新疆克拉玛依为群众办实事——

实施“先行赔付” 让游客更满意

□ 王思超

“之前预订了景区新推出的体验产品，但后来对接过程中时间出现了偏差。于是我就试着投诉了，没想到3天后真收到了景区的加倍赔偿款。”这是游客辛女士近日投诉克拉玛依某景区违约后得到的处理结果，她对此表示满意。

游客投诉能够得到快速处理，得益于克拉玛依市结合开展“我为群众办实事”实践活动，于10月出台的《克拉玛依市涉旅投诉先行赔付快速处理实施办法》（以下简称《办法》），为游客营造舒心、文明、有序、安全的旅游消费环境。

设立基金

《办法》为快速及时解决纠纷提供了保障。“旅游纠纷事情可以很小，也可以很大，如果不及时处理，会让游客带着情绪，对景区甚至该地区留下不好的印象。”克拉玛依市文化体育广播电视和旅游局负责人表示。

克拉玛依市文化旅游发展工作委员会设立旅游诚信基金100万元，用于跨区域或跨地州旅游投诉的先行赔付。《办法》主要适用于克拉玛依市各旅行社、景区、星级酒店等涉旅企业。

据了解，《办法》对适用纠纷行为、办理程序、办理时限、办理主体、投诉转处罚案件的界定、责任追究等作出明确规定，确保实用性、时效性和可操作性。《办法》还确定了“属地为主”原则，各区也分别启动了涉旅投诉先行赔付程序，并设立诚信基金，用于辖区内投诉赔付处理。

与此同时，市、区两级均成立涉旅投诉先行赔付审核领导小组，组长由分管旅游工作的副市长、副区长担任，成员单位包括文体旅游、司法、交通、财政、公安、应急管理、市场监管、城市管理、卫健委和专业法律机构，负责对旅游服务质量先行赔付案件、资金进行审核。

高效处理

“没想到投诉当天就解决了我的问题，前后处理很快，临走前就赔偿了住宿费，这么高的效率还是第一次碰到。”近日，游客史女士入住克拉玛依区一家酒店时，因为房间调换问题投诉，对相关部门给予的快速处理，她表示满意。据了解，克拉玛依区文化体育广播电视和旅游局接到史女士的投诉后，立即派人前往酒店处理。经过调查，酒店工作人员确实存在服务滞后、在房间出现问题后没有及时更换房间的问题，导致史女士未能休息好，适用先行赔付快速处理。

执法人员当即责令酒店先行赔付史女士住宿费用，现场对酒店负责人、工作人员的服务态度问题进行批评教育，并要求酒店负责人向投诉人道歉并争取谅解。

针对相对复杂的影响较大或者涉及资金较大的重大服务质量投诉先行赔付时，则需要相关部门、鉴定评估专业机构参加处置、赔偿、审核工作，并委托专业法律机构，对使用旅游诚信基金先行赔付且逾期未还的进行追偿。《办法》对适用纠纷行为、办理程序、办理时限、办理主体、投诉转处罚案件的界定、责任追究等作出明确规定，确保《办法》的实用性、时效性和可操作性。

上下联动

据了解，截至目前，克拉玛依市黑油山景区、世界魔鬼城景区、独山子大峡谷景区、独库公路博物馆等重点景区（点）均制定了旅游先行赔付制度。其中，世界魔鬼城景区根据景区内业态多、商户多、游客多的实际情况，结合商户诚信经营承诺、考核激励机制等，出台了景区、商户共同推进的《世界魔鬼城景区先行赔付制度》。景区商户根据经营风险等级统一缴纳保证金，出现商户与游客纠纷，商户拒不赔偿的，由景区使用保证金先行赔付，再向责任商户进行追偿，责任商户补齐保证金后方可继续营业。另外，游客在景区游览过程中，财物有损失并造成人身轻微伤害，启动企保联动机制，由企业联动保险公司共同赔偿。

前不久，游客周先生在克拉玛依市一景区乘坐小火车，下车时不慎摔倒，造成右手胳膊轻微划伤，手上佩戴的苹果手表表面划伤。景区当即协调车辆送周先生至医院检查，并先行支付全部检查费用，确认游客无碍后，根据游客购买手表时的价格由区间车公司进行全额赔偿。游客对处理结果表示满意。此后，区间车公司再报保险公司进行追偿。

