

强化示范引领 打造文化和旅游标准化“浙江样本”

2021年10月,中共中央、国务院印发《国家标准化发展纲要》(以下简称《纲要》),对提高文旅标准化水平提出明确要求,旨在以标准提升品质,有效满足人民群众更高品质生活需求。《纲要》实施两年多来,各省结合本地实际,积极贯彻实施标准化战略。其中,浙江文旅标准化建设工作格外亮眼,首次参加国际旅游标准化会议,向全国推广浙江文化和旅游标准化经验,积极探索标准数字化改革……伴随着标准化战略的不断深化,浙江文旅已走过一条从“起步探索”到“全面提升”再到“改革创新”的路径,以“先行者”的姿态,走出了一条具有浙江特色的文旅标准化发展之路。

构建文旅标准化体系

规范引领文旅产业快速发展
推动行业发展走在全国前列

标准化工作是一项综合性强的基础工作。标准决定质量和水平,高标准才有高质量高水平。就文化和旅游领域而言,标准化工作是促进文旅改革发展、提升文旅质量和竞争力的重要方法和手段。

浙江省标准化工作一直走在全国前列。2016年,国务院批复同意浙江成为全国首个开展国家标准化综合改革试点的省份,全面实施标准化战略。2019年12月,浙江省文化和旅游厅成立标准化工作专班,按照“在省内引领各个行业、在全国引领各个省份”的“两个引领”目标认真谋划、统筹推进,在全国率先成立省级文化和旅游标准化技术委员会,组织协调全省文化和旅游国家标准、行业标准、地方标准、团体标准和企业标准的起草、制定、宣传和贯彻,加快构建高质量发展

标准体系。

截至目前,浙江共梳理旅游方面标准136项,包括国家标准35项、行业标准83项,浙江省地方标准18项;文化方面标准(含公共文化服务、文化娱乐设施、演出场所、艺术教育、网络文化、动漫游戏、工艺美术等)141项,包括国家标准36项、行业标准89项,浙江省地方标准16项;文物方面的标准146项,包括国家标准42项、行业标准103项、浙江省地方标准1项。这400余项涵盖文化、旅游、文物等各领域的标准,共同构成了浙江省文化和旅游标准体系。

近年来,浙江文化事业和旅游产业迅猛发展,成为浙江国民经济战略性支柱产业和“双万亿”大产业,多项发展指标居全国前列。标准化在其中扮演了重要的角色,有力推动工作的落实见效。《浙江省基本公共文化服务标

准》推动全省全面实现公共文化服务均等化;《浙江省A级景区村庄服务与管理指南》推动“万村景区化”工程落地实施,全省超过1万个村庄建成A级景区村庄,3A级景区村超过2200个;《浙江省全域旅游示范县(市、区)认定办法》推动全省70多个市县开展全域旅游创建,助力浙江大花园战略有效实施;全国首个民宿地方标准《民宿基本要求与评价》,指导全省发展民宿超2万家,年营收近100亿元,浙江成为第一个全国民宿等级评定试点省,民宿经济全国独树一帜。

在浙江省市场监督管理局发布的省级标准化技术委员会考评中,浙江省文化和旅游标准化技术委员会已连续多年,从全省67家省级专业标准化技术委员会中脱颖而出,为全省标准化工作树立了典范和榜样。

准、行业标准中,由浙江主导制定的占46项,比重超过10%。

与此同时,建设“浙江省文化和旅游标准化”官方网站,梳理文旅国家标准、行业标准和浙江省地方标准400余项,及时公布并组织开展培训。以公共服务标准化县(市、区)创建、A级景区、国家级和省级度假区、星级饭店、精品民宿、A级旅游景区等评定为抓手,以标准为支撑,推进标准贯彻落实。率先在全国开展文化和旅游标准实施效果评估,推动形成“推广一执行一反馈一评估一复审”标准化工作闭环,进一步推动浙江省文化和旅游发展走在全国前列。

推动浙江标准数字化“浙江样本”

围绕打造行业标准新标杆,加快构建新发展格局,浙江主动对标国际先进标准,加快标准提档升级,率先在全国开展旅游国际标准的翻译工作,现已翻译9项国际标准,实现标准化工作与国际接轨;提出并立项《无障碍旅游服务规范》国家标准,成为全国第一个开展国际标准采标工作的省份。

与此同时,浙江因地制宜实施旅游标准化行动,依托杭州这一全国首个跨境电子商务试验区平台,建立“标准+数字化”模式,率先开展标准数字化改革。不仅出台了《公共美术馆数字化服务与管理规范》地方标准,组织起草了《景区数字化服务规范》地方标准,还在全国率先开展了“标准云课堂”宣传培训,完成录制了《采摘体验基地旅游服务规范》《城市书房服务规范》《景区村庄服务与管理指南》等6项标准的解读视频,并在浙江文化和旅游标准化官网发布。在此基础上,浙江开始探索与国际电信联盟(ITU)关于“数字化+文旅”国际标准的合作,进一步发挥浙江在文旅数字化工作中的示范引领作用。

