

# 發展新旅遊 打造新產業

## 推動社會主義現代化新吉林建設

如何立足優勢特色，擴大旅遊版圖，吉林有了「新」的思考。

「深刻認識和理解『新旅遊』的內涵，精準把握和推動『新旅遊』的發展，首先要釐清旅遊業『變與不變』的內在邏輯。」吉林省文化和旅遊廳廳長楊安娣說，消費升級、市場多元、需求變化、疫情等各種複雜外部因素的影響，催生了旅遊業發展趨勢、發展方式、發展路徑的變革；不變的是旅遊是以異地體驗為主要特徵，具有異地消費的經濟屬性。社會越是進步、經濟越是發展，旅遊業的成長空間就越開闊、釋放潛力就越強大。

吉林省委十一屆十次全會部署打造「六新產業」、建設「四新設施」戰略任務，將「新旅遊」作為「六新產業」之一，為打造「萬億級」支柱產業、建設旅遊強省指明了方向，也為旅遊行業提出了新課題。

楊安娣說：「新旅遊」，新在產業定位、新在觀念轉變、新在動力轉換、新在發展路徑。

文：盧冶

圖片提供：吉林省文化和旅遊廳



楊安娣表示：「新旅遊，新的產業定位、新的觀念轉變、新的動力轉換、新的發展路徑。」

### 新定位 持續構建「大旅遊」格局

目前，吉林省旅遊業正處於高速發展的階段，在面對當今旅遊投資持續增長、市場需求不斷多元、科學技術日新月異等因素的多重驅動下，楊安娣說，發展「新旅遊」，就要進一步打破體制障礙和行業壁壘，在更高層次、更寬領域，集中整合更多資源，持續構建「大旅遊」格局。

楊安娣說：「旅遊項目需要新基建來支撐，旅遊形象需要新環境來打造，同時旅遊業又引領和創造着新生活、新消費。可以說，旅遊業的高關聯度和高聚合性，客觀上決定了打造「萬億級」支柱產業需要全省上下和各關聯產業的共同發力、持續推動。」

那麼，吉林該如何做？《吉林省文化和旅遊發展「十四五」規劃》給出了答案。

「將長白山建設成為世界級旅遊景區」「全省4A級及以上旅遊景區突破90家」「鄉村旅遊重點村鎮達到100家」「努力打造1-2家冰雪主題

國家級旅遊度假區」，這是吉林為打造「萬億級」支柱產業立下的「軍令狀」。

「點狀輻射、雙線串聯、跨區融合」「四輪驅動、三廊串聯、一帶延伸」「一核引領、一極帶動、一區協同、三帶輻射」，這是吉林構建「大旅遊」格局的「布陣圖」。

在全域旅遊背景下，打破行業壁壘的「新旅遊」吸晴更吸金。

回顧「十三五」，吉林冰雪走出了一條從無到有、從小到大、從弱到強的創新發展路徑。展望「十四五」，吉林將力爭打造「以冰雪旅遊、冰雪運動、冰雪文化和冰雪裝備為核心，以冰雪科技、冰雪人才、冰雪商貿等相關產業門類為支撐」的「4+X」現代化冰雪經濟體系，吉林冰雪發展的步履蹣跚、未來可期。



●吉林冰雪資源豐富，競爭力強，旅遊市場極大。

### 新觀念 注重個性化產品和服務

旅遊觀念在轉變，旅遊產品也在轉變。

「夏有涼風，冬有冰雪」，無論觀念如何變化，吉林的旅遊產品始終圍繞這一主題。

今年「五一」期間，吉林省文化和旅遊系統便為假期旅遊市場做好精心準備，轉變服務觀念，緊抓旅遊產品的豐富供給，滿足市民遊客消費需求，助推文化和旅遊消費提質升級。整合全省優勢資源，推出「莓」好時光、溫泉甜蜜之旅、滑翔傘體驗之旅、五虎島觀光游、五一踏青採摘、紅色觀光之旅等107個特色產品。同時推出春暖花開遼寧之旅2日遊、四平紅色1日遊、龍灣探秘之旅、湖光草原之旅、圖們景區通票、



