

观察

立足国内大循环 更好释放旅游消费需求

从长远看,我国旅游业依然要坚持国际国内双轮驱动,为国家扩大对外开放、全面深化改革、满足人民不断增长的物质文化需要等服务。在当前疫情防控常态化的背景下,中国旅游业应立足国内大循环,大力发展国内旅游

戴学锋

习近平总书记9月1日主持召开中央全面深化改革委员会第十五次会议并发表重要讲话。他强调,加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,是根据我国发展阶段、环境、条件变化作出的战略决策,是事关全局的系统性深层次变革。

双循环意味着国际国内两者不可或缺。经济全球化是不可逆转的历史大势,无论国际形势发生什么样的变化,我国必须参与国际经济大循环。同时,也要促进形成强大国内市场,努力扩大内需,让经济发展惠及民众,满足人民美好生活需要。因此,国内循环和国际循环是辩证统一关系,二者相互影响、相互交融、相互促进、相得益彰。

我们必须认识到,双循环是对我国经济发展形势的总体判断,在具体时间、具体产业上,要从国家大战略出发,突出自身优势,为经济总体双循环做出贡献。

改革开放以来,中国旅游业得益于外循环,从无到有,迅速成长为国民经济战略性支柱产业。同时,旅

业发展充分融入国家战略。在改革开放初期,发展旅游业的主要目标是作为窗口行业引进外资和外国先进的管理经验。20世纪80年代,我国外汇非常紧张,实行优先发展入境旅游市场的战略,努力为国家创汇。相关资料显示,我国入境旅游收入从1978年的2.63亿美元,上升到1988年22.47亿美元,十年增长了7.5倍,为我国改革开放做出了重大贡献。1998年以后,扩大内需成为我国重要的发展战略,旅游业逐步将战略重点转向国内,“十五”期间,我国完成国内旅游业投资6257.73亿元,旅游业投资增速大大高于同期固定资产投资增速。同时,从“十五”规划以后,国家逐步把发展国内旅游业作为旅游业三大市场的重点。1998年国内旅游业总收入为2391.2亿元,到“十二五”末的2015年,已达到34195.1亿元,增长了约13倍,为我国扩大内需作出了重要贡献。目前,中国旅游业已经加入国际国内大循环中,形成旅游业三大市场各有优势的格局。

从长远看,我国旅游业依然要坚持国际国内双轮驱动,为国家扩大对外开放、全面深化改革、满足人民不断增长的物质文化需要等服务。在当

前疫情防控常态化的背景下,中国旅游业应立足国内大循环,大力发展国内旅游。

首先,我国幅员辽阔、旅游资源丰富、各地差异性大,发展国内旅游具有强大的基础条件。世界经济论坛发布的全球旅游业竞争力报告中,中国的自然和人文旅游资源等指标多年排名世界前列。

其次,近年国民旅游消费需求旺盛,但受各方面因素的制约,大量旅游需求释放到国外。相关统计显示,2019年我国出境旅游花费总额2546亿美元,出境旅游人均花费高达1500美元,而2019年国内旅游人均花费仅为953元人民币。最近几年的国民休闲旅游调查显示,由于非经济因素制约,国内旅游需求未得到有效释放。

再次,我国国内旅游体量巨大,相关资料显示,2019年全年我国国内游客60.1亿人次,国内旅游收入57251亿元,如果国内旅游需求完全释放,旅游业对经济的贡献会更大。旅游业关联带动性强,一业兴,百业旺。据统计,旅游业综合带动系数仅低于工业和建筑业,大大高于初级产品加工、交通运输、金融等行业。国内旅游就业门槛低,对农民工再就业具有极大

的吸纳能力。国内旅游还具有弥合收入差距的重要作用。

最后,旅游业非常敏感,但韧性较强。最新调研发现,在很多疫情控制好的地区,当外向型工业企业依然低迷萎缩的时候,旅游业已经快速复苏,有些地区已经复苏到历史最好水平的70%。当前,我国已经成为全世界疫情控制最好的国家之一,国内旅游完全可以恢复繁荣。此外,大力发展国内旅游,也是解决党的十九大的发展不平衡不充分的问题、让经济发展惠及广大民众的重要方面。

