

BES JOURNAL

24 / 大地风景内刊
旅游 | 景观 | 建筑



主办：大地风景国际咨询集团

Publisher: BES International Consulting Group

24 | 旅游
2015.10 | 景观
建筑

Changes of Tourism under the New Normal

新常态下旅游业的非常之变



新常态下旅游业的非常之变



主办单位	总顾问
大地风景国际咨询集团 大地风景研究院	吴必虎
主编	编委
王 珏	杨小兰 黄晓辉 秦 川 文 艺 盛永利
副主编	张 时 王 辉 吴朝阳 李 霞 赵永忠 王立生 栾振锋 杜 蔚 方起东 唐健霞
责任编辑	安德鲁·法维利 彭婷婷 张洪治
张栋平	
编辑	
张书颖	
校对	美术设计
张书颖	王金蕾

地 址：北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观31层
邮 编：100101
电 话：010-5939 3956 / 010-5939 3965
传 真：010-5939 3985
网 址：www.bescn.com / www.beltourism.com
邮 箱：bes@bescn.com
微 博：@大地风景旅游咨询 / @大地风景旅游研究院
微 信：大地风景

本刊版权归
大地风景国际咨询集团所有
未经许可 不得转载

2015年10月15日出版
内部刊物 免费交流

目 录

06

刊首语

旅游：新常态下的非常产业

虎说旅游

08

1、旅游+的历史源流与时代召唤 吴必虎 朱虹

12

2、全域旅游视野下，互联网+与旅游+的系统应用 吴必虎

20

3、失去经济中心，北京将怎样联动京冀？ 吴必虎 张栋平

24

4、习近平访美讲话赋予中国旅游新使命 吴必虎 张栋平

冬奥前瞻

28

1、三大理念指导冬奥场馆建设，实现奥运城市可持续发展 余韵

32

2、冬奥会为京郊乡村旅游带来的六大契机 文涵

34

3、展望冬奥，寻找京津冀发展的新杠杆 张栋平

36

4、冬奥会，张家口的冰雪奇缘 张书颖

38

5、冬奥相约张家口，让你舌尖不寂寞 杜书明

42

6、当冬奥邂逅旅游所产生的关联效应 孙莹

46

7、冬奥会，北京准备好了 范临

48

8、京张推广十条冰雪旅游线路为冬奥会添彩 刘馨

52

9、露从今夜白，酒是名庄醇：北京和张家口的葡萄酒庄 杜书明

56

10、三大要点助力滑雪场华丽变身目的地 陈健

政策风向

60

1、李金早的旅游+透露出哪些重大信号 张栋平 吴必虎

64

2、农民插上金翅膀，乡村旅游再破冰 张栋平

68

3、丝绸之路上的新澳门，一个世界休闲 旅游中心的崛起 陈健

案例

70

1、均县案例

74

2、肇庆星湖案例 孙晨

76

3、天桥是怎样炼成的？ 祝文 张栋平

78

4、杨家埠，一个年画古村的活化 陈健

80

5、西充有机生活园 王雨望

集团简介

旅游：新常态下的非常产业

文 / 王珏

今年5月，在中国旅游产业促进座谈会上，李金早用一个生动的比喻来形容中国旅游业的发展现状，他说“旅游业却像冬天的腊梅，逆势增长、鲜艳夺目，给我们带来更大的信心和温暖！”

4个月之后的9月20日，李金早在中国“旅游+互联网”大会上表示，未来5年，我国“旅游+互联网”将在软硬件设施建设、在线旅游交易以及所催生的一批新技术、新产品、新业态和新模式等方面实现深度融合和创新发展，有望创造“3个1万亿红利”，成为新常态下扩大内需推动经济发展的新动能。

无论是寒冬腊梅，还是推动经济发展的新动能，都体现出旅游业在中国经济新常态下表现出的非常发展态势，可以说，旅游业是中国经济新常态下的非常产业。其非常性主要表现在三方面。

一、旅游业产业地位的确立较晚，但后发优势呈现加速

新中国成立以后至1978年以前的20多年间，旅游一直是一项对外交往的政治任务，根本没有纳入到国民经济发展体系

中。旅游工作主要服务于政治需要，经济效益被长期忽略，旅游接待部门是行政机构的管理模式。

直到1978年，中国开始逐渐放弃以重工业优先发展为指导原则的计划经济体制，旅游业逐渐受到重视。1985年底，国务院常务会议决定把旅游业纳入国家的国民经济和社会发展规划，确立了旅游业在我国国民经济中的产业地位。从此，中国旅游业正式开始伴随着中国经济发展的节奏阔步前行。

虽然旅游业产业地位的确立较晚，但是，其发展势头却呈现加速度上升。尤其在当前世界经济增长乏力的情形下，各行各业都开始减速，而旅游业却表现出非常化的增长态势。这样的增长态势被李金早比作寒冬腊梅。可以说，这株寒冬腊梅的鲜艳是经济发展的必然结果。

二、旅游业发展潜力的释放滞后，但顶层影响力不断增强

旅游作为一个综合性产业，其发展潜力非常巨大。但是，在过去传统城镇化语境下，旅游业因为不能快速变现而受到冷落。还有一些商人借着旅游业的名义搞房地产。这样的现象实际上压抑了旅游业发展潜力。随着中国经济进入新常态，经济转型升级的动力越来越强。从中央到地方都希望改变过去粗放式的发展方式。这时候，旅游业寄托了政府转变

经济增长方式的理念，也承担起了中国社会广泛而深刻的可持续发展愿望。

于是，政府领导开始经常把旅游业关联度强、带动作用大、增加社会就业、促进农民脱贫的优势挂在嘴边。中央出台了一系列的旅游业发展的政策措施。地方各级政府也高度重视旅游产业，积极出台有力举措，改善旅游业发展环境。这些都证明，旅游业在国家顶层设计中的影响力越来越大。

三、旅游业人才建设相对落后，但顶层智库建设在全国独占鳌头

旅游业是新常态下的非常产业。这个非常产业的发展正迎来巨大的机遇期。如何把握这个机遇？核心要考虑的就是人的问题。一直以来，中国旅游业在人才培养方面是落后于其他行业的。今天，面对旅游+互联网的全新环境，唯有以跨界的眼光来吸引各行各业的人才，才能不断适应旅游业发展的新形势，让跨界人才一起解决旅游业发展中的新问题。今年10月11日，国家旅游局在珠海成立中国旅游改革发展咨询委员会，并进行了首次咨询。这个智库的特点是高层次、开放式、松散型。这样的特点正好适应了当下旅游人才的多元性和跨界性。我们期待着中国旅游这株寒冬腊梅在跨界人才的“画笔”中变得越来越娇艳美丽。 BES



“旅游+”的历史源流与时代召唤

文 / 吴必虎 朱虹

近日，国家旅游局局长李金早发表署名文章《开明开放开拓迎接中国“旅游+”新时代》，强调旅游业跨行业特点，直指已经来临的旅游业新时代。8月28日，国家旅游局宣布成立中国旅游智库，邀请大量跨界专家担任首批智库专家委员。“旅游+”具有深厚的学理基础，符合中国进入服务业引领的新型城镇化新形势，对很多地方政府的区域发展战略选择旅游型城镇化道路，将会产生广泛而深远的影响。

“旅游+”的学理基础

旅游业一直被看作是一个范围广、带动性强的产业。旅游活动作为旅游产业的基础，从学术研究特点看具有多学科、跨学科特点;从产业分类看具有跨部门、跨行业特点。对此，《旅游学刊》曾经刊发过《旅游系统：对旅游活动与旅游科学的一种解释》一文，指出应当用“旅游系统”来解释旅游活动与旅游科学的跨行业、多学科性质。从旅游活动的经济性质来看，旅游业的产业关联度非常大，与许多其他行业的发展密切相关。旅游业的发展，不仅直接给航空、铁路、公路等交通部门，旅馆饭店、餐厅餐饮服务、商业网点、景区景点等带来客源和市场，而且间接地带动和影响了农林牧副渔、城市建设、加工制造、文化体育等行业的发展，甚至可能衍生出一些新的行业。凡是符合满足人们旅游需求的旅游

产品、旅游消费和旅游供给都可以纳入旅游产业的范畴。

世界旅游组织曾建议用“旅游活动国际标准分类”将旅游活动划分为完全属于旅游业的产业部门和部分涉及旅游业的部门两种情况。这些活动在各行行业中广泛分布，其中集中分布于批发、零售业，饭店和餐馆业，交通、仓储和通信业，不动产、承租及经济活动、公共管理、其他社团、社会及个人服务等商业性行业或非商业性行业中。与旅游直接相关的产业类型有70多个，间接相关的甚至达一百四五十个。

2001年，世界旅游组织、欧盟统计局等组织联合发布了《旅游卫星账户：推荐方法框架》，按照与旅游活动的关联程度将旅游业分为旅游特征产业、旅游相关产业和其他产业，作为全球统一的旅游产业统计标准。其中旅游特征产业包括一般饭店业、旅行社业、交通业、文化设施、休闲娱乐业等，旅游相关产业包括纪念品销售等零售业，其他产业指与旅游业关联很不明显，但旅游者需要购买这类产品的产业，如饮用水、汽油等。国家统计局近日出台的《国家旅游及相关产业统计分类(2015)》，也将旅游产业分为旅游业和旅游相关产业两大部分，其中旅游业是直接为游客提供出行、住宿、餐饮、游览、购物、娱乐等服务活动的集合(包括7大类21中类小类);旅游相关产业是为游客出行提供旅游辅助服务和政府旅游管理服务等活动的集合(包括两大类6中类19小类)。尽管遭

