

GONGGAO

《淮北市旅游促进条例(草案 征求意见稿)》

目 录

- 第一章 总 则
- 第二章 规划建设
- 第三章 产业发展
- 第四章 服务保障
- 第五章 附 则

第一章 总 则

第一条 为了有效保护和合理开发利用旅游资源,优化旅游环境,促进旅游业高质量发展,根据《中华人民共和国旅游法》和有关法律、法规,结合本市实际,制定本条例。

第二条 本条例适用于本市行政区域内促进旅游业发展的规划建设、产业发展、服务保障等活动。

第三条 旅游业发展应当坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,突出运河故里、山水生态、红色淮海等特色,建设区域性、复合型旅游目的地。

第四条 市、县(区)人民政府应当加强对旅游促进工作的组织领导,将旅游业发展纳入国民经济和社会发展规划,加大对旅游业的政策支持和扶持力度,建立健全旅游发展综合协调机制和考核激励机制,促进旅游业与相关产业融合发展。

镇人民政府、街道办事处应当配合做好本行政区域内促进旅游业发展的相关工作。

第五条 市、县(区)人民政府旅游主管部门负责本行政区域内旅游业发展的规划制定,并组织实施,组织重要旅游产品和旅游商品开发、指导管理全市旅游服务设施建设、开展旅游整体形象对外宣传和促销活动,维护旅游市场秩序等工作。

发展改革、自然资源和规划、交通运输、市场监管等部门应当按照各自职责,共同做好保障和促进旅游业发展相关工作。

第六条 旅游行业组织应当依照章程加强行业自律,规范行业竞争,促进诚信经营,依法维护旅游经营者和旅游从业人员合法权益,为会员提供信息发布、产品推介、市场拓展、交流培训等服务。

第二章 规划建设

第七条 市、县(区)人民政府应当根

据国民经济和社会发展规划,以旅游市场为导向,以旅游资源为基础,以旅游产品为主体,坚持经济、社会和环境效益可持续发展的指导方针,编制旅游发展规划。

旅游发展规划应当与上一级旅游发展规划相符合,与国土空间规划、生态环境保护规划以及其他自然资源和文物等人文资源的保护和利用规划相衔接。

市、县(区)人民政府应当对大运河国家文化公园、中心湖带、临涣古镇、濉溪古城、工业遗产、休闲农业和乡村旅游等适宜整体保护和利用的旅游资源,统筹组织编制旅游专项规划。

第八条 市、县(区)人民政府组织编制相关规划时,应当统筹考虑旅游发展需要,在土地利用、基础设施建设等方面保障旅游项目建设和旅游公共服务需求。

政府有关部门编制的规划,涉及旅游业发展时,应当征求同级旅游主管部门意见。

第九条 市、县(区)人民政府应当将旅游发展所需用地纳入国土空间规划统筹安排,年度土地利用计划适当向旅游领域倾斜,适度扩大旅游产业用地供给,保障旅游重点项目建设用地。

鼓励农村集体经济组织依法以集体经营性建设用地使用权入股、联营等方式参与旅游经营活动。

第十条 市、县(区)人民政府应当加大对旅游业的资金投入,发挥文化旅游发展专项资金引导扶持作用,重点用于旅游规划编制、重点项目扶持、基础设施建设、产品开发和市场开拓等。

引导银行业金融机构改善和加强对旅游企业的信贷服务。鼓励社会资本参与旅游的资源开发、基础设施建设和运营管理。

第十一条 市、县(区)人民政府应当充分发挥投融资平台作用,统筹重点景区、景点实施整体开发,提高旅游资源开发利用的集约化水平。

第十二条 旅游资源开发建设应当符合旅游发展规划和旅游专项规划,依法进行环境影响评价。利用森林、山体、湿地、河湖等自然资源开发旅游项目的,应当保护生物多样性和生态系统稳定性;利用历史文化资源开发旅游项目的,应当保持其传统格局和历史风貌;利用工业、农业、水利等社会资源开发旅游项目的,应当与周边环境、景观、设施保持协调统一。

