

# 文化和旅游市场信用体系建设的现状、制约因素及主要路径

信用是市场的基石,现代市场经济是信用经济。坚持依法促信,以信立市,加快以部门规章形式出台信用管理办法是文化和旅游市场信用体系建设的核心要素和当前亟需推进的重点任务

□ 戈双剑

2020年12月,国务院办公厅印发《关于进一步完善失信约束制度 构建诚信建设长效机制的指导意见》(以下简称《指导意见》),提出依法依规、保护权益、审慎适度、清单管理的总体思路,对失信行为认定、记录、归集、共享、公开、惩戒和信用修复等机制进行了规范,明确提出在全国范围内实施的严重失信主体名单制度,认定标准应当以法律、法规形式确定,暂不具备条件的可由该领域主管(监管)部门以部门规章形式确定。这标志着社会信用体系建设迈入法治化新阶段,对各地各部门推进社会信用体系建设提出了新要求,明确了新方向。文化和旅游行政部门推动落实新阶段信用体系建设的重点任务,需要在全面梳理建设现状、明确制约因素的基础上,把握市场信用体系建设核心问题,明确建设路径,加快建设进程,推动实现依法促信、以信立市的良性循环。

## 一、建设现状

一般来说,信用是指个人或组织履行承诺的意愿和能力,是对个人或组织履行义务能力的社会评价。社会信用体系是一种管理制度,《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020)》明确提出,社会信用体系以法律、法规、标准和契约为依据,以健全覆盖社会成员的信用记录和信用基础设施网络为基础,以信用信息合规应用和信用服务体系为支撑,以树立诚信文化理念、弘扬诚信传统美德为内在要求,以守信激励和失信约束为奖惩机制,目的是提高全社会的诚信意识和信用水平。社会信用体系是社会主义市场经济体制和社会治理体制的重要组成部分,主要包括政务诚信、商务诚信、社会诚信、司法公信及诚信文化和教育等多方面内容。作为社会信用体系的组成部分,近年来,文化和旅游市场信用体系建设取得了积极进展。

1.信用体系框架基本确立。文化和旅游部先后印发了《关于对文化市场领域严重违法失信主体及有关人员开展联合惩戒的合作备忘录》《全国文化市场黑名单管理办法》《关于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》和《旅游市场黑名单管理办法(试行)》,形成了

“黑名单+备忘录”的信用监管机制,搭建起了信用监管的“四梁八柱”,完成了信用体系的顶层设计,为适应文化和旅游市场快速发展的新形势,深化“放管服”改革,维护文化和旅游市场秩序,不断增强人民群众的获得感、幸福感和安全感夯实了基础。

2.信用惩戒震慑作用显现。黑名单制度是信用体系的核心要素,也是实现信用监管的核心制度,规定了列入标准和失信联合惩戒等一系列安排,是实现“一处失信、处处受限”的制度基础。2019年11月29日,文化和旅游部公布了首批全国旅游市场黑名单,引起了广泛的社会关注,相关话题进入微博热搜前10名,阅读量累计超过4亿次,网友对公布黑名单和打击违法经营行为点赞叫好,舆情整体正面积极,呈压倒性态势。这表明广大游客、市场主体和从业人员对打击违法乱象、整治市场顽疾、营造公平竞争环境的热切期盼,也彰显了黑名单制度的震慑作用。

3.信用体系法治化进程加快。2021年3月,文化和旅游部办公厅印发了《关于加强文化和旅游市场信用监管有关事项的通知》,要求依法实施信用监管,规范信用监管流程,加强信用管理系统推广应用,提升信用监管效能。2021年6月,《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。该部门规章着眼于贯穿市场主体全生命周期的监管全流程,加快构建以信用为基础的新型监管机制,重点解决当前文化和旅游市场信用体系建设中存在的立法层级较低、配套制度不够健全、权责划分不够明晰等问题,对严重失信主体的认定与惩戒、轻微失信主体的认定与管理、信用信息公开与共享、信用修复和权利保障等重点内容进行制度设计,在遵循市场规律的基础上,着重平衡加强监管与权益保护等要求,体现了法治意识和技术理性,标志着文化和旅游市场信用体系建设迈入法治化、规范化新阶段。

