管理政策落实落地。会议通报了地方剧本娱乐管理工作开展情况、存在的主要问题并做工作部署，上海、重庆、湖北等地就剧本娱乐备案与管理工作作交流发言。各省和部分市、区文化和旅游行政部门相关同志参加视频会。

近年来，以剧本杀、密室逃脱为代表的剧本娱乐行业发展迅速。在满足人民群众多样化、个性化精神文化需求、促进文旅融合发展的同时，其原创精品不足、不良内容频现、侵权盗版严重、场所存在安全隐患等问题也在一定程度上影响到业态健康发展。上海市文化和旅游局根据文化和旅游部2021年印发的《“十四五”文化和旅游市场发展规划》有关精神，率先将“密室剧本杀”纳入管理范畴，并于2021年11月起草完成《上海市密室剧本杀内容管理暂行规定》，创新管理模式，提高管理效率，并实现了制度化，对全国开展探索新业态管理模式有着突出的借鉴意义。

新冠肺炎疫情防控“新十条”发布

12月7日，国务院联防联控机制综合组发布《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》，即优化防疫“新十条”。

“新十条”中提出，不按行政区域开展全员核酸检测，进一步缩小核酸检测范围、减少频次；除养老院、福利院、医疗机构、托幼机构、中小学等特殊场所外，不要要求提供核酸检测阴性证明，不查验健康码；不再对跨地区流动人员查验核酸检测阴性证明和健康码，不再开展落地检。

2022四川冰雪和温泉旅游节启动

由四川省文化和旅游厅、乐山市政府主办，乐山市文化广播电视和旅游局、峨眉山风景名胜区管理委员会、峨眉山市政府承办的2022四川省冬季旅游启动仪式暨2022四川冰雪和温泉旅游节开幕式近日在峨眉山市举办。

开幕式上，四川省文化和旅游厅发布了8项冬季旅游优惠措施，包括省市联动发放“亿元”文旅专项消费券、对旅行社组织接待旅游团队进行奖补、对冬季旅游增开航线航班进行补贴、实行冬季旅游景区门票优惠、实施文旅消费惠民金融政策等；天府旅游名导、文旅达人推介了冬游四川的主题目的地以及时下潮流玩法；峨眉山与金佛山共同发布了共建巴蜀文化旅游冰雪走廊行动计划。

此次活动还配套推出了“烟火峨眉 趣品百味”音乐美食嘉年华、“拾趣童萌季 冰雪温泉节”灵秀温泉游园会、“冰雪童萌 趣会烟云”畅玩之旅等六大类主题活动，将持续至明年3月。此外，今年12月到明年2月，峨眉山将面向游客随机派送超过5000万元的文旅消费券，涵盖景区门票、索道票、观光车票以及酒店、温泉、冰雪项目、演艺等文旅产品。

据介绍，四川将持续开展“冬游四川消费季”、“冬游四川一元购”门票大放送等活动，发布安逸熊猫·文旅一卡通，实施“百万职工游巴蜀”等，加快推进文旅消费回补和潜力释放，推动全省冬季旅游旺起来。

第二十八届亚布力滑雪节启幕

12月8日，以“酷·雪生活”为主题的第二十八届亚布力滑雪节正式启幕。本届滑雪节以“打开雪之门、畅享雪生活”为核心，进一步塑造“节庆+”旅游符号，确保5个月超长雪期体育赛事和文化旅游活动全天候覆盖，为游客打造一场浪漫的冰雪文化旅游盛宴。

新赛季，亚布力滑雪旅游度假区统一更新了闸机和计费系统，进一步统筹专业运动员训练与游客体验两不误，保证二锅盔雪道常态化面向大众开放，大锅盔雪道节假日正常开放。同时打造滑雪+高山观光、世界第一滑道、森林温泉馆、熊猫馆、森林小火车、马拉爬犁、雪地摩托、疯狂雪圈等项目游玩套票，让游客活动更加丰富多彩。亚布力滑雪旅游度假区还将不定期开展省内游客50元滑雪体验以及全国中小学生免费上冰雪等惠民政策，更有哈尔滨市及尚志市政府消费券活动等待游客的参与。

今年，亚布力滑雪旅游度假区对游客服务中心提档升级，完善引导、购物、购票、集散、休憩等功能，持续打造景区形象展示和对外管理的主要窗口，并完成了景区道路升级、消防站建设、五小连池景观改造等基础设施建设项目，将继续推行明码标价、价格上墙公示、餐前确认等制度，确保景区餐饮价格公开透明，保证让游客玩得舒心、放心、安心。

2023年休假安排出炉：中秋国庆调休共8天

国务院办公厅12月8日发布《关于2023年部分节假日安排的通知》国办发明电〔2022〕16号（以下简称《通知》）。《通知》称，2023年中秋节、国庆节重合，共放假8天。其中，休假安排为9月29日至10月6日放假调休。10月7日（星期六）、10月8日（星期日）上班。

《通知》指出，经国务院批准，2023年元旦、春节、清明节、劳动节、端午节、中

秋节和国庆节放假调休日期的具体安排通知如下。

一、元旦：2022年12月31日至2023年1月2日放假调休，共3天。

二、春节：1月21日至27日放假调休，共7天。1月28日（星期六）、1月29日（星期日）上班。

三、清明节：4月5日放假，共1天。

四、劳动节：4月29日至5月3日放假调休，共5天。4月23日（星期日）、5月6日（星期六）上班。

五、端午节：6月22日至24日放假调休，共3天。6月25日（星期日）上班。

六、中秋节、国庆节：9月29日至10月6日放假调休，共8天。10月7日（星期六）、10月8日（星期日）上班。

《通知》强调，节假日期间，各地区、各部门要妥善安排好值班和安全、保卫、疫情防控等工作，遇有重大突发事件，要按规定及时报告并妥善处置，确保人民群众祥和平安度过节日假期。

