

时评

# 该不该无损退订应依法认定

对于有些消费者向旅游企业提出全额退款、无损退订的要求,OTA平台等旅游企业应依据民法典、旅游法相关条款,结合最高人民法院、司法部、文化和旅游部发布的通知,自主作出决定

□ 王天星

近期,国内发生多地散发疫情。疫情防控新形势下,一些消费者所在区域和其准备前往的目的地虽然都不是中高风险地区,但出于安全考虑,还是取消了既定的出游计划。部分消费者在与OTA平台等旅游企业就款项退还事宜交涉过程中发现,有的旅游企业并没有采取全额退款、无损退订的做法,而是扣除了一些款项。就此,有些消费者和OTA平台等旅游企业之间产生了纠纷。OTA平台等旅游企业是否应一概采取全额退款、无损退订的措施,直接关系到旅游者的合法权益以及旅游业的健康发展。

据了解,目前各方争议的焦点主要集中在不可抗力认定、无损退订适用的情形等方面。具体来说,就是有些消费者认为自己无法出行、取消出行订单的理由是疫情,属于不可抗力,对于行程的取消不应承担任何责任,OTA平台等旅游企业应无损退订,而不应扣除相关费用。

对于消费者的诉求,OTA平台等旅游企业虽然能理解但却难以支持。疫情之下,旅游企业向消费者实施无损退订、全额退款,实际上是超越了现行法律关于不可抗力情形下的责任

承担之规定,是企业替消费者分担了原本不应承担的经济损失。

旅游法第六十七条规定,因不可抗力或者旅行社、履行辅助人已尽合理注意义务仍不能避免的事件,影响旅游行程的,旅游者要求解除合同的,组团社应当在扣除已向地接社或者履行辅助人支付且不可退还的费用后,将余款退还旅游者。据此,在疫情中高风险地区旅游者无法出行、要求解除合同的情况下,OTA平台、旅行社、景区、酒店等旅游企业,退还给消费者的款项应当是在扣除已向地接社或者履行辅助人支付且不可退还的费用后的余款,而不是全部款项。

2021年,因疫情防控,整个旅游业遭受了较大的经济损失,承受了较大的经济压力。一些OTA平台、旅行社、景区、酒店等旅游企业积极响应国家号召,主动实施全额退款、无损退订,与政府、社会一道共同应对疫情风险,作出了自己的贡献。

2021年,国内疫情防控取得重大成效,但个别区域的疫情形势依然严峻复杂,旅游企业发展面临着艰难的挑战。在此背景下,有些非中高风险地区区域的消费者,由于自身原因取消出行计划,要求OTA平台等旅游企业

实施全额退款、无损退订,这对于已经遭受重大经济损失、将要在未来继续承担经济压力的旅游企业而言,既于法不公,也超出了多数旅游企业自身的经济承受能力。

根据笔者对2020年中国法院裁判文书网公布的涉疫旅游服务纠纷裁判信息进行分析,因疫情取消行程引发的退款纠纷中,并非所有的行程取消之理由都被法院认定为不可抗力。在具体的案件中,消费者取消行程的理由是否属于不可抗力,法院会根据案件具体情况,依据合同法、旅游法作出认定。

根据笔者的统计,截至今年7月底,法院公布的涉疫旅游纠纷中,至少有30%的判决书没有支持消费者不可抗力认定诉求。最高人民法院、司法部、文化和旅游部发布的《关于依法妥善处理涉疫旅游合同纠纷有关问题的通知》也没有笼统地将疫情全部认定为不可抗力,而是要求“文化和旅游部门、司法行政部门、人民法院应当始终以法律为准绳,客观、全面、公平认定疫情在具体案件中对于旅游经营者、旅游者造成的影响,在明确法律关系性质和合同双方争议焦点的基础上,平衡各方利益,兼顾旅游者权益保护与文化和旅游产业发展,积极、正面引导旅游经营者和旅游者协商和解、互谅互让、共担风险、共渡难关,妥善化解纠纷”。

目前,对于有些消费者向旅游企业提出全额退款、无损退订的要求,OTA平台等旅游企业是否接受、接受多少,应由企业根据自身实力,根据国家相关部门通过国务院客户端小程序发布的疫情信息,依据民法典、旅游法相关条款,结合最高人民法院、司法部、文化和旅游部发布的上述通知,自主作出决定。

