

时评

金融支持市场主体纾困 提振文旅市场信心

金融支持演出企业、旅行社等市场主体纾困,既是看好旅游业发展前景,又为文化和旅游企业提供了充足的时间和资金去调整和恢复市场,有助于纾解演出企业、旅行社等市场主体面临的阶段性资金压力和经营压力,有助于提振我国文化和旅游市场主体的发展信心

□ 胡抚生

近日,文化和旅游部、中国人民银行、中国银保监会等三部门出台《关于抓好金融政策落实 进一步支持演出企业和旅行社等市场主体纾困发展的通知》,对演出企业、旅行社等文化和旅游市场主体加大金融政策支持力度。受新冠肺炎疫情影响,过去一年来,演出企业、旅行社等市场主体的经营受到较大冲击,一些中小文化和旅游企业面临着经营上的困难。金融支持文化和旅游市场主体纾困政策的出台,为企业解决暂时性困难和可持续发展提供了有利的条件。此次金融支持政策体现了以下几个方面重点:

一是金融支持提振文化和旅游市场信心。金融是经济高质量发展的稳定器,金融支持文化和旅游市场主体纾困是重要的风向标。文化和旅游市场受疫情影响只是暂时的,总体发展形势依然向好。此次金融支持政策的出台时间,正处于我国文化和旅游市场走向全面复苏阶段,为发展前景良好的文化和旅游市场主体带来了定心丸。金融支持演出企业、旅行社等市场主体纾困,既是看好旅游业发展前景,又为文化和旅游企业提供了充足的时间和资金去调整和恢复市场,有助于纾解演出企业、旅行社等市场主

体面临的阶段性资金压力和经营压力,有助于提振我国文化和旅游市场主体的发展信心。

二是加大融资支持力度是政策的核心内容。金融支持政策提出加强对演出企业、旅行社企业等市场主体的各类融资支持,包括从再贷款、再贴现、贷款延期还本付息以及信用贷款、续贷等方面给予更加宽松的支持,特别是针对演出企业、旅行社等市场主体中的小微企业适当提高不良贷款容忍度,瞄准了市场主体纾困的核心问题,有助于降低文化和旅游企业融资成本,提高融资效率,为企业纾困提供关键保障。

三是注重金融支持手段的多样性。金融支持政策不局限于融资支持,还提出从银企信息渠道建设、保险产品供给、纾困基金设立、文化和旅游相关产业发展基金运用、金融服务中项目建设等方面加大支持力度,以多元化金融工具,扩大金融支持的覆盖面和覆盖力度,从多个层次支持市场主体做大做强,有助于提升文化和旅游市场主体的竞争力。

四是鼓励各类金融机构参与支持。金融支持文化和旅游市场主体纾困,既有商业银行、政策性银行、开发性金融机构、保险公司的支持,也鼓励产业发展基金、政府性融资担保基

金的参与,共同来满足文化和旅游市场主体的金融需求。

五是鼓励金融机构主动服务市场主体需求。过去,更多体现的是文化和旅游企业去迎合金融机构的需求。此次金融支持政策出台,从主动做好信贷投放、银企信息对接、丰富保险供给、科技手段应用、优化服务流程等方面,更多地体现金融主动服务文化和旅游市场主体发展的作为,能够更有效、更精准地助力文化和旅游企业纾困和复苏。

下一步,要推动金融支持文化和旅游市场主体纾困政策的实施,以更好地助力行业复苏和高质量发展:

一是建立金融支持文化和旅游企业纾困的政策落实机制。要明确各类金融机构支持文化和旅游市场主体纾困的年度任务,对重点支持的区域、重点支持的企业制订纾困支持清单,编制支持项目目录。同时,要将支持文化和旅游市场主体纾困的融资、保险以及配套服务等纳入对金融机构的考核机制,强化责任落实,以更好地促进金融支持纾困政策的落实。