## 二、制约因素

从当前文化和旅游市场信用体系建设进展情况以及信用监管实际效果来看,仍然存在信用意识不强、配套制度不健全、区域发展不均衡等问题。

1.信用意识不强。信用意识可以理解

为对信用概念体系的认知程度,是推进信用体系建设的前提条件。近年来,在文化和旅游部的大力推动下,文化和旅游行业的信用意识不断增强,但仍然存在对信用通识概念的理解不准确、对信用监管的作用认识不到位、对信用监管改革创新与法律依据相对滞后的关系把握不全面、对社会信用体系建设整体进程了解不深入等现象。

2.配套制度不健全。一般来说,市场信用体系由一系列制度和标准构成,包括但不限于信用监管制度、信用信息共享制度(包括平台建设)、信用评价制度、信用标准、信用培训等多个相互联系、互相补充的部分。当前,各地方文化和旅游行政部门正处在与顶层设计的分层对接过程中,部分地方的黑名单工作流

尚不健全,各地信用修复标准尚不统一,文化市场、旅游市场信用管理系统功能还需要根据各地实践不断优化完善,相关配套制度还需要加快完善。

3.区域发展不均衡。从大数据搜索和各地信用监管情况来看,京津冀、长三角(沪苏浙皖)、黑吉辽蒙等区域相继建立区域信用监管协同机制,信用一体化建设步伐不断加快。继2019年广西公布首个旅游黑名单后,2020年以来,云南、广东、安徽、上海、江苏、辽宁、福建、海南等地相继公布了本辖区旅游市场黑名单。从全国整体情况来看,东部地区信用体系建设步伐相对较快,区域信用监管合作进一步加

## 三、建设路径

法律支撑和制度保障不足是当前深入推进信用体系建设的主要障碍。推动国家层面立法,明确以法律条文的形式将失信认定标准、联合惩戒等核心内容进行固化,加强法律支撑和制度保障,是解决当前信用体系建设障碍的根本之策。在国家信用法律尚未出台的

现实条件下,文化和旅游行政部门应加快推进本领域信用体系建设法治化进程,进一步增强依法实施信用监管的支撑保障。

1.加快出台部门规章。在《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》的基础上,坚持依据法律、行政

法规等规定,结合市场实践,进一步明确失信认定标准、失信惩戒内容;综合考虑“放管服”改革要求及失信主体需求,进一步优化信用修复流程,提升便利化程度;结合文化和旅游市场主体经营规律,加强失信主体权益保护,对轻微失信主体加大容错纠错力度。

2.加快完善配套制度。推动文化和旅游市场信用管理规定落地实施,应加快推进相关配套制度建设。加快建设信用信息共享制度,明确与各部委间、各地文化和旅游行政部门间的信用互通和共享标准,进一步整合和完善现有信用管理系统,实现“一网共享”,提升信用信息的时效性。加快建立信用修复制度,坚持便利实用的原则,制定信用修复的流程和标准。加快建立信用评价制度,明确信用评价的适用范围、要求、数据来源及评价方法,为分级分类监管夯实基础。

3.加大宣传培训力度。信用体系建设是推动文化和旅游市场治理体系和治理能力现代化的重要抓手,涉及行政管理相关理念和认知的更新,以及信用管理、行政法、数据应用等方面的专业知识。应针对当前文化和旅游市场信用管理队伍的实际情况,开展专业知识、法规解读、实务操作等方面的宣传和培训,培养一支专业化队伍,加强信用体系建设的人才保障。