除了“引进来”,浙江在文化和旅游标准国际化的道路上也逐渐“走深走实”。2021年11月,提出ISO14785《旅游及其相关服务——线上线下旅游咨询服务与要求》国际标准提案,该标准旨在引导全球各类旅游咨询服务中心充分运用数字技术,通过邮件、电话、第三方社交媒体、触摸屏等途径,提供准确、安全的线上线下旅游服务信息咨询。历经3个月的投票,该标准经国际标准化组织(ISO)确认通过正式立项。这是ISO/TC228自2005年成立以来,首批由中国牵头立项的国际标

准,也是全球范围内首个在线旅游咨询服务的国际标准。

近年来,我国不断加强与“一带一路”共建国家、金砖国家技术标准的交流与合作,浙江省通过标准培训、协助起草标准等途径,贡献浙江智慧和浙江样本。

截至目前,浙江已参与国家市场监督管理总局组织的中国老挝重点产品质量视频研讨会,作为服务业代表交流《标准化助推旅游经济发展》,开展国际合作和交流;与国家东盟标准化研究中心研讨与东盟开展旅游标准化合作;与金砖国家标准化研究中心开展金砖国家旅游标准化合作的研究等。

一直以来,标准化作为旅游业发展的重要技术支撑,是提高旅游服务质量的关键环节,是加强旅游行业治理和规范市场秩序的重要手段,也是推动旅游创新和转型升级的重要力量。当前,文化和旅游业已迈入高质量发展快车道,为准确把握新发展脉络,深入贯彻新发展理念,浙江一方面通过标准化工作,引导旅游产品增添文化内涵,另一方面引导文化产业融入旅游思维,提升文旅融合的附加值,双路径打造了“以文塑旅、以旅彰文”的文旅标准化“浙江样板”,推进文旅行业高质量发展。

后续,浙江还将进一步加快文化和旅游标准化步伐,指导落实浙江旅游职业学院以旅游标准化为主要研究方向,成为文化和旅游部认定的全国文化和旅游行业智库建设单位,重点开展标准国际化研究、国家标准和行业标准研制、标准化人才培养等工作,使浙江的文化和旅游标准化工作在全国乃至国际上保持“高度上示范引领,节奏上快人一步”。

成都创意设计周：打造全球共享的创意生活



11月12日,第十届成都创意设计周在四川成都世纪城新国际会展中心落下帷幕。37个国家和地区、600余家创意设计机构、1.4万件创意设计作品在活动中尽展风华、传递潮流,生动展现不同文化源流、多元创意设计的风采百态。创意设计周推动创意设计实现价值转化,更关注提升美好生活品质,打造全球共享的创意生活方式……站在一个新十年的发展路口,成都创意设计周致力于打造世

界创意的“连接点”,为成都加快建设世界文化名城贡献力量。

成绩亮眼:全面促进创意设计价值转化

作为成都市重要的文化、设计和版权产业的经贸合作交易平台,第十届成都创意设计周交出了一张亮眼的成绩单。

参加第十届成都创意设计周的好莱坞产业联盟(中国)投资管理集团总裁高志峰着重关注了文创衍生品的设计研发,这是他正在成都进行的一项“大计划”的重要一环。“我们计划引进全球知名游戏公司育碧,在成都建立一所有育碧主题乐园。”高志峰说,围绕这个主题乐园,将形成电影、动画、游戏、衍生产品等文创产业链条。“衍生产品开发需要非常多的创意,我在成都创意设计周上看到了很多文创企业及其产品,也感受到了成都在孵化IP和创意方面有非常好的发展土壤。”

此外,德国卡尔斯集团计划在成都锦江区、郫都区投资建设中国西南区域总部、草莓冒险主题村等项目,总投资13亿元;香港亚洲世博全国总部项目、城投·梦里香洲项目等7个重大项目在展期集中签约,总投资20.4亿元。展期现场,成交及签约金额7547.26万元,意向性合作金额2.38亿元。

四川数字出版传媒有限公司与成都动漫游戏协会漫画专委会在创意设计周期间达成深度合作意向,双方将共同支持原创动漫游戏作品、教材、教育等的创作、出版、交易、传播和版权保护;成都星澄文化娱乐有限公司将与COMI漫画实验室展开深度合作,以“咖啡+漫画”的创意形式,推动动漫IP实现商业变现;中国雕塑杂志社、中国管理科学研究院品牌推进委员会、中国群众文化学会品牌与知识产权委员会、成都市文博艺术品鉴协会四方共同发起成立“中国雕塑

