

时评

# 既要惠企纾困,又要引导企业创新发展

疫情形势依然很严峻,旅游市场的全面恢复和旅游企业的复工复产依然面临着很多实际困难,需要政府、行业主管部门进一步发挥政策纾困和救济功能,也需要旅行社企业通过创新产品和服务进行自救脱困,渡过难关

□ 特约评论员 王德刚

新冠肺炎疫情发生近两年来,旅行社成为受疫情影响最直接、最严重的行业之一。文化和旅游部统筹做好疫情防控与推动旅游业恢复发展工作,不断加大助企纾困力度,出台多项扶持政策,包括暂缓部分旅游服务质量保证金(以下简称“质保金”)、使用保险交质纳保金等。这些针对性举措起到了助企纾困作用,也提振了企业信心,有效引导了旅游企业突围自救。

从目前的情况看,疫情形势依然很严峻,旅游市场的全面恢复和旅游企业的复工复产依然面临着很多实际困难,需要政府、行业主管部门进一步发挥政策纾困和救济功能,也需要旅行社企业通过创新产品和服务进行自救脱困,渡过难关。

各级政府和行业主管部门要从扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务的角度,进一步创新企业救济政策和市场监管措施,确保疫情防控与旅游经济发展协调有序、齐头并进。

一是要统一疫情防控要求和措施口径,做到上下一致、横向统一。从疫情防控的实际出发,各级各部门要站在更加有效地统筹疫情防控与经济社会发展的高度处理好疫情防控与发展生产的关系。各级地方政府和相关部门在制定本地区、本领域疫情防控具体要求、具体措施、防控流程和管控标准等方面,要严格遵守国家疫情防控部门的统一规定,做到上下一致、横向统一,不能随意加码、制定与风险等级、本地实际不相适应的措施,维护正常的生产秩序,以及旅游企业特别是旅行社企业的合法经营权,加快促进旅游市场复苏和旅游行业恢复发展。

二是文化和旅游主管部门应及时研究出台专门的疫情防控常态化下旅游行业业务操作流程指南。疫情不仅对旅游市场发展和企业经营产生了前所未有的影响,对旅游行业管理也提出了许多新挑战。面对新情况、新问题,许多传统的业务处理流程已不能适应,这就需要行业主管部门及时掌握行业发展趋势,特别是当前由于疫情影响出现的趋势,要经过充分的调

查研究,出台相应的业务处理流程和标准口径;制定因疫情防控要求而中途终止旅游、退团退订退款和理赔等方面的统一标准、口径。对于涉及游客和企业利益、容易引起纠纷的问题和领域,应建立实时跟踪和即时响应机制,以充分保障游客利益和旅游经营者的合法权益。

三是在疫情防控常态化下,要有序、有度恢复跨省旅游。在疫情防控仍然存在许多不确定因素的情况下,自由旅行存在一定风险。在当前特殊情况下,建议有序、有度恢复旅行社团队旅游,主管部门可以出台景区、园区、场馆等接待指南,有序接待旅行社团队旅游,并制定严格的疫情防控操作规程予以保障。

从旅行社企业层面来看,要通过创新产品和服务来适应新形势、新市场、新需求,谋求新发展。疫情的暴发,让旅行社的传统组团和地接业务受到了严重冲击,而且随着疫情的散点式区域性暴发,跨省团队游时常“熔断”,因此,依靠传统业务和惯常的商业模式已无法适应疫情防控常

态化下的市场形势,必须通过自我革命式的商业模式转型、产品和服务创新来绝地求生,谋求生存和发展。

近期,一些旅行社企业已经做了很多有益探索。例如,中青旅旅游与资源方、目的地深入合作聚焦打造周边游产品,建设智慧旅游平台、通过科技创新提升旅游品质,同时,针对不同客群调整产品类型,推出寓教于乐的高品质亲子互动产品、满足中老年人需求的主题产品。上海航空国际旅行社(集团)有限公司以航旅业务为触角,逐步向目的地运营等领域延伸,打造“泛航旅,无边界”生态产业链等,收到了很好的效果。疫情防控常态化下,本地游、乡村游、健康游已成为主要的替代性市场,旅行社企业要在开发新产品上下功夫,在商业模式转型上做文章,才能走出困境,加快恢复发展。

总之,全国四万多家旅行社的生存和发展,既关系到从业人员的生存,也关系到整个旅游产业的未来。旅行社企业走出困境、谋发展既要靠政府、行业主管部门政策扶持,也需要通过自身努力克服时艰。

