

文化和旅游市场信用和质量工作典型案例展示(三)

案例报送方:青海省文化和旅游厅

青海:探索文化和旅游领域信用承诺和修复机制

青海省文化和旅游厅以加强信用监管为着力点,创新监管理念、监管制度和监管方式,建立信用承诺机制,进一步简化市场准入手续,有效降低制度性交易成本,激发市场活力;积极探索建立信用修复机制,督促失信市场主体在规定期限内纠正失信行为、消除不良影响,推动文化和旅游市场形成主体自治、行业自律、社会监督、政府监管的社会共治格局。

一、主要内容

(一)完善机制建设,强化责任落实
2019年7月,成立青海文化和旅游信用体系建设工作领导小组,作为推进文化和旅游信用建设的重要抓手,先后派出8个工作组分4次赴各市、州进行点对点、面对面帮扶。在《青海省对旅游领域严重失信相关责任主体实施联合惩戒的合作备忘录》《青海省对文化和旅游领域严重违法失信市场主体及有关人员开展联合惩戒合作备忘录》基础上,2020年,青海省文化和旅游厅制定了《青海省文化和旅游领域信用承诺信用修复机制实施方案》,明确了文旅企业信用承诺、修复的适用范围以及流程和工作时限;出台《青海省文化旅游发展工作领导小组成员单位旅游市场综合监管职责分工》,建立全省旅游市场综合监管联席会议机制、综合监管联合执法机制、联动协查督查督办机制、旅游违法违规联合惩戒机制,有力助推青海文化和旅游行业高质量发展。

(二)加强制度建设,形成基本框架
制定《青海省旅游行业诚信服务准则(试行)》《青海省A级旅游景区行业诚信服务指引》《青海省星级旅游饭店行业诚信服务指引》《青海省旅行社诚信经营信用评价指引(试行)》《青海省导游人员服务质量综合能力评价》,为青海文旅行业打好信用基础、提升

诚信服务质量起到了极大的推动作用。在厅门户网站设置“质量提升”和“文旅信用”专栏,通过“双公示”接受社会和群众监督。组织全省50名文旅社会监督员赴A级旅游景区、旅游星级饭店、旅行社等进行体验式暗查暗访,及时召开全省文化和旅游市场‘明查暗访’专项行动暗查暗访问题清单视频通报会,达到落地见效的目的。

(三)梳理数据基础,保证信息畅通
2020年,青海省文化和旅游厅依托文化和旅游部全国旅游监管服务平台、文化市场技术监管与服务平台、青海省政务服务平台等,实现了部委与省级信用信息的交换共享,同时通过每年不间断进行的全省文化和旅游信用信息归集及互联互通培训作,及时搭建起省、市、州三级联动的旅游信用信息公示系统。目前,全省文化和旅游信用平台“一张网”的格局已初步形成。

(四)开展诚信建设促进行业自律
在成立省演出娱乐行业协会、文旅协会的基础上,又相继成立省级旅行社协会、旅游住宿业协会、导游协会,以行业协会引领文旅企业开展市场主体诚信建设。协会共发出各类行业诚信倡议书9份,签订各类行业诚信经营自律承诺书5份,并组织开展协会信用座谈及文旅企业诚信培训,赢得了文旅企业的广泛赞誉。

(五)加强信用宣传营造诚信氛围
青海省文化和旅游厅联合省内三大电信运营商,向来青游客发送“文明旅游、健康出行、理性消费、依法维权”“拒绝不合理低价游”等温馨提示。2020年7月跨省团队旅游开放后,人群跨省流动频繁,面对疫情防控的复杂性和不确定性,及时向入青游客发布文明、健康旅游温馨提示短信,全年共发送提示短信 1900万条,起到了正面的宣传引导作用。利用“3.15消费



