

聚焦

中国消费升级

内容为王：旅游打造升级版

□本报记者 李国
实习生 郑荣俊

12月上中旬,位处长江三峡之首的重庆奉节县,大阵仗邀请从中央到地方40余家媒体记者,开展了一次“登三峡之巅,咏大美奉节”的采风活动,第一次将“归来三峡”的旅游集结号吹响!

从上个世纪90年代开始,随着三峡大坝的修建,“告别三峡游”席卷国内外,一度让地处四川盆地相对封闭的重庆旅游赚得盆满钵满!当库区175水位成功蓄水,与平静的长江水面一样,三峡旅游开始归于沉寂,十余年间门可罗雀。

世界旅游组织发布的数据显示,2015年中国旅游收入已跃升至世界第二,成为世界上最大的旅游市场之一。然而,这并不意味着我们已经成为旅游强国。有专家表示,中国想要从旅游大国,消费大国真正成为旅游强国,需要提升本国旅游产品的供给能力。而重庆推出的“归来三峡”新理念,正契合了升级旅游消费这一时代强音。

消弭告别三峡游恶果, 奉节拔头筹

三峡工程上马之后,部分旅游公司为短期利益计,宣称雄险奇秀的三峡美景将不复存在,大自然的鬼斧神工将没入水底,打出“告别三峡游”口号,大肆招徕游客。受片面宣传的影响,三峡旅游线一度出现空前的“火爆”,游客人次每年递增30%,部分热点景区一年接待的游客竟比前10年的总和还多。

然而,自己栽下的苦果终让旅游业者品尝:“长江截流了,景点都消失了,还去三峡看什么?”由于客源不够,许多豪华游轮不得不搁浅码头。而三峡沿岸城镇的宾馆饭店疯狂打折,仍然生意清淡。这样的光景一晃就是10多年!

事实上,三峡工程大江截流后,坝前水位仅提高4米多,不仅对现有景观基本无影响,而且还将形成“高峡出平湖”的壮观景象。三峡风景依旧,旅游热潮消退,无奈自苦果的三峡旅游界开始艰难的反思。正是在这样的大背景下,奉节县决策者们果断推出了“归来三峡”的概念,在挽回“告别三峡游”负面影响的同时,大打升级旅游消费牌,试图再掀一波“三峡游”的热浪!

“若言风景异,三峡此为魁。”位于三峡之首——奉节瞿塘峡口的赤甲、白盐两山以其斧劈刀削、高耸入云之势,构成闻名天下的险要关隘——夔门,也成为我国第五套人民币10元图案的大美奇观。

奉节县委书记杨树海告诉记者,奉节有2300年历史文化底蕴文化,主要包括三国文化、诗城文化、移民文化、土家文化、军事文化、廉政文化、码头文化、柑橘文化、宗教文化和民俗文化,而且具有10000多首诗歌传颂的文化特质与之结合,从而形成一个既具有地理特性又具有精神文化特质的“三峡之巅”,最终将突破奉节旅游的发展瓶颈。

“今年11月,奉节县成功创建‘国家全域旅游示范区’,掀开了旅游新篇章。如今,奉节正以‘三峡之巅’,引爆全域旅游,打造新三峡游第一目的地。”县旅游局局长邹远江说,按照县委、县政府的工作部署,旅游作为全县最重要的战略支柱产业,奉节未来三年内要建设56个项目。经过认真梳理,重点以“三峡之巅”的打造为主题,推出众多“三峡之巅”的旅游品牌,树立高端引领,做好影响力;中端支撑,做好形象;低端丰富,做好市场。持续在乡村旅游和后备箱工程上发力,让“归来三峡”真正彻底颠覆传统的旅游业态。

旅游“金三角”,《归来三峡》箭在弦上

为深化拓展五大功能区区域发展战略,



精心打造古村文化旅游产业

江西省金溪县历史悠久,人文荟萃,至今仍完好保存明清古村落达46个,古建筑达912处11633栋。其中,竹桥古村始建于元末明初,人文历史悠久,文化底蕴深厚,保留着上百幢古祠堂、古民居、牌坊、珍

