

● 聚焦国家文化公园建设

建好用好国家文化公园要在守正创新上下功夫

建好用好国家文化公园，必须坚持守正创新，从理论与实践层面辩证地处理好守正与创新的关系。守正是建好用好国家文化公园的根本，创新是建好用好国家文化公园的手段

□ 宁志中

党的二十大报告提出：“全面建设社会主义现代化国家，必须坚持中国特色社会主义文化发展道路，增强文化自信自强，强调‘加大文物和文化遗产保护力度，加强城乡建设中历史文化保护传承，建好用好国家文化公园。”

建设国家文化公园是以习近平同志为核心的党中央作出的重要决策部署，是推动新时代文化繁荣发展的重大工程。建好用好国家文化公园，必须坚持守正创新，从理论与实践层面辩证地处理好守正与创新的关系。

守正是建好用好国家文化公园的根本。国家文化公园建设要始终坚守中华文化立场，强化国家立心、为民族立魂的意识形态工作，贯彻总体国家安全观，将国家文化公园建设成为马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的新时代载体，体现中国人民的宇宙观、天下观、社会观、道德观，坚定历史自信、文化自信，铸牢中华民族共同体意识，引导人民不断坚定中国特色社会主义共同理想。

国家文化公园建设要广泛践行社会主义核心价值观，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，传承革命文化、发展先进文化，深化爱国主义教育、集体主义、社会主义教育，在全社会弘扬劳动精神、奋斗精神、奉

献精神、创造精神、勤俭节约精神，引导人民知史爱党、知史爱国，巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础，凝聚中华民族伟大复兴的磅礴力量。

国家文化公园建设要深入贯彻以人民为中心的发展思想。江山就是人民，人民就是江山，实现人民对美好生活的向往是国家文化公园建设的出发点和落脚点。坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，大力发展社会主义先进文化，发挥文物和文化资源的外溢辐射效应，促进人民精神文化生活更加丰富和人的全面发展。

创新是建好用好国家文化公园的手段。国家文化公园是全球首创的伟大实践，建好用好国家文化公园必须发扬“伟大实践、伟大创造”精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，创新建设保护理念与模式、体制与机制、形式与语言，不断探索和完善文化保护传承弘扬中国方案和中国经验。

一是创新发展理念。国家文化公园是全球首创的超大型文化保护利用工程，是紧跟时代步伐、顺应实践发展的重大探索。要从推动构建人类命运共同体，创造人类文明新形态的高度，坚持古为今用、推陈出新，通过整合具有突出意义、重要影响、重大主题的文物和文化资源，从管控保护、主题展示和文旅融合、传统利用等方

面，紧密衔接巩固脱贫攻坚成果、乡村振兴、生态文明建设等国家战略，不断探索跨区域、多功能、多层次协调推进的文化保护传承利用新理念、新思路、新办法。

二是创新建设机制。主体功能区、基础工程是国家文化公园建设的“四梁八柱”。建好用好国家文化公园必须完整、准确、全面贯彻新发展理念，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，实施重大文化产业项目带动战略、文化数字化战略，高标准建设主体功能区，高质量实施基础工程，推出更多增强人民精神力量的优秀作品，实现保护传承利用、文化教育、公共服务、旅游观光、休闲娱乐、科学研究等综合功能，进一步发挥国家文化公园在健全现代公共文化服务体系、现代文化产业体系和市场体系的引领作用。

三是创新利用模式。建设国家文化公园的根本任务是让文物说话、让历史说话、让文化说话，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，传承革命文化、类型特色、项目特色的利用机制，才能让今天的人们读懂历史文化、感受精神力量、增进国家民族感情，坚定历史自信、文化自信，才能充分彰显中华优秀

传统文化的持久影响力、革命文化的强大感召力、社会主义先进文化的强大生命力。

四是创新推进措施。国家文化公园空间宏大，涉及面广，必须坚持系统观念，构建中央统筹、省负总责、分级管理、分段负责的工作格局。建好用好国家文化公园，必须充分考虑地域广泛性和文化多样性、资源差异性，突出问题意识，破除制约性瓶颈和深层次矛盾，强化政策系统性、区域协调性和措施协同性，将国家文化公园建设融入法治建设、经济建设、社会发展和日常生活。要营造浓厚的舆论氛围，形成层级联动、部门协同、全社会参与的共建共享局面。

