

法律资讯 会展与旅游



（总第九十一期）
二〇二三年第三期

上海市律师协会会展与旅游业务研究委员会

目 录

本期关注	3
一、以创造性实践让“诗和远方”更美好--习近平总书记在十四届全国人大一次会议上的重要讲话激励文旅人奋进新征程	3
二、数字化的“诗和远方”更有魅力	11
政策聚焦	16
一、文化和旅游部关于印发《文化和旅游标准化工作管理办法》的通知	16
二、文化和旅游部市场管理司关于优化涉外营业性演出管理政策的通知	25
媒体资讯	26
一、灵活用工模式受到酒店重视	26
二、全国两会上建言献策---全国政协常务委员赵雯：加强 IP 法规建设 促进文旅深度融合	32
三、全国两会上建言献策---全国政协委员、广西壮族自治区文化和旅游厅厅长欧余军：推进旅游法及相关行政法规修订	34
专业研究	36
文化和旅游市场信用体系建设现状、问题及优化建议	36

本期关注

一、以创造性实践让“诗和远方”更美好——习近平总书 记在十四届全国人大一次会议上的重要讲话激励文旅 人奋进新征程

日暖神州，江山壮丽。在希望的春天里，十四届全国人大一次会议、全国政协十四届一次会议完成各项议程，圆满落下帷幕。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在全国两会上的重要讲话在文化和旅游业界引发热烈反响，大家纷纷表示，要更加紧密地团结在以习近平总书记为核心的党中央周围，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，踔厉奋发、勇毅前行，为推动文化和旅游高质量发展、实现党的二十大确定的目标任务而共同奋斗。

增强使命感责任感紧迫感

习近平在十四届全国人大一次会议闭幕会发表重要讲话强调，从现在起到本世纪中叶，全面建成社会主义现代化强国、全面推进中华民族伟大复兴，是全党全国人民的中心任务。强国建设、民族复兴的接力棒，历史地落在我们这一代人身上。我们要按照党的二十大的战略部署，坚持统筹推进“五位一体”总体布局、协调推进“四个全面”

战略布局，加快推进中国式现代化建设，团结奋斗，开拓创新，在新征程上作出无负时代、无负历史、无负人民的业绩，为推进强国建设、民族复兴作出我们这一代人的应有贡献。

“总书记向全党全国各族人民发出伟大号召，我们深受鼓舞、备感振奋。”文化和旅游部财务司司长马秦临表示，“财务司全体党员干部始终在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。我们将深入把握文化建设和旅游发展规律，准确把握财经工作规律，坚持守正创新，守住保障底线、管理高线、监督防线，创造文化和旅游财务工作新风貌、新思路、新方法，不断奋发作为、攻坚克难，为建设社会主义文化强国、推动文化和旅游高质量发展不懈奋斗。”

“习近平总书记在讲话中强调，要强化基本公共服务，兜牢民生底线。这为我们工作进一步指明了方向。”文化和旅游部公共服务司一级巡视员陈彬斌表示，“我们将紧紧围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，以社会主义核心价值观为引领，以满足人民文化需求、增强人民精神力量为着力点，努力为人民提供更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的公共文化服务。”

“我们将把习近平总书记重要讲话精神转化为履职担当的动力。”文化和旅游部市场管理司司长侯振刚表示，将强化服务意识、发展意识，纲举目张做好市场管理；把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革结合起来，促进供需两侧更高水平动态平衡；综合运用市场、

法律、技术、行政等多种手段，落实全国两会重大决策部署；整治行业乱象，抓好文明旅游，优化发展环境，改善消费体验；统筹发展和安全，健全安全管理体系，牢牢守住安全生产底线和意识形态安全红线。

“总书记的重要讲话鼓舞人心、催人奋进。”文化和旅游部文化市场综合执法监督局局长吴江波表示，“我们将把总书记重要讲话精神落实到文化市场综合执法工作的各方面，持续深化文化市场综合执法改革，全力推进执法队伍建设，切实提升执法监管效能；部署开展系列执法行动，整治文化和旅游市场突出问题，进一步规范市场秩序，为文化和旅游行业恢复发展提供坚强保障，以实际行动和成效助力强国建设、民族复兴。”

“我们坚信有习近平总书记的领航掌舵，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的使命任务一定会实现。”文化和旅游部离退休干部局局长陈向红表示，将把中央关于老干部工作的各项决策部署落实落细落到位，推动离退休干部工作更好地融入党和国家工作大局，为助力中国式现代化建设贡献力量。

“我们要以只争朝夕、时不我待的使命感、责任感、紧迫感，全身心地投入全面建设社会主义现代化国家的工作中去。”文化和旅游部旅游质量监督管理所所长刘建明表示，“我们将顺应大众旅游时代要求，充分发挥旅游标准化工作在提升旅游服务质量方面的重要作用，

通过标准引导旅游服务质量提升，引导和推动旅游行业不断推出人民群众更加满意的旅游产品，助力旅游业实现高质量发展。”

完整准确全面贯彻新发展理念

今年全国两会是在全面贯彻落实党的二十大精神开局之年召开的一次重要会议。习近平强调，我们要只争朝夕，坚定历史自信，增强历史主动，坚持守正创新，保持战略定力，发扬斗争精神，勇于攻坚克难，不断为强国建设、民族复兴伟业添砖加瓦、增光添彩。全国文化和旅游工作者倍感振奋、士气凝聚，信心力量激荡。

“强国建设、民族复兴的宏伟目标令人鼓舞，催人奋进。”江西省文化和旅游厅党组书记、厅长梅亦表示，“在新征程上，我们以满足人民群众日益增长的精神文化需求为目标，完整、准确、全面贯彻新发展理念，不断丰富文旅产品和服务供给，全面促进文旅产业复苏与转型升级，加快构建新发展格局，推动江西文旅高质量发展。”

“‘高质量发展’就是我们要锚定的努力方向。”广西壮族自治区文化和旅游厅厅长欧余军表示，广西将紧紧围绕建设世界旅游目的地和文化旅游强区目标，加快“三地两带一中心”升级版建设，打造世界级山水旅游、康养旅游、滨海度假旅游等名片，繁荣发展入境旅游，持续打响“秀甲天下 壮美广西”文旅品牌。

“在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下，中华民族伟大复兴号巨轮必将乘风破浪、行稳致远。”福建省武夷山市委书记杨青建说，“我们将深入贯彻落实全国两会精神和习近平总书记在武夷山考