二是依托数字科技,做好金融支持文化和旅游企业的精准服务。充分利用在金融、文化和旅游领域广泛应用的数字科技,加强数字金融与文化和旅游大数据的衔接,在对文化和旅

游企业的信用调查、风险防控、经营引导、市场预测、服务场景升级等方面发挥更大作用,更为精准地服务文化和旅游市场主体需求。

三是完善金融风险分担机制。金融支持文化和旅游市场主体纾困,承担着一定的社会公益责任,同时也承担着更多风险以及政策性成本,不应由金融机构独自承担。应健全利益共享、风险共担的机制,统筹考虑中央和地方财政、政策性金融、商业性金融、文化和旅游企业以及考虑引入第三方保险机构,共同来承担政策性成本,以更好地实现金融支持产业可持续发展。

四是加强财政政策与金融政策的综合运用。金融支持文化和旅游企业纾困是第一阶段的任务,而推动行业复苏、走向高质量发展是第二阶段的任务。第一阶段,文化和旅游企业纾困可以依托财政专项补贴、税收优惠与融资、保险等财政与金融综合手段进行;第二阶段,可以通过财政与金融共同设立政府引导基金以及运用PPP模式等方式,鼓励支持更多社会资本投入文化和旅游领域发展,更好地助力文化和旅游行业复苏和高质量发展。

作者单位:中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)

观察

探索多元发展路径 推进导游服务转型升级

旅游需求个性化、多元化、系统化日益突出,大众对旅游产品的文化内涵、服务质量、体验感受要求越来越高。改革导游管理体制、寻求导游职业多元发展路径势在必行

□ 韩玉灵 范妮娜

随着我国疫情防控形势持续向好,公众出游意愿强烈、信心倍增。今年清明、五一假期旅游市场持续火爆,旅游业加速回暖。然而,近期云南西双版纳一段导游骂游客的视频频热传,再次将导游推上风口浪尖。长期以来,少数导游的种种劣迹让整个导游群体被“污名化”,扭曲了人们对导游职业的正常认知。究其原因,离不开低价团自费、高价消费的运营模式。

旅游法第三十五条规定,“旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。”第四十一条规定,“导游和领队不得诱导、欺骗、强迫或者变相强迫旅游者购物或者参加另行付费旅游项目。”法律明文禁止、政府强力管控之下,不合理低价游、导游强制购物事件仍频发,主要原因在于涉事旅行社之间的恶性低价竞争、旅游市场监管疏漏、游客非理性消费等。这些问题长期未得到妥善解决,最终“背锅”的一直是导游,其结果是导游与游客之间的矛盾和误解越来越深,一旦成为固化的价值观念则很难在短时间内消除。由此可见,强制购物事件中,受害者不仅仅是游客,导游同样是受害者,成为强制购物事件的“替罪羊”。

1987年颁布的《导游人员管理暂行规定》确立了我国现行导游执业制度,1999年颁布的《导游人员管理条例》进一步完善该项制度。随着旅游业的快速发展、互联网的广泛应用,游客对旅行社的依赖悄然地发生着变化。旅行社之间愈发激烈的竞争引发低价低质纠纷频发,企业之间的无序竞争又转嫁到服务终端导游身上,周而复始。

随着人们生活水平的不断提高,旅游需求个性化、多元化、系统化日益突出,大众对旅游产品的文化内涵、服务质量、体验感受要求越来越高。改革导游管理体制、寻求导游职业多元发展路径势在必行。针对导游管理体制和职业发展路径,笔者提出以下思路:

一是导游管理体制:开放、创新、多元。要秉承开放共享的发展理念,改革导游管理体制、完善执业保障和评价机制。利用新业态、高科技手段,探索导游执业多元化路径,改变“旅行社委派”的单一执业方式,解除或削弱导游对旅行社的依附,拓宽导游执业途径,增加导游收入渠道,改善导游生存状态。推动导游行业从行政化的封闭式管理逐步迈向市场化的开放式管理。

