

四川旅游产业将走向国际化

■ 梅婧

由四川省乐山市人民政府、四川省旅游局、四川博览事务局主办的首届四川国际旅游交易博览会(以下简称旅博会)将于2014年9月26日—9月29日在乐山举行。

据了解,本届旅博会是四川首次主办的旅游博览会,不仅是面向国内外开放的一次旅游盛会,更是今年四川最重要的旅游主题活动。四川将借本届旅博会的召开,搭建全省旅游国际化、市场化的重要平台,推动建设旅游经济强省和世界旅游目的地。



7月31日,记者从首届四川国际旅游交易博览会新闻发布会上获悉,由乐山市人民政府、四川省旅游局、四川博览事务局主办的首届四川国际旅游交易博览会(以下简称旅博会)将于2014年9月26日—9月29日在乐山举行。

据了解,本届旅博会是四川首次主办的旅游博览会,不仅是面向国内外开放的一次旅游盛会,更是今年四川最重要的旅游主题活动。四川将借本届旅博会的召开,搭建全省旅游国际化、市场化的重要平台,推动建设旅游经济强省和世界旅游目的地。

重在对外宣传四川旅游

会展期间,还将举办全球旅游新业态发展高峰论坛、四川旅游项目推介招商会、四川旅游精品线路体验、味在乐山美食展、自驾体验游、户外运动表演等活动。同时,还将全面展示全国上千条旅游精品线路产品。

乐山市委副书记、市长张彤说:“本届旅博会将以‘旅

游交易、开放合作’为主题,重在宣传‘乐水乐山,天府四川’,通过搭建国内外旅游及服务交易平台、国内外旅游行业交流与合作平台、四川旅游产业展示平台三大平台,着力于提高四川旅游产业化、市场化、国际化水平,提升四川作为世界旅游目的地的知名度和竞争力。”

“本届旅博会将邀请奥地利、波兰等国家旅游局官员、全国重点省市旅游局负责人、重点旅游旅行商等业界人士出席,预计参与观众将达40万人次,完成旅游投资合作和采购交易签约1000亿元,力争2014年四川入境游客人次在上年基础上增长30%。”郝康理如是说到。

据张彤介绍,本届旅博会主要“突出交易成果”、“突出专业水准”、“突出高端策划”、“突出网络会展”、“突出新兴业态”、“突出群众参与”六大特点。

将成四川第三大主题博览会

四川省旅游局局长郝康理在四川国际旅游交易博览会新闻发布会上透露,四川计划将首届四川国际旅游交

易博览会(以下简称旅博会)打造成与酒博会、科博会并列的三大主题博览会。这是四川省第一次举办国际化、专业化旅游交易博览会,它将进一步推动中国和西部旅游快速发展,也是四川实现“建设旅游经济强省和世界旅游目的地”发展目标的重大举措。

郝康理指出,近年来,在国家西部大开发的政策推动下,西部的旅游业迅猛发展,旅游总收入全国占比从2011年的49%增长至2013年的59%,入境旅游者接待人数增幅也连续3年超过全国平均数的10个百分点。四川省2013年旅游总收入和入境游客接待人数均占到整个西部的1/4。

“四川旅游具有无与伦比的独特魅力,正在成为国内外众多旅游企业、投资商投资兴业的热土。”郝康理说,“作为全国旅游资源最富集、西部旅游经济总量最大的四川,在追求快速发展中需要主动向外寻求合作与发展,探索与创新更好的市场化运行机制,搭建一个共赢的国际化交易平台,四川国际旅游交易博览会正是在这一形势下应运而生。”

▼相关新闻

上半年四川旅游逆势上扬 总收入2457亿元

■房金 唐莉

7月31日,四川省人民政府副省长王七章在首届四川国际旅游交易博览会新闻发布会上接受记者采访时表示:“今年上半年,四川旅游发展呈现两个态势,一是逆势而上,二是顺势而为。”上半年四川全省实现旅游总收入2457.6亿元,同比增长29.3%。

王七章表示,2014年1—6月,在全省经济总体平稳增长,但下行压力增大的背景下,四川省旅游业逆势而上,保持了持续、较快、健康的发展,运行质量不断提高。四川旅游经济运行总体稳中有进,呈现稳步发展和结构调整并存、三大市场持续增长的特征。

入境旅游快速恢复性增长

据统计,今年1—6月,四川省共接待入境游客91.89万人次,同比增长15.8%。2014年1—6月,在四川接待的外国人中,美国、日本、英国和韩国分列四川接待入境客源国前4位。

