

“以游客为导向”助力常州文旅产业发展再上新台阶

2020年,全球经济尤其是国际旅游业遭受了新冠肺炎疫情的严重影响。面对疫情带来的挑战与行业发展面临的困境,江苏常州市文化和旅游行业交出了一份靓丽的成绩单:全市全年接待旅游总人数达5148万人次,旅游总收入达829亿元,均在全省前列,分别恢复到2019年的64.6%和69.2%,旅游总人数和总收入恢复程度分别高出全省10.9个百分点和11.6个百分点,高出全国16.7个百分点和31.2个百分点。今年的一小长假,在国内疫情普遍趋稳、文旅消费政策鼓励及出游集中爆发等利好因素下,自驾游、近郊游、休闲游等成为出游佳选。据常州市文化广电和旅游局统计,全市纳入统计的93家旅游景区(点)共接待游客475万人次,实现营收3.96亿元,同比2020年分别增长140.65%和183.93%,常州文化和旅游业已实现全面复苏。

常州市之所以能取得这样的成绩,在于常州文化和旅游行业“不等不靠、迎难而上、主动作为”,坚持深化文化和旅游行业的供给侧结构性改革和结构性改革,紧紧抓住旅游市场的需求,以旅游者为核心,以旅游者的文旅休闲消费需求为导向,通过一套刺激消费的市场“组合拳”,多措并举、多管齐下,全力推动文化和旅游行业融合式、高质量发展。这样一种以旅游者需求为核心的理念融入文旅产品的建设和体系的构建中,以游客为导向的发展模式实实在在地助力常州文旅产业发展再上新台阶。



武进区以配套建设优化全域旅游,公交线路覆盖全区所有景区和乡村旅游区,实现高铁、地铁、公交和自驾车无缝对接;对高速公路淹城服务区进行旅游化改造;建设集智慧导航、监测指挥、数据分析、行业综合监管于一体的全域旅游大数据平台;开发“智游武进”小程序,实现手机查询、预订、讲解、导航、投诉等一体化服务。

一、从供给侧改革入手 打造文旅产品体系

当前,旅游者的需求已经从单一的观光需求,转变为观光、休闲、度假并存的复合型需求。为适应旅游市场需求的变化,满足旅游者多元化、个性化需求,常州市坚持以市场为导向,以消费者需求为导向,深化文旅供给侧结构性改革,为旅游者提供丰富的高品质文旅休闲度假产品。通过挖掘特色资源,常州市已形成“乐园之都”“闲逸山水”“美丽乡村”“食美常州”“康体颐养”和“亲子研学”等产品供给体系,进一步增加有效供给,满足多样化旅游需求,初步构建起多层次、特色化、高品质的旅游产品体系。

1. 增加文旅产品供给,丰富文旅产品内容

过去几年,常州市的旅游产品供给持续优化,文旅业态不断完善,产品供给更加丰富。除了太湖湾等国家级旅游度假区之外,礼诗圩村、城西回民村、庆丰村也入选第二批全国乡村旅游重点村,溧阳休闲三日游、仙都金坛二日游入选全国乡村旅游精品线路,太湖湾露营谷作为入选首批国家5C自驾车旅居车营地项目;新博龙泉酒业、波仕曼工业旅游区创建成为江苏省工业旅游景区。这些新产品新业态的建设,进一步丰富了山水、乡村、休闲、工业等新型旅游业态。

2020年度常州确定重点文旅项目共22个,总投资额400多亿元。项目涵盖了大运河文化带建设、古镇申遗、文物遗址改造提升、文旅融合发展项目、全域旅游服务配套、创意旅游街区及会展等项目。其中,曹山未来城单体项目总投资达280亿元,位列江苏省重点文化和旅游项目第二。现已建成国家级文化产业示范基地(园区)1家、省级7家,金刚科技入选国家文化和旅游科技创新创业项目。

目前,常州正在全力推进溧阳曹山未来城、季子文旅综合开发、焦溪古镇复兴保护利用、常州中沙文旅中心月亮船、春秋淹城旅游度假区提升改造等文旅项目建设。同时,结合高铁新城建设和老城厢复兴发展,将加快建设一批五星级酒店,打造一批精品特色酒店,引进一批国际知名高端酒店。