漏了旅游规划咨询行业，仍不失为国家统计部门正式认可的旅游跨行业产业分类。

随着旅游业高关联性逐步为人们所了解和重视，各行各业开始将旅游发展视为自身不可分割的产业板块，最明显的是房地产业和IT互联网产业对旅游业的接纳。房地产业在经历单纯的住宅地产、融合商业办公与酒店打造城市综合体后，开始结合旅游与文化打造城市文旅综合体，结合度假旅游打造度假休闲目的地。IT互联网产业则积极接纳旅游业，发展出旅游在线代理商OTA几大巨头，深刻改变了旅游业的交易方式，再造了全新的旅游产业生态，延长了旅游产业的纵深链条。

“旅游+”的政策基础

“旅游+”应中国的时代机遇而生。经过改革开放30多年的发展，中国初步完成工业化，东部发达地区进入了后工业化发展阶段。生态环境质量受到空前重视，城市竞争力逐步转向产业结构腾笼换鸟领域。在此宏观政策背景下，以旅游业为龙头的服务业逐步走到新四化的排头兵行列。“旅游+”，充分契合了这一时代发展要求。

过去30多年，中国工业化和城市化发展突飞猛进，但旧式的发展路径，也带来了突出的问题：城镇化过度依赖工业化，工业化过程太野蛮，土地城市化快于人口城市化，城市缺乏充分吸纳就业的能力。严重的资源环境问题，揭示出中国过去30多年发展模式正面临的严峻挑战。十八届三中全会明确提出要建设美丽中国，深化生态文明体制改革，加快建立生态文明制度，节约集约利用土地、水、能源等资源，要传承文化，尊重自然，建设美丽乡镇，让城市融入大自然。在“工业化”之外和“工业化”之后，需要更新型的经济增长模式，选择之一就是大力培育行业关联性极强的旅游业。

中国经济结构正在经历着第二产业占主导向第三产业的转变。2013年，中国第三产业增加值首次超过第二产业。2014年中国GDP为63.6万亿元，第三产业占GDP比重达到了48.2%，超出第二产业3万亿元。旅游服务业是劳动力密集型产业，可以大量吸纳中低教育水平的市民就业。在可以预见

的未来，随着我国整体迈入休闲社会，旅游、休闲与娱乐产业，将会占有过半就业机会与GDP份额。

“旅游+”支持地方改变发展途径

除了在中央政府层面厘清认识，“旅游+”还需要地方实践的紧密配合。重化工业负面成本、土地财政被抑制、交通基础设施大面积改善，一拒一迎，地方政府纷纷选择建设旅游目的地作为当地的一条治理途径，全域旅游渐成地方主观新认识。

前不久发生的天津滨海新区危化品爆炸事件，将重化工业的负面影响推到顶峰。政府和民众从单纯关注GDP转向了更切身的福祉——健康与可持续发展。旅游业作为服务业的龙头，通过环境友好型的旅游投资与消费，推动“旅游导向型城镇化”和“旅游导向型乡村现代化”。中国经济进入新常态，从保持了30年的高速增长转向中速稳定增长。各大城市的土地出让速度降低，相关财政收入减少。各地政府从依赖“土地财政”转变为经营城市，旅游项目是典型的中长期经营项目，具有极强的公共属性，能够创造稳定的现金流、大规模就业岗位、同时提升自身和周边土地价值。旅游业正好符合政府土地财政被抑制，必须经营城市的产业需求。

有拒更有迎，连续多年的政府强力投资为全国交通基础设施大面积改善、促进中远程旅游目的地建设创造了条件。中国高铁运营里程已达1.6万公里，未来10年还会竣工1万公里，基本实现“市市通高铁”，旅游业界常说的“2小时出游半径”从200公里拓展到600公里。中西部支线机场的建设极大缩短了旅游资源富集区与东部客源市场的距离，通行时间从10个小时以上缩短到3个小时以内。

发展旅游业成为地方政府区域发展政策的优先选择。对于地方政府而言，以旅游业为龙头的现代服务业是最容易发展也是最具前景的产业。旅游产业具有极强的带动效应，能够很好解决新型城镇化和农民就地就业问题;会成为地方第三产业发展的引擎，逐步扭转二产比重过高的现状，推动地方产业结构向着更健康、更优化的方向不断演进。目的地建设

需要地方政府发挥“旅游+”的跨部门融合作用，力推多规合一，打造全域旅游。旅游全域化，响应了观光旅游、休闲度假旅游和商务会展旅游全面发展条件下对旅游目的地的生态环境、基础设施、旅游吸引物、法规政策、公共服务和安全舒适等要求，是一个城市或区域目的地内以政府为主导、全社会共同参与的综合治理目标，也是外来旅游者在该目的地内获得各方面服务与体验的全面满意目标。没有“旅游+”，就很难实现全域旅游。

一些地方已经在实践“旅游+”行动。在最新的《京津冀协同发展规划纲要》中，北京终于痛下决心去掉了“经济中心”这一帽子。旅游业作为高端服务业的龙头，是唯一能够在北京“四中心”中起到“合纵连横”作用的产业。无论是政治中心、文化中心，还是国际交往中心和科技创新中心都与旅游业有密切关系。“旅游+政治”对内可以成为塑造国民意识形态和国家形象的教化工具，对外可以成为改善国家关系的润滑剂；“旅游+文化”，可以形成文旅双链条发展模式，以文促旅，以旅促文，二者互动发展，和谐共生；“旅游+国际交往”，可以成为国际战略的先行者和开拓者，以旅游为纽带，启动并推进中国的国际战略；“旅游+科技创新”，可以催生新的经济形态，响应国家“大众创业，万众创新”战略。可以说，“旅游+”是北京“四中心”定位的融合力与带动力，能够将“四中心”定位中所关联的各类经济活动、文化活动和政治活动连接起来，起到提纲挈领的作用。

“旅游+”的法治要求

李金早局长上任后已经连续抛出一系列引起行业震动的观点和行动，发表署名文章《旅游要发展，厕所要革命》和《开明开放开拓迎接中国“旅游+”新时代》，引发业内外极大关注，推动国务院及多个相关部委出台旅游发展相关文件，其中包括影响巨大的国务院办公厅《关于进一步促进旅

游投资与消费的若干意见》和《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》及任务分解表。我们想更加强调的是，推动“旅游+”，需要一系列法律、制度的配套支持。而恰恰在这一点上，我们面临着严峻的挑战和巨大的困难。

“旅游+”涉及多部门、多行业，一部旅游法仅仅解决了其中最为基础的立法支持和旅游行政授权。但多年来部门利益主导下形成的法规体系显然难以满足“旅游+”的制度要求，与旅游业健康发展要求不符，过时的法规比比皆是，需要协调各方利益，积极完善涉旅法律法规。

购物旅游需要国家相关政策的支持。伴随着中国经济的发展，2014年中国出境人数达1.2亿人次，旅游花费达1400亿美元。在国人购买力持续上升的驱动下，中国应该打造更多购物特区，出台相关政策支持，以与海外同样的价格优势建设购物天堂。购物旅游的发展不仅有利于满足国人日益增长的旅游消费需求，也有利于缓解“海外购物，中国制造”的尴尬局面，更有利于消费资本在国内市场的合理分配。

乡村旅游发展需要土地确权、权益流动的顶层支持。土地确权是乡村旅游和乡村现代化绕不开的难题。土地确权中，土地承包经营权确权登记颁证已经取得广泛成果，但宅基地使用权和农民住房所有权确权登记颁证进展缓慢。土地确权，有利于农业经济的投资者、管理者、经营者，有助于农业的进步和农村经济的发展。2015年8月10日，国务院印发的《关于开展农村承包土地的经营权和农民住房财产权抵押贷款试点的指导意见》确定，推进农村承包土地(指耕地)的经营权和农民住房财产权(“两权”)抵押贷款试点工作。赋予“两权”抵押融资功能，盘活农民土地用益物权的财产属性。一旦试点成熟向全国推广，“两权”可以成为全国农民的财产，取得土地作为可交换资产的各种权益，将极大推动乡村旅游发展和乡村现代化。

BES



全域旅游视野下，互联网+与旅游+的系统应用

文 / 吴必虎

一、全域旅游目的地”概念及特征

全域旅游目的地指的就是一个旅游相关要素配置完备、能够全面满足游客体验需求的综合性旅游目的地、开放式旅游目的地，是一个能够全面动员（资源）、立足全面创新（产品）、可以全面满足（需求）的旅游目的地。从实践的角度，以城市（镇）为全域旅游目的地的空间尺度最为适宜。（来源：厉新建，张凌云，全域旅游：建设世界一流旅游目的地的理念创新[J], 人文地理, 2013. ）

二、全域旅游视野下，目的地建设中的双“+”