国内旅游持续增长

据统计,1—6月,四川省共接待国内游客29581.77万人次,同比增长16.5%,国内旅游收入2436.81亿元,同比增长29.4%。

根据四川省通信运营商反馈数据显示,四川省接待国内省外游客中,周边省份和珠三角地区仍然是主要客源地。省外前五位客源地有三个是周边省份,两个是珠三角地区。重庆(11.59%)、广东(8.69%)、陕西(6.42%)、云南(5.65%)和江苏(5.02%)分列四川省省内省外游客客源地的前五名。

另外,1—6月四川全省乡村旅游实现收入675.84亿元,占全省旅游总收入的27.5%。2014年第二季度全省游客满意度评价综合得分为76.48分,同比(与2013年二季度相比)提高0.60分,环比(与2013年四季度相比)略高0.08分。

出境旅游高速增长

1—6月四川省42家经营出境业务的旅行社共组织45.83万居民出境旅游,同比增长43.8%。泰港澳韩国为四川居民出境首选目的地。



如何让策划为旅游业插上翅膀

■ 地产规划策划机构王志纲工作室

文化旅游需求将进入集中大爆发阶段,“吃、住、行”之后“游、购、娱”的消费力不可估量。在这种千载难逢的时代机遇下,如何抢占文化旅游地产发展先机?如何推动文化旅游地产项目运作?群雄逐鹿,百花争艳,如何在此中脱颖而出?笔者认为,要给旅游业插上文化的翅膀,关键是让策划植入战略芯片。



虽然形势火热,前景无限,但要为人们提供具备良好的生态环境、完善的休闲配套、独特的文化主题、多元的人群组合、组团式的结构、独特的生活方式等因素的文旅地产,经营者还要面对文旅地产的两大开发难点:首先,要有大量的资金投入,这是一个大投入大产出、中投入小产出、小投入无产出的领域;其次,要有优秀的商业模式设计,成功塑造出品牌。一个成功的旅游地产商必须打造出独特性的旅游产品,塑造获取优惠资源的企业和产品品牌,形成

可持续发展的运营模式。另外,在旅游主导、产品多元、长线经营、市场广泛等方面,国内文旅地产与国际同类项目还有较大差距。

“12345”抢占文旅地产先机

那么,如何抢占文旅产业先机,文旅产业如何与地产结合?笔者总结出“12345”方法:首先是“一枝独秀:找魂”。

“找魂”就是寻找一个项目的核心竞争力和战略方向,基于城市高度、文化高度、生态高度的结合,寻找项目长板。“找魂”的关键是打通四度,即定位有高度、功能有广度、产品创新有深度和所有元素要建立关联度。比如运作云南西双版纳的文旅地产时要站在区域的高度,运作陕西西安大唐西市的项目要站在文化的高度,运作吉林长白山的项目要站在生态的高度。从战略上,只有清楚了“魂”在哪里、个性在哪里、核心竞争力在哪里、可持续发展依凭的东西在哪里,项目才有了唯一性、排他性、权威性。

其次是“两场统筹:市场+官场”。任何开发企业必须首先“下接市场”,结合自身条件和项目的现实基础,积极寻找适合的开发产品、业态配置、开发模式、资源整合,开创自身的文旅开发运营模式;其次“上通官场”,即要借助政府的全局把控和宏观调控能力,熟悉土地、交通、税收、专项资金扶持等政策,搭建政府与企业、投资者合作的桥梁。

三是“三力决策:心力+能力+实力”。文旅地产的开发是一个综合的系统工程,无论政府、企业在招商和寻找合作伙伴,还是要进入文旅地产的企业,必须具备“三力”,即心力、能力、实力三方面的支撑。一个项目的成功首先要付出大量心力,随着消费者口味的不断提高,打造一个成功的休闲产品光有资金是不够的,还必须有打造精品的能力。另外,当下做旅游项目都必须有相当大的投入,有没有持续的投资能力是关键,所以企业必须要有相当的实力。

四是“四划推进:谋划、策划、规划、计划”。先规划后建设已经成为地产开发的行业标准和规定动作。文旅地产项目的开发,要有政府和企业的前期谋划,通过灵活观察,对企业特点、项目特点进行基础情况的了解,形成项目开发必要的前期准备。然后通过专业的策划方案,解决定向、定功能、定引擎、定特色、定模式五大问题。有了策划之后,规划就个性化了。通过前三“划”之后,就是整合投资者,制定实现资源的有效整合和项目的快速推动计划。

五是“五位一体:概念为王、休闲为体、文化为魂、产业为链,整合为网”。通过它们的有机结合,既保证项目的近期的成功,又可以获得持续的发展。这是一个跨界与整合的时代,只要与文旅地产生生态圈相关的,都可以大力整合,通过整合不断了解其实质,并最终选择价值取向高的部分来运作,从而积淀自己的品牌,在未来,拼的不仅是智力、实力,还有整合力。