

《网络小额贷款业务管理暂行办法(征求意见稿)》明确,网络小额贷款业务应当在注册地所属省级行政区域内开展,未经银保监会批准,不得跨省级行政区域开展网络小额贷款业务。

## 聚焦服务质量 开启旅游“信”体验

近年来,云南着力构建旅游行业诚信体系,通过深入开展涉旅经营户信用评价,努力营造诚信、规范、理性的旅游经营环境和旅游消费环境,为旅游产业高质量发展提供有力支撑

□ 本报记者 刘梦雨

接待游客2316.6万人次,按可比口径同比恢复79%,与全国持平;全省共实现旅游收入192亿元,同比恢复80.4%,高于全国10个百分点……从今年国庆中秋假日期间云南旅游经济交出的成绩单看,无论是节前,还是节日期间,云南均排在内地省份热门旅游目的地榜首。

旅游业是云南省的支柱产业。近年来,云南着力构建旅游行业诚信体系,通过深入开展涉旅经营户信用评价,努力营造诚信、规范、理性的旅游经营环境和旅游消费环境,为旅游产业高质量发展提供有力支撑,努力实现把云南建设成为世界一流旅游目的地的目标。

### 综合3项指数 形成旅游企业诚信分

“以往选酒店总是让人头疼,这次用‘一部手机游云南’App,把‘诚信优先’选项勾选上就方便多了。”方女士将今年国庆假期的旅游目的地定在了西双版纳,趁着近期疫情情况稳定,带父母外出度假。

登录“一部手机游云南”App,各酒店的诚信分,以及规范指数、品质指数、体验指数、综合指数等数据一目了然,而这只是云南省旅游企业诚信评价体系的一隅缩影。

记者了解到,云南建立了由规范指数(政府评价)、品质指数(专业评价)、体验指数(游客评价)构成的旅游企业诚信评价体系。由政府有关部门对旅游企业的经营行为进行综合评价,重点考评是否合规经营,形成规范指数;通过购买服务委托行业协会或第三方评估机构,对旅游企业的服务质量以暗访体验的方式进行专业评价,形成品质指数;由游客通过网络平台对旅游企业的服务水平进行评价,形成体验指数。3项指数加权平均形成诚信指数,采用10分制记分,诚信分公开发布,作为政府监管依据,并为游客选择旅游企业提供参考。同时,制定了覆盖全省129个县(市、区)的《涉旅企业诚信评价工作手册》,包括涉旅企业诚信评价工作实施方案、评价办法、工作规则、重点监管办法等。

2018年,丽江古城景区在云南

率先开展涉旅企业诚信评价工作,制定相关评定标准,经云南省文化和旅游厅审定后在全省推广实施。截至2020年6月底,云南完成对7类涉旅经营户(旅行社、旅游车公司、租赁车公司、餐饮经营户、住宿经营户、旅游景区、涉旅商品经营户)共147,595家的诚信评价。对诚信指数得分达标的涉旅经营户,予以宣传、推荐;对诚信指数得分不达标(6分以下)的涉旅经营户列入重点监管名单。截至6月底,累计进入重点监管企业566家,以书面形式向涉旅经营户下发整改通知书限期整改。监管整改期结束后重新评价达标的经营户移除监管名单,仍不达标的经营户列入旅游市场“黑名单”,并对实际控制人实施行业禁入,同步信用管理部门列为失信人员名单,实施联合惩戒。

### 信息归集夯实基础 分类监管提升游客满意度

信用信息的归集共享是开展诚信评价,推进文化旅游行业信用建设的基础。

今年以来,“昆明数字旅游管理平台”和“昆明市公共信用信息平台”数据接口对接,实现了旅行社备案信息、汽车公司备案信息、导游备案信息、星级酒店备案信息、旅游车辆备案信息、旅游景点备案信息、旅游行业从业人员备案信息、旅游企业监督检查信息、游客投诉信息、旅游失信名单信息等互查功能。截至目前,昆明“数字旅游”平台共备案旅行社272家,导游21,582名。