藏着上百件古典文物;流传着上百种民族绝艺。该县依托丰富的古色旅游资源和中国传统建筑文化旅游目的地、江西十大文化古镇等称号,精心打造古村文化旅游产业。

汤文朕 摄

打造为国际知名旅游目的地,推进长江三峡奉节、巫山、巫溪板块实现差异化、特色化发展,今年7月,重庆市政府召开专题工作会,部署推进长江三峡旅游金三角一体化建设各项工作。

早在2013年9月,五大功能区区域发展战略出台,重庆“两翼”各区县被分别规划入渝东北生态涵养发展区和渝东南生态保护发展区,从此,“生态涵养”和“生态保护”分别成为两大区域的主体功能定位。

定位确定之初,少数人颇有疑惑:“以生态保护为主,经济又如何发展?”今年初,市旅游局公布的一组数据给出了响亮的回答——2015年渝东北生态涵养发展区实现旅游收入386.78亿元,同比增长15.82%;渝东南生态保护发展区实现旅游收入369.14亿元,同比增长16.05%。记者近日从重庆旅游局获悉,今年前11个月,全市旅游收入2516亿,接待游客达4.2亿人次。

在这些数字背后,一条遵循“面上保护,点上开发”战略导向,通过跨区域、跨产业整合发展资源,以凸显“两翼”比较优势的“大旅游经济”发展之路,正在渝东北、渝东南群山间延伸。

按照重庆市政府的要求,“金三角”县城要以“大旅游经济”思路为统揽,结合区域特点编制长江三峡旅游金三角一体化发展规划,要以“政府主导、市场运作”原则推进旅游产业发展,通过设立专业运营企业,吸引社会投资,实现政府与企业互利共赢;要加快形成主要景区与机场、铁路、高速公路、港口码头之间的便捷通道,打造长江三峡金三角水陆空一体化的交通体系;要完善三县合作机制,形成工作推进合力。到2020年基本实现长江三峡旅游金三角的基础设施、旅游要素、特色小镇、生态保护、公共服务等一体化,建成至少两个国家5A级景区、3个市级旅游度假区、10个特色旅游镇、50个特色民俗文化村(寨),培育推出至少10条精品特色旅游线路,使长江三峡旅游金三角成为重庆建设国际知名旅游目的地的的重要载体。

正是在这样的大背景下,奉节县为竭力开发旅游新产品和景区引爆点,经县政府召开旅游项目建设专题会议充分论证和比较,决定在白帝城瞿塘峡景区打造《归来三峡》实景演艺项目。

当前,在国际旅游市场上,随着旅游文化产品的应运而生,旅游与演艺成功结合已成为推动旅游产业发展、改变旅游市场格局、改变旅游景区模式、改变游客消费模式的助推器,成为当地文化名片、旅游品牌,扩展了旅游地的知名度与美誉度,促进了旅游景观由单一观光向深度体验转型升级、向产业链发展转型升级。

在我国,文化旅游产品也紧随世界潮流

发展,各旅游地结合当地文化资源推出许多旅游演艺节目。其中,由张艺谋导演创作的“印象系列”大型山水实景演出最为成功,其产生的巨大经济与社会效益,区域发展带动效应,起到了强烈的示范作用。为改变奉节初级旅游发展模式,推动奉节核心景区转型升级,在奉节政府的邀请下,张艺谋导演团队多次前往奉节考察,并最终看好白帝城景区及周边区域的旅游资源,意向以全新的创作手法、全新的呈现形式打造一台与景区紧密结合、与区域联动发展的第三代印象升级版演出。

目前,归来三峡演艺项目按照2017年8月首演,白天演艺剧场按2017年5月首演,倒排时序。

打造升级版旅游, 重庆还有多长的路?

21世纪初起,散客比例迅速增长,自由行、自驾游、亲子游、主题游、定制游……个性化旅游时代已然开启。游客不再满足于导游只是介绍景点,他们需要导游带领他们拍照摆

“美丽乡村”成为金名片

□本报记者 李刚毅

兰芝风景线,是浙江金华市悉心打造和培育的美丽乡村精品线。它起于兰溪华街街道沈村,终点为黄店镇芝堰村,全长约31公里,沿线涉及4个乡镇(街道),31个村,整合了芝堰水库、白露山景区、芝堰古村等自然和人文资源。