专家解读

# 运用法治思维法治方式构建周密信用监管体系

□ 王伟

近日,文化和旅游部印发《文化和旅游市场信用管理规定》(以下简称《规定》),《规定》为文化和旅游市场信用监管构建了较为系统的法治框架,提供了科学有效的法治方案,将进一步提升文化和旅游市场信用管理的法治化水平。《规定》主要有以下特点:

一是完善信用立法,实现良法善治。本次出台的信用管理新规,按照党中央、国务院关于信用监管的新部署、新要求,遵循法治逻辑,整合了原有的信用管理制度,在文化和旅游市场信用监管领域形成了较为完备的法制体系。作为文化和旅游部制定的一部重要部门规章,《规定》有效衔接了旅游法、未成年人保护法、《营业性演出管理条例》《娱乐场所管理条例》等法律法规,涵盖面较为广泛。相关法律规定顺应了文化和旅游市场的发展要求,为文化和旅游市场信用监管提供了较为充分的法律依据,为确保信用监管活动有序进行、保障信用主体合法权益、提升监管效能和实现良法善治奠定了坚实的法治基础。

二是遵循法治原则,强化法治引领。《规定》第二条确立了文化和旅游主管部门实施信用管理需要遵循的基本原则。这些法治原则体现了整个《规定》的指导思想、制定思路和价值追求,既是对近年来我国信用法治经验的提炼和总结,也是文化和旅游市场开展信用监管的基本法治遵循。其中,依法行政原则强调文化和旅游主管部门作为行政主体应当做到法定职责必须为、法无授权不可为,严格按照法律规定实施信用监管;合理关联原则要求对市场主体和从业人员的失信惩戒要与其失信行为具有相当程度的关联性,避免行为与后果之间,以及措施与目的之间的不当联结;保护权益原则主要强调保护市场主体及从业人员的合法权益;审慎适度原则强调政府部门要审慎合理地行使监管权力。

由此,四项法治原则以依法行政原则为先导,其他各项法治原则相协同,有助于规范监管权力的行使,维护市场主体及社会利益,促进公权力与私权利之间的平衡。

三是遵循信用逻辑,夯实法治基础。当前,我国正着力打造以信用监管为基础的新型监管机制,其核心机制包括信用信息机制、失信惩戒机制、守信激励机制、信用修复机制、信用服务机制和信用承诺机制等。《规定》遵循了信用制度的运行逻辑,对文化和旅游市场信用信息的采集归集、失信主体的认定及管理、信用信息的公开和共享、信用修复、信用评价与信用承诺等内容进行了体系化构建,全面衔接了信用监管的各个重要环节,有利于实

现全生命周期以及全过程的信用监管,为文化和旅游市场主体诚信参与市场活动提供了法治指引。

在信用信息的采集归集方面,《规定》通过四个条文规定了文化和旅游市场主体和从业人员的信用信息记录工作主管部门、信用信息的具体范围、信用信息的采集主体以及信用信息的归集路径等内容。在失信主体的认定和管理方面,基于失信行为与惩戒力度相适应的考量,《规定》区分了严重失信主体和轻微失信主体,分别规定了这两类失信主体的认定标准、认定程序和管理措施。在信用信息公开和共享方面,《规定》主要确立了合法、必要、安全的基本原则,规定失信主体信息公开应坚持“谁认定、谁公开”,并建立了信用信息跨部门共享制度,要求实施信用信息联合奖惩,同时也确立了信用主体对自身信用信息的查询和更正机制。在信用修复方面,为鼓励失信主体主动修复,《规定》区分了主动修复和依申请修复两种情形,并分别明确了两种情形的适用条件和程序,同时规定不予修复的情形。此外,《规定》还确定了信用评价的主管部门、实施主体以及结果应用规则,并规范了信用承诺的应用,明确了不适用信用承诺的情形。据此,《规定》有效满足了文化和旅游市场信用监管实践的需要,夯实了信用监管的法治基础。

四是统筹两大市场,实现规则整合。《规定》依据文化和旅游部门的职能定位,全面整合了文化和旅游市场的信用监管机制,实现了对文化和旅游市场领域信用管理的整体立法调整。

其中,对失信主体的认定和管理关乎信用主体的切身利益,始终是信用监管工作的重要环节。根据信用主体所在市场领域的不同,《规定》分别制定了针对性、专门化的严重失信主体认定标准以及相应的管理措施。例如,对文化市场主体及从业人员,根据其市场经营活动的具体内容以及信用管理需要,将提供法律、行政法规和规章禁止内容并造成严重后果等情形规定为文化市场严重失信主体认定标准。而针对旅游市场主体及从业人员,则将发生重大安全事故并属于旅游市场主体主要责任等情形规定为旅游市场严重失信主体认定标准。