要顺应市场发展需求,推进导游服务转型升级。建立线上、线下多元化服务方式,与游客建立更加直接的供求关系。让游客可以自行选择符合自己消费需求的导游,根据自身喜

好定制个性化旅游方式,提高满意度;导游则以游客满意为价值导向,精进专业知识和服务能力,提升服务质量,展现个人魅力,树立口碑,从而使市场回归到导游服务本身。

要完善全国导游公共服务监管平台,注重导游信息透明化、评价信息全面化和系统化,形成完备的导游进出、奖惩机制,充分发挥市场在导游资源配置中的决定性作用。

二是导游发展路径:专业、专家、品牌。随着国民素质的提升,人们更加热衷于文化旅游,游客对专业讲解的需求逐渐增加,能够提供丰富文化内涵的专家型导游供不应求。如全国金牌导游房博,为了做好故宫的深度讲解,广泛涉猎明清时期的原始史料和学者作品,被广大粉丝戏称为把讲解讲成“百家讲坛”的导游。他录制的故宫讲解视频在短视频平台有120余万粉丝,成功塑造了“故宫深度讲解”的品牌。随着文化旅游、研学旅游、康养旅游、会奖旅游等细分市场不断成熟,这些旅游形式都对导游服务提出了更加专业的要求,类似房博的专家型导游也将拥有越来越多的“铁粉”游客。

又如众信旅游集团领队、全国金牌导游曹震,以专业的讲解和娴熟优质的服务屡屡获得好评,并荣获全国五一劳动奖章。疫情发生以来,他充分发挥自身的语言优势,主动请缨担任入境游客分流服务工作,充分展现旅游人的担当,“曹震们”用专业的服务鼓舞并带动身边的旅游人不间断进取,为广大游客创造美好的旅游体验,赢得了国家和社会对导游劳动的高度认可,也为广大导游树立了榜样。

专家型导游、优秀导游榜样的突出特点是善于学习、有着深厚的知识积淀;熟悉业务,有着娴熟的服务技能;敢于担当,有着强烈的社会责任感。他们的成长路径顺应了时代的发展,受到了社会、市场的欢迎,也为导游职业发展展现了光明的前景。

三是导游形象定位:文化、使者、名片。在消费升级的大背景下,游客的文化水平、审美能力和文明意识不断提高。导游需要更加深入探究游客需求,不断学习和积累,提升自身文化素养,使讲解内容丰富、底蕴深厚、具有文化涵养。同时,导游还要成为美的使者,只有努力提升自身审美能力,才能引导游客发现旅游过程中的自然美、社会美和艺术美,提升游客的旅游体验。此外,导游还要成为新时代倡导文明旅游的使者,通过引导游客文明旅游,提升游客文明意识,树立旅游文明风尚。随着文旅深度融合以及人们旅游需求的丰富多元,“文化”“使者”必将成为新时期导游形象的新名片。只有彻底解决导游“污名化”问题,广大导游才能重拾职业自信,重树职业形象,成为传播中国文化和文明的使者。

(作者单位:北京第二外国语学院、苏州旅游与财经高等学校)

来论

更好发挥文旅消费扩内需的引擎作用

文化产业和旅游业国内市场巨大、市场开放度高,在拉动消费、活跃市场、凝聚人心、扩大开放等方面具有特殊重要的作用,是扩大内需、促进增长的重要引擎,是服务构建新发展格局的重要力量

□ 李萌

近日,首届中国国际消费品博览会在海南海口开幕,展会围绕建设海南国际旅游消费中心定位,集聚全球消费领域资源,打造国际消费精品全球展示交易平台。从5月1日起启动的“2021年全国消费促进月”也在火热进行中。以消费为主题、以市场为支撑、以扩大内需为战略基点,畅通国内国际双循环,促进中国与各国携手共赢,成为我国推动经济稳中向好、促进世界经济复苏的重要工作。

