

临安:乐寿兼修的“江南氧生殿”

喝杯高山茶,钓钓鱼、赏赏花,尽情地呼吸山区纯净的空气,享受临安山村不一样的“慢生活”——如今这已经成为了越来越多都市“逃”客的休闲养生之选。

“临安生态旅游走过了16年,如今基本处于巩固、停滞期,旅游部门所要做的,就是及时更新换代,培育新的、符合需求的升级产品和核心品牌,增强发展后劲。”临安旅游局局长帅建筑说,临安从“生态旅游”转型到“生态养生旅游”,虽然只有二字之差,但内涵却发生了极大变化。

为了实现由观光胜地向养生福地转变,由旅游大市向旅游强市转变,临安积极打造“旅游升级版”,推进旅游资源一体化、旅游产品特色化、旅游市场多元化、旅游产业融合化、旅游服务品质化。一个个发展生态养生旅游的重大决策落地,生态养生旅游产业发展三年行动计划也如火如荼。

“升级版”的临安旅游不再满足于举步皆景的视觉体验,将以“动静兼宜、乐寿兼修”为己任,更关注对“城市病”、“喧嚣症”、“亚健康”的舒缓和调剂,使都市一族在雪海竞速中释放身心;在玫瑰温泉里舒筋解乏,在



临安青山殿渔船

“负氧SPA”中涤尘洗肺,在静思禅悟中平和心绪……临安将依托天赋异禀,用好山好水为天下游客精心烹制一道道新概念旅游大餐。

近段时间,满口温泉酒店高管徐志荣已数次去了方回春堂。他们想把方回春堂行医济世数百年的“功夫”搬到酒店,把中医养生的理念嫁接到温泉疗养中来,为喜欢泡温泉的游客提供更多的增值服务。与徐志荣一样马不停蹄的还有大明山风景旅游公司老总曹亚平。近来,

他也一直忙碌穿梭于政府各部门间。因为滑雪场现有的接待能力已远远不能满足如潮水般涌来的游客,提升改造已迫在眉睫。

一直以来,小而散的业态格局始终是临安旅游的一块“短板”。如今,随着清凉峰省级旅游度假区的授牌落户,随着临安市打造“百里画廊,千里画卷”新愿景的绘就,临安将以“全域景区化”的理念,着力加大旅游资源的整合和优化,以全新姿态拥抱“旅游国际化”时代的到来。

成绩已属过往。临安人清醒意识到,“生态观光旅游已走过黄金期,临安旅游想要持续振兴,转型升级势在必行。”

临安为此制定了旅游业优先发展战略。将用三年时间,投入近300亿元,“提升一批、增加一批、突破一批、做精一批”生态养生旅游产品,重点建设20个旅游项目,构建“1+3+X”的生态养生旅游产业发展新格局。

未来三年,临安将整合优化中西部地区的优质旅游资源,倾力打造清凉峰省级旅游度假区。

还将以青山湖旅游商务区、天目山旅游朝圣区、柳溪江旅游休闲区为核心,构建三大生态养生旅游组团。做大做强温泉养生、运动养生和康复养生旅游,做优禅修养生旅游。通过开展品牌大营销,擦亮“江南氧生殿”金招牌。不断强化临安“春踏青、夏纳凉、秋赏叶、冬滑雪”的四季宜游品牌。围绕“百里画廊,千里画卷”建设目标和“全域景区化”理念,编织“景区景点——风情小镇——美丽乡村”三维一体的旅游发展新格局。

上虞:田园牧歌式的“会客厅”

“四季仙果之旅”:省内采摘休闲旅游最佳模式之一

走进上虞,游客就会发现这里瓜果几乎每月都有,沿途乡村自然风光旖旎,生态环境优越。游客深入基地,采摘水果休闲旅游,就能悠然享受一曲甜美的“四季仙果之歌”。上虞也因此一炮而红。

“2014年,我们要充分挖掘‘四季仙果之旅’品牌内涵,积极拓展品牌外延,深入实施《‘四季仙果之旅’品牌提升规划(2013~2015)》和《上虞区旅游营销策划暨三年行动方案》,建设智慧旅游系统,实现从‘品牌’到‘名牌’转变,保持水果采摘在全省的领先地位,成为长三角地区著名的水果采摘休闲旅游品牌。”上虞旅游局相关负责人表示。

加快推进基地建设,全力打造精品工程。按照《“四季仙果之旅”采摘基地质量等级评定标准》和《浙江省果蔬采摘基地服务与质量管理规范》,大力实施水果基地“七化”工程(种植规模化,生产精品化,栽培设施化,农民组织化,基地景区化,管理智

慧化,服务品质化)。

开展头脑风暴、辩论赛、金点子征集等活动,问计专家,求策群众,完善品牌培育政策引导体系。修订星级基地评定实施办法,继续实施星级采摘基地评定工作。指导推进二都杨梅森林公园、覆顶山景区创建国家4A级景区,陈溪乡创建国家3A级景区;做好章镇猕猴桃基地创3A级景区规划。