如果OTA平台、酒店、景区、航空公司根据自身实力,愿意履行更多社会责任,帮助消费者分担更多的损失,执行无损退订,当然值得肯定。反之,如果旅游市场主体依据民法典、旅游法相关条款,在扣除相关费用后,将消费者的其他未实际发生款项退还给消费者,对此种做法,消费者也应理解。同时,笔者认为,常态化疫情防控下,对于旅游企业超出法定要求实施的无损退订行为,政府相关部门也应从“六稳”“六保”的角度,从旅游企业面临的严峻市场形势出发,对旅游企业给予更多的肯定、支持和帮助。

(作者为北京第二外国语学院文化旅游政策法规中心副主任)

## ● 聚焦《“十四五”“一带一路”文化和旅游发展行动计划》

# 推动“一带一路”文化和旅游高质量发展

□ 张瑛

近日,文化和旅游部印发《“十四五”“一带一路”文化和旅游发展行动计划》(以下简称《行动计划》)。围绕实现共建“一带一路”文化和旅游高质量发展、提高国内政策支撑体系和国际协调机制建设水平、提升讲好中国故事的品牌活动影响力、进一步拓展与共建“一带一路”国家合作的广度和深度、形成多元互动的人文交流格局、充分发挥文化和旅游交流与合作在促进民心相通中的重要作用的总体目标,《行动计划》提出了“十四五”

时期推动“一带一路”文化和旅游高质量发展的三大具体目标。

一是国际传播能力不断增强。面对复杂国际环境、多元文化背景、不同历史认知、多样现实诉求等情况,“一带一路”文化交流传播面临着新的考验。国际传播对促进“一带一路”文化交流发挥重要作用。健全文化和旅游合作机制和交流平台,提升与“一带一路”沿线国家和地区合作、共建文化

量,有利于世界更好地认识中国。

二是高质量发展基础更加牢固。这就要求通过文化和旅游深度融合,将文化的高附加值与旅游的真实体验有机叠加,从人民的需求出发,从文化和旅游的供给侧入手,鼓励新业态、新模式、新技术,提升文旅融合的广度和深度,通过联通联动,共建共赢,筑牢“一带一路”文化和旅游高质量发展的基础。

三是区域开放联动水平得到强化。这对统筹区域布局中的国际国内两种资源、两个市场提出了新的要求。对此,一方面,应加强“一带一

路”国家顶层设计与各地方、各区域具体实施规划和对方案的对接,明确相关省市的功能定位和分工,形成上下互动、相互支撑的发展格局。另一方面,应通过进一步深化“一带一路”国际合作,加快形成开放合作、开放创新、开放共享的世界经济发展新格局,通过加强各国政策沟通协调和规则标准对接互认,积极推进全球经济治理体系变革,共同推动国际经贸规则向自由开放、公平公正、平衡普惠的方向发展,为构建人类命运共同体作出更大贡献。

(作者为中央民族大学教授)



近日,国务院联防联控机制综合组印发新版《公众和重点职业人群戴口罩指引》,进一步强化防护要求。在以下场所需要佩戴口罩:在电影院、会场、展馆、机场、码头和酒店公用区域等室内人员密集场所时,处于人员密集的露天广场、剧场、公园等室外场所时,在餐厅、食堂处于非进食状态。

人民视觉 供图

## 2021中国溧阳爱情品牌日“为爱比心,云上告白”活动受青睐

今年的8月14日是中国传统节日“七夕”,同时也是一年一度的中国溧阳爱情泼水节。虽然因为疫情防控要求取消了线下活动,但在这个特殊时间点,为了让更多的人感受到节日的温暖浪漫,8月13日至14日,溧阳市文体广电和旅游局通过江苏广播平台,开展了2021七夕溧阳爱情品牌日“为爱比心,云上告白”活动,为听众在这个七夕留下了独有的浪漫。

本次活动2021七夕溧阳爱情品牌日“为爱比心,云上告白”活动,设置了线上图秀、爱心连线等互动环节,通过广播、新媒体等平台邀请听众、网友上传创意“比心”照片

和一句话表白,引导听众、网友用真诚的告白传递更多的温暖,让爱的力量点亮更多幸福时刻。其中,图秀活动环节在短短40个小时内,吸引了超过176万人次关注、参与。

活动中,听众、网友上传的“火车莱斯”爱心铁路打卡、创意心形雪球、向一线抗疫护士比心告白等独具创意的照片,用小小的比心表达了关爱,传递出一份不一样的浪漫。而在爱心连线环节,多名听众通过直播讲述了各自的温暖故事,表达对亲人、对朋友、对所在的城市和对江苏的美好祝福。溧阳的史昊星、顾叶玲夫妇在节目

