专家解读

夯实文化和旅游市场信用经济发展制度基础

□ 吴晶妹

近日，文化和旅游部印发了《文化和旅游市场信用管理规定》（以下简称《规定》），这是我国首部关于文化和旅游市场信用管理的专项部门规章，为文化和旅游市场信用监管机制的完善和信用经济的规范发展提供了制度保障，有利于保护各类市场主体、从业人员和消费者的合法权益，维护市场秩序与消费环境。早前，文化和旅游部办公厅印发了《关于开展文化和旅游市场信用经济发展试点工作的通知》，要求发展一批信用经济示范点，不断拓展信用在文化和旅游市场监管中的应用场景，发挥信用在市场经济发展中的价值与作用。从促进文化和旅游市场信用经济发展的角度，《规定》有以下几个方面值得关注：

第一，明确信用资本参与文化和旅游市场资源配置的基本规则。

我们认为，信用是获得信任的资本，信用经济是信用资本全面参与资源配置的经济运行状态。在现代化经济体系中，资本构成不仅有实物资本，还有非实物资本，比如知识、信用等。以信用资本配置资源是一种制度创新，可以有效解决以实物资本配置资源的传统机制导致的资源分配不公、贫富两极分化等问题，给缺乏实物资本但拥有信用的主体以公平发展的机会。在信用经济条件下，市场主体可以凭借自身积累的信用资本参与融资、生产、销售等经济活动，获得公平参与市场竞争的权利和平等发展的机会，并取得相应的经济利润。

与实物资本一样，信用资本参与资源配置也需要有明确的规则，根据这个主体的信用资本价值量来判断为其配置多少资源，如果这个主体的信用资本很少，那可能就不会把稀缺资源配置给这个主体。我们现在还处于信用经济发展的初期阶段，信用资本的定价机制尚未建立，但也应该有基本的规则，如以什么为依据来判断一个主体的信用资本价值、对不同价值水平的主体在资源配置上有什么差异等。《规定》以部门规章的形式将信用资本参与文化和旅游市场资源配置的基本规则进行明确，为政府配置资源提供依据，为市场配置资源提供参考，是文化和旅游市场信用经济规范发展的重要制度基础。

《规定》在第二章明确了对文化和旅游市场主体和从业人员的哪些信用信息进行采集和归集。这些信息是监管部门用于判断信用资本价值水平的依据。监管部门基于信用评价进行分析判断，并依据评价结果优化评优评先、人员招聘、试点示范等方面的资源配置，这在《规定》的第七章第二十九条和第三十条有所体现。《规定》在第三章明确了文化和旅游市场失信主体的认定标准和程序，在第四章明确了对守信情况良好的主体、严重失信主体、轻微失信主体分别采取哪些管理措施，这为信用资本价值判断标准和资源配置标准的建立提供了基础。

第二，构建文化和旅游市场公共信用服务体系。

信用经济的高质量发展需要有效市场和有为政府更好结合，需要市场信用服务体系和公共信用服务体系共同支撑，二者的协同联动将使得信用经济的运行更加公平高效，有利于释放市场主体的信用资本价值，提升信用经济活跃度。其中公共信用服务体系的构建由政府来主导，政府部门或相关事业单位等以公共服务的形式为市场主体提供公益、普惠、优质的信用服务，要能够满足市场主体对信用服务的最基本需求。

市场主体对信用服务的最基本需求主要包括：了解自身的信用状况，改善或提升自身的信用状况，了解交易对手、合作伙伴的基本信用状况，知道哪些主体信用很差要“避雷”。相应地，公共信用服务体系的内容至少要包括信用信息查询、失信主体认定、信用修复、信用培训和宣传等。更高层次的公共信用服务体系还应该包括为信用好的主体提供公共资源对接与撮合服务，为信用欠佳的主体提供失信预警和专项辅导等服务。这些公共信用服务可以由政府直接提供，也可以由政府以购买服务等方式委托市场信用服务机构提供。

《规定》很好地体现了“管服”结合，在对文化和旅游市场主体和从业人员加强信用监管的同时，也注重为其提供公共信用服务，例如第一章第四条明确，文化和旅游部信用管理职责包括开展诚信文化建设、指导组织信用培训和宣传等工作；第五章第二十五条明确，文化和旅游主管部门为公民、法人和其他组织查询与自身相关的信用信息提供便利；第六章第二十六条和第二十七条明确了失信主体信用修复的相关规定；第七章第三十一条明确了信用承诺在行政管理和政务服务中的应用。

