

两会每日人物

全国政协委员、四川省文化和旅游厅副厅长宋秋：
文旅要长红，需沉下心来做优质内容

2024年开年，文旅很热。“尔滨”爆火之后，各地文旅部门纷纷出奇招“开门揽客”。春节假期，全国文旅市场开启“热辣滚烫”模式，国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%；国内游客出游总花费6326.87亿元，同比增长47.3%。

今年全国两会，文旅行业依然是代表委员们关注的焦点。如何抓住机遇，让“爆红”变成“长红”？有哪些促进文旅行业发展的好建议？近日，华西都市报、封面新闻记者对话了全国政协委员、四川省文化和旅游厅副厅长宋秋。

谈文旅热

“沉下心来做高品质内容供给”

文旅行业正在快速复苏，呈现出蓬勃之势。放眼全国，四川文旅市场的表现很突出。春节假期，四川纳入统计的833家A级旅游景区，共接待游客4488.14万人次，实现门票收入4.95亿元，同比分别增长27.94%、37.24%。全省图书馆、文化馆、博物馆共接待群众1039.46万人次，同比增长161.60%。另据文化和旅游部公布的信息显示，四川接待游客人数居全国第二，出游人数居全国第三。

“这几年，四川文旅实现了转型升级，做好产品的迭代发展，稳居全国文旅第一梯队。”宋秋说，四川文旅的稳定发展离不开三个抓手，产业发展、品牌营销和市场监管。春节期间，四川文旅市场规范有序、安全平稳，出现无旅游安全事故、无重大负面舆情、无重大游客投诉“三无”局面。

流量来了，如何真正接住“泼天富贵”？“在如今的网络时代，文旅爆红之后



宋秋 受访者供图

要想长红下去，得沉下心来做优质内容。”宋秋说，如今游客在文旅消费中，对审美水准、高品质需求表现得非常明显。“要让游客长期关注我们的产品、消费我们的产品，就得沉下心来坚持做高品质的内容供给，这条路是必须要坚持的。”

“当然，我们还需要做好营销。”宋秋表示，四川拥有丰富的文旅资源，大熊猫、三星堆、蜀道等都是声名远扬的IP。“我们已经具备优质的资源和产品，还需要进一步扩大对外交流的朋友圈，进一步提升巴蜀文化影响力和四川旅游吸引力。”

谈非遗

“传播可信可爱可敬的中国形象”

川剧变脸、蜀绣、川江号子、绵竹年画、泸州油纸伞……作为非遗大省，四川璀璨的非遗项目让人应接不暇。

“非遗是中华文明数千年传承中凝结的璀璨瑰宝，在传承传播中讲述着有

温度接地气的中国故事。这两年，非遗方面的消费呈现爆发式增长。”在宋秋看来，非遗在传播中国形象中有无可替代的作用。

今年两会，宋秋带来了关于非遗方面的提案。她建议，办好中国成都国际非物质文化遗产节，传播可信可爱可敬的中国形象。

成都国际非遗节迄今已成功举办八届，一直在用润物无声的方式讲好中国故事。据统计，八届非遗节累计开展各类活动3000余场，共有10000多个非遗项目参展，600余支表演队伍参演，135个国家(地区)和非政府组织的4000余名代表和国内5万多名代表参加，并广泛开展覆盖全省的非遗社区实践活动，成为国际社会广泛认可、树立可爱中国形象的重要节会。

为进一步提升非遗节的影响力和传播力，宋秋建议，强化与联合国教科文组织合作，形成其长期参与主办机制，共同培育品牌活动，落地重要活动，推动持续出台成果文件。加强与国际组织、友好城市合作，增强非遗节的国际参与性。

此外，建设非遗特色文旅产业合作平台，扩大国内外非遗合作项目路演、授权推介、非遗新产品和机会清单发布等的活动规模，“这样有助于这一有情感、有内容、有质量、有成果的文化节会逐步实现各国人士从喜爱到接受、崇尚的转变，并主动参与、主动消费。”

谈知识产权

“激发更大的创新创造热情”

优秀传统文化是一个国家、一个民

族传承和发展的根本。

宋秋在另一份提案中提出，用好知识产权，推动中华优秀传统文化创造性转化创新性发展。她认为，知识产权将中华优秀传统文化置于市场环境中，通过产业化发展带来经济收益，经济效益又将激发更大的创新创造热情，并改善产业发展环境，从而实现良性循环，“这对文化强国至关重要。”

但在实际运用过程中，还存在一些问题。比如，缺少法律支持，我国当前的《非物质文化遗产法》仅仅涉及公权对“非遗”的保护，还基本没有涉及私权保护问题；传统文化工作者对知识产权缺乏了解及运用；以知识产权转化利用为基础的文创产业链发展还不成熟。

“建议完善相关法律法规，加大对非遗领域知识产权的研究。”宋秋认为，应在《非物质文化遗产法》修订中增加知识产权的相关内容，要对非遗在何种情况下以何种形态纳入知识产权保护范围予以明确。