中真情告白,一句“我们推迟了婚礼,只因我们俩都在抗疫一线没办法参加自己的婚礼”感动了许多人,用“凡人凡语”彰显大爱不凡,使溧阳这座城市的小城大爱通过电波传遍全省。

溧阳是国家全域旅游示范区,2019年旅游休闲产业占GDP比重达13%,旅游业是溧阳支柱性产业之一。每年夏季举办的溧阳爱情泼水节作为溧阳文旅品牌节庆之一,在华东地区乃至全国范围内积累了众多“粉丝”,夏季爱情泼水节还与春季茶叶节、秋季丰收节、冬季宋团城观灯节共同唱响了溧阳品牌节庆的“四季歌”,为

溧阳文化和旅游发展带去了人气、财气。受疫情影响,今年的溧阳爱情泼水节虽取消了线下活动,很多原定暑期来溧阳旅游的游客不得不取消行程,但溧阳市文体广电和旅游局策划举办2021七夕溧阳爱情品牌日“为爱比心,云上告白”活动,为广大听众、网友打开“云上连线告白真爱”渠道,以“云上表白”的方式陪伴大家一起度过美好的七夕,也让身在远方的游客感受到溧阳对他们的牵挂、问候和祝福,并期待着明年七夕继续相约溧阳,让浪漫继续。

(吴敏 江俞辰)

观察

# 非遗与旅游融合 必将实现“1+1>2”

要从坚定文化自信的高度,充分挖掘和展示非遗所蕴含的精神价值、时代价值,跳出单纯的“项目”层面,促进非遗与旅游在空间、功能、产品、市场等方面深度融合

□ 特约评论员 银元

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》(以下简称《意见》)。《意见》从健全非物质文化遗产保护传承体系、提高非物质文化遗产保护传承水平、加大非物质文化遗产传播普及力度等方面提出具体要求。《意见》提出,“在有效保护前提下,推动非物质文化遗产与旅游融合发展、高质量发展”。这对新时代非遗旅游活化工作提出更高要求,也为探索中国特色非遗旅游活化模式指明了方向。

实践证明,非遗是重要的旅游吸引物,旅游是实现非遗活态传承以及生产性保护的重要方式。近年来,大量的非遗项目被旅游唤醒、激活,“非遗+旅游”成为助力打赢脱贫攻坚战、助推乡村振兴的重要方式和有效载体,并不断创造出新的消费场景,“吃非遗”“玩非遗”“赏非遗”“学非遗”“购非遗”已经成为城乡居民文化旅游消费的重要形态。

推动非遗与旅游融合发展、高质量发展,不是单纯地在旅游景区(点)、节庆活动中增加非遗项目展示或演示,也不是单纯地在旅游商品研发和销售中增加非遗元素和产品,而是要从坚定文化自信的高度,充分挖掘和展示非遗所蕴含的精神价值、时代价值,跳出单纯的“项目”层面,促进非遗与旅游在空间、功能、产品、市场等方面深度融合。

一是做好空间融合,挖掘各类旅游休闲空间的非遗资源。《意见》提出,“挖掘中国民间文化艺术之乡、中国传统村落、中国美丽休闲乡村、全国乡村旅游重点村、历史文化名城名镇名村、全国‘一村一品’示范村镇中的非物质文化遗产资源”。中国美丽休闲乡村、全国乡村旅游重点村等既是重要的旅游休闲空间,也是主要的非遗资源产生和存续空间。深入挖掘这些空间的非遗,不仅能够丰富其文化内涵、丰富旅游体验,还能为非遗的整体保护、有效传承提供支撑。

二是做好功能融合,发挥非遗的独特吸引力。推动非遗与旅游融合发展,关键是要充分发挥非遗作为独特旅游吸引物的功能。《意见》强调加强非物质文化遗产分类保护,提出要形成包括非物质文化遗产馆、传承体验中心(所、点)等在内,集传承、体验、教育、培训、旅游

