



国务院联防联控机制发布会： 加强重点机构重点场所疫情防控

国务院联防联控机制1月11日举行新闻发布会，邀请相关部门负责人介绍重点机构和重点场所疫情防控有关情况。

国家卫生健康委新闻发言人介绍，实施“乙类乙管”措施后，重点人群、重点机构、重点场所仍然是防控重点。养老机构、社会福利机构等场所高风险人群较多、人员集中，疫情传播风险大。要加强健康监测和早期干预，确保重症高风险人员能够及时发现、及时转诊、及时救治。

民政部养老服务司有关负责人介绍，养老机构疫

情防控总体严于社会面。疫情流行期间，经属地联防联控机制批准同意，可在加强人员进出健康监测基础上有序开放管理。疫情严重期间，经科学评估适时采取封闭管理。尽量避免养老机构在社会面感染高峰时出现大量感染。

中国疾控中心传防处有关负责人介绍，疫情防控的重点机构主要包括养老机构、儿童福利领域服务机构、精神卫生福利机构、学校、邮政快递、医疗机构等；重点场所主要有客运场站、商场超市、农贸(集贸)市场、餐饮

服务单位等容易发生聚集性疫情的场所。

商务部消费促进司有关负责人介绍，商务部制定了商场、超市和农贸(集贸)市场新型冠状病毒感染疫情防控操作指南，明确防控制度、环境卫生、员工卫生防护等要求。

国家邮政局市场监管司有关负责人介绍，当前，群众药品寄递需求迫切，国家邮政局会同有关部门持续加强医疗物资动态监测、采取多种手段保障医疗物资邮件快件优先处理。

据央视《新闻联播》

南下避寒，北上追雪 今冬旅游热起来

随着疫情防控政策不断优化调整，人们的出行需求得到一定程度的释放。飞猪数据显示，2023年元旦的跨省游和跨市游订单占比近八成，达到近一年峰值；携程数据显示，相较2022年同期不到四成的用户跨省出行，2023年元旦假期近六成用户选择跨省游。2023年元旦假期形成一个长线游小高峰，为2023年中国旅游开了个好头。相较于元旦假期的“回暖”，即将到来的春节假期旅游“升温”势头更加明显，预订量、人均花费均较2022年同期有大幅增长。

据《人民日报·海外版》



1月10日，在漠河市北极村，游客乘坐马拉爬犁。 新华社记者 张涛/摄

多措并举引客来

2022年12月7日，2022四川省冬季旅游启动仪式、2022四川冰雪和温泉旅游节开幕式举行，正式拉开“冬游四川”活动大幕。此次活动通过推出“冰雪+旅游”“温泉+旅游”“阳光+旅游”“体育+旅游”等一系列特色产品体验、精品路线以及优惠政策，塑造“赏蜀山冰雪·享攀西暖阳”冬季旅游品牌形象，促进冬季旅游产业发展，提振文旅消费，让“冬季不冷，淡季不淡”。其中，相关旅游优惠政策发布后，带来了显著的引客效应。峨眉山景区派送5000万元文旅消费券，12月下旬的一个周末，景区共接待游客超过2万人次。

新年伊始，为推动当地冬季旅游市场加快复苏，全国多地推出旅游优惠措施。

2023年1月1日至3月15日，西藏自治区全区除寺庙景区以外其余景区门票全部免费，给予援藏抗疫人员终身享受西藏全境游免门票政策，三星级(含三星级)以上宾馆(饭店)及国际品牌、精品酒店执行淡季价格，各航空公司机票亦执行淡季价格。2月28日前，游客前往贵州旅游可享受旅游景区免票、自驾减半、住宿减半、旅游商品减半优惠。湖南省多个景区推出元旦和春节的旅游优惠活动，例如，张家界宣布2023年元旦和春节免门票，另有30家酒店有优惠活动；韶山1月1日至20日门票全免，包括景区内换乘环保车费用；岳阳张谷英古村、大云山1月1日至31日面向全国游客免票等。