●吉林22°C夏天，迎接國內外避暑遊客。

金沙灘歡樂谷、長白溫泉、體驗之旅、射箭惠漂流等64個套餐產品。

「創新好產品，引得流量來」，一份沉甸甸得數據是吉林「新旅遊」狀態下最有力支撐。

據了解，今年「五一」小長假，成為吉林省「史上最火五一黃金周」。火車票、機票、景區門票、客房都迎來了預訂高峰，出現了「一票難求」的局面。吉林省共接待遊客794.77萬人次，同比增長79.31%，較歷史最好年份（2019年）同期增長30.1%；實現旅遊總收入84.58億元，同比增長106.34%，較歷史最好年份（2019年）同期增長25.36%。

「如今我們外出旅遊更注重舒適度和安全性，選擇吉林一是因為疫情防控做的到位，二是產品豐富而新奇，來這裏玩擺脫了上車睡覺，下車拍照的景區『打卡』模式，十分愜意。」來自重慶的張學慧告訴筆者。

無論如何變化，東西旅遊「雙線」仍是基礎。無論如何創新，「綠水青山就是金山銀山」「冰天雪地也是金山銀山」仍是指導理念。

在此基礎上，楊安娣說：「要從傳統的以景觀觀光為主的有形資源開發，向休閒度假、文化體驗、消費娛樂等全類型、全域化的有形與無形資源相結合的開發轉變；從傳統的投入高、周期長、見效慢的重資產型產品體系中跳出來，向科技類、體驗式、沉浸式等低投入、見效快的輕資產型態轉變；從過去的以客源地為主的地域化、拉網式營銷，向更為精準的圈層化、全媒化、分眾化的營銷模式轉變；從傳統的粗放式、單一化的服務型人才，向專業化、品質化、管家化的管理型人才培养模式轉變；同時，改變過去以旅行社團組游、省外游、跨境游為主的模式，更多地利用網絡APP平台推出自助游、定制游、周邊游、自駕游等個性化產品和服務。」



●吉林省客源持續擴容，冰雪人口基數迅速擴大。

### 新路徑

#### 全域、文旅、產業多方融合

11月29日，吉林文化旅遊周在長春開幕，俄羅斯、朝鮮、日本、韓國等國家的駐華領事館人員、駐華外企高管、專家學者、教師留學生等外籍友人參加活動，通過網絡平台舉辦了論壇活動，東北亞區域各國高校的專家學者就推動冰雪旅遊的國際交流與高質量發展展開對話。同時，在文化周期間，在華外籍友人赴長影博物館、一汽紅旗文化展館等地參考察，感受百年歷程中吉林大地的翻天巨變。

12月20日，吉林市文旅行業大會暨文旅行業發展論壇在吉林舉行，這是一次文創和冰雪旅遊的完美融合，「不夜城」、「星空」、文創作品等元素悉數亮相，活動主辦方介紹，希望優秀文旅行業者依託當地優質冰雪資源，產出更多精品傳播內容，打造全國聞名的冰雪、霧凇打卡地，為今年雪季增添了濃墨重彩的一筆。

當下，吉林文化和旅遊持續融合，活動多多、亮點頻頻。詩和遠方走在一起，吉林新旅遊才會發揮「1+1>2」的化學反應。

楊安娣解釋，「在旅遊業高質量發展過程中，傳統的『吃住行遊購娛』六要素已經難以滿足遊客的多樣化要求，必須要在提高產品體驗性、豐富度和吸引力上下功夫，推動旅遊從單一場所場區向融合式、場景式、體驗式轉變，實現空間與時間的延展突破。」

