

doi:10.20270/j.cnki.1674-117X.2026.2002

论旅游业现代化

庞学铨

(浙江大学 哲学学院, 浙江 杭州 310058)

摘要: 旅游业是中国式现代化的重要组成部分, 是一项涵盖主客体、观念、制度、治理、休闲、产业和公共服务等诸要素的综合性事业。旅游业的现代化是旅游主体现代化与客体现代化的统一。它主要通过旅游观念现代化、以旅游产品为纽带的产业现代化, 以及贯穿于旅游业全链条的现代技术应用和旅游业治理现代化而实现, 其中观念现代化是旅游业主体乃至整个旅游业现代化的根本要求和首要标志。中国式旅游业现代化的主要特征, 表现为特别重视旅游业主体现代化、坚持城乡旅游与生态环境的协调发展、建构合理的实地旅游和虚拟旅游结构等三个方面。

关键词: 旅游业; 现代化; 旅游业主体; 旅游观念; 旅游产业; 旅游业技术; 虚拟旅游

中图分类号: F592

文献标志码: A

文章编号: 1674-117X(2026)02-0009-13

On the Modernization of Tourism

PANG Xuequan

(School of Philosophy, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China)

Abstract: Tourism is an integral component of Chinese modernization—a comprehensive undertaking encompassing elements such as subjects and objects, concepts, institutions, governance, leisure, industries, and public services. The modernization of tourism represents the unification of the modernization of tourism subjects and objects. It is primarily realized through the modernization of tourism concepts, the industrial modernization linked by tourism products, the application of modern technologies throughout the whole chain of the tourism sector, and the modernization of tourism governance. Among these, the modernization of concepts constitutes the fundamental requirement and primary indicator of the modernization of tourism subjects and even the entire tourism industry. The main features of Chinese tourism modernization are reflected in three aspects: placing special emphasis on the modernization of tourism subjects, adhering to the coordinated development of urban-rural tourism and the ecological environment, and constructing a balanced structure between on-site tourism and virtual tourism.

Keywords: tourism; modernization; tourism subjects; tourism concept; tourism industry; tourism technology; virtual tourism

收稿日期: 2025-11-07

基金项目: 浙江文化研究工程基金资助重大项目“浙江休闲文化的发展与实践研究”(25W03ZD)

作者简介: 庞学铨, 男, 浙江天台人, 浙江大学教授, 博士, 博士生导师, 研究方向为外国哲学、休闲学。

随着我国社会经济的发展和人民群众收入的提高,旅游已成为城乡居民生活的重要组成部分。改革开放以来,特别是新世纪以来,国民旅游意识普遍增强,旅游消费日益高涨,旅游需求更加多样,旅游方式不断创新。与此同时,旅游业市场进一步开放,制度日渐完善,投入不断增长,产品日益丰富,治理水平进一步提高,旅游成为人民群众对美好生活的追求从理想成为现实的重要标志,旅游业成为国民经济的支柱产业(旅游研究领域的学者一般倾向于用“高质量”一词形容旅游业的发展,这也许是把旅游业主要理解成一个产业的缘故。本文尝试将旅游业理解为涵盖旅游主客体、观念、制度、治理、休闲、产业和公共服务等诸要素的综合性事业,并将它纳入中国式现代化的重要组成部分进行探讨)。2020年初暴发的新冠疫情使国人的旅游活动基本停摆,旅游业遭受重创,虽然各级政府、旅游部门和企业奋力拼搏,对复产纾困发挥了积极作用,但旅游业仍经历了十分艰难的时刻。尽管如此,国人对旅游的需求仍很旺盛。诸如此类的情况与变化,不仅为旅游业的进一步变革注入了强劲动力,也使得旅游业当前的发展态势与人们对高品质旅游的迫切需求之间的矛盾愈发突出。这种需求侧和供给侧的双重变化,推动着旅游业向高质量发展转型,建设现代化的旅游业成为人们迫切的愿望和不可逆转的趋势。如何认识旅游业现代化,我们需要什么样的现代化旅游业?就笔者阅读的有限资料来看,目前似乎尚未引起学术界特别是旅游学界的重视和讨论。本文将对这一问题进行初步探讨。

一、旅游业现代化是中国式现代化的组成部分

“旅游业”是指由从事旅游行业治理、生产、服务及与其相关的各类人员,他们所共同服务的对象即旅游消费者,属于该行业的企业与中介机构,旅游基础设施、景区景点等共同组成的集合体。这一集合体包含两个基本组成部分:

(1) 旅游业主体。主要是指旅游消费者和从事旅游业工作、依靠旅游业生活的人。包括政府管理机构从事旅游业政策制定、实施行业管理与治理的人员,参与旅游业治理的非政府机构代表;

从事旅游业基础设施建设、企业经营、产品生产与营销的人员;从事旅游服务的各类人员;日常游客以及借助网络社交媒体和现代技术进行“线上观赏”与“云旅游”的新型游客;旅游目的地城市或景区所在地居民中从事与旅游相关工作的人员;等等。

(2) 旅游业客体。主要是指涵盖旅游业生产、经营和服务全链条的旅游产业。包括交通、信息、住宿、餐饮、娱乐、购物等基本服务设施和机构;实体或虚拟旅游景区景点、休闲度假设施、农场乐园、康养机构和旅游休闲综合体等各类旅游目的地和旅游吸引物;生产旅游用品、制造旅游设备、从事旅游营销的企业;旅行社、网络平台、金融服务、规划咨询、教育培训等旅游服务系统;等等。

笔者认为,旅游业不同于通常所说的旅游产业。旅游研究者一般将旅游产业定义为凭借旅游资源,以旅游设施为基础,通过提供旅游产品和服务来满足消费者各种旅游需求的综合性产业。从结构上说,它由旅游交通业、旅游服务业、旅游景观业和旅游组织管理部门构成。作为旅游产业,它可以排除这些部门共同面对和服务的对象——旅游消费者,包括在信息时代以各种方式实施旅游行为的人。旅游消费者是旅游业存在与发展的前提和内在动力,没有他们,就没有旅游业。旅游业是人(旅游主体)和物(旅游客体)的集合与综合,正是二者的相互依存与互动作用,完成了从旅游需求到旅游选择再到旅游实践活动,并在活动中获得愉悦体验和享受的整个旅游过程,形成了贯穿于旅游业全链条的旅游形态、生产方式、消费方式和治理模式,规定和推动着旅游业的发展。其中,旅游主体是旅游业发展最活跃的、具有决定作用的因素。讨论旅游业现代化,不能见物不见人,不能只谈旅游客体的现代化而忽视旅游主体观念的现代化和他们对旅游业现代化的认识,忽视旅游主体自身的现代化转变。要谨防缺失人的旅游业现代化的陷阱。

旅游业现代化不是一个与传统旅游业相对的概念,而是一种对旅游业高质量发展指向与要求的认识,也是一种以此指向与要求为目标的实践,是对未来旅游业发展的认识和实践的统一。与其他领域的现代化一样,旅游业现代化不是一个抽