“还要提高文化保护传承人的认识和能力，提升知识产权服务水平。”宋秋建议，构建文化创意产业链，加快知识产权转化利用。国家应加大对文化创意产业布局，选择市场环境、产业基础好的地方，比如在成都高标准建设文化创意产业园区。在园区建设中要注重上游内容创意开发、中游设计制作生产、下游营销推广管理产业链三大环节的协同发展，培育文化创意产业链主企业。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝 柴枫桔

两会热点大家谈

建立预制菜公示、告知制度 你赞成吗？

预制菜火了，随之而来的食品安全及监管等问题，成为消费者关注的话题之一。相关统计数据显示，预制菜行业正处于快速成长期，2023年我国预制菜市场规模约5400亿元，2026年或将破万亿元。预制菜作为一种新兴食品，如何合法合规生产经营，从而保障消费者的安全与健康，成为社会关注的焦点。

3月5日，华西都市报、封面新闻记者对话住川全国政协委员、明宇集团董事长张建明。他建议，商家应提前告知消费者菜品是否为预制，同时在价格上与现制菜品有所区别，让消费者能安心用餐。

一个痛点

缺乏相关行业标准
预制菜食品安全难以闭环

张建明虽然在从事文旅行业，但长期关注预制菜的发展动态。让他印象深刻的是去年一则新闻，一对新人在酒店举行婚礼，婚宴按6000元一桌的标准配了16道菜，结果有七成菜品为预制。有客人直接评价：“还不如回农村办席，吃得新鲜。”如此体验，让新人很是恼火，最后造成“不愿买单”的纠纷。

在餐厅消费，点到的红烧肘子、鲜汁鲍鱼、焖烧小黄鱼等菜品，到底是鲜货现做还是预制加热、浇汁调味？很难分



一名采购商走过冰冻预制菜食材冷冻柜。新华社资料图片

辨。这确实是大多数消费者的“痛点”。记者在成都部分海鲜批发市场、超市走访发现，鲍鱼例汤、蒸鱼、烤鸭等预制菜品都有成品售卖，购买后，打开包装加热摆盘即可食用。有的菜品还专门有“十人份”的包装，专供酒店或餐厅。

张建明表示，预制菜作为便捷食品，目前是消费市场“新宠”，但还存在全国性的规范、标准缺失，产品质量缺乏保障。目前缺乏对预制菜生产主体从业资格的基本规范要求，进入门槛极低，从业者鱼龙混杂，导致产品质量参差不齐、假冒仿制、以次充好、没有标识信息(或者不全)、原材料无法溯源等问题。在生产环节上，无法保障“舌尖上的安全”。

张建明认为，餐饮市场缺乏对预制菜分类规范及对应的生产标准，导致消费者难以区分识别预制菜层次。同时，缺乏预制菜链路标准。预制菜是全链路产业，目前冷链仓储等关联产业仍然没有针对预制菜的专项标准，预制菜食品安全难以闭环。

一个建议

保障消费者知情权
建立预制菜公示、告知制度

“为什么消费者对预制菜比较排斥？还是知情权没有得到保障。”张建明分析，目前，无论是外卖商家还是堂食餐厅，普遍均不告知消费者使用的是预制菜还是新鲜现做食品，一般消费者又无从识别，知情权难以得到保障。

受传统消费观念的影响，目前还有较多消费者难以接受在餐厅堂食时使用预制菜，尤其对商家将预制菜与新鲜现做食品同等定价更难接受，但是外卖商家和餐厅又不提供预制菜和现做食品的消费选项。

针对这些问题，张建明呼吁，相关部门尽快出台全国性的行业规范和标准，规范应涵盖生产加工、运输销售、餐饮服务等环节，确保生产经营活动符合食品安全法规，并保障消费者的合法权益。同时，还应加大对预制菜行业的监管力度，打击假冒伪劣产品，维护市场

秩序和公平竞争。

在张建明看来，在预制菜的生产加工环节，应明确生产主体的资格要求，规范生产流程和质量控制。同时，应建立严格的原材料采购和检验制度，确保产品的原材料来源可靠。在运输和销售环节，应建立完善的冷链运输和储存体系，确保预制菜的新鲜度和口感。在餐饮服务环节，商家应明示告知消费者所使用的预制菜信息，并在价格上与新鲜现做的食品进行明确区分。

华西都市报-封面新闻记者 赖芳杰 柴枫桔

“两会热点大家谈”留言方式

为了方便网友参与，从3月2日起，封面新闻传媒矩阵开启多个“两会热点大家谈”留言渠道，充分收集读者心声。

- 1.在封面新闻客户端《两会热点大家谈》互动稿件下留言；
- 2.在封面新闻官方微博、微信或抖音账号进行留言；
- 3.进入封面新闻客户端香蕉频道的两会热点大家谈专区发布动态，图文或视频皆可，点击右上角“发动态”即可；
- 4.拨打热线028-86969110。