察时的重要讲话精神，擦亮‘双世遗’品牌，高质量建设环武夷山国家公园保护发展带，打造文旅名城、世界茶乡，深入推进茶文旅融合促乡村振兴。”

展望未来，全国政协委员，甘肃文旅产业集团有限公司党委书记、董事长石培文信心满满，“我们将聚焦发展，真抓实干、埋头苦干，发挥好文旅综合带动作用，推动文旅提质增效。”

全国人大代表、河南省辉县市张村乡裴寨村党支部书记裴春亮干劲十足，“如今，乡亲们过上了‘在路东当农民、在路西当工人、商业街里当商人、走进企业是主人、走进书堂是读书人、住进小区是城里人’的幸福生活。我们将抓产业、上项目，做好乡村振兴大文章。能不能让总书记放心、乡亲们满意，咱们事上见！”

“人民的幸福生活就是总书记心中的‘国之大者’。”全国人大代表、江西省井冈山市茅坪镇神山村党支部副书记左香云心潮澎湃，“乡亲们吃上了旅游饭，糍粑越打越黏，生活越过越甜。我们将牢记总书记嘱托，继续发展好乡村旅游，奔向共同富裕。”

“乡亲们更坚定了推动乡村振兴、奔向共同富裕的决心！”四川省绵阳市北川羌族自治县石椅村党支部书记陈爱军说，“今年春节前夕，总书记通过视频连线为我们送来鼓励 and 祝福。未来，我们一定不负嘱托，把特色农产品发展好，把乡村旅游发展好，在乡村振兴中有更大作为。”

满怀激情把工作落在实处

习近平总书记在全国两会上的重要讲话,对牢牢把握高质量发展首要任务、正确引导民营经济健康发展高质量发展、开创一体化国家战略体系和能力建设新局面、推进强国建设和民族复兴等作出重要部署,激扬广大文化和旅游工作者创造新伟业的豪情。

“新时代我国文艺繁荣发展有着前所未有的广阔舞台。”全国政协委员、中国东方演艺集团歌唱家刘玉婉信心满满,“2023年是‘一带一路’倡议提出十周年,我们将继续与‘一带一路’沿线各国开展交流、增进友谊,当好文化使节,擦亮文化名片。”

“我对未来充满了信心。”全国政协委员、中国美术家协会理事舒勇表示,将与时代同频共振,深刻反映时代巨变。发挥专业所长,积极投身乡村振兴与文旅融合发展的时代任务之中,创作更多好作品。

“中华民族必将创造更加灿烂的未来!”辽宁省锦州市委宣传部分管日常工作的副部长、辽沈战役纪念馆馆长刘晓光说,“我们将深入挖掘辽沈战役红色资源,丰富展览展示内容,着力讲好党的故事、革命的故事、英雄的故事。”

“总书记的讲话让我们信心倍增。”江西省上饶市文化广电新闻出版旅游局党组书记周亚鹰表示,“我们将推动‘三清天下秀’等旅游品牌走向全国,丰富篁岭、望仙谷、婺女洲等景区业态,努力把上饶打造成为处处是景、步步如画的旅游城市。”

“总书记的重要讲话深深感动着每一位中华儿女。”江西省赣州市文化广电新闻出版旅游局党组书记、局长李俊锐表示,“今年,我

们将承办中国红色旅游博览会等活动，将坚持以文塑旅、以旅彰文，传承弘扬好红色文化。”

“我们有劲头、有盼头、有奔头！”浙江省湖州市安吉县鲁家村党委书记朱仁斌心头暖意融融，“我们将完善‘公司+村+农场’经营模式，打造亲子研学团建基地和大学生课外实践基地，开展电商直播、民宿管家等培训，打造共同富裕样板。”

“我们将联合全国自驾游协会和俱乐部发起‘百万自驾看中国’大型旅游推广活动，打造一批具有特色的自驾旅游目的地，提振旅游消费，更好满足人民群众需要。”北京房车露营自驾旅游协会副会长陈效禹表示。

“作为一名红色讲解员，我将牢记总书记殷切嘱托，做好青少年红色教育和讲解工作，阐述好党的历史功绩，传承好红色基因。”中共一大纪念馆讲解员郭艺凡说。

“伟大征程召唤全新进发。”北京市丰台文旅集团战投部部长彭焱姝表示，“我们将着力整合优质文旅资源，推出契合市场需求的文旅产品，推动文旅服务标准化规范化发展，做实做长文旅商服全链条业务。”

“新征程是充满光荣和梦想的远征，我将踏遍祖国的大好河山，带领广大游客领略跨越五千年的历史文化、纵横九百六十多万平方公里的人文风情。”浙江舟山群岛新区心语旅游服务有限公司导游代帅说。

万物复苏的时节，处处生机勃勃。蓝图已经绘就，号角已经吹响，广大文旅人正鼓足干劲、务实前行，以创造性的实践让“诗和远方”更加美好。

（采访组成员：李志刚 王洋 徐晓 郭子腾 赵腾泽 魏彪 范朝慧
杨丽敏 白骅 周凤文 孟萍 李金枝 周晨 统稿：郭子腾）

二、数字化的“诗和远方”更有魅力

一个景区 APP，可随时帮助游客解决各类问题；一份大数据报告，能清晰显示客源结构分析结果；一个乡村民宿管理平台，让农户坐在家中实现揽客……近年来，数字技术在文旅领域的应用日益广泛，无论是后台管理，还是对客服务，无不显示着数字化“诗和远方”的独特魅力。

近日，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》（以下简称《规划》），明确提出，建设数字中国是数字时代推进中国式现代化的重要引擎，是构筑国家竞争新优势的有力支撑。这无疑是数字化发展的又一个重磅政策，广大文旅业界从《规划》中看到了更多机遇。

挖掘大数据 增添新动能

数字时代，大数据的挖掘和应用是各行各业的热门课题之一。《规划》强调，构建国家数据管理体制机制，推动公共数据汇聚利用，建设重要领域国家数据资源库，释放商业数据价值潜能，加快建立数据产权制度。

在文旅领域，大数据已有广泛应用，如政府部门的智慧旅游公共服务平台，景区、度假区、乡村旅游点等的智慧旅游应用，覆盖了行业监管、客流预测、游客画像、营销推广、预约管理、定制服务等各个领域。

故宫博物院“智慧开放”项目是文化和旅游部资源开发司发布的“2021年智慧旅游典型案例”之一。记者打开故宫博物院的微信小程序，刚一进入界面就看到，一只可爱的小狮子探出半个脑袋、眨着眼睛，点一下小狮子便进入对话界面。“可否推荐一个游览线路？”“附近都有哪些建筑？”“最近的餐饮店在哪？”对于这些问题，小狮子均能迅速回答——这是故宫推出的AI导游服务，已融入了10万余条故宫知识及游客常见问题。