4.加强理论研究和经验总结。加强信用理论研究,不断丰富文化和旅游市场信用监管理论内涵,促进信用理论与监管实践有机融合。加大信用管理规定的监督实施力度,及时总结提升信用管理过程中形成的可复制可推广经验并将其制度化,进一步健全文化和旅游市场信用体系,完善失信认定、信用信息共享、联合惩戒等制度,为推动国家层面社会信用立法提供市场实践参考。

5.信用体系法治化进程加快。2021年3月,文化和旅游部办公厅印发了《关于加强文化和旅游市场信用监管有关事项的通知》,要求依法实施信用监管,规范信用监管流程,加强信用管理系统推广应用,提升信用监管效能。2021年6月,《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。该部门规章着眼于贯穿市场主体全生命周期的监管全流程,加快构建以信用为基础的新型监管机制,重点解决当前文化和旅游市场信用体系建设中存在的立法层级较低、配套制度不够健全、权责划分不够明晰等问题,对严重失信主体的认定与惩戒、轻微失信主体的认定与管理、信用信息公开与共享、信用修复和权利保障等重点内容进行制度设计,在遵循市场规律的基础上,着重平衡加强监管与权益保护等要求,体现了法治意识和技术理性,标志着文化和旅游市场信用体系建设迈入法治化、规范化新阶段。

6.信用体系法治化进程加快。2021年3月,文化和旅游部办公厅印发了《关于加强文化和旅游市场信用监管有关事项的通知》,要求依法实施信用监管,规范信用监管流程,加强信用管理系统推广应用,提升信用监管效能。2021年6月,《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。该部门规章着眼于贯穿市场主体全生命周期的监管全流程,加快构建以信用为基础的新型监管机制,重点解决当前文化和旅游市场信用体系建设中存在的立法层级较低、配套制度不够健全、权责划分不够明晰等问题,对严重失信主体的认定与惩戒、轻微失信主体的认定与管理、信用信息公开与共享、信用修复和权利保障等重点内容进行制度设计,在遵循市场规律的基础上,着重平衡加强监管与权益保护等要求,体现了法治意识和技术理性,标志着文化和旅游市场信用体系建设迈入法治化、规范化新阶段。

7.信用体系法治化进程加快。2021年3月,文化和旅游部办公厅印发了《关于加强文化和旅游市场信用监管有关事项的通知》,要求依法实施信用监管,规范信用监管流程,加强信用管理系统推广应用,提升信用监管效能。2021年6月,《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。该部门规章着眼于贯穿市场主体全生命周期的监管全流程,加快构建以信用为基础的新型监管机制,重点解决当前文化和旅游市场信用体系建设中存在的立法层级较低、配套制度不够健全、权责划分不够明晰等问题,对严重失信主体的认定与惩戒、轻微失信主体的认定与管理、信用信息公开与共享、信用修复和权利保障等重点内容进行制度设计,在遵循市场规律的基础上,着重平衡加强监管与权益保护等要求,体现了法治意识和技术理性,标志着文化和旅游市场信用体系建设迈入法治化、规范化新阶段。

8.信用体系法治化进程加快。2021年3月,文化和旅游部办公厅印发了《关于加强文化和旅游市场信用监管有关事项的通知》,要求依法实施信用监管,规范信用监管流程,加强信用管理系统推广应用,提升信用监管效能。2021年6月,《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。该部门规章着眼于贯穿市场主体全生命周期的监管全流程,加快构建以信用为基础的新型监管机制,重点解决当前文化和旅游市场信用体系建设中存在的立法层级较低、配套制度不够健全、权责划分不够明晰等问题,对严重失信主体的认定与惩戒、轻微失信主体的认定与管理、信用信息公开与共享、信用修复和权利保障等重点内容进行制度设计,在遵循市场规律的基础上,着重平衡加强监管与权益保护等要求,体现了法治意识和技术理性,标志着文化和旅游市场信用体系建设迈入法治化、规范化新阶段。