总体来看,《规定》按照党中央、国务院关于全面依法治国的新要求、新部署,遵循信用监管的法治逻辑,注重运用法治思维和法治方式,整合统筹文化和旅游两个市场的信用管理规则,形成了科学周密的信用监管规则体系,必将进一步提升文化和旅游市场信用管理的法治化水平,推动文化和旅游市场高质量发展。

作者为中央党校(国家行政学院)政法部民营经济室主任、教授

# 合力推动烈士纪念设施保护利用

通过开展红色旅游等各种活动,宣扬英烈丰功伟绩、开展革命历史和光荣传统教育,将烈士纪念设施所承载的丰厚革命精神和文化底蕴充分彰显

□ 胡蔚

退役军人事务部、中央宣传部、中央党史和文献研究院、民政部、文化和旅游部、国家文物局、最高人民法院、中央军委政治工作部等八部门近日联合印发《关于进一步加强烈士纪念设施规范管理的意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出,要规范烈士纪念设施规划建设,优化特定主题烈士纪念设施整体功能,打造烈士纪念设施精品展陈,关心关爱烈士遗属。

一寸山河一寸血,一杯热土一杯魂。回望过去的烽火岁月,无数英烈

前仆后继,为争取民族独立、实现国家富强、促进世界和平而英勇献身,他们以鲜血浇灌理想,用生命捍卫信仰,构筑起不朽的精神丰碑。目前,我国共有100多万处烈士纪念设施,其中国家级烈士纪念设施277处。这些烈士纪念设施是矗立在中华民族历史上的一座座精神高地,也是弘扬英烈精神、赓续红色血脉的红色阵地。保护好、管理好、运用好烈士纪念设施,才能更好激励当代人沿着革命前辈的足迹继续前行,勠力同心实现中华民族伟大复兴中国梦。

保护好烈士纪念设施,是我们不

可推卸的历史责任。党和政府一直以来高度重视烈士纪念设施的保护与管理,2013年出台的《烈士纪念设施保护管理办法》,对烈士纪念设施的保护管理工作作出明确规定。近年来,《烈士纪念设施规划建设修缮管理维护总体工作方案》《全国县级以上英雄烈士纪念设施修缮工程实施方案》等相继出台,烈士纪念设施保护管理制度体系不断完善。此次《意见》的印发,将进一步推动形成烈士纪念设施保护管理的合力。

保护烈士纪念设施不仅是为了缅怀过去,更是为了激励未来。英雄是

民族最闪亮的坐标,我们要运用好烈士纪念设施,通过开展纪念活动、瞻仰祭扫、红色旅游等,宣扬英烈丰功伟绩、开展革命历史和光荣传统教育,让一代又一代中华儿女接受爱国主义熏陶,使革命烈士精神焕发出巨大的凝聚力和感召力,激励后人继续英勇前行。

“英雄者,国之干。”对于一个民族、一个国家而言,英雄是其历史的重要体现,是民族精神的重要来源,是弥足珍贵的精神财富。无数革命烈士为党、国家和人民作出了巨大奉献和牺牲,我们任何时候都应该铭记他们的功绩。

在保护、管理和运用烈士纪念设施过程中,要大力弘扬烈士精神,传承气节血脉,用烈士的精神品质引领社会价值取向,以史为鉴、开创未来,创造出无愧于先烈的时代伟业,用幸福美好的复兴图景告慰先烈在天之灵。

## 亵渎英烈精神 必须付出代价

据报道,近日,新疆维吾尔自治区皮山县人民检察院提起公诉的李奇贤涉嫌侵害英雄烈士名誉、荣誉案依法公开开庭审理,皮山县人民法院作出一审判决,认定被告人李奇贤犯侵害英雄烈士名誉、荣誉罪,判处有期徒刑七个月。网络空间不是法外之地,利用网络侵害英雄烈士名誉、荣誉,社会危害性更大。无论“大V”“小V”,无论以何种方式,侮辱和诽谤英雄烈士、亵渎英烈精神必定付出应有代价,非此不足以弘扬正气、告慰英烈。