五是创新传播方式。国家文化公园是标识、展形象的重要载体，是加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音的重要平台。美丽中国不仅包括自然美、生态美，也包括文化美、生活美。建好用好国家文化公园必须加强传播主题创新凝练、传播内容创新集成、传播媒介创新整合、传播手段创新运用、传播语言创新表达，充分展现可信、可爱、可敬的中国形象，打造文化和旅游品牌，全面提升国际传播效能，推动中华文化更好走向世界，不断增强中华民族凝聚力和中华文化影响力。

（作者单位：中国科学院地理科学与资源研究所）

学习贯彻党的二十大精神·学思践悟

创新培养国际化冰雪旅游人才 助力吉林冰雪产业高质量发展

□ 李煜 李俊

冰雪产业是吉林省全面实施高质量发展战略、加快推动吉林全面振兴全方位振兴的重要支撑，是推进产业转型升级的新引擎。2021年，吉林省委、省政府印发《吉林省冰雪产业高质量发展规划（2021—2035年）》，明确冰雪产业发展的战略定位：中国寒地冰雪经济高质量发展示范区，“带动三亿人参与冰雪运动”重要承载区，世界知名的国际冰雪旅游胜地，中国冰雪文化品牌高地，冰雪装备技术研发和成果转化中心，冰雪配套服务业创新发展区，中国寒地特色产业集聚区。

党的二十大报告提出，“把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性。”冬奥冬奥的东风，开启全面建设冰雪强国新征程，是后冬奥时代冰雪经济发展的应有之义。吉林省将着力构建现代化冰雪经济体系，坚持供给侧结构性改革与需求侧拉动同步发力，打造以冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备制造为核心，冰雪科技、冰雪人才、冰雪商贸等相关产业门类为支撑的全产业链体系，全面加快冰雪市场培育。

为积极响应吉林省冰雪产业快速发展的需求，吉林外国语大学作为地方重点本科院校，长期以来始终坚持服务地方经济社会发展。2019年12月，在吉林省文化和旅游厅支持下，成立国际冰雪学院，并于2021年获批为吉林省首批示范现代产业学院。学院以助力吉林省冰雪旅游高质量发展为目标，发挥自身应用型人才培养优势和国际化办学特色，积极探索具有国际化视野的冰雪旅游人才培养模式，取得了初步成效。学院探索的“四对接、四共

建”冰雪旅游人才培养模式，入选中国高等教育学会“校企合作 双百计划”典型案例。“外语+专业”冰雪旅游人才创新培养模式入选中国旅游研究院“15+1”创新人才培养案例。

学院积极为吉林省建设世界级冰雪旅游目的地、打造世界冰雪经济新高地提供智力支持，大力整合国内外、省内外冰雪经济研究力量。2021年，国际冰雪学院成立国际冰雪研究院，积极开展国际冰雪学术交流，培养冰雪产业人才，服务吉林全面振兴、全方位振兴。依托吉林省人力资源和社会保障厅专业技术人员知识更新工程项目，学院连续5年承办了面向全国冰雪旅游人才高级研修班，累计培养冰雪旅游人才1000余人次。

2021年，在吉林省教育厅的推进下，吉林外国语大学牵头建立“高校冰雪现代产业学院协作体”，整合吉林省内11所冰雪人才培养高校、10家冰雪相关企业及14家科研单位，大力培育中国冰雪文化，把冰雪文化融入“冰雪丝路”建设之中，从服务“一带一路”建设的战略高度，构筑世界冰雪文化新高地，使冰雪文化成为传播中国声音、讲好中国故事、推进世界文明交流互鉴的新载体新纽带，推动吉林省冰雪产业高质量发展。

下一步，吉林外国语大学国际冰雪研究院将认真学习宣传贯彻党的二十大精神，加强冰雪旅游教学和科研工作，服务吉林省冰雪旅游人才培养，深入推进文化和旅游深度融合，厚植冰雪文化，坚持“立德树人”、关注学生个体发展，做好“中国冰雪文化的国际表达”。为吉林冰雪产业高质量发展作出贡献。

（作者单位：吉林外国语大学国际冰雪研究院）

坚持以文塑旅以旅彰文 探索文旅高质量融合发展路径

□ 宋玉军 王乃举

党的二十大报告提出，“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”党的十八大以来，安徽大力推动文化和旅游发展，取得了显著成效。面对疫情冲击，安徽必须从更高层次和更高层次推动文化和旅游深度融合，系统推进文旅高质量融合广度与深度。坚持“以文塑旅、以旅彰文”目标导向，明晰新时代背景下文化铸魂、文化赋能的内涵要义，不断探索文旅高质量融合发展的新路径。

