

聚焦乡村振兴 共话生态文旅

2020新时代江苏旅游发展论坛成功举办

乌镇景区、古北水镇景区总规划师、设计师、总裁陈向宏：“传统小镇迭代重点在小镇+产业打造”

一个优秀的旅游城市，一定是目的地旅游城市，除了美丽乡村建设，中心城市必须有IP打造和旅游产品两大要素。从旅行社时代，到OTA时代，再到产品时代，当前中国旅游发展已进入拐点时期。中国旅游的发展和政府造势、全国各地大众化消费市场的培育密不可分，但最重要的还是供给侧的问题。从观光小镇、度假小镇到文化小镇，乌镇已经走过了20年的发展历程，如今东栅观光，西栅度假，每年实际游客约有1000万人次。打造产品首先要有清晰的定位。从一开始东栅的定位就很明确，只做观光。西栅度假区不仅满足于建筑立面的保护，还是从静态保护到历史街区的再利用，游客不仅能观赏，还能居住。如今的游客是年轻一代的消费者，所以度假小镇要向古求新，注重夜游，构建完整的复合经营模式。文化是放大差别性最大的IP，文化小镇转型既要有古镇共情，也要有文化个性。打造小镇，要着眼发展、着眼创新、着眼市场、着眼时代。当前，很多小镇在打造过程中普遍存在空心化、同质化、盆景化、符号化等问题，碎片化、概念化、图潜化的运动式开发反而会造成长远破坏和资源的浪费。乌镇的竞争力主要表现在单一的产权、规范化管理和独特的IP。文化体验、生活体验都不一样，才是旅游的本质。所谓特色小镇，重点应在小镇+产业的打造，既要有壳，也要有内容，注重品质管理。



无锡灵山文化旅游集团有限公司董事长吴国平：“创新、创意、创造，走出造福百姓的‘灵山之路’”

灵山之路实际上是一条创新、创意、创造的道路。纵观灵山发展历程，三到五年就有一个传世精品献给市场。2015年，拈花湾对外开放，这是中国禅文化与生态旅游结合的传世精品之作，它在一个农村建成，如今变成了网红小镇。26年来，灵山每一个时期的每一个作品从景点到经典，从造景到造福，一头贴着农民，一头贴着市民，一手拖着农村，一手拖着城市，保护好了一方生态，创造出了一片美景。作为“无中生有”的品牌，灵山之道可归纳为六个力——文化转换力、产品审美力、精品打造力、行业专注力、社会凝聚力、企业内动力，正是这六力同频共振，才有了今天的灵山。当今世界正在经历百年未有之大变局，新冠肺炎疫情全球大流行这样的局面，给旅游业带来了前所未有的挑战，但旅游业的基本面没有变，人们对美好生活的向往没有变，文旅高质量发展的方向没有变，市场对恢复重振的信心没有变，一种颠覆行业的趋势正在出现，它将给行业重新定义赛道。在这样的背景下，第一要守住底板，第二要补齐短板，第三要拉伸长板，第四要建好模板，第五要争当样板。



9月22日，由江苏省旅游协会、盐城市盐都区人民政府、盐城市文化广电和旅游局、新华报业传媒集团主办，盐城市旅游协会、盐都区旅游协会协办，盐都区文化广电和旅游局、大纵湖旅游度假区、新华日报传媒有限公司承办的“2020新时代江苏旅游发展论坛”在盐城市盐都区举行。

本次论坛以“乡村振兴与生态休闲度假旅游”为主题，探索美丽乡村、乡村旅游、文旅融合、休闲旅游等创新发展的多样化路径，深入探讨美丽江苏的应有之义，践行建设美丽江苏的行业使命，保护好、传承好、利用好江苏灿烂的历史文化资源、生态旅游资源，将特色资源转化为特色产品，放大品牌价值，推动乡村振兴与生态旅游建设融合发展，助力品牌不断焕发出新的生机活力。

论坛上，多位行业专家、企业翘楚、文旅精英聚焦江苏生态文旅发展，围绕乡村振兴和美丽江苏的任务目标，凝聚智慧，呈现了一场精彩的思想盛宴。

无锡市旅游协会会长王洁平：

“打造诗和远方，美丽乡村关键在美，在于创造”

疫情改变了中国旅游格局、走向，也改变了人们旅游消费的需求和方式。尽管旅游发展有很多不确定性，但不确定中有一定的发展趋势，乡村旅游就是要把握这个发展趋势。第一，决战脱贫攻坚，走向乡村振兴。第二，疫情改变旅游诉求，美丽乡村成为人们向往的诗和远方。第三，江苏旅游拐点是高质量发展乡村旅游，要特色发展、结构优化、品质升级。第四，从美丽乡村到美好生活，美丽乡村成为人们旅游休闲目的地。



大趋势、新背景下的乡村旅游发展，当以美丽乡村建设为主阵地、主抓手、主目标，美丽乡村关键在美，在于创造。在美丽江苏的蓝图上，应充分考虑文化之美、生态之美、产业之美、生活之美、特质之美，使乡村旅游成为人们向往的诗和远方。高质量发展引领创造高品质生活，是新时代美丽乡村建设的标志和追求，共同创造美好的生活除了沉浸式体验、产业链深耕外，还应注重区域性联动和多元化主体。