克拉玛依市文化体育广播电视和旅游局负责人表示，为了让游客满意，同时让“我为群众做实事”落到实处，全市全行业实行上下联动，共同推进先行赔付快速处理。该局鼓励重点景区、文旅企业制定内部先行赔付制度，努力让克拉玛依市旅游高质量发展真正体现在游客满意上。

“先行赔付” 诚信为本

□ 曹燕

在当下各种消费场景中，人们经常可以看到“7天无理由退货”“质量问题先行赔付”等内容宣传。建立涉旅投诉先行赔付制度，目前已经在全国多个省市展开。

2018年冬季，黑龙江省针对“雪乡宰客”等市场出现的各类旅游纠纷问题，在全省推广旅游诚信基金机制，逐步实现涉旅投诉先行赔付制度全覆盖，对旅游行业产生较大影响。“先行赔付”，为消费者提供快捷的维权通道，为旅游企业构建诚信的制度体系。

目前多地都在积极设立旅游诚信基金，实行专款专用，依据有关规定接受多部门监督，对符合规定的旅游服务质量投诉赔偿实施先行赔付。还有一些地方在机场、火车站等游客密集场所设置先行赔付标识，扩大宣传。在引导游客通过正常维权渠道保护自身权益的基础上，进一步优化旅游诚信基金管理、使用、追偿等各项流程，并完善与“12345”市长热线的联动机制，以确保能够做到快速、高效处理涉旅投诉事件，为游客切实营造安全放心的旅游消费环境。这些做法都值得点赞。

在具体实践中，“先行赔付”还需进一步完善操作细节。目前各地政府主管部门大多在试行涉旅投诉先行赔付快速处理办法，对“先行赔付”做了原则性规定，但缺乏法律层面的规定，且无体系化的制度设计与实际操作细则，制度的适用范围、适用主体、义务性质等均不明确。

由于目前相关法律规定未对先行赔付制度出台配套的激励制度，导致有能力进行先行赔付的主体缺乏足够动力。另外，从现实层面来看，如何将先行赔付人、游客、其他责任主体之间的利益进行合理平衡，是推行旅游先行赔付制度中必须面对和解决的问题。

制定“先行赔付”是件好事，但让消费者如何第一时间索赔及索赔具体流程，需要有详尽的操作规程，且需要广而告之。客观、严谨、准确的责任认定是获得“先行赔付”的前提，既要维护游客合法权益又不能纵容不良消费者，也不能让守法合规的旅游商户吃亏。

“先行赔付”从根本上说是要营造“诚信为本”的消费环境。做到消费环境舒心、消费质量放心、消费价格诚心、消费服务贴心、消费维权省心。

百色田州古城：弘扬壮乡文化 助民增收致富

□ 孟萍 潘淑婷

日前，广西壮族自治区文化和旅游厅公布2021年“广西旅游休闲街区”名单，百色田州古城入选其中。这个占地1500亩，集商业、居住和文化旅游于一体的文旅综合体自2014年11月开街以来，不断挖掘壮族文化内涵，举办节庆活动，丰富和完善经营业态，使周边民众从文旅融合发展中得到真正的实惠。

百色市田阳区自古流传着壮族始祖布洛陀的传说，境内的敢壮山壮族布洛陀文化遗址景区，是广西最大、最早的歌圩所在地，壮民族始祖布洛陀文化的发祥地和祭祀地。田州古城的开发建设以此为根基。

近年来，田州古城深度挖掘田阳当地“布洛陀文化、土司文化、壮族歌圩文化、舞狮文化”四大文化内涵，建设了古风驿站大型民居客栈群、现代综合影视城、特色民族酒吧街、壮景民俗广场等，并通过“三月三”山歌大赛、牛王争霸大赛、田阳龙狮腰鼓表演等丰富的文化活动吸引人气，带动田阳乃至百色全域旅游的发展。

作为中国首个壮文化古城，田州古城是4A级旅游景区，被授予“美丽中国极受欢迎的旅游目的地”等称号，成为助推县域经济发展的新引擎。

据了解，田阳周边的乡镇的贫困户到古城就业或创业，景区都会提供相应的支持；有壮锦、绣球等民族工艺品的手艺人想到古城创业，古城还会为其提供创业基金。

2020年以来，田州古城接待游客270万人次，入驻景区经营商铺452家，景区内800多个工作岗位吸纳了建档立卡贫困人口就业，有效扩宽了贫困群众增收渠道，为百色革命老区人民脱贫和可持续发展找到一条路子。

