

乘势而上扬长补短加快推动旅游业高质量发展

扫码观看
《悟思想伟力·看实践创新》微视频

【编者按】

习近平总书记对贵州旅游业发展特别关心、寄予厚望，对贵州旅游工作作出重要指示，为我省推进旅游业发展指明了前进方向、增添了强大信心、注入了强劲动力。省委十三届三次全会决定，推进多彩贵州旅游强省建设，提升“山地公园省·多彩贵州风”品牌影响力。聚焦资源、客源、服务三

大要素，深入实施旅游产业化“四大行动”，加快建设世界级旅游目的地，形成优势互补、特色彰显、有序开发的旅游发展格局。本期专刊，围绕大力推进旅游产业化主题，反映我省推动旅游业发展理念和方式发生深刻转变，持续提升多彩贵州旅游吸引力、影响力的生动实践。

总书记的话

2014年3月，习近平总书记参加十二届全国人大二次会议贵州代表团审议时，指示贵州充分发挥优势，把旅游业做大做强，使旅游业成为重要支柱产业。2015年6月，习近平总书记视察贵州时，要求贵州坚持新型工业化、新型城镇化、农业现代化、旅游产业化“四个轮子一起转”。指出贵州风景名胜资源丰富，素有“公园省”之美誉，自然风光神奇秀美，山水景色千姿百态，自然风光和古朴浓郁的民族风情交相辉映，红色文化资源丰富，这为发展旅游业提供了得天独厚的条件。要把旅游业做大做强，丰富旅游生态和人文内涵。2017年10月19日，习近平总书记在参加党的十九大贵州省代表团审议时指出，要抓住乡村旅游兴起的时机，把资源变资产，实践好绿水青山就是金山银山的理念。同时，要对乡村旅游作分析和预测。如果市场趋于饱和，要提前采取措施，推动乡村旅游可持续发展。2021年春节前夕，习近平总书记到贵州视察，再次指示贵州要丰富旅游生态和人文内涵，实现旅游业高质量发展。

我们的实践

更加深刻领悟习近平总书记对贵州旅游业的殷切期望，在深刻领会“公园省”定位中追求更高目标，在“旅游产业化”战略中谋划更实举措，在“实现旅游业高质量发展”使命中创造更好效应，贵州把衷心得拥护“两个确立”、忠诚践行“两个维护”体现到思想和行动上，体现在推动贵州旅游业高质量发展的实际成效上。

省委十三届三次全会强调，围绕资源、客源、服务三大要素，加快打造世界级旅游目的地。今年9月，贵州召开全省旅游工作会，要求围绕资源要素做足精深文章，把旅游资源优势转化为产业优势、经济优势、发展胜势；围绕客源要素补齐结构性短板，创新思路举措吸引游客、留住游客；围绕服务要素提升精细化水平，让游客“食之爽心”“住之安心”“行之顺心”“游之舒心”“购之称心”“娱之开心”；强调发展旅游业是一项系统工程，人人事关旅游形象，处处都是旅游环境。加快构建党委领导、政府推动、部门协同、社会参与、群众共享的大旅游发展格局，确保组织领导坚强有力、环境优化持续加力、经营主体迸发活力、要素保障充分给力，形成推动旅游业高质量发展的强大合力。

近日，两则数据显示，截至11月7日，荔波小七孔景区内累计接待游客600.45万人，同比增长349%；黄果树景区内累计接待游客500.13万人，同比增长200.58%，两个景区的游客接待量都再创历史新高。

这是贵州聚焦资源、客源、服务三大要素，深入实施旅游产业化“四大行动”，以世界级景区景点、一流旅游城市作为支撑，加快建设世界级旅游目的地的一个侧影。

作为中国西南腹地的一座“公园省”，贵州旅游“家底”丰厚，自然珍宝、文化瑰宝两个宝贝熠熠生辉。世界自然遗产数量高居全国榜首，中国传统村落、中国少数民族特色村寨数量均为全国第一，不但拥有黄果树大瀑布、荔波小七孔、赤水丹霞以及施秉云台山、海龙屯、梵净山、织金洞等众多特色旅游资源；还打造了“中国天眼”、世界桥梁博物馆、“村BA”“村超”等众多世界级名片。

“感动，震撼！”10月22日，贵州“红飘带”（长征文化数字展示项目）启动试运行，凭借全国首创以长征为主题的全域行式数字体验馆，备受好评。作为长征国家文化公园贵州重点建设区的重要内容之一，“红飘带”旨在用数字科技语言向世界讲述长征故事，传承红色基因。