一是提升文旅产品文化内涵。大力实施“文旅+”战略，拓展文旅与山水、河湖、草原、农业、工业、科技、体育、健康、养生等领域融合，深度融入相关领域“微风富韵”文化底蕴。安徽省区域文化丰富多样，既有徽州文化、皖江文化、巢湖文化、大别山文化、淮上文化、中原文化等地域性文化，也有宗教文化、诗文化、中医药文化、戏曲文化等多元文化样态与旅游产品设计、市场推介等紧密结合，可以进一步提升旅游的文化品质，增厚旅游的文化底色。

二是推动文旅业态多元化融合发展。旅游传统要素与新要素纵横、垂直立体化延伸拓展，是文旅融合发展和新业态衍生的根源。比如，在观光业态基础上，延伸休闲、度假、康养、节事等文旅新业态。文旅业态多元化不仅体现在产业形态上的延伸，还体现在价值链上的延伸，形成高附加值产品群。以文旅领域为载体，在创意驱动、科技催化及市场引领下，实现科技介入、文化创意与旅游服务的有机结合，不仅可以有效拓宽市场范围，还可以推动文化产业和旅游产业互动、融合和延伸，引发产业创新升级，带动多业态协同发展。当前，安徽省应继续以融合创新引领文旅发展为抓手，立足“文旅+”“+文旅”多元产品、业态、市场开发，推动文旅产业立体化、高质量融合发展。

三是打造特色鲜明的文旅品牌体系。要在“美好安徽，迎客天下”全省统一品牌形象下，着力细化品牌定位。结合安徽东西南北不同的地域风情，在皖南国际文化旅游示范区、环巢湖国家旅游休闲区、皖西大别山红色文化旅游区、皖北历史文化旅游区四地创设分品牌，进

一步凝练地域文化与自然特质，以“文化+核心要素”为基调进行精准定位，打造异彩纷呈的旅游形象，在全省形成空间嵌套品牌体系。这既能保持文旅品牌相对稳定，又可以顺应市场变化的客观需求，进而充分利用线上、线下等多种营销渠道，大力彰显安徽地域独有的东西荟萃、南北交融的山水人文魅力。

四是构建立体化文旅营销格局。新时代背景下，安徽大力推进创新型文化和旅游强省建设，需要精简观类类产品，丰富文化体验、文创类产品，创新产品宣传推广，不断扩大市场规模和影响力。

新媒体发展为文旅品牌和旅游形象打造提供了更多选择。文旅营销要重视新媒体快捷传播的速度优势，也要发挥传统媒体的固有传播优势。为此，应坚持线上线下、新媒体旧媒、自媒官媒结合，多措并举，不断提高安徽文旅品牌曝光度。以高质量文旅产品满足游客需求为主线，依托长三角一体化重大战略，加强与周边省市交流合作，共同推出跨区域文旅产品和线路。以“一带一路”建设为契机，在沿线国家设立文化和旅游宣传交流平台与窗口，展示“皖风徽韵”文化旅游魅力；同时，加强对日韩、欧美、东盟等重点客源市场的宣传推广，协同形成立体化营销格局。

五是提供有针对性的高水平服务。高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。随着文旅消费观念的变化和消费方式的变革，健康文明、低碳绿色、文化体验等高质量文旅消费日益受到全社会的重视和更多消费者的青睐。

科技的快速发展和文旅的深度融合，不断孕育出文旅消费新模式、新场景。微度假、微旅游、近郊旅游、无目的地旅游、露营旅游、自驾游、夜间旅游等新产品、新业态不断涌现，旅游消费呈现出小众化、个性化、碎片化等特征。提升安徽旅游服务效能必须顺应文旅消费趋势，契合新时代消费者的需求特征，及时融入定制化、个性化、碎片化、即时化、智能化等现代服务要素，为不同市场细分群体提供特色鲜明的产品和服务，不断提高消费者体验舒适度和时代感。

（作者单位：合肥学院旅游与会展学院）

专家解读

为依法开展文旅市场信用修复工作提供指引

□ 王伟

近期，文化和旅游部办公厅印发《文化和旅游市场信用修复工作指南》（以下简称《指南》），这是为贯彻落实《文化和旅游市场信用管理规定》第六章“信用修复”相关规定而出台的一个政策性文件。《指南》分为总体要求、规范开展信用修复、组织保障三部分，对信用修复相关工作进行了安排。