关于征求《淮北市旅游促进条例(草案 征求意见稿)》意见的公告

《淮北市旅游促进条例(草案)》已经市十七届人大常委会第七次会议第一次审议。会后,市人大常委会法工委根据常委会组成人员的审议意见,会同市文旅体局、市司法局对《淮北市旅游促进条例(草案)》进行逐条研究修改,形成了《淮北市旅游促进条例(草案 征求意见稿)》。为推进科学立法、民主立法,提高立法质量,现将《淮北市旅游促进条例(草案 征求意见稿)》予以公布,欢迎社会各界提出意见和建议。征求意见截止日期为2023年3月24日。

信函地址:淮北市人大常委会法制工作委员会(人民中路208号)
邮政编码:235000
电话(传真):3010186
电子邮箱:hbsrdfgw@163.com

淮北市人大常委会办公室
2023年2月21日

第三章 产业发展

第十三条 市、县(区)人民政府应当制定有利于旅游发展的产业政策,促进旅游业高质量发展。

第十四条 市、县(区)人民政府应当引导、支持重点开发运河文化、红色文化、山水生态、工业文明、乡村民俗等旅游资源,打造一批高品质旅游景区和旅游度假区,丰富优质旅游产品供给,培育旅游品牌。

第十五条 市、县(区)人民政府应当整合大运河淮北段文化旅游资源,注重区域协同,合力推进大运河国家文化公园建设,突出大运河文化旅游淮北特色,打造世界文化遗产“金字招牌”。

第十六条 市、县(区)人民政府应当依托淮海战役总前委旧址、淮海战役双堆集烈士陵园、草庙乡野战军部旧址等革命遗址和纪念设施,发展红色旅游。

第十七条 市、县(区)人民政府应当依托相山、龙脊山、泉山、南湖、朔西湖、乾隆湖等生态资源,发展具有本地特色的休闲、康养、度假旅游。

第十八条 市、县(区)人民政府应当依托废弃矿“山、矿”区运煤闲置铁路、大唐电厂旧址、口子窖池菌群及酿酒作坊等工业旧址遗址,通过文化创意及休闲旅游项目建设,开发工业旅游产品。

第十九条 市、县(区)人民政府应当

把休闲农业和乡村旅游发展与乡村振兴战略、新型城镇化建设等紧密衔接,深入挖掘乡土文化内涵,利用田园风光、村落民宅、生态农业,创新开发农业观光、农耕体验、农事节庆等休闲农业和乡村旅游产品,打造一批休闲农业和乡村旅游重点村镇、旅游景区(点)、精品民宿。

第二十条 市、县(区)人民政府应当推进文旅产业模式创新、业态创新、产品创新,推动文旅融合创新发展。

鼓励利用历史建筑、历史文化街区、名镇、名村、传统村落和名人故居等历史文化资源发展旅游业。

支持非物质文化遗产有机融入旅游景区、景点,开发具有淮北特色的旅游项目和产品。

推动图书馆、博物馆、历史档案馆、城市展示馆和名人纪念馆等公共文化场所增加旅游服务功能,打造主客共享的新型服务空间。

鼓励发展文化创意、影视演艺、广告会展和动漫游戏等数字创意产业,推动文化旅游演艺和节庆活动提质升级。

第二十一条 市、县(区)人民政府应当制定相关政策措施,鼓励开展研学旅行活动。

鼓励和支持利用淮北历史文化、自然生态、风土民俗等开发研学旅游产品,建设研学旅游基地。

第二十二条 市、县(区)人民政府应

当深入挖掘本地传统餐饮文化,创意开发特色菜肴,建立特色餐饮品牌名录,举办美食节庆活动,推动特色美食向标准化、品牌化发展。

鼓励和支持各类餐饮业态融合发展,丰富美食文化内涵。

第二十三条 市、县(区)人民政府应当合理利用非物质文化遗产进行文创设计,培育推出一批地方特色鲜明的文创产品、非遗产品、特色工艺品和土特产品。

第二十四条 市、县(区)人民政府应当大力发展夜间经济,依托隋唐运河古镇、濉溪古城等文化旅游商业街区,培育“夜游、夜娱、夜食、夜购、夜读”等消费业态,打造夜间文化和旅游消费集聚区。