楊安娣介紹，堅持全域化融合、持續推進文旅融合、加強多產業融合的新發展路徑。即，依託吉林省城鎮和鄉村文旅資源，建設精品鄉村、旅遊小鎮、風情縣城、文化街區、宜游名城；支持旅遊綜合體、主題功能區建設，增強城市商業區的旅遊服務功能。大力推動旅遊演藝、文化遺產旅遊、特色節慶展會等提質升級，豐富旅遊產品的文化底蘊、地方特色，拓展文旅消費新空間。同時，活化利用工業遺產和醫藥產業優勢，發展工業游、康養游；促進文教結合、旅教結合，開發集文化體驗、科技創新、知識普及、親子互動於一體的研學游；積極培育低空游、自駕游、戶外游、親水游等新業態，推動「商、養、學、閒、奇、情」新型六要素產品。

通過「新旅遊」產業整合的嘗試，旅遊產業不再「單槍匹馬」，開始謀求「合力」，向全產業鏈條發展，吉林旅遊業將釋放更大潛力。



●歷年來，消夏避暑文化節給吉林省市民送去清涼和快樂。

### 新動力 以需求側發力牽動供給側改革

「相較於以『物』為鏈主的工業體系產業鏈，旅遊業是以『人』為鏈主的、覆蓋一二三產業的更為複雜的網狀產業鏈。『人』的需求的豐富性、多元化和日益更新，是促進旅遊產品迭代升級、推動旅遊產業轉型升級的又一內生動力。」楊安娣介紹說。

「服務區不再只是便利店+衛生間，還是一個『冰雪旅遊景點』」吉林省高速公路輝南服務區的變化，令從長春去往長白山的司乘人員李華感到驚喜。

從長春南收費站出發，沿着長長高速公路(長春至長白山)行駛不到兩小時，就會到達輝南服務區。

「這裏有藍天白雲皚皚白雪，可以玩旱地冰壺，還能體驗體感滑雪遊戲，」在李華眼裏，這個服務區有特點有新意，「說不定會成為一個網紅打卡地。」

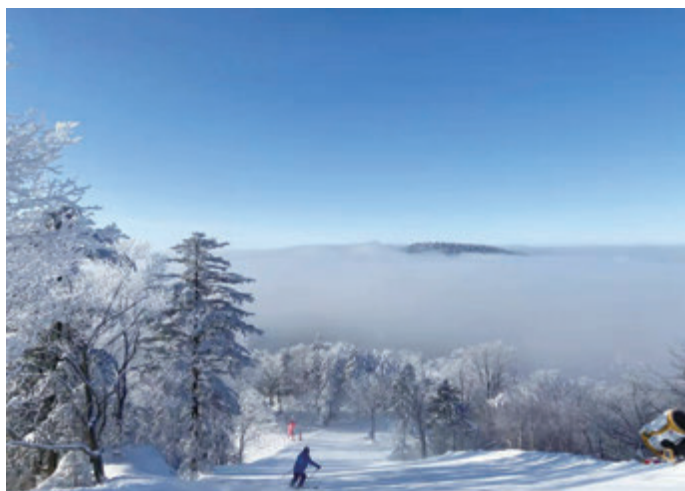
類似的變化不止一處。吉林省吉高服務區管理有限公司副總經理王鵬介紹說，結合吉林省地域特色，今年冬天，服務區在保障基本服務功能的基礎上，依託特色資源優勢，將持續打造產品服務優質、冰雪風情濃郁的主題服務區，例如，輝南冰雪主題服務區、查干湖漁獵文化主題服務區、長白山風光主題服務區等，引導民眾積極參與冰雪旅遊活動。

王鵬的介紹，正是吉林冰雪旅遊從單一轉向多元、從局部鋪向全域、從市場角度走向遊客大眾的縮影。

楊安娣介紹，發展新旅遊，就要牢牢把握旅遊業作為需求主導型產業的本質核心，始終從市場和遊客的角度出發，順應需求、引領需求、創造需求，開發滿足多元化需求、適應個性化偏好的新產品、新業態，以需求側發力牽動供給側改革，形成新需求牽引新供給、新供給創造新需求的更高水平的動態平衡。



●當下，「冬奧在北京 體驗在吉林 發展在吉林」氛圍濃厚。



●吉林全省冰雪旅遊表現強勁，關注度、預售額、瀏覽量始終雄踞全國冰雪市場榜首。



●冰雪產業發展離不開冰雪文化。