● "十二五"发展步入黄金期
● "十三五"提质增效成主题

旅游业成经济增长领跑者

本报记者 **赵 珊**

10月18日至24日，由中组部、国家旅游局和国家行政学院共同主办的省部级干部促进旅游业改革发展专题研讨班在京举办。国务院副总理汪洋23日出席研讨班座谈会并发表讲话强调，发展旅游业是利当前、惠长远、一举多得的战略举措，要顺应经济社会发展新要求和人民群众新期待，把旅游业培育成国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。

这是中国旅游发展史上第一次如此高层次的研讨班。学员们深入探讨了经济新常态下旅游业健康可持续发展的有效途径，并谋划了"十三五"旅游发展规划和发展道路。

上半年旅游投资同比增28%

以前旅游在很多人看来就是"游山玩水"，而如今旅游业作为第三产业的龙头，作为与第一、第二产业快速融合的现代服务业，对经济和就业贡献率双双达到10%左右。旅游业正从经济建设的边缘走向经济建设的主战场，成为稳增长、调结构、惠民生的重要产业。目前，几乎所有的省区市都将旅游业列入战略性支柱产业，85%以上的城市、80%以上的区县将旅游业定位为支柱产业。

旅游对消费的带动十分明显。今年上半年，全国仅国内旅游消费就达1.65万亿元，增长14.5%，比社会消费品零售总额增速高4.1个百分点。但旅游业对经济发展的贡献不仅仅只是消费，在目前经济下行压力加大、经济增长放缓、全社会固定资产投资持续回落的情况下，旅游投资却高位增长。今年上半年，全国实际完成旅游投资3018亿元，同比增长28%，比第三产业投资增速高16个百分点，比全国固定资产投资速度高17个百分点，旅游正成为资本市场的热点。

旅游业已成为综合性的大产业，其关联行业超过110个，对住宿业的贡献率超过90%，对民航和铁路客运业的贡献率超过80%，对文化娱乐业的贡献率超过50%，对餐饮业和商业的贡献率超过40%。

乡村旅游是促进城乡一体化发展的有效途径。2014年，全国有农家乐超过190万家、乡村旅游特色村10万个，乡村旅游营业收入达3200亿元，同比增长15%，带动超过3300万农民受益。

旅游外交魅力凸显

日前，国家主席习近平在美国访问时宣布：中美两国将在2016年举办旅游年。旅游合作是中美经贸合作和人文交流最活跃、最具潜力的领域，正在成为构建中美新型大国关系的重要内容和桥梁窗口。

今年，中国的旅游外交亮点频现。国家旅游局局长李金早首次以国家主席特使的身份出访、中日友好交流大会、中韩旅游年、中印旅游年、中国—中东欧旅游年等活动再次表明，旅游在国际外交舞台上正扮演着越来越重要的角色，成为国家整体外交中不可或缺的重要组成部分。"以心相交者，成其久远"，旅游外交更有弹性、更加灵活、更加植根于民众。在国家间关系中，旅游交流始终发挥着"正能量"的作用。

未来3年，中国将连续迎来世界顶级旅游盛会：明年5月，中国政府和联合国世界旅游组织在北京主办首届世界旅游发展大会。2017年，联合国世界旅游组织第22届全体大会将在四川成都召开。2018年，世界旅行业理事会年会将在上海举办。

未来5年人均每年出游5次

国家旅游局预计，"十三五"期间，全国旅游总收入年均增长14%左右。到2020年，境内旅游总消费由2014年的3.25万亿元达到5.5万亿元，城乡居民年人均出游由2014年的2.6次增加到5次。旅游发展带动17%、约1200万的贫困人口实现脱贫。旅游业增加值占国内生产总值的比重超过10%。到2020年，从初步小康型旅游大国迈入全面小康型旅游大国，达到中等发达国家水平，旅游业在规模、质量、效益上均达到世界旅游大国水平。

旅游产业的转型升级是未来发展的关键。"十三五"期间，旅游发展将突破传统产业的限制，与地产、金融、养老、文化、农业、高科技、教育、创客等多种新业态融合在一起，形成一个庞大的旅游产业综合体系，充分发挥旅游产品的增值效应。预计，每年单体旅游大项目投资将超过3000亿元，其中将产生一批世界级的旅游品牌，国家公园建设将成为显著亮点。

旅游业将主动融入国家战略，发挥综合产业优势。预计"十三五"期间，中国将为"一带一路"沿线国家输送1.5亿人次的游客和2000亿美元的旅游消费，同时将吸引沿线国家8500万游客来华旅游，拉动旅游消费约1100亿美元。

