

优化旅游廊道建设的机制与路径

□ 李 斌 何泽邦

随着我国经济社会发展特别是文旅融合发展进入新阶段,推进旅游廊道建设已形成共识,成为加快全域旅游发展和旅游目的地升级的重要突破口

党的二十大报告指出,“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”。推进跨区域的旅游廊道建设,既是构建旅游空间新格局、实现旅游业转型升级和高质量融合发展的重要载体,更是满足人民群众美好生活需要的题中应有之义。笔者在分析近年来我国旅游廊道规划建设现状的基础上,针对存在的问题短板,提出优化旅游廊道建设推进机制、强化区域协作、深化融合发展路径的建议。

一、推进旅游廊道规划建设已成共识

旅游廊道是围绕某一主题或线索建立起来的、能满足旅游体验需求的、集聚各种旅游产业要素的线性空间,包括“绿道”“风景道”“遗产廊道”等。随着我国经济社会发展特别是文旅融合发展进入新阶段,推进旅游廊道建设已形成共识,成为加快全域旅游发展和旅游目的地升级的重要突破口。

首先,在宏观政策导向层面,国家鼓励发展旅游廊道。中共中央、国务院印发的《交通强国建设纲要》提出,“深化交通运输与旅游融合发展,推动旅游专列、旅游风景道、旅游航道、自驾车房车营地、游艇旅游、低空飞行旅游等发展”。《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》,将打造长江国际黄金旅游带、黄河文化旅游带、杭黄世界级自然生态和文化旅游廊道、巴蜀文化旅游走廊等列为“旅游目的地质量提升”重点工程。国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》提出,“继续推出一批国家旅游风景道”。文化和旅游部印发《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,“建设全国风景道体系,打造具有广泛影响力的自然风景线和文化旅游廊道”。

其次,在国家专项规划层面,支持推进重点廊道建设。《“十四五”旅游业发展规划》提出,“加强区域旅游品牌和服务整合,支持京张体育文化旅游带、黄河文化旅游带、巴蜀文化旅游走廊、杭黄自然生态和文化旅游廊道、太行山区等旅游发展”。2021—2022年,国家发展改革委、文化和旅游部会同有关部委及省级政府,先后印发《京张体育文化旅游带建设规划》《杭黄世界级自然生态和文化旅游廊道建设方案》《巴蜀文化旅游走廊建设规划》。长城、大运河、黄河、长江等全国性的大尺度廊道,2019年以来已纳入国家文化公园规划建设范畴,出台了总体规划和实施方案。

再次,在地方发展实践层面,旅游廊道建设热潮涌动。近年来,多数省份相关规划均将旅游廊道作为构建旅游空间格局的重要内容。江苏提出,构建世界级运河文化遗产旅游廊道、世界级滨海生态旅游廊道、扬子江世界级城市休闲旅游带、陆桥东部世界级丝路旅游带“两廊两带”。浙江提出,打造杭黄世界级自然生态和文化旅游廊道,建设“名城一名江一名湖一名山一名镇一名村”国际黄金旅游线;高质量建设浙东唐诗之路、大运河诗路、钱塘江诗路、瓯江山水诗路文化旅

游带。安徽提出,全省以“三纵三横”旅游发展轴带为骨架、旅游廊道和旅游环线功能串联,推进一批跨市域旅游廊道建设。陕西提出,建设秦岭生态文化旅游廊道、黄河文化旅游廊道、长征红色文化旅游廊道、丝绸之路文化旅游廊道“四廊”。四川提出,高标准建设巴蜀文化旅游走廊、长征红色旅游走廊、西南民族特色文化产业带(藏羌彝文化产业走廊)、茶马古道历史文化走廊“四大走廊”。河北、山东、甘肃等省区市也以廊道构建理念规划建设特色文化旅游带。