# 剧本杀3.0 带给沉浸式文旅的新机会

引入和打造契合的沉浸式娱乐内容,不仅能够丰富目的地产品形态,创造沉浸式消费场景,还能提升游客黏性,加速产业融合创新

□ 刘怡君 李兆睿

剧本杀从最初单一推理追凶的桌游1.0时代,迅速发展以剧本游戏体验馆为活动中心的2.0时代,再到现在以沉浸式实景演艺为代表的3.0时代。相关数据显示,2020年全国共新增剧本杀相关企业3100多家,较2019年增长63%。剧本杀的迅速发展为沉浸式文旅带来了新的机会。上海、成都、长沙、北京等地都出现了剧本杀与民宿、景区等旅游场景结合的超长时间体验项目。剧本杀与沉浸式文旅的多样化结合和IP的打造,有望成为重要的文旅新业态。

## 一、机遇和挑战

1.机遇。剧本杀能为短途近郊旅游带来新内容。疫情防控常态化背景下,以民宿休闲、郊区自驾为主的短途周边游成为人们旅游的首选,而民宿同质化、景区重游率低等问题制约了周边游的进一步发展。剧本杀和民宿、景区等的深度融合,有望为主题民宿和特色景区的发展带来新机遇,打造年轻化、多元化、主题化的文旅新业态。

剧本杀能为夜间经济带来新体验。《2020中国夜间经济发展质量报告》显示,我国有超八成受访者表示夜游意愿强烈。作为夜间经济的重要组成部分,夜游项目也获得了迅速发展,其中沉浸式夜游项目更是发展之重,而剧本杀的融入可以为沉浸式夜游项目带来机会。

剧本杀能为研学旅游带来新方式。剧本杀与研学旅游结合可以成为重要的创新模式,通过精巧的情节设计把优秀的传统文化融入其中,从而更好地实现研学目标。比如在解密过程中设置习题,将故事背景和历史文化知识结合,或者在查证凶手、解密探索过程中,融入科学教育、艺术教学等内容,根据消费人群特征,适当融入物理、化学实验知识,从而达到研学的目的。还可以将剧本杀与红色旅游结合,通过沉浸式剧本杀,让学生以虚拟的“切身”体验,铭记历史,深刻了解历史人物,弘扬红色精神。

此外,剧本杀与旅游演艺、节庆旅游、体育旅游等结合,也存在新的发展机会。

2.挑战。随着自驾游和周边游的兴起,城市近郊2小时车程的优质景区、度假酒店和主题民宿逐渐成为人们的休闲度假地。如何将剧本杀与众多主题景区、主题民宿更好地结合,是“剧本杀3.0+文旅”发展面临的挑战。

在剧本杀1.0时代,许多青年旅社引入桌游作为社交娱乐方式来吸引游客,随着以沉浸式体验为目标的“剧本杀3.0+民宿、景区”的发展,年轻人对其有了更多的诉求。主要体现在以下方面:

第一,环境营造。景区和民宿的环境需要与剧本剧情契合,能够有序衔接娱乐区和功能区。比如“剧本杀+民宿”,需要通过规划装修装潢、解密道具摆放、NPC(Non-Player Character 非玩家角色)和剧本主持介入,使剧情的推进与功能区衔接有序。

第二,社交需求。剧本杀赋予民宿和景区新的社交场景,互不相识的年轻人可以通过角色演绎,在互动交流中熟悉彼此,这就需要在主题选择、组队、解密互动设计以及粉丝社群运营上有所创新。

第三,多元化体验。剧本杀的不同剧本包含惊悚、校园、古装、民国、武侠等丰富的体验元素,极致的体验感有赖于对剧本剧情的不断打磨,以及对玩家的有效引导。

当然,剧本杀在为传统民宿和景区带来机会的同时,也要为玩家做好安全保障,还要注意避免“重建设、轻运营”的现象,仅依赖“网红”“模仿”“抄袭”,只会频频踩雷翻车,陷入恶性循环。