2. 改变产品供给结构,增加休闲度假产品

一是继续提升观光型旅游景区。多年来,常州市深入挖掘自身旅游资源,通过不断创新,探索出一条“无中生有、有中择优”的发展路子,建成了一批以“常州恐龙园”等为代表的高品质A级景区。目前,全市A级景区共有32家,其中5A级景区3家、4A级景区10家、3A级景区11家,同时继续推进东方盐湖城创建国家5A级旅游景区、茅山宝盛园创建国家4A级旅游景区。

二是加大休闲度假型产品供给。为了满足市场不断增长的度假型产品需求,常州市坚持投入旅游项目和基础设施建设、生态环境提升,不仅建设了“常州恐龙园”等主题乐园,也打造了太湖湾和天目湖2家国家级旅游度假区以及溧阳曹山、金坛长荡湖和茅山3家省级旅游度假区,并将继续推动茅山旅游度假区创建国家级旅游度假区,建设焦溪古镇、舜山康养小镇等一批休闲度假型产品。

同时,针对文化休闲旅游需求的增长,常州市加大传统文化利用,打造文化旅游型消费产品。通过对南市河历史文化街区改造,和青果巷历史文化街区二期等7处纪念馆展陈提升,梳理老城厢内外60多处名人故居资源,统筹推进老城厢文物保护修缮,完成盛宣怀故居、意园、大成二厂艺园等保护修缮和民元里1号保养维护工程,完成近园全景式数字展示项目,建成青果巷、南市河等一批历史文化街区。对乱针绣等国家级、省级和市级非物质文化遗产,通过非遗基地观光、非遗体验、非遗产品消费等多种方式,满足游客的文化消费需求。积极推动滑稽戏《陈先生的吃饭问题》、二胡协奏曲《江南第一燕》等重点扶持作品的市场化运作,大大丰富了旅游者的文化旅游消费内容,丰富市民和游客的旅游文化消费。

三是大力推出红色旅游产品。聚焦“常州三杰”革命精神,策划了一批主题突出、导向鲜明、内涵丰富的专题展陈。积极推进革命文物保护和利用片区建设,做好李公朴故居、王诤故居、澄西抗日民主政府旧址等革命文物保护修缮;推动全市红色纪念馆场馆提档升级,整合常州三杰纪念馆、新四军江南指挥部纪念馆、中共常州地区百年党史史料馆等红色景区。

四是支持发展乡村休闲产品。借助创建全国乡村旅游重点村的契机,依托美丽乡村建设成果,加大了对乡村生态环境的改造提升,支持和规范乡村民宿、乡村餐饮的创新发展,打造乡村旅游精品线路,精心培育“溧阳茶舍”“金坛美宿”等精品旅游民宿品牌,建设具有区域吸引力的乡村休闲度假产品。现已建成溧阳市戴埠镇李家园村、南渡镇庆丰村和金坛区薛

埠镇仙姑村等5个全国乡村旅游重点村,以及省级乡村旅游区58家,推动常州乡村旅游从“美丽乡村”向“美丽经济”转型升级。

3. 完善文旅公共服务,提升文旅消费体验

一是大力建设公共文化设施。建成市、县(区)、乡(镇)、村(社区)四级公共文化服务体系,集图书馆、美术馆等于一体的常州文化广场建成开放;创建“政府+社区+企业”联合建设模式,建成江苏省“书香城市”建设示范市;建成开放10家智慧城市书房“秋白书苑”,成为新型公共文化服务空间“常州模式”;“文化100”“文化点亮生活”等惠民品牌每年惠及市民超600万人次;在江苏省率先设立市级文化艺术基金,累计资助金额近2000万元,实现“巡演一批、创排一批、储备一批”的创作生产新格局;形成了基本完善的公共文化服务体系,让市民共享文化和旅游发展成果。

二是全面提升旅游公共服务。持续优化公共服务,建设特色旅游公路,串联全域美景,完善厕所等配套服务设施,提升游客体验。积极推进“厕所革命”,累计完成542座旅游厕所规范化、标准化建设。在旅游交通方面,把旅游基础设施纳入城乡公共服务设施统筹规划,推广“溧阳1号公路”建设经验,推进城市公共交通、乡村公共交通与旅游景区、旅游度假区和乡村旅游重点村一体化建设。此外,各区县也大力推动综合性旅游集散中心建设,如南山全域旅游集散中心配备了游客接待中心、高端酒店和低密度养老度假区。