二、跨区域跨领域合作建设旅游廊道渐入佳境

在旅游廊道建设中,不少省份坚持一体化理念,以政府主导带动区域合作,以市场主体整合资源品牌,以多元融合优化发展环境,取得了初步成效。

一是注重以细化方案推动规划落地。四川省和重庆市围绕落实《巴蜀文化旅游走廊建设规划》,两省市层面及沿线地区制定一系列《实施方案》,签订一系列合作协议,共同推进建设。浙江省和安徽省在长三角一体化合作框架下,聚焦杭黄世界级自然生态和文化旅游廊道的交通共联、生态共保、产业共促、民生共享,制定文旅合作实施方案。在省域廊道方面,浙江省2019年就印发《浙江省诗路文化带发展规划》,并出台《四条诗路》《三年行动计划》;江苏省制定“两廊两带”建设4个《实施方案》,推动规划落地落实。

二是注重以政府主导带动区域合作。跨区域是旅游廊道的一大特性,大型廊道更是跨省域甚至是跨几个省级行政区,因此政府主导带动区域合作的特征也较明显。比如,为协同打造巴蜀文化旅游走廊,2020年四川省和重庆市就组建了专项工作组联席会议组织架构,并建立了专项小组机制、联合办公机制、联席会议机制、信息通报机制,每年联席会议研究审议年度工作方案和重点项目实施方案。2022年文化和旅游部、国家发展改革委联合重庆市人民政府、四川省人民政府出台《巴蜀文化旅游走廊建设规划》后,两省市交流合作日益频繁,呈现出文旅主管部门、事业单位、文旅协会及企业深度合作新格局,两地签订文旅战略合作协议86份,成立文旅推广、文旅企业、非遗保护等合作联盟27个,推进实施了一批“两地联建”重大文旅项目。

三是注重以市场联动整合资源品牌。发展较好的旅游廊道都注重发挥市场作用,加强资源和品牌整合,协同推进旅游目的地建设。比如,随着巴蜀文化旅游走廊建设纵深推进,川渝两省市发挥各类联盟作用,行业企业深化合作,品牌联动营销更加活跃,一体化市场体系基本形成。特别是成都与重庆联合推出系列双城精品线路,给予对方游客景区景点和酒店民宿优惠,“一趟行程、双城同游”成为境内外众多游客的选择。2024年春节8天假期,成都A级景区接待游客1103.8万人次、重庆130家纳入监测统计的旅游景区接待游客1068.5万人次,双双跻身携程、飞猪等多个平台发布的“国内十强热门旅游城市”榜单。

四是注重以跨界融合优化旅游环境。旅游廊道往往集生态、交通、文化、

经济等要素于一体,各地注重挖掘文化遗产、红色资源、民族元素、自然生态等特色优势,推动文化、生态、交通与旅游的深度融合发展。部分省市在旅游廊道建设上坚持多方发力,优化文旅发展的营商环境。比如,杭州市与黄山市以新安江流域水生态环境共保为牵引,推进杭黄廊道生态、文化、旅游融合发展;成渝等市实行了巴蜀文化旅游走廊区域的文化旅游市场一体化执法协作。河北依托现有立体交通网络,打造六大“快进慢游”旅游廊道交通网;山东出台旅游交通网主骨架布局规划,建设五大主题旅游风景公路廊道。

三、坚持问题导向,优化旅游廊道建设机制与路径

从总体上看,我国旅游廊道建设还处于起步阶段。特别是在跨区域的大尺度廊道建设中,涉及的跨行政区体制机制、利益格局、资源要素配置如何协调,还需要深入探索实践。一些旅游廊道建设还存在“三弱”现象:一是协作推进力度相对偏弱。各地在前期对争取廊道列入国家和省级规划都比较重视,但在列入规划后合作共建和协作推进有所滞后,部分廊道还停留在概念上,有的虽然印发了规划文件,但实质性具体政策措施少,各自为政、分散发展等现象仍然存在。二是市场主体参与广度相对偏弱。一些廊道的政府之间、文旅部门之间互动频繁,联席会议开了不少、合作协议签了一堆,但在有效调动市场主体参与积极性、推动沿线实质性深度合作方面,还须进一步加大工作力度。三是资源品牌整合深度相对偏弱。一些廊道整体形象不错,但各自优势资源共享意愿不强,区域合作交流形式简单,项目深度合作不够,没有形成品牌溢出效应和有效的利益分配机制。

基于现状和问题分析,笔者对深入推进旅游廊道建设提出以下建议:

(一)坚定战略目标定位,更加健全协调推进机制

列入国家和省级规划的旅游廊道,基础条件好,自然生态和文化旅游资源禀赋高,目标定位明确。应坚持廊道战略定位和区域协调理念,整体谋划、统筹规划、一体部署、合作共建,按照“部门协调、省市负责、区县抓落实”方式,推动规划实施。要建立多级联动机制,省市区三级联动,建议由旅游部门牵头,文化文物、交通运输、发展改革、自然资源、农业农村、生态环境、园林等部门参加,并吸收相关行业协会等社会组织参与,构建完善协调推进机制。同时,要坚持在国家大局下行动。比如,杭黄自然生态和文化旅游廊道、巴蜀文化旅游走廊,分别是国家《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》和《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》的重要内容。

(二)坚持政府主导发力,更好发挥市场主体作用

推进旅游廊道建设,政府在专项规划编制、重大政策制定、重大项目安排、重大体制创新等方面发挥主导作用的同时,应进一步发挥市场作用,积极推动行业企业深化合作。可通过构建区域性合作联盟,完善沟通机制,在资源

共享、产品共建、客源互送等方面相互协同联动,形成“资源联合开发、产品联合打造、市场联合开拓、行业联合监管”的协同发展格局。要进一步深化供给侧结构性改革,同步推进需求侧管理变革,探索资源整合路径,推动文化和旅游业态、品牌、市场、服务、交流推广深度融合,着力打造市场认同、旅游者共情的文旅融合IP,打造网红景区和打卡地,构建旅游产业集群。

(三)优化宣传推广策略,更加注重品牌塑造

如何使廊道从“散装”变为“整体”,就要坚持“一盘棋”,建好信息共享平台,构建文旅宣传推广和品牌营销体系。要重视整体形象塑造和形象推广,整合沿线省市县三级媒体资源,实施政府主导、企业联盟、文旅融合、媒体跟进的“四位一体”宣传推广策略,用统一的宣传口号、统一的标识、统一的风格、统一的服务质量向旅游者清晰传递一致信息;加强具体旅游产品营销,沿线省市县可运用多种营销手段,将文旅产品和精品线路一体化整合营销。将沿线已经成熟的旅游品牌一起融入廊道统一品牌,是一个需要破解的难题。为此,一要加强元素整合,可将沿线符合廊道定位的元素整合起来,不求全面,只求精练;二要优化解说系统,将廊道独特元素统一于共同主题之下,通过统一解说系统为游客讲述廊道故事;三要加强品牌运营,如注册廊道旅游品牌及其子品牌,对沿线景区、演艺场所等实行品牌特许经营。

(四)坚持文旅深度融合,更好推动多元联动发展

旅游廊道往往是集旅游、文化、生态、交通、经济于一体的复合型廊道,要坚持以“生态廊道”建设为本、以“交通廊道”建设为基、以“文化廊道”建设为魂、以“产业廊道”建设为用,贯通联动,串珠成链,深化文化、生态、交通与旅游的融合发展。当下游客的旅游方式和选择都发生了质的变化,游客已把体验文化作为选择旅游目的地的首要因素,旅游廊道建设要积极顺应这种变化,以文化引领旅游发展,以旅游促进文化繁荣,特别是要注重文化遗产、文物资源、地域文化元素的保护传承和开发利用,深入挖掘独特资源禀赋,优化博物馆等文化场馆及古城古镇古村的旅游服务,丰富旅游场景,打造文化内涵丰富、文化特色鲜明的旅游精品。

(五)创新完善支持体系,更加注重优化创新环境

聚焦交通共联、产业共促、生态共保、民生共享等重点领域,加快构建廊道绿地生态、交通通达、公共服务等系统,建设国际化旅游服务体系、旅游集散体系、智慧旅游体系。突出做好两个方面:一是推动廊道基础设施设施联动建设,构建“快进慢游”交通服务网络,支持廊道沿线重点旅游市县乡村及景区景点开通旅游观光客运线路,提升通达水平。二是顺应旅游业发展趋势,提升自驾游和自助游服务体系,推动建设自驾游旅居车营地,完善交通节点设施旅游服务功能,完善廊道旅游标识系统,优化旅游服务环境。

(作者单位分别为:杭州市社会科学院,杭州电子科技大学)