“近几年,越来越多游客通过网络来选择旅行社、导游、租车等服务,信用评分就是我们的‘门面’,如果游客在网页的第一屏看不到你,就很难有生意做了。”陈怀德是土生土长的腾冲人,他经营的腾冲易同游旅行社始终将服务质量放在第一位,在“一部手机游云南”App上,获得了10分满分的诚信分。

据介绍,2019年9月以来,根据《保山市旅游市场秩序整治工作领导小组办公室关于开展涉旅企业诚信评价工作的通知》要求,已完成4396户涉旅经营户诚信评价,涵盖“吃、住、行、游、购、娱”六大要素。根据诚信评价结果,将评价得分情



今年“十一”黄金周期间,昆明市云南民族村推出丰富多彩的节日活动,吸引众多游客到此体验云南少数民族风情。图为傣族小伙向游客展示上刀山。(资料图片) 刘丹阳 摄

况划分四档:9.5分以上为A(优秀)、7分~9.5分为B(良好)、6分~7分为C(中等)、6分以下为D(差),为实现分级分类协同监管、形成监管合力创造条件。根据信用分级标准,分别对旅行社、餐饮企业、住宿企业、旅游汽车企业、租赁车企业、A级景区、涉旅商品经营户信用分级情况告知相应的行业监管部门实施相应的监管措施。其中,对于信用状况好(A类、B类)涉旅经营户,实施降低检查频次等监管措施;对信用状况不好的涉旅经营户(C类)实施加大检查力度、提高检查频次、增加检查事项等监管措施;对信用状况差的涉旅经营户(D类),纳入全市涉旅经营户重点监管名单,列入行业“黑榜”,并由相关职能部门予以监督、限期整改。

通过近几年来开展的涉旅企业诚信评价工作,云南省旅游市场“守信激励、失信惩戒”的“优胜劣汰”环境正逐步形成。下一步,将严格依照《涉旅经营户诚信评价工作手册》,及时掌握规范指数扣分依据,严格依照评价标准进行扣分,不断提高规范指数评价质量;加强对行业协会及第三方专业评价机构品质指数评价结果的验收、监督和管理,提升品质指数评价的专业度;通过“一部手机游云南”平台以及“诚信码”铺设,提高游客直接评价的数量占比,加大体验指数权重。努力构建旅游经营与消费

的良好氛围,切实维护游客和经营户的合法权益,不断提升游客的体验感和满意度。

### 专项整治不合理低价游 守护云南旅游“金字招牌”

今年9月,云南发布2020年云南主要旅游线路和旅游产品参考成本及构成消费提示,旨在引导游客正确选择云南旅游线路产品,减少因参加“不合理低价游”产品产生的各类纠纷。同时,指导云南旅游线路产品的设计、宣传、销售,有效预防“不合理低价游”产品,进一步规范旅游市场秩序,提升旅游服务质量,提高旅游团队游客的体验满意度,守护好云南旅游“金字招牌”。

记者了解到,昆明积极开展不合理低价游专项整治,实行购物场所属地政府领导包保责任制和新增涉旅购物场所零申报制度,严禁旅行社操作团队购物,发现一起关停一起。加大涉旅大案要案查处力度,对以高返佣、高回扣支撑“不合理低价游”行为进行严厉打击,坚决斩断灰色利益输送链条。畅通旅游投诉渠道,建立“1+18+X”