田州古城还积极搭建文化交流平台，通过开展壮乡牛王争霸、娅王祭祀、布洛陀巡游、山歌比赛等一系列富有壮乡特色的文化旅游活动，扩大了田阳在桂西地区乃是全国的知名度和影响力。

近年来，田州古城接待了数百个旅游考察团队，成为央视《中国影像方志》和“三月三”主题歌曲《广西尼的呀》拍摄地和取景地，受到媒体广泛关注。负责古城建设和运营的广西汇通古镇文化旅游开发有限公司相关负责人表示，在保持4A级旅游景区风采的前提下，田州古城将不断向中国首席壮文化古城旅游景区、田阳城市商业文化中心迈进。

山西黄河壶口瀑布景区 供图

晋陕黄河壶口瀑布景区共创5A级

□ 王文华 白如冰

日前，山西、陕西两省黄河壶口瀑布景区会商确定，两景区统一门票价格为100元，统一名称为“黄河壶口瀑布旅游区”，统一地名格式为“中国·山西·吉县”或“中国·陕西·宜川”，统一LOGO、统一制作全景图和导览图等，同时两景区网站分别纳入两省的咨询、投诉、救援电话等等，共同推动跨省域同步创国家5A级旅游景区成功。

夯实创建基础

壶口瀑布地处晋陕大峡谷中段，滔滔黄河，奔流到此，河道急剧变窄，河水奔腾怒啸，跌进约30米落差的深潭中，形若巨壶沸腾，气势恢宏，每年吸引着大量中外游客前往游览。

2002年，山西省临汾市黄河壶口瀑布风景名胜区（以下简称“壶口景区”）被评为国家4A级旅游景区；2020年12月9日，壶口景区通过“国家5A级旅游景区景观质量评审”，正式被列入国家5A级旅游景区创建名单。

为加快推进壶口景区提质升级，吉县县委、县政府向全县人民发出了“共创5A”动员令。为此，吉县成立了由县委书记、县长任双组长，县政府各部门为成员的创建工作领导小组，研究解决创建和项目推进过程中出现的困难和问题，举全县之力推动创建工作。

“为保障保证施工质量和安全，景区于8月5日关闭，全力投入创建工作中。目前，游客中心和5座3A级旅游厕所升级改造、景区街道亮化以及周边彩钢屋顶处理工程已全部完工。”景区发展中心主任吴吉民介绍。

截至目前，生态停车场、安全疏散平台、核心景区环境整治工作已进入扫尾阶段，高速路口至克难坡的环境整治、景区智慧系统和导视系统的建设及人员培训等工作正在紧锣密鼓推进中……一个崭新的壶口瀑布景区即将呈现在游客面前。

共结秦晋之好

山西和陕西一衣带水，隔黄河相望，同为华夏文明的重要发祥地，黄河壶口瀑布是两省共同拥有的宝贵文化和旅游资源。黄河壶口瀑布不仅是自然奇观，更承载了中华民族百折不回、不屈不挠的精神。让壶口走向世界，让世界了解壶口，是黄河两岸人民的共同愿望。

早些年就有学者提出，壶口瀑布是一个整体景观，两岸各自经营，不利于景区发展。要实现转型跨越发展，就要冲破一切影响和制约发展的思想心结和体制障碍，创新机制，加强合作，实现共赢。

2020年7月19日，晋陕两省文化和旅游厅在山西临汾签订战略合作框架协议，拉开了黄河两岸“秦晋之好”旅游发展新篇章，共同传承黄河文化，讲好黄河故事。

今年以来，晋陕两省认真贯彻落实好黄河流域生态保护和高质量发展重大战略部署，抢抓国家战略机遇，在文化和旅游部的大力支持和两省各级党委政府的积极推动下，打破地域界限，携手共创国家5A级旅游景区，努力将壶口瀑布打造成牵引黄河流域生态保护和高质量发展的龙头景区。

推动高质量发展

为进一步加强两省共创5A级旅游景区的协同，8月10日，陕西、山西两省文化和旅游厅召开视频会议，就相关工作进行了对接。会上，山西省文化和旅游厅厅长王爱琴表示，两省应建立联动工作机制，打破地域局限，在景区规划、设施建设、标识标牌、宣传推广、门票销售等方面统一标准、同步推进。

陕西省文化和旅游厅党组书记、厅长高阳表示，两省同步共创国家5A级旅游景区这一具有开创性、示范性的合作模式，契合黄河流域生态保护和高质量发展国家战略。两省文旅系统及相关市县将最大限度释放联动、协同和聚合的效应，为同类型景区共建探索经验、作出示范。