《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,以景区、度假区、旅游休闲城市等为依托,打造区域性国际旅游目的地,建设生态、海洋、冰雪、城市文化休闲等特色旅游目的地。加速推进旅游目的地建设对我国旅游业发展具有重要意义,笔者认为,需要从框架体系、主导策略、产业模式、政策倾斜和行业引导等方面进行战略布局。

大力推动各类旅游目的地的建设

一是构建旅游目的地体系。从国家到地方在政策层面要形成共识,以打造世界级及国家级、省级旅游目的地或旅游目的地城市为目标,构建以“景区+度假区+街区+园区”为核心的旅游目的地体系,进一步提升吃、住、行、游、购、娱等产业要素的品质并丰富其内容。从旅游知名度、产业景气度、城市智慧度、旅游便捷度、经济贡献度、旅游满意度等六个方面,进一步完善旅游目的地建设。

二是明确文化休闲、观光旅游并重的旅游发展策略。发展高质量的文化休闲活动和娱乐项目,打造沉浸式、体验性、场景化的文旅产品,大力发展旅游度假区和街区、园区等开放性旅游空间,特别是引导AAA级及以下旅游景区调整发展路径。加强文艺演出、会展会奖、中医药、国风国潮、体育、康养等类型旅游活动的组织,大力发展专项旅游,如中医康养旅游、国学旅游、博物馆旅游、戏曲旅游、非遗旅游等。

三是形成内联外延型的产业体系。发展旅游产业,应观光与休闲并重,充分满足市场需求;度假区景区社区共同努力,实现主客共享;旅游产业与文化产业、健康产业、体育产业、工业农业和科技教育等产业深度融合,产生新内容新形式新业态;旅游传统业态与研学游学、数字模拟、旅拍打卡、私人订制等新业态相辅相成。

四是建设友好型旅游目的地。建设友好型旅游目的地的关键是营造安全优质的社会生活环境和诚信有序的市场消费环境,核心是要为国内外旅游者提供安全、便捷、高效的旅游服务。要建立统一的涉外咨询和服务平台,为国际游客在中国旅游、工作、生活提供便利友好的服务环境;强化北上广等交通枢纽和国际门户功能,打造友好空港;打造一批儿童友好型城市,在北上广深杭等城市推广全龄友好公园等。

五是在城市更新和城乡改造中注入文旅内容。将社区作为旅游重要增长空间,充分利用社区既有资源,形成休闲街区、特色店铺等新的旅游吸引物。在城市商业中增加文旅符号和内容,创造城市文旅消费新内容新地标。比如,北京就利用CBD概念打造City-walk文旅产品,利用华贸中心旁闲置厂房、依托SKP和国家文化产业创新实验区打造世界级的文化艺术中心和旅游商业中心,将首钢园转化成常年场景化旅游体验场地,对北京中轴线、东岳庙等文化遗产进行活化利用。

采用适应新需求的行业引导方式和市场营销模式

一是推广旅游目的地的旅游价值主张。价值主张是国家及地方旅游业应对旅游新形势必须明确的内容,是树立旅游目的地形象最核心的内容,也是最快捷的路

加速推进旅游目的地建设

□ 叶昊

径。淄博、哈尔滨等城市已经做出有益探索。应明确目的地向旅游群体提供的、为其创造旅游价值的产品和服务,并以树立和传递价值主张作为政府主导下将旅游目的地推向市场的主导性策略。

二是更新旅游市场营销和宣传推广模式。利用大数据、人工智能技术,以新媒体作为旅游市场宣传和营销推广的主阵地之一,配合价值主张,大力推动新媒体在全世界范围内对中国旅游的宣传。制订专项行动方案,引导推广的内容、角度,与官方媒体、官方线下活动等形成互补和互动。

三是促进和统筹文化标识建设。党的二十大报告提出:“发展社会主义先进文化,弘扬革命文化,传承中华优秀传统文化,满足人民日益增长的精神文化需求。”要站在担负起新时代新的文化使命的高度,实施文化标识工程,建立标识推广机制,强化统筹布局,服务党和国家工作大局,激发文化消费潜力,推进文旅产业融合贯通。以北京市为例,应打造传统魅力彰显、中外多元包容、优雅时尚现代的文化形象,讲好北京故事,成为中华文明展示地、全国优秀文化荟萃地、先进文化潮流引领地、中外文化交流对话地。