等功能于一体的传承体验设施体系。这就要求根据不同类型的非遗资源特点,通过非遗与研学、民俗、文创、演艺等融合,进一步契合旅游服务功能,催生新的旅游业态和体验项目。

三是做好产品融合,打造非遗主题旅游产品体系。《意见》提出,要建设非物质文化遗产特色村镇、街区,推出一批具有鲜明非物质文化遗产特色的主题旅游线路、研学旅游产品和演艺作品,建设非物质文化遗产特色景区。这些要求进一步丰富了非遗主题旅游产品类型和内容,应以非遗项目为依托,通过配套旅游接待功能、增加旅游服务要素,将非遗的资源形态转化为可感受、可体验的旅游产品形态。同时,还应通过吸纳和展示非遗的内涵要素及核心元素,增强旅游产品和项目的文化内涵。

四是做好市场融合,拓宽非遗消费旅游化场景。非遗源自人民群众的生产生活实践,实现非遗的合理保护和有效传承,关键是要推动非遗融入人民群众生产生活。《意见》提出“深入挖掘乡村旅游消费潜力,支持利用非物质文化遗产资源发展乡村旅游等业态”“利用互联网平台,拓宽相关产品推广和销售渠道”等要求。旅游界突出的客源招徕和调配作用以及较为成熟的网络营销平台和渠道,可以为非遗相关产品提供新的消费场景、消费群体,使其更好地融入生产生活。同样,非遗有机融入景区、度假区和旅游项目,也会带来新的客源群体,从而实现消费群体的互补和叠加,更好地促进非遗保护传承。

综上,推动非遗与旅游融合发展、高质量发展是以文塑旅、以旅彰文的内在要求,特别是随着传承保护力度的不断强化,非遗在展示中华文化独特魅力、促进经济社会高质量发展等方面发挥着越来越重要的作用,已经成为满足人民精神文化生活需要、增进民生福祉的重要内容。

同样,旅游休闲已经成为人们日常生活的刚需,旅游业作为拉动经济社会发展的重要动力,是事关人民群众美好幸福生活的“幸福产业”。因此,非遗与旅游的融合发展、高质量发展必将带来“1+1>2”的效果,不断满足人民群众美好生活需要。

来论

## 非遗保护传承需要工匠精神

非遗代表性传承人掌握着传统的绝活,保留着传统风俗的严格礼律,延续着独特的传统价值,是我们民族文化的活化石,也是民族文化的根与魂

□ 王思奎

最近,“山村小木匠”安旭在短视频平台上火了。这个贵州山村“95后”男孩有近900万粉丝。在网友眼里,他有一双魔幻的双手——几块不起眼的木头,经过他的巧手,变成金箍棒、高跟鞋、嫦娥五号模型。

遵义“山村小木匠”火“出圈”,不仅被新华社等官方媒体报道,在抖音等短视频平台更是异常火爆。曾活跃在乡间的手工艺木匠多年来逐渐萎缩,甚至在有些地方已经消失。如何让乡村木匠承载的传统文化与工匠精神继续传承,安旭的成功“出圈”或许能带来启示。

一是民间非遗需要保护和传承。像“山村小木匠”这样的民间艺人,遵义有很多。第五批贵州省级非遗代表性传承人进入公示,遵义市33人榜上有名,本次评出的省级非遗代表性传承人数量,遵义市人数排名第一。“山村小木匠”安旭对木匠的最初印象来源于他已经过世的爷爷。爷爷是个木匠,现在安旭居住的这栋木质老房子,就有一部分是爷爷自己盖起来的。

民间艺人是非遗代表性传承人,在历史的长河中用双手创造出了数不尽的艺术珍品。历经几千年的传承,非遗代表性传承人掌握着传统的绝活,保留着传统风俗的严格礼律,延续着独特的传统价值,是我们民族文化的活化石,也是民族文化的根与魂。

二是热爱是最好的老师。“山村小木匠”安旭执着木匠活儿,甚至到了如痴如醉的程度。他干过修车工、洗车工,也在奶茶店当过店员,但没有一份工作是他喜欢的,唯独爱上了木匠。他那些天马行空的创意都源于对木匠活的热爱。因此,只有全力以赴才能精通。

三是干好每一件小事也出彩。安旭火“出圈”不知付出了多少辛勤汗水,如果没有一种孜孜以求的执著,没有一种一丝不苟的学习钻研精神是不可能取得如此成就的。由此可见,三百六十行行行出状元。只要奋斗、努力就有机会实现自身价值,就可能实现火“出圈”的精彩。

期望有更多像安旭一样的年轻人投入非遗保护传承中,让传统手工艺绽放时代光芒。