11月4日至7日，600余名广西游客乘坐“金秋银杏旅拍专列”抵达黔西南兴义，开启为期四天的“旅拍之行”。广西游客黄海表示，专列的开通大大方便到贵州旅游，万峰林、马岭河峡谷、雨补鲁天坑的美丽景色令人难忘。找准秋冬旅游“卖点”，精心策划组织大型旅行团。旅拍专列是贵州旅投集团力争“淡季不淡”引入黔的重要举措之一。为迎接首批专列游客的到来，贵州特别成立了工作专班，提前1个月与景区景点、住宿酒店等相关单位紧密对接，精细化制定全程服务方案。

随着冬天的脚步临近，贵州各温泉景区也迎来了最繁忙的时节。为了给前来泡温泉的游客提供更加丰富的体验，石阡古温泉景区除了根据游客需求推出非遗文化浴、养生中药浴、盐雾、汗蒸、艾灸等特色康养项目外，还主动加强与周边景区的联动协作，策划推出系列优惠方案。“目前已与梵净山景区达成政策互惠协议。”景区营销中心负责人罗春表示，游客只要出示在梵净山景区的消费凭证，就可在石阡古温泉景区享受特价优惠。

今年以来，贵州坚持一手抓旅游流量、一手提旅游质量。在旅游复苏的大环境下，打出“重点推介+流量吸引+政策优惠”的组合拳，通过办好国际山地旅游暨户外运动大会、全省旅游产业发展大会，不断提高贵州旅游的美誉度和行业影响力，全省旅游市场呈现新一轮井喷态势。

11月11日，2023“香港明星足球队vs榕江村超联队”足球邀请赛在香港大球场举办。“村超”故乡贵州也适时送上冬季旅游的邀请函，用温泉康养、南国冰雪、阳光休闲、民俗节庆、酒旅美食等特色优势产品，以及“一多两减三免”文旅优惠活动，诚邀香港市民、走进康养贵州，感受不一样的山地风情。

同时，引进培育优势旅游企业，提升旅游项目开发运营水平，推进文旅、农旅、体旅、康旅、桥旅等多业态深度融合。全省新增涉旅经营主体约19万户，新增规上（限上）涉旅企业70户，新增上市后备企业10户。改造升级景区及配套设施，推出黔菜美食店90家、黔菜单品标准40个，贵州特色旅游商品购物店10家；实施贵州民宿发展三年行动计划；新增五星标准饭店3家、四星饭店4家，新增品牌连锁酒店27家，新建提升露营地44个；推动《多彩贵州风》《贵秀》等30个旅游演艺项目复演提升，新增10个剧本娱乐项目进景区。不断提升旅游服务质量，营造良好旅游消费环境，补齐旅游“食、住、行、购、娱”中的短板弱项，推进存量旅游项目提质增效行动。

作为贵州现代化产业体系中的重要一极，旅游正在成为贵州高质量发展的关键所在。

专家的解读

旅游产业化的贵州创新实践

王坤 杨春宇

聚焦集群化的旅游形态创新实践。旅游资源的差异性、空间异质性是旅游产业发展的基本特点，实现全省旅游产业协同共进发展是根本目标。近年来，贵州深入学习贯彻习近平总书记关于旅游工作的重要论述，认真落实习近平总书记视察贵州重要讲话精神，全面推进旅游产业高质量发展，着力推动“9+2+2”“特意向”资源业态升级，积极培育旅游产业发展的龙头和标杆，打造世界级旅游景区；坚持以特意向资源带动周边随意性资源的开发，整合区域旅游资源，重塑贵州旅游产业发展格局，努力实现全域旅游产业的持续健康发展。新征程上，贵州将继续以“9+2+2”（9家5A景区、2家国家级旅游度假区和2家申报创建5A景区）“特意向”资源的提质增效为重点，着力打造具有强大的市场号召力、产品创新力、模式竞争力、业态引领力的世界级旅游景区，充分发挥世界级旅游景区的示范引领作用，以点带面，着力打造主题鲜明、特色突出的旅游产业集聚区，以集群化形态不断优化旅游产业的空间格局，实现全省旅游产业的协同共进发展。