（一）、互联网+

1、互联网+的特征

官方版：“互联网+”代表一种新的经济形态，即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

腾讯马化腾版：“互联网+”是以互联网平台为基础，利用信息通信技术与各行业的跨界融合，推动产业转型升级，并不断创造出新产品、新业务与新模式，构建连接一切的新生态。

阿里版：所谓“互联网+”就是指，以互联网为主的一整套信息技术（包括移动互联网、云计算、大数据技术等）在经济、社会生活各部门的扩散应用过程。

百度李彦宏版：“互联网+”计划，我的理解是互联网和其他传统产业的一种结合的模式

小米雷军版：李克强总理在报告中提“互联网+”，意思就是怎么用互联网的技术手段和互联网的思维与实体经济相结合，促进实体经济转型、增值、提效。

2、互联网+的影响

（1）、互联网+的普世影响

从普世角度来看，互联网+有以下影响：社会关系摧毁，用户身份可自由切换；商业模式颠覆，组织管理架构打破；固有边界打破，降低信息不对称性；交易成本降低，提升社会运营效率；打通用户关联，集成大众智慧。

（2）互联网+对当下中国经济的影响

- A、倒逼改革深化，推动政府简政放权，营造公平竞争环境，创新公共服务与社会治理
- B、整合并优化公共资源配置，极大惠及民生
- C、促进传统产业转型升级和融合创新
- D、实现大众创新，以创新驱动发展，催生创客经济，推动产业生态共赢
- E、推动共享经济发展，提高资源使用和社会运营效率

（3）、互联网+对旅游行业影响

我国旅游产业与互联网、信息化等的融合，使得旅游业发展进入了“4.0”时代——“互联网+旅游”阶段。

传统旅游经营（2004年前）：手工化、机械化、线下处理；
数字旅游时期（2005—2009年）：旅游信息化起步、电商平台介入、旅行社分销；

智慧旅游时期（2010—2014年）：景区智慧化系统、电

商平台渗透；

“互联网+旅游”（2015年开始）：旅游与互联网深度融合，多元主体共同参与。

（二）旅游+

1、旅游+的特征

“旅游+”是指充分发挥旅游业的拉动力、融合能力，及催化、集成作用，为相关产业和领域发展提供旅游平台，插上“旅游”翅膀，形成新业态，提升其发展水平和综合价值。

（1）、国家领导人的旅游+

李金早的旅游+有着深厚的理论依据和鲜明的政策支撑。在文章开头，李金早就把习总书记和李克强的讲话强调出来。他在文章中写到：习总书记指出，旅游是综合性产业，是拉动经济发展的重要动力。旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，是人民生活水平提高的一个重要指标。旅游业具有日益增长的拉动力、整合力和提升力，在拓展自身发展空间的同时，与相关行业和领域融合发展，催生新业态，优化提升相关行业和领域价值。7月28日，李克强总理主持召开国务院常务会议，审议通过了《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》。这是指导新时期我国旅游业发展的重要文件。

（2）、消费者的旅游+

改革开放37年来，老百姓的收入水平不断高，全国城镇家庭的恩格尔系数下降约20多个百分点。今年5月13日，国家卫计委发布“中国家庭发展追踪调查”结果，用数据反映了中国家庭发展的基本状况。该调查显示：全国城乡家庭恩格尔系数为40.4%，城镇比农村高1.2个百分点，总体相差不大。

另一项调查还显示：我们居民储蓄率下降的趋势已经明朗，消费比重在增加，尤其在服务性消费方面的比重会更快增长，如医疗保健、教育培训、电信传媒、休闲旅游等方面。而在这些服务业消费中，起到龙头带动作用的，正是旅游业。今年上半年，国内旅游消费1.65万亿元，增长14.5%。堪称冬天的腊梅，给正在向消费驱动转型的中国经济带来了新的生机。



（3）、企业家的旅游+

国务院发布了关于进一步促进旅游投资和消费的意见。业内人士分析称，该意见将有望催发规模达万亿的周末游市场。于是，各大企业纷纷开始抢滩布局“2.5天假期”。

北京张家口联合申奥成功，各大企业又纷纷布局冰雪产业。而在这之前，国内房地产行业大佬万达集团已经在全国布局好了冬奥主题业态，其中六个冰雪项目已经确定落地，长白山国际度假区雪场总收入已经跃居亚洲第一。王健林还宣传未来万达集团要成为全世界最大的旅游企业。

而一向以资本运作叱咤商海的郭广昌也迷恋上了旅游+。他在2015年年初上演了一场激烈的商业拉锯战，将Club Med以接近全资控股收购的方式收入囊中。这一举动标志着复星集团搭建起了全球化旅游资源运作的平台。

李金早在文章中这样描述企业家的旅游+热情：旅游企业兼并重组不断，各种资本相互融合协同、旅游投融资模式不断创新，旅游与金融融合不断深化。2014年，全国旅游直接投资7053亿元，同比增长32%，高于同期全国固定资产投资增幅15个百分点；今年上半年，全国实际完成旅游投资3018亿元，同比增长28%，比第三产业投资增速高16个百分点，比全国固定资产投资速度高17个百分点。

（4）、地方政府的旅游+

对于地方政府来说，旅游+是一种新的突围方式。在经历了土地财政的阵痛之后，在背负着巨额债务脚步蹒跚之后，地方政府开始寻找一种新的地方增长模式和治理模式。其中以旅游为导向的新型城镇化是最近几年备受瞩目也得到广泛实践的一种模式。2012年的统计表明，我国有28个省区市将旅游业定位为战略性支柱产业或支柱产业，28个省区市成立了党委或政府领导牵头的旅游产业发展领导机构。可见地方政府已经把旅游作为了一个提纲契领的地方治理工具，通过旅游这个抓手，与文化、科技、教育、医疗、外交领域深度融合，与新型工业化、城镇化、信息化、农业现代化密切协调，形成一二三产业融合发展的旅游城镇化发展格局。

更让人惊喜的是，旅游业不仅仅成为各地政府治理的

“纲”，也成为了区域经济发展的“纲”。旅游+正在成为地方经济可持续发展的主导力、改善民生的幸福力、产业结构和发展方式的转变力、社会进步和区域发展的和谐力。

（5）学术界的旅游+

旅游业一直被看作是一个范围广、带动性强的产业。旅游活动作为旅游产业的基础，从学术研究特点看具有多学科、跨学科特点;从产业分类看具有跨部门、跨行业特点。对此，《旅游学刊》曾经刊发过《旅游系统：对旅游活动与旅游科学的一种解释》一文，指出应当用“旅游系统”来解释旅游活动与旅游科学的跨行业、多学科性质。从旅游活动的经济性质来看，旅游业的产业关联度非常大，与许多其他行业的发展密切相关。旅游业的发展，不仅直接给航空、铁路、公路等交通部门，旅馆饭店、餐厅餐饮服务、商业网点、景区景点等带来客源和市场，而且间接地带动和影响了农林牧副渔、城市建设、加工制造、文化体育等行业的发展，甚至可能衍生出一些新的行业。凡是符合满足人们旅游需求的旅游产品、旅游消费和旅游供给都可以纳入旅游产业的范畴。

（6）法律制度的旅游+

李金早局长上任后已经连续抛出一系列引起行业震动的观点和行动，发表署名文章《旅游要发展，厕所要革命》和《开明开放开拓迎接中国“旅游+”新时代》，引发业内外极大关注，推动国务院及多个相关部委出台旅游发展相关文件，其中包括影响巨大的国务院办公厅《关于进一步促进旅游投资与消费的若干意见》和《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》及任务分解表。我们想更加强调的是，推动“旅游+”，需要一系列法律、制度的配套支持。而恰恰在这一点上，我们面临着严峻的挑战和巨大的困难。

“旅游+”涉及多部门、多行业，一部旅游法仅仅解决了其中最为基础的立法支持和旅游行政授权。但多年来部门利益主导下形成的法规体系显然难以满足“旅游+”的制度要求，与旅游业健康发展要求不符，过时的法规比比皆是，需要协调各方利益，积极完善涉旅法律法规。

2、旅游+的影响

（1）、再造中产阶层

随着经济增长下行压力加大和经济转型阵痛不断，中国中产阶层生存的土壤正在遭到破坏。一方面，现有的中产阶层面临被淘汰的危机，上一次的股灾中，遭到重创的正是中产阶层；另一方面，新的中产阶层难以通过良性的渠道获得上升机会。而旅游+可以改善中产阶层生存的土壤，形成正常向下向上的健康流动机制。

为什么旅游+能够做到？因为旅游+能够极大释放服务业的发展潜能。2015年7月中国服务业采购经理人指数（PMI）上升至53.8，服务业已经当之无愧地成为了城镇化第一动力。此时提出旅游+的顶层战略，无疑是正逢其时，旅游+刺激下释放出的服务业发展潜能，将使得中产阶层生存的土壤得到改善并促进新中产的诞生。