◀ 位于浙江杭州双灵村的西湖龙井茶园近日推出"一米茶园"认养活动，爱茶人只需在茶园内认养一棵或多棵西湖龙井茶树，就可享受相关旅游的优惠措施。

图为游客从被认养的茶树边走过。

龙 巍摄（人民图片）

国际蒙古舞亮相呼市

10月24日，国际蒙古舞蹈艺术展在内蒙古呼和浩特举行。图为陈巴尔虎旗乌兰牧骑表演群舞《巴尔虎金》。

新华社记者 **邵 琨**摄

近200万人次报考公务员

本报北京10月25日电（记者**叶紫**）据人力资源和社会保障部消息，中央机关及其直属机构2016年度公务员招考网上报名24日结束。截至当日18时，共有199.8万人次报名，130.1万人通过资格审查，还有13.5万人正在由招录机关进行资格审查，资格审查工作将于26日18时结束。

宋庆龄结婚百年纪念活动举办

本报北京10月25日电（**赵佳琪**）由宋庆龄基金会研究中心和全国妇联联合主办的孙中山宋庆龄结婚百年纪念活动今天在宋庆龄故居举行。纪念活动由《国之瑰宝——中国的伟大女性宋庆龄》特展和"精诚笃爱"论坛组成。

美人鱼形象大使招募启动

10月24日，北京海洋馆"爱鲨日"暨"暖心嘉年华"系列活动和美人鱼形象大使招募活动同时启动。图为化装成"美人鱼"的潜水员与白鲸进行水下互动。

新华社发

首届世界生态系统治理论坛举行

本报北京10月25日电（**严冰、孙琳**）由世界自然保护联盟（IUCN）、中国国家林业局、北京市政府和亚太森林组织共同主办的首届世界生态系统治理论坛今天在人民大会堂拉开帷幕。来自政府、学术界、民间组织以及当地社区的代表近300人与会，共同关注并探讨生态系统治理这个全球性问题。

国家林业局局长张建龙在致辞中指出，中国政府将可持续发展原则全面纳入国家政策和规划，实施了一系列重点生态治理工程，包括退耕还林、野生动植物保护、自然保护区建设等，正在扭转自然资源减少和退化的趋势。今后，中国将更加注重自然围绕"生态系统保护，全面保护天然林、湿地和野生动植物，为经济社会实现可持续发展提供有力的生态保障。

本届论坛将围绕"生态系统对实现可持续发展目标和应对气候变化的重要作用"，以小组讨论、学术沙龙、圆桌会议等形式展开讨论，并最终形成论坛成果文件——《北京宣言》。

开幕式上，两大互联网企业——阿里巴巴和腾讯联合发表了《关于打击野生动植物非法贸易的倡议书》，呼吁更多人以实际行动保护濒危的野生动植物。

600海外院校亮相国际教育展

本报北京10月25日电（记者**赵晓霞**）2015中国国际教育展24日至25日在京举行，来自美国、英国、法国、澳大利亚、日本等逾40个国家和地区的约600所海外院校参展。其中，近20个国家展团带来的教育资源，展示了这些国家的教育面貌。

新西兰作为今年教育展的主宾国，共有包括中学、大学等在内的24所院校亮相。值得一提的是，新西兰的"八大"国立学府齐聚北京，尚属首次。美国国家展团聚集了近80所院校，成为今年教育展现场面积最大、学校最多、类型最全的展区；由近70所院校组成的英国展团，不仅包括高等教育的知名学府，还包括预科学院、私立中学和语言学校等，以及在文化创意产业领域颇有影响的伦敦大学国王学院；法国展区则汇聚了30家法国高等教育机构，法国高等教育署同时借机推出了《中法对对碰——学习、学生生活和文化》，展现中法教育和文化差异。

2016春夏中国国际时装周开幕

10月25日，2016春夏中国国际时装周在北京拉开帷幕。本次时装周中将有90余家中外品牌和机构、73位中外设计师和135位设计新秀携最新作品亮相。图为首场开幕秀上，模特演绎NE·TIGER2016春夏华服秀。 **李 玥**摄

多维度构筑丰富多彩的中国形象

张冠梓

改革开放30多年来，中国取得了世人瞩目的成就，综合国力不断提升，在国际舞台上的声音也日益响亮。如今全球范围内发生的各种事件，人们都会关注中国会怎么做、做什么。那么，走向世界舞台的中国应以怎样的形象来彰显自己的大国风范？