特别需要指出的是,近期我国旅游业以内循环为重点,并不是不要发展入境旅游,当各国疫情得到有效控制后,仍要大力发展入境旅游。

近期,我国旅游业发展应立足国内大循环,要利用各种产业政策,包括放宽土地供给、加大财政金融支持等手段,在利好政策引导下,让市场发挥作用,吸引更多旅游投资,释放国内旅游潜在市场需求,让更多人参与国内旅游。

(作者为中国社会科学院研究员、社科院财经战略研究院旅游研究室主任)

时评

旅游者正当评价权需得到尊重和保护

要保障消费者的合法权益,让在线旅游评价变得真实客观,进而倒逼旅游企业提升自身服务质量

吴睿琦

文化和旅游部近日印发的《在线旅游经营服务管理暂行规定》提出,在线旅游经营者应当保障旅游者的正当评价权,不得擅自屏蔽、删除旅游者对其产品和服务的评价,不得误导、引诱、替代或者强制旅游者做出评价,对旅游者做出的评价应当保存并向社会公开。在线旅游经营者删除法律、法规禁止发布或者传播的评价信息的,应当在后台记录和保存。

文化和旅游部出台的这项公共政策,回应了近年来舆论与社会公众关心的热点、市场监管的难点以及行业发展的痛点,尤其是明确了在线旅游经营者不得擅自屏蔽、删除旅游者对其产品和服务的评价,不仅有效规范旅游行业发展,更能有效保障消费者的评价权。

所谓评价权,是现行法律赋予消费者的日常监督权。消费者权益保护法第十五条明确,消费者享有对商品和服务进行监督的权利。换言之,也就是保护消费者正当的评价权。譬如,在线旅游网站上,旅游者可通过浏览、分析各种“好评”和“差评”,并参考综合评价得分,

作出出游选择。

近年来,有些在线旅游经营者,在商业利益驱动下,对消费者的评价,尤其是不好的评价,比如“中评”与“差评”等,人为设障,以好评返现、威逼利诱方式阻止消费者的真实评价。少数旅游经营者恶意报复、骚扰和纠缠消费者事件不时出现,甚至个别旅游经营者动用不正当资源,直接屏蔽、删除旅游者对其产品和服务的“差评”。

尊重和保障消费者对旅游产品与服务的评价权,是旅游企业应尽的法定义务。电子商务法明确规定,电子商务平台经营者应当为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径,不得删除评价,否则,将承担最高50万元罚款。显然,在线旅游平台应客观真实地展示旅游者对旅游产品与服务的评价,包括“好评”“中评”和“差评”,不能随意屏蔽和删除。

当然,除适用法律手段外,还可利用互联网技术,让评价者可以匿名化,让经营者看不到评价者的真实身份,要保障消费者的合法权益,让在线旅游评价变得真实客观,进而倒逼旅游企业提升自身服务质量。

名胜古迹保护亟须提高违法成本

保护名胜古迹需要立法部门在立法、修法过程中进一步明确文物、名胜古迹等的损害赔偿规则,也需要全社会增强损害赔偿意识,达成共识,并积极付诸行动

李英锋

据报道,近日,陕西榆林靖边龙洲丹霞地貌遭人为破坏。从八达岭长城到敦煌壁画,从杭州西湖中,四川峨眉山……我国大量文物、名胜古迹被刻字、涂鸦、蹂躏。有专家建议,针对此类不文明行为,除罚款外,可引入惩罚性赔偿制度,让损毁者承担修复费用,以此提高违法成本、提升法律威慑力。

治理上述旅游不文明行为是个老大难问题。尽管近年来文化和旅游部门加强了文明旅游宣传教育,采取很多措施,舆论更是呈现出对旅游不文明行为的高压态势,游客的文明意识逐步增强,但不文明行为还远未绝迹。

