

●加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量

以优质服务品牌引领旅游业高质量发展

《关于加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量的指导意见》的出台可以推动旅游业创新发展,建设科学高效、体系完备、系统全面的旅游服务质量管理体系,为实现高质量发展提供重要支撑

□ 王笑宇

为贯彻党中央、国务院关于高质量发展的重大决策部署,落实质量强国战略,推动“十四五”时期我国旅游业高质量发展,近日,文化和旅游部印发《关于加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量的指导意见》(以下简称《指导意见》),针对旅游服务质量提升的制约因素和共性问题,提出了解决问题的思路、旅游业高质量发展的目标,并对具体任务进行了部署。在培育优质旅游服务品牌方面,《指导意见》提出,要大力实施以服务质量为基础的品牌发展战略,加快培育一批品牌旅游企业和品牌旅游目的地,充分发挥服务品牌对旅游业高质量发展的引领带动作用,推动形成优质优价的旅游消费意识,提升中国旅游服务品牌的知名度和美誉度。

通过对《指导意见》的分析可以看出:《指导意见》的出台可以推动旅游业创新发展,建设科学高效、体系完备、系统全面的旅游服务质量管理体系,为实现高质量发展提供重要支撑。

第一,旅游服务品牌成为推动旅游业高质量发展的核心要素。旅游业比重不断加大,成为经济内循环发展的重要抓手。文化和旅游部官方数据显示,2019年,国内旅游人数

60.06 亿人次,比上年同期增长 8.4%;入出境旅游总人数 3.0 亿人次,同比增长 3.1%;全年实现旅游总收入 6.63 万亿元,同比增长 11%。旅游业对 GDP 的综合贡献为 10.94 万亿元,占 GDP 总量的 11.05%。旅游直接就业 2825 万人,旅游直接和间接就业 7987 万人,占全国就业总人口的 10.31%。旅游业对我国扩大内需、促进经济内循环发展的作用举足轻重。

随着我国经济社会从高速发展转向高质量发展,旅游业的需求与供给发生了本质变化。一方面,从需求端看,随着国民收入增加、文化要求提升,旅游消费更加多元、需求更为细化,对服务质量要求不断提高,对旅游服务品牌的重视和要求也不断提升。这不仅体现在围绕安全、卫生、舒适度等基础功能的要求提高,也体现在对各类主题旅游产品的文化解读、美学欣赏、场景体验等深层次、高层次诉求的深化。另一方面,从供给端看,市场上观光产品居多、休闲度假产品不足,旅游产品和服务的质量有待进一步提高,缺乏高质量的多元、细分旅游品牌,存在一些市场供需错配、结构失衡问题,无法有效引导高质量旅游消费、创造高质量旅游需求。

第二,以提高旅游服务品牌质量

促进旅游业高质量发展成为必然。针对“培育壮大旅游服务品牌”,《指导意见》提出,培育优秀企业、打造旅游目的地,创建旅游服务品牌。高质量旅游服务品牌是市场高质量发展的核心要素之一。在市场供需错配、消费结构调整的当下,急需培育优质旅游企业,提升产品、服务的全流程开发与运营能力,建设一批世界级旅游景区及度假区等目的地,打造国际知名品牌,引导高质量旅游消费,创造高质量旅游需求。面对转型期高质量发展要求,《指导意见》提出培育品牌、打造高质量旅游产品、目的地、创建品牌,正当其时。

针对“完善旅游服务品牌建设制度”,《指导意见》提出,建立完善旅游服务品牌建设、培育和评价体系,让服务优质的旅游企业脱颖而出。高质量的旅游服务企业需要行业协会及第三方机构予以认证及评价,以期能够给行业以示范效应,给消费者以明确的消费指导。行业认证、评价以及市场检验,可以促进旅游服务品牌质量不断提升,使高质量旅游企业脱颖而出,使旅游市场进入良性竞争,使业界摒弃低价低质的内卷消耗。

针对“旅游服务品牌创建激励机制”,《指导意见》提出,保护知识产权,打击假冒品牌,并通过相关政策扶持、建立示范单位等手段,支持优

质旅游服务品牌发展。在高质量发展阶段,通过行政手段去伪存真,扬善抑恶,是对企业服务创新、品牌创新的积极引导与支持,是鼓励优质企业成长、推动其打造优质旅游目的地的积极措施,也是“良币驱逐劣币”,促进旅游市场健康发展的必要手段。

针对“加强旅游服务品牌宣传推广”,《指导意见》提出,推广优质旅游服务品牌案例,依托“一带一路”建立“中国旅游服务品牌”走出去机制。这是适应时代发展要求,满足国家战略发展需要的创新举措。