艺术品牌价值评估授权组委会”,共同推动中国雕塑艺术品牌价值评估体系的发展和完善。

创意设计:更关注美好生活

将当代生活方式融入当地特有习俗,采用传统优秀建造工艺与自然环境相融合,并为培育社区产业预留发展空间……本届成都创意设计周上,2023金熊猫天府创意设计奖空间创意设计类金奖作品“凉山彝族自治州昭觉县燕麦地安置社区”得到了评委和观众的一致好评。四川省建筑设计研究院有限公司董事长、总经理,金熊猫天府创意设计奖空间创意设计组评委李纯点评这件作品时说:“这时,设计不仅是创意,更是激发社区变革的推动力。”

观众们则从这件作品中感受到了“创意设计让生活更美好”的具象化表达。2014年,成都创意设计周举办之初,就将主题定为“创意成都,美好生活”,目的就是要将优秀的创意设计汇

聚到成都,提升美好生活的品质。

金熊猫天府创意设计奖荣誉主席、清华大学首批文科资深教授柳冠中对此深有感触,“创意设计不光是做‘好看的东西’,而是要和‘真正的生活’结合。这十年,我看到成都创意设计周与生活的结合越来越紧密,这也是今后的一大发展方向。”

创意成都:在此连接世界创意

十年来,成都创意设计周与生活结合得越来越紧密,“创意成都”也越来越具有吸引力。

巴西声音艺术家Marcelo Amarni采集了熊猫、茶馆、青城山、抚琴夜市等“最成都”的声音,这些声音也许会出现他的电影配乐或者音乐专辑中,让更多人聆听到成都之美。意大利艺术家贾容蓉(Giacomo Bruni)在成都驻留的两个月中,用中国传统的水墨山水画技法融入西方文化元素进行创作,创作了中西融合的新作品。

深圳设计师李志以传统山水画、团扇和折扇为灵感设计的灯具“OMLAMP”,获得了2023金熊猫天府创意设计奖时尚创意设计类的金奖。他表示,成都的独特文化和历史底蕴为设计师们提供了丰富的灵感。“这也是我们公司把设计分部设在成都的原因。接下来,我们将深入挖掘成都的文化元素,将其融入产品设计中,以更具有辨识度的方式展现成都的独特魅力。”

北京大学艺术学院教授、文化产业研究院院长向勇认为,成都多元的创意设计生活给来自全球的创意人士提供了“交叉连接”。“学术上把这种交叉连接点上出现的创新发明或发现称为‘美善奇效应’,出现这种交叉连接的前提是要有共享的创意生活方式,而成都就有这样的土壤。”他说。

(阳虹钰/文 成都创意设计周执委会供图)

山东龙冈旅游集团：争做文旅标杆企业 擘画乡村振兴美图

朴实的沂蒙小棉袄、可爱的刺绣小虎头、清香扑鼻的蒙山龙雾绿茶……近日,在山东龙冈旅游集团(以下简称“龙冈”)和山东省临沂市沂水县院东头镇政府共同发起的“30余家企业及农户展销农副产品”活动中,多样的沂水特产在萤火虫水洞景区门口展销,吸引了游客的关注。龙冈总裁孔杰介绍:“文旅项目能让当地特产有更畅通的市场渠道。在我们看来,举办各种文旅活动不仅是为了让游客‘有看头’,更是为了让百姓‘有甜头’。”

龙冈,是位于沂水县的一家民营旅游企业。它崛起于资源贫乏的沂蒙山腹地,却带动当地旅游业从无到有、从小到大、从大到强,并形成了闻名全国的“沂水旅游现象”;龙冈相继开发了萤火虫水洞和地下大峡谷景区,并于2020年将两景区捆绑创建为山东省第13家、临沂市单体创建的首家国家5A级旅游景区,在全省树立了行业示范标杆。多年来,龙冈通过联动周边景区、上下游产业,实行景区差异化捆绑和区域旅游规模化发展,取得了经

济效益和社会效益的“双丰收”。在发展的同时,龙冈牢固树立“反哺”意识,不忘初心,践行企业担当,为沂蒙老区乡村振兴增添了新动能。

景区村中建 村在景区中
乘着小船徜徉于风貌奇特的溶洞内,洞顶如上繁星般闪耀的少见的萤火虫奇观……近日,威海游客丛楠走进萤火虫水洞景区,探寻亿万年地质奇观。“这里有奇特的钟乳石林,还有萤火虫水洞,对我们来说都是非常新鲜的体验,就像到了人间仙境一样。”

