

权威视点

推动旅游与文化在融合中实现新发展

主讲人 国家旅游局局长 邵琪伟

编者按 当今世界 经济结构正在经历深刻变化 旅游业也进入一个大发展大调整时期 旅游与文化的关联度、协同性日益增强。适应旅游与文化融合的新趋势 推动旅游文化产业实现新的更大发展已成为新的重大课题 需要在实践中不断研究探索。国家旅游局局长邵琪伟围绕本期主讲话题 深入剖析了旅游和文化之间的关系 并对如何推进旅游产业和文化产业有机融合进行了多方面的阐述。

深刻认识旅游与文化之间的关系

识传播以及艺术审美享受等效果,对促进社会文明进步和人的全面发展都有着积极意义。

其二,旅游是文化传承保护的重要渠道,发展旅游业可以增强文化的活力。我国旅游业的快速发展,得益于我国丰富灿烂的文化遗产和文化资源。同时,旅游业的发展也在市场经济条件下为优秀传统文化资源的保护、传承和发展提供了新的动力。目前我国有2351家国家重点文物保护单位、251个历史名镇名村、2141所博物馆、3258所文化馆。全国132家5A级旅游景区,文化类景区超过半数,其中,世界文化遗产和世界文化与自然双遗产景区达28家。我国各民族丰富多彩的民族风情、风俗习惯等也都是重要的文化资源。这些文化资源大都具有典型的旅游利用价值,通过旅游推动了文化的传承和保护。开发旅游业,需要在切实做好保护的前提下,对各类文化文物资源进行梳理和修整,需要对古城、古镇、古村落进行挖掘和利用,从而让文化文物资源多年沉睡的价值展现在游客面前,这也利于文化文物资源的可持续发展。

其三,旅游是文化交流的重要方式,发展旅游业可以促进不同文化、文明间的

沟通与交流。现代社会大众旅游的发展,已成为传播文化的最有效载体之一。人们在旅游中对文化的接受是在一种完全自愿的环境中发生的,是出于旅游者个人意愿而对其产生潜移默化影响的,因而也最有效、最持久。旅游还是跨国界、跨地区的交往和跨文化的交流。自古以来,我国历史上的每一位旅行者都是文化的传播者,是促进沟通交流的文化使者。随着现代交通条件的改善,国际间的往来更加便利,旅游可以在更广范围的领域展开,为各国人民加深了解、增进共识提供了更为广阔的平台。实践证明,旅游可以使不同国家、不同地区、不同民族、不同文化、不同生活方式的人民增进了解、加深理解、促进友谊。很多国外游客通过旅游加深了对中国和中国人民的了解,许多中国游客也通过出国旅游 零距离 了解了外国和外国文化。

其四,旅游是文化形象的重要载体,发展旅游业可以弘扬中华文化。每年数千万国际游客来到中国,首先接触到的是中国的旅游业者和旅游资源、旅游配套服务和设施。依托旅游资源和旅游渠道,通过丰富多彩的旅游线路、活动和服务实现对外交流,能够使各国的游客在旅游中认识、了解、感知一个真实发展变化的中国,进而传播、展示、塑造我国良好的国家形象。2011年,我国出境旅游已达7025万人次,如此众多的中国公民出国(境)旅游,也一定会把具有五千年历史的中华文明传播到世界各地,有利于宣传中国和平发展的国家形象,有利于推进与世界各国和地区人民的友好交往。

其五,旅游是文化繁荣的重要支撑,发展旅游业可以推进文化的改革创新。旅游和文化的结合为文化创新提供了新的平台。近年来,全国各地从资源特色出发,大胆探索,勇于实践,先后涌现出一批历史文化名城和特色文化旅游城市,出现了以北京故宫、甘肃敦煌、西安兵马俑、苏州园林等为代表的文化旅游精品景区,以云南丽江、江苏周庄、浙江西塘、江西婺源等为代表的特色古城(古镇),以深圳华侨城、杭州宋城集团、曲江文旅集团、宁夏西部影视城等为代表的知名文化旅游企业,以广西壮族三月三歌会、蒙古族 那达慕大会 等集旅游、文化、节庆于一体的民俗节庆活动,以《印象刘三姐》和《印象丽江》为代表的印象系列、甘肃《大漠敦煌》等一批场面宏大、制作精美、演绎精湛、格调高雅的旅游文化演艺作品,以中国剪纸、陶瓷、织绣、泥塑、皮影等为代表的旅游文化商品,等等。但与巨大的市场需求相比,在旅游文化的体制机制、内容形式、传播手段和发展业态等方面的创新上还有着广阔的空间,需要不断的探索和挖掘。