统计表明，在世界范围内服务业的薪酬水平显著高于制造业，中产阶层多数集中在服务业。世界发展的规律表明，服务业是中产阶层壮大的主要土壤。

（2）、重塑政府理性

中国是一个有着五千年传统文明的古老国家，如果仅仅从数量上来衡量，中国当之无愧是世界第一工业大国。并且在一定程度上建立起了与工业化相配套的一系列制度体系。

所谓人算不如天算。技术的突飞猛进使得那些在固有制度体系里沉淀了很多年的工作方式和思维方式受到了挑战。互联网+语境下崛起的社群话语权和意见领袖话语权正在挑战着传统制度体系中的官方话语权。从顶层设计层面来看，中国亟需建立起适应新的技术语境的政府理性。这样的政府理性不再是以政府全能为主，而是以市场赋能为主，不再是以条块划界来提高效率，而是以无界沟通来提高效率，不再是以激进主义倾向为主，而是以情怀主义为主。

李金早的《开明开放开拓 迎接中国“旅游+”新时代》，连用三个“开”字，传递出了新的政府理性正在创造着崭新的顶层治理模式。



三、全域旅游语境下，目的地建设中互联网+与旅游+的系统应用

全域旅游旅游目的地建设，“互联网+”增加了深度、厚度，“旅游+”拓展了全域旅游目的地的广度。

（一）、互联网+的系统应用

1、互联网+应用于治理模式改造

互联网+释放出的数据红利让中国政府的政治思维跳出了五千年“分而治之”的思维定势，代之以“合而治之”的新思维。所谓的“合”，意味着传统行政方式的重塑、传统经济生态的重构和传统社会模型的重生，经过重塑、重构和重生，我们将会看到一个更加美好的“数据新中国”。

互联网+释放出的数据红利也让政府自身的变革意识加强，今年国务院发布的《促进大数据发展行动纲要》指出：建立“用数据说话、用数据决策、用数据管理、用数据创新”的管理机制，实现基于数据的科学决策，将推动政府管理理念和社会治理模式进步，加快建设与社会主义市场经济体制和中国特色社会主义事业发展相适应的法治政府、创新政府、廉洁政府和服务型政府，逐步实现政府治理能力现代化。

2、互联网+应用于产业改造

（1）“互联网+营销”

A、基于大数据实现旅游精准营销

通过与百度、阿里等大数据公司合作，获取来旅游游客信息，包括游客的年龄、性别、客源地、兴趣偏好等信息，可以实现旅游目的地、景点的精准营销。

B、基于自媒体平台的内容营销

支持旅游目的地城市、旅游景区基于旅游大数据，通过数据挖掘、分析发现游客感兴趣点，并设计相应的创意图片、软文或者视频、微电影，在微博、微信、旅游网、手机APP等自媒体平台进行传播、营销、推广，提升当地旅游品牌知名度，扩大旅游影响力。

C、基于各大互联网平台的网络营销

旅游城市、景区等可以和携程、去哪儿、蚂蜂窝、百度、腾讯、优酷视频等各大互联网平台进行合作，通过投放广告及

旅游产品、发布软文及微电影、策划旅游活动等营销方式，推广“旅游品牌”。

旅游电商平台产品营销：与天猫、携程、去哪儿、同程等旅游电商合作，宣传推广旅游产品。

旅游社区软文/游记推广：与蚂蜂窝、百度旅游频道、在路上、乐途旅游等社区类网站合作，以软文或游记的形式宣传旅游路线、旅游品牌。

社交媒体平台内容营销：与腾讯QQ、微信、新浪微博合作，利用QQ空间的用户基础和影响力推广旅游品牌。

视频网站微电影/宣传视频营销：与优酷视频、搜狐视频、土豆网、爱奇艺等视频网站合作，以微电影或宣传视频的形式展现目的地形象。

（2）“互联网+服务”

A、基于大数据指导的旅游产品服务完善

通过与百度、阿里、携程等大数据公司合作，获取旅游游客信息，包括游客的年龄、性别、客源地、兴趣偏好、住宿及餐饮偏好、游客反馈等信息，基于大数据，旅游企业可及时更新产品销售策略增加产品销售种类、提高企业效益。

B、基于移动支付手段的旅游服务

根据国务院办公厅《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，支持有条件的旅游企业进行互联网金融探索，打造在线旅游企业第三方支付平台，拓宽移动支付在旅游业的普及应用。

基于移动支付手段的旅游服务内容包括：推动旅游景区、旅游企业、酒店、餐馆及其他旅游服务商提供微信、支付宝等移动支付服务，优化旅游游客的消费体验，提高游客在的消费额。

C、基于O2O模式的旅游服务

游前，游客浏览旅游资讯网、微信号、蚂蜂窝、百度旅游等，并通过携程、去哪儿、大众点评等网站在线支付、购买门票。

游中，游客通过触摸屏了解景点资讯、路线等，在通过交通导航到达景点之后，游客扫描二维码即可进入景区，并通

过手机APP语音讲解景点，通过智慧体验馆深度体验当地的旅游文化、旅游特色。

游后，游客通过微博、微信蚂蜂窝等网站对旅游进行点评、游记分享，从而对整体旅游形象、品牌形成二次传播。

（3）“互联网+销售”

A、基于众筹模式的旅游产品预售

各旅游企业可以通过众筹网、京东众筹、淘宝众筹等众筹平台合作，在众筹平台上发布旅游新产品、旅游服务等，游客则可以选择感兴趣项目，并预先支付资金。

B、基于在线旅游网站进行旅游产品销售

通过和携程、去哪儿、同程、阿里、京东、百度等各大旅游网站、电商平台合作，、城市、旅游景区、旅游企业可以将线下的旅游资源包括门票、酒店、旅游特产、旅游路线等转移到线上，从而盘活现有的旅游存量，提高旅游产品销量，提升企业效益。

（4）“互联网+创新”

A、基于大数据实现旅游业态创新

通过与百度、阿里等大数据公司合作，获取旅游游客信息，进行旅游市场西风，并基于游客的反馈，可以发现新的旅游业态创新点，从而为旅游创新提供大数据支撑。

B、基于分享经济模式的度假租赁

与度假租赁互联网平台合作，可以将优质旅游度假房源，通过途家网、airbnb等互联网平台进行销售并完善售后服务，从而盘活现有的旅游度假房产资源，为游客提供高性价比的住宿服务，促进当地旅游度假租赁行业的蓬勃发展。

C、基于分享经济模式的旅游租车服务、导游服务

开展创客行动，通过加强政策引导和专业培训，鼓励和支持返乡农民工、大学毕业生、专业技术人员等通过开展旅游服务的方式实现自主创业，推进旅游商品的大众创业、万众创新，开发富有特色的旅游纪念品，丰富旅游商品类型，增强对游客的吸引力。

（5）“互联网+融资”

鼓励社会资本进入旅游基础设施的建设，通过PPP模式

（公私合营模式）引导企业参与全域旅游目的地的建设。

鼓励当地旅游企业、景区、个人等依托互联网众筹平台，以股权众筹的方式对特色旅游项目进行开发，培育打造优质旅游产品。

鼓励中小企业、个人等通过阿里小微金融信贷平台、人人贷平台，以小微信贷、P2P模式进行融资，开发富有地方和区域特色的旅游产品。

（二）旅游+的系统应用

1、旅游+应用于治理模式的改造

（1）、扁平化、接地气

各级行政体系的信息化改造使得政府沟通效率不断提高，中层在整个治理模式中的作用正在有所减弱。高层领导开始把向底层喊话作为一个经常性的动作，高层领导人对新媒体也越来越感兴趣，乐于通过新媒体来宣传自己的理念，并使用大家耳熟能详的流行语言来与社会底层进行沟通。这意味着顶层治理模式越来越接地气。

李金早在文章中还从旅游+互联网、旅游+美丽乡村建设、旅游+大众创业、万众创新、旅游+外交阐述了旅游+。这样的阐述充分彰显了旅游+接地气的一面。

（2）、找主轴，猛跨界

互联网+和旅游+的提出就是典型的找主轴的动作。面临日益复杂的经济形势，如何能够抓住主轴进行更高效的顶层治理？关于这个问题，互联网+和旅游+已经给出了最好的答案。互联网+和旅游+不仅打破了产业边界，也打破了行政边界，不断改造着工业化语境下形成的条块分割的治理模式和发展方式。

旅游已经成为了国家战略的主轴，并且以跨界的形式重构着中国的转型方式。旅游+的跨界不仅仅是硬跨界，也是软跨界，这种跨界超越了单纯的国家语境，成为了世界文明的推动力量。这样的跨界彰显了一个古老民族的更大责任和担当。

（3）、讲情怀，促创新

当下中国的政治治理语境已经开始逐步软化，开始通过一些情感流露来传达人性的亲切感和包容力。来自顶层的声音

也不断召唤着民间创新精神和创新行动。自从李克强提出大众创业、万众创新的号召后，这八个字就像充满了魔力，在民间产生了“席卷千堆雪”的效应。在经济下行的压力下，顶层治理的一项主要任务就是充分释放民间力量，在民间寻找中国经济腾飞的新希望。

旅游+意味着对创新的包容和扶持，意味着以未来之心激活现实之力量，实现一个五千年文明古国在新技术语境下的涅槃重生。正如李金早所说的：“旅游+”正在成为不可阻挡的发展趋势和时代潮流，对经济社会发展产生战略性和全局性的影响，推动一个新时代的到来。