聚焦融合化的旅游业态创新实践。旅游业态的丰富多彩是旅游产业发展的根本，提升游客的体验质量需要加强旅游业态的创新实践。贵州深入实施旅游业态升级行动，推动“旅游+餐饮”“旅游+演艺”“旅游+研学”“旅游+酒文化”“旅游+桥梁”“旅游+体育”等业态融合，着力培育黔菜品牌、打造景区演艺娱乐项目、营造非遗旅游体验空间，重点推出酒旅融合线路、研学旅行线路、红色旅游线路、乡村旅游线路等精品旅游线路，积极打造“村BA”“村超”“红飘带”和路边音乐会等体旅、红旅、文旅融合品牌。发展旅游业是一项系统工程，人人事关旅游形象，处处都是旅游环境。贵州坚持以人民为中心的发展思想，准确把握旅游市场新需求新特征，加强旅游业态的品牌创新、内容创新和技术创新，推出更多体现文化内涵和体验性强的旅游精品线路和旅游项目；充分利用科技赋能和大数据产业优势，鼓励和支持大数据、物联网、云计算、VR/AR等

新技术在旅游新业态创新中的应用，努力营造旅游消费新场景，引领科技赋能旅游产业新方向。

聚焦品质化的旅游服务创新实践。旅游服务质量是旅游目的地的核心竞争力的重要衡量指标，提升旅游服务质量是推动旅游业高质量发展的重要抓手。贵州深入实施旅游服务质量提升行动，坚持硬件设施与软件服务同步发力，提升旅游服务品质。全面加强旅游安全监测监管和风险隐患排查，强化旅游市场综合执法治理，细化旅游投诉和舆情处置，维护良好的旅游市场秩序。转换发展思路，坚持市场导向，贵州加强旅游服务设施的查漏补缺，根据发展新形势、市场新需求不断完善旅游服务设施；加强旅游服务和城市服务的深度融合，将城市服务设施和内容纳入旅游服务体系，构建主客共享的旅游服务新体系，推动旅游目的地整体建设；加强旅游服务标准化建设，完善旅游服务标准化体系，实施旅游服务标准宣传、实施和质量监督；积极开展旅游服务人才队伍建设，完善旅游服务教育培训体系，通过旅游服务质量提升着力推动旅游消费升级、满足人民群众多层次旅游消费需求。

聚焦精准化的旅游营销创新实践。旅游营销是旅游目的地增强市场影响力，拓展客源市场的重要途径。近年来，贵州坚持采取“重点推介+流量吸引+政策优惠”的复合营销模式，坚持采取线

下宣传和线上推广的复合营销渠道，坚持采取“走出去”和“请进来”的复合营销路径，着力实施旅游产业化的贵州营销创新实践，把旅游营销作为传播贵州多彩文化、展示现代化建设成就的重要载体，把多彩文化和山水景观作为贵州旅游营销的重要内容，推动贵州文化旅游“出圈”。聚焦“站位、方位、定位”，贵州更加突出文化自信自强，深入挖掘贵州红色文化、阳明文化、屯堡文化、民族文化等优秀传统文化的理论内涵和旅游价值；构建更完善的全方位、多层次、立体式的旅游精准营销体系，用旅游的载体传播贵州文化；强化“一码游”贵州、OTA等平台 and 抖音等自媒体的宣传引导功能，突出“直播+旅游”的宣传方式，吸引更多游客到贵州感受文化的美、风景的美和生活的美，推动贵州文化旅游再次“出圈”。

聚焦高效化的旅游制度创新实践。高效的旅游管理体制是实现旅游产业化跨越式发展的根本保障。中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化，是生态优先、绿色发展的现代化，贵州牢记习近平总书记的殷切嘱托，把旅游业作为践行“绿水青山就是金山银山”理念的重要领域，把握关键领域、高品质服务、全球美誉度、国际化客群的内涵要求，坚持产业发展和生态保护齐头并进，积极开展景区“三权”分置改革等管理体制机制创新，规范旅游管理体制，激发旅游经营活力，从根源上破除产业与生态和谐发展的制度障碍。贵州围绕旅游业高质量发展做文章，持续优化旅游管理体制，加快构建新型政企关系。充分发挥政府的主导作用，完善财税、金融、土地、人才、营商环境等方面的政策支持，不断优化和提升旅游业的营商环境，壮大和培育旅游经营主体；充分发挥旅游企业的市场主体作用，激发经营主体的市场能动性和经营活力，构建旅游企业的现代企业制度；充分发挥旅游龙头企业的带动和示范作用，助力旅游产业转型升级和高质量发展。

（作者单位分别为贵州大学文化与旅游产业学院、贵州财经大学贵州旅游经济与管理研究院）

“新质生产力”引领贵州旅游产业化

——文旅深度融合发展的“贵州现象”阐释

石培华



黄果树瀑布。古上台 摄

贵州是全国文化和旅游发展的成功范例，当前旅游产业化处于优势转化提升期，迫切需要以新质生产力引领旅游产业化和高质量发展，将文旅行业作为实践新质生产力示范产业、贵州建设成实践新质生产力的示范省。