第二十五条 鼓励房车露营、自驾车旅行、水上飞行娱乐、铁路旅游、体育旅游等旅游新业态发展,开发体验性、互动性强的旅游项目,推动旅游产业创新发展。

第四章 服务保障

第二十六条 市、县(区)人民政府应当建立健全旅游交通、旅游信息、旅游安全等旅游公共服务体系,完善旅游公共服务设施,提升旅游公共服务品质。

第二十七条 市、县(区)人民政府应当完善旅游交通线路布局,加快通景公路建设,提升通景公路路况环境,开通旅游公交专线,构建方便快捷、畅通无阻的旅游交通网。

第二十八条 市、县(区)人民政府应当统筹建设旅游集散中心(点)、通信、水电等基础设施;引导和支持社会资本建设旅游公用停车场、充电桩、旅游厕所、休闲驿站、自驾车房车营地等旅游设施。

旅游集散地、旅游景区、旅游度假区等游客集中场所应当根据国家、省有关规定和标准,配备第三卫生间、母婴室、无障碍设施、医疗救助、紧急避难场所等公共服务设施。

第二十九条 市、县(区)人民政府及其有关部门应当统筹完善道路旅游交通标识系统,指导旅游景区完善导览标识系统。

设置旅游标识应当符合有关法律法规和标准。

第三十条 市、县(区)人民政府应当建设旅游大数据平台,推进智慧旅游发展。

市、县(区)人民政府旅游主管部门

应当依托“智游淮北”等智慧文旅平台,向社会公布主要景区、线路、住宿、餐饮、交通、气象等服务信息。

鼓励旅游经营者开发使用旅游电子商务平台,开通线上宣传、咨询、预订、支付和评价等功能,推广和销售旅游产品。

第三十一条 市、县(区)人民政府负责本行政区域内旅游安全工作,建立旅游安全工作责任制,健全旅游突发事件应对机制和旅游安全联动机制,制定旅游突发事件应急预案。

市、县(区)人民政府旅游主管部门应当组织开展旅游安全宣传、教育和培训,会同有关部门开展旅游安全监督检查,保障旅游者生命财产安全。

旅游经营者应当定期对提供的产品和服务进行安全检验、监测和评估,制定旅游安全应急预案,开展从业人员安全技能培训和应急演练。

第三十二条 市、县(区)人民政府应当确定本地旅游形象和旅游品牌,并统筹组织宣传推广工作,拓展旅游市场,提升旅游品牌影响力。

市、县(区)人民政府应当加强与长三角地区、淮海经济区、淮河生态经济带等区域内城市的旅游合作,加强区域性客源互送、宣传推广、信息共享、市场监管等合作,推进区域旅游一体化。

第三十三条 市、县(区)人民政府应当加快构建以信用为基础的旅游市场新型监管机制,依法依规开展奖惩。市、县人民政府应当建立健全旅游主管部门与相关部门联合执法机制,优化旅游市场环境。

第三十四条 市、县(区)人民政府旅游主管部门应当建立健全旅游投诉处理工作机制,向社会公布旅游投诉方式,依法及时处理旅游投诉。

第三十五条 违反本条例规定,负有旅游促进监督管理职责的单位及其工作人员在工作中滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的,依法给予处分。

第三十六条 违反本条例规定的行为,法律、法规已有处罚规定的,从其规定;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第五章 附 则

第三十七条 本条例自 年 月 日起施行。

“自然兼香·非同凡享”口子窖兼系列新品上市发布会圆满落幕

■ 记者 刘露

本报讯 2月21日,以“自然兼香·非同凡享”为主题的口子窖兼系列新品上市发布会在合肥君悦酒店盛大举行。安徽省食品行业协会常务副会长、秘书长邵栋梁;安徽省酒业协会副秘书长叶鹤松;口子酒业战略合作伙伴、麦肯锡公司全球资深董事合伙人泽沛达先生及团队;长江商学院安徽校友会代表;口子酒业董事长、总经理徐进,常务副总经理徐钦祥,副总经理范博、黄绍刚及相关领导;口子窖全国经销商和客户代表等出席发布会。

新华社、中央电视台、中央人民广播电台、凤凰卫视、安徽广播电视台、新浪网、淮北市传媒中心等全国各大主流媒体及证券机构、行业媒体、财经媒体、意见领袖出席会议。同时,央广云听、新浪网、凤凰卫视凤凰秀、安徽卫视客户端、人民网安徽频道、安徽经视、安徽公共、交通908、淮北传媒、云头条、微酒、酒食汇、口子窖视频号等18个直播平台同步直播发布会盛况。

