

文化产业信息动态

第 16 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2021 年 9 月 22 日

目 录

- 1、3 亿多元说没就没，荆州巨型关公像搬移教训深刻
- 2、无信不行的时代将至！文旅行业能吃到哪些红利？

3 亿多元说没就没， 荆州巨型关公像搬移教训深刻

来源：中国纪检监察报 2021 年 09 月 06 日作者：杨艳

被住房和城乡建设部通报批评的湖北省荆州市巨型关公雕像日前开始拆卸转移，搬移工程总投资 1.55 亿元。关公雕像高达 57.3 米，建成于 2016 年，总造价达 1.729 亿元。先是违建、后又搬移，3 亿多元就这样浪费了。

3 亿多元说没就没，荆州巨型关公搬移教训深刻。党中央三令五申，严禁搞形象工程、面子工程，也严肃查处并通报了一批形式主义、官僚主义的典型案件。但现实中，仍有一些地方为了追求所谓政绩，不切实际、瞎拍脑袋，打擦边球，甚至不惜违纪违法，破坏当地民俗民风，破坏历史风貌和文脉，项目建设盲目追求“大”“最”“全”，耗费巨资造景，搞噱头、造声势，以牺牲长远利益换取短期利益。比如，陕西省韩城市耗资 1.9 亿元建设“鲤鱼跃龙门”景观，贵州省独山县投资 2.56 亿元建设“水司楼”，这些项目劳民伤财、脱离实际，将形式主义、扭曲政绩观演绎得“淋漓尽致”。

从此前通报看，湖北省荆州市在古城历史城区范围内建设的巨型关公雕像，高达 57.3 米，违反了《荆州历史文化名城保护规划》有关规定，属“未经规划许可”，系“违法建设”。而在项目没有获得审批的情况下，相关部门在雕像长达两年的建设期中，始终不闻不问，导致 3 亿多元付诸东流，既没有起到应有的文化宣传推广效益，反而破坏了古城风貌和历史文脉，损害了荆州市的城市形象，可谓得不偿失。人们不禁要问，一个高达 57.3 米“未经规划许可”的雕像，究竟是如何在当地监管部门眼皮子底下拔地而起的？当地主政者是否依法依规用权？监督管理者的主体责任是否履行到位？

3 亿多元的代价，必须警钟长鸣。各地党员领导干部都应从这起事件中汲取教训，举一反三，把自己的岗位和职责摆进去。要提升法治思维，严格依规依纪依法行使职权，不合法、不合规的决不能做，决不能凌驾于法律之上；要贯彻新发展理念，尊重科学，求真务实，做到富有远见、保持耐心、恒心，既追求“显绩”，也要在不显山、不露水的基础性工程和周期长、见效慢的“潜绩”上下功夫、使长力，创造出经得起历史和实践检验的政绩。要坚持勤俭节约，把每一分钱都要用到“刀刃”上、花到关键处。相关监管部门也要完善制度强化监管，加大对重大项目审批和违法建设的监

督力度，发现苗头问题及时干预、纠正，杜绝滥建“文化地标”等形象工程。纪检监察机关要加强对盲目造景、脱离实际等行为的监督检查，压实相关部门主体责任，严肃查处公共资源领域谋私贪腐、侵害群众利益问题等违纪违法案件，切实维护群众利益。

无信不行的时代将至！ 文旅行业能吃到哪些红利？

来源：人民日报人民文旅 2021年09月08日

随着党的十九届五中全会提出“弘扬诚信文化，推进诚信建设”，“加快构建以信用为基础的文化和旅游市场新型监管机制”成为文旅部在“十四五”时期的一项重要工作。

9月7日，文旅部官网发布《文化和旅游部办公厅关于开展文化和旅游市场信用经济发展试点工作的通知》（以下简称通知），要求在全国范围内遴选一批试点地区，开展为期一年的文化和旅游市场信用经济发展试点工作。

人无信不立，业无信不兴。信用已被提到更重要的位置，不重视信用的文旅企业将寸步难行，一个无信不行的时代即将到来。

对文旅行业而言，这次变革能吃到哪些红利？又将面临哪些挑战？

信用消费：为游客提供“先游后付”便捷服务

旅游是一种“先购买、后消费”的服务型产品，游客多数情况下是“先付款，后旅游”，这是当前旅行社的主要经营模式，也导致了游客在旅途中遇到消费纠纷时，面临投诉难、退款难等问题。