者权益日”“青海诚信兴商宣传月”等相关活动,营造浓厚的诚信舆论氛围,以信用建设激发消费潜能,提振广大群众的消费信心。

二、社会反响

截至2020年年底,全省文化和旅游领域在“信用中国(青海)”网站公示报送数据1.01万条,入库率100%,其中,共享目录22项,覆盖率100%。截至2020年年底,全年各级综合执法机构共受理有效投诉816件,结案率63.85%。从理赔金额来看,经各级综合执法机构调解,共退赔投诉游客金额563493.34元,游客满意度达100%。

三、经验总结

(一)强化责任意识,确保机制长效
压实各级文化和旅游行政部门责任,明确责任,落实专人。严格遵守信用承诺各项规定,严禁违规撤销公示期限未满或未经修复的行政处罚信息,确保信息修复和信用承诺工作做到全覆盖。

(二)积极宣传引导,自觉诚信经营
各级文化和旅游行政部门通过多种途径和手段开展宣传,积极引导市

场主体了解信用承诺、信用修复的具体内容和要求,增强自觉诚信守法经营的意识。

(三)加大培训力度,提升信用效能
加强各级文化和旅游行政部门行政审批人员、市场监管人员、信息技术保障人员业务培训力度,使之熟知规则、熟知流程、服务周到,全面提升信用文旅管理效能。

四、专家点评

本案例亮点在于:一是完善管理体制和运行机制。建立省级领导小组统一协调部门分工负责的综合管理体制以及旅游市场联合执法、联动协查、联合惩戒等机制,有效提升了文化和旅游行业的综合履职能力和监管合力。二是强化信用体系全面建设。完善了承诺、应用、监管、奖惩、修复的全链条信用体系建设,有力支撑了以信用为基础的新型监管机制建立;充分发挥行业协会作用,将政府监管、行业自律、企业(含相关责任主体)经营三方有效凝聚到诚信建设中,形成点、线、面的系统性结合。(井华 北京信世界社会创新发展中心主任)

案例报送方:上海景域驴妈妈集团

驴妈妈:创新推出“先游后付”助力信用体系建设

2018年11月,驴妈妈集团宣布推出“先游后付”跟团游产品,旨在通过游客“先出游、后付款”的旅游体验,打造旅游圈“命运共同体”,在联盟成员之间彼此信任、相互监督、协同发展的基础上,促进整个供应链及旅游整体商业环境的良性发展。

一、主要内容

2018年11月30日,在第三届中国旅游IP高峰论坛上,驴妈妈集团宣布推出“先游后付”跟团游产品,为用户提供“先出游、后付款”的创新旅游体验,力图破解行业中存在的游客、旅行社、目的地之间的信任危机难题。驴妈妈集团副总裁黄春香介绍,“先游后付”不仅仅是一种支付方式,同时也是产品革新、服务革新、流程再造的过程。驴妈妈通过精选合作伙伴,严选整体爆款、优选旅游导游标准,确保游客获得更有保障、更安心的旅游体验。

同时,驴妈妈还提供了六大服务保障,设立“先游后付”保障与赔付标准,针对跟团游出行中酒店住宿、餐食标准、购物等六大环节中可能出现的行业违规现象,设立相应的赔付标准,

承诺不满意就赔付,以消除游客对跟团游的疑虑,轻松无忧出行。

在消费端,驴妈妈设置了前置审核环节,即“先游后付”需要通过银行征信调查和相关审核,同时严格依照法律法规和政策规定,科学界定守信和失信行为,开展守信联合激励和失信联合惩戒,并建立健全信用修复、异议申诉等机制,保护当事人合法权益。

此外,驴妈妈还与银行及供应商一起发起成立“先游后付诚信联盟”,确保游客获得更有保障、更安心的旅游整体体验。

自“先游后付”产品上线以来,驴妈妈的产品、服务持续优化升级,产品覆盖境内外数十个重要旅游目的地,总成交金额逾千万元。游客评价普遍较高,没有产生恶意赖账的情况。

二、社会反响

“先游后付”这一全新的模式对促进全国旅游企业规范经营、提升服务,加强诚信旅游建设,构建良好旅游市场秩序助力打造“诚信旅游”,都具有重要而深远的意义。在实施“先游后付”的过程中,政府、目的地、旅游供应