象的概念，它与国家的现代化密切相关。中国式旅游业现代化也必须通过结合中国式现代化的实际和要求才能真正实现。

对于什么是现代化，有不同的说法和理解。概括起来，笔者认为大致包括如下基本要素：从传统农业社会向现代工业社会的转变演进过程；现代化的核心是以工业化和信息化为主体、以市场原则为取向、以生产力的巨大发展为标志的经济现代化；高度发达的工业化和信息化是现代化完成的主要标志；伴随着社会和经济的现代化，社会的结构、政治、文化和人们的价值观与生活方式发生相应的深刻变化，这实际上是一种现代社会、现代国家的构建。日本近代著名启蒙思想家、教育家福泽谕吉将现代化概括为思想现代化、制度现代化和器物现代化。

中国式现代化经历了认识和实践的长期探索过程。早在 20 世纪 50 年代初，周恩来总理就在第一届全国人民代表大会的政府工作报告中提出了建设“四个现代化”的宏伟目标。1964 年，我国正式确立了农业、工业、国防、科技领域的“四个现代化”目标。此后，我国的现代化建设经历了长期的艰苦探索与艰难曲折。党的十一届三中全会开创了建设中国特色社会主义的新时期。邓小平在 1979 年 3 月作的《坚持四项基本原则》的讲话中第一次提出了“中国式的现代化”概念，并多次在各种场合谈到实现中国式现代化分步走的战略构想。1987 年党的十三大报告从阶段性时间节点和目标上对这些战略构想作了分三步走的明确表述，提出到 21 世纪中叶，人均国民生产总值达到中等发达国家水平，人民生活比较富裕，基本实现现代化。党的十八大以来，我国经济发展进入新常态。面对经济社会发展的新趋势、新机遇和新矛盾、新挑战，党中央准确把握时代大势，科学谋划应对新挑战，从实践出发，及时提出我国现代化发展的新理念，调整现代化发展的阶段性时间节点与目标。2015 年 10 月，党的十八届五中全会提出创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，确定了“十三五”乃至整个中国式现代化发展的新思路、新方向和着力点。2017 年，党的十九大报告提出，从 2020 年到 2035 年，在全面建成小康社会的基础上基本实现社会主义现代化，将原定基本实现现代化的时间提前了 15 年；

再奋斗 15 年，到 21 世纪中叶，在基本实现现代化的基础上，把我国建设成社会主义现代化强国。显而易见，对中国式现代化的认识是随着实践的发展而不断深化的。尤其是党的十八届五中全会明确提出了创新、协调、绿色、开放、共享的五大新发展理念，其一方面，指明了在中国式现代化建设中必须正确认识和处理的 key 问题：以创新发展推动现代化建设，以协调发展解决发展的不平衡，以绿色发展实现人与自然和谐共生，以开放发展走和平发展的道路，以共享发展实现社会公平正义和共同富裕，这使得我们对中国式现代化的认识达到了新的阶段。另一方面，揭示了中国式现代化不同于西方现代化的要求与特点。从历史上看，虽然欧美国家率先走上现代化的道路，但大多数欧美国家的现代化进程伴随着殖民侵略和对外掠夺。中国是一个发展中国家，正在为实现民族复兴而奋斗。中国式现代化发展的背景是人口规模巨大，民族众多，国土辽阔，文化及地区和城乡发展差异明显。因此，中国式现代化坚持走和平发展道路，主张构建人类命运共同体；特别重视整体推进和协调发展，从经济社会发展不平衡不充分的现实情况出发，整体上统筹推进政治、经济、文化、社会和生态各个领域建设，促进区域、城乡和民族的协调发展，实现最大程度发挥整体效能的现代化、全体人民共同富裕的现代化；特别重视生态文明建设，把握好发挥人的主体性与尊重自然、遵循客观规律的辩证关系，实现人与自然和谐共生、人与技术相互依存的现代化。针对西方国家现代化过程中出现的局部的殖民式的现代化现象，法国学者弗朗索瓦·佩鲁曾在《新发展观》一书中提出了“整体的”“综合的”和“内生的”发展观。这是西方现代化理论的重要转型。五个新发展理念是对佩鲁发展观的超越与提升，是中国式现代化的总体要求和基本特征。遵循这五个新发展理念，中国式现代化的发展才能既吸取西方现代化的有益经验，又能体现中国作为发展中国家的现实，凸显中国自身的特色，避免走上完全西方化的道路。

旅游业现代化应该与中国式现代化相适应，是中国式现代化的重要组成部分。因此，我们必须在中国式现代化的背景和逻辑中考察与认识旅游业现代化的基本内涵与主要特征。

二、旅游业现代化的基本内涵

旅游业现代化包含两个基本含义：一是指旅游业从传统形态向现代化形态的转型；二是意味着旅游业的发展达到了现代化水平，包括旅游主体、旅游产业、现代技术应用、旅游管理和治理模式等的现代化（朱孔来认为，旅游业现代化指随着现代科学技术在旅游业中的广泛应用导致旅游业巨人式发展，直至达到相对理想状态的历史过程^[1]。笔者认为，这一界定实际上将旅游业现代化概念限定于现代技术在旅游业中的应用，显得过于狭窄）。当然，这里所说的“达到了……水平”，不是达到某个“顶点”，也没有绝对的普遍适用的标准，而是动态的、相对的。旅游业现代化是上述两个含义的统一。换言之，旅游业现代化是旅游主体和旅游客体两者现代化的统一，主要通过旅游观念现代化，以旅游产品为纽带的产业现代化，以及贯穿于旅游业全链条的现代技术应用和旅游治理现代化而整体地实现。倘若上述各个部分或环节都蕴含和承载了旅游业现代化的基本内涵，那么我们断言实现了旅游业现代化，便不能说是妄言。

下面对旅游业现代化的基本内涵提出一些思考与认识。

（一）旅游观念现代化

拥有现代旅游观念是旅游业主体现代化的根本要求和首要标志。在一定意义上可以说，有了旅游观念的现代化，就有了旅游业主体的现代化。鉴于这个问题通常较少受到关注乃至被忽视的情形，笔者准备在这里多说几句。

1. 实现旅游类型的观念转变

旅游研究者通常将旅游区分为观光、度假、休闲旅游三种主要样式。三者有两个共通性：其一，都是“旅游”，即以离开日常生活空间的移动为特征的生活或身体实践，以及在此过程中实现的作为旅游主体的个体与他人、对象和环境之间的互动交流和个体身份认同。其二，都不负有工作性质的事务与责任，因而都属于非事务性旅游这种基本的旅游形式（商务旅游、会议旅游、研学旅行等类型兼容旅游与工作，但恐怕不能说它们是主要的旅游类型）。但是，三者也有两个明显的区别：一是身体移动的连续性与非连续性