旅游投诉快速处理机制,2020年上半年,妥善处理投诉件4452件。监测到涉旅网络舆情共95条,均在监测到第一时间回复告知投诉方,旅游市场秩序得到进一步改善。

在腾冲,2019年以来,将“不合理低价游”等诚信缺失突出问题列为整治重点,先后开展了三次旅游市场秩序整治行动,依法打击“不合理低价游”“虚假宣传”等违法违规行为。截至今年9月,共出动执法人员3951人次,开展检查287次,暗访1次;检查旅行社204家次,饭店97家次,景区(点)49家次,旅游车公司26家次,购物点1865家次,旅游演艺场所10家次,发放宣传资料3000余份,签订承诺书316份;办理案件17起,其中旅行社2家、导游15人,移交上级文化旅游部门吊销导游证1个,罚没金额共37.64万元。经过持续有效整治,腾冲市文化和旅游局“不合理低价游”等诚信缺失突出问题得到有效整治,初步实现了旅游服务质量得到提高,“不合理低价游”得到有效遏制,企业诚信经营市场环境得到优化的目标。

## 信用分级分类监管 进行时

诚信杂谈

## 别让“网红景点”成为贬义词

□ 东原

美出天际的“天空之境”,不过是几块拼凑的镜子,周边环境杂乱不堪;浪漫迷人的“普罗旺斯薰衣草花海”,其实是一小片稀稀拉拉的盆栽;刷屏朋友圈的“梦幻灯光节”,现场充斥着各种“土味皮卡丘”……近年来,各地“网红景点”层出不穷,一些景点通过虚假宣传“诱骗”消费者,受到市场监管部门的处罚。业内人士认为,在当前旅游业逐步复苏的背景下,旅游景点应修炼好产品和服务的“内功”。

互联网的发展,网红经济的出现,不可避免地改变了旅游。过去,人们往往“跟着名人去旅

游”,比如唐诗宋词里出现过的,名人著作提到过的,主流媒体报道过的,都会引发人们循其足印而前行。可现在,很多人“跟着网红去旅游”,各种旅游攻略中出现的,所谓朋友圈刷屏的,竟相成了旅游目的地。

不能武断地认为所有“网红景点”都是炒作出来的,都是挂羊头卖狗肉,但也不可否认,现在一些“网红景点”确实有很多问题。比如,湖南郴州市临武县滴水源景区,宣称打造了国内首创的“天空之境”,可在事实上,这个“网红景点”采取了“以小充大”“移花接木”等虚假宣传手段,实际镜头约8平方米,却号称“超长9D玻璃天空之

镜”;建设施工费用1.5万元,却号称“斥巨资打造”;显示有蓝天白云、彩色气球等场景的多张图片,更是直接从网上搜集,无一为景区实景照片。真是全假不真,谁去谁上当。

世界虽大,无外乎网上网下,互联网已经深深改变生活,对于景点来说,努力提升网络知名度是一件好事,但真正值得思考的是,“网红”代表什么,如何打造“网红”。

人们期待或者说认可的“网红景点”,应当和以往人们熟知的知名景点一样,都是有内涵的,是通过拼产品拼服务,一步一步打造出来的。相对于传统景点,“网红景点”可能更具有宣传意识,更具有

传播特征,如果一个景点不注重网络口碑,不打造网络形象,只能说是身子进入了新时代,而脑袋还停留在上世纪。

打造“网红景点”无可厚非,但必须走正道,可现在一些景点却动起了“歪脑筋”。这些“网红景点”有一个共同特征就是精于美容修饰,痴于投机取巧,从本质上讲,都是“做图的”,而不是“做旅游的”。

有人可能会说,现在不少网友热衷打卡,旅游主要就是用来拍照装扮朋友圈,是给别人看的,只在乎“来过”不在乎“有什么”。网友喜欢拍照,但不是就不要旅游体验,夸大宣传、虚假宣传往往能迅

速提升景点知名度,带来客流和收入,但旅游业的长远发展,是建立在产品和服务基础上的。急功近利只有蝇头小利,弄虚作假终会作茧自缚,这么做不仅自身经营不可持续,而且会对整个旅游行业和消费环境带来损害。