据了解，智慧导游是大数据在旅游领域应用的典型之一。实际上，大数据在吃、住、行、游、购、娱各个环节都有较为广泛的应用。

大众旅游时代，选择自驾游的游客数量日渐增多，数字地图的重要作用愈加凸显。“出游服务是我们的重点业务板块之一。”高德地图文旅业务相关负责人表示，基于海量数据的数字地图，不仅可提供出游导航服务，还可提供一站式聚合服务，除提供开闭园、客流量、停车位等基础信息外，还能提供游玩攻略等决策信息。

值得一提的是，大数据不仅应用于对客服务，还能助力行业管理、企业发展。

“我们通过手机信令数据、OTA平台数据等，可清晰地看到客流变化趋势。”海南波罗密信息科技有限公司项目总监雷小波说，“通过对大数据的挖掘和分析，建立有效算法和模型，发现规律和趋势，可以帮助企业开发适销对路的产品、做好发展规划，还可以帮助政府做好行业监管、精准制定政策措施。”

美国硅谷数字技术科学家、IBM 高级工程师/科学家凌棕博士也关注到了大数据技术在文旅等领域的应用。他表示，随着信息技术应用的持续高速发展，数据呈现爆炸式增长，文旅领域同样如此，随之而来的海量数据存储和利用问题，亟待引起重视。对业界来说，要从存储硬件和软件两方面共同发力，为未来发展积蓄力量。

创新数字消费 提升游客体验

数字时代，数字消费业态活力十足，VR 体验、AR 创意、AI 导览、数字藏品、数字光影秀等逐渐走进大众生活。《规划》提出，普及数字生活智能化，打造智慧便民生活圈、新型数字消费业态、面向未来的智能化沉浸式服务体验。

近年来，基于 VR、AR 等技术的数字消费业态日益丰富。南昌 VR 主题乐园、梦幻黄山文化体验馆、河南洛阳“无上龙门”沉浸体验馆等，依托数字技术，连接古今、融通文旅，释放出了创新活力，备受游客青睐。

“VR、AR 技术在文旅行业有着巨大的创新潜力和应用价值，能够为观众提供更加生动有趣、个性化的文旅服务和产品。”乐构未来（北京）科技有限公司创始人包嘉会表示，依托 VR、AR 技术可以打造颇具“科技范”的文旅场景，如在博物馆中，扫描文物或展板，立刻呈现出文物的历史背景、制作工艺、相关故事等信息，甚至可以虚拟重建历史场景，增强观众的代入感；在人文景区中，扫描建筑或

地标,立刻呈现出景区的历史文化、民俗风情等,还可通过虚拟游戏或剧本杀,让观众参与到景区相关故事和情境当中。

此外,基于数字技术的旅游演艺项目也遍地开花,武汉“夜上黄鹤楼”光影演艺、甘肃敦煌“乐动敦煌”文旅演艺、西安“夜谭·白鹿原”光影秀、山西运城鹳雀楼光影演艺、山东长岛“梦寻仙山”光影演艺……“数字+光影”营造出奇幻氛围,吸引了大众目光。

“未来,以文化为内核的沉浸式文旅体验将会是文旅行业创新发展的方向之一,也是数字消费业态创新方向之一。”良业科技集团品牌负责人张海晏表示,我国夜间消费潜力巨大,尤其城市夜游保持了良好的增长势头,以数字光影为代表的数字消费业态,融合了文化、科技、时尚元素,为大众夜游增添了更多精彩。

数字赋能乡村 旅游升级发展

乡村振兴离不开数字技术的加持,乡村旅游同样需要融入数字技术。《规划》提出,推进数字社会治理精准化,深入实施数字乡村发展行动,以数字化赋能乡村产业发展、乡村建设和乡村治理。

各地实践表明,数字技术不仅能提高乡村旅游管理效率,更重要的是可以助力乡村旅游“触网”,更好融入城乡旅游经济圈乃至全国旅游大市场。

在山东省曲阜市尼山镇鲁源新村,当地依托紧邻尼山圣境景区的区位优势,大力发展民宿产业,并建起了数字化管理平台,对全村住

宿、餐饮、交通、停车等进行统一管理，让行业监管、客流调配、营销推广等实现数字化，让民宿经营户既省心又获利。

在重庆市开州区桐林村，当地依托数字技术打造“认养农业”，市民通过手机便可轻松查看“自家”果树的生长情况；在开州区三峡乡村牡丹园，市民游客线下购买一盆牡丹，线上还能获得一盆“数字孪生牡丹”，并可通过微信小程序记录牡丹生长的点滴，增添一份乐趣。

“依托数字技术，乡村旅游在营销和管理上都能有所突破。”北京数字创意产业协会副秘书长曾贞表示，营销上，可利用VR、AR技术助力乡村IP的打造和推广；管理上，可借助大数据、LBS等信息技术，平衡淡旺季，进行拉新和疏流。

“数字乡村是我国乡村振兴的战略方向，是建设数字中国的重要内容，也是乡村旅游发展的关键。”携程集团副总裁王伟表示，随着数字化技术的进一步发展，把数字化渗透于乡村旅游产业的应用场景、公共服务和管理系统，将有效促进乡村旅游在更大范围和更高水平上实现高质量发展。

(中国旅游报记者 李志刚)



政策聚焦

一、文化和旅游部关于印发《文化和旅游标准化工作 管理办法》的通知

文化和旅游部关于印发《文化和旅游标准化工作管理办法》的通知
(文旅科教发〔2023〕28号)

各省、自治区、直辖市文化和旅游厅(局)，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局，本部各司局、各直属单位，文化和旅游部管理的全国专业标准化技术委员会：

为贯彻党的二十大精神，落实《国家标准化发展纲要》要求，进一步规范文化和旅游标准化工作，充分发挥标准化对行业高质量发展的引领和支撑作用，我部制定了《文化和旅游标准化工作管理办法》。现印发你们，请遵照执行。

特此通知。

文化和旅游部

2023年2月21日

文化和旅游标准化工作管理办法

第一章 总 则

第一条 为规范文化和旅游标准化工作，推进文化和旅游标准化

建设,发挥标准对文化和旅游高质量发展的引领和支撑作用,根据《中华人民共和国标准化法》及相关规定,结合文化和旅游行业的实际情况,制定本办法。

第二条 本办法所称标准是指文化和旅游领域需要统一的技术要求,包括国家标准、行业标准、地方标准、团体标准和企业标准,国家标准分为强制性标准、推荐性标准。

文化和旅游标准的制定、实施和监督,适用本办法。

第三条 文化和旅游标准化工作应当遵循下列原则:

- (一) 符合法律法规和国家有关规定;
- (二) 践行社会主义核心价值观,坚持正确导向;
- (三) 适应文化和旅游发展规律和行业需求,坚持社会效益、经济效益和生态效益相统一,坚守行业安全生产底线;
- (四) 标准制定过程公开、透明,充分体现利益相关方的诉求;
- (五) 充分体现科学性、规范性、协调性和时效性。

第四条 文化和旅游部管理本部门、本行业的标准化工作。地方文化和旅游行政部门依据职责开展本行政区域内的文化和旅游标准化工作。

第五条 各级文化和旅游行政部门应当加强标准相关研究,以科技创新提升标准水平,推动文化和旅游标准与科技创新互动发展。

各级文化和旅游行政部门可以在协商一致、协同推进的基础上推动区域性标准相关工作,在制定法规和政策文件时积极应用标准。

第六条 各级文化和旅游行政部门应当将标准化工作纳入发展规划和工作计划，将标准化工作经费纳入部门预算。鼓励社会资金投入文化和旅游标准化工作。

第七条 鼓励企事业单位、社会团体和教育、科研机构等开展或者参与文化和旅游标准化工作。

第八条 各级文化和旅游行政部门应当强化标准人才队伍建设，加强标准业务交流，充分发挥标准专家的作用，推动科研人员标准化能力提升。

第九条 文化和旅游标准化工作应当根据实际需要研究和采用国际标准，推进中国标准外文版翻译工作，参与国际标准制定，开展标准化对外交流与合作，推进中国文化和旅游标准国际化。

第二章 机构与职责

第十条 文化和旅游部科技教育司（以下简称“科技教育司”）归口管理文化和旅游标准化工作，主要承担下列工作职责：

（一）组织编制和实施文化和旅游标准化工作相关规划，拟定文化和旅游标准化工作规章制度，推动文化和旅游标准体系建设；

（二）对文化和旅游部管理的全国专业标准化技术委员会（以下简称“技术委员会”）业务进行指导、协调和管理；

（三）依据职责指导技术委员会开展推荐性国家标准申请立项、报批等工作，组织强制性国家标准的项目提出、起草、征求意见、技术审查和国家标准复审；

（四）组织开展文化和旅游行业标准的立项、审查、报批、编号、发布、备案、出版、公开和复审等工作；

（五）组织开展文化和旅游标准的宣传和实施情况的监督检查；

（六）参与、协调文化和旅游标准国际化工作；

（七）统筹协调本行业标准化试点示范和跨区域标准化工作；

（八）依据职责推进文化和旅游团体标准工作；

（九）组织开展文化和旅游标准研究、培训等；

（十）归口管理其他文化和旅游标准相关工作。

第十一条 文化和旅游部相关业务司局主要承担下列工作职责：

（一）对涉及本司局业务的标准工作提出意见和建议；

（二）提出本司局业务范围内的标准需求和计划项目建议，推动相关标准起草；

（三）开展本司局制修订相关标准的宣传、组织实施和监督检查；

（四）协同科技教育司对相关技术委员会开展工作进行业务指导；

（五）配合做好本司局业务相关国家标准、行业标准的咨询答复。

第十二条 文化和旅游部管理的技术委员会按照《全国专业标准化技术委员会管理办法》的规定，主要承担下列工作职责：

（一）研究分析本专业领域标准需求，对文化和旅游标准化工作提出建议；

（二）研究和编制本专业领域标准体系，提出标准计划项目建议；

（三）组织开展国家标准、行业标准的起草、征求意见、技术审查、复审及标准外文版的翻译、审查等工作；

(四) 受标准发布部门委托, 承担归口标准的协调沟通及咨询答复;

(五) 开展本专业领域的标准宣传、培训和标准研究、学术交流活动;

(六) 根据工作需要参与本专业领域国际标准工作;

(七) 履行技术委员会业务相关重要事项报告程序;

(八) 承担国务院标准化行政主管部门、文化和旅游部交办的其他标准工作。

第三章 标准的制定

第十三条 文化和旅游国家标准的管理按照《国家标准管理办法》《强制性国家标准管理办法》执行。

对文化和旅游行业范围内保障人身健康和生命财产安全、国家安全、生态环境安全以及满足经济社会管理基本需要的技术要求, 应当制定强制性国家标准, 按照程序报国务院批准发布或者授权批准发布。

对满足基础通用、与强制性国家标准配套、对文化和旅游行业起引领作用等需要的技术要求, 可以按照程序报国务院标准化行政主管部门制定推荐性国家标准。

第十四条 文化和旅游行业标准的按照《行业标准管理办法》和本办法执行。对没有推荐性国家标准、需要在文化和旅游行业范围内统一的技术要求, 可以制定文化和旅游行业标准。文化和旅游行业标准是文化和旅游部依据行政管理职责, 围绕重要产品、工程技术、

服务和行业管理需求组织制定的公益类标准。

文化和旅游行业标准的技术要求不得低于强制性国家标准的相关技术要求，应当与现行相关国家标准和行业标准相协调。跨部门、跨行业的技术要求不应当制定文化和旅游行业标准。禁止利用行业标准实施妨碍商品、服务自由流通等排除、限制市场竞争的行为。文化和旅游行业标准原则上应当有明确的组织实施的责任主体。

（一）科技教育司每年公开征集文化和旅游行业标准计划项目建议，经立项评审、征求相关单位意见后，下达行业标准计划。计划下达后应当按照确定的项目名称、期限等执行，原则上不做调整；确须调整的，按规定程序审批或者备案后执行。

（二）文化和旅游行业标准起草单位应当按照规范的格式、体例和相关要求起草标准文本，起草单位和技术委员会应当广泛征求意见。

（三）文化和旅游行业标准征求意见完成后，经技术委员会审查形成报批材料。未通过审查的项目，起草单位应当在规定期限内修改完善并再次提交审查；或者根据审查结论，通过技术委员会提出调整或者终止项目计划的建议，报科技教育司审核。

（四）文化和旅游行业标准报批材料经审核后，由科技教育司征求相关单位意见，报文化和旅游部批准发布，按程序编号、出版。行业标准的编号由行业标准代号、标准发布的顺序号及年份号组成。文化行业标准代号为 WH，旅游行业标准代号为 LB。