匠心与创新兼备,孕育高端品味

口子窖“兼10、兼20、兼30”系列新品,是口子窖最新推出的次高端、高端系列产品,代表着口子窖品牌与品质的新高度。兼系列产品精选原产地优质五谷,严循遵循“一步兼香”的非遗工艺,经被评为国家工业遗产的百年老窖长期发酵,历经三步循环长期窖藏,待时光足年后再由国家酿酒大师亲自勾调成型,主体基酒自然储存5-10年以上,再添加地下陶坛窖藏10-30年以上的不同风格的调味酒,酒体中酸类、酯类、醇类、醛类等风味因子经过时光窖藏,重新排列组合,非遗工艺的匠心坚守,“一步兼香”的创新突破,成就了兼系列“三香五味、馥郁典雅”的高端品味。

中国酿酒大师、中国白酒工艺大师,口子酒业常务副总经理徐钦祥从自然生态、工艺体系、产能规



模、酒体风格四个方面,向与会嘉宾分享了成就兼系列“非同凡享”品味的秘诀所在。

诗香与酒香兼容,彰显品牌魅力

诗是文中酒,酒是文中诗。诗与

酒向来被认为是千古绝配。在发布会现场,一系列充满文化格调的诗词歌舞秀贯穿全场。《行韵千年·大国兼香》酒文化诗词秀,以诗为媒,以酒为行,穿越千载时光,将口子酒的品牌历史画卷徐徐展开。《兼香国风秀》

《竹林七贤》表演秀等节目,以诗意的艺术形式,让在场嘉宾品味美酒与文化同行的魅力。

品牌是生产者与消费者共同的价值追求。作为兼香型白酒分标委秘书处承办单位,口子酒业始终致力

于兼香风味的极致探索和兼香品牌的高端表达。兼系列高端新品的荣耀上市,吹响了口子窖打造“中国兼香高端白酒第一品牌”的号角,推动口子窖向全国强势品牌奋起跃进。

麦肯锡咨询公司项目负责人



就中国白酒的发展趋势和广阔前景作了专业分析,甲古文创意设计有限公司董事长兼首席创意官刘文从兼系列产品的美学表达方面进行了精彩分享,笑果文化创始人、著名脱口秀演员李诞为发布会送上祝福。

发布会现场充满国风雅韵的新品展示,以及兼系列高端优雅的美学表达,尽显兼系列的高端品味与匠心追求,同时也让现场嘉宾品味了口子窖“诗香酒香兼备”的品牌魅力。

历史与科技兼具,畅享非凡体验

口子酒历史悠久,最早可追溯至2700年前。从“张果老仙指井”的神话传说,到“敌血为盟”的历史典故;从隋唐大运河柳孜码头的南北通达,再到明清“七十二酒坊争雄”的繁华盛景……口子酒文化传承千年,绵延不绝。

发布会现场以多维立体的科技手段,将口子窖的历史文化与匠心坚守创新展示。如意葫芦瓶形的时空之门,开启了口子窖的“瓶形时空”,让现场嘉宾“穿越”到隋唐大运河繁华的酿酒盛景中!《口子酒赋》的光影闪现中,镌刻着非遗工艺、历史荣耀、文化故事的竹筒长卷静静伫立,将口子酒2700余年的悠久历史通过现代科技完美呈现。不仅为在场嘉宾带来了“非同凡享”的视觉盛宴,也带来了“非同凡享”的文化体验!

正如口子酒业董事长、总经理徐进所言,“兼系列是口子窖走向全国的战略产品”“兼系列的上市一要实现品类的创新引领,成为中国兼香高端白酒第一品牌;二要实现品质的创新引领,满足消费者对美好生活的高品质追求;三要实现品牌的创新引领,打造口子窖品牌的高端调性,赢得文化归属和品牌认同。”

随着口子窖兼系列的上市,口子窖在秉承匠心、提升品质的同时,也将加强品牌文化的深度沟通与表达,持续为消费者带来更高品质的品饮体验和文化体验。