实施生产精品化,引导果农引育水果新品、精品,提高水果品质。拓展水果产业链,推进水果深加工。积极引导民间资本建设集吃、住、游、娱和采摘为一体的大型休闲旅游综合体。

“接下去,我们要把‘四季仙果之旅’培育成上虞乡村休闲旅游的核心产品,为全区乃至全省基地发展树立样板。”

“都市会客厅”+“虞舜文化旅游”:形成三大品牌相得益彰的市场格局

提出打造“沪杭甬都市会客厅”品牌这一构想始于两年前。此前,“四季仙果之旅”吸引了无数长三角游客。另一方面,凭借

优越区位条件和良好的商贸基础,上虞近年来还多次举办购物节,以集聚人气。每逢购物节或水果采摘日,绍兴、余姚、慈溪、新昌、嵊州等周边县市的大批消费者纷至沓来,使得其大小酒店宾馆往往一床难求。

随着宁杭甬高铁、嘉绍跨江大桥相继建成通车,上虞已成为“北上沪苏、南下温台、东连宁波、西接杭州”的交通枢纽,进而真正纳入沪、杭、甬等长三角主要城市“1-2小时经济圈”。在省内外一家旅行社专门负责会务接待的人士看来,会务旅游通常是一种高端旅游业态。上虞不仅有乡村美景,还盛产四季“仙果”,完全可成为沪、杭、甬等周边大城市田园牧歌式的“会客厅”。

上虞旅游部门计划在未来3年,继续提升中华孝德等三大景区的管理和服务接待能力,加快推进曹娥江旅游度假区等核心项目建设,打造具有上虞特色的会议综合体。围绕“美丽乡村”建设目标,完善、提升和改造旅游景区特色项目,把一些特色会议和餐饮,逐步吸引到乡村休闲

农庄来。上虞区旅游局有关负责人表示,接下来将按照“会议+采摘”、“会议+景点”、“会议+购物”、“会议+休闲”等形式,精心设计特色会务旅游线,形成以会务带动旅游、以旅游促进会务的产业融合模式。

另一方面,上虞历史悠久,文化资源丰富,是不可多得的旅游元素。据旅游局相关负责人

介绍,目前他们正在重新梳理和定位上虞文化旅游资源,在与“四季仙果之旅”和“沪杭甬都市会客厅”两大主打品牌产品的有机融合,提升两大品牌产品市场竞争力的同时,将上虞文化旅游捆绑推向市场,提高“虞舜文化旅游”的市场占有率,为进一步开发和推广奠定市场基础。



上虞四季仙果采摘

椒江:让文化与旅游联姻

“城、山、海、岛”,塑造椒江旅游品牌

椒江,位于浙江省沿海中部台州湾入口处,旧称“海门”,被誉为“中国黄金海岸线上的心岸新城”。在椒江,戚继光抗倭的历史

被人熟知。明洪武年间大将汤和拆黄岩城墙建海门卫城,嘉靖年间,戚继光在海门卫征招与训练“戚家军”,取得了九战九捷的抗倭战绩。

据椒江区旅游局局长陈宝国介绍,椒江挖掘海防文化、古章安

文化、一江山红色文化和大陈垦荒文化等文化资源,建设海门卫海疆文化旅游、卫温首航台湾纪念馆广场、古章安文化旅游区、一江山红色文化旅游区、大陈岛垦荒文化旅游区和海门大世界慢生活文化特色街等项目,实现文化与

旅游“联姻”,必将为旅游带来生机,为文化产业注入活力,发展“蓝图”将变“版图”。

近年来,椒江区委、区政府高度重视旅游业的发展,将其摆在经济社会发展中的重要位置,编制了海洋海岛旅游、革命红色旅游、海防文化旅游、城市休闲旅游等专项规划,形成了“城、山、海、岛”为一体的旅游发展格局,有力地推动了椒江旅游业的快速发展。相关负责人介绍说,接下去他们将加快文化旅游深度融合,发展绿色、红色、蓝色“三色”旅游,塑造椒江旅游品牌,着力打造浙东南旅游目的地和台州旅游集散地。

智慧旅游,加强旅游市场营销

2014年是中国智慧旅游年,是旅游营销推介工作创新的一年。椒江也紧跟时代步伐,更加注重网络的作用。今年就精心制作了各类网络宣传的基础资料,椒江旅游官方微信、微博平台和