2、旅游+应用于产业的改造

（1）旅游+研学

去年，国务院31号文件第一次提出要建立不同学习阶段乡情教育内涵的研学旅行体系，对研学旅行这种特殊旅行做出明确界定与深刻诠释。把研学旅行作为一种完整的体系建设写入31号文件，意味着中小學生日常德育、美育、体育教育内容将更加丰富，旅游将成为青少年爱国主义和革命传统教育、国情教育的重要载体，从而使其具有准公共产品特性。

旅游+研学将延伸旅游产业业态，催生出新的经济增长点。

（2）旅游+购物

世界旅游组织（UNWTO）去年5月22日在西班牙马德里发布了最新的《全球购物旅游报告》。报告指出，中国游客在过去一年境外旅游花费达到了1290亿美元（约8064亿人民币），同比增长26%，位列世界第一。

旅游购物已经成为了游前的重要驱动力、游中的重要活动体验和游后的重要评价指标。

（3）旅游+交通

统计显示：我国铁路运营总里程已突破11万公里，列世界第二位。其中高铁运营总里程超过1.5万公里，居世界第一位，基本形成覆盖全国的高速铁路网。我国游客选择自驾出行的比例已超过70%。

旅游+交通意味着旅游业和交通业之间的协作将越来越频繁密切。交通业也将因为自身独特的资源优势，在旅游业中

掌握更多的话语权，交通企业也将逐步成为旅游业发展中不可忽视的主导力量。以交通数据和旅游数据的融合为契机,交通公共服务和旅游公共服务水平将全面提升.共同支撑起旅居共享的崭新生活空间。

（4）旅游+金融

《国务院促进大数据发展行动纲要》强调“电子商务企业应依法向政府部门报送数据”，可见，大量商业数据资源将纳入国家法律体系范畴。这意味着金融产品的创新将迎来更低成本、更低风险和更强信用的时代。值得深思的是，对于旅游业来说，无论是工业大数据应用、服务业大数据应用、电子商务大数据应用，还是其他数据应用新业态，都将对旅游业带来巨大商机。新的旅游金融产品、新的旅游金融解决方案将应运而生。

（5）旅游+养生、养老

统计显示：当前我国60岁以上的居民超过1.6亿人，到2020年将超过2亿人。随着我国人口老龄化的发展，老年旅游需求大幅上升，旅游消费潜力巨大。另一项统计预测显示，到2017年，养生旅游将比旅游产业增长快50%。

目前，国家旅游局已经开始会同相关部门，在养老养生旅游方面加强政策保障，鼓励各地进行相关的机制改革和业态创新。

四、全域旅游的延伸：无景区旅游

（一）传统景区发展瓶颈

传统景区面临四大发展瓶颈：圈景式景区发展模式与当地社区生活隔离、景点开发集中于观光旅游产品单一、过度依赖门票经济导致经营业绩与游客满意度双低、热点景区旺季拥堵降低假期质量。

（二）无景区旅游目的地特征

相比传统景区，无景区旅游目的地主要存在五大特征：1、不依赖传统的景区（点），不以观光为目的；2、崇尚到处都是滞留点，随时都能成行；3、注重旅游体验，以旅游活动为中心；4、打破门票经济，强调开放式的经营方式；

5、旅游主体大众普及性、旅游对象的广泛性、旅游空间开放性、旅游方式自由性。

（三）无景区旅游目的地建设内容

无景区旅游目的地建设主要包括六大内容：1、旅游规划与城乡规划多规合一；2、基础设施与旅游服务全域覆盖；3、旅游相关政府机构多边协作；4、旅游产业与上下游产业兼容延伸；5、外来访客与当地居民和谐交流；6、市场秩序与行程安全综合保障。 **BES**



失去“经济中心”后，北京将怎样闪耀全球？

文 / 吴必虎 张栋平

8月23日，《京津冀协同发展规划纲要》曝光，北京市的核心功能定位为“政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心”，这其中，最大的亮点在于“经济中心”的缺失。但是，失去“经济中心”并不意味着失去“经济引领力”，恰恰相反，北京的“经济引领力”将在京津冀协同发展

展中变得越来越强大。未来，北京将在京津冀协同发展的战略框架下构建起符合首都特点的高精尖经济结构。在这个新的经济结构中，旅游业无疑将成为一个重要的龙头产业。

在京津冀协同发展的语境里，北京市旅游业的发展趋势将会呈现出诸多亮点，其中，有三点值得重点关注。



一、非首都功能移出后，旅游会展作为北京重要支柱产业 的地位将更加突出

5年前，北京市委的一份文件中曾经有过这样一段话：“大力发展旅游会展产业，充分发挥和集成首都优势，不断增强首都的服务功能”“重点发展体育文化、和旅游会展产业，建设具有国际影响力的体育、文化、娱乐、会展中心和奥运标志旅游地”。如今，把这段话放在京津冀协同发展的语境下重读，我们会发现，其中有着意味深长的内涵。当时，政府已经开始意识到了对首都优势的集成，并且强调了旅游会展产业在“首都优势集成”中的重要性。

随着《京津冀协同发展规划纲要》的公布实施，北京不再是经济中心，政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心的功能更加突出，旅游会展作为朝阳产业，产业关联度高，带动性强，社会贡献大，是强化北京文化中心、国际交往中心、科技创新中心功能的有力推手。

（1）旅游会展丰富北京文化内涵

从文化中心角度来看，北京旅游会展的发展能够促进旅游产品链、技术链、资金链、人才链的全面集成，催生旅游新业态的繁荣，从旅游的角度丰富北京的城市文化内涵。

（2）旅游会展促进北京国际交往

从国际交往中心角度来看，北京旅游会展业的发展能够促进国内外会展企业、协会等的对接交流，能够有效支撑北京旅游企业“引进来”与“走出去”的全球化战略，通过与国外会展企业的深度合作，在场馆建设、会展流程、人才发展、科技应用、管理流程等方面实现全方位的全球化。由此可见，未来北京旅游会展的发展将成为北京构建国际交往中心的重要内容之一。

（3）旅游会展提升北京科技创新

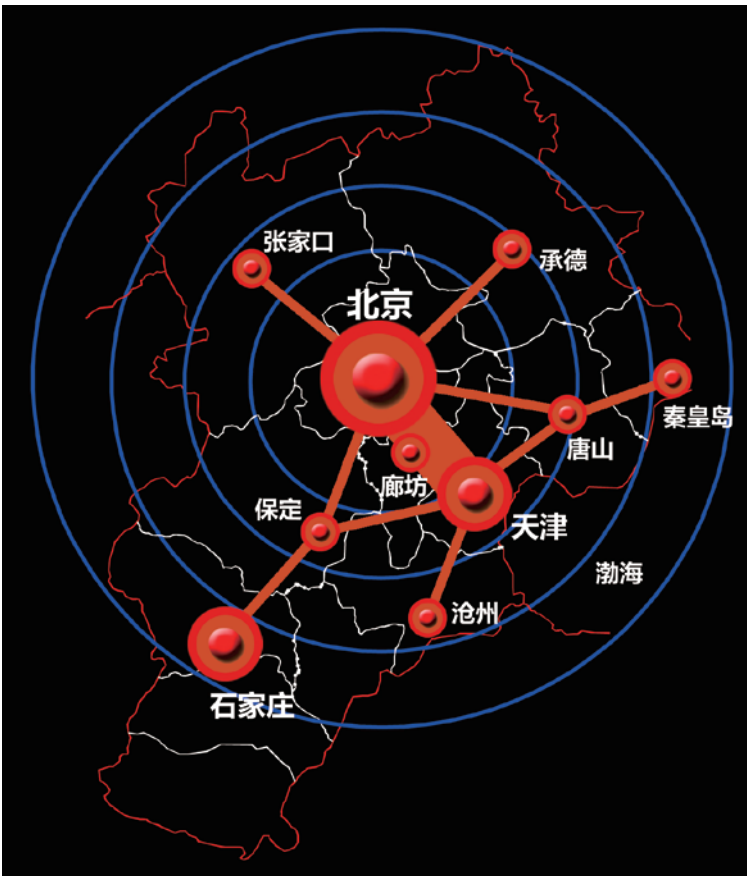
从科技创新的角度来看，近年来，依托区位优势 and 资源优势，北京旅游会展的产业规模不断扩大，综合配套接待能力不断提升，旅游会展产业体系不断完善。未来旅游会展发展的

另一个高地必然是借助科技创新实现智能化升级。无论是布展方式、展会信息发布，还是展会营销手段，各方面的智能化必将是北京旅游会展的大势所趋，这正是旅游会展强化北京科技创新中心功能的逻辑所在。

二、非首都功能移出后，京津冀辽乡村旅游面临巨大 机遇

（1）新人才结构为旅游业提供更富集的消费群体

非首都功能移出后，与产业转移相伴随的是产业工人的迁徙。北京市的高端服务业将成为经济发展主体。目前来看，北京第三产业比重超过了70%，未来，这一比重会进一步加大，与之相对应的是高端服务人才的大规模聚集。从人口增长速度来看，高端服务业所需的人口比过去在“经济中心”打造过程中所需的人口要少很多。《京津冀协同发展规划纲要》提出了中期目标：“到2020年，北京市常住人口控制在2300万人以内。”在人口控制过程中，虽然人口数量的扩张