消费是保持经济平稳运行的“压舱石”和“稳定器”。全面拉动消费是保持经济发展韧性、增强经济增长动力的基本依靠,对于加快发展国内统一大市场、助力构建新发展格局意义重大。

文化和旅游消费是居民消费的重要组成部分,是实现人民美好生活的重要内容,对于提升传统消费、发展新型消费、促进消费升级、助力消费下沉具有重要意义。

刚刚过去的五一假期,旅游市场的火爆程度和繁荣景象,让国内外强烈感受到我国消费市场强劲复苏的态势,展现了中国经济的蓬勃生机与活力。根据文化和旅游部测算数据,五一假期全国国内旅游出游2.3亿人次,同比增长119.7%,按可比口径恢复至疫前同期的103.2%;实现国内旅游收入1132.3亿元,同比增长138.1%,按可比口径恢复至疫前同期的77%。

文化产业和旅游业国内市场巨大、市场开放度高,在拉动消费、活跃市场、凝聚人心、扩大开放等方面具有特殊重要的作用,是扩大内需、促进增长的重要引擎,是服务构建新发展格局的重要力量。笔者认为,促进文化和旅游消费持续复苏发展,推动文化和旅游消费在扩大内需中更好发挥引擎功能和驱动作用,还要着重做好以下几个方面的工作:

第一,准确把握消费发展新趋势性特点。随着居民收入水平日益提高、新一轮科技创新和技术变革深入推进,中国消费发展呈现新的趋势性

特点,商品消费规模扩大、结构优化,新型消费迅猛发展、线上线下融合加快,进口渠道不断拓宽、消费品进口持续增加,农村消费活力显著增强,将为经济增长提供重要支撑,也为各国企业提供巨大商机。常态化疫情防控下,文化和旅游领域对更健康、更智能、更便捷、更经济、更亲情的需求明显增强,对市内常态化公共休闲产品、城郊高频休闲旅游产品、中长途高品质境外度假替代性产品的需求显著增加。文化和旅游行业要抓住机遇,不断推出新产品满足市场需求。

第二,科学实施文化和旅游消费刺激政策。当前全国和地方都在开展各类文化和旅游消费促进活动,很多地方采取了发放消费券等手段。需要注意的是,不能把握文旅消费仅作为短期刺激来推动,也不能过度使用短期刺激政策来提振文化和旅游消费,而是要从深入实施扩大内需战略基点的战略任务、战略举措高度,从满足人民美好生活新需要的角度,通过更多制度供给、机制改革、中期政

策、短期刺激举措等综合施策,打通影响和阻碍文化和旅游经济循环顺畅的堵点和断点,进一步挖掘和释放文化和旅游消费潜力,持续加快培育完整的文化和旅游内需体系。

第三,大力提高文化和旅游公共服务质量。文化和旅游消费的持续复苏和全面提振,更多的要靠文化和旅游公共服务业质量的改善和提高来保障。这要以人民为中心,以社会主义核心价值观为引领,以深化文化和旅游公共服务供给侧结构性改革为主线,优化文化和旅游公共服务供给与治理方式,促进文化和旅游公共服务环境改善,深化文化和旅游服务功能融合,提升公共服务效能,构建新型文化和旅游公共服务体系,加强队伍建设,为实现文化和旅游全域发展、居民与游客主客共享,为人民享受高品质文化和旅游生活、感受文化和旅游行业温度提供基本支撑和保障。

(作者为中国社会科学院—上海市人民政府上海研究院研究员)

第十四期全国旅游景区创A培训班火热报名

“全国旅游景区创A培训班”是中国旅游报社策划组织,面向全国各级文化和旅游行政部门、A级景区以及旅游企业集团的全国性专业培训项目。自2006年以来,培训班已在长白山、武夷山、黄果树瀑布、华山、丹霞山、武当山、汶川、连云港、沂南、三门峡、万佛湖、皇城相府、安远等地举办了13期,累计现场培训3000余人次。全国旅游景区创A培训班已经成为旅游业界影响范围广、知名度高,具有权威性和专业性的品牌培训活动。