② 推进旅游产业和文化产业有机融合

内容;在指导基层旅游工作和旅游目的地建设时,要注重旅游与文化的结合,善于运用各地丰富的文化资源发展旅游业;在指导旅游产品开发时,要注重突出文化特色和文化内涵;在指导旅游文化企业的发展中,要注重体制和机制的改革创新。

其次,要加强旅游文化精品建设。一是打造一批高品质旅游文化演艺产品,鼓励省市区和部分重点旅游城市打造出一台具有自身文化特色的国内外游客到此必看的旅游演艺节目。二是打造若干有影响力的旅游文化活动品牌,既要充分提升现有的旅游交易会文化内涵,又要重点支持和推出若干全国性的精品旅游文化活动。三是注重利用非物质文化遗产资源优势开

发旅游文化产品,对传统技艺类非物质文化遗产,通过生产性保护方式,加以合理利用;对传统表演艺术类非物质文化遗产,一方面注重原真形态的展示,另一方面通过编排,成为具有地方民族特色和制作效益的文化旅游节目。四是鼓励创意制作符合地方文化特点的文化旅游工艺品、纪念品,同时积极创造条件,加强文化旅游工艺品、纪念品的市场推广。

其三,要充分发挥红色旅游文化工程的作用。红色旅游是弘扬伟大民族精神和时代精神的文化工程。要通过深入挖掘红色旅游精神内涵,改进创新红色旅游宣讲和展陈方式,不断丰富内容,把这些宝贵精神财富充分展现在人民群众面前,

使人们从红色旅游活动中汲取精神力量,并转化为建设中国特色社会主义的强大动力。要积极推动红色旅游发展和红色文化精品创作相结合,通过组织编演红色经典文艺作品,出版红色旅游系列图书,举办红色旅游摄影展、博览会、红歌会等,打造一批反映地方红色文化的艺术精品,丰富红色旅游产品,增强红色旅游的感染力、影响力。

其四,要进一步深化国际旅游文化交流与合作。当今世界是开放的世界,开放促进发展,合作才能共赢,旅游发达国家通过旅游产业和文化产业结合来扩大影响力值得借鉴学习。我们要进一步采取措施,支持和鼓励针对国际游客需求开发包含我国文化精髓的旅游线路和文化旅游产品,创作一批旅游演艺节目。同时,还要将反映地方文化特色的文化产品纳入国内外旅游项目推广计划,充实旅游产品的文化内涵。

使人们从红色旅游活动中汲取精神力量,并转化为建设中国特色社会主义的强大动力。要积极推动红色旅游发展和红色文化精品创作相结合,通过组织编演红色经典文艺作品,出版红色旅游系列图书,举办红色旅游摄影展、博览会、红歌会等,打造一批反映地方红色文化的艺术精品,丰富红色旅游产品,增强红色旅游的感染力、影响力。

其四,要进一步深化国际旅游文化交流与合作。当今世界是开放的世界,开放促进发展,合作才能共赢,旅游发达国家通过旅游产业和文化产业结合来扩大影响力值得借鉴学习。我们要进一步采取措施,支持和鼓励针对国际游客需求开发包含我国文化精髓的旅游线路和文化旅游产品,创作一批旅游演艺节目。同时,还要将反映地方文化特色的文化产品纳入国内外旅游项目推广计划,充实旅游产品的文化内涵。

以基层组织建设为抓手深化创先争优

韩旭

创先争优活动开展以来,各级党委高度重视基层党组织建设,把它摆在重中之重的位置,努力帮助解决基层党组织自身无法解决的问题,努力为基层党组织开展活动、发挥作用创造条件,指导基层党组织强化功能,增强生机活力。

基层党组织强,党的事业和基础就强;基层党组织弱,则党的事业和基础就弱。在广大基层党组织和共产党员中开展创先争优活动,主要承担者是基层党组织。基层党组织是联结上下左右的枢纽,是开展创先争优活动的关键环节。有人认为,政党主要靠纲领、靠路线方针政策,基层组织起不了什么作用。这种认识存在很大误区,因为如果离开基层党组织,谁把党的纲领和路线方针政策贯彻落实到广大人民群众中去呢?基层党组织是党中央和各级党委在基层的代表,能够及时了解基层单位的客观情况,掌握人民群众的现实要求,群众能够从基层党组织的工作中判断和感受党的形象。因此,抓基层党组织建设,就是抓发展,抓和谐稳定,抓服务人民群众。

把今年确定为 基层党组织建设年,是党中央作出的重要部署,有利于在创先争优活动中把加强基层党组织建设进一步推向高潮。基层党组织建设是一项长期的任务,需要常抓不懈,但长期任务要有阶段性目标,不能借口说是长期任务,每年不急不慢、不痛不痒地抓,对党的事业采取不负责任的态度。要以创先争优为动力,抓好基层党组织建设年,集中优势资源,打一场固本强基、抓基层打基础的攻坚战,努