第三，让文化和旅游市场信用交易更放心。

信用经济的主要特征是在经济运行中生产、分配、交换、消费等活动主要以信用交易方式进行，经济主体之间广泛形成债权债务关系。信用交易的范畴很广，包括信用融资、企业间赊销赊购、先享后付、免押金、预付消费等。“信任”是畅通市场循环的重要纽带，信用交易是建立在双方互信基础上的，而市场上互信关系的建立离不开政府层面提供的信用信息支持和信用管理制度保障。

文化和旅游市场最普遍的信用交易形式，笔者认为有两种，一种是商家对消费者授信，包括“先用后付”、“先游后付”、减免押金等；另一种是消费者对商家的授信，也就是预付消费，比如在刚刚过去的“双十一”，很多人囤了酒店套餐、景区年卡、旅行团代金券等，大家在没有确定旅游行程或住宿日期的情况下提前支付了全部或部分费用。预付式消费方式对于拉动消费增长、促进经济发展有着积极作用，尤其当前的文化和旅游市场受疫情影响较大，预付消费有利于缓解商家经济压力、提振行业信心。

《规定》对文化和旅游市场主体和从业人员信用信息采集与归集、失信主体认定及管理措施、信用信息公开和共享、信用评价等进行明确，基本建立起较为完善的信用管理机制，有利于增强消费者对商家的信任，使消费者更加放心地进行预付消费；也有利于增强金融机构对文化和旅游市场主体的信任，为其提供信用贷款等融资支持，助力文化和旅游市场复苏。

（作者单位：中国人民大学）

观察

以文旅消费助力夜间经济发展

□ 特约评论员 吴丽云

日前，文化和旅游部公布了第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区名单，开启了以文化和旅游消费助力夜间经济发展，充分释放国内消费需求的发展新时期。

文化和旅游消费是夜间消费的重要组成，也是大众消费潜力释放的重要领域。2019年，《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，首次提出要建设国家级夜间文旅消费集聚区。2021年，《“十四五”文化和旅游发展规划》明确提出要大力发展夜间经济，推进国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设。夜间文化和旅游消费集聚区建设，将国家战略和国家级规划转变为切实可行的工作手段，对于以文化和旅游消费促夜间经济发展给出了积极、清晰、具体的路径。

夜间文化和旅游消费集聚区建设，有助于构建起夜间消费高地，充分释放居民和游客的文化和旅游消费需求，带动各地夜间经济发展。夜间文化和旅游消费集聚区是多业态集聚地，可以很好地满足居民和游客在一定空间范围内的多样化消费需求，最大限度激发消费潜力。

夜间文化和旅游消费集聚区建设，有助于以业态集聚构建起夜经济产业集群，实现产业链的整合优化，提升经济竞争力。夜间文化和旅游消费集聚区集聚了餐饮、游览、购物、文化、娱乐等业态，各业态之间互为支撑、互送客源，最大限度发挥各企业间的协同效应，并以产业集群形式带动产业链前后端企业发展。

夜间文化和旅游消费集聚区建设，有助于构建起文化和旅游消费的创意新区，进一步激发文化和旅游产业发展活力。《文化和旅游部办公厅关于开展第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设工作的通知》（以下简称《通知》）提出，夜间文化和旅游消费集聚区建设中，夜间营业的文化类商户数量或营业面积占比不低于40%，夜间营业的文化娱乐设施项目数量或游览面积不低于40%。这一要求凸显了文化消费在集聚区建设中的重要地位，以文化为底色，融创意创新为一体的文化消费产品、场景和服务，应成为文化和旅游消费集聚区建设的突出特色。