（五）文化和旅游行业标准发布后按照要求报送国务院标准化行政主管部门备案。

第十五条 文化和旅游地方标准的管理按照《地方标准管理办法》等相关规定执行。为满足地方自然条件、风俗习惯等涉及文化和旅游行业的特殊技术要求,地方文化和旅游行政部门可以提出或参与制定文化和旅游地方标准。

第十六条 文化和旅游团体标准的管理按照《团体标准管理规定》执行。学会、协会、商会、联合会、产业技术联盟等依法成立的社会团体,可以协调相关市场主体共同制定满足市场和创新需要、符合国家有关产业政策、高于推荐性标准技术要求的文化和旅游团体标准。各级文化和旅游行政部门会同有关部门对团体标准进行规范和引导,促进团体标准优质发展。

第十七条 文化和旅游企业标准的管理按照《企业标准化管理办法》执行。文化和旅游相关企业可以制定高于推荐性标准技术要求的文化和旅游企业标准。

第十八条 在文化和旅游国家标准、行业标准实施过程中,需要调整个别技术要求的,可以按照国家标准、行业标准修改单管理的有关程序进行修改。

第十九条 行业标准计划下达后,文化和旅游部根据工作需要和实际情况给予起草单位适当经费支持。起草单位经费使用应当符合财政部、文化和旅游部相关经费管理规定,实行专款专用。

地方文化和旅游行政部门的制定经费管理可以参照前款规定执行。

第四章 标准的实施和监督

第二十条 文化和旅游标准制定单位可以委托出版机构出版发行,并依法向社会公开。鼓励团体标准、企业标准通过标准信息公共服务平台向社会公开。

第二十一条 文化和旅游国家标准、行业标准、地方标准发布后,各级文化和旅游行政部门、相关技术委员会应当开展标准宣传,做好标准解读。鼓励企事业单位和相关社会组织开展文化和旅游标准的宣传和业务交流。

第二十二条 企事业单位和相关社会组织是标准实施的主体,应当严格执行强制性标准,积极采用推荐性标准。各级文化和旅游行政部门依据职责组织标准实施,符合条件的可以通过开展评定、评价等方式推动标准应用。

第二十三条 各级文化和旅游行政部门会同有关行政主管部门对标准实施进行监督检查,并在法定职责范围内落实标准相关的安全生产工作责任。

第二十四条 文化和旅游部建立文化和旅游标准实施信息反馈和评估机制,组织技术委员会适时对国家标准、行业标准进行复审,复审周期一般不超过5年。经过复审,对不适应经济社会发展需要和技术进步的标准及时修订或者废止。

第二十五条 文化和旅游部组织开展本行业标准化试点示范工作。鼓励县级以上地方文化和旅游行政部门在本级人民政府支持下推

动本行政区域内的相关标准化试点示范工作。鼓励文化和旅游企事业单位、各类组织积极参与国家各类标准化试点示范建设。

第二十六条 任何单位和个人有权向标准化行政主管部门、有关行政主管部门举报、投诉文化和旅游标准化工作中存在的违法违规行为，根据法律法规或者国家有关规定追究相应责任。

第二十七条 各级文化和旅游行政部门对在标准化工作中做出显著成绩的单位和个人，按照国家有关规定开展表彰奖励，对技术水平高、创新性强、效益明显的标准，积极向有关部门推荐申报标准化或者科技成果等方面的奖励。

第五章 附 则

第二十八条 本办法自2023年3月1日起施行。《全国旅游标准化工作管理办法》（旅办发〔2009〕149号）、《文化行业标准化工作管理办法（暂行）》（科技函〔2011〕38号）和《旅游业国家标准和行业标准制订修订工作管理办法》（旅办发〔2016〕274号）同时废止。

二、文化和旅游部市场管理司关于优化涉外营业性演出管理政策的通知

各省、自治区、直辖市文化和旅游厅（局），新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局：

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，更好服务我国经济社会发展，推动演出市场加快恢复，根据国务院联防联控机制有关工作要求，经研究决定，自2023年3月20日起，各地文化和旅游行政部门恢复对涉外营业性演出的受理和审批。

各地要继续加强对营业性演出活动的审核把关，督促演出举办单位执行“乙类乙管”后的疫情防控措施，持续推动演出市场繁荣发展，更好满足人民群众精神文化需求。

特此通知。

文化和旅游部市场管理司

2023年3月16日



一、灵活用工模式受到酒店重视

多家酒店尝到甜头

前不久，希尔顿集团大中华区宣布开启“零工”模式第二阶段，在上海、杭州两个试点城市的 11 家酒店，面向社会人才提供灵活就业机会，这无疑为酒店行业的招人用人提供了参考。灵活用工模式对于酒店破解“用工难”究竟作用几何？

早在去年 9 月，希尔顿集团大中华区就推出了内部“零工”的用工模式，鼓励员工工作之余到集团旗下同区域的试点酒店尝试不同职位。“随着会议、婚宴等需求的不断复苏，我们切实感受到‘零工’模式为酒店运营带来的益处，北京地区在今年春节期间就完成了 26 单‘零工’任务。对酒店而言，这不仅优化了用工结构、打破了用工壁垒，也为员工的成长创造了更多实践机会。”希尔顿集团北京及河北地区总经理刘浩然介绍。

如今，不少酒店引入了灵活用工模式，应对基层岗位招聘难、人工成本高的问题。

南京金陵饭店总经理周蕾介绍，目前，酒店内部正式员工和灵活用工的比例分别为 70% 和 30%。“基础性、辅助性岗位酒店会采用劳务派遣、服务外包、实习生、临时工替补等方式，确实弥补了用工

缺口，缓解了阶段性客情高峰时的人员需求。灵活用工可以帮助酒店根据实际经营需要和季节性工作节奏灵活调控用工人数，灵活性、可操作性很高。”

“当前，劳动市场紧缩、员工流动加快成为服务业的经营痛点，在此背景下，灵活用工便成为诸多酒店面临员工缺失时的第一选择。”青岛海景花园大酒店总经理周泉红介绍，酒店在中西餐传菜、大型宴会服务、餐饮班后以及客房卫生清理等岗位都采用了灵活用工。其中，在传菜岗位灵活用工占到60%，大型宴会服务岗位占80%至85%。

“这些岗位劳动强度较大，而酒店花费大量时间培养的正式员工从事上述工作的意愿较低，采用内部帮工、季节工、兼职小时工、劳务外包等用工方式，可以优化用工结构，让更多员工专注于自身的强项，提升专业性。”