力使每个基层党组织都有新进步,推动科学发展、促进社会和谐,为党的十八大召开营造良好环境。

创先争优活动开展以来,各级党委大力在非公有制企业中建立党组织,扩大党组织和党的工作覆盖面,新组建的党组织比例大幅度提升。许多地方还从领导体制、功能定位、经费场地保障等方面进行积极探索,为非公有制企业党建工作提供了有力支持。

各级党委在实施重点突破的同时,大力加强农村、社区、国有企业、机关、学校等其他领域党的基层党组织建设。通过采取务实管用的措施,致力于巩固扩大一批先进的基层党组织,推动提升一批中间状态的基层党组织,整顿转化一批后进的基层党组织,提高了整个基层党组织建设的水平。

在创先争优中加强基层党组织建设,使中国共产党的先进性更加彰显。经济发展的主体在基层、在企业,如果企业这个经济细胞不行,整个经济发展就不行;除经济之外的其它各项社会事业发展的主体在基层,基层单位如果不行,各项社会事业的发展也就不行;全社会和谐稳定的

基础在基层,基层如果不稳定,整个社会就难以和谐稳定;党的政治优势和组织优势充分发挥的基础在基层,基层如果不行,党的政治优势和组织优势很可能就会落空;广大人民群众主要分布在基层,基层如果不行,团结凝聚人民群众也不行。因此,必须高度重视基层党建工作。

如果不开展创先争优活动,部分同志可能存在不重视基层、看不起基层、不愿花功夫加强基层的问题。轻视基层、看不起基层、不愿花大力气加强基层,就是忘记、淡化了群众观点、群众路线,忘记、淡化了我们党的优良传统。中国共产党正是通过全覆盖的基层党组织和党的工作团结凝聚和服务人民群众,相信、依靠、帮助、教育和引导人民群众,充分发挥他们的积极性和创造性。

创先争优的实践证明,凡是那些基层党组织坚强的地方,经济发展就好,各方面就和谐稳定、心齐气顺,人民群众就满意,反之,凡是那些基层党组织建设薄弱的地方,经济发展就不行,各方面矛盾和问题就多了,积累的不满情绪和怨气就多了,人民群众就不满意。当前和今后一段时期,面对我国经济发展和城市管理上出现

的新情况新问题新矛盾,必须大力加强基层党组织建设。

创先争优的实践使我们认识到,我们党的整体结构和功能作用,党的建设的状况,以及党领导的国家各项事业发展的状况,应当到基层党组织中观察和分析。基层党组织离现实最近,离人民群众最近,对真实情况反应最敏感最直接。无论是党的建设新的伟大工程,还是党领导的伟大事业,都不能从想象出发、从观念出发、从概念出发,而必须从活生生的现实出发、从基层的实际情况出发。不能满足于仅仅在上层各个机关之间转来转去,把工作重心只是放在上面,而必须真正落实到广大基层和人民群众中,把工作重心放在下面,防止 头重脚轻。

创先争优的实践还告诉我们,我们党作为一个马克思主义先进政党,在完成历史使命、实现最高和最终奋斗目标的历史进程中,将永远重视基层、加强基层,永远把组织和工作的根基 往下扎,永远与人民群众在一起。要坚决防止、抵制和克服各种把党组织设置不断往上移、党组织的设立远离群众,造成基层力量十分薄弱的错误的思想和行为;坚决防止、抵制和克服各种不相信广大基层和人民群众的错误思想。我们应当看到,创先争优活动的深入开展,大大强化了全党重视基层、加强基层的思想理念,大大强化了党的基层组织,大大增强了党与人民群众的血肉联系。

(作者系中央创先争优活动领导小组办公室指导组组长)

防范信贷风险 要探索新思路

杨勇

金融是现代经济的核心,金融企业是服务国民经济和社会发展的载体。随着我国经济发展水平不断提高并加速融入全球经济,我国金融企业既面临重要的发展机遇,也面临新的形势和挑战。如何在更加注重满足实体经济需求的同时,确保银行授信审批管理更加规范化、科学化,对防范信贷风险、提高贷款决策质量具有重要的现实意义。

首先,把好授信风险控制各个关口。完整的授信方案由授信结构和风险控制措施两部分组成。要在授信方案中充分揭示、评估授信业务风险点,有针对性地制定相应的风险防范措施,真正体现平衡风险与收益的要求,切实把好风险管理第一道关口。同时,还要进一步加大合规性审查力度。在客户信用等级认定环节上,提高客户评级工作的连续性和时效性,把好信贷客户风险控制关口;在授信业务受理环节上,严格按照总行审批操作规程及相关规定,把好合规性受理审查关口;在授信业务审批环节上,认真执行监管部门和银行信贷政策,把好授信风险控制的决策关口。