## 二、融合创新案例

1.与景区、民宿的融合。在成都青城山隐藏着全国首家两天一夜实景沉浸式探案馆,作为剧本杀的特色民宿+地道美食”的经营特色成为全国山庄剧本杀的最佳代表,即使消费水平较高也能吸引剧本杀爱好者前往体验。

沉浸式剧本杀与景区、民宿的结合,为沉浸式文化产业业态发展注入了新活力。对于民宿运营者来说,不仅要提供令人满意的住宿服务,还要做好NPC玩家引导服务、选购情节丰富的剧本、巧妙设计房间主题情景等

工作。剧本杀主题的沉浸式体验场景在未来可能成为推动民宿业和传统景区升级换代的一种催化剂。

2.与线路产品的融合。如舟山东极岛的海岛剧本杀travel kill、湖南渔窖镇2021春节档的七天沉浸式剧本杀体验,这类将剧本杀与旅游线路结合的创新模式,将剧情线索全部安排在旅行打卡点,通过“旅游+角色扮演+地图搜证+指认凶手”的方式将剧本杀和旅游全程融合。这种体验产品创造了一种“一边旅行、一边沉浸式烧脑剧本杀”的全新业态模式,吸引了众多消费者关注。

剧本杀与线路产品的融合,说明沉浸式娱乐的边界正在不断延伸,多元化要素不断融入文旅目的地场景。对于目的地而言,引入和打造契合的沉浸式娱乐内容,不仅能够丰富目的地产品形态,创造沉浸式消费场景,还能提升游客黏性,加速产业融合创新。而这种私人定制式的沉浸式文旅体验,也能成为Z世代偏爱的文旅消费新方式。

3.与会展的融合。以厦门“拨云见鹭”剧本杀展会为例,该展会打造了沉浸式卖场,通过实景拍卖会式的互动体验,吸引了全国各地的玩家参与沉浸式剧本演绎,也为剧本杀爱好者找到了面对面交流的平台,推动了文旅行业、剧本杀行业的可持续发展。此外,日本著名的桌游大会“game market”,以模拟游戏为主题,主打桌游的方式,通过展览的形式呈现给大众,在展会上专门设立一个TRPG(桌面角色扮演)专区,为酷爱角色扮演的顾客提供舞台。

剧本杀与会展的融合创新,为沉浸式文旅的发展搭建了平台。通过这种模式,不仅为剧本创作者建立了交流平台,还为一系列粉丝爱好者打造了新型文旅社交圈。同时,举办剧本杀竞技展会,还可以通过剧本杀竞技比赛来扩大产品知名度,通过经销商产品交流展会来拓宽剧本杀文旅产品的营销渠道,通过展会交流促进剧本杀的劇情更新、玩法创新等。

## 三、对策建议

1.借助成熟IP推进剧本杀数字化转型。目前剧本杀行业数字化程度仍然较低,数字科技在环境布景、情节设置、剧本创作、NPC融入等方面的应用还有很大空间。一方面,要借助数字化科技,结合人工智能、VR/AR、智能语音/视觉系统等打造剧本杀产品。例如,可以利用VR技术多元化剧情主题设定,打破剧本杀房间主题固定化模式。另一方面,推动剧本杀主题与成熟文创IP的联合打造,挖掘故事内涵,促进文创消费。通过数字科技呈现解谜、推理等元素,挖掘剧情文化背景,最大限度营造沉浸式体验。比如,国家典籍博物馆推出的“古董保卫局之《山海社的宝藏》”,其文创设计与展览策划同步,通过“文创+解密+互动”的方式,将文博领域、游戏领域、教育领域的元素都充分体现其中,使静态的博物馆“活”了起来。