娱乐场所和旅游景区均不再要求查验核酸和健康码

12月9日下午，文化和旅游部对相关疫情防控工作指南再次进行了调整更新，发布了新版旅游景区、旅行社、互联网上网服务营业场所、娱乐场所、剧院等演出场所、剧本娱乐经营场所新冠肺炎疫情防控工作指南，按照国务院联防联控机制综合组优化落实疫情防控新十条，除对导游上团前核验健康码外，相关指南均不再要求提供核酸检测阴性证明、查验健康码、开展落地检。

“新十条”发布：这十个城市最受国内游客欢迎

近日，“新十条”发布，让旅游市场再迎利好，多个在线旅游平台的机票、酒店等出行产品搜索热度、预订量持续上涨。

携程数据显示，“新十条”发布后，机票瞬时搜索量猛增160%，其中，春节前夕（腊月二十五—除夕）的机票搜索量暴涨至3年以来最高点。

在驴妈妈旅游平台上，“新十条”发布后，机票、火车票瞬时搜索量环比上涨超过450%，元旦假期、春节前后的出行产品最为热门。三亚、上海、北京、杭州、成

都、广州、武汉、西安、昆明、南京等成为热门目的地。

值得关注的是，公众对2023年出行呈乐观预期。截至12月7日12时，携程平台上，本周内，2023年出行搜索热度较去年同期（2021年搜索2022年）上涨超过900%。7日上午发布元旦假期安排后的2小时内，携程机票、酒店产品搜索量环比前一日同时段分别增长6倍、7倍，“跨年”“元旦出游”“春节”等关键词搜索热度达到年内峰值。

业内人士表示，元旦、春节两个重要旅行高峰期将至，预计元旦、春节或成为旅游市场3年以来最重要的转折点。“新十条”的发布，将对旅游出行市场形成显著利好。

2023年旅游消费趋势预判

中青旅研究院对于2023年旅游消费做出趋势性预判：

- 1、大城市周边的乡村度假更加受到欢迎（私密场景、安全性高）；
- 2、以云南、海南、新疆为代表的传统优势旅游目的地复苏强劲；
- 3、一批“小众秘境”型新兴旅游目的地崛起；
- 4、生态、户外型旅游目的地和旅行方式受青睐；
- 5、青年旅游成为主力军（思想更具开放性、体质更具优势）；
- 6、老年旅游将在一到两年内受到整体抑制；
- 7、旅游决策周期缩短，两周内决策成为常态，去大交通化、目的地成团、可无损全退的旅游产品成为主流。

从“游”变“玩”

专家：旅游业已到转型时刻

东南大学旅游学系副教授黄羊山表示，对于未来，中国旅游业会出现一个从“游”变“玩”的较大变革。他解释称，如在旅游方式上，大众的游览型旅游方式会逐步向体质锻炼型转变，聚集性出行，也会向非聚集型出行转变。

“中国社会发展已经到了后工业化时代，旅游业已经到了该转型的时刻。”而在旅游业的政策支持上，黄羊山认为，未来依旧存在很大空间。

黄羊山认为，要在旅游业的供给侧进行扶持。未来可以从奖励政策和金融扶持等入手，“把此前流失的从业人员都找回来。”

黄羊山还提到，各个旅游城市也可考虑建立大量以“玩”为主的旅游场所。在城市规划和配套服务上，政策制定也需要跟上旅游业的转变，未来的相关政策应该更加开放。

推进户外运动与旅游深度融合

八部门印发《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》

近日，国家体育总局、国家发展改革委同工业和信息化部、自然资源部、住房和城乡建设部、文化和旅游部、国家林业和草原局、国铁集团等部门共同印发《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》（以下简称《规划》）。

《规划》提出，以京津冀为核心区域，以2022北京冬奥会的成功举办为契机，加快建设京张体育文化旅游带，推动东北、华北、西北冰雪运动发展，打造具有国际影响力的北方冰雪运动引领区。加强户外运动基础性、公益性服务供给，开发覆盖全生命周期的生活性户外运动服务，深化户外运动赛事与体验、教育与培训、节庆与旅游等服务创新。鼓励户外运动用品制造企业延长产业链条，发展户外运动用品体验、竞赛表演、旅游、康养度假等产品。推进户外运动与旅游深度融合，以徒步、骑行、汽车自驾、航空运动等项目串联景区景点、度假区。优化露营产品供给。加快建设露营旅游相关基础设施，支持在营地集聚区域配套建设露营服务中心、旅游厕所、观景平台等。推进户外运动消费场景与乡村旅游、休闲农业等融合，转化绿水青山生态价值。

《规划》提出，鼓励运营管理规范、服务质量优良、综合效益显著的户外运动营地申报体育旅游示范基地；持续举办国际山地旅游暨户外运动大会等在国内具有一定影响力的全国性品牌户外赛事与节庆活动；支持各省（区、市）因地制宜打造以长三角运动休闲体验季、粤港澳大湾区户外运动系列赛事等为代表的地方性品牌户外赛事与节庆活动；鼓励市场主体开发亲子户外运动体验、老年康养旅游等产品与线路，举办家庭户外运动赛事与节庆活动，提高家庭参与户外运动的热情。