早在 2013 年，上海一家旅行社就尝试了“先游后付”模式，承诺两项以上服务不达标，游客可拒付款项。虽然这家旅行社圆满完成了首次活动，游客颇为满意无一拒付，但首战告捷后，这项模式并没有继续下去，更没有向外推广。

通过国家层面推动的信用体系建设有望解决上述难题。通知指出，**促进信用消费**。鼓励和支持文化和旅游企业整合公共、行业、市场等多方信息，探索推出以信用为基础的产品和服务，向信用状况良好的消费者提供“先用后付”“先游后付”、减免押金等便捷消费服务，形成促进信用消费的相关政策。

在此之前有地方开始探索“先游后付”。据大河报消息，2019 年，河南省文化和旅游厅推动当地成立“先游后付诚信联盟”，通过“先游后付”将景区、旅行社、酒店等打造成一個旅游共同体。

当地所谓的“先游后付”，并非真正让消费者先不付钱去玩一圈，回来以后看心情付款。“先游后付”引入了银行的征信查询，征信记录良好的消费者通过审核后才能加入“先游后付”的流程，在确认行程结束 3 日内支付旅游款项。如果消费者对行程满意而逾期不付，平台背后的金融机构将对款项进行分期支付处理。

信用监管：用更科学手段鼓励优质信用主体

旅游服务质量是旅游业作为现代服务业的内在属性，是企业的核心竞争力，是衡量行业发展水平的重要指标。

通知要求，建立完善多项信用体系建设配套制度，培育一批诚信企业，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中的应用场景。试点地区选择主要以地市、区县为主，省级试点地区视条件酌情确定。

通知提到的信用体系建设配套制度如何构建？文旅部相关负责人此前表示，**推进高质量发展必然要求有相应的测度体系**。构建旅游服务质量评价体系意在明确服务质量监管和提升的重点和方向，加强动态管理。他表示，

一是建立基本制度。要建立以游客为中心的旅游服务质量评价制度，明确评价主体、对象、周期、方法、数据获取和分析、反馈机制和应用场景等内容。

二是建立运行规则。要开发建设旅游服务质量评价系统，制定完善评价模型、指标、流程和标准，突出市场运行规律和行业特点。

三是加强相关保障。要做好组织机构、人员、经费和设备等方面的保障，进一步完善纵向协同、横向联动的工作机制。

四是加强监督管理。坚持依法合规实施旅游服务质量评价，加强全流程动态管理，在数据获取、评估结果应用等重点环节加强监管，对违反评价制度的行为明确相关责任。

世界旅游城市联合会特聘专家、旅游经济学博士后王笑宇研究员对人民文旅表示，通过旅游行业信用体系建设，监管部门可以实现跨区域、跨部门的信用信息采集与监控，通

过更为客观的标准，更为科学的手段，对拥有良好信用记录的市场主体进行肯定和鼓励，并引导品牌建设、用户消费向其倾斜；对信用记录不良的市场主体，进行全网信息互通和黑名单展示，并配合多种手段对其进行惩戒，可以说是推动文旅行业高质量发展的重要抓手。目前像京津冀、长三角等地一直在探索区域信用监管的体系化建设和常态化运作机制。

信用融资：助力中小微企业破解发展难题

目前，轻资产、低收益、项目开发周期长等问题让不少文旅企业融资困难重重。根据通知要求，信用信息将为文旅企业经营赋能，通过信息共享、丰富产品供给、品牌培育等方式，助力企业突围、提升竞争力。通知称，

鼓励和支持文化和旅游有关单位与金融机构加强协作，建立完善信用信息互联互通、信用评价结果互认机制，为信用良好的企业特别是中小微企业提供融资便利。

鼓励和支持文化和旅游企业与金融机构、信用保险、大数据管理等专业机构合作，不断丰富适合文化和旅游市场需求的信用产品和服务供给。

鼓励和支持文化和旅游企业在文化和旅游消费领域打造一批品牌化、明星级的信用应用产品与服务，优化消费体验，推动形成信用品牌培育机制。

王笑宇认为，文旅部的最新通知对有志于打造良好品牌的文旅企业是重大利好，这些企业将重视围绕游客需求，基

于信用承诺与兑现的文旅开发与运营，将注重品牌建设与产品创新的长期主义理念，通过不断改进功能型产品、服务的兑现品牌承诺，打造优质主题文旅产品，持续提升市场竞争力，而非追求一时一地单一项目的短期成功。这些都有利于行业长期健康发展。下一步，建议更快地推进信用体系管理规定的出台和落地，以便于从制度层面，巩固和加强信用体系的建设工作。

（编辑 杨珠峰）