一些游客之所以在明知不可为的情况下任性而为,主要是因为不文明行为的成本低。通常而言,即便乱写乱画乱踩的游客被发现,被追查、问责,也往往是承担行政处罚责任。根据治安管理处罚法第六十三条规定,有“刻划、涂污或者以其他方式故意损坏国家保护的文物、名胜古迹”等情形之一的,处警告或者200元以下罚款;情节较重的,处5日以上10日以下拘留,并处200元以上500元以下罚款。

实际上,不少被追查到违法游客未被顶格处罚,有些只是被批评教育了事。当然,对于以踩踏、碾轧等方式破坏自然保护区的特殊地貌、生态环境等违法行为,自然保护区条例第三十四条也有追究规定,单位和个人未经批准进入自然

保护区或者在自然保护区内不服从管理机构管理的,由自然保护区管理机构责令其改正,并可以根据不同情节处以100元以上5000元以下的罚款。但是,在管理实践中,鲜见有关地方或部门使用该条款,即便使用该条款追究,游客承担的责任也远不足以弥补其造成的损害。况且,一些地貌并不属于自然保护区范围内,在自然保护区条例的保护范围之外。

如此,就会形成一种“游客破坏,景区或文管单位买单甚至政府买单”的局面。

相关专家关于引入惩罚性赔偿制度的建议有合理性、必要性和可行性。游客乱写乱画乱踩是不可文明行为也是侵权行为。根据民法通则、侵权责任法等法律确立的侵权责任规则,侵权人针对侵权行为应向相关被侵权主体承担停止侵害、恢复原状、赔偿损失、赔礼道歉等民事责任。有破坏行为的游客就是侵权人,无论其是否承担行政处罚或刑事责任,都应承担损害赔偿、修复等民事责任,相关景区、文物管理部门等应该依法提出赔偿要求,健全索赔保护机制,让索赔成为保护常态,让违法游客成为修复的责任主体。

保护名胜古迹需要立法部门在立法、修法过程中进一步明确文物、名胜古迹等的损害赔偿规则,也需要全社会增强文物、名胜古迹等的损害赔偿意识,达成共识,并积极付诸行动。如此,针对文物古迹的保护才会更到位、更有力。

声音

“提供更高品质的团餐服务,不仅可以有效遏制浪费,还能切实提升人们参加团队游的体验”

——《人民日报》近日发表题为《坚决遏制旅游团餐浪费》的评论指出,随着旅游消费升级,人们旅游用餐需求已经从“吃得饱”升级为“吃得好”。菜单跟着需求走,提升餐饮质量,不仅可以提升人们的旅游体验,而且在遏制浪费方面常常能起到立竿见影的效果。有旅行社进行过这样的尝试:针对来自不同地区的游客,推出可定制的团餐,既充分考虑游客的用餐习惯、用餐量以及健康营养等要求,又可以更加科学、合理地对待团餐种类进行调整。几天下来,游客评价上去了,餐饮浪费下来了。

“开展研学旅行关键在于培养孩子们学习的积极性,让他们学有所得,学有所获”

——针对近年来一些研学旅行产品出现重游轻学、只游不学、游而乱学的现象,《人民日报海外版》发表评论指出,从某种角度来说,虚高的价格已经背离了研学旅行纳入中小学教育计划的本意。“走出去”不一定非得请专家教授,唯有规范市场秩序,端正研学的公益属性,让更多学生能够参与其中,让更多免费开放的公共资源能够为研学服务,传统文化才能借助研学这座桥梁,抵达更多人的身边,走近更多人的心里。(本版编辑 龚立仁 整理)

儿童免费标准“长个儿”

自9月1日起,天津市儿童免费乘坐公共汽车身高标准将由1.2米提高至1.3米。随着人们生活水平日益提高,儿童平均身高不断增长,将儿童免费乘坐公共汽车身高标准提高至1.3米,将更好地体现对儿童健康成长的关怀,鼓励市民绿色出行。

相关人士表示,公交系统调整儿童免费乘车标准的做法值得景区等行业借鉴。新华社发 勾建山 作



来论

禁设最低消费利于遏制餐饮浪费

周家和

据报道,《天津市餐饮业制止餐饮浪费行为规范(试行)》于近期发布,明确禁止设置餐饮最低消费。近期,全国各地大力推进制止餐饮浪费相关行动,对浪费说“不”。天津市餐饮业明确禁止设置餐饮最低消费,无疑是一个倡导节约、反对浪费的务实举措。