苏州大学副教授周永博：

“度假氛围的营造密码藏在大自然里”

现在国内的休闲度假地在硬件建设上，有很多方面比国外要领先，但有一个明显的短板，就是没有很好的度假氛围。当前，国内旅游行业面临深度散客化市场，在探索全域旅游的过程中，需求长尾化和内容社交化使度假成为生活方式及文化层面的追求，一些主打旅游消费升级的休闲度假项目被引入国内，其中有一部分取得成功，也有一部分步履维艰，这使我们开始思考一直以来呼吁的“中国式度假”。持续而系统的舒适物供给是休闲度假的关键，舒适物的体系包括自然、文化、商业，以及看不见的社会系统支持。度假氛围的营造密码藏在大自然里，打造乡村旅游要保护好自然环境，利用优势条件，塑造完善的舒适物体系，挖掘地方叙事，产生图腾想象。



江苏匠营园规划设计有限公司总经理邵颖萍：

“乡村旅游是和谐共处的可持续发展”

围绕从生产场域到消费场域的整体转化过程，我们发现乡村旅游是振兴乡村的一种可能。乡村旅游的时代转变很明显，游客群体发生根本性变化，乡村的价值被重新提起。我们所追求的旅游高质量发展，说到根本就是政治、社会、自然、文化、经济生态的和谐繁荣共生。换言之，乡村旅游是一种可持续的旅游。如今乡村有了新变化，生态旅游就是可持续旅游的一种表达。当前乡村生态旅游有住时代、夜时光、文时代、晒时四个显著的时代转向，对应民宿经济、夜间经济、体验经济、网红经济，展现了乡村旅游发展新模式。人类制造了品质和规模经济的对立，事实上市场但凡存在就会有边际成本，如果没有规模经济，品质无从做起，通过乡村旅游可以塑造一个城市的规模经济。全域旅游落脚点在农村，打造高质量乡村旅游，要结合特色产业，强化地域符号，精准保护、精准开发、精准治理，通过IP提升乡村旅游的消费吸引力。



对话分享：推进乡村文旅发展，他们有话说

江苏省旅游协会旅游商品与装备分会会长杜俊：

在吃住行游购娱这六大因素里面，占比最大的是旅游购物，但目前旅游购物是短板。究其原因，主要是因为没有好的产品、好的供应链以及好的销售渠道。

为补足国内旅游购物短板，增加产品吸引力与销售力，旅游产品要做到包含品牌创新和产品设计创新，并在供应链环节去中间化，设计和生产全面对接。基于连锁化经营思想，协会打造了立足文旅融合城市的城市游礼品牌和立足乡村振兴的乡村游礼品牌，并将通过连锁销售尝试让品牌走进景点与城市购物街区。

江苏省旅游协会自驾房车露营分会秘书长陈梅：

随着新一代消费者对自由程度的追逐，乡村交通状况的完善以及私家车的普及，乡村自驾游逐渐成为国内旅游的主要形态。作为新型旅游热点，乡村自驾游的产品打造与市场营销显得尤为重要。以短途自驾游为例，由于乡村自驾游文化程度较高，消费能力较强，对乡村消费的产品需求也非常高。产品设计时一般是一到三天的短期游，融入亲子采摘等适合家庭出游的旅游元素。为促进产品市场化渠道，增加营销成果，除媒体宣传外，协会与众多线上电商平台合作，开展线上推广，并通过自驾游俱乐部形式，带动产品营销。

美团点评文旅促进与合作中心总经理路梦西：

在疫情常态化防控的当下，互联网平台助力生态休闲度假旅游全面复苏，线上线下文旅一体化融合更加智慧化。如今，全域旅游特征已经在互联网平台率先呈现，更应该利用大数据，从本



地生活角度理解本地休闲旅游。美团会通过海量用户的消费习惯，准确描绘该地区旅游经济的活跃程度和特征，帮助景区实现数字化的重要转型突破和实践。游客对文化和服务质量的追求永远不会改变，美团将孜孜不倦地为整个旅游行业做数字化升级和改造。盐城市文化广电和旅游局副局长陈锦还：当前，盐城旅游呈现出多元化、聚集发展、品牌化发展的重要特点，在盐城既可以体验田园观光游、现代农业游，还能感受民俗风情游，品牌IP丰富。以荷兰花海为例，郁金香文化月已成为品牌活动。乡村旅游的高质量发展，是一个永恒的课题，乡村旅游应该从乡村振兴、生态文明的高

度来策划，不断挖掘乡村的文化内涵，通过乡村旅游发展助力乡村振兴。大纵湖旅游度假区管理办公室党委书记、主任张国胜：大纵湖旅游度假区在打造过程中，不断追求生态认同、价值认同、产品认同、市场认同，利用互联网思维实现可持续发展。后疫情时代对旅游行业带来挑战的同时，也带来了机遇。今年5月，度假区东晋水城开业，旅游销售收入明显增加，这得益于新产品及周边游的发展。大纵湖旅游度假区将借助本次论坛的机遇，进一步推动各项工作，围绕美丽江苏的任务目标，努力建设成为长三角乃至全国的旅游目的地。