有业者坦言，酒店通过灵活用工平台把招聘、保洁、人事管理等事务外包出去，可以较多地节约招聘、奖金、培训等成本，减少的工资支出也不是一笔小数目。

“除了酒店集团内部进行人员流动，外部的灵活用工形式也更加多样，比如与劳务公司在小时工与外包方面进行合作；与院校建立长期战略合作；用好周边的社区资源，向小区、写字楼、物业等闲置的劳动力发布临时用工信息。”明宇商旅综合管理中心总经理熊莉介绍。

记者了解到，此次希尔顿开启的“零工”模式第二阶段，面向社会开放了23个基础岗位，以简单易上手为前提，邀请社会面专业人士参与，以此来提升社会资源匹配率。

完善机制更显重要

有业者说，灵活用工仿佛是酒店经营的一把双刃剑。虽然能够帮助酒店实现降本增效，但也在一定程度上造成了临时用工人员服务意识低、专业性不足、服务质量下降等问题，无法彻底根除酒店的人才困境。比如有的酒店甚至出现“到点甩手就走”的临时用工人员，他们不仅缺乏服务知识，服务意识和责任感也较差。而这又该如何破解呢？

建立强效机制进行管理是弥补灵活用工“上手难、效率低、风险高”问题的关键。周蕾认为，酒店在引入灵活用工时须建立相应的管理规定和标准服务流程，让临时用工人员能够最快、最简单地开展酒店服务。同时，岗位技能和文化意识培训一个也不能少，按照工作经验、技能类型、服务满意度等维度对其进行分类管理，让与企业文化、岗位需求高度匹配的员工上岗。如果是劳务外包人员，与合作方进行密切沟通也非常重要，这样才能保障临时用工人员的稳定性、可持续性。

“保证服务质量是酒店灵活用工的命门，用工是灵活的、工作是碎片的，但为客人提供的服务是一体化和高品质的。”为避免服务意识不强、服务水平不高的问题，周泉红说，在酒店临时用工人员上岗

前,相应的岗位管理人员会对其召开“班前会”,进行简单培训。此外,此类人员上岗时一定要有酒店老员工的引领,尽量让他们从事接触客人少的岗位,既能避免临时用工人员因业务不熟悉造成的顾客投诉,又能起到对他们的监督和帮带作用。“做好对临时用工人员的维护和培训也很重要,让他们遵守酒店的制度,认同酒店的文化,更有责任心、归属感和品牌意识。”

希尔顿集团大中华区及蒙古人力资源副总裁王晓蓉建议,酒店在引入灵活用工时,要建立标准的服务流程,确保其符合酒店的运营标准及操作规范,此外,临时用工人员的岗位设计也要注重简约原则。

“把传统岗位中的工作拆分出来,创建出新的、更精细化的用工任务和环节,这就降低了用人的技能要求,经过简单培训后即可快速上岗。”

有业者提醒,在灵活用工模式下,企业与从业者之间的关系由签订劳动合同的雇佣关系转变为合作关系,如果相关政策法规支撑不到位、相关部门监管有缺失,企业与从业者就较容易产生劳动纠纷,造成双方合法权益的损害。因此,要保障酒店及临时用工人员的权益,就要让专项法律法规以及管理方案及时匹配到位。

关键还是留住人心

如今,不少酒店业者也开始了更多尝试,不仅将临时用工人员引进来,还希望让更多优质人才留下来。灵活用工的从业人员对良好的

工作环境与企业福利有着同样的渴望，如何留住他们，实现效率与价值的最大化，是企业需要认真思考的问题。

王晓蓉介绍，为了让临时用工人员尽快上手，酒店对开放的岗位进行了适配外部人才的职能重构，为“零工”就业降低门槛，令其尽快熟悉工作。舒适的工作环境、可口的工作餐、时薪秒结的结算方式等对临时用工人员比较有吸引力，上海奉贤前昇希尔顿酒店准备了“零工”上岗欢迎卡，以简单明了的方式帮助临时用工人员快速融入工作环境和上手新工作。

想要留住人心，人文关怀必不可少。“对于可以长期在酒店兼职的人员，我们会提供免费食宿，让他们感觉到酒店大家庭的温暖，感受到‘在家靠父母、在店有我们’的氛围，让他们更有愿意融入我们、真正加入我们。”周泉红说。

随着充满个性、喜欢自由的00后相继进入职场，酒店业者也在根据其思维习惯、需求特点作出策略调整。“00后更看重工作氛围与环境，对自己的职业规划也较为明晰，不想做‘工具人’的意识更为强烈。为此，即使是灵活用工，也不能用‘老模式’‘旧思路’，要更多地让他们发挥主观能动性，激发热情、展示才能，实现自我价值，这才是稳住员工的有效途径。年轻群体看待职场更为理性，只有通过酒店扎实的品牌基础以及优厚的福利待遇才能留住他们。”周蕾说。

“我们常说，要把酒店办成一支部队、一所学校、一个家庭，通过组织咖啡、茶艺、化妆、摄影、VIP 管家服务等专业项目的周期性培训，提升包括临时用工人员在内的多岗位、多层级的职场技能，他们对于酒店的归属感也会随之增强。”周泉红说。

“解决用工问题，治标更要治本。灵活用工本身并不是酒店的目的，关键是保障服务质量、留住专业性人才、提供客人满意的服务。归根结底还需要从源头解决企业的经营问题，提高对人才的吸引力。”日出·东山海海岸度假区总经理唐伟良提醒。

“无论主动或被动，灵活用工已经被酒店行业越来越多地应用。但是，酒店行业是以经验为主导、劳动密集型行业，灵活用工对于提升酒店服务质量、产品质量方面仍有拓展的空间。”一位业者总结道。

(中国旅游报见习记者 唐伯侬)

二、全国两会上建言献策——全国政协常务委员赵雯：

加强 IP 法规建设 促进文旅深度融合

本报讯（记者 徐晓）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。当前，国内文旅企业纷纷推出丰富多样的文旅项目，成为推进文旅深度融合的有力抓手。全国两会期间，全国政协常务委员、九三学社中央原副主席赵雯接受中国旅游报社记者专访时提出，应加强知识产权法规建设，促进文化和旅游深度融合发展。

“IP 是文旅项目开发运营的前提与基石，优质文旅项目应拥有专属 IP。没有 IP 就意味着不能形成法律上的排他性保护，也就不具备业态延伸和无形资产价值。”赵雯表示，随着产业发展，文旅 IP 的重要性日益彰显，加快文旅 IP 法规建设迫在眉睫。