夜间文化和旅游消费集聚区建设，在《通知》的要求之上，还应重点关注以下四大内容体系的打造：

一是以品牌产品为核心的夜文旅产品体系。夜间文化和旅游消费集聚区建设，需要打造以品牌产品为引领的夜文旅产品体系，形成本消费集聚区与其他消费集聚区的突出区别。各地夜间经济发展中，逐渐集聚以品牌企业、品牌门店、品牌产品、品牌活动为主体的夜文旅供给体系，发展夜游项目、旅游演艺、夜市街区、夜间节事等四类夜间文化和旅游业态，形成了各具特色的夜经济品牌项目，如北京的北京坊、上海的南京路、重庆的洪崖洞、成都的宽窄巷子、长沙的文和友等，以及一系列夜游产品，如秦淮河夜游、瓯江夜游、大唐不夜城、锦江夜游等。日益丰富的夜文旅产品体系是各地打造夜间文化和旅游消费集聚区的基础，也是各地构建本地独特夜消费吸引力的核心。

二是以多元业态为主体的夜经济产业体系。夜间文化和旅游消费集聚区建设，需要构建多业态组合的产业集群，在满足市民、游客丰富多样的夜消费需求的同时，也依托夜间消费的力量带动关联产业的发展，为地方经济发展赋能。夜间是消费者抛开繁琐工作、放松身心的时间，夜间业态的成熟度和各业态间的匹配度对于夜间消费的激发起着重要的作用。在各地的夜间经济发展中，以餐饮为特色的单一业态集聚最为普遍，如深圳的南门一坊美食街、杭州的河坊街、西安的回民街等，都以最为高频的餐饮需求为目标形成产业集聚，是夜经济发展的常见形态。但更为普遍的是，囊括了餐饮、购物、文化演出、娱乐、商业等综合业态的夜经济集聚区，可以为游客提供更加丰富、多元的夜生活体验，综合性业态的集聚区也因此更受追捧。北京五棵松华熙Live作为首批“夜京城”地标之一，集聚了“商旅文体娱”五大业态，为消费者提供了丰富多彩的夜间消费活动，也因此成为近年来北京快速崛起的夜生活消费区。

三是以本地文化为底蕴的夜生活体验体系。夜间文化和旅游消费集聚区的打造，需要充分挖掘本地文化，构建起以文化为特色的夜生活体验体系。游客在目的地的活动正越来越从单一的景区参观转向深度生活体验。游客对目的地文化的感知、目的地生活方式的体验，是游客与目的地建立起情感纽带的关键。无论是品尝当地特色美食，观看当地特色演出，了解当地特色民俗、建筑、街道、生活方式等，还是购买当地特产，有文化底蕴的产品和服务才是当地有别于他地夜生活的最大特色。而夜间博物馆、美术馆、图书馆、景区开放时间延长，又为游客体验当地文化提供了更加丰富的场景。

四是以公共配套为基础的夜城市支撑体系。夜间文化和旅游消费集聚区建设，离不开城市公共服务和基础设施配套体系的支持。夜经济的发展，既需要城市灯光照明设施、夜间公共交通和停车场等城市基础性工程的完善，也需要24小时便利店、24小时药店、24小时书店等夜生活服务设施的不断完善。城市公共配套设施的完善，为夜经济发展提供了必要支持。

提高风险防范意识 切勿前往禁入区域

近日，在河北省邯郸市峰峰矿区大社镇3号旅游公路附近，一名游客私自进入废弃的玻璃栈道游玩，因玻璃破碎从高空坠落，被下方约5米处的树枝挂住。幸运的是，救援人员随后赶到，利用绳索帮助该游客脱离险境。据了解，该玻璃栈道因年久失修已不再向游客开放，入口处还挂有“禁止入内”的警示牌。救援人员提醒游客，提高风险防范意识，不要冒险前往不具备开放条件的区域游玩。

任思潼 作

预约旅游助力建设“智慧泰山” 传统景区迎来线上化升级

从门可罗雀到限流迎客，旅游景区“走走停停”两年之久。泰山景区在利用线上门票预约措施，创下2021年五一游客接待量比疫情发生前2019年五一假期增长18%的新成绩之后，又在国庆假期迎来连续两天夜间门票约满的情况，为传统山岳景区在门票预约的突破方向上提供了启示。

当传统山岳景区遇上门票预约，如何实现新的突破？

泰山风景名胜区综合部副部长宋磊表示：“通过‘限量’标准，以及‘预约’的技术保障措施，最后达到‘错峰’游览结果，能带给游客更好的游览体验。”