的不同；二是生活或身体移动实践（旅游指向）的重点不同。一般地说，观光旅游在身体移动上具有连续性特征，这种连续性的身体移动实践所指向的重点是视觉感知（用眼或“心”看、凝视）。身体移动带来了视觉感知的变化，视觉的变化必然伴随着身体的移动。在这个意义上，观光与旅游在实践上是共时的，在本质上是同一的。理论上，观光旅游通过连续的身体移动实践，让旅游主体在视觉上“看”到自然和文化景观等，并能获得丰富的旅游体验和享受。但实际上，尤其是在中国大众观光旅游实践中，多数旅游者习惯于旅行社组织的团队旅游。这种形式的旅游典型地表现了身体连续移动的特征：一群人按照安排的旅游线路，跟随一个举着小旗的导游，行走各个景点和商店之间，上车下车，拍照购物，留个纪念，旅游者主要关注“到过哪里”“看过什么”，其间，会有视觉的“悦目”，也会获得某些审美体验，却基本谈不上获得丰富的“悦心”“悦情”的体验与享受，谈不上高品质旅游。

现代化的旅游类型，应当既有多样性，又有融合性，是多样性与融合性旅游的共存。多样性意味着观光旅游、度假旅游、休闲旅游及商务旅游等多种旅游样式的开放共存。作为主要旅游样式之一，度假旅游或休闲旅游都是离开日常生活空间的具有非连续性特征的身体移动，二者的重点指向也有所不同。一般说来，度假旅游的重点是“度假”，度假的基本含义是“客居”于特定地方并度过一段时光。休闲旅游的重点则在于“休闲”，通过自由自主的多样性休闲活动达到身心放松愉悦，乃至获得自由自在的审美体验与享受，这是休闲的目的，也是休闲的过程与结果。当然，三者的上述区别并非绝对，其中都包含和贯穿着旅游、度假、休闲的内容。

融合性是指观光、休闲与文化在旅游中的融合。这种融合，一方面表现在遗产遗迹、建筑艺术、民俗风情等文化遗存可以作为旅游吸引物或目的地构成文化旅游，旅游又可以促使并创造新的文化遗存。同时，要满足休闲生活的需要，还必须在旅游目的地和有关文化产业中设置一系列配套条件，包括休闲设施、休闲产品、休闲服务等。通过植入诸如此类的休闲元素，旅游便增添了文化和休闲的内容与特征，增加了吸引游客的内涵

与魅力，文化则具有了旅游和休闲的内容与功能，提高了自身的传播力和影响力。另一方面表现在人们在旅游中增长阅历、陶冶情操、丰富生活的经验体验，形成旅游体验和文化；休闲中实际上蕴含着那些对人产生内在影响的生活观念、生活状态和生活方式，如广东早茶、杭州或成都的茶馆，都是休闲时间、休闲空间、休闲形式与人的休闲生活、休闲体验之间自然而巧妙的融合，这便是被内化了的休闲文化。旅游、休闲与文化由此而相伴相生、彼此蕴含、相互借力、交融互动、互相创造、互为因果。这正是旅游方式的现代化指向与核心观念，也是倡导和推进文旅融合的根本旨趣。

2. 充分尊重大众享有的旅游权利

大众参与程度是衡量旅游业现代化的重要指标。随着我国社会经济的发展，家庭可支配收入的不断提高，大众对旅游休闲生活的热情也日益高涨，旅游休闲逐渐成为大众日常生活的刚需和日常化的活动。换言之，大众旅游成了旅游的主要形态。这是大众旅游权利的普及化和旅游消费的日常化，也是旅游业现代化应当体现的旅游人民性的价值取向。作为一个旅游学概念，“大众旅游”源于西方社会阶级/阶层的差别与对立。一些站在精英立场上的西方学者，对于大众旅游中出现的一些问题和现象，诸如无序化、低俗化、无约束以及对环境的破坏等，总是持批判态度，予以负面评价。我国旅游学界虽然也接受和使用“大众旅游”的概念，但对“大众旅游”的态度与西方学者不同，更多的是给予积极肯定的评价。政府也一直鼓励、支持和引导大众旅游，并在制度上提供保证。例如确定长假“黄金周”（从1999年国庆节开始的黄金周、小长假等公休制度，对释放旅游消费起到了积极作用，但同时也给旅游业带来了明显的淡旺季差异，特别是给著名景区造成了突出的供需矛盾，对人们的节假日旅游度假休闲生活的质量和体验带来明显负面影响，也在一定程度上造成了行业资源的浪费。因此，有必要对现行公休制度进行改革，研究并实行更加科学的弹性公休制度，形成自然有序的错峰旅游度假休闲态势，实现旅游消费结构的优化，真正落实“带薪休假”制度，避免“黄金周”可能出现的景区旅游人员过度集聚问题，使人民群

众真正享受旅游度假休闲的愉悦体验和安全感）。李克强总理在2016年的全国“两会”《政府工作报告》中提出：“落实带薪休假制度，加强旅游交通、景区景点、自驾车营地等设施建设，规范旅游市场秩序，迎接正在兴起的大众旅游时代。”2021年全国人民代表大会通过的“十四五”规划纲要和2021年全国文化和旅游厅局长会议，都在正面积极的意义上使用“大众旅游”这一概念。戴斌提出：“从语意和语境看，大众旅游是指人民旅游权利得到广泛实现、旅游消费多样性与品质化并存，社区居民从旅游发展中普遍受益。从历史进程看，大众旅游是我国全面建成小康社会、开启全面建设社会主义现代化国家新征程的必然要求，也是贯彻创新、协调、绿色、开放、共享新发展理念，构建国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的根本要求。”^[2]

3. 认识和重视旅游的多重价值

旅游需要相应的配套设施和良好的环境条件，并由此促进基础设施建设和生态环境的改善。旅游带来消费需求的扩大和多样化，由此引发产业结构的调整和第三产业的发展及就业人员的增加。人们往往重视旅游诸如此类的显性经济价值，却不经意地忽视了旅游具有的其他价值，其中一些恰恰是旅游的根本价值。例如，旅游是人类现实生活世界的重要内容和组成部分，具有存在论价值。旅游创造经济价值的同时，也体现了它的创造价值；旅游能开阔人的视野，陶冶人的情操，提升人的境界，给人以精神的享受，提高人的生活质量，使人获得满足感和幸福感，这是旅游的人本价值。古代旅游常与“游学”“游历”“游艺”“游方”结合，观察各地民情风俗，了解各处人文礼仪，虽有不同的目的、经历、收获和体验，但都蕴含着某种人文性，实现着某种文化追求。人们喜欢以物质和非物质文化遗产为旅游目的地和旅游吸引物的文化旅游，也有许多人尤其是文人墨客常在旅游途中见景生情，吟诗作画，创造了大量文化遗存，形成了新的旅游资源和旅游吸引物。旅游过程中，人们借景抒情，怀古叹今，愉悦忘忧，抒发情怀，不同的人有不同的文化与追求，也会有不同的感受与体验，在一种宽松随意的情境下自觉或不自觉地进行着文化交流与传播，文化和旅游在内涵上相互依存、彼此蕴含，在作用上相