三是建设“常享游”,服务市民和游客。坚持以需求为导向,以文旅深度融合为原则,以游客和市民共享为前提,建设“常享游”全域旅游智慧平台。平台从供给需求侧,线上线下两端发力,打造成一键订单一码通行的“一站式”线上服务平台。建立游客服务平台,通过大数据识别核心客源市场,核心游客需求,构建服务精准、便捷高效的旅游服务服务体系。融合文化和旅游行业的信息资源和服务资源,建成一个基于位置的场景化服务,结合语音导航功能,以智能讲解、文旅资讯、行程推荐等服务为支撑的城市智慧游览系统。全面展示常州丰富的文旅资源,为游客提供全过程、全时空的旅游体验,更好地满足游客智能化、个性化、高品质的旅游需求,成为定制文旅线路、促进文旅消费、乐享文旅生活的智慧大平台。

二、顺应旅游发展趋势 构建全域旅游新格局

1. 打破景点割裂,为方便游客打造全域旅游

为打造优质旅游目的地,提升常州市的城市竞争力和影响力,常州市统筹全局,以《常州市文旅休闲明星城市建设三年行动计划(2020—2022年)》为蓝图,坚持大旅游概念,用旅游理念规划城市,用景区标准打造城市,用游客眼光经营城市,以“生态优先、绿色发展”为核心,推动国土、建设、水利、交通等规划实现“多规融合”,编制实施《常州市全域旅游规划》,加速推进从景点旅游到全域旅游的跨越式转型发展。在“食、住、行、游、购、娱”旅游老六样的基础上,进一步做好“商、学、养、闲、情、奇”旅游新六样,全力打造国家全域旅游示范区和休闲旅游目的地的城市,统筹推进全域旅游。

为了让游客更好地领略大运河文化,更深入地了解常州的历史文化,体验常州的休闲度假,常州市积极融入大运河文化带建设,结合常州大运河沿线的名人故居、考古遗迹、水工设施、工业遗产,系统建设高品质的文化长廊、高颜值的生活长廊和高质量的水游长廊,构建起“一核”(常州城市休闲旅游中心)、“两带”(大运河历史文化旅游休闲带、武进一金坛—溧阳旅游度假区发展带)、“五区”(天目湖旅游度假区、太湖湾旅游度假区、茅山旅游度假区、长荡湖旅游度假区、曹山旅游度假区)的全域旅游发展大格局。

2. 统筹城乡串联发展,打造开放型常州旅游区

溧阳市作为国家全域旅游示范区,有着以绿色生态为基底,城乡统筹为路径、产业融合为方向的总体格局,通过建立节点突破、廊道带动、全域统筹的时空发展序列,精心打造以“一路两廊”(“溧阳1号公路”、溧阳琴廊和森林长廊)为骨架的生态“绿脉”,将220多个乡村旅游点、62个美丽乡村及特色田园乡村串联起来,以建设美丽乡村撬动“大景区”发展。

金坛区在全域旅游的视角下,将全域旅游理念融入产业规划,推动一二三产融合发展,推动“园区变景区”,按照A级景区的标准和要求,对园区进行改造提升,将产品展示、参观游览、技术科普等功能融入园区和企业规划建设;突破传统景区的局限,把乡村作为全域旅游最大基础,以核心景区带动,以城市公园、山水田园、民居风情、生态景观协同,通过乡村公路串联,推动金坛全域成为一个“没有边界、没有围墙、没有门票”的大型旅游区,让全区居民都能很好地参与到全域旅游中来,享受全域旅游发展的成果。

武进区以配套建设优化全域旅游,公交线路覆盖全区所有景区和乡村旅游区,实现高铁、地铁、公交和自驾车无缝对接;对高速公路淹城服务区进行旅游化改造;建设集智慧导航、监测指挥、数据分析、行业综合监管于一体的全域旅游大数据平台;开发“智游武进”小程序,实现手机查询、预订、讲解、导航、投诉等一体化服务。

新北区积极利用“长江大保护”“大运河文化带”“长三角区域一体化”和“苏锡常都市圈”等机遇,推进新北区全域旅游发展规划的落地落实,优化旅游功能和空间布局,细化全域旅游示范区创建实施方案。