据了解，晋陕两省还将进一步强化文化和旅游交流合作机制，联合打造晋陕精品旅游线路，构建线路互推、客源互送的有效渠道，策划开展“秦晋之好”系列主题活动等，推动跨省共创5A级旅游景区。

王爱琴还提议，要在晋陕两省合作的基础上建立晋陕豫联席会议机制，由三省轮流举办，周期固定为每年一次的联席会议，定期商讨三省文化旅游交流合作事宜，共同推进文化和旅游高质量发展。

用国际视野讲好佛山故事 发扬佛山文化

讲好中国故事、推进国际传播是展现美丽中国，提高国家文化软实力的重要途径。随着文旅融合纵深发展，通过文化旅游活动加快中华优秀文化“走出去”的步伐，让传统文化价值深度嵌入旅游活动成为广东佛山的工作着力点之一。作为国家历史文化名城，佛山凭借深厚的文化底蕴以及丰富的旅游资源创新激活内生动力，积极搭建对外文化旅游交流平台，以情景百态的文旅体验向世界勾勒出灵动而现代的“文化佛山”。

以旅为媒 拓宽世界“朋友圈”

10月26日，2021“遇见·非遗”佛山非物质文化遗产体验交流活动在新美陶启幕。数百件构思奇美、用色大胆、具有独特艺术效果的石湾陶艺，将佛山绚丽多彩的民俗风情和博大精深的传统文化一览无余地展现给多国驻穗领事官员及其家属。咏春、剪纸、陶艺等非遗项目体验更是打开了一扇扇通往佛山千年历史的文化之门，将佛山传统文化推向世界舞台。现场，嘉宾对佛山文化的热度高涨，拿起陶瓷、剪纸便爱不释手，丰富而深厚的民俗文化让他们连连赞叹。

文化是佛山走出去的优势，旅游则是文化的良好载体。近年来，佛山市着力扩大对外交流的“朋友圈”，灵活多样地开展对外文化旅游交流项目，推动佛山与13个国家的17个城市建立国际友好城市关系，以文化和旅游交汇融合所形成的力量架起对外交流的桥梁，提升城市文化软实力。

走进佛山，祖庙博物馆、南风古灶等文化旅游景区是“打卡”胜地，逢简水乡、松塘村等为代表的古村落是品“岭南味”的热门景点。在行通济、秋色欢乐节等传统民俗节庆中尽情狂欢，旅行结束带上陶瓷、香云纱等融汇匠人心血和智慧的旅游文创产品，是外国游客在佛山旅途中的亮点。近年来，随着佛山旅游产业不断迭代更新，丰富多样的旅游产品、独特的旅游体验吸引着越来越多外国游客走进这座历史文化名城看一看、探一探。

佛山市文化广电旅游体育局局长陈新文认为，“中国每一个地域的历史演变和时代发展都在演绎中国故事，如何转变话语体系用国际化表达方式把佛山故事讲好传好，文化旅游活动是一条好路径。”

讲好佛山故事，尤需具备“借船出海”思维。佛山加入亚太城市旅游振兴机构（TPO）推动佛山文旅走出去；建设世界功夫之城、世界美食之都等城市IP，擦亮文化名片；围绕“岭南味佛山品”积极打造城市品牌文旅体活动，举行香港·佛山节、佛山（禅城）陶艺·建陶设计周暨陶瓷艺术周、国际设计大会（IOD）等，向世界展示佛山故事，推进经济、创意等领域的“引进来”和“走出去”。

面对疫情冲击，对外文化和旅游交流合作面临巨大压力，佛山努力化空窗期为机遇期。除“遇见·非遗”——佛山传统文化体验等文化旅游活动以外，佛山市文化广电旅游体育局坚持对外推广与引入交流，如参加第八届澳门国际旅游（产业）博览会，接待各国驻广州总领事馆来访等，对外文化旅游交流与合作呈现了形式多样、稳定有序的发展态势。

紧握时代脉搏 讲好佛山故事

建立对外文化旅游交流体系，一方面离不开作为故事来源的佛山文化，另一方面也离不开传播基础。

自2018年起，佛山先后建设“发现佛山”脸谱、推特和照片墙专页。为贴合海外用户语言风俗习惯，佛山引入外籍专家设计制作英文视频、海报、图片，用可亲、可近的方式将佛山文化生动呈现。

