

精心组织 精彩演绎 精美呈现

——江西省2022年旅游产业发展大会举办

6月13日至15日,江西省2022年旅游产业发展大会在吉安市举办,达到“出新、出奇、出彩、可持续”的预期效果,赢得了社会各界认可,进一步提升了江西旅游的知名度和影响力。

一、基本情况

大会以“高质量文旅融合 新时代奋勇争先”为主题,主要内容为四大主体活动(旅游产业发展大会、主题推介会、后河沉浸式演艺、文化和旅游项目观摩活动)、八大系列活动(全国首届非遗灯彩数字光影节、旅游资源招商对接会、“庐陵名礼”文化旅游创意产品大赛、全国文化旅游摄影作品征集活动、全国百名网媒主播吉安采风行活动、十大文旅系列IP征集赛、短视频话题挑战赛、首届庐陵文化节)、三组观摩线路、四餐特色宴席(庐陵全福宴、庐陵书香宴、宋“潮”文化宴、庐陵百花宴)、三条媒体采风线路(红色摇篮之旅、绿色休闲之旅、古色庐陵之旅)。

二、主要成效

(一)高屋建瓴、思路清晰,提振了发展信心。大会全面展示了江西旅游产业发展新成效、新特色和新成果,分析研判了全面建成小康社会后旅游产业发展的新趋势和新机遇,对疫情防控常态化形势下,持续推进江西旅游产业高质量发展和旅游强省建设进行了全面部署。江西省委书记易炼红会前到吉安市调研指导,省长叶建春到会讲话并为2023年全省旅游产业发展大会承办地授旗。叶建春的讲话把握大势、总揽全局、主题鲜明、重点突出、要求明确,为江西加快推进旅游强省建设提供了重要遵循,为旅游产业发展工作理清了思路,提振了信心。

(二)内容丰富、项目出新,激发了兴旅活力。大会形式新颖、内容丰富。会前,面向全国征集大会logo,配套开展了全国首届非遗灯彩数字光

影节、百名博主采风行、文创大赛、抖音短视频挑战赛、吉安市“十大”文旅系列IP征集大赛等系列活动,创作了大会主题曲和宣传片。推出了赣江水上游、城市内河游、夜游、非遗主题游、航空主题游、“体育+旅游”等多种沉浸式旅游业态。坚持“项目为王”,推出了海洋世界、白鹭洲书院、“后河·梦回庐陵”景区、吉州窑、云天麓谷、钓源古村等一批有特色、有亮点、有创意的观摩项目,为旅游产业发展积蓄强劲动能。

(三)线上线下、深入宣传,扩大了影响范围。整合利用各类媒体资源,全方位、立体式开展旅游形象宣传和大会宣传,在央视和江西省内主流媒体投放宣传广告;在网站、微信公众号、抖音等平台投放宣传片、短视频等。大会期间,人民日报、新华社、中央广播电视总台、人民网、央广网、江西日报等32家主流媒体宣传大会内容和考察项目,其中,中央媒体相关新闻宣传内容达93条,中国旅游报、江西日报分别刊发专版等。央广网、新华社、央视网、抖音、都市2直播矩阵等200多个媒体平台和客户端,同步推出“独好赣鄱·潮越千年”江西旅游推介会内容,全网直播观看总量达5649万人次。大会当日在微博登上热搜,总阅读量达3933.8万次。此外,大会还邀请了16个省市文旅厅领导和15名侨领侨商参加,有力提升了江西旅游的知名度、美誉度和影响力。

三、主要举措

(一)牢牢把握机制建设这个“根本”。坚持把筹办大会作为“一号工程”来抓,确保大会务实、节俭、高效。一是顶层谋划设计。着眼全域,

高标准编制了旅游产业发展大会总体规划、“十四五”文化和旅游发展规划等,统筹推进旅游资源开发和景区(点)建设。二是组建专门筹备机构。江西省文化和旅游厅、吉安市分别成立了筹备工作领导小组。其中,吉安市由市委、市政府主要领导任双组长,下设指挥部和8个工作组,工作组组长全部由市领导担任,并从市直单位和各县(市、区)抽调人员到指挥部集中办公,全面推行“高位化调度、集成化作战、扁平化协调、一体化办理”工作模式,确保各项筹办工作高质量精准落地。三是建立高效运转机制。建立健全了“揭榜挂帅”“每天会商跟进、每周通报调度、每月定期督查”“倒计时、蓝图式”“交办督办”等工作机制,所有项目实施“一个项目、领导挂点、一个项目专班、一个责任单位、一抓到底”,先后组织召开了48次调度会,印发了15期工作简报、15期项目简报。

(二)牢牢把握项目建设这个“龙头”。吉安市以筹办全省旅发大会为契机,坚持抓大项目、大抓项目,2021年以来,累计新(续)建旅游项目150个,完成投资130多亿元。一方面,坚持“赛马比拼”。精心遴选了40个重点文旅项目重点调度、挂图作战,推出了一大批有特色、有亮点、有创意的观摩项目,每个县(市、区)都立足特色和优势打造、提升了一批优质景区,一大批旅游项目加快推进,营造了“赛马比拼、万马奔腾”的浓厚氛围。同时,学习借鉴省里做法,从2021年开始,每年选择一个县(市、区)召开全市旅发大会,鼓励各地比学赶超。另一方面,实行市场化运作。去年以来,引入了中青旅、十里芳菲、景城驴妈妈、绿维文旅、天