别让“网红景点”成为一个贬义词。真正的网红,有内涵支撑,能持续发展,而虚假宣传做的是“一锤子买卖”,注定只能“红一时”。常态化疫情防控条件下,旅游业复苏很不容易,“网红景点”的出现说明市场潜力仍在,越是在这样的时刻,越是要沉得住气,要坚持做品质,而不能触碰法律的底线,僭越游客的底线。

## 最高检:资本市场财务造假将依法“全链条”从严追诉

本报讯 近日,在最高检与证监会联合举行的新闻发布会上,最高检第四检察厅厅长郑新俭表示,显著提高资本市场财务造假行为的违法成本。用足用好惩治财务造假行为的相关刑法规定和刑事司法政策,依法从严追究刑事责任。通过适用财产刑,加大对财务造假犯罪人员的经济处罚力度,进一步体现罪责刑相适应的基本原则。

发布会上,最高检会同证监会发布12起证券违法典型案例,并通报检察机关、证监会惩治证券期货违法犯罪工作情况。12起典型案例由6起刑事犯罪案例和6起行政违法案例组成。

据介绍,2017年至今年9月,全国检察机关共批准逮捕各类证券期货犯罪302人,起诉342人。其中,今年1至9月批准逮捕102人,起诉98人,分别同比上升15%和27%。

证监会行政处罚委员会办公室主任滕必焱在新闻发布会上介绍说,党的十九大以来,证监系统对相关违法案件共作出行政处罚决定810件,市场禁入决定82件,罚没款金额193.04亿元。

郑新俭表示,对资本市场中的财务造假行为,应当依法“全链条”从严追诉,既追究惩治具体实施造假的公司、企业,又追究惩治组织、指使造假的控股股东、实际控制人,同时还要追究惩治帮助造假的中介组织,全面落实好对资本市场违法犯罪“零容忍”的要求。

据悉,下一步,证监会也将提高涉刑案件移送效率,对行政执法过程中发现的涉嫌犯罪线索,做到应移尽移和快移。积极支持推动相关刑事、民事和行政执法的司法解释,追诉标准出台和修改,加强资本市场治理的制度供给。

(刘慧 翟翔)

## 中国上市公司协会倡议 上市公司切实提高治理水平

本报讯 中国上市公司协会董事会秘书委员会近日向各上市公司董事会秘书发出倡议书,倡议切实提高上市公司治理水平,推动提高上市公司经营发展质量,保障上市公司依法合规经营运作。

近日,国务院印发《关于进一步提高上市公司质量的意见》,从提高上市公司治理水平、推动上市公司做优做强、健全上市公司退出机制、提高上市公司及相关主体违法违规成本等方面,对提高上市公司质量作出部署安排。

为贯彻落实意见要求,中国上市公司协会倡议切实提高上市公司治理水平。促进公司不断完善公司治理制度规则,建立董事会与投资者的良好沟通机制,健全机构投资者参与公司治理的渠道和方式。依法依规履行信息披露义务,充分披露投资者作出价值判断和投资决策所必需的信息。

倡议书提出,推动提高上市公司经营发展质量。从以下方面推动公司稳健经营,创新发展,做优做强:充分发挥资本市场的并购重组主渠道作用,盘活存量、提质增效、转型发展;充分利用资本市场融资工具,兼顾发展需要和市场状况优化融资安排;持续完善股权激励和员工持股制度,建立健全长效激励机制。

此外,倡议书还提出保障上市公司依法合规经营运作。促进公司控股股东、实际控制人提高诚信履责能力,严格遵守公司治理底线要求。保障股东大会、董事会、监事会、经理层依法合规运作,支持董事、监事和高级管理人员忠实勤勉履职。强化上市公司主体责任,推动上市公司诚实守信开展经营活动。

(姚均芳)

《中国信用》编辑部  
责任编辑:刘梦雨  
新闻热线:(010)56805031  
监督电话:(010)56805167  
电邮:crd\_xyzhg@163.com