互借力、交融互动,在形成上相互创造、互为因果,这一切又都表明旅游具有丰富多样的文化价值。旅游的日常化和大众化,反映了人民群众的旅游权利得到了实际保障和广泛实现,旅游拉动了城乡居民的消费,促进了城乡协调发展和发达与欠发达地区的交流互动,有助于实现共同富裕,这又是旅游在个人权利和社会发展中所蕴含的一种公平与平等价值。旅游具有的多重价值,充分表明了旅游在中国式现代化建设中有着举足轻重、不可替代的地位和作用。

实现旅游观念的现代化是旅游业主体所要面对的共同问题。旅游业主体可以分为旅游产品的供给方和需求方。旅游业的管理与治理者、企业经营者、行业服务者构成供给方,旅游消费者则属于需求方,旅游目的地及景区所在地居民中从事与旅游相关工作的人员则兼有上述二者的属性。当然,这样的区分也是相对的。由于供给方和需求方在旅游业现代化过程中扮演着不同的角色,承担着不同的义务、责任和权利,因而在旅游观念现代化问题上的侧重点也会有所不同。供给方更侧重于按旅游观念现代化的要求,不断提高旅游从业人员的素质,形成政府、企业和市场密切结合又各负其责的治理结构,为旅游业现代化制定前瞻性引导性的政策,优化旅游发展环境,提供不同类型不同层次的高质量旅游产品和旅游服务。需求方则按旅游现代化的要求,提高自身的素质,尊重旅游市场的规范和秩序,重视旅游行为的文明化,营造文明和谐旅游环境和氛围,加强对旅游资源的保护意识,进一步促进大众旅游文明健康地发展。

(二) 旅游产业现代化

旅游产业是满足消费者各种旅游需求的综合性产业,它以旅游消费者的需求为中心、旅游设施为基础、旅游产品为纽带、提供旅游产品的政府机构和企业为主体、旅游营销和服务为途径,构成并实现整个产业的联结。旅游产业现代化的基本任务是供给多样优质旅游产品,满足高质量旅游发展需求,主要包括五个要素的现代化。

1. 旅游基本设施现代化

交通、信息、住宿、餐饮、娱乐、购物、金融等旅游基本设施和服务系统的现代化,要求以便捷性、舒适性、多样性、安全性满足旅游消费者

的需求。通向旅游目的地、重要景区、景点及所在区域(县、市、区)的公共交通发达,具有便捷、安全的可通达性。相关信息全面、准确,更新及时、搜索便捷。酒店、餐饮、娱乐、购物场所供给量充足,设施现代,类型多样,舒适度高,特色性强,服务周到温馨,实现品牌化与大众化结合。

2. 旅游产业结构不断优化

旅游产业现代化的重要内容是产业结构的不断优化。首先,扩展产业结构的基本要素。在传统旅游“吃、住、行、游、购、娱”六大要素基础上,鼓励和发展“学”(研学旅游)、“养”(康养旅游)和“商”(商务旅游),并使各要素间配置优化、比例协调、关系合理。其次,提高“养、购、娱”消费比例,即增加和丰富休闲内容,使传统观光旅游方式转变为旅游休闲或休闲旅游。第三,拓展旅游发展新空间。根据实际条件,在一定区域内确立以旅游业为优势产业,对区域内经济社会资源尤其是旅游资源、生态环境、相关产业以及体制机制等进行统筹整合、优化提升,实现从单一景点景区建设管理到综合旅游目的地发展、以旅游业带动和促进区域经济社会协调发展的全域旅游,建构全域旅游空间新体系;防止将全域旅游误解为旅游资源、产业、要素、结构、营销、服务和环境的全域化。第四,实现虚实结合。判断产业体系及其结构现代化水平的重要指标是现代科技对产业发展的贡献率。在数字经济日益发达的今天,首先是以虚拟经济为支撑的现代服务业发展水平及其占比。在继续发展实体型旅游企业和产品的同时,要运用现代科技发展虚拟型旅游企业和产品,满足不同年龄和不同群体的旅游需求和旅游体验。第五,实现跨界发展。旅游产业及由旅游产业带动的现代服务业的结构调整,无疑包含并必然导致旅游产业链的跨界发展。跨界是对旅游内涵和外延的扩大,是旅游资源和产业的重新整合配置,是旅游行业通过线上线下与其他行业的跨界结合,形成“旅游+”的旅游新领域和生态圈。随着现代科技在旅游领域的广泛应用,在线跨界及其重要方式微跨界,将成为旅游产业链跨界发展的一个新现象和旅游业现代化的一个新标识。

3. 旅游产品现代化

旅游产品现代化集中表现为拥有现代优质的

旅游产品体系，能够满足旅游消费者的各种需求。为此必须推动并逐步实现旅游产品的“五个化”：一是多元化。提升现有旅游目的地和著名景区景点的品质，拥有标志性旅游IP；发展以乡村风光风情、农业休闲和特色农副土特产为主要旅游吸引物的乡村休闲旅游；发展夜间休闲旅游，创造夜间经济；拓展户外探险和研学基地；发展虚拟旅游，开发内容健康的网络游戏等。二是规模化。通过整合优化，实现以中等及以上规模为主体的规模化企业，实现以旅游消费占家庭日常消费30%及以上为标志的旅游大众化。三是特色化。特色化是旅游产品具有吸引力和魅力的主要条件，也是产品品牌化的基础。通过特色培育，培育以省级及以上品牌为主体的品牌化旅游企业和产品。四是创新化。旅游产品创新化体现在产品创意、产品设计、样态、种类、内涵等各个方面，特别是通过文化和科技赋能实现产品创新。在当前和以后较长时期内，创新化的重要方向和领域是基于文旅融合的创新。高舜礼在2021年10月15日“2021中国·嘉善‘文旅+’高质量发展对话暨长三角文旅嘉年华”活动上的演讲中指出：“文旅融合应加快上升为产业发展理念。”^[3]从发展的基础、内容、作用和前景看，文旅融合是一个综合性、兼容性概念；其中，核心是产业的融合，产业融合会带动各个要素的联动、组合和融合，从而产生整体效应，是文旅融合的最大最佳连接点。一般意义上的文化与旅游的融合，是实现产业融合的观念依据，也是推进产业融合顺利发展的思想前提；资源的融合是产业融合的物质基础和客观条件；管理的融合是促进文旅融合的制度与政策保障；公共设施、服务或营销的融合是产业融合的必要支撑。只有通过这种综合性、兼容性创新，才能实现传统旅游产品的文化赋能，创造各种新的文创产品，促进文博设施向旅游产品转化等。五是国际化。文化和旅游部在“十四五”规划中明确提出“做强国内旅游，振兴入境旅游，规范出境旅游”的旅游市场战略。旅游产品国际化是振兴入境旅游的重要方面，它要求旅游产品向中高端化发展，但这不是国际化的唯一要求。只有将完善方便的旅游设施、富有特色的旅游内容、现代温馨的旅游服务有机结合起来，才能吸引国际游客，提高入境旅游消费量，也才能留住