赵雯表示，当前，文旅 IP 开发运营中存在产权界定不明晰，文旅 IP 抢注频发、多元归属，文旅 IP 的保护与运营缺少法规支持等问题。对此，赵雯建议，加快文旅 IP 相关立法。针对基于公共文化资源二次开发的文旅 IP，尽快制定相关法律或部门规章，明确并规范其开发边界、开发规范、权利归属、授权与交易等运营行为。

“文化和旅游部门、知识产权管理部门应进一步规范行业秩序，依法加强对文旅 IP 的保护与监管，促进独创性高品质文旅 IP 发展。”赵雯表示，可引导文旅企业在 IP 开发初期做好品牌规划，制定文旅 IP 保护策略，在运营期间加强文旅 IP 保护。

赵雯还建议，尽快搭建国际化的文旅 IP 孵化、授权、交易、投融资综合平台，并完善全产业链公共服务体系，促进文旅创新制度化、系统化、可持续化。通过举办专题论坛、业务培训等辅导活动，引导和鼓励文旅企业熟悉国际文旅 IP 行业市场规则、成功经验，加强本土人才培养，构建具有中国特色的文旅 IP 运营机制。为中国本土文旅企业、文旅 IP 出海提供政策扶持与法律保护，推动中国优秀文化、优质旅游产品走向世界。

（中国旅游报记者 徐晓）

三、全国两会上建言献策——全国政协委员、广西壮族自治区文化和旅游厅厅长欧余军：推进旅游法及相关行政法规修订

本报讯（记者 徐晓）全国两会期间，全国政协委员、广西壮族自治区文化和旅游厅厅长欧余军建议，推进《中华人民共和国旅游法》（以下简称“旅游法”）及相关行政法规修订，丰富完善旅游法管辖范围。

欧余军表示，当前，旅游新业态不断涌现，亟待专门的法律法规引领促进和规范提升。如旅游民宿的规范发展涉及公安、住建等多个部门以及多部法律法规和行业标准规范，在没有统一法律规定的情况下，难以形成产业发展的法治保障合力。因此，建议在旅游法中突出市场综合监管特点，细化明确旅游市场监管责任。同时，建议借鉴各地旅游市场综合监管、联合执法和游客权益保障等工作机制。

“旅游法中并未对旅游者、不合格供应商、不合理低价、景区开放条件等概念和行为作出解释，也未在配套的行政法规规章中进行明确补充说明。此外，旅游法对信息化、电子化市场存在监管死角。”对此，欧余军建议，尽快明确相关概念、行为，顺应数字化监管趋势

和实际需求,明确线上旅游经营行为监管授权和信息共享的法律规定特别是出境旅游的管理规范。

欧余军还建议,对旅游法中“不合理低价游”相关条款进行修订,明确“不合理低价游”非法经营链条中的主体责任,适当加大对违法行为的处罚力度。

(中国旅游报记者 徐晓)



专业研究

文化和旅游市场信用体系建设现状、问题及优化建议

信用体系建设是新时期文化和旅游行业高质量发展的客观要求，也是深化“放管服”改革，提升行业治理效能，推动企业诚信发展，释放发展新活力的必然要求。我国文化和旅游市场信用体系经过几十年的建设，已取得了长足的进步，成为产业高质量发展的重要助推器。与此同时，信用体系还存在一些不足，有待在未来持续优化。

一、建设现状

（一）构建了信用体系的顶层设计

文化和旅游市场信用体系建设经过不断完善，正形成以法律法规为基础，涵盖信用信息归集、信用评价、评价结果奖惩、信用修复等全过程，涉及文化和旅游全行业的顶层制度体系，这套制度体系对我国文化和旅游市场信用体系建设起到了科学、有效的指导作用。2000年以后，文化和旅游行业文件中开始提及信用，但早期主要出现于综合性文件中，随着信用体系建设的逐步推进，关于信用的专门性文件不断涌现。2005年的《营业性演出管理条例》、2006年的《娱乐场所管理条例》，均提出要建立经营活动信用监管制度，建立健全信用约束机制。2009年，《国务院关于加快发展旅游业的意见》提出要加强旅游诚信体系建设，建立信用等级制度等。此后，文化和旅游

领域多个文件均对信用建设有所涉及,内容涵盖了信用评级、信用制度、信用信息、信用奖惩、信用监管等内容。2016年,《关于加强旅游诚信建设实施失信联合惩戒的通知》,成为首个完全聚焦旅游行业信用的文件。2018年以来,《全国文化市场黑名单管理办法》《旅游市场黑名单管理办法》《关于对文化市场领域严重违法失信市场主体及有关人员开展联合惩戒的合作备忘录》《关于对旅游领域严重失信相关责任主体实施联合惩戒的合作备忘录》《关于开展文化和旅游市场信用经济发展试点工作的通知》《文化和旅游市场信用管理规定》等一系列专门性信用文件出台,构建起文化和旅游市场信用体系建设的“四梁八柱”。尤其是《文化和旅游市场信用管理规定》,作为首部专项部门规章,是我国文化和旅游市场信用体系建设的“顶梁柱”,为文化和旅游市场信用经济的规范发展提供了法律法规保障,标志着文化和旅游市场信用体系建设进入了法治化、规范化建设的新时期。

(二) 形成了有效运行的信用监管机制

以信用为基础的新型市场监管机制正在形成。2018年以来,文化和旅游行业形成了“黑名单+备忘录”机制,将失信主体和失信被执行人纳入黑名单,对其实施信用约束和联合惩戒,实现了有重点的监督,提升了监管效率。2022年《文化和旅游市场信用管理规定》正式实施,构建了囊括信用承诺、信用信息采集与共享、信用评价、失信认定、信用管理、信用修复等信用全过程的管理制度,推动文化和旅游市场信用体系建设进入以法律法规为指导的新时期。我国文化

和旅游市场信用监管初步构建了有效运行的新机制：一是出台了信用监管的相关法律法规，为文旅信用监管提供了法律依据。文化和旅游部出台了《文化和旅游市场信用管理规定》，浙江、天津、山东、甘肃、湖南等省份出台了《文化和旅游市场信用管理办法》。二是构建了信用信息共建共享平台。文化和旅游部建立了全国文化和旅游市场信用管理系统，北京、浙江等多个省份建立了信用平台，打通跨部门、跨行业、跨地区信用数据，实现数据的实时调用。三是形成了分类监管机制。根据文化和旅游企业信用评价结果，采用梯次化监管措施，加强对低信用企业的监督检查。北京、上海、浙江、江苏等多省份已实现了依据信用评价结果对文旅企业进行分类监管。四是成立信用体系建设协调性领导机构，加大对文旅信用体系建设的跨部门、跨行业协调。广东、湖南等多省份设立了由文化和旅游厅厅长任组长的信用体系建设工作领导小组，统筹协调本省（区市）文旅信用体系建设和管理。五是形成了跨区域信用监管平台或机制，实现跨区域信用信息共享和联合惩戒，如信用长三角平台、京津冀旅游信用协同监管机制等。