萤火虫水洞先前不过是个普通的溶洞,在最初开发时无意间发现了大量的萤火虫。经过专家研究和人工培育,景区也每年分多次在周边适合区域进行投放,现已形成洞内自然繁育、室内人工繁育、洞外野生繁育为一体的萤火虫生长繁育体系。目前,萤火虫水洞自然保护区面积达10平方公里,年保护繁育萤火虫近100万只。

在开发建设之初,各级各部门提高了对封山育林、植树绿化的认识,将景区及周边环境综合整治与城镇化

“三改”、农村人居环境整治、村民住宅建设管理等工作结合起来,全面提升汽(火)车站、高速路出入口、城市主干道、旅游公路沿线、景区周边等区域环境,大力整治乱搭乱建和脏乱差问题。在景区建设过程中,依山就势,就地取材,对萤火虫水洞内的岩洞暗湖、生态蝴蝶谷等独特景观和地下大峡谷景观,制定了切实有效的保护措施,保持了景区资源的完整性和观赏性。原来的荒山变成了绿洲,景区所在的小村面貌也焕然一新。

“景区村中建,村在景区中。”如今来到景区附近,道路顺畅整洁、环境优美宜人,景区所在的四门洞村和永富庄村也成了远近闻名的生态示范村。

旅游来助力 百姓尝“甜头”
“多亏了有景区帮衬,我们才能在

家门口找到工作,基本的生活保障不成问题。”四门洞村村民刘玉贵说。近年来,随着乡村旅游的兴旺,萤火虫水洞成了远近闻名的“网红打卡地”,慕名而来的游客越来越多。该景区在招聘员

工的时候,优先聘请当地村民,目前已有100多人实现在家门口就业。同时,景区增设富民岗,提供免费摊位,让村民在景区销售农副产品和特色文旅商品,村民有活干、有钱赚。

在萤火虫水洞景区附近的桃棵子村,村民张在俊自2014年开始经营农家乐,最多的时候一天能炒30多只鸡,年收入30万元以上。农家乐做起来以后,他又在家附近办起了采摘、民宿等项目,慕名而来的游客越来越多。张在俊兴奋地说:“日子现在越来越有盼头了。”

作为村民眼里带动一方致富的“好帮手”,龙冈通过自然、文化、旅游、节庆全方位深度融合,打造和完善了全民性、全域性、全季节性四季旅游目的地建设。“这些文旅建设与当地百姓的利益紧密相连,为他们带来了致富机会。”孔杰说。

如今,从萤火虫水洞到地下大峡谷约15公里的道路两旁,分布着大小小近300家服务于旅游产业的民宿、客栈、餐饮店、土特产店等。景区的发展

为周边村民提供了稳定就业岗位620余个,吸收景区周边20余个村的劳动力就业4万余人;带动景区周边发展农家乐、乡村特色民宿690户;从事旅游商品经营的商铺480家,人均可实现增收4000余元。

“萤火虫水洞·地下大峡谷旅游区的持续快速发展,形成了强劲的经济拉动效应、地域品牌效应、文化扩散效应和市场开放效应,各地的民间资本对投资沂水旅游产业表现出了热情。旅游业在短短几年迅速成为全县的主导产业和支柱性产业,优化了城乡产业结构,改善了乡镇财政状况,探索出一条新形势下镇村经济发展的新路子。”院东头镇党委书记、副镇长安佰强说,“‘发展全域旅游,鼓足农民腰包’,已成为当地人民的实践道路和美好向往。”

“输血”更“造血” 人才添动力

龙冈一直注重对景区从业人员的教育培训,采取“走出去、请进来”策略,定期组织员工赴旅游发展先进地区考察学习,积极邀请上级管理部门、

高等院校及5A级景区管理团队到景区实地指导。同时,加强与旅游院校、旅游集团合作,重点引进会策划、懂经营、善营销的领军型、高层次旅游人才,全面提升了从业人员的服务质量和专业化水平。

景区相关负责人介绍,自2020年6月以来,龙冈对景区所在乡镇的部分村庄进行了托管运营,根据村庄特点,从宣传、运营、服务等多方面入手,将学习培训课堂延伸到建设一线和田间地头,在搞好村庄景区化开发建设的过

程中,为乡村人才队伍建设“传经送宝”,为乡村培养了一大批有想法、能干事的“土专家”“田秀才”,切实提升“头雁”创业致富本领,并逐步形成“雁阵效应”,持续为乡村振兴提供有力人才支撑。

“开发一个景点、受益一方百姓。”作为山东省行业领先的旅游企业,龙冈不忘践行初心使命,在带动群众共富的道路上不断前行,以实际行动擘画着乡村振兴的美好图景。

(婁子 刘海林 韩忠香 马跃波)