第三,旅游服务品牌建设是旅游业转型发展的体系化工作。高质量旅游服务品牌建设与发展是系统化、体系化工程,涉及多个方面、多个体系、多条线的工作,需要政府监管、市场培育、行业支持、消费者认可。旅游服务品牌建设需要建立在企业高质量发展、高水平人才队伍支持、旅游服务品牌健康发育的基础上,凭借服务质量标准化与管理、信用评级与服务质量监管,引导高质量旅游消费,创新高质量旅游需求。旅游服务品牌建设任重道远,是一项需要各利益相关者提升认识水平、参与主体提高重视程度、合作方协同推进的常态化工作。

(作者为中国社会科学院旅游研究中心特约研究员)

时评

整治旅游市场也要理一理购物店这个源头

购物店的非法经营行为是旅游市场诸多乱象的源头之一。规范旅游市场秩序,要聚焦引发旅游市场乱象的多个源头,对非法购物店进行治理

□ 王天星

为深入整治旅游市场“不合理低价游”等突出问题,营造旅游业复工复产良好的市场环境,文化和旅游部持续推进未经许可经营旅行社业务专项整治行动。针对云南导游威胁游客“不消费就列入征信”的网络舆情,文化和旅游部指导云南省有关地区文化和旅游行政部门依法查处 8 家企业和 5 名个人,分别给予罚款、停业整顿、吊销许可证等行政处罚,并将严重违法企业和个人列入旅游市场黑名单。

购物店的非法经营行为是旅游市场诸多乱象的源头之一,规范旅游市场秩序,要聚焦引发旅游市场乱象的多个源头,对非法购物店进行治理。

购物店的非法经营行为是旅游市场诸多乱象的源头之一。众所周知,一些地方旅游市场中存在导游人员强迫游客购物、诱导游客消费、擅自调整行程、擅自降低旅游服务标准等乱象。在前述乱象中,导游人员是强迫游客购物、诱导游客消费的具体实施

者,但真正的策划者、操纵者、主导者却是购物店、自费项目的经营者。购物店经营者通过向游客销售质次价虚的药品、茶叶、玉器、银器、水晶等所谓旅游纪念品,获取高额利润,并将其部分利润用来向导游人员,向以低价甚至零费用招徕、组织游客的组团机构支付报酬,向承担游客运输的巴士司机支付补贴,向承担游客食宿的饭店支付补贴。在整个灰色链条中,购物店是核心环节之一,其他旅游经营者都受其影响,被其协调;在诸多旅游乱象中,很多购物店是主谋,其他经营者、从业人员是协同者。

非法购物店能够存在的一个重要原因是地方保护主义。购物店因其销售的对象几乎全部是来自外地游客,不会引发当地消费者的投诉,并且能够给当地贡献一定的税收,因而受到一些地方的特殊关照,进而逐步做大,甚至成为恶势力、黑社会盘踞之处。正因为如此,非法购物店敢于公然对游客采取暴力或软暴力,逼迫游客必须购买一定数量的所谓商品,且无须

担心被追究“强迫交易”之法律责任;非法购物店敢于公然向游客销售质劣价高的所谓纪念品,并且能够屡经投诉而平安无事,且无须担心被追究“销售假冒伪劣产品”之法律责任;非法购物店经过专门培训的导师、引导员等,敢于对一些所谓保健品之效果信口开河、编造事例,以让游客信服,且无须担心被追究“虚假宣传”之法律责任;非法购物店的店员敢于随意偷换计量单位,擅自将斤更换为克,且无须担心被追究“欺诈勒索”之法律责任。

治理旅游市场乱象必须聚焦源头、下重拳。以往,在旅游市场秩序整治中,被整治、打击的对象常常是旅行社、导游,真正的主角——购物店,却能够屡遭检查而无大恙,即使被处罚,其一般承担的也是无关痛痒的责令改正、小额罚款,而不是刑事责任。即使购物店被吊销营业执照,也能够改换门庭,重新开张、营业。由此可见,如果“过”与“罚”之间不匹配、不相称,从而导致其违法收益远远大于其违法成本,就会对违法者构成一种

无形的“激励”。由此,要铲除旅游市场上的诸多乱象,必须铲除其源头,进行根治。根据中国裁判文书网公布的相关案例来看,自 2019 年以来,北京、广东、四川等地人民法院,对一些购物商店的非法经营行为,依法以“强迫交易罪”“销售假冒伪劣商品罪”“诈骗罪”等追究其刑事责任,严厉打击了非法购物店的嚣张气焰,对规范当地旅游市场秩序起到了良好的作用。