85%线上购票 泰山的华丽转身

2021年，泰山门票预约探索进入收获期，在全部入园游客中，包括游客线上预约和现场扫码预约在内，泰山实现了85%以上的线上化占比，远高于景区线上化率平均水平。

从印象里的“传统山岳型景区”到现在的智慧化、数字化景区，泰山风景名胜区如同坐上了快车道。

宋磊介绍，泰山升级完成了景区的智慧票务系统，开通景区微信服务号及小程序OTA网络预约渠道，实现了景区四个时间段的网络预约和客流自动检测分析功能，系统也与文化和旅游部、省市文化和旅游管理部门实现了数据实时共享，景区内预约数据、入园数据和在园数据可实现实时上传。

早在去年9月，泰山就与美团携手深入开展景区智慧化建设和数字化营销。

在链接智慧化后，泰山景区从游客角度出发，聚焦游客游前游中过程的智慧化服务，最终实现了安全价值、体验价值、数据价值的全面提升。

预约实现的三大价值

第一，安全价值。对景区来说，节假日永远是挑战与机遇并存，在没有预约旅游前，景区就面临着节假日游客分布不均衡的问题，游客经常扎堆游览。比如在未实现预约制的2019年五一假期，泰山单日最高游客接待量7万人次，最低4万人次，之间差距达到3万，游客无序扎堆出游极易导致景区服务设施、产品供给跟不上，对游客来说游览体验不好，对景区来说管理压力、运营成本更陡然增加。

第二，体验价值。错峰游览除使游览过程更加有序外，从线上预约到刷脸扫码入园再到游览体验，节省了游客排队购票和入园等候时间。泰山景区约85%游客均是通过美团、景区微信官方服务号预约门票。泰山景区微信公众号上还有景区新发布的公告、电子导游、微信直播、AR讲解等导览服务，美团旗舰店则链接本地吃住行商圈资源，帮助游客实现一部手机游泰山。

第三，数据价值。实名制网络预约为景区的精准化营销和服务工作提供准确的数据支持。

宋磊介绍，每个节假日过后，泰山都会根据智慧旅游大数据出具相应的数据分析报告。实名制网络预约为景区的精准化营销和服务工作提供准确的数据支持。通过分析游客的客源地、年龄结构、性别占比等探照游客变化动态趋势，景区能够针对不同客源群体，推出各类定制化产品，提供专属营销产品和服务。

提质发展 泰山智慧旅游展望

数据显示，泰山已累计投资上亿元实施“智慧泰山”建设项目。项目以“大数据、云服务、智能化”为手段和目标，以智慧旅游体验为核心，整合提升智能化指挥调度、客流量智慧研判等系统功能，实现景区智能化保护、可视化管理和智慧化运营，加快推进泰山旅游由景点旅游向全域旅游转变、门票经济向产业经济转变、总量扩张向规模质量效益并重转变。

即使已经是传统景区中线上化预约佼佼者，泰山在个别时间节点在局部区域仍然会出现短时客流高峰情况。

对此，宋磊提出了限量预约旅游模式：“预约旅游习惯的养成需要旅游行业的全产业链共同参与，限量预约旅游模式将是行业发展长期趋势，这一趋势的逐步成熟将成为景区未来可持续发展的有力保障。”

未来，泰山将基于成熟的智慧旅游系统和景区预约系统开展预约量的实时监测和分析，逐步达到动态准确测算实际流量的目标，同时将相关结果反馈给景区各级领导、各级管理单位，为景区分流疏导工作提供坚强的保障。

鉴于风景区地貌、景点、路线的复杂性，即使游客总量在红线之下，局部小区域瞬时的客流聚集也可能带来一定安全隐患。景区将在重点游览区域采用智能卡口相机、客流量密度监测相机对景区内局部区域瞬时客流密度进行监测，实现客流时空分布的24小时动态监测，第一时间预测预警，保障旅游秩序和游客安全。

泰山还将发挥智慧景区管理调度体系应用效果，充分发挥智慧景区2000个点位视频监控平台、数字广播提醒、LED信息发布、应急指挥车现场指挥和客流量动态智能监测功能，通过动态监测、应急响应、联动指挥等措施，确保景区秩序平稳有序。

（张蔚然）