今年,兰溪市馬拉松大赛就在这条风景线上开跑。一路映入眼帘的是绿树,万紫千红的花,漆黑的柏油路,红墙白瓦的民居……一路风景,伴着运动员们“脉动”而过。

在金华,像兰芝那样的美丽乡村风景线共有28条,串起了170个精品村、320个秀美村。

原汁原味原生态

改革开放以来,浙江经济高速发展,富裕起来的金华农村老百姓,呼吁更美更优的生存环境和农村整洁生态。

2003年1月,浙江省委从农村居民最关心的村庄环境脏、乱、差问题入手,做出了实施“千村示范、万村整治”工程的重决策。

10多年来,浙江几届省委、省政府一张蓝图绘到底。不断完善、提升“美丽乡村”的外延和内涵,让越来越多的乡村“以净为底,以美为形,以文为魂,以人为本”,既成为“农民生活的幸福家园”,也成为“市民向往的休闲乐园”。

13个年头的持续建设的美丽乡村,农村脏乱差问题改善得如何?乡村,真的美丽了吗?记者走进浙江中部的金华市。初冬的浦江花桥乡东塘村,依旧花团锦簇,一派生机盎然。村口屋旁茂黄的月季、五颜六色的雏菊,在寒风中娇艳绽放。鲜花,成为浦江乡间随处可见的美丽元素。

而村头巷尾,每家每户门口的两只垃圾桶,似乎比鲜花更吸引人的眼球。

垃圾处理,正是美丽乡村建设中最令人挠头的一项工作。金华市领导认为,鲜花可以装点,可农村的乱扔垃圾改变,必须要从“心”做起。他们在不断走访不断调研中,创新“农户一级分类+村二级分类”的农村垃圾处理模式。

众所周知,“可回收”和“不可回收”,是垃圾分类的国际通行标准。然而,农村百姓年龄差异大,文化程度参差不齐,要推行这种分类法有困难。为此,金华在了解民意基础上,把垃圾分成“会烂的”、“不会烂的”两类,再配备村垃圾分类员,进行二次分类,“即使不识字的80岁老太太,也知道哪些会烂,哪些不会烂。”金华市政协主席陶诚华是这项工作的“始作俑者”,他说,接地气的方法,让垃圾分类难题迎刃而解。

两只垃圾桶,让东塘村变得整洁干净。

制度,能否落地生根?治了表,怎么治本?金华市构建长效机制,县、乡、村、户四个层面的制度运行体系,层层落实责任。到2016年9月底,已有145个乡镇、4230个行政村推开,覆盖率分别达100%和94.97%。农村垃圾大幅减少,农村面貌焕然一新。

制约乡村美丽的另一大顽疾是:污水横流,乱搭乱建,乱堆乱放。东阳市画水镇新华村曾是远近有名的废塑专业村,全村60%以上村民都从事废塑加工。新华村,成了典型的“脏乱差”代名词。

东阳开展了“环境革命”,新华村,先是村干部带头拆自家的棚子,接着党员、村民代表以及村民们齐上阵,将连建的棚子全部拆除。如今再走进新华村的人们纷纷感叹这里大变样

曾经,旅游只是遥不可及的奢侈品,而今,旅游已经成了常态化的生活选项。重庆旅游近年来,也经历了从人满爆棚到落寞,正是凭借换代升级版旅游,走出了一条再度崛起的“U”字形探索之路

内容为王：旅游打造升级版

游客在三峡大坝景区游玩。

周建平 摄/中新社

pose,带他们疯;不满足于住宿只是三四星级,需要特色;不满足于吃盒饭,需要当地美食;不满足订购只是人与机器的对话,需要人与人面对面的温度。

有个性、稀缺的旅游产品正在超越同质化、流水线的旅游产品,这被业界视为旅游发展的趋势。而当旅游业也进入内容为王的时代时,则意味着未来旅游产品间的竞争,将不再是价格战而是品牌战,“人性化”“人格化”的旅游产品将在旅游业发展中起决定性作用。

“现在我市乡村旅游的开发还较为粗放,很多投资者都有盲目跟风投资的心理,追求‘投入少、赚快钱’。”重庆旅游发展研究中心主任罗兹柏一针见血地说,尽管“文化游”、“乡村游”看上去风生水起,热度不断升温,但在业内人士看来,全市农业+旅游、文化+旅游,其融合形式仍然较为初级。