人民视觉 供图



# 景区现“丁义珍式”购票窗口需反思

□ 徐刚

电视剧《人民的名义》中由丁义珍设计的信访局窗口低矮、没有椅子,群众只能弯腰低头说话,该剧播出后,一度引发热议,被舆论称为“丁义珍式窗口”。

近日,有贵州黔东南的网民反映,麻江夏同酥状元故里景区现“丁义珍式”购票窗口,并提供了一名游客在该景区蹲下购票的照片。从照片上看,此窗口前有三级台阶,游客想要询问、购票,就必须靠近窗口蹲下。“丁义珍式窗口”因为低矮、不方便

群众办事而饱受诟病,现在已经不多见了。饶有意味的是,这家景区的售票窗口今年10月1日才投入使用。

“走一回状元府,沾一沾状元光。”这是麻江夏同酥状元故里景区的宣传口号。对于一家正创建国家4A级旅游景区的单位而言,出现“丁义珍式窗口”实在是不应该。按照《旅游景区质量等级的划分与评定》,游客中心应该位置合理、规模适度、设施齐全、功能完善;咨询服务人员齐全、业务熟练、服务热情;游客抽样调查满意度要符合标准要求。很显然,景区出现“丁义珍式窗口”不符合游客中

心的设置标准。

针对出现的问题,麻江县文化和旅游局要求夏同酥状元故里景区运营公司对售票窗口进行优化,并设置了室内售票处。这种知错就改的态度值得赞赏,但也应该看到,这种“丁义珍式”售票窗口的出现并不单是设计不规范问题,景区在服务理念和服务水平上同样需要反思。

每一个“丁义珍式”窗口的出现,其实都非偶然。从某种意义上讲,正是因为服务意识淡薄导致了这种低级错误的出现。这也从一个侧面说明,当前少数景区服务观念依然有待提

升。“丁义珍式”购票窗口被曝光,是游客监督的结果,背后隐含着游客对景区服务的不满。

如今,旅游休闲已经成为国人重要的生活方式,旅游业也成为不少地方重要的经济支柱。发展旅游离不开游客,离不开高质量的服务。一个景区服务的好坏,游客感受最直接,也最有发言权。细节决定成败,游客一进门就碰上“丁义珍式”购票窗口,坏的心情瞬间被毁,恐怕谁也不愿再回来。

景区出现“丁义珍式”购票窗口,可以说这是旅游服务的反面教材。透过这个购票窗口,不仅让人们看到景区在规划设计方面没有做到以人为本,在服务意识上也需要不断强化。

来论

# 一首好歌可以让人爱上一座城

那些与城市深厚文化底蕴相关的歌曲可以影响人们对一个城市的印象,引发人们对这座城市的关注

□ 贾师尧

近日,一首名叫《漠河舞厅》的歌曲走红网络。《漠河舞厅》旋律悠扬复古,歌词文艺浪漫,让人们仿佛置身于20世纪80年代那个大雪纷飞的北方小城——漠河。

《漠河舞厅》讲述了一个凄美的爱情故事。一位名叫张德全(化名)的老人,妻子在1987年的举国震惊的“五·六”漠河特大火灾中遇难,妻子生前喜欢跳舞,两人经常在如今漠河舞厅旁边的旧仓库中练习舞蹈。此后34年,张德全未再婚,他用漠河舞厅独舞的方式纪念亡妻。

到底是什么原因让这首一年前的歌曲在网络上走红呢?笔者认为,情怀是其中不可或缺的重要因素之一,是歌曲背后的浪漫故事引起了网友们的强烈共鸣。歌词中“极光出现的村落”是指国内唯一能见到极光的漠河,“深夜放烟火”则暗示着当年的大火,映射着老人的过去,漠河的未来。当一首歌、一座城市被赋予了浪漫的背

景故事,就能够打动人们的心。

近几年,一首歌曲的爆红使大众对一座城市产生浓厚兴趣并带动当地经济发展的例子不胜枚举。赵雷的一首《成都》使网友和游客们纷纷找到成都小酒馆拍照打卡;郁云的《去大理》让人们们对大理古城产生无限向往。

那些与城市深厚文化底蕴相关的歌曲可以影响人们对一个城市的印象,引发人们对这座城市的关注,或许有一天会造访这座城市。

这样的发展机遇更多来自政府对音乐文化的重视。“音乐+城市”不仅能给音乐人获得一定的收入与关注,从而激发他们的创作动力,而且可以提升城市内涵与知名度。

打造城市自身“文化名片”,并快速“链接”年轻群体,能够拉动城市新型经济,让城市充满活力。通过多方面资源整合,将音乐文化以创新的形式消化并输出,可以让人们因为一首歌爱上了一座城,让音乐成为城市永葆活力、持续发展的新引擎。