四是加强市场消费引导和消费市场消费引导。应推出行业综合指数和行业专项指数,用通俗、易懂、直观的方式显示行业及细分门类的景气程度、发展趋势和供应情况,引导决策者、投资者、运营管理者 and 旅游消费者合理决策。要有意识地引导健康合理的文旅消费观念,树立成熟旅游者形象,引导旅游消费者合理预期、合理安排出行计划并进行合理消费,鼓励健康、理性的旅游行为。

中国旅游市场的消费者具有多层次、多需求等特点,中国旅游市场的供应者也有多类型、多等级的特点,要通过制订规划、战略和目标等,引导和促进供应者与消费者的信息一致、行为协同,鼓励供应者供应更多优秀产品、采用多种形式的营销手段满足游客需求,鼓励供应者推陈出新,以创新意识带动旅游消费。

四川隆昌：构建全域旅游格局 助力文旅产业高质量发展

四川省内江隆昌市地处成渝城市群中轴线上关键节点,素有“中国石牌坊之乡”美誉。近年来,隆昌市坚持全域规划引领、重点项目打造、产业体系完善、宣传营销助力,大力发展全域旅游。

隆昌市始终践行“景城一体、全域旅游”发展理念,以《全域旅游发展规划》为统揽,系统编制《乡镇级片区旅游发展专项规划》,因地制宜,多点布局特色文旅产业,按照统一规划、分步实施、策划前置的原则,系统梳理在地文化和旅游资源,推进各涉旅片区整体性开发利用,构建“一心多点”的全域旅游格局。

隆昌市持续推进重点文旅项目,隆昌温德姆酒店、云顶寨保护利用项目有序推进,“新街里”特色文旅商业街项目加快建设,着力打造集夜游、夜购、夜食、夜宿、夜宿

于一体的夜间文旅消费街区;以农文旅融合为主题,以稻田虾为核心,积极打造印坝稻虾农文旅融合示范区,促进乡村产业发展;建设隆窑遗址博物馆、川渝青少年示范性研学中心营地、毛泽东主席视察隆昌气矿纪念馆等体验点,培育研学旅游新空间。

隆昌市不断发掘文旅优势,依托石牌坊群、云顶寨、毛泽东主席视察隆昌气矿纪念馆等文化旅游资源,开发经典文化旅游线路,发挥古宇湖、圣灯山等自然风光优势,着力打造森林氧吧、林间徒步、夏季避暑、非遗体验等全新业态,持续完善隆昌景区旅游基础设施,完善景区内休闲座椅、引导标识75个;统筹推进农村公路、旅游风景道建设,新建和改扩建旅游风景道、通景公路28公里;建成“智慧旅

游和大数据中心”,在“隆昌文旅”小程序上线线上预订、天气查询、旅游快讯、全域导览、线路推荐等服务模块,实现文旅信息咨询查询“一站式”服务。

隆昌市着重发力宣传营销,积极与主流媒体通力合作,在中央、省级媒体多次发布隆昌文旅相关信息,宣传隆昌文旅产业和全域旅游发展经验和成效。利用抖音、微信、小红书、B站等新兴媒体及平台,创新宣传内容,紧抓热点话题,吸睛引流。参加中国国际旅游交易会、四川省文创大会、重庆都市文化旅游节等各级各类文旅推广活动。结合自身特色举办大型文旅活动,开展隆昌稻田虾音乐美食节、隆昌羊肉汤美食节等活动,同步开启抖音、微信直播宣传,直播累计观看人数接近百万人次,有效提升关注度。



浙江大学 ZHEJIANG UNIVERSITY

THE HONG KONG POLYTECHNIC UNIVERSITY 香港理工大学

合作办学

亚洲特色 · 全球视野

酒店及旅游管理博士学位项目

Doctor of Hotel and Tourism Management (D.HTM)

详情咨询

联系人: 黄老师

报名邮箱: liyuanhly@zju.edu.cn



上课地点: 浙江大学西溪校区

咨询电话: 0571-8827 3598