三、围绕游客转型升级 建立融合发展产业体系

1. 积极发展“文旅+”,延伸产业链

常州市通过发掘传承文化资源,推进重大项目建设,围绕深度融合,把旅游业发展推向更广阔空间。推动农业、林业、工业、水利、交通、生态、自然资源等领域与旅游融合发展,培育壮大“农业+旅游”“智造+旅游”“科技+旅游”“体育+旅游”“生态+旅游”和“会展+旅游”等新业态。深入挖掘传统村落、文物遗迹、非遗场馆及博物馆、纪念馆、美术馆、艺术馆等文化产品的旅游价值,推进研学游、工业游、水上游等旅游新业态建设;推进老城厢历史文化旅游服务设施建设,打造融江南文化、运河文化、名士文化、工商文化、红色文化等于一体的集中体验区和核心产品。积极顺应旅游新业态多元化、融合化、区块化、主题化趋势,拓展“旅游+”深度广度,推动产业链和价值链向高端延伸,促进文旅产业融合创新发展。目前,已经形成新北、武进“两大文化产业集聚区”以及沿东经120创意文化产业带、运河河历史文化产业带、沿西太湖影视文化产业带“三大文化产业带”。

2. 引入复合型项目,促进产业深度融合

溧阳积极引进环球融创曹山未来城、中德富尔达康颐社区、中国平安健康康城等优质资源助力县城发展。其中,曹山未来城整合周边旅游资源,开拓发展“农业+旅游”“文化+旅游”“工业+旅游”和“科技+旅游”等形式,以国际文旅康养度假城为定位,采用多节点多廊道融合、多片区多组团渗透的模式,打造“产城运营+旅游度假+生态休闲+文化科技+高端居住+康养生活”一体化闭环,为溧阳文化和旅游业发展注入强劲动力,打造成长三角地区乃至全国知名的休闲度假目的地。

武进区积极转变发展思路,从“资源依赖型”向“创新驱动利用和市场导向相结合”转型。利用淹城遗址,充分挖掘春秋时期文化,打造出春秋淹城旅游区;瞄准年轻人喜爱,虚实结合建成动漫文化主题公园嬉戏谷;利用西太湖资源环境优势,引进外来投资,发展影视旅游。通过实施“旅游+”战略,打造了嬉乐湾、稻香小镇、壹方农业等重点平台,建成了绿色建筑博览园等示范基地。因举办第八届中国花卉博览会、西太湖国际马拉松赛、环太湖国际公路自行车赛、中国热气球公开赛、西太湖国际音乐节等体育赛事活动,西太湖已成为目前武进地区环境质量最佳、文化气氛浓郁的户外休闲度假目的地。

新北区以创建省级文化和旅游消费试点为契机,将旅游理念融入城市建设和乡村振兴中,努力打造“城在景中、景在城中”的美丽新北。大力发展夜间经济、体育经济、网红经济,推动文化、体育、商业、工业、乡村和旅游深度融合,通过举办中国(常州)国际动漫艺术周、中国马拉松精英排名赛、“激情之夏”文化旅游节、“醉美高新夜”龙城夜生活节等活动,进一步丰富了新北区“旅游+”的业态,提升了旅游市场知名度。

金坛区的茅山旅游度假区则以茅山天然养生资源为条件,着重发展旅游、康养、休闲、度假、运动、观光农业等,着力培育“八重道养”体系,先后建成东方盐湖城·道天下、花谷奇缘、茅山宝盛园、一号农场、半边山下、仙姑美丽乡村等多个在长三角地区具有影响力的旅游景区(点),并配套完善道养主题特色的接待服务设施,为常州市及长三角地区的市民和游客提供“旅居+康养”产品。

四、满足游客消费需求 拓展夜间经济增量空间

积极把夜间旅游作为休闲度假经济重要组成部分。2020年,常州成为国家文化和旅游消费试点城

市,同年7月,举办由江苏省文化和旅游厅、常州市政府主办的首届“常州夜生活节”,并将常州环球恐龙城景区和青果巷两大文旅消费集聚区确定为首批江苏省级夜间文旅消费集聚区建设单位。