名品牌，贵州“村超”“村BA”更是火爆出圈、惊艳全球，桥梁奇观交融融合、大数据激发文旅新活力、大射电望远镜打造新热点、茅台为代表的酒旅融合、生态文明、长征国家文化公园建设等纷纷呈现新亮点，贵州现象备受关注。其影响力和魅力让世界惊叹称赞，根本上改变了外界对贵州的印象，对内凝聚了自信昂扬的精神风貌、激活了强大精神动力。

贵州围绕客源要素补齐结构性短板，持续营造旅游宣传推介强大声势，多措并举提升入境游客占比，联手兄弟省份强化客源互推互送，创新思路举措吸引游客留住游客，成为近年我国快速发展典范、脱贫攻坚典范、文旅融合发展典范、乡村振兴和中国式现代化实践典范，并有典型性特征、标志性意义和世界性影响，展示的是中国式现代化的奋进力量、是幸福中国、健康中国和美丽中国的模样。深入研究文化和旅游深度融合发展的贵州案例，揭示贵州文旅发展路径模式，有助于探索有中国特色、时代特征和贵州特点的学术话语体系。

“贵州现象”有重要启示意义：一是将美好幸福生活方式作为强大吸引力，以快乐释放“幸福价值”和“人心红利”，回归体育文旅消费和生活本质，深度挖掘释放情感精神价值，实现居民与游客共创价值、共享快乐，以村民和游客为主角，重构群众、游客、资本、政府的关系，政府隐身幕后作保障。二是以强大内生动力打开乡村振兴和中国式现代化贵州实践新路径，使乡村成为理想生活之地，真正提升乡村百姓的自信心、自豪感和创造力，让乡村百姓回得来、愿意回乡，让城市居民向往乡村、奔向乡村，使乡村发展更大范围更深度地融入现代化的时代大潮。三是以现代时尚的方式打开乡村振兴和中国式现代化贵州实践新路径，以大众运动为触点，打开

历史民族民俗文化风情并创造新民俗，现代与传统完美融合，成为展示中国魅力、吸引全球关注喜爱的新载体。四是立体展示中国式现代化实践成果，向世界讲述中国成就、中国故事，贵州现象充分印证了中华民族和当代中国的包容开放和强大活力，反映了世界多元文明与优秀中国传统文化互相浸润、互相融合、交相辉映的魅力，成为立体全面展示中国、讲好中国故事的经典范例。

“贵州现象”成功的底层逻辑和机理是什么呢？习近平总书记最近提出的“新质生产力”重要新概念，为研究文旅融合发展“贵州现象”提供了强大的思想武器、理论方法和重要遵循。文化和旅游是典型的注意力经济、创意经济和体验经济，具有典型的新质生产力特征，创新日益成为第一动力、科技成为第一生产力、人才成为第一资源，贵州文化和旅游快速发展，就是激发出文化和旅游发展新质生产力的成功范例，要解决文化和旅游高质量发展中面临的问题，推进旅游产业化和建设世界级旅游目的地的，也迫切需要加快形成新质生产力。贵州文旅发展充分彰显出新质生产力引领和释放文旅消费的“四轮驱动”的新质生产力动力系统：新生活新需求、新产品新业态、新模式新赛道、新科技新赋能。“贵州现象”以精神创造奇迹造就新奇观，以新时代新方式展现贵州魅力，发展新成就积蓄的奋斗精神和自信，形成了强大冲击力和吸引力，贵州文旅背后是贵州“黄金十年”大发展的外溢效应。贵州文旅一系列新的打开方式，扣准了时代的情感精神诉求，反映了文旅消费的本质和顺应了生活方式的新变革，以大众化、充满民族味道的方式，形成更具人气、乡土气、烟火气，满足大众幸福需求的狂欢盛典。真正体现了以人民为中心，尊重人民群众的首创精神与有为政府的理念相得益彰，形成了政府经营环境、企业经营市场、企业经营生态的协同。此外，数字化和网络化是贵州文旅出圈的时代机遇，是打开其“流量密码”的风口。

（作者为南开大学现代旅游产业发展省部共建协同创新中心主任、教授、博导，中国式现代化发展研究院高级研究员，文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员）

名词解释

四大行动：一是大力实施市场主体培育行动。二是大力实施旅游新业态升级行动。三是大力实施旅游服务质量提升行动。四是大力实施旅游项目提质增效攻坚行动。

本版责编：陈翔 张莹 杨春凌 王耀钧
版式设计：唐波 查雨施

加快建设世界级旅游目的地

贵州日报天眼新闻记者 曹雯