疫情防控期间，佛山蓄力谋发展，通过文化旅游活动直播与图文并茂的旅游攻略，展现佛山的青山绿水古村落，突显镬耳屋、砖雕等传统元素与现代都市高楼融合交汇的城市面貌，并紧跟佛山在体育、生态人文等方面的热点资讯，对“功夫电影周”“秋色巡游”“佛山年味”等热点话题进行系列宣传，让海外网友沉浸式“云”体验魅力佛山，实现岭南文化传播地域的扩展。

如今，佛山不仅有蜚声国际的李小龙、黄飞鸿，“行通济”“秋色巡游”等传统特色文化也成了佛山的名片，“世界功夫之城”“粤菜粤厨名城”等城市形象也随之深入人心。截至目前，“发现佛山”脸谱专页粉丝数超41.5万，覆盖人数超2780.76万；推特专页的粉丝数达1.69万，页面阅读量超1492.63万。

佛山市文化广电旅游体育局相关负责人表示，经过两年多的经营，佛山的海外社交媒体平台已经汇聚了一群“佛山粉”。许多外国人在页面上表达对佛山武术、龙舟文化的向往，海外华侨也表示要回佛山开启寻根之旅。这为佛山旅游产业后续发展积攒一定的力量。

目前，佛山各大海外媒体平台已吸引了中国驻日本、土耳其、巴基斯坦等使领馆和荷兰、坦桑尼亚等驻华使领馆以及数家国际机构的关注。其中，荷兰驻广州总领事发布推文推介佛山的功夫和陶艺，表达与佛山开展文化合作的期待，并@了“发现佛山”页面。韩国安东市的官方旅游网站也刊载了佛山旅游宣传信息。

在《2020中国百强城市海外传播影响力指数报告》中，佛山市位列中国百强城市海外传播影响力第二梯队前列，以多元立体化海外传播体系扩大佛山文化、旅游、体育国际知名度和美誉度。

谋新局 打造岭南文化会客厅

在香港市中心，印有佛山旅游元素彩绘的巴士穿行在大街小巷。巴士车身以“岭南味 佛山品”为主题，佛山功夫、醒狮、双皮奶等文化符号格外醒目，吸引香港市民和访港游客来佛山赏岭南风情、品佛山美食。

为持续擦亮佛山城市形象与助力文化和旅游市场复苏，佛山持续推进港澳台入境旅游市场宣传工作，实现资源共享、合作共赢。在粤港澳大湾区旅游合作的新格局下，三地携手参加各大国际旅游展会，加强互相推介、客源互送；根据各地的差异化旅游资源，推出体现佛山独特魅力的“一程多站”精品旅游线路，打造大湾区世界级旅游目的地和游客集散地，不断提高佛山旅游的品牌知名度。

此外，佛山着力推动大湾区非遗项目合作，开展广东（佛山）非遗周暨佛山秋色民俗文化活动，并有意将之拓展成“粤港澳大湾区非遗周”，打造佛山和港澳地区文化交流甚至辐射全国的非遗展示交流平台。同时，组织开展粤港澳青年文化交流采风活动，加深其对佛山经济社会发展、优秀传统文化的了解。

在提高国际传播力方面，佛山致力将国际文化“请进来”，让人们感受中外文化的不同魅力，打造求同存异、活力开放的岭南文化会客厅。2020年，由葡萄牙驻广州总领事馆主办的“此情·瓷情”葡萄牙陶瓷展在佛山新石湾美术馆举办，展出了葡萄牙民众家里常见的陶瓷制品。两个相隔万里的地方因陶艺相遇，并在文化交流中碰撞出别样火花。陶瓷展不仅吸引了商会代表、外国友人等，德国、土耳其等国驻广州领事馆总领事也前来参观。葡萄牙驻广州总领事安德烈·科尔代罗表示，希望将佛山的功夫文化、陶瓷文化也传播到葡萄牙，让更多人认识佛山、了解佛山。

今年，佛山跻身2024“东亚文化之都”候选城市，凭借千年岭南文化的独特魅力、改革开放创新的澎湃动力、全域文旅融合的巨大潜力脱颖而出。陈新文表示，依托东亚文化之都的创建，佛山将不断拓展对外文化旅游交流广度和深度，在对话和交流中让源远流长的佛山文化焕发出新光彩，提高佛山城市影响力。

（张宝桁）