令人欣慰的是,因非法购物店引发的旅游市场乱象已经引起了中央的高度重视。近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于常态化开展扫黑除恶斗争巩固专项斗争成果的意见》提出,建立健全源头治理的防范整治机制,持续开展专项整治,对包括文化和旅游等行业领域存在的突出问题和乱象进行标本兼治。只要我们聚焦源头,坚决、全面、彻底贯彻上述意见确定的各项措施,就一定能够铲除长期扰乱旅游市场秩序的源头,还旅游市场一片净土,还广大游客一份安心。

端午出行需求叠加 机票价格下降明显

据报道,今年端午假期民航市场处于返乡探亲、家庭出游、小团自由行等多种出行需求叠加的状态。但不同于五一假期的全价票,端午节期间,大部分航线,甚至部分热门航线,目前还有大量折扣机票。业内人士表示,与 4 月中旬相比,现在的旅客量有所下降,平均票价回落明显,每张机票平均下降了 200 多元。

人民视觉 供图



观察

提高金融政策支持力度和精度 增强湖北文化和旅游经济韧性

□ 宋洋洋

近日,中国人民银行武汉分行、湖北省财政厅、湖北省文化和旅游厅、湖北省地方金融监管局、湖北银保监局联合制定出台《关于用好普惠金融政策支持小微文化企业和旅游企业繁荣发展的若干措施》(以下简称《若干措施》),围绕加大金融支持力度、完善对接服务机制、加大融资政策激励、强化保障措施进行具体工作部署。《若干措施》的出台,对加快湖北文化和旅游行业复苏发展具有重要作用和意义。

一是紧扣纾困主线,提升文化和旅游经济韧性。当前,文化和旅游产业在稳增长、促投资、扩消费等方面发挥着重要的作用。中小微文化企业和旅游企业有灵气、有活力,在推动文化和旅游产业高质量发展过程中扮演着重要角色。

疫情对中小微文化和旅游企业造成强烈的冲击,大多数中小微文化企业现金流面临考验,部分项目亏损转让,不少中小微企业难以在市场存活。调查显示,七成以上文化和旅游企业有资金缺口,需要或者急需融资。融资难、融资贵已成为文化和旅游融合创新、高质量发展的主要障碍,但目前专门针对中小微文化和旅游企业的金融政策仍不完善,相关政策缺乏具体实施细则,难以落实。

近年来,国家不断强化文化和旅游产业的金融政策支持,积极推进文化和金融合作示范区建设。《若干措施》着眼文化和旅游产业的未来趋势,立足湖北省发展特色,结合中小微文化和旅游企业的融资痛点,在金融产品创新、融资渠道拓展、融资担保机制、信用评价体系、政银企对接机制、政策激励等方面均凸显了湖北特点。此政策的出台对于破解中小微企业融资难的问题、纾解疫情给中小微企业带来的困境、恢复并提升文化和旅游经济韧性具有较大示范作用,为普惠金融政策赋能文化和旅游产业发展提供了实现路径。

二是推动政策协同,强化融资激励。根据《若干措施》,湖北文化和旅游相关部门将加强组织领导,由湖北省文化和旅游厅和中国人民银行武汉分行牵头建立“普惠金融支持文化产业和旅游产业发展联动机制”,会同湖北省财政厅、湖北银保监局、湖北省地方金融监管局,加强对普惠金融政策支持中小微企业和旅游企业繁荣发展工作的统筹协调和督促落实。创新实施普惠金融支持重点县(市、区)发展文化和旅游产业行动计划。选取重点县(市、区),整合国家普惠金融政策,为当地文化和旅游企业提供较低成本资金。同时,地方政府出台财政、金融、人才、土地等相关政策,鼓励金融机构利用自有资源扩大对文化和旅游企业的信贷投放。加大货币政策工具支持力度,中国人民银行武汉分行单列再贷款再贴现额度,支持文化和旅游产业发展。同时,建立票据再贴现绿色通道,金融机构申请票据再贴现时,小微及民营文化和旅游企业票据占比达 50% 以上的优先办理。加强财政和金融政策联动,湖北省鼓励各地通过建立资本金持续补偿、代偿补偿、降费补助和业务奖励等“四补”机制,提升政府性融资担保体系服务文化和旅游企业融资的积极性和可持续性。

三是健全融资担保,构建分险机制。对于文化和旅游产业,建立完善的融资担保机制,可极大地降低金融机构的潜在投资风险,从而推动资本增加对中小微企业和旅游企业的投资。《若干措施》提出建立政银担合作体系,将文化和旅游重点“4321”新型政银担合作体系重点支持行业,纳入再担保体系的小微企业无力偿还到期的担保贷款时,政府性融资担保机构、湖北省再担保集团、银行业金融机构和地方政府分别按 4:3:2:1 的比例承担风险责任,建立文化产业和旅游产业分险机制。创新金融产品,强化融资担保,设立“再担保文贷”“再担保文旅创业贷”“农村乡村文旅贷”等新产品。同时,弱化反担保措施,更多采用专利、版权等知识产权质押、纯信用等担保方式,助力工作室、个体工商户等更多中小微文化和旅游企业获得贷款。