国内高消费群体，实现出境旅游高消费的回流。

4. 旅游目的地现代化

所谓旅游目的地，可以指一个景区，也可以指一个城市或乡村，包括旅游景点，与景点相关的交通、信息、住宿、餐饮、娱乐、购物、金融等设施和服务系统，景点所在区域的环境、气候、居民及其人口素质与风俗习惯等，其核心是作为旅游吸引物的景区景点。自然和文化资源是形成旅游目的地的基本条件，旅游主体的旅游实践与规划创作使这些基本条件实现了向旅游目的地的转化，创造并丰富了作为旅游目的地的内涵与价值。因此，旅游目的地是一个构成性、集合性、区域性的实体性空间概念，其中交通、信息、住宿、餐饮、娱乐、购物、金融等设施和服务系统的现代化，应对标旅游基本设施现代化。景点所在区域居民尤其是从事与旅游相关工作的人员，应充分负起兼有旅游产品供给方和需求方现代化要求的双重角色。除此之外，旅游目的地，尤其是著名景区现代化的要求，主要集中在以下四个方面：一是优良的环境。其要素包括地表水质量达到Ⅲ类（含）以上；空气质量达到国家空气质量日均值一级标准；公厕设施应达到国家住建部2016年颁布的《城市公共厕所设计标准》中规定的独立式公共厕所一类标准；保持清洁的环境卫生。二是便捷的智能化。拥有景区全景AR地图、景区VR设备和多语种语音导览服务，建有实时监测的数据监测平台。三是完备的安全系统。应急防灾设施齐全，应急信息提醒及时，具有灵活机动高效的应对/防控极端天气或突发事件的能力。四是温馨的游客关怀。景区内交通便捷，标志清晰；游客集散场所安全方便，智能化程度高；有完善的供残疾人使用的关怀设施；能及时处理和满足游客的合理需求。

5. 旅游业公共服务体系现代化

旅游公共服务的领域和内容十分广泛，其根本任务是与旅游产品的现代化相匹配，使旅游消费者获得优质产品和满意服务，满足各种旅游消费需求，获得愉悦的旅游消费体验。

旅游公共服务体系现代化主要体现在五个方面：一是适应旅游方式的变化，实现旅游供给从传统线状向网络化多渠道方式转变。二是实现从传统单一的产品营销服务向产品营销、导引讲解、

安全保障、用车住宿、饮食休闲、细节管理、定制化和特需服务等结合的多类型、多样性、体验性服务转变,不断提升旅游消费者的整体满意度和体验愉悦度。三是做好旅游产品品牌培育与传播,宣传推广旅游目的地城市、乡村和景区形象。四是拥有完备的以旅游消费者个体需求为核心、以泛在化的信息服务为载体、以资源共享与有效利用为目标的智慧旅游系统。特别是在疫情防控常态化的情形下,大力发展线上、云上服务,对于提升全域化服务能力,弥补线下公共服务设施和能力的不足,具有重要意义。五是发展旅游金融业,综合运用和发挥股市、债市、绿色金融、投资、保险等现代金融手段,改善当前旅游资本市场不发达、缺乏专业化旅游金融机构、旅游企业尤其是中小微企业和个体经营者融资困难的状况,为旅游业发展提供有力的资金支持和金融服务。

(三) 旅游业技术现代化

旅游业技术现代化是指在整个旅游产业链中广泛应用以数字技术为核心的现代新技术,它对旅游业现代化的重要性不言而喻,其助力旅游产品创新,推进旅游供给侧革新;突破时空限制,实现云旅游、云展览、云演艺、云娱乐、云直播等;加强旅游产品的技术与文化赋能,促进文旅互动与融合;等等。总之,旅游业技术现代化是旅游产业升级和旅游业现代化的不竭动力。

旅游业技术现代化的主要途径和载体是建设智慧旅游系统,其目的是提升旅游服务的管理效率、降低运营成本,同时为游客提供智能化服务,提升他们的旅游体验质量;推动传统旅游消费方式向现代消费方式转变,引导游客形成新的旅游观念和习惯,创造新的旅游文化。智慧旅游系统的建设主要包括如下四个方面:(1)智慧管理。智慧管理是指通过信息技术将“物联网”整合起来,实现旅游业资源和信息的整合,及时准确地掌握游客的旅游活动信息和旅游场所的经营信息,实现旅游场所管理从传统的被动处理、事后管理向事先预警、实时管理转变,更准确、实时地进行旅游场所管理。同时,智慧管理可以通过运用新型技术,提高管理水平,提升产品和服务竞争力,加强行政主管部门、游客、企业和旅游资源与环境之间的互动,有效整合旅游资源,推动旅游场所整体发展,从而提供更完善、安全、优质的旅

游服务。(2)智慧服务。智慧服务从游客需求出发,通过信息技术以科学的信息组织和呈现形式让游客方便快捷地获取旅游信息,帮助游客更好地安排旅游计划并作出旅游决策;通过物联网、无线技术、定位和监控技术,实现信息的传递和实时交换,自动为用户提供满足其需求的个性化行程定制服务,让游客的旅游过程更顺畅,提升其旅游舒适度和满意度,为游客带来更好的旅游安全保障和品质保障。(3)智慧营销。智慧营销是基于多平台的大量数据,依托大数据技术基础,应用于互联网广告行业的营销方式,其能够使广告更加精准有效,给旅游场所带来更多用户和更高的投资回报率。智慧营销以互联网为载体,采用多种旅游网络营销渠道和方式,实现双向交流,满足游客的需求,进一步开拓市场。智慧营销的核心在于让网络广告在合适的时间,通过合适的载体,以合适的方式,投放给合适的人群。

(4)智慧保护。智慧保护采用信息化手段对旅游场所的生态环境和生态资源进行科学保护,不仅要保护原始的自然和接近原始的生态环境,而且要减少旅游活动对生态造成的不良影响,使得旅游活动形成一种既能满足游客旅游休闲娱乐需求,又不损害环境,还有利于人与自然和谐发展的良好机制。

(四) 旅游业治理现代化

旅游业治理现代化是指在旅游业发展中,从单纯政府管理模式转变为由政府、市场主体、行业社会组织以及旅游消费者等组成的多元主体广泛参与、共同合作,实现旅游业公共利益最大化的规范化、科学化的制度、体制和机制系统。治理现代化是旅游业现代化的制度保障。作为一种目标和指向,旅游业治理现代化同时包含着多元主体按照这些制度、体制和机制进行的实践和行动过程。比如,有论者认为,旅游业治理现代化主要是治理制度、体制和机制问题,同时也是按照这些规定进行的实践/行动过程,而不单纯是从旅游管理的经济导向思维,向政府、市场、社会三者共赢治理思维的转变^[4]。还有论者认为,旅游业治理现代化是“多元化主体在旅游公共事务中的共同协作”,是“实现旅游治理的制度化、科学化、规范化、法治化和精细化的集体行动过程”^[5]。旅游业治理现代化的基本要求强调旅游业相关主

体的共同参与、合作和协商，以健全完备的制度与政策框架，实现主体权利运行的扁平化和透明化，旅游业公共事务处置过程的规范化和科学化，协调各方利益，提升治理效率，促进旅游业现代化发展。在我国的特定情况下，旅游业治理体系的多元主体结构中，政府作为主要主体，在统筹、规划和政策制定等方面发挥宏观指导作用，其角色也应从传统的管理型、强制性向服务型、引导性转变。市场主体在资源配置过程中起着决定性作用，是旅游产品的主要供给方，其他主体在共同合作、参与中发挥各自的作用。