对此,罗兹柏建议,乡村旅游和文化旅游都应该注重在吃、行、游、购、娱等方面进行深层次开发,例如开发一些富有当地民俗、文化

特色的文创产品,让游客把文化“带回家”,或是增加一些旅游体验项目,让游客能够亲身参与,“形成一条完整系统的产业链,既能丰富旅游项目、延长游客逗留时间,又能增加旅游地收入。”

与此同时,许多体验式旅游项目蜂拥而上,造成较为严重的同质化现象。“由于我市赏花景点多,同质化竞争现象严重,今年乐天花谷的人气远不如去年。”垫江县沙坪镇乐天村乐天花谷企划部总监陶艺坦言。

而据记者连日来调查发现,由于盲目跟风建设、追求赚快钱,重庆市景区同质化现象较为普遍,尤其是最近三四年才流行起来的赏花、玻璃景观和漂流等体验式旅游项目更甚。这不仅会给景区可持续发展带来隐患,而且会给重庆旅游业发展造成“致命”伤害。因产品雷同,不少景区纷纷通过大幅降价的方式来争抢客源,恶性竞争的苗头已经开始显现。

还有此间专家指出,渝东北、渝东南旅游资源优势明显,但是当地旅游产业一直存在各自为战、资源割裂、同质竞争、挖掘不够等问题。“瓶颈”如不破除,渝东北、渝东南旅游产业就难有作为,“归来三峡”不过沦为一句口号。

前不久,重庆市人民政府办公厅关于加快推进渝东北生态涵养发展区和渝东南生态保护发展区“大旅游经济”发展的实施意见》出台,明确了发展路径:开发旅游大产业、实施旅游大营销、建设旅游大通道……

重庆市旅游局局长刘旗在接受记者采访时表示,根据“大旅游经济”战略路径,重庆正加快形成旅游交通环线,畅通旅游陆、水、空通道,构建立体化交通网络体系。

“通过‘大旅游经济’路径,力争到2020年实现两大区域旅游业增加值占全市的40%。”刘旗说,长江三峡地区应共同打造旅游品牌体系,强化一体化宣传营销,共同拍摄旅游宣传片,统一宣传口号、LOGO、标识、标牌等,不断强化长江三峡旅游的整体形象,扩大长江三峡旅游在国际国内的影响力和吸引力。彻底甩掉“告别三峡游”的阴霾,迎接“归来三峡”最美的一抹霞光!

数字

中国旅游消费额4年后将达7万亿



东方IC供图

全国旅游直接投资年均增长20%,到2020年,实现旅游投资总额达到2万亿元。此外,旅游消费总额将达到7万亿元,旅游业对国民经济增长的综合贡献超过10%;旅游就业总量达到5000万人,旅游业就业对社会就业的贡献率超过10%,实现每年约200万贫困人口通过发展旅游实现精准脱贫。

我国邮轮市场规模持续激增



曹菁 摄/视觉中国

近5年间邮轮市场年均增长率约45%。2016年上半年中国邮轮市场的出游人次达180.3万人次,收入34.2亿元,其中来自在线邮轮市场的收入达18.6亿元,占比54.4%。研究报告显示,中国邮轮市场之前的渗透率只有0.05%,但预计2016年邮轮市场的互联网渗透率将达到60%,到2018年将达到65%。

房车旅游潜力大 已出台一系列政策支持



张存全 摄/东方IC

我国已经全面进入了大众旅游消费时代,去年全国国内旅游人次超过了40亿人次。自驾车和旅居车(房车),是旅游发展中速度快、潜力大的新消费领域。今年国家已经出台了一系列政策支持房车旅游。

(本报记者 刘静 整理)



邓兴东 摄

了,映入眼帘的是干净整洁的道路,错落有致的房屋,郁郁葱葱的绿化。

“以前河水都是黑色的,家家户户生活污水都往里面排,养猪的也将猪粪直接倒进去,鱼都死光了。”提及以往,金东区金章村张大伯连连摇头,为了还原一方绿水青山,金东金章村大力推进农村生活污水截污纳管工程,通过坚持不懈的努力,八仙溪最终从原来劣V类水变成了如今的III类水。