1. 推出“夜生活节”主题活动,服务游客夜间消费

常州推出“夜生活节”主题活动,瞄准夜间市场,推出100多项主客共享、精彩纷呈的文旅活动,给市民和游客提供了丰富多彩的文旅休闲项目选择。老城厢区域聚集了全市颇具特色和韵味的文化,围绕打造“人文城厢”“活力城厢”“品质城厢”和“宜居城厢”的目标,将旅游和传统文化、传统建筑等结合起来,统筹推进老城厢文旅融合发展。以老城厢为面,以运河段城区为线,整合青果巷、前后北岸、红梅公园、东坡公园、篦箕巷、运河五号等老城厢文旅资源,持续塑造“江南名士第一巷”的青果大品牌IP,打造全新的古运河文化旅游区;积极培育“夜公园”“水世界”“灯光秀”和“音乐节”等产品,依托古运河两岸、青果巷、南大街、江南环球港、迪诺水镇等,建设夜间经济集聚区,塑造城市文旅新地标。各辖市区也都积极整合辖区内的特色资源,分别推出了各自的“夜生活节”主题,市民、游客不仅可以沉浸式夜游中华恐龙园、天目湖旅游度假区、淹城春秋乐园等主题乐园,在夜色中的图书馆读书香、领略“博物馆奇妙夜”,还可以在江南环球港、万达商圈、九州商圈、新世纪、吾悦等商业综合体逛夜市、欣赏演出,探访区内数量众多的老字号和品尝美食。

今年五一期间,环球恐龙城举办“第十届恐龙文化节”,开展8项全天候演出,开放33个项目,夜公园进行到晚上8:30闭园,并推出“特惠亲子家庭票”“2日无限畅游”等优惠措施,共吸引游客43.2万人次,实现营收6155万元。

2. 加大集聚区建设,丰富游客夜游项目

2021年,常州市的文旅重点项目注重加快夜间文旅消费集聚区发展,总投资1亿元的恐龙园迪那湖水上秀项目和三堡街夜间文旅消费集聚区项目都将于今年投入运营。此外,在老城厢片区,青果巷历史文化街区修缮保护工程、天宁寺周边文旅提升工程、大庙弄片区历史风貌改造工程等3个项目也在加快推进,将打造成集红色文化、研学休闲、历史人文、“夜生活于一体的“城市会客厅”。

常州市通过把夜间游玩、夜间美食、夜间购物和夜间娱乐等要素充分整合起来,把“龙城夜未央”打造成为全国知名夜生活品牌,促进城市消费年轻化、时尚化、高端化。“龙城夜未央”现已成为江苏省颇具影响力的夜经济品牌之一,常州市也跻身“2020年度中国夜游名城”。常州的夜间休闲经济已经成为常州文化和旅游休闲的重要组成,打开了常州文旅经济发展的增量空间。

五、以服务游客为核心 优化提升市场发展环境

1. 抓游客注意力,积极提升城市形象

“注意力经济”中,为了让游客能更快更深刻地记住常州,在市场形象的提升上,常州市确定了“常州,教我不理想”的城市形象新定位,并通过举办各种文化和旅游活动,如“常州文化旅游节”“乡村过大年”“龙城夜未央·常州夜生活节”和“常州(上海)文旅推广周”等品牌活动,大大提升了常州在长三角乃至全国的文旅市场知名度。同时,也紧跟市场趋势,通过高铁冠名、抖音短视频、公众号、户外广告、院线广告等多种媒介进行传播互动,全力打造长三角地区独具特色、充满魅力的休闲旅游目的地。

2. 以游客为中心,着力优化经营环境

以服务游客为中心,在全市旅游住宿行业推行“常州礼遇”服务标准,培养了一支高素质导游队伍,进一步提升全市旅游服务品质和能级;加大全市文化和旅游市场监管力度,高质量完成《常州市旅游促进条例》草案拟定,在江苏省率先实现旅游警察队伍建设全覆盖,全市7个基层法院均成立旅游巡回法庭,建立快速高效的旅游投诉受理、协调、反馈机制;强化文化和旅游市场诚信建设,大力推行“红黑名单”制度,推动文旅市场监管平台提档升级,提升“互联网+”监管服务能力;优化旅游环境,规范旅游市场秩序,大力推进文明旅游,让游客和居民共享常州之美,享受高品质的旅游服务。