其次,合理控制审批节奏,有效保证均衡审批。授信审批量在不同月份间陡升陡降的现象,对保证审批质量乃至贷款质量有害无益。应牢固树立风险控制、质量至上的观念,合理确定审批工作周期,并予以制度化;通过建章建制,化被动受理审批为主动调控审批节奏,避免审批量的大起大落,保证月度间信贷审批量相对均衡。

其三,强化财务跟踪,关注企业财务变动趋势。金融单位各分支机构应充分重视调查报告对财务情况说明,深入分析客户的财务状况及其变化的主要原因,尤其要说明金额占比较大的主要科目异常变化情况,对于存货、应收账款、其他应收款等容易用来掩饰企业真实经营状况的科目,要进行深入分析。同时,要加强对报表真实性的判断。

其四,强化对银行相关效益的分析。各分支机构在申报信贷审批业务时,应测算客户每年对银行的贡献度,除对发放该笔信贷业务银行直接的利息收入或手续费收入进行测算外,还要测算由该笔信贷业务带来的相关效益,包括存款、结算量、存量盘活额度、中间业务收入等。同时,还要对由该笔信贷业务给银行带来的市场机会以及对银行经营策略的影响等进行分析,做到直接与间接,定量与定性相结合,详细分析办理此笔信贷业务所带来的收益。

其五,制定全行贷款审批标准,指引信贷业务怎么做。针对一些经办银行在开展对外营销时,因行业政策指引、信贷审批业务指引的缺失,以及经营指标的压力等因素,造成无方向的海选与营销,找不到或找不准目标客户和主要的风险点等问题,可以对该笔信贷业务给银行带来的市场机会,通过对企业生产经营和资金流动规律的分析,有效识别和控制信贷运行各环节的关键风险点,从动态的、发展的、全方位的视角锁定并抉择目标市场,对信贷准入标准作出明晰的指引,确定目标客户,从而提高信贷营销及审批工作的质量和效率。

其六,开展行业及政策调研,确定信贷业务做什么。要加强对产业政策和信贷政策的研究,加强宏观经济、行业、客户调研等工作,制定出符合银行发展战略的重点行业、产业的营销方案,以提高营销效率与审批效率。这样做,一方面有利于确保信贷经营者和专职审批人能及时了解客户,了解基层,贴近市场,掌握信息,解决信息不对称的问题,使审批工作更好地适应营销,营销工作更好地适应风险控制工作的要求,确保审批条件设置合理性和可操作性;另一面也有利于提高信贷营销与审批对把握营销方向的识别能力。可以考虑逐步按重点产业、行业分门别类制定相应的信贷政策,并组织开展对重点优质客户的贷后回访工作,协调解决基层行在重点产业、行业信贷营销与审批方面存在的问题,开展有效营销。

其七,以市场为导向,以客户为中心,开展积极而审慎的信贷业务创新。信贷业务产品创新,主要体现在根据企业、客户所要求的差别化、个性化服务和满足不同类型的客户需求等方面;对风险类型不同的客户,实行不同的服务标准;强化信贷营销在审批决策中的参与度、信贷审批在信贷营销中的指引与服务。要根据不同区域和客户的实际情况,体现区域差异、客户差异、风险控制的差异,对经济发达城区和经济相对落后的郊区区域,根据其区域信用状况和市场发育程度,采用不同的抵押物品种和抵押率,不搞 一刀切,从而有效控制风险。

其八,加强市场分析与调研,关注企业市场竞争力。企业所处的市场环境以及市场竞争力,是决定其贷款偿还能力的重要依据之一。同样,深化和完善一系列的市场、行业和产业政策的调研工作,是一个合格审批人不可少的工作,最终体现其专业能力,即分析判断能力,识别、评估授信风险的专业技术水平和能力。而且,营销者更要重视市场分析与调研,在授信业务调查报告中要加强对客户的生产环境及上下游市场对客户的影响、客户所在外部发展环境、客户的主要竞争对手及优、劣势分析等内容的调研和分析。金融单位各分支机构应高度重视这项工作,进行深入的市场调研,在授信方案中对企业所处的市场环境以及市场竞争力进行充分分析和披露。

与此同时,加强银行授信审批管理,还要在优化审批流程、提高审批效率、建立信贷审批内控长效机制等方面加大工作力度,确保银行业保持稳健运行。

(作者单位:北京农商银行)