

# 杭州文旅:焕新“三江两岸” 共拥“赛”“会”之城

叶怡霖 陆彦莹

杭州旅游的版图,正逐渐从西湖向西,跨越至更广阔的三江两岸。

去年8月,杭州“三江两岸”水上黄金旅游线项目正式启动,并成立了开发工作专班,杭州旅游发展新的增长极进入加速推进的阶段。

一年之后,在杭州亚运会即将到来之际,“三江两岸”再迎新成果。

8月29日,由杭州市“诗路文化·三江两岸”水上黄金旅游线工作领导小组办公室、杭州市文化广电旅游局、杭州市商旅运河集团联合主办的会在山水间——杭州“三江两岸”旅游国际推广周活动(以下简称“推广周”)在杭州正式开启。

为吸引游客在亚运期间畅游“三江两岸”,活动上首发“迎亚运——三江两岸20·23焕新游”。包括“诗路文化·三江两岸”水上黄金游线20景、13条“诗路文化·三江两岸”商务旅游线路;同时开展“三江两岸”旅游国际对话,举办“三江两岸”会奖旅游交易会,树立“三江两岸”高端旅游样板,助力杭州打造国际“赛”“会”之城。



“三江两岸”美景

## 三江两岸新面貌已显 旅游基础设施建设继续加速

自西向东贯穿新安江、富春江、钱塘江的“三江两岸”,纵贯杭州6区3县(市),连接着全市70多个乡镇街道,拥有2个国家级风景名胜区、2个国家级旅游度假区、6个国家森林公园、2个5A级旅游景区、17个4A级旅游景区、8个3A级旅游景区,以及星罗棋布的历史文化名镇、名村和文物古迹,是一条极具东方气韵、江南风情的观光型水域。

过去三年,乡村游的爆发显示出了“三江两岸”旅游业的发展潜力,但这些旅游资源存在的问题也随之凸显。“三江两岸”的旅游景区开发时间不同、标准不一,部分景区面临设施老化、旅游产品竞争力不足、文化宣传梳理不够等问题。”杭州市文化广电旅游局相关负责人介绍,如何更好地梳理好家底、利用好这些旅游资源,成为打造“三江两岸”水上黄金游线的第一步。

为此,杭州从2022年就启动了19

个“三江两岸”区域的景区提升改造工作,计划于亚运会前完成13个。

经过“微改造、精提升”,现在去严子陵钓台景区游玩,已经有了不一样的打开方式:从码头开始,游客一路会遇到古装打扮的渔夫、高士、书生、仕女、樵夫,他们或江边垂纶,或泉边烹茶……在行走间了解宋韵文化。

“这些改造提升不仅仅改硬件设施,提升景区‘颜值’,更重要的是提升景区的‘内涵’,从传统的观光型旅游业态,到新式的沉浸式旅游、文化研学游等。”杭州市文化广电旅游局相关负责人说。

除了沿岸景区的提升改造,“三江两岸”流域的统一运营,更是标志着这条水上黄金游线新的开始。

多年来,由于“三江两岸”区域覆盖面积较广,共涉及杭州9个区县(市),有3个不同航段,游船分属于5个不同运营主体,上下游不互通,很难形成合力。

为此,2022年10月,杭州特别成立了杭州三江两岸旅游运营公司。今年2月,该公司与富阳区富春山居集团、桐庐县文旅投资集团、建德市新安旅投签订了“四个统一”的运营协议,实现了钱塘江全航段“统一规划、统一平台、统一调度和统一营销”的格局。市民游客得以实现乘坐游船从钱江新城溯流而上,一路直达富阳、桐庐、建德游玩。

规模更大、更具吸引力的文旅项目也正瞄准“三江两岸”。今年3月召开的杭州市旅游业高质量发展大会上,投资总额418.83亿元的14个重大文旅项目签约落地杭州,其中,法国普德赋(狂人

国)主题公园备受关注。在龙头文旅项目的强势引领下,“三江两岸”星罗棋布的旅游资源将形成合力,推动该区域迅速成为新的增长极。

目前,“三江两岸”已布局码头23个,100座以上的游船26艘。更多的旅游基础设施正在紧锣密鼓地推进中。“‘三江两岸’区域从原本的交通功能转向旅游功能,仍需规划编制、设施建设等多方面的共同努力。”杭州市文化广电旅游局相关负责人说,未来十年内,“三江两岸”将会不断放出“大礼包”,让市民游客更有获得感。

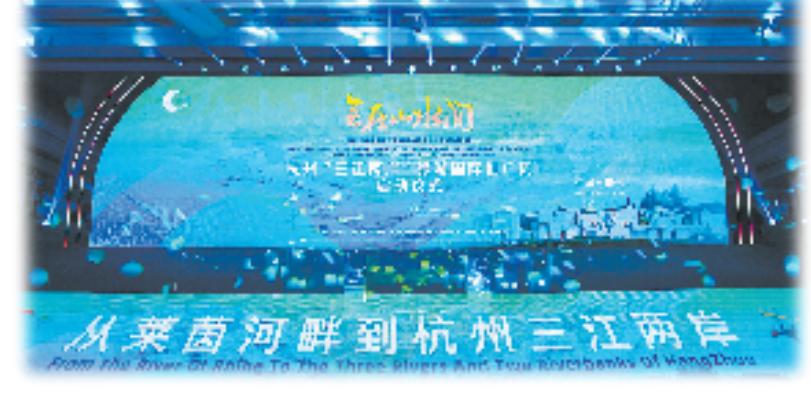


是否不再仅仅停留在开会、考察,而是能与体育休闲活动结合在一起?