一博观等国内知名的文旅机构,深度参与项目的规划建设运营,做到旅发大会每个重点项目落实1个市场主体,以先进经验促进景区可持续发展、可持续运营。同时,大力支持培育旅投公司、文山集团、庐陵老街旅游发展公司、云天麓谷等一批本地文旅企业发展壮大。2021年以来,吉安市52个A级景区由市场主体运营的达24个,占比46%,同比提升26个百分点。

(三)牢牢把握文旅融合这条“主线”。聚焦乡村振兴、城市更新、康养度假、数字经济等领域,推进“旅游+”融合发展。一是做长旅游产业链。在“旅游+文化”上,精心开发了钓源古村、杨万里诗画小镇、金坪民族风情特色小镇等一批以科举文化、古村文化、民俗文化为内涵的文化旅游体验项目;在“旅游+农业”上,打造了以井冈山长塘古韵、万安高岭宿集、安福慕景民宿为代表的精品民宿集群村,以井冈山红色研学村集群、墨潭桃花岛、大丰田园为代表的乡村旅游精品项目;在“旅游+科技”上,充分运用VR、人工智能等技术,以水幕电影、全息投影等方式,打造沉浸式、互动性强的旅游体验项目。二是做宽旅游景观带。聚焦赣江中游生态经济带建设,沿五百里赣江连线打造,推进了桃花岛、吉州窑、白鹭洲书院、蜀口生态岛等一批庐陵文化原生态景点串珠成链,打造赣江“最美风光带”,让水上游重新焕发出活力。打造了以玉箭山养生谷、羊狮幕康养小镇为两极的康养旅游商圈,做靓高岭宿集、桃源梯田、云天麓谷、半亩方塘等为代表的高端民宿生态度假区。加快了永新三湾、遂川红圩小镇和长征国家文化公园吉安段建设,拓展了

大井冈旅游圈,推动了红色旅游多能级提升。三是做旺旅游夜消费。打造了汉陂古村、庐陵人文谷、恩江古城、井冈山天街、田侯路文化街区、安福幸福小镇等夜间旅游消费集聚区,推出了后河夜游、古村夜游、幸福夜游三大体验项目,植入了非遗馆、线下有声等文艺类业态及音乐酒馆、茶座、牛栏咖啡屋等体验店群,初步构建了夜拍、夜品、夜演、夜宵、夜宿、夜创等城市旅游夜经济商圈,激活了夜间经济。

四、几点启示

(一)“上下联动+齐心协力”是大会举办的基础。大会筹备期间,江西省委、省政府主要领导观摩项目、现场指导,分管省领导专程赴吉安市调研大会筹备工作并提出要求;江西省文化和旅游厅从资金、政策、品牌创建等方面,全力支持大会筹办;吉安市委就大会承办成立高规格领导机构,定期调度,确保各项筹备工作有序推进;省旅游产业发展领导小组成员单位及省直有关部门对大会筹备大力支持、积极配合。在江西省委、省政府的坚强领导下,在各级有关部门的密切协作、大力配合下,大会有序召开。

(二)“精细服务+以人为本”是大会举办的关键。围绕补齐要素短板,高标准建设了格兰云天五星级酒店、吉安国际会展中心、爱琴海购物中心等旅游配套设施;推出了书香宴、全福宴、百花宴、“宋潮”文化宴等特色宴,让嘉宾尽享美食;借势赣深高铁开通,新建了一批旅游公路、旅游干线,新开通了景区直通车、旅游航班,让嘉宾玩得舒心;开通了“云享庐陵”线上购物商城,开设了一批特色文创

超市,让嘉宾购得顺心;优选了一批形象好、气质佳、素质高的讲解、礼仪参与大会服务,获得嘉宾一致好评。大会筹备过程中,始终坚持与城景一体建设相结合,以市场化运作为手段,以提高群众的幸福感、获得感为目标,使乡村变景区、村民变股东,旅游产业发展直接带动吉安市8万多人吃上“旅游饭”,间接从业人员有40多万人,带动全市7万多农民就业,年人均增收4000多元,巩固拓展了脱贫攻坚成果,助推了乡村振兴。

(三)“创新驱动+对接合作”是大会举办的支撑。在项目打造、业态布局、服务接待等方面,力求突出“新、奇、特”。比如,打造了凤凰机甲光影秀和主题乐园级别的水上花船巡游项目,通过“元宇宙”模拟现实场景和设置虚拟身份,突出现场感、互动性,将群众带入庐陵文化时空之旅;推出“航空嘉年华”和“飞行婚礼”,数字盲盒;“独好赣鄱·潮越千年”主题推介会利用“AR+全息”技术的舞台秀,营造了3D立体视觉效果,把大会办成有创意、有特色的高品质旅游盛会。同时,借助大会平台开展多种形式的对接合作。比如,邀请参会嘉宾、旅行商和旅游企业代表以及媒体代表参加江西旅游推介会,赴吉安市开展精品旅游线路踩线观摩,打开认识江西、了解江西、传播江西的重要窗口;开展旅游项目投资对接,旅游推介会现场,签约重大文旅项目12个,签约金额246.77亿元;举办2022年江西(吉安)旅游资源招商对接会,签约重点文旅项目33个,签约金额222.9亿元;组织省内重点旅行社和省外重点旅行商对接交流,达成了一批合作意向。