（三）建立了以品牌为引领的信用应用体系

文化和旅游信用信息应用场景持续拓展，信用应用领域不断扩展，行业逐渐形成了以信用品牌为引领的新建设时期。从目的地层面，文化和旅游部在全国开展了文化和旅游市场信用经济发展试点工作，试点城市成为引领各地信用经济建设的典型代表。上海的“信游长三角

+”旅游品牌、“黄浦最上海”文旅信用宣传品牌，广州、镇江、荣成等地打造的信易游、信易贷、信易宿等多个“信易+”品牌等，正成为各地文旅信用应用创新的重要方式。

二、存在的问题

(一) 制度和标准体系建设不完善

制度和标准是文化和旅游市场信用体系建设的基础。文化和旅游市场信用体系建设亟需构建完善的信用信息共享、信用评价和结果应用的完整体系，目前跨部门、跨行业、跨区域的文旅企业信用信息尚未形成统一、畅通的共享机制，有待于进一步打通信息壁垒。现有部门规章、文件还缺乏分类的、细化的信用内容，有待于从法律法规和部门文件等多维度不断完善。文化和旅游行业相关信用标准缺失，目前只有《数字文化企业信用评价指标》一个国家级标准，内容主要聚焦于数字文化企业信用，缺乏关于旅游企业和文化企业信用的国家或行业标准，无法对全国及各地的企业信用评价和应用形成统一指导。目前多个地方出台了地方性的、细分行业的信用评价规范，如北京市《旅行社信用评价规范》、广州市《文化和旅游市场主体信用评价规范》、贵阳市《旅游企业诚信服务规范》等，但各地标准体系不一，无法形成全国统一的规则，难以兼容文旅企业信用评价结果。

(二) 全国统一的信用评价和应用体系尚未形成

文化和旅游市场信用体系建设中，尚未形成全国统一的信用评价标准。部分省份已经出台了文化和旅游市场信用分级分类管理办法，

但各地的分级分类标准和分类结果不一，难以实现与其他省份的互认，造成信息壁垒和信用资源的浪费。同时，各地在信用评价结果应用中，应用行业、应用场景、应用程度都有差异。有的省份将公共信用和行业信用相结合，有的仅考虑行业常规管理内容，所涉及的范围也不相同，大大降低了信用评价结果的普适性和信用监管效率。

（三）部分市场主体诚信意识不足

部分文旅企业信用意识淡薄，由此引发的投诉问题屡见不鲜。刚刚过去的春节，部分旅游地出现了酒店临时涨价，拒绝预订游客入住，以及低价团胁迫游客购物等不良现象，不仅严重损害了游客权益，也反映出部分旅游企业信用意识淡薄。文化和旅游部旅游质量监督管理所发布的《2020年旅游投诉分析报告》显示，2020年有效旅游投诉49534件，同比增长47.43%。旅行社、景区和在线旅游企业仍是被投诉较多的市场主体。旅游人数大幅下降，但旅游投诉逆向增长，反映出部分文旅企业诚信意识不足，以失信换短期利益的行为也影响行业的可持续发展。

（四）各地信用体系建设程度参差不齐

从各地文旅市场信用体系建设进程看，推进速度有快有慢，制度完善程度也有很大差别。浙江省已出台《浙江省文化和旅游行业信用监管办法》等9个文化和旅游信用相关的政策文件，是信用制度较完善的省份。浙江、天津、山东、湖南、甘肃、北京、江苏等省市均制定了省级文化和旅游市场信用管理办法，大连、武汉、宁波、南京、

南宁、张掖、荣成等城市制定了市级文化和旅游市场信用管理办法，在制度建设方面快速推进。京津冀、长三角、黑吉辽蒙等积极推进区域信用监管一体化。但个别省份的文化和旅游市场信用体系建设相对滞后，无法适应旅游业高质量发展的要求。

三、优化建议

(一) 完善文化和旅游市场信用管理制度

推动建设全行业适用的旅游信用信息共享平台，构建与公安、法院、金融、信用等关联机构的信息共享机制，实现对旅游企业和旅游从业者相关信息的共享。充分发挥协会等第三方机构在旅游企业信用建设中的作用，由第三方机构推动旅游企业信用承诺、行业信息共享等工作的开展。推动区域间信用监管合作机制，对跨区域失信行为实施联合惩戒措施。

(二) 优化文化和旅游企业信用评价与应用体系

针对文化和旅游行业特点，分类出台文化类和旅游类企业信用评价的国家标准或行业标准，以标准为手段，形成全国统一的行业信用评价体系。针对评价结果对文化和旅游企业信用进行分级，根据分级结果实施分类分级监管。与金融机构、保险机构联合建立信用结果应用平台，将企业信用评价结果与企业的贷款、融资、保险产品相关联，以外部力量约束企业自觉诚实守信。

(三) 培育并强化行业信用文化和信用意识

充分利用相关平台和媒介,开展文化和旅游市场信用体系建设及宣传工作,推动营造全行业重信用、信用也是资本的行业氛围。加快建立信用承诺制度,将信用承诺纳入企业信用档案,拓展信用承诺应用范围。各级文化和旅游部门将全国或本地的企业服务质量评价、企业信用评价、市场失信名单等相应结果通过统一平台予以共享,游客可线上查询相关结果,强化信用与市场间的关系。拓展文旅信用应用场景,将信用拓展到企业创办、运营的各环节,增强企业信用意识,培育诚信企业。

(四) 完善以试点为引领的区域信用体系建设制度

广泛宣传、推广文化和旅游市场信用经济发展试点成果,将各地成功经验向全国推广,提高各地文化和旅游市场信用体系建设的质量及水平。打造文旅信用等级品牌,借鉴景区、酒店等评定经验,推广A级信用企业品牌。通过文旅信用品牌创新政策激励等方式,鼓励各地文旅企业信用品牌建设和创新。

(注:本文系2022年文化和旅游部部级社科研究项目“文化和旅游行业信用体系建设:理念、路径和机制”[22DY05]的研究成果。)

(作者单位:北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院)