旅游业治理现代化涉及的领域和内容十分广泛，就我国目前旅游业发展状况来看，可从以下四个方面来衡量旅游业治理现代化的水平：

其一，是否树立起贯穿整个旅游业的创新思维。自从20世纪初美国经济学家熊彼特第一次把创新的概念引入经济学，另一位美国管理学家德鲁克在20世纪50年代又将创新引进管理领域以来，创新观念已渗透到社会的各方面。“创新”一词原本含有更新、改变、创造新东西的意思。通俗地说，创新就是说别人没说过的话，想别人没想过的东西，做别人没做过的事。创新、创新思维或创新活动的根本特征在于其差异性、独特性。创新思维是创造力的思想之源，是推动旅游业现代化的活力之源，旅游业现代化建设的核心是创新发展。

创新思维应该贯穿于旅游业现代化的全过程，其首先体现为旅游的观念创新。旅游的本质是人的实践活动，是人生存生活的重要组成部分，具有存在论意义、人本价值、创造价值和价值。旅游业现代化不仅是经济现代化构成的重要内容，而且对于推进社会和人自身的现代化具有重要意义。更重要的是，观念创新要落实到整体规划、项目策划、产品开发、企业运营和行业治理等各个方面各个环节。其次体现为旅游产品创新。产品是旅游产业链的纽带，产品创新必然引发和带动整个旅游业的变革和创新，是旅游业现代化的重要表现形式。产品创新思维是实现产品多元化、特色化、规模化和国际化的思想前提。再次是旅游业的科技创新。科技创新促进旅游业与休闲、文化及其他产业的交叉与融合，助力产品创新与赋能，突破旅游时空的限制，拓展旅游方式与内容，

获得多样性旅游体验。当前，在如何加强旅游产品技术与文化赋能和建构智慧旅游服务体系两大领域，尤其需要科技创新。旅游业有了现代化的创新观念和创新活力，就必定会充满无限生机和发展能力。

旅游业创新观念和创新活力的形成、传播和践行，又都以创新的旅游理论为前提，旅游理论的创新是旅游业现代化的思想推进器。旅游研究要超越传统实证研究的框架和方法，从哲学视角认识旅游与人类生活的关系，原创性地把握旅游的本质与价值。我们要认真总结中国旅游业发展的实践经验，面对并研究现实和未来旅游业发展的重大问题，吸取西方旅游理论合理有益的内容，建构具有中国文化标识的旅游理论和话语体系。

其二，是否构建起以游客满意为导向、与互联网时代相适应的旅游业治理新体系。旅游业供给侧提供的所有产品和服务，都是为了满足需求侧即游客的各种需要，游客满意是旅游业发展的根本导向，也是衡量供给侧结构性改革发展成功与否的主要尺度。旅游业治理则是供给侧结构性改革发展的题中应有之义。互联网时代使旅游业发生了巨大改变，为旅游业发展带来了新的机遇，也带来了新的挑战。只有构建起与互联网时代相适应的旅游业治理新体系，才能从制度上保障旅游业现代化在新条件下的顺利推进。为此，首先要深入研究和恰当把握互联网时代对旅游业各方面及游客需求所产生的可能影响，并以此为依据明确旅游业治理所要解决的主要矛盾和问题，制定相应的制度、政策。其次要熟悉互联网的特征及其对治理结构和治理行为的可能作用与影响，明确规定多元主体结构中各主体的权利、责任与义务，使之既各尽其责，又彼此协作，并有相应的监督保障机制，以实现权力运行和治理过程的透明化、规范化。再次要建立公开畅通的游客意见征集和反映渠道，及时反馈处理意见，达到游客对投诉处理的高满意率，切实保护游客权益。

其三，是否构建起良性高效的资金和人才支持系统。资金是旅游项目规划变成旅游产品的前提条件，良性高效的资金筹措投入和使用监管机制是旅游治理现代化的重要内容。旅游产业链长而复杂，对相关产业的带动性强；旅游项目涉及面广，关联度大，受制约因素多；旅游产品不同

于一般消费品那样具有通常的使用价值,它给游客提供的主要是旅游的经历、印象、体验和审美,游客群体的构成又错综复杂,需求千变万化,市场竞争特别激烈。与上述情形相关,旅游投入成本较高,回报周期较长,风险较大。所有这些,都增加了旅游投资的不确定性和投资风险。因此,如何降低项目投资的财务和时间成本,减少项目经营成本,化解投资风险,寻找资金和项目最佳最优的结合方式并形成优质旅游产品,改善投资环境,广开渠道,吸引社会投资,形成政府主导型引导型投资、市场主体投资、社会间接融资有机结合,以精细化规范化的财务管理提升企业资金效益,应是构建良性高效的资金支持系统所要研究和解决的问题。人才是推进旅游创新发展的最重要资源。旅游业人才问题涉及面广,政策性强,构建完备高效的人才支持系统必定是一个复杂的过程。我国旅游业人才队伍建设取得的成绩有目共睹,但需改善的问题也不少,可提升的空间很大。当前,面对旅游行业人才工作的特点、旅游业转型升级和现代科技引发的旅游新形态新发展对人才的要求,重视下述三方面的问题对促进旅游业现代化显得尤为紧迫:一是深入研究旅游业现代化对人才的需求和特点,在旅游人才培养上,树立人才与旅游业发展紧密结合的观念,建立政府、高校、企业结合、联动、调适的机制,使政府的人才规划和政策更符合旅游实际,高校的人才培养更接地气,企业的人才能“走进来、用得上”,人才效率更高。二是破除陈旧观念和僵化体制,在人才使用、流动与管理上处理好政府和市场的关系,建设高效规范、公平竞争、充分开放的统一旅游人才大市场,制定前瞻性的、合理的制度规则,实现同行业人员信息共享、同区域人才共用互通和人才柔性流动。三是大力加强高校旅游学科、专业及其课程体系的改革,加强交叉研究,建设一流旅游学科;培养培训高端应用型、复合型、国际化和新兴旅游业的创新型人才,引领和推动旅游业现代化。构建完备、良性、高效的资金和人才支持系统,是旅游治理现代化不可或缺的重要任务。

其四,是否切实执行已有的治理制度。我国旅游业发展至今,已经建立起比较完备的治理体系和大量行之有效的制度。随着现代社会和技术

的深刻变化,一方面,我们需要及时修正、调整其中已不适应新变化的内容,研究出台与新变化特别是与互联网时代相适应的新制度;另一方面,针对推进旅游业现代化进程中随意忽视、违背合理制度、规划和政策的现象,要构建严格的监督检查和奖惩机制,强化制度执行的意识和力度,使之落到实处,切实解决制度与实际执行“两张皮”的问题。