2.优化“剧本杀+文旅”全产业链。剧本杀已形成了剧本创作、出版发行、道具制作、产品运营的完整产业链。不过,随着“剧本杀+文旅”爆发式增长,行业内竞争愈加激烈,某二手交易平台数据显示,今年4月,以“倒闭了”为由转卖剧本、道具、门店桌椅等剧本杀商品的数量较上月增长了110%。优化“剧本杀+文旅”的产业结构需要增强行业竞争力。一方面,要注重剧本剧情创作,提高剧本质量。一个能够反映社会现实、引起消费者思想共鸣、烧脑且无逻辑漏洞的故事,才是吸引游客的关键。好的剧本不仅要带给玩家酣畅淋漓的推理解密体验,也要有独特、独到、深层次的价值观。另一方面,要提升服务质量,不断创新产品体验,提升服务体验,有效去同质化。

3.把握细分市场,提升用户社交互动。剧本杀凭借其突出的社交属性,已成为年轻人的社交新选择。一方面,随着剧本杀消费者年轻化趋势的凸显和消费能力的不断增强,明确消费群体及特征是突破剧本杀行业同质化竞争的重要前提。另一方面,“剧本杀”企业应当更加注重人与人之间的交互体验,通过提供类型多样的组局方式,为当代年轻人打开社交圈。同时,还应关注与“陌生人”组局时的安全保障,提升用户社交互动的安全性,在有效寻求情感共鸣的同时,预防灰色产业的出现。

(作者单位:北京第二外国语学院)

# 对新时期文化和旅游资源普查与评价工作的思考

应着力推动文旅资源普查规范融合化、普查技术数字化、普查方式协同化、成果应用多元化和持续化,以进一步摸清文旅资源家底,提高保护利用与管理水平

□ 黄震方

“十四五”时期,文化和旅游(以下简称“文旅”)行业要立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,着力推动文旅发展迈上新台阶。文旅资源是开展文旅活动、发展文旅产业的重要基础,是改善文旅供给质量,有效满足人民群众美好生活需求,促进消费升级、畅通国民经济循环的重要载体。文旅资源普查与评价作为一项重要的基础性工作,既是文旅资源保护和整合利用的重大现实需要,也是深化文旅资源研究、促进文旅融合和高质量发展的重要命题。

## 一、新时代提出文化和旅游资源普查与评价新要求

长期以来,旅游行业及学术界对文旅资源调查与评价进行了大量的探索与实践,研究主题主要包括概念界定、分类体系、调查实践、评价与开发等,并且十分重视学术研究和标准应用的有效讨论。在原国家文化、旅游等有关部门主导下,先后制定了古籍、美术馆藏品、地方戏曲剧种、传统器乐乐种、非物质文化遗产、不可移动文物、可移动文物和文博类场馆等文化普查规范及《旅游资源分类、调查与评价(GB/T18972)》国家标准,形成了系统的资源调查与评价基础。

在新的发展阶段,文旅创意创新及文旅融合加深,衍生了文旅资源新类型;社会的发展变革及新社会文化现象与新事物的涌现,赋予了文旅资源新内涵;新发展格局的构建和内需的崛起与变化,引发了文旅资源需求及其开发研究的新变化;文旅经济供给侧结构性改革与高质量发展,提出了文旅资源供给质量新要求;科技赋

能与信息技术的发展,带来文旅资源调查、评价、监测和管理新手段。但是,目前文旅资源普查与评价工作还存在资源普查规范不统一、资源分类重复或归属不清、新技术应用滞后、评价主观随意性较大等问题。必须加强文旅资源普查与评价研究,研制新的文旅资源普查技术规范,研发数字化文旅资源管理系统,拓展文旅资源应用领域。

## 二、新发展带来文化和旅游资源普查与评价新命题

针对新时代文旅融合新要求、文旅资源新类型、科技发展新态势和资源普查新问题,文旅资源普查与评价研究应重点关注以下问题:

1.文旅资源的科学内涵与分类体系。依据文化结构理论、文化资本理论、大众文化理论、文化记忆理论、游吸引物理论、人地关系理论等,运用新的资源观,深入解构文旅资源的科学内涵,准确界定文旅资源的概念,深入分析现行的文旅资源分类与调查规范的优点及不足,重点关注文旅资源的概念谱系、层次划分、共通性和特殊性等问题及类属逻辑的名称,进而基于文旅融合的视角,建立新的文旅资源的分类体系。

2.文旅资源普查技术规范与评价体系。在上述研究的基础上,充分考虑文旅资源的特点,研制体现文旅融合特色的文旅资源分类、调查、评价规范,建立科学的文旅资源评价体系,并在评价中注重实用性、可持续性

及游客的需求和体验,关注其综合价值。同时,要研发体现信息化特色的文旅资源普查数字化技术规范,为文旅资源普查数据的采集、存储和管理提供技术支撑和方法工具。

3.文旅资源管理信息系统建构。借助现代信息技术,在地理信息系统支撑下,开发集数据采集填报、数据审核、在线评价、任务分配、进度监管、统计分析、数据展示等多功能于一体的文旅资源普查管理信息系统,并进一步拓展资源信息共享、宣传推广、咨询服务等功能,力求实现对传统资源普查方式和管理手段的新突破,为文旅资源综合保护、开发、利用和监管提供有力的数字化支撑与应用体系。

4.基于普查数据的文旅资源分析与应用。选择典型案例地,通过文旅资源普查建立数字化管理系统。运用普查数据对文旅资源

的数量、品质、功能、潜力等进行科学分类、深入分析和合理评价,并对其空间分布、结构特征、演化过程、动力机制、空间效应等进行研究,揭示资源禀赋特征、价值与潜力及其地域特征和空间规律,提出资源规划与保护、利用与创新、监督与管理等政策与对策建议,为提高文旅资源保护利用与管理水平,推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展,丰富文化供给,改善供给质量,优化空间布局,促进消费升级和文旅产业发展提供决策参考和科学依据。这对全国及长城、大运河、长征、黄河等重点地段开展文旅资源普查工作,具有十分重要的科学意义和应用价值。

5.信用体系法治化进程加快。2021年3月,文化和旅游部办公厅印发了《关于加强文化和旅游市场信用监管有关事项的通知》,要求依法实施信用监管,规范信用监管流程,加强信用管理系统推广应用,提升信用监管效能。2021年6月,《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。该部门规章着眼于贯穿市场主体全生命周期的监管全流程,加快构建以信用为基础的新型监管机制,重点解决当前文化和旅游市场信用体系建设中存在的立法层级较低、配套制度不够健全、权责划分不够明晰等问题,对严重失信主体的认定与惩戒、轻微失信主体的认定与管理、信用信息公开与共享、信用修复和权利保障等重点内容进行制度设计,在遵循市场规律的基础上,着重平衡加强监管与权益保护等要求,体现了法治意识和技术理性,标志着文化和旅游市场信用体系建设迈入法治化、规范化新阶段。

6.信用体系法治化进程加快。2021年3月,文化和旅游部办公厅印发了《关于加强文化和旅游市场信用监管有关事项的通知》,要求依法实施信用监管,规范信用监管流程,加强信用管理系统推广应用,提升信用监管效能。2021年6月,《文化和旅游市场信用管理规定(征求意见稿)》向社会公开征求意见。该部门规章着眼于贯穿市场主体全生命周期的监管全流程,加快构建以信用为基础的新型监管机制,重点解决当前文化和旅游市场信用体系建设中存在的立法层级较低、配套制度不够健全、权责划分不够明晰等问题,对严重失信主体的认定与惩戒、轻微失信主体的认定与管理、信用信息公开与共享、信用修复和权利保障等重点内容进行制度设计,在遵循市场规律的基础上,着重平衡加强监管与权益保护等要求,体现了法治意识和技术理性,标志着文化和旅游市场信用体系建设迈入法治化、规范化新阶段。