(江西省文化和旅游厅 曾本珺)

2022 旅游客运美好中国行论坛举办

宇通客车助力旅游行业复苏

受疫情影响,旅游客运行业遭受了巨大冲击。各地相继出台了纾困措施以及释放旅游消费潜力、扶持旅游消费市场主体的积极政策,帮助服务行业恢复发展。

面对行业复苏的市场形势,6月23日,由宇通客车股份有限公司主办、广西玉柴机器股份有限公司协办的“聚力前行 共赴美好——2022旅游客运美好中国行”论坛在山东青岛举办。论坛通过搭建区域行业交流平台,立足高品质旅游出行服务的使用场景,与行业协会、旅游从业者、客车制造企业等相关方一道,共同探讨如何提振旅游行业发展信心,如何找准当下旅游客运发展的新方向、新趋势和新格局。

论坛上,宇通客车股份有限公司相关负责人致辞,中国旅游车船协会秘书长宋磊,世界旅游城市联合会专家委员会副主任、文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员、北京交通大学现代旅游研究院院长、博士生导师张辉等进行发言。



旅游行业复苏 “食住行玩”升级

今年端午假期,全国国内旅游出游人数7961万人次;实现国内旅游收入258.2亿元,恢复至2019年同期的65.6%。热点城市、热门景区游客数量明显回升。眼下,暑期将至,传统旺季即将到来。旅游市场复苏正在加速前进,旅游客运行业的发展也将重新焕发生机。

论坛上,张辉通过视频连线的方式,与青岛会场的与会者一起探讨当下旅游客运发展的新问题、新对策。“从旅游业发展方式来说,我国旅游行业已经从高速度发展向高质量发展转型;从旅游业成长来说,从依赖资源、劳动要素向技术、资本要素转型;从旅游形态来说,从旅游要素组合向旅游要素独立转型;从产业融合来说,从‘旅游+’向‘+旅游’转型。”

张辉认为,这一系列的变化都需要旅游行业的各相关方对食、住、行、玩全流

程进行升级。而在“行”的层面,就需要客车出行向网联化、场景化、定制化、舒适化升级,满足当下旅行者深度游、度假游、定制游的各类需求,从需求侧出发对供给端进行深刻变革,打破以往客车旅行的“低端化”认知。

对此,宇通客车方面表示,面对群众出行新需求、新期待,以及旅游客运行业转型升级的新要求,为了保障群众出行更安心、更舒心、更顺心,创新和优化产品,需要运营企业、车辆制造企业、主流配套企业上下一心,共同努力。“作为交通运营的一分子,宇通始终站在服务者的角度,以客户为中心、以市场为导向、以创新为动力,瞄准发展变化的市场,持续推动产品升级。同时,以更舒适、更人性化的设计,满足乘客舒适出行需求,以更环保、更高端的产品,为企业创造更大价值。”



打造“超基因价值链”带来更多想象

宇通客车深耕交通运输行业多年,并一直以前瞻性眼光洞悉市场需求。面对旅游客运发展的新形势、新机遇,宇通客车在技术和产品上持续发力。

论坛现场,展示了上市不久的12米的宇通ZK6120H旅游客运大巴,以及实力与颜值俱佳的7系旅游客车、T7高端商务车、兼顾节能和续航的ZK6117纯电动大巴等多款经典车型。

座椅标准、静音、空滤、减震、安全系数……针对这些方面,宇通客车以高能技术平台和产品实力带来优质的感官体验,满足用户不同出行场景需求,带来更健康、更安全、更舒适、更便捷的出行体验。今年“中国品牌日”(5月10日),宇通客车发布了客车价值链。宇通客车产品高级经理吴涛在论坛上介绍,“超基因价值链”把客车看作一个生命体,从洞察用户需求出发,对研发、设计、选材、制造、品控、运营服务等影响车辆全生命周期运营的每一个环节进行改善和提升,以“可靠、高效”的产品、服务和解决方案,不断聚合价值,推动客车全系产品的进阶,全方位服务客户。同时,从行业标准角度,进一步推动出行领域升级,倡导绿色出行。“概括而言,可以将‘超基因价值链’看作宇通对客车行业生态的一次重构,从点到链、从链到面、从面到体,为客户提供全生命周期运营价值的升级,为行业发展提供新的模式,为旅游客运可持续发展提供解决方案。”

显然,宇通客车“超基因价值链”带来的“高安全、高舒适、高可靠、高颜值、高效益”的全方位升级,为当下旅游客运行业的新需求、新场景带来了新的想象空间。宇通客车将继续助力旅游业高质量发展,与各方一道,聚力向前,共赴美好中国之行。