速度减少了，但是，人口质量却在不断提升。

统计显示，从单位国民经济增加值所需要的就业岗位，高端服务业仅仅是制造业和其他服务业的1/5~1/3。反过来说，这也就意味着高端服务业从业者的大规模聚集将提高北京的单位国民经济增加值，为北京创造更多的财富。同时，从这些高端服务业人才中也将诞生出新中产阶层，新中产阶层的诞生也将带来旅游消费需求的个性化、精细化、时尚化。这种变化无疑将为京津冀辽乡村旅游带来新的发展机遇。

（2）新交通格局为旅游业提供更高效的旅游方式

京津冀辽在乡村旅游方面各有优势。天津地处九河下梢，山、水、河、湖、海、湿地齐全，休闲观光旅游资源丰富；河北是一个综合性农业大省，农村面积大，农耕文化历史悠久，民俗风情多姿多彩；北京现代农业发达，乡村旅游能够充分嫁接北京的文化优势和科技创新优势，形成了创新引领的发展模式。

《京津冀协同发展规划纲要》提出了重点突破的方向：交通一体化、生态环保、产业发展等重点领域先行启动。交通一体化排在了重点突破领域的第一位，可见，交通是京津冀协同发展的首要突破口。

根据今年7月份披露的消息，京津冀交通一体化主要有四大亮点：第一，“轨道上的京津冀”将是三地交通发展的核心内容。第二，“路通”是交通先行的重要任务。2017年有望打通京津冀国家高速公路的所有“断头路”。第三，京津冀

三地将力争在2017年实现区域公交、地铁“一卡通”互联互通。第四，通过体制机制创新破除“协同”障碍。

与京津冀交通一体化四大亮点相对应，京津冀旅游一体化也将呈现四大亮点：一是轨道上的“快旅”；二是公路上的“慢游”；三是卡片上的“智慧游”；四是体制机制层面创造的“无界游”。

三、非首都功能移出后，北京的影响力和辐射力将以旅游+为纽带

在粗放式的城市化发展语境下，城市的影响力是靠GDP来决定的，于是乎，北京为了保持首都的影响力和辐射力，就需要牢牢占据经济中心的地位，以大而全的产业体系来“武装”自己。建国后大量工业项目优先落户北京的事实就证明了这一点。

随着世界经济竞争格局的改变以及新型城镇化语境的形成，北京不再需要大而全的产业体系来支持经济中心的地位。相反，他完全可以摘掉经济中心的帽子。摘掉经济中心的帽子并不意味着经济影响力和辐射力的减弱，恰恰相反，在新的四中心的定位下，北京的经济影响力和辐射力将进一步提升。

（1）政治中心让北京经济能够时刻与政策趋势保持一致。

在这样的背景下，北京的总部经济地位将进一步巩固。

（2）文化中心与科技创新中心让北京经济影响力和辐射

力集中在经济结构塔尖。

随着人类文明的进步，在新的技术语境下，推动人类文明前进的核心力量毫无疑问是文化与科技，一个国家的核心竞争力也必将体现在文化与科技创新上。从这个意义上来说，未来的北京将不断强化京津冀地区和全中国的文化与科技输出者的角色，并成为整个中国核心竞争力的主要设计者和创造者。

（3）国际交往中心让北京经济影响力和辐射力连通全球。

如果把京津冀一体化比作一个拳头，那么，这个拳头不仅仅担负着给整个中国的区域化治理提供探索与赋能的责任，也担负着整个中国参与国际竞争的战略使命。因此，北京作为京津冀城市群的核心以及整个中国的核心，必将不断强化国际交往中心的角色，“交往”二字既有博弈之意味，也有合作之意味。

旅游业作为高端服务业的龙头，是唯一能够在四中心当中起到“合纵连横”作用的产业。无论是政治中心、文化中心，还是国际交往中心和科技创新中心都与旅游业有着密切关系，这种密切关系用一个比较流行的词汇来形容，那就是“旅游+”。可以说，“旅游+”是北京“四中心”定位的融合力与带动力，能够将“四中心”定位中所关联的各类经济活动、文化活动和政治活动连接起来，起到提纲挈领的作用。旅游+政治，对内可以让旅游成为塑造国民意识形态和

国家想象的教化工具，对外可以让旅游成为改善国家关系的润滑剂；旅游+文化，可以形成文旅双链条发展模式，以文促旅，以旅促文，二者互动发展，和谐共生；旅游+国际交往，可以让旅游成为国际战略的先行者和开拓者，以旅游为纽带，启动并推进中国的国际战略；旅游+科技创新，可以催生新的经济形态，响应国家“大众创业，万众创新”的战略。

BES



习近平访美讲话， 赋予中国旅游历史使命

文 / 吴必虎 张栋平

美国当地时间2015年9月22日，习近平主席在西雅图出席第三届中美省州长论坛并发表讲话，当天晚上（北京时间23日上午），习近平主席出席华盛顿州当地政府和美国友好团体联合举办的欢迎晚宴并就中国国内相关政策及中美关系发表演讲，当习近平主席在演讲中提到美国文学名著时，晚宴的气氛中多了一份基于人性的感怀。这份感怀虽然仅仅是瞬间划过，却悄然化解着中美关系的坚冰。

中国方案里的旅游共识

当今世界，中美关系无疑是世界上最重要的双边关系，中美冲突，则世界动荡，中美友好，则世界太平。

习近平提及美国文学名著仅仅是外交手段中的一个“引子”。与这个“引子”相对应的，是习近平抛出的“中国方案”。这个方案好比是一副标本兼治的中药，为当下的中美关系乃至世界治理格局找到了一条“曲径通幽”之道。

方案中提到了构建新型大国关系的四大工作：正确判断彼此战略意图、坚定不移推进合作共赢、妥善有效管控分歧、广泛培植人民友

谊。这四大工作为两国关系的当下和未来指明了方向。操作性强、实效性强、共识度高。其中，广泛培植人民友谊是“中国方案”中闪耀着人性光辉的亮点。这个亮点超越了意识形态和经济利益的矛盾，赋予了中美关系普世的人性光辉。

透过习近平的中国方案，我们能够感受到“旅游共识”正在成为重构世界治理体系的纽带。

1、基于世界经济的旅游共识

中国经济虽然面临下行压力，但一年的增长量仍旧相当于全球经济增长的30%，如此庞大的经济增量使得中国当之无

愧地成为了全球最大的发动机。这就意味着世界经济发展的一体化解决方案必须从中国这个“发动机”中寻找答案。

纵观当今世界，寻找世界经济发展一体化解决方案的迫切性越来越明显。从发达国家来看，日本的经济非常低迷，增长潜力预计仅为0.5%，欧洲经济也堪忧，德国甚至开始面临难民问题。从新兴国家来看，巴西的增长为-2.5%，南非同样是负增长，印度的经济增长则受到体制局限的巨大制约。这样的例子还有很多……

世界经济何去何从？要

回答这个问题，必然要把目光转向中国。于是，我们看到了两个国际性的旅游大会先后决定在中国举办。一个是2017年联合国世界旅游组织第22届大会；另一个是2016年5月的首届世界旅游发展大会。这样国际性的旅游会议把会址选在中国，实际上体现了中国旅游对于中国经济和世界经济的重要性，表明了旅游业已经成为世界经济发展的一体化解决方案中的重要共识。而这个共识也正是习近平在“中国方案”中强调旅游的第一大背景。

2、基于中美关系的旅游共识

旅游业进入国家顶层设计话语体系是一个全球性的趋势，实际上，从这一点来看，中美两国有着心照不宣的默契。早在2012年，美国总统奥巴马就发布了《国家旅游发展战略》，将建立国家层面的旅游管理机构，统筹协调全国旅游行业发展。同年，中国国家旅游局与美国商务部达成了中美旅游合作的意向并商讨了具体方案。三年后的今天，习近平主席访美前夕，国家旅游局局长李金早又先行赴美探讨中美旅游合作事宜。以上事例说明中美高层都把旅游作为国家顶层设计中的重要组成部分，并且以旅游为纽带，实现高层之间的友好互动。

从经济层面来看，旅游也是中美两国经济合作的重要增长极。统计表明，自2007年中美省州旅游局长合作发展对话会议机制正式建立至2014年的8年时间里，中美旅游交流规模总量超过2500万人次，年均增幅达7.6%。未来，借“中美旅游年”之机，中美旅游交流规模也将实现新突破。

从以上分析可以看出，中美两国旅游合作是构建中美新型大国关系的必然要求。这也是习近平在“中国方案”中强调旅游的第二大背景。

中国方案里的旅游新使命

一、旅游业在全球经济再平衡中的新使命

1、新旧产业体系调整交替，旅游业新使命犹如寒冬腊梅

目前，中国经济正处在新旧产业体系调整交替阶段，旧的产业体系逐渐衰退，新的产业体系逐渐兴起。统计显示，今年上半年发电是-2%，水泥-3%，钢铁勉强正增长3%。与传统产业体系的衰退形成对比的是互联网、金融服务、物流、旅游等新兴产业体系的逆势增长，在GDP占比中，服务业占据了半壁江山，并逐步成为驱动城镇化的重要引擎。