3. 加强区域合作,对接市场吸引游客

常州市积极推动国际、国内合作交流,加入长三

角旅游推广联盟,承办长三角文化和旅游联盟联席会议、中国未来景区大会等活动,通过多种渠道开拓发展道路,有效激发了产业发展的新活力。

金坛全面融入长三角文旅一体化发展,主动对接“南京都市圈自驾游推广联盟”,今年五一期间,以金坛茅山旅游度假区为核心,整合周边乡村资源,创新推出“闲养金坛、品味山水”二日自驾游等精品线路,游客可观乡村美景、品乡村美食、住乡村民宿、赏乡村韵味,体验别具特色的乡村文化和道养文化。

六、以政策资金为引导 凝聚文旅消费动力

1. 鼓励提升服务,制定和出台多项支持扶持政策

在产业发展服务提升方面,为鼓励相关文化和旅游企业提升服务,创新业态和产品,从政策上引导和支持常州文旅高质量发展,常州制订了《常州市市旅游发展专项引导资金奖励实施细则》。此细则扩大了品牌创建奖励范围,乡村旅游重点村、夜间文旅消费集聚区、文旅消费实践示范单位、文旅公共服务平台融合试点单位、金鼎奖和银鼎奖文化主题活动、金树叶奖和银树叶奖旅游饭店均首次被纳入奖励范围。对于影响力大、美誉度高的文旅品牌创建,奖励额可达100万元。

2020年新冠肺炎疫情对文化和旅游行业的影响大,面对疫情的严重冲击,为促进全市文化和旅游消费,常州市还制定出台了《常州市支持文旅发展促进旅游消费的各项措施》《常州市促进文化和旅游消费行动方案》和《关于加快常州夜间经济发展的实施意见》等政策文件,加大对文旅消费的支持和扶持力度。

2. 以奖补增强游客体验,提升文旅消费动力

2020年,常州市第一时间统筹3亿元资金,并设立2000万元“文旅专项贷”贴息补助,用于企业纾困和市场复苏;为了最大限度降低疫情对常州文旅活动产生的影响,在做好疫情防控的基础上,常州市在全省率先发放3000万元“常州旅游消费券”,直接惠及游客24万余人次,直接带动全市旅游类消费收入超过8816万元,为常州市输送近145万旅游人次,辐射近210万人次,带动全市旅游相关行业收入近5亿元。常州市还推出1000万元“长三角团队游客招徕奖补”,奖补活动期间,共吸引团队游客10万人次。此外,针对本地居民也开展了“常州人游常州”活动。

在这一系列政策举措“组合拳”的实施的,过去的一年,常州在全域旅游创建、精品创作生产、文旅公共服务等各方面取得重要成果。常州是国家文化和旅游消费试点城市,并跻身“2020年度中国夜游名城”。常州的文旅消费市场不仅达到疫前水平,还得到了快速增长;2021年五一假期,全市9家4A级以上封闭式旅游景区接待游客114万人次,实现营收1.78亿元,同比2020年分别增长97.94%和142.31%,分别恢复至2019年同期的100.68%和120.96%。其中,环球恐龙城、天目湖旅游度假区和春秋淹城旅游区3家景区共接待游客92万人次,实现营收1.43亿元,分别恢复至2019年同期的101.92%和162.17%。全市5家省级以上旅游度假区共接待游客165万人次,实现营收2.29亿元,同比2020年分别增长190.31%和239.03%。

现代服务经济注重以人为本,以消费者为核心,只有真正做到关注消费需求,满足消费者的消费意愿,才能真正抓住消费者的心理,变潜在消费者为实际消费者。以游客为导向,以消费为导向的产品建设和产业体系打造,为常州的文旅产业发展插上了翅膀。常州已经看到了以游客为导向的发展模式对全市经济社会发展、对全市文旅产业发展再上新台阶提供的助力,2021年,常州将继续全力推进总投资306亿元的35个文化和旅游重点项目,推动文化和旅游产业高质量融合。未来,常州将继续沿着以消费为核心,以游客为导向的发展道路走下去,将更多的“头回客”变成常州的“回头客”,把“过客”变成常州的“过夜客”,让“近者悦、远者来”,让每一个来常州的游客都能享受有特色、高品质的“常州礼遇”。

(北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院院长 房新建)