笔者认为，一个重要的维度就是既要讲好中国的发展道路，也要解读好中国作出的国际贡献。这个维度如同两条线头，拧在一起，构成了解读今日中国的重要线索，也是构筑多维度丰富多彩中国形象的基本底色。以此来看，近期习近平主席访美期间，在CNN、CNBC等美国主流电视频道播出的对外宣传短片《中国，与你同行》《"一带一路"，连接你我》，无疑具有特别的价值和意义。

中国面孔何以模糊不清

近年来，提升中国文化软实力日益受到重视，已成为常谈常新的话题。2009年，国务院就已发布《文化产业振兴规划》，把文化产业作为国家战略性产业加以推动，这标志着文化软实力建设上升为国家战略。另外，对外人文交流也快速发展，以中国文艺为载体的各种"中国元素"频频进入世界公众的视野。据统计，截至2012年12月，中国已在108个国家建立400所孔子学院和500多个孔子课堂。

不过，仔细审视对外人文交流活动，不难发现当前似乎还缺乏对中国道路对外准确和全面的讲述。奉行和平发展的中国，不输出革命，不输出饥饿和贫困，也不输出大国沙文主义，但中国道路动辄被海外媒体进行两极化的报道：要么被彻底妖魔化，要么被捧为与欧美发展道路相抗衡的"中国模式"。显然，这两种解读都不利于海外民众准确全面地认知当代中国，更不用谈中国作出的国际贡献了。

这不仅损害了中国的国际形象，也给对外交往带来不少消极影响。例如，"一带一路"如今已成为国外社会广泛关注的热门话题，但在这个热潮中，也有少数外国媒体从"中国威胁论"的偏见出发，认为这是中国崛起后的"新版马歇尔计划"，是企图"对外扩张的野心"。

国际话语权归根结底是国际利益的博弈，源自一个国家硬实力、软实力和国际传播能力。从内外部条件看，现在正是中国向世界传递正能量的最好时机，中国比以往任何时候更迫切需要对外讲清楚、讲明白中国发展理念。与此同时，在全球治理、地区冲突等问题领域，中国正发挥日益重要的作用，国际社会也渴望了解一个客观的中国。综合来看，在中国硬实力迅速提升、软实力不断发展的当下，正是中国大力提升国际传播能力的战略机遇期。在这个关键阶段，尤其需要对外传播好、阐释好中国道路和中国贡献，讲好"一带一路"等重大理念，讲清楚中国发展能够给世界带来什么。

传播好中国理念新符号

十八大以来，习近平总书记提出了一系列治国理政新理念。其中，中国梦、"一带一路"等新理念，既是中国依据自身国家利益和核心价值理念勾勒的世界图景，也是中国向整个世界宣介的处世之道。这些新理念已经构成对外阐述中国道路和中国贡献的崭新符号。

《中国，与你同行》《"一带一路"，连接你我》两部宣传短片，为海外民众了解中国道路和"一带一路"倡议提供了重要信息，在对外讲述中国理念、传播中国形象方面有着诸多突破性的意义与价值。

从传播载体看，以广告投放的方式集中在CNN、CNBC等美国主流电视频道播出，并在Facebook、Twitter等海外视频社交网站推送，是一次借助媒体融合传播特点，多渠道立体传播中国声音的大胆实践。

从传播效果来讲，习近平主席出访美国期间，恰是国际社会普遍关注中国之时，此时通过准确的形象营销，将"一带一路"等中国理念从抽象的观念符码转化为海外受众的感性认识，通过影视化语言真正赋予这一创新概念的丰富意蕴。

从传播内容上看，《中国，与你同行》内涵丰富，寥寥不多的解说词容纳了中国发展道路选择，中国的国际责任、国际贡献等诸多重大内容。《"一带一路"，连接你我》讲述的故事同样表达了"一带一路"不是自我炫耀，而是中国为世界发展前景提供的一个蓝图，是以中华民族兼济天下的博大情怀和与世界其他民族包容共生的民族文化心理为基础，传递的是中华民族要对人类和平发展有所贡献的雄心壮志。

由此看来，《中国，与你同行》《"一带一路"，连接你我》两部宣传短片不仅是构建"一带一路"战略视域下对外传播的佳作，也是如何在现有国际舆论场彰显中国风范、唱响中国声音、提升中国形象的破题之作。

（**作者为中国社会科学院研究生院教授**）

题图照片：截图自外宣短片《中国，与你同行》《"一带一路"，连接你我》。