总体来看，《指南》注重突出问题导向、强化法治约束、规范权力运行，为文化和旅游部门开展信用修复工作提供了重要指引。《指南》的特点和亮点主要有以下几个方面：

一是突出问题导向。《指南》针对当前文化和旅游市场信用监管要求，对信用修复相关工作要求进行细化，具有鲜明的问题导向，有利于进一步推动文化和旅游市场信用修复工作法治化。

信用修复与失信惩戒有着前后相继的关系。失信惩戒的目的不是为了将失信行为永久钉在耻辱柱上。按照“惩罚与教育相结合”的原则，在对失信行为进行必要的失信惩戒之后，要通过信用修复制度，推动失信

行为人为努力改正违法行为、消除不良影响，从而重塑信用。在构建以信用为基础的新型监管机制中，信用修复是失信惩戒的必然延伸。过去，信用监管片面关注失信惩戒，忽视信用修复。新时代社会信用体系建设，要求构建完善的信用修复机制，发挥信用修复的激励功能，推动失信行为人为改正错误、重新赢得社会信任，营造良好的诚信环境。《指南》顺应了信用修复的发展方向，进一步夯实了信用修复的制度基础。

二是强化法治约束。符合实体条件、遵循正当程序是信用修复的两个重要要求，也是实现有效信用监管的重要基础。《指南》要求，对于失信行为的修复，首先要满足《文化和旅游市场信用管理规定》中关于信用修复的实体条件，并履行必要的法律程序。文化和旅游部门的信用修复包括由信用监管部门主动实施的信用修复、失信主体依申请信用修复两种情形。对这两种情形下的信用修复，《指南》均进一步强化了实体要件和程序约束。

对于主动信用修复的情形，根据《文化和旅游市场信用管理规定》第二十六条及《指南》要求，信用管理措

施期限届满的，全国文化和旅游市场信用管理系统将自动检索、标记并进行信用修复，无需人工操作。对于认定为失信主体的依据被撤销或者变更不符合认定为失信主体标准的、因为政策变化或者法律法规修订已经不宜认定为失信主体等情形，各级文化和旅游主管部门要通过全国文化和旅游市场信用管理系统，及时上传认定依据被撤销或者变更、政策变化或者法律法规修订等相关证明材料，主动实施信用修复。

对于依申请信用修复的情形，则要求对失信行为提交符合规定的材料，尤其是可以反映失信主体履行义务、配合整改、纠正失信行为、消除不良影响等方面的证明材料，并提交信用承诺书，明确承诺事项和违约责任。

三是规范权力运行。在信用修复工作中，信用监管部门实际上扮演着信用修复管理者、信用修复监督者和信用修复服务者三重角色。对于这三重角色和职能，《指南》都提出了明确要求，集中体现在落实主体责任、加强分类指导、明确信用修复条件和程序、规范信用修复文书格式、积极开展信用修复培训等方面。《指南》对公

权力行使进行严格规范，有利于将信用修复纳入严格法治轨道，维护信用主体的合法权益。

《指南》要求严格落实主体责任，按照“谁认定，谁修复”的原则，由相关文化和旅游主管部门负责本行政区域的信用修复工作。

根据信用修复的类型，《指南》对主动信用修复、依申请信用修复的相关实体条件和程序要求进行了规定。《指南》明确了信用修复的文书格式，要求信用监管部门依法行权。同时，还强调文化和旅游部门要规范信用信息管理，依法依规将信用信息及时记入信用主体的信用信息记录，维护信息安全，不得侵犯商业秘密和个人隐私，坚持合法、必要、安全的原则，推进信用信息互联互通，确保数据准确、更新及时。

值得关注的是，《指南》强调，通过信用修复培训，加强对失信行为人的警示教育。在信用修复工作中，开展信用修复培训，能够使失信主体有机会受到诚信教育，强化诚实守信意识，这是文化和旅游部门践行“善意文明”监管理念的重要措施。

作者为中央党校（国家行政学院）政法部民商经济法室主任、教授

加强剧本杀监管 确保其规范经营

据报道，有关咨询机构发布的《2022—2023年中国剧本杀行业发展现状与消费行为调研报告》显示，2021年，我国剧本杀行业市场已超170亿元。近年来，剧本杀行业在满足大众文化娱乐消费需求的同时，也出现了一些问题，引发社会和主管部门关注。近日，文化和旅游部市场管理司召开全国剧本娱乐管理工作视频会议，督促各地加快备案、加强政策宣传、加大检查力度，将剧本娱乐经营场所全面纳入监管视线，进一步推动剧本娱乐管理政策落地。 视觉中国 供图