2021年6月16日至18日,由中国旅游报社主办、江苏省金坛茅山旅游度假区管委会承办、大地风景文旅集团协办的“第十四期全国旅游景区创



A培训班”,将在江苏省金坛茅山旅游度假区举办。本期培训班旨在为各景区全面掌握A级景区创建标准修订、了解创建工作流程和注意事项、景区动态管理机制,提供一个学习平台,同时解读国家面向旅游业新出台的法规、政策,提升管理和服务水准、打造精品品牌,为推动文化和旅游业高质量发展搭建一个广泛交流与合作的平台。有关事项如下:

一、组织机构

主办单位:中国旅游报社

承办单位:江苏省金坛茅山旅游

度假区管委会

协办单位:大地风景文旅集团

官方网站:中国旅游新闻网

二、培训时间

2021年6月16日—18日

三、培训地点

金坛茅山旅游度假区·茅山颐园

医养小镇

四、培训形式

1.资深专家专题授课;

2.知名景区介绍经验;

3.专家学员互动交流;

4.专业教材理论指导;

5.创建经验实地学习。

五、招生对象

江苏省金坛茅山旅游度假区地处长三角区域一体化中心地带,坐拥闻名遐迩的道教名山——茅山。这里人文厚重,环境优美,峰峦叠嶂、云雾缭绕,有“第八洞天·第一福地”的美誉,因森林密布、流水潺潺,已成为江苏省“中国森林氧吧”,也是“中国名茶之乡”。这里山水林泉相依,盐茶药果共生,景观非遗相映,以优美的自然生态环境为基,以深厚的道家文化、文化和旅游部门有关负责人及文化和旅游企事业单位有关代表等。

六、培训班安排

6月16日下午:报到

6月17日上午:2021美丽中国行·旅游高质量发展(金坛茅山)论坛暨全

国主流媒体采风活动

6月17日下午:实地学习

6月18日上午:第十四期全国旅游景区创A培训班开班仪式、专家授课

6月18日下午:专家授课、交流发言

6月19日:返程

七、承办地简介及实地学习线路

江苏省金坛茅山旅游度假区地处长三角区域一体化中心地带,坐拥闻名遐迩的道教名山——茅山。这里人文厚重,环境优美,峰峦叠嶂、云雾缭绕,有“第八洞天·第一福地”的美誉,因森林密布、流水潺潺,已成为江苏省“中国森林氧吧”,也是“中国名茶之乡”。这里山水林泉相依,盐茶药果共生,景观非遗相映,以优美的自然生态环境为基,以深厚的道家文化、文化和旅游部门有关负责人及文化和旅游企事业单位有关代表等。

面对全国范围内高质量、强竞争的旅游发展态势,金坛茅山旅游度假区紧紧围绕“高标准、精品化、特色化”的发展要求,坚持依托道家文化,

旅游氛围,不断升级度假服务品质,全面启动国家级旅游度假区创建工作,以助力度假区及地区经济发展。

在“洞天福地”,情系山水胜境,感受“道养”之旅,畅享优质体验。金坛茅山旅游度假区正焕发新魅力。

实地学习线路:东方盐湖城——半边山下——茅山索道/茅山崇寿观——茅山金牛洞/保朴山房/茅山元阳观——茅山三清观——仙姑村一号农场——茅山宝盛园——野松岭山野度假酒店——茅山颐园医养小镇——茅山茶海——金坛茅山游客中心——花谷奇缘——茅山肴·道家菜餐厅——东方盐湖城

八、报名方式

参加代表请登录中国旅游新闻网(www.ctnews.com.cn)下载报名表并于2021年5月31日前将报名表和汇款凭证发至baoshehuodong@163.com。会务组将安排有接待。

报名热线:

010-85168185 010-85168197

010-85168190 010-85168195

中国旅游报社

2021年5月