三、旅游业现代化的主要特征

前面说过,必须将旅游业现代化的讨论置于中国式现代化的背景和逻辑之中。不同于西方现代化,中国式现代化是在人口规模巨大、经济社会发展不平衡不充分的现实基础上展开和推进的,由此决定了它的基本特征是人口规模巨大的现代化,是全体人民共同富裕的现代化,是物质文明和精神文明相协调的现代化,是人与自然和谐共生的现代化,是走和平发展道路的现代化。无疑,旅游业现代化在其发展过程中总体上同样具有上述特征,但由于旅游业的特殊性及其在中国式现代化发展中的独特作用,其特征表现又有自身的重点与特色。

(一) 特别重视旅游业主体的现代化

前文曾指出,旅游业主体包括旅游业管理与治理人员、旅游企业经营与生产人员、旅游业服务人员、旅游消费者和旅游目的地从事与旅游业相关的人员等五方面的人。旅游业主体的现代化是旅游业现代化的首要条件,没有主体的现代化就没有真正的旅游业现代化。旅游业主体的现代化既受到社会现实和旅游业现代化实践的影响,也直接作用于旅游业现代化的发展进程。当前,我国旅游业现代化发展迅速,人的现代化明显滞后,重视和加强旅游业主体的现代化建设显得更加紧迫和重要,这是中国式旅游业现代化具有基础与前提意义的特征。

人的现代化的最终目标是人的全面发展。按照马克思的观点,资本主义社会的分工制度,迫使个人奴隶般地服从强制性的社会分工,由此造成了人的体力和智力的分离,产生了身体和智力的“畸形化”。消除这种旧的分工,能够使人的体力和智力在劳动过程中得到充分运用和发展,并达到二者的完整结合,从而实现劳动能力的全

面发展。当社会发展到共产主义的高级阶段时，生产力高度发展，不但资本主义社会的旧分工已经完全消失，而且体力劳动和脑力劳动的差别也已不再存在，人们可以根据社会需要或个人爱好自由地选择生产部门和劳动岗位，能够全面、自由地发挥自己的才能，进行自由自觉的实践活动。人作为“普遍的因而也是自由的存在物”，其特性“恰恰就是自由的有意识的活动”^[6]。这时候，人才真正克服了自身发展的片面性，实现了自由，达到了全面发展。马克思主张以“现实的人”为出发点来理解人，以“人的历史形态”为内容来理解人，以“现实的历史”为对象来研究人。因此，人的全面发展又是通过不同的历史阶段，在一定的历史条件下逐步实现的过程。人的现代化便是这一过程的重要阶段。在这一阶段，社会经济和以生产关系为核心的社会关系的现代化为人的现代化提供了基本前提和重要条件。人的观念意识、素质能力、生活方式、行为方式和发展方式的现代化，既集中体现了人的全面发展，又将有力地促进人的全面发展进程。

人的现代化与旅游主体的现代化是普遍与特殊、一般与个别的关系。从我国旅游业发展的现实出发，促进作为旅游产品供给方的旅游业主体（主要是政府部门和企业经营者）的现代化就要做到：一是坚持深化改革开放。要继续深化改革、扩大开放，以创新意识认识和处理旅游业现代化过程中所遇到的各种挑战与问题；要认真总结以往实践经验，积极吸取国外有益经验，及时把握国内外旅游业发展的前沿性问题和前瞻性趋势。二是要改变对发展旅游的传统狭隘观念。旅游既是我国国民经济新的增长点，更是人民生活水平提高的一个重要标志；既要强调发展旅游的经济效益，又要防止单纯以经济效益为目的，更要重视旅游对实现共同富裕、满足人民群众追求美好生活发挥的社会效益。三是要以实事求是、一切从实际出发的科学态度，把握旅游业发展规模与质量、速度与特色、普遍与特殊的关系，制定新规划，作出新决策，提出新举措。要反对急功近利，防止过急过热，对于事关全局的决策和举措，切忌一刀切、一窝蜂、一阵风。

（二）坚持协调发展的现代化

中国式旅游业现代化面对人口规模巨大、旅

游业发展受经济发展制约明显的现实状况以及区域经济社会和文化发展不平衡不充分的主要矛盾，要寻找发展的最优结构，凸显发展的整体效应，就必须坚持协调发展。协调发展的现代化是中国式旅游业现代化的基本特征和要求，当前主要表现在以下几个方面：

1. 城乡旅游业协调发展

当前，我国正在实施乡村振兴战略，城乡发展已进入新型城镇化阶段。党的十九大报告指出，实施乡村振兴战略，要按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求，建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系，加快推进农业农村现代化。新型城镇化是人口、经济、资源和环境协调发展的城镇化，是与工业化、农业现代化协调发展的城镇化，是城市与小城镇和乡村协调发展的城镇化，是人口集聚、“市民化”和公共服务协调发展的城镇化。这是城乡协调推进旅游业现代化的宏观背景与战略依据。

城乡协调推进旅游业现代化建设，一是在指导思想和政策支持上，必须将前文所阐述的旅游观念现代化、旅游产业现代化、旅游业技术现代化和旅游业治理现代化等旅游业现代化的基本内涵与要求，作为一个整体纳入城乡旅游业现代化建设的全过程中，要从根本上改变以工统农、以城统乡、扩张城市以减少农村以及乡村从属城市的观念和现状，明确乡村旅游业在中国式旅游业现代化建设中的独特作用和城乡旅游业发展中的平等地位。二是要坚持以人为本、以促进人的现代化为核心，以满足城镇居民与农村居民旅游需求为目的，重点转变城乡居民的旅游观念和提升其文明素质。三是实施旅游经济转型重组和优化提质，使城乡旅游业基础设施和公共服务覆盖面更广、质量更优；空间布局更均衡，保证城乡居民有获得平等旅游机会的权利；旅游业信息化智慧化程度更高，旅游业治理制度化、规范化水平同步提高，为城乡旅游业发展提供更完善优良的条件、环境和服务体系。四是根据城乡实际，建设各有重点、各具特色的旅游生活空间。旅游业的协调发展同样不是无差别发展。城市要着重解决由于人口集聚、新老市民生活观念的变化以及消费模式的转型带来的新的旅游需求，在城市有机更新过程中更新旅游设施、拓展旅游空间、完

善旅游业治理和服务体系;要以良好的生态环境、自然和文化遗产保护、智慧技术的恰当应用和人性化治理与服务彰显现代化城市旅游业的特质,创造宜人、宜身、宜心、宜游、宜乐的城市旅游生活空间。乡村则要严格保护生态环境和空间形态,传承和利用乡村人文历史、民居风貌、民俗文化发展现代旅游业;要特别防止不顾乡村实际,以城市人的视角和城市旅游的思维,强推房前屋后整齐划一、道路两旁栽花种草,打造盆景式风景,搞政绩性工程,随意改变乡村生态环境,改变村民生活空间和生活方式等做法,“别让农民不食人间烟火”^[7];要依托绿水青山、田园风光、特色农业等资源,发展旅游休闲农业,实现传统农业向多功能多价值农业拓展,在大力提升乡村居民生活品质的同时,满足城镇居民旅游休闲的需要,拉动城乡居民的消费,加强城乡之间、地区之间的交流,促进共同富裕。