商、游客都是直接受益方。

对于目的地而言,“先游后付”不仅能推进当地诚信旅游和优质旅游建设,而且不断助力当地品质旅游信任体系升级,提振当地品质旅游的传播声量、市场信心和游客期待。对供应商而言,“先游后付”会让旅游产品在流量分配、营销推广方面获得平台优待,激励更多供应商不断优化产品和服务。对游客而言,行程公开透明,全程无忧保障,解决了传统旅游维权投诉周期较长的问题,消费者更愿意为优质产品和服务买单,形成良好理性消费意识和习惯。

三、经验总结

(一)创新突破
“先出游、后付款”重塑了旅游行业信任体系。首先从供应端下功夫,精选供应商、严选爆款、优选导游,确保游客获得更好的旅游体验。在产品与服务创新上,驴妈妈通过一对一专属服务、专享出游礼包,为游客打造优质服务与度假体验。同时,从跟团游出行各个环节入手,为游客提供贯穿住宿、餐食、游玩、购物、导服、交通等环节六大服务保障,设立相应保障与

赔付标准,让游客轻松无忧出行。

(二)各方协作

“先游后付”创建了一个旅游生态信用体系。在多地政府部门的推动下,旅游企业、银行、保险公司等纷纷加入进来,开展合作。业界专家表示,“先游后付”产品为诚信社会建设提供了推动力,促进旅游产业的转型升级,对进一步促进旅游消费升级有积极的意义。

四、专家点评

随着人们对美好生活、品质旅游需求的日益增长,如何推动旅游业高质量发展成为行业面临的迫切课题。驴妈妈集团推出的“先游后付”跟团游产品,以信用支付创新作为切入点,不仅大大改善了游客的旅游体验,而且带动了旅游行业的“产品创新+服务创新+流程创新”。这一全新的旅游模式,对于破解行业中存在的游客与旅行社和目的地之间的信任危机,构建良好的市场秩序,推动旅游产业转型升级,改善旅游商业环境都有着借鉴意义和推广价值。(韩家平 商务部国际贸易经济合作研究院信用研究所所长)

案例报送方:阳光信用保证保险股份有限公司

阳光保险:探索旅游领域“信用+保险”应用

近年来,国家大力推动诚信建设,发展信用经济,强调通过推进社会信用体系建设,营造公平诚信的市场环境和社会环境。阳光保险集团紧跟国家整体战略部署,积极承担社会责任,为信用经济和社会信用体系的建设贡献力量。针对当前旅游市场产业链长、节点多,旅游业务竞争激烈,部分旅游产品服务保障措施不到位的情况,其旗下阳光信用保证保险股份有限公司(简称“阳光信保”)结合自身优势及文化和旅游行业信用体系建设成果,推出了旅游合同服务保障履约信用保险(简称“信游保”)产品,为游客旅游服务保障保驾护航。

一、主要内容

“信游保”为信用良好旅游企业的旅游产品提供旅游服务质量保障服务,旅游产品履约期间,针对旅游行程中“吃、住、行、游、购、娱”等方面,因旅

行社及其雇员未按照旅游合同约定提供服务,发生违反旅游合同的情形,使旅游者合法权益受到损害,导致旅游者旅游体验遭受损失,旅行社应承担违约赔偿责任的,由阳光信保按“信游保”约定的违约赔偿条款,进行先行赔付,后续向违约旅行社进行追偿,以保障旅游者的合法权益。