椒江旅游微电影,拍摄椒江旅游宣传片等,提升智慧时代椒江旅游的对外影响力。

同时,加强和省旅游局信息中心、微信等平台的合作,积极借助外力做好市场营销。上半年,共推出多条椒江旅游微信,并积极参与“支付一分钱,浙里美景任你邮”活动。在加强网络营销的同时,进一步加强节庆营销,改变之前形式上的节庆模式,举办更接地气、更从游客角度出发的旅游节庆,办好东海文化旅游节、老街旅游文化节,积极推动形成“一镇一节”的节庆格局。其中,联合海峡旅行社和华夏旅行社举办了“首届浙江老年旅游文化节”和“台州之春”系列活动,并举行了椒江旅游专题推介会;积极参与策划“5.19中国旅游日”活动,大力推介游艇观光基地等景区;认真做好“看晚报游浙江”媒体团大陈岛采风活动,并参加了2014浙江(山东)旅游交易会,台州旅游赴临沂、济宁促销活动,义乌旅博会,温州旅游产品(瑞安)展卖会等。

旅游发展看浙里

桐乡全国旅游综合改革的路径选择

徐云松

桐乡市在2013年10月获批全国第一个县级旅游综合改革试点,其改革的核心内容是“一业驱动四化”,即“加快推进旅游产业体制创新,通过深化产业融合发展,探索旅游促进新型农业化、工业化和城镇化建设中政策利用和扶持”。可以说,桐乡是全国县域旅游综合改革的第一块“试验田”,是经济发达县市、工业强县(市)以旅游协同或者促进其他产业转型升级的第一个“实验室”。

“望得见山,看得见水,记得住乡愁”,旅游业融合乡村发展,可以促进乡村文脉的传承和创新,大力发展乡村旅游,又是解决三农问题的一把有效钥匙,是做好城乡统筹工作的重要途径。基于上述认识,目前阶段桐乡发展乡村旅游,强调政府主导,通过打造几个样板,让农民看得到眼前实实在在的标杆。我们大力发展现代农业旅游庄园,坚持个性发展,使其成为一产的农业和三产的旅游业高度融合的载体。

桐乡以旅游业协同联动城镇化发展,主要应该处理好以下五对关系:一是把握好历史人文与城市的关系。要注重保护现存的历史人文资源,如文保单位、古镇和历史街区等,防止城镇建设破坏历史遗存;要合理利用历史人文资源,将城市旧区的改造与旅游发展紧密结合起来;要大力推进与历史人文资源相关的品牌营销,将桐乡众多的非物质文化遗产与节庆活动、时尚活动、传统民俗展览等紧密结合起来,设计好旅游线路,让这些资源“动”起来、“活”起来。二是把握好空间布局与城市的关系。明确城镇功能的划分,防止相互排斥的功能区块混杂。通过城市空间布局调整,引导工业、居住、商业和公共活动空间合理布局,从而为城市形象品质提升奠定良好基础;加强重要空间景观轴线的建设。如东部绿带,使其成为展现城市形象的区域。三是把握好建筑风格与城市的关系。城市肌理和城市格局要充分吸收江南水乡古镇原有特色,将江南古镇的小尺度、人性化与水系、田园紧密结合,特别是突出桐乡传统的“十字水街、临水而居”的特色;四是把握好产业布局与城市的关系。强调“产业”、“旅游”与“城市”的融合,形成“产城一体”、“一镇(街道)一园区”、“一镇(街道)一品牌”格局。五是把握好城区与乡村的关系。统筹兼顾城市与乡村的发展需要,合理分配资源,有所侧重,联动发展。

桐乡旅游业与现代服务业的深度融合发展要围绕旅游休闲、市场、物流、文化、科技创新、金融六大功能的提升,在未来3-5年,重点抓住以下三个方面。一是做大做强旅游本业。以旅游业协同联动服务业现代化,必须以旅游业自身强大为根基;要将旅游业置于现代服务业的核心地位,根据“景区全域化、全域生态化、旅游大众化、休闲常态化、品牌国际化、产业融合化”的建设要求,优先、重点发展旅游业,夯实旅游业发展的微观基础,进一步凝练提升旅游业核心竞争力,着力把旅游业打造成为桐乡最具标志性的战略性支柱产业。二是提档升级现代商贸服务业。要优化功能布局,充分发挥八大重点服务业集聚区(乌镇国际旅游区、濮院毛衫生产性服务业集聚区、崇福皮革生产性服务业集聚区、桐乡中心商务区、振东市场集聚区、梧桐综合现代物流园区、高桥现代服务业集聚区、临杭生产性服务业集聚区)的功能,突出区域商贸特色,促进游客流动和商贸资源的共享。要通过商品品质和服务水平的提升,来强化桐乡市场购物旅游的口碑效应,推动专业市场向“批零结合、游购娱结合”转化。三是拓展时尚创意产业。要充分发挥文化创意产业的产业链作用、群聚作用和溢出效应,以“名人文化”、“毛衫名镇”、“皮革名镇”、“漫画之乡”、“江南水乡”及特色旅游等为载体,以特色主题为核心,融入文化创意元素,打造创意产业高地。



椒江大陈渔港一瞥