2. 旅游业与生态环境协调发展

现代化的过程塑造、渗透和贯穿着一种基于主体性的现代性观念。在西方现代化进程中,作为现代性前提的主体性原则及其作用,被极端化为主体决定论和人类中心主义,并由此出发处理人与自然的关系,使得人成了支配自然的“主人”。正如马克思所指出的,资本主义生产方式是以人对自然的支配为前提的。自英国工业革命以来,随着资本的快速发展和技术的不断进步,人对自然的支配作用越来越强大,主体的作用也日益被绝对化、极端化,由此而导致主体决定论和人类中心主义的盛行,其结果是自然对人的报复越来越强烈,技术愈来愈成为控制人的力量,人自身深陷于全球气候变暖、生态环境恶化等全球性的危机之中。因此,推进旅游业现代化必须坚持以生态文明为导向,构建人与自然和谐共生的生命共同体,实现旅游业与生态环境的协调发展。一是要有助于实现以资源节约、环境友好和自然生态系统修复为目标的发展模式转型,更加重视自然生态与环境保护,体现绿色、循环、低碳的发展理念,全过程、全方位地将旅游业现代化与生态保护、生态治理紧密结合起来。二是贯彻执行2016年国家发展改革委、国家统计局、环境保护部、中央组织部制定的《绿色发展指标体系》和《生态文明建设考核目标体系》,研究制定将绿

色GDP(国内生产总值)和绿色GNP(国民生产总值)纳入旅游业现代化指标的考核体系,从干部考核、企业评价等治理制度上保证旅游业与生态环境的协调发展。三是随着当前我国生态文明建设的战略转到以降碳为重点的方向,也要把推动减污降碳协同增效作为旅游业与生态环境协调发展的重点任务。

3. 旅游文明与旅游业现代化协调发展

总体上说,旅游业客体现代化属于物质文明范畴,旅游业主体现代化则属于精神文明范畴,坚持这二者的协调发展是我国旅游业现代化所凸显和要求的重要特征。这里想强调的是,旅游是一种身体移动实践,又是一种群体行为,必定会与他人他物相遇,会与不同文化、风俗和习惯相遇。以什么样的态度和行为对待这样的相遇,反映了旅游业主体特别是游客的文明程度。在国内外旅游中,遵守公共秩序,保护生态环境,保护文物古迹,爱惜公共设施,尊重他人权利,讲究以礼待人,提倡健康娱乐,营造和谐环境,争做文明游客,是旅游文明的基本要求。对于一个游客来说,达到这些要求只是表明他具备了起码的旅游文明水准,在此基础上做得更好,才可能真正实现旅游文明与旅游业现代化的协调发展。

(三) 建构实地旅游和虚拟旅游结构合理的现代化

新一代信息技术的广泛应用,为旅游信息化、智慧化插上了腾飞的翅膀,也为人类开辟了新的生活空间——虚拟现实空间。虚拟旅游便是这样一种新生活空间。综合一些研究者的观点,所谓虚拟旅游,指的是通过虚拟现实技术以多种可视化方式呈现现实景物,使旅游者无须身临其境就能获得关于景点的相关信息和体验的旅游方式。当今社会,一方面,旅游可以让人亲近自然,欣赏美景,放松身心,了解不同文化,品尝各地美食,提升生活品质,满足日益扩大的旅游需求;另一方面,由于科学技术发展,工作效率提高,生活节奏加快,竞争也更加激烈,多数人特别是从事高科技行业的年轻人,没有更多自由的时间离开自己生活、工作的空间,去实地感受传统旅游能够带来的视觉美感和愉悦体验。这样的现实状况为虚拟旅游的发展提供了有利条件。近年来,国内虚拟旅游发展迅速,大多数城市开通了“城市吧”

之类的城市旅游全景网平台，有些虚拟旅游项目构建了图片—视频—三维全景展示的虚拟旅游环境，其超越时空、内容丰富，吸引了大量虚拟旅游者，包括旅游需求旺盛却因身体原因不宜长途旅行的老年人和残疾人。随着虚拟仿真技术的发展、虚拟旅游环境吸引力的提升以及多元化旅游消费群体的进一步细分，虚拟旅游蕴藏的潜力将会得到更大程度的发挥。

但是我们也必须看到，旅游本质上是通过空间移动实现身体与景物的互动，虚拟旅游毕竟不同于传统的实地旅游，仿真技术再逼真，虚拟旅游环境也无法像现实旅游目的地那样真实清晰，使旅游者获得的美感与体验具有真实的确定性。在旅游业现代化的进程中，对大多数旅游消费者来说，虚拟旅游环境的作用实际上更多地表现在帮助旅游消费者获得相关旅游信息、寻找喜欢的旅游目的地，作出旅游选择，规划旅游行程；旅游消费者在预订相关旅游服务之前能先行体验，从而提高旅游产品和服务供给方的可信度与吸引力；旅游消费者凭借虚拟旅游环境和相关信息，可以有目的地选择景点景物，优化实地游览线路，起到虚拟导游的作用。因此，作为一种旅游的新形式，虚拟旅游虽然有着巨大的发展潜力，却无法替代实地旅游，只能作为传统旅游方式的补充，作为一种旅游文化传播、旅游市场拓展、旅游产品营销的新方式。推进旅游业现代化，必须构建实地旅游和虚拟旅游结构合理的旅游方式 and 市场格局。

概言之，旅游业现代化是一个值得深入探讨的重要问题，通过讨论获得对此问题比较系统明确的认识，并在此基础上尝试构建旅游业现代化的指标体系，对于推进我国旅游业的高质量现代化发展具有重要意义。

（中国旅游报原总编辑、社长高舜礼和华东师范大学商学院楼嘉军两位先生在本文撰写过程中提出过宝贵意见，特此致谢）

参考文献：

- [1] 周慧玲. 旅游业现代化的内涵与路径 [N]. 2011-07-22(12).
- [2] 戴斌. 论大众旅游的人民性与旅游业的现代化 [EB/OL]. [2025-11-01]. http://www.imtaweb.net/hyfw/hydt/20210427/20210427_711008.shtml.
- [3] 拥抱长三角·文旅助融合 | 2021 中国·嘉善“文旅+”高质量发展对话暨长三角文旅嘉年华举行 [EB/OL]. [2025-11-01]. https://tyj.jiaxing.gov.cn/art/2021/10/19/art_1591268_58907460.html.
- [4] 刘庆余. 从“旅游管理”到“旅游治理”：旅游管理体制改革的 new 视野 [J]. 旅游学刊, 2014, 29(9): 6-7.
- [5] 徐金海. 互联网时代旅游治理现代化研究 [J]. 河北广播电视大学学报, 2020, 25(6): 70-75.
- [6] 马克思. 1844 年经济学哲学手稿 [M]// 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯选集. 2 版. 北京: 人民出版社, 1995: 45-46.
- [7] 刘奇. 别让农民不食人间烟火 [J]. 中国发展观察, 2019(20): 52.

责任编辑：黄声波