设置最低消费,侵害了消费者自

主选择权,有宰客嫌疑。此外还会引发过度消费,助长铺张浪费之风。比如,有的餐馆、酒楼要求消费者必须达到规定的最低消费额度,少则人均上百元,多者上千元。顾客明知吃不了这么多东西,但要达到最低消费额度,还是要点很多菜,很明显助长了铺张浪费行为。

在当前全社会倡导节约、制止餐饮浪费的大环境下,餐馆、酒楼不应该再设置最低消费,以前已经设置的

也应该立即取消。

有些餐饮企业可能会对取消设置餐饮最低消费有不同意见,他们觉得这样做会增加一些成本压力。但从消费者权益保护角度看,不给消费者设置消费门槛,是理所应当的。因为企业提供的菜品价格本身就包含了房租、食品加工设备和人工服务等成本,在这之外另设最低消费,显然不合理,也不合法。

笔者认为,餐饮业发展重在提高

服务质量和烹饪专业技术水平。到餐馆、酒楼不消费或极低消费,毕竟是个别现象。再者,有些善于经营的餐饮企业,即使在市中心繁华地段开店,没有设置最低消费,照样能在激烈的市场竞争中立足。

从餐饮行业本身来说,禁设餐饮最低消费,不仅对消费者有利,也有利于企业长远发展。因为只有消费者对服务满意了,才有回头客,经营者才有赚钱。

从社会发展进步来说,禁设餐饮最低消费,有利于遏制铺张浪费,在全社会形成勤俭节约的良好风气。

依法规范户外极限运动势在必行

张智全

不久前,两名探险人员在贵州省关岭县滴水滩瀑布进行瀑降遇险,让原本“小众”的户外极限运动,再次成为公众热议话题。

经过多年发展,我国户外极限运动已成为有一定影响力的运动类别,吸引了越来越多的爱好者,并由此催生了户外极限运动培训热潮。

相关统计数据显示,从2010年到2019年,我国户外极限运动相关企业注册总量由8000家增长至近3万家,2019年新注册的企业就有4200家。

与此同时,由于相关法律规范的缺失,户外极限运动在蓬勃发展的过程中,伤亡事故时有发生。在户外极限运动野蛮生长而导致“夺命”事件时有发生的情况下,宜尽早出台相关法律法规规范。给户外运动系好“安全带”势在必行。

户外极限运动“夺命”事件屡有发生,既与从业者缺乏专业技能储备和忽视巨大安全风险有关,又与法律刚性约束不力密切相关。与传统体育项目相比,户外极限运动追求“更高、更快、更强”,追求跨越身心障碍后获得的愉悦感和成就感,对专业技能要求

较高,从业者必须经过长期的专业技能训练,才能确保人身安全。

遗憾的是,因相关市场规范的缺失,不少没有相关资质、专业领队、完备应急预案的“三无”户外极限运动俱乐部,纷纷推出“速成”专业培训,有的不给从业者购买保险或者购买无效保险,无异于给户外运动从业者埋下了人身安全的隐患。因此,无论是从保障从业者的自身安全出发,还是从规范市场秩序考量,都应立好法律规矩。

更为重要的是,如果没有坚实的法律保障,社会必然会为保障户外极

限运动从业者的人身安全浪费更多资源。尽管政府对身处险境的户外极限运动从业者负有救援责任,但这种责任不是无限的,户外极限运动从业者理应为自己的理智买单。有必要及早在这方面划出法律红线,倒逼从业者面对高昂的救援成本保持理性。

“法者,治之端也”。随着我国户外极限运动的发展驶入“快车道”,面对时有发生“夺命”事件,业界迫切需要完备有力的法律保障。尽早制定涉及户外极限运动的法律,形成支持促进户外极限运动产业健康发展的法律规范,才能逐步建立起具有领先水平的户外极限运动治理体系,从而在系牢户外极限运动“安全带”的同时,更好地促进整个行业健康有序发展。