“信游保”围绕旅游各要素中常见的服务质量问题进行保障。例如,旅游合同中已注明餐食标准,实际提供的餐食标准未达到合同约定的情形;旅游合同中明确约定住宿酒店等级标准、所在区域、备选酒店或酒店名称和房型标准,而实际行程中住宿酒店与约定不符且低于约定标准的情形;未经旅游者同意,旅行社或其雇员擅自或强行安排旅游者参加合同约定以外的购物活动的;强迫或者变相强迫旅游者购物的情形等。后续也将随着市

场发展逐步优化和扩大保障范围。“信游保”可有效满足游客对高质量旅游服务的需求和旅游保障,进一步完善和提升旅游企业服务质量体系,规范旅游市场秩序,促进旅游市场高质量发展。

阳光信保基于旅游企业信用信息、金融保险数据,设置评价指标体系。“信游保”定价与旅游企业信用评价等级挂钩,对信用较好的旅游企业提供较低的费率,对信用一般的旅游企业提供正常费率,对信用较差的旅游企业提供较高的费率,充分体现“让信用产生价值”。

目前,“信游保”在市场探索应用阶段,优选出的北京试点旅游企业进行试运营,已经为近千名游客提供旅游服务保障。游客在旅游企业购买旅游产品时,可自行选择购买“旅游服务质量保障服务”,由阳光信保为其提供

旅游服务保障。

二、社会反响

“信游保”推出后,获得各界的好评。有游客表示,“信游保”有效保障自身权益的同时也节省和旅行社反复交涉时间,真正实现“安心游”。旅游企业对此类产品也表示欢迎,当前旅游市场竞争激烈,个别害群之马的行为给整个行业声誉造成巨大伤害,“信游保”为旅行社增信,增强获客引流能力,让企业的信用产生价值。

三、经验总结

“信游保”产品是阳光保险集团 in 支持实体经济领域,践行“让信用产生价值”理念的创新尝试。近年来,文化和旅游市场信用体系建设领域多项政策齐发,推进信用监管机制在全国落地实施,加强市场主体的诚信意识,鼓励信用在便民惠企上创新应用。社会信用体系的建设和发展,为信用创新

案例报送方:途家在线信息技术(北京)有限公司

途家:着力科技创新 打造“信用民宿”

近年来,民宿作为一种新兴旅游住宿业态,以其区别于传统标准化酒店的独特住宿体验和文化消费为特质,受到旅游市场的青睐和投资者的热捧。作为一种新业态,旅游民宿既解决了空置房的难题,也满足了旅游旺季某些地区无法提供充足住宿的刚性需求。作为一家民宿短租平台,途家不断推进数字化、智能化建设,以期更好地提升行业水平、服务用户。

一、主要内容

(一)无接触智能入住系统保证入住安全

受新冠肺炎疫情影响,人们越来越关注旅游民宿的安全和卫生。途家利用技术手段,打造智能入住系统,从线上和线下提供更安全的住宿环境。用户在途家平台预订后,在入住时,途家使用的智能门锁系统可代替人工进行信息核验,办理入住手续。该智能门锁系统采用公安部相关部门提供的安全可靠的认证平台和技术手段,结合途家自行研发的软件管理系统和智能硬件设备而生成,在对用户进行身份核验后将实际入住人的身份信息同步上传至公安部门,其校验级别已经达到了酒店级别。用户的相关信息只会上传到公安部门,途家民宿不会对这些个人信息进行任何的留存。目前,这套系统已经在三亚、杭州、南京、重庆等城市试点运营。

(二)三套信用体系推进“信用民宿”建设

为了更好地保障游客和房东的利益,途家首创了三套信用体系,搭配智能安防体系,让民宿安全得以保证。
1.建立信用体系,依托独立搭建的数据模型,途家通过引入外部信用评级,对用户进行客观的评价。为了确保评价的信誉度和可信度,途家结合携程大数据、阿里巴巴的芝麻信用,分析和判断其在整个大评论体系中的级别。级别越高,相应累计积分也越高,其信誉度和可信度就越高。比如途家部分民宿,芝麻分600分及以上用户,可享受免押金入住。
2.针对房东和房客的不同信用体系,途家上线了双向评论系统,逐步实现用户和商户的相互点评,各大平台的点评也都互通。系统自身会不断更新和完善,其针对新老用户评价行为的反馈也会更加准确,评价可靠程度也会变得更高。对于那些信誉度良好、可信度比较高的用户和房东,他们的评价权重相对较高。
3.设立黑名单,接入用户背景调查,不良行为也可以记录并接入公安系统。