推出旅游优惠措施、精彩的旅游活动，为游客提供丰富的旅游体验，已日渐成为各地催热冬游市场的有效举措，在今冬这个旅游复苏关键期，效果更加显著。

追求高品质体验

文化和旅游部近日发布《关于组织开展第一批中国特品级旅游资源名录建设工作的通知》，明确开展中国特品级旅游资源名录建设工作，梳理好、挖掘好、开发好优质旅游资源，推出更多有内涵、有特色、有品位的优质旅游产品。据了解，中国特品级旅游资源是指在空间上相对独立、富有文化底蕴、具有较强旅游吸引力和较高旅游价值、在全国范围内具有代表性或独特性的优质旅游资源。中国特品级旅游资源名录建设以各省(区、市)(含新疆生产建设兵团)旅游资源普查成果为基础，通过梳理筛选代表中国形象、体现地方特色的旅游资源，系统呈现中国文化之美、自然之美。

为市场提供高品质旅游产品，推动旅游业高质量发展，是我国旅游业发展的重要方向，也是建设世界旅游强国和社会主义文化强国的必然要求。

近年来，国内游是旅游的主要内容，游客更加关注旅游的品质和体验，个性化、品质化、多样化旅游消费需求日益增长。马蜂窝数据调查显示，高品质的特色体验已成为年轻人挑选民宿的重要标准，且年轻游客愿意为高品质民宿买单。

此外，随着各地对传统文化、城市文化、乡村文化等的不断挖掘，文化与旅游融合日益深入，越来越多的游客期盼在旅游中感悟文化，对于旅游的需求已由过去的“到此一游”转变向“深入体验”，比起单纯的观光产品，他们更青睐高品质的体验型产品。

“避寒”“追雪”人气旺

2022年12月中旬，黑龙江省哈尔滨市一家滑雪场的工作人员明显感受到了变化：12月初，来滑雪场的多数是本市和周边游客，中旬起，外地游客越来越多，其中不乏来自南方的游客。

“游客多了，人气旺了，我们的信心更足了。”元旦期间，许多旅游目的地重现热闹场景，这让旅游从业者更增添了对2023旅游前景的信心。

南下避寒，北上追雪，是冬季旅游的两大热门。2023年元旦当天，避寒游热门目的地三亚全市经营性住宿设施平均入住率近80%。飞猪数据显示，2023年元旦期间，海南省的旅游商品预订金额同比增长超五成；此外，南方滨海旅游目的地也备受青睐，包含“海景”“海岛”“冲浪”等关键词的旅游商品预订量增长超六成。冬季正值冰雪旅游旺季，包含“滑雪”“冰雪”等关键词的热门冰雪旅游商品热卖，其中吉林长白山、黑龙江亚布力、河北崇礼位居热门冰雪旅游目的地前三位，四川的西岭雪山、黑龙江的雪乡、新疆的将军山等室外滑雪场以及重庆、成都、绍兴等地的室内滑雪场，也成为冰雪爱好者的的好去处。

据中国旅游研究院冰雪旅游课题组综合测算，2021~2022冰雪季中国冰雪休闲旅游人数为3.44亿人次，是2016~2017冰雪季的2倍多，冰雪休闲旅游收入由2016~2017冰雪季的2700亿元增加到4740亿元，冰雪旅游实现了跨越式发展。“随着疫情防控政策进一步调整，人们出游意愿将逐渐提高，各地发展旅游的积极性高涨。”中国旅游研究院院长戴斌指出，北京冬奥会的成功举办，让冰雪旅游、冰雪竞技、冰雪运动、冰雪休闲的群众基础越来越广泛，冰雪产业相关投资和研发也越来越多，有望实现新突破。



1月4日，三亚市大东海景区人头攒动。 新华社记者 赵颖全/摄