四是供需两端发力,创新金融产品及服务。根据《若干措施》,业界可以针对文化和旅游企业盘活存

量资产的需求,开发“经营性固定资产贷款”“景区收益权质押”等中长期文化和旅游信贷产品,并以“景区开发贷”支持文化和旅游项目建设。针对文化和旅游产业一部分项目轻资产的特性,鼓励设计“版权质押贷”“应收账款质押贷”“产业链融资”等金融产品。根据文化和旅游重点业态特点,开发助力乡村旅游产业振兴的“民宿贷”“农家乐贷”、支持数字文化产业聚集发展“动漫游戏贷”、促进文化传承与发展的“非遗贷”等。为促进文化和旅游消费,打造针对文化和旅游需求侧的金融产品和服务。例如,支持发行文化和旅游联名信用卡、借记卡、旅游年卡等,一方面宣传当地知名文化和旅游产品和业态,另一方面对持卡用户在文化和旅游消费场所给予优惠。同时,向消费者提供理财、个人消费类贷款等个性化服务,全方位激发文化和旅游消费潜能。

五是探索“投资联动”,鼓励多元融资方式。根据《若干措施》,政银企将合力加强贷款扶持力度,一方面,增加文化和旅游信贷投放。将文化和旅游列为金融优先支持行业,对于中小微企业贷款发放的增速、占比和贷款户数均设定明确目标。另一方面,降低中小微企业贷款成本。例如,鼓励科学运用阶段性延期还本付息政策以及循环贷款、年审制贷款等措施。又如,提高不良贷款容忍度,对于银行业金融机构文化和旅游普惠型小微企业贷款不良率不高于各项贷款不良率 3 个百分点以内的,免于追责。同时,优化文化和旅游贷款审批流程,对重点企业和项目开通审查审批“绿色通道”。探索“投资联动”对冲信贷风险。推动银行、保险、证券、基金、担保公司以及聚焦文化和旅游领域的金融机构之间的联动,支持商业银行与天使投资、创业投资、产业投资、融资担保、保险机构等开展合作,通过债权、股权、增信相结合的方式,为企业提供多元融资支持。建立多渠道投入的文化和旅游发展基金。鼓励有条件的地方政府与金融机构及社会资本共同出资成立文化和旅游发展基金,吸引优质文化和旅游投资管理机构落户湖北,投资于省内文化和旅游产业。

六是建立统一标准,完善信用评级体系。对于文化和旅游产业的投融资项目,权威、专业的信用评级报告可为投资市场主体提供有力的决策支持,从而帮助中小微企业获得更多市场投资机会。然而,这恰恰是我国文化和旅游产业金融政策中较为薄弱的一环,针对这一难点,《若干措施》做出了诸多探索。建立文化和旅游企业信用评级体系。在统一企业信用评价标准的基础上,支持湖北辖内备案信用评级机构参与全省文化企业和旅游企业的信用评价体系建设。构建信用信息联动文化和旅游企业信用信息共享机制。通过推动信用评级结果与银行信贷、政府政策扶持挂钩,出台企业评级经费奖励等措施,培育文化企业和旅游企业信用意识,激励其积极开展社会信用评级。

七是打造“线上+线下”模式,促进政银企对接。《若干措施》为银政企对接提供更有力的更精准的支持。针对文化和旅游企业以及金融机构面临的难以准确获取金融政策、信用评级、融资历史等关键信息的问题,湖北省打造了“线上+线下”模式,促进政银企三方合作对接。依托湖北省文化金融服务中心,通过文化和旅游主管部门推荐和金融机构推荐两种方式,确立省级重点文化和旅游企业库,实现金融机构对库内的企业或项目对接全覆盖。设立文化(文旅)金融专营机构和市(州)文化金融服务中心。鼓励金融机构在文化和旅游产业园区或要素聚集区设立文化和旅游特色机构、特色支行或专业服务团队。鼓励设立文化金融服务中心,就近为所在区域文化和旅游企业提供投融资对接、上市培训辅导、专营机构推荐、示范区创建等服务。建设面向文化和旅游企业的专业线上金融服务平台,以云计算、大数据等科技为支撑,实现政银企间政策协调和投融资信息共享,并推动其与各类综合性金融服务平台合作,打通政银企对接线上渠道,实现数据整合互通。

(作者系中国人民大学创意产业技术研究院副院长、文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室副主任)