在新旧产业体系调整交替的过程中，在服务业驱动的城镇化进程中，旅游业的表现尤为抢眼，李金早用寒冬里的腊梅形象地比喻了中国旅游业发展的大好形势。

2、中产阶级需求结构引发共振，旅游新使命植入顶层设计

作为寒冬里的腊梅，中国旅游业不仅香飘神州，其魅力也感染着大洋彼岸的美国。世界经济发展的规律表明，人均收入水平接近的国家之间往往会形成需求结构的重叠，这样的需求结构重叠将使得两国市场形成相互激发的正能量。

目前中国中产阶级超过3亿，再过5年，中产阶级将突破6亿。这6亿人口的需求结构将与美国中产阶级的需求结构形成高度重叠，二者相互激发，必将促进中美贸易投资快速增长，帮助两国实现经济发展的平衡与可持续。

而在这个过程中，旅游业对中产阶级的催化作用是最大的。在“旅游+互联网”的新经济生态圈中，大量微观市场主体的成长将不断充实中产阶级的队伍。由此看来，以中产阶层为纽带，旅游业这株腊梅将香飘世界，带领中国经济与世界经济实现共振，带来中国旅游在中国乃至全世界体系中，拥有了更高的话语权。



二、旅游业在全球外交再深化中的新使命

此次在西雅图演讲中，习近平把“广泛培植人民友谊”作为“中国方案”的重要组成部分，并强调“国家关系归根结底是人民之间的关系”，这表明在国家顶层设计语境中，人民意愿是国际关系的核心词。中美双方还达成了在2016年举办“中美旅游年”，各省州应该在教育、旅游、体育、青年等广泛领域开展交流合作的意愿。

这意味着未来的中国出境游将不仅仅是推动对外贸易的力量，也将成为“民相亲、心相通”的主要通道。实际上，对旅游所承载的“民相亲、心相通”的价值，是高层政治交往中的共识。此次中美两国友好交往的功臣基辛格在致欢迎辞时也提到，“化敌为友将是这个时代重要的课题！”“旅游是和平的使者”。国务院副总理刘延东也在多个场合强调，人文交流既是“探路者”，也是“铺路者”。李金早在阐述旅游+理论时，也指出，“旅游作为增进民间交往，促进民众感情交流的重要载体，在国家外交中正在扮演着越来越重要的角色。国内外实践表明，旅游外交具有很强的弹性，灵活多样，植根于民众。在双边关系良好时，旅游交往可以成为发展国家关系的加

速器；在双边关系不畅时，旅游交往可以成为改善国家关系的润滑剂；在双边关系尚无正式外交关系时，可以先行开展旅游交往，使民众交往成为国际关系正常化的导航器。”

未来5年，预计中国将进口10万亿美元商品，对外投资将超过5000亿美元，出境旅游人数将超过5亿人次。这意味着，以出境游为载体，中国将展开一场规模庞大的“国家旅游公关”，而人民将是这场“国家旅游公关”的主角，通过人民来展示国家形象、传播国家文化、影响国际政治。

三、旅游业在全球命运再融合中的新使命

当地时间9月22日，国家主席习近平在西雅图出席第三届中美省州长论坛并发表讲话，讲话中指出：我们将着力实行新一轮高水平对外开放，加快建立开放型经济新体制。这方面，我们鼓励一些有条件的地区先行先试。比如，我们在上海、广东、天津、福建设立4个自由贸易试验区，采取准入前国民待遇加负面清单的管理模式；在北京市开展金融、旅游、医疗等6个服务业领域对外资开放试点，等等。我们将采取有力措施促进国内区域协调发展、城乡协调发展，加快

欠发达地区发展。我们将加快推进“一带一路”建设，为国内各地区拓展对外合作搭建平台。比如，新疆是丝绸之路经济带“核心区域”，云南是“一带一路”向西南开放的“桥头堡”。“一带一路”欢迎包括美国在内的世界各国积极参与。这些措施将为中美地方合作创造机遇。

这段话实际上不仅仅讲给美国听，也是讲给全世界听的。习近平这段话是在告诉全世界：中国改革的决心不会动摇，融入世界发展格局的决心不会动摇。

目前来看，一带一路和自贸区是中国实行新一轮高水平对外开放的战略性布局。在一带一路和自贸区战略布局中，旅游扮演着先行者的角色，既是政治先行者，也是经济先行者，也是文化先行者。作为政治先行者，通过推动区域旅游交流与合作，建立旅游合作交流机制，实现基于制度层面的政治信任感；作为经济先行者，通过建立旅游交通、信息和服务网络，实现基于利益层面的经济生态圈；作为文化先行者，通过异质文化之间的交流交往，实现基于命运共同体层面的文化融合力。 **BES**



三大理念指导冬奥场馆建设，实现奥运城市可持续发展

文 / 余韵



北京联合张家口申办冬奥会，得到了国民的高度认可与支持，但也引发了一些疑问：中国缺乏雄厚的冰雪运动基础，花巨资大量兴建冬奥场馆，冬奥会结束后会不会造成巨大的浪费？是为了申办而申办吗？会不会太“任性”？因此，场馆如何规划才能满足冬奥会的高竞技水平要求，又能实现可持续发展，值得思考。

河北省张家口市下辖的崇礼县，距离北京200多公里，是

大山掩映中的一座小城。在崇礼，随处能够看到申办冬奥会的标志。但改变这座小城的，不是申办冬奥会，而是冰雪运动——在成为申冬奥规划场地之前，崇礼已经成为中国北方、尤其是华北地区的滑雪胜地了。崇礼曾经是一个贫穷的塞外山城，当地人曾经被频繁的降雪困扰：一个雪季累计积雪厚度达1米左右，存雪期150多天，山里人行动很困难。但是独特的区域小气候，如今给当地带来了丰富的滑雪旅游资

源。上个世纪九十年代末，投资者看中崇礼独特的气候条件和山地优势，开始开发滑雪产业。2003年以来，多家中外企业到崇礼开发雪场，如今已有万龙滑雪场、长城岭滑雪场、多乐美地滑雪场、云顶滑雪场等，吸引了大量滑雪爱好者，更多的中国人像外国人一样爱上滑雪了。日渐壮大的中国中等收入群体，成为滑雪运动的爱好者。这几年每年来云顶滑雪的年轻人数量约有16%的增长。在2020年全面建成小康社会的目标之下，中国冰雪运动前景光明。

“以运动员为中心、可持续发展、节俭办赛”是北京联合张家口申办冬奥会的三大理念，与《奥林匹克2020议程》高度契合，得到国际奥委会的高度肯定，2022年冬奥会的大部分场馆场地都以“现成”利用，改造利用为主，力求节俭和可持续。

根据北京冬奥申委的规划，雪上项目的主要场地就计划设在崇礼县，只有少量项目规划在北京市的延庆，冰上项目将完全由北京赛区承担。

2022年冬奥会承办雪上项目的崇礼赛场将产生50枚金牌，其中大部分比赛计划安排在云顶雪场，云顶大酒店将作为赛区媒体酒店。云顶雪场聘请温哥华冬奥会和索契冬奥会的规划设计团队进行规划设计，无论是已建好的雪场、酒店还是预留的区域，都按照世界一流水准来规划建设。云顶目前拥有30条雪道、5条野雪道以及追逐赛公园等，“金莲花”等雪道获得国际雪联赛事资格认证。2022年云顶将作为单板、自由式滑雪比赛场地。届时，只需要对现有的场馆稍加改造，既节约投资又避免了赛后场馆利用难题。简而言之，是“现成”的。

另外还将新建三个比赛场地，一是北欧中心越野滑雪场，规划位于河北省张家口市崇礼县东部，紧邻明长城遗址，雪道距离长城遗址最近处只有十几米，可作为越野滑雪赛事场

地。二是北欧中心跳台滑雪场，规划位于崇礼县东部，紧邻明长城遗址，雪道距离长城遗址最近处只有十几米，可作为跳台滑雪赛事场地。三是冬季两项中心，规划位于崇礼县山区，该地区空气清新、空间广阔、自然环境好，而且几个项目安排场地集中，完全具备建设相关场馆和设施、举办冬奥会冬季两项比赛的条件。

高山滑雪场地规划位于北京延庆县小海坨山区域，该区域自然条件优良，水资源丰富，各项指标均达到了高山滑雪项目的技术标准，是冬奥会高山滑雪项目的最佳选址。

2008年奥运场馆遗产的充分利用是北京赛区的最大优势。除新建一个国家速滑馆外，其他所有冰上项目如冰球、冰壶等比赛场馆，都将在已经建成的国家体育馆、五棵松体育中心、首都体育馆、国家游泳中心举行，相关场馆只需进行简单改造。而冬奥会开、闭幕式也计划安排在承担过北京奥运会开、闭幕式的国家体育场“鸟巢”进行。

一方面，由于老百姓们对欣赏高水平的冰上运动项目和参与冰上健身的需求越来越强烈，规划在北京城区的国家速滑馆，不管冬奥会申办是否成功，都是要兴建的，这个规划早已纳入体育设施的建设计划。国家速滑馆规划位于北京奥林匹克森林公园网球中心南侧，建成后可用于冰球、冰壶、大道速滑项目，是一个综合性场馆。冬奥会结束之后，国家速滑馆将365天不间断经营，成为一个类似水立方、鸟巢这样的、社会服务功能和企业运营兼备的运动健身场馆。