为进一步提升乡村品质,浦江还深入实施“裸土复绿”“花漫浦江”等行动,播种花草籽1万余公斤,绿化美化4000余亩,创建“最美庭院”3万余户,完成137个村的村口景观建设,成功打造美丽茜溪风景线、水墨前吴山水线等5条美丽乡村精品线,涌现了前吴民生、虞宅新光、白马嵩溪等一批美丽乡村“金名片”。

重颜值更重内涵

在浦江郑宅镇芦溪村的文化礼堂里,“孝悌为先、忠信为本、乐博崇俭”“治家严、家乃和、居乡恕,乡乃睦”“宁向直中取,莫向曲中求”……一句句宏亮的家训,从一群身穿崭新兵服的男儿口中传出,这里正在举行送新兵仪式。

虞宅乡新光村是浦江乡村旅游比较火爆的一个村,每到一批游客,他们一定走进村里的文化礼堂参观。新光村村史展板让游客了解新光的历史传承,浦江的治水变化、新光村的水晶产业整治等展板则让游客们感叹新光村乃至浦江全县的“蝶变”。

面子子里子两手抓,文化浸润成为美丽乡村建设的有力推手。

金华市以建设“文化礼堂”为抓手,使“美丽乡村”重颜值更重内涵。

金东区,努力把美丽乡村建设,成为老百姓的美丽花园、生活乐园和精神家园。他们注重挖掘村史村情、提炼村庄文化,通过设计村标、制作村歌、编写村史等传承乡愁记忆;通过建文化礼堂、文化墙、家风馆、红色馆、名人馆等载体,挖掘、展示农村文化,打造“一村一品”文化特色。

文化兴带来乡村美,乡村美引发旅游热,金东区,这个“十一”黄金周,共接待游客33.5万人次,同比增长121.2%;实现旅游总收入2.5亿元,同比增长125.1%。

“我们在全县文化礼堂选址上,主动融入美丽乡村建设这条主线。”浦江县委宣传部相关负责人表示,考虑到承载有文化元素的乡村会更具魅力,在全县文化礼堂选址上,会重点考

虑在新光马岭茜溪线、多彩平湖双环线、郑宅嵩溪古村线、水墨前吴山水线、悠然南山神丽线上安排农村文化礼堂建设项目,以点串线,打造富有浦江地域特色的农村文化礼堂精品路线。

今年前三季度,浦江全县乡村旅游共接待游客443.89万人次,同比增长144.30%;旅游收入达58.26亿元,同比增长97.96%。

美丽乡村收获美丽经济

美丽乡村建设,金华的农村重现“看得见了山、望得见了水、记起了乡愁”。山清水秀的环境,随处可见的鲜花,原汁原味原生态,到乡村去看“景”正成为一种时尚。

但是,农业毕竟是农村的传统主导产业,这也是农村发展美丽经济的基础,然而仅靠一家一户分散经营,给美丽产业提升品质有制约。因此,金华市提出大项目带动的思路。

目前,金华全市累计建成现代农业园区11个、主导产业示范区18个、特色农业精品园61个、现代农业示范基地502个,2016年农业休闲观光旅游收入20亿元,全产业链发展的势能正在积聚。

浦江县马岭村引进杭州一家餐饮集团建设高端民宿项目,一期30栋民宿即将正式对外运营。因为“野马岭”项目的带动,整个浦江县的中高端民宿项目市场被激活,投资人和游客纷纷慕名上门。

在金华,这样的个案越来越多,直接推动今年乡村旅游产业井喷式发展。今年1-10月份,农家乐产业营业收入同比增长28.7%,其中国庆黄金周全市农家乐就接待游客226.2万人次,同比增长46%,实现营业收入1.3亿元,同比增长52%。

浦江县虞宅乡新光村在古村保护开发过程中,通过3年免租的优惠、提供配套基础设施、共同组建灵岩古庄园旅游发展有限公司等办法,一下子就引进50多位心怀梦想的青年创客。这些城里人来了不到一年,已经吸引游客50余万人次,节假日每天平均达到1万人次,总交易额突破500万元,村集体经济年收入超30万元。

当村庄的老房子成为香樟埕时,外出人员也开始回归,原常住村民仅30人,现已增至200多人,“家+”民宿、农家乐、旅游产品销售等创业就业途径让农民看到了回村发展的希望。今年8月,新光村正式被国家旅游局评为“中国乡村旅游创客示范基地”。