“三江两岸”的部分区域,这种形式的生态运动休闲已经形成了产业链,为当地旅游业带来了强力引擎:被称为“骑行天堂”的淳安县千岛湖,从2006年开始连续举办环千岛湖国际公路自行车赛,成为淳安“运动之城”的品牌项目。2022年淳安体育旅游共计接待游客242.78万人次,其中,通过举办公路自行车、铁人三项等10余场大型赛事,接待赛事爱好者6万人次,形成了具有千岛湖特色的赛事旅游新业态。杭州亚运会期间,淳安也将承办公路自行车赛等赛事,或将再次点燃当地的体育旅游盛景。



## 对标国际一流滨水旅游地 “三江两岸”离“高峰”还有多远?



提到滨水旅游目的地,在国内我们会想到黄浦江和维多利亚港;放眼国外,离不开巴黎的塞纳河和穿越欧洲的莱茵河。

杭州的“三江两岸”刚刚起步,我们能从这些地方学到哪些经验?

本次推广周活动上,杭州专程请来了多位业界大咖,包括杭州市旅游业高质量发展特聘顾问、凤凰卫视资讯台副台长吴小莉,杭州市旅游业高质量发展特聘顾问、旅游复原力研究

院院长Masato Takamatsu,法旅集团副总裁Benito Mellado,国际大会及会议协会(ICCA)

亚太区主席Jane Vong Holmes等,为如何发挥“三江两岸”文化和旅游优势、打造世界一流滨水旅游目的地建言献策。

与会专家一致认为,“三江两岸”旅游资源丰富,有良好的发展基础,既具备无可比拟的自然风光,又有悠久的历史文化积淀,是中国旅游资源最密集、最具人文气息、最具度假开发潜力的水域之一。

杭州作为国内知名旅游城市,旅游业基础扎实,又有数字经济产业优势,在创新开发新业态、数字赋能文旅融合方面或能创造别样精彩。

刚刚展现新貌的“三江两岸”,还有很多可以向塞纳河、莱茵河等世界一流滨水旅游目的地“讨教”之处。

令杭州市旅游业高质量发展特聘顾问、欧洲城市比较研究院上海分院院长冯翔印象深刻的是,上个月,2024年巴黎奥运会组委会宣布,奥运会的开幕式将不再在体育场内进行,而是史无前例地放在塞纳河上。

“近年来,随着旅游业态朝向休闲、体验式转变,越来越多的国内外旅游城市,提出了打造世界一流滨水旅游目的地的目标,可以说是‘兵家必争’的品牌。”冯翔说,在亚运会到来之际,擦亮“三江两岸”文旅新品牌,展现新形象,杭州抓住了好时机。

但目前的“三江两岸”刚刚起步,杭州仍需找准品牌定位,秉承先进的旅游观念,才能推动这条黄金水道“后来居上”。

“不论是塞纳河,还是莱茵河,我们游览的都不仅仅是河流本身,也在体验河岸上人们的生活方式。”冯翔认为,在“三江两岸”,杭州仍需持续打响杭式生活文化的品牌,让游客体验宋韵生活、江南韵味。

“旅游目的地的打造不是服务过去,甚至不是服务现在,而是服务将来。”冯翔说,要抓住未来旅游发展趋势,把握年轻人的脉搏。

跨界合作,也是开启旅游目的地世界品牌的“金钥匙”。冯翔认为,杭州应跳出旅游行业看“三江两岸”,跳出旅游行业找合作伙伴,与有着优质内容输出、强大粉丝基础的企业与平台合作,或许会有意想不到的效果。

(本版图片由杭州市文化广电旅游局提供)

## 商务旅游持续发力 借力亚运打造国际“赛”“会”之城

不断丰富的“三江两岸”能有多少种旅游业态?在这次推广周活动中,杭州市文化广电旅游局借力亚运,将商务旅游放在了突出位置。

推广周期间,杭州市文化广电旅游局牵头,分别在富阳、桐庐、建德、淳安四地举行了四场“会在山水间”特色旅游资源商务对接会,关注最能点燃商务旅游市场的“潮”业态,助推“三江两岸”区域“点石成金”。

为何选择商务旅游这一细分赛道?业内人士告诉笔者,商务旅游属于旅游业态中的高端产品,为旅游产业带来的收入十分可观。“一场会议、一次赛事、一场演出,不仅能带动交通客流、酒店入住、餐饮消费、旅游观光、商品购物等一系列旅游消费,而且与一般旅游业态不同的是,商务旅游往往受价格浮动影响较小,订单较为稳定。”

另一个重要的原因是,杭州在商务旅游上已深耕数年,有着扎实的商务旅游业态基础。根据国际大会及会议协会(ICCA)权威发布,2019年杭州举办国际会议数量位居全球第74位,亚太第17位,中国大陆第3位;2022年,杭州依然保持亚太城市第35位,中国大陆第4位的成绩。

城市国际知名度的提升,也为商务旅游市场带来不小的推动力。自2016年举办G20峰会,到今年举办第19届亚运会,杭州因大型国际性的“赛”和