(三)推进行业标准化建设

2018年,途家在业内发布了首个《民宿分级标准》白皮书,通过对民宿硬件设施、安全卫生、服务保障等方面作出要求,将民宿按照二钻、三钻、四钻、五钻等标准进行分级,推动民宿品质服务标准化的落地。途家民宿的分级算法已经可以应用于其平台上的所有民宿。未来,途家还将持续优化平台算法,完善升降钻级运营体系,最终使得钻级和评估体系持续专业有效。

二、社会反响

安全和信任成为束缚民宿行业发展的瓶颈。目前信息技术的发展已在民宿领域得到了极大应用,途家技术创新帮助民宿的运营进一步系统化、规范化,让分散的民宿拥有和酒店一样的标准。途家技术创新极大提高民宿预订过程中的效率和安全,受到业界广泛欢迎。途家还是阳光诚信联盟中的一员,通过互联网手段共同打击欺诈、假冒伪劣、信息安全犯罪等,为社会信用建设贡献一份力量。

凭借创新发展带来的影响力和良好业界口碑,途家获得多个省市政府认可,与陕西省政府签订了战略合作协议,致力打造国内首个“智能化民宿度假集群示范工程”;与河南、四川、福建等多地达成深度合作,帮助当地的民宿市场规范成长,有效应对持续增长的游客接待需求等。

三、经验总结

(一)拥抱变化,围绕核心业务创新发展

民宿业务的核心需求是用户体验,因而,在创新的同时以用户体验需求为中心,通过大数据分析,不断深化业务开发与应用。要深刻理解行业痛点所在,着重在商户和用户关注的安全、营销、供应等方面进行创新,以快速适应市场环境变化,为民宿高质量发展注入源源不断的新动能。

(二)提升民宿供给品质,提高服务水平

坚决落实供给侧结构性改革,提高供应端品质,以满足用户不断变化的需求。比如,新冠肺炎疫情暴发后,消费者更青睐以住宿地为核心的周边游玩类体验,用户预订旅游民宿时最关心的是环境、卫生、安全等问题,城市周边品质高、绿化好、更为安全和私密的乡村民宿需求量大幅增加。因此,供给端应根据用户需求变化不断迭代升级,才能满足消费者对品质生活的需求。

(三)与各种资源优势互补,协同发展

协同各企业成员,如携程民宿、去哪儿民宿、蚂蚁短租等的优势资源,形成互补,在各住宿产品库存、流量、品牌、运营、服务体系等方面深度融合密切协同,使途家用户商户持续受益,保障服务体验。

四、专家点评

近年来,民宿作为一种新兴的旅游住宿业态,以其独特的消费体验,受到了旅游市场的青睐和投资者的热捧。然而,安全和信任是制约民宿行业发展的主要瓶颈。为了充分保障游客和房东的利益,提升用户消费体验,途家充分运用个性化技术,创新建立住宿安全和信用体系,建立了三套信用体系,搭配智能安防体系,让民宿安全得以保证;推进行业标准化建设,途家充分运用个性化的民宿领域实现和酒店一样的标准与强度。途家的“信用民宿”创新对于行业的持续健康发展具有具有较强的借鉴意义和推广价值。(韩家平 商务部国际贸易经济合作研究院信用研究所所长)

信用评分等级	调整系数
AAA等级	实施基准费率的20%—50%
AA等级	实施基准费率的50%—80%
A等级	实施基准费率的80%—100%
B等级	实施基准费率的100%—150%
C等级	实施基准费率的150%—200%