另一方面，北京2008年夏季奥运会留下的宝贵遗产，将在2022年冬奥会继续发挥重要作用。国家游泳中心（水立方）位于北京奥林匹克公园内，是北京为2008年夏季奥运会修建的主游泳馆，也是2008年北京奥运会标志性建筑物之一，2022年它将被用作冰壶比赛的场地，不需大改大建，“水立方”就能成为“冰立方”。国家体育馆位于北京奥林

匹克公园中心区的南部，是奥林匹克中心区的标志性建筑之一、北京奥运会三大主场馆之一，2022年它将被用作冰球比赛的场地。五棵松体育中心（现万事达中心）位于北京西四环五棵松桥东北角，是2008年北京奥运会篮球项目的比赛场馆，2022年它将被用作短道速滑比赛的场地。首都体育馆修建于1968年，是北京重要的体育文化活动场所之一，以及2008年北京奥运会排球比赛和训练场地，2022年它将被用作花样滑冰比赛的场地，除了场馆之外，北京2008年奥运会留下的人才和经验，也将使“节俭办冬奥会”落到实处。

目前，确切的场馆场地规划还没有出台，但对于新建场馆来说，无论是索契冬奥会还是2018平昌冬奥会的场馆规划都对中国第一次承办冬奥会有所启发。

韩国作为一个国土面积小、资源有限的国家，在冬奥会场馆的规划设计上充分尊重了场地本身的特性，这是实现生态可持续的一大措施。国际景观设计规划团队SWA公司，对韩国平昌2018年冬季奥运会核心区的各项设施进行了设计。总体规划在创造激动人心的高质量比赛场馆的同时，满足一种“轻触”的愿望。要创造吸引人的，高品质的设施，同时保持了这个丘陵地势的森林的自然美景。设计团队力求设计一个紧凑的场地，适于步行，坡度最小化，并广泛的植树造林，恢复航道。

索契冬奥会被称为有史以来最“昂贵”的冬奥会，因为俄罗斯为之投入了大约500亿美元。对于花费巨资修建的比赛场馆，大部分在赛后仍然保留体育用途，也有一些将被改造成购物中心、娱乐设施或者会展中心，而奥运村和媒体村等将被改造成住宅和酒店等。几座冰上项目场馆中，速滑馆将被改造成俄罗斯南部最大的展览中心；冰球馆将成为一座多功能体育馆；举办开闭幕式的奥林匹克体育场将成为一座足球场，并将成为2018年世界杯足球赛的赛场之一，这里将来也会成为俄罗斯国家足球队的训练基地；冰壶馆将被改造成一座集体育和娱乐于一体的多功能馆；花样滑冰馆将被改造成场地自行车馆。位于海滨的奥运村将被改造成公寓，提供

给当地居民居住。主新闻中心未来的用途主要是作为会展中心，还有一部分被改造成酒店和高级公寓。位于高加索山区的几座滑雪赛场将保留原有用途，作为公共的滑雪场和度假地对外开放。雪上项目新闻中心则成为八国峰会的举办地。冬奥会场馆和场地的规划设计应把握好基本的三个原则，才能实现“以运动员为中心、可持续发展、节俭办赛”的三大理念。

一、集中与分散相结合的原则：冬奥会场馆的规划布局理论上有三种方式，一种为集中式，非常方便奥运会比赛的需要，但在交通及赛后使用上存在问题；另一种为分散式，在奥运会期间不方便运动员和记者参加和报道比赛；第三种为集中与分散式结合，在一定程度上兼顾集中式与分散式的优点，较好的解决了方便运动员和记者、交通及赛后利用的问题。集中与分散式结合的方式在前几次奥运会上都广泛的被举办城市采纳。北京奥运场馆的规划布局采用了第三种方式，奥林匹克公园包括14个场馆，奥运会期间将有15个比赛项目在此举行，场馆数量、比赛项目在北京赛区分别占43.7%和53.6%。

二、交通便捷的原则：北京到张家口乘坐高铁只需要50分钟左右的时间，国际雪联等七个国际体育单项组织都曾明确表示这个距离是完全可以接受的。而且，并不是申办冬奥会才修建北京到张家口的高铁，这一段高铁实际上是京包高铁（北京到包头）的一部分，是国家十二五规划里的一条线。北京到张家口的高铁是170公里左右，这条铁路的设计速度是每小时350公里，从北京到张家口的大概时间是52分钟。另外，运动员从运动员村到达最远比赛场馆的车行时间最好不超过30分钟，规划中应将运动员村设置在交通便利的区域，最大限度的保证运动员迅速方便地到达大部分的比赛场馆。

三、赛后利用的原则：国际奥委会不希望奥运会给举办城市带来经济包袱，而应该成为文化遗产，所以，体育场馆的赛后利用是国际奥委会非常关心的问题之一。各国也都在不断地探索体育场馆赛后的经营管理模式，使体育设施最大限

度的为体育、为社会、为居民提供服务。

申办一次不铺张浪费，以可持续发展为前提的冬奥会，尤其对于张家口来说意义重大。对于普通民众来说，冬奥会的举办带动更多人来滑雪，游客的增加刺激各种服务业的繁荣，当地人民可以增收致富；站在京津冀协同发展和“一带一路”的战略版图中，无疑有更大的雄心。北京联合张家口申办冬奥会，是把申办工作纳入京津冀协同发展国家重大战略中，与经济发展、社会进步和生态建设等紧密结合，促进奥林匹克运动与举办城市良性互动、共赢发展。在28日发布的《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》中，有这样一句表述：“推进构建北京—莫斯科欧亚高速运输走廊，建设向北开放的重要窗口。”张家口这

座塞外名城，历史上就是中国北方重要的物资集散地和对欧贸易的重要陆路商埠，一度中外商贾云集，账局票号扎堆，关税曾占清朝政府税收三分之一。作为北方丝绸之路的必经之处，张家口希冀通过申办冬奥会的机会，加快发展第三产业，重现繁华商业中心的辉煌，让更多的北京人来这里，白天滑雪，晚上购物；让更多的北京人来这里，休闲、养老、度假。做好场馆的规划设计工作，举办冬奥会让张家口得到更加和谐的发展。

北京一张家口有着良好的基础条件，未来冬奥会场馆的规划设计应秉持着“以运动员为中心、可持续发展、节俭办赛”的三大理念，才能使冬奥会的承办实现多方面的共赢互利。

BES



冬奥会为张家口乡村旅游带来的六大契机

文 / 文涵

2014年，北京居民本地游规模达1.01亿人次，其中乡村旅游接待3825.4万人次，乡村旅游收入36.2亿元，京郊乡村旅游市场潜力巨大。而今，冬奥会花落京、张，不仅为短期内地区经济的发展注入了强大动力，从长远看也将为处于京北的张家口乡村旅游带来众多契机。

一、拉动投资需求，助推京津冀“经济一体化”进程

借力冬奥经济，发挥奥运会对京津冀经济一体化的加速器作用，将大大促进消费和投资的双重增长。随着冬奥会的举办，必将为京、张两市带来巨大的投资拉动，市场热度快速聚集，从而带动基础设施的建设以及经济的增长。从拉动投资的角度考量，主要集中在三方面利好，即调整和优化了投资结构、改善投资环境、降低投资成本。

当前，投资仍是推动京津冀经济增长的主要力量。通过政策引导，充分发挥财政资金的带动作用，广泛吸引社会投资和境外投资。以完善投资结构为主要着力点，拓宽资金来源渠道，发行好冬奥建设企业债券，积极申请环保专项资金。搭建投资服务平台，降低区域投资特别是制造业投资成本。一方面，对于劳动需求、基建需求等不断增加，吸纳周边人口，提升就业率，带动旅游业及第三产业发展；另一方面，在增加交通、基建供应的同时提高两市整体产业及服务水平，也将带动相关物流业、旅游业、养老地产等产业发展，带动城市的经济结构调整和产业升级。

二、改善交通条件，为乡村旅游带来广阔客源

冬奥会开展将进一步促进京津冀三地特别是北京与张家口之间交通建设的加快，目前，北京与河北的三个场馆群之间的交通设施建设已全面启动，连接三地的京张高速铁路有望过入实质性开工建设阶段，预计2019年前后建成通车，将大大缩短北京市区到延庆、张家口等地的时间成本。届时，从北京市区1小时之内可以到达张家口崇礼太子城赛区，张家口也由此进入“首都一小时生活圈”。

与此同时，京津冀协同发展以“一核、双城、三轴、四区、多节点”为骨架进行空间布局，张家口一线以京张高速交通干线为纽带，将重点承接北京市非首都功能向西北的疏解，具备发展乡村生态休闲旅游的绝佳区位优势。张家口与北京有京藏、京新两条高速公路衔接，有张石(已通车)、张涿(已通车)、张承(在建)、二秦(在建)、京蔚(前期准备工作)五条绕京高速公路。未来，两市往来便利性大幅提升，通过城市间距的缩短，满足了两地居民跨城消费、经营往来等需求，极大促进京张两地人流、物流、信息流的交往与联系，使共享两地资源成为现实。

三、生态环境优化，助力长久冬奥蓝

环保问题是保障冬奥会顺利进行的重要方面，北京已制定了相应的空气治理计划，根据《2013-2017年清洁空气行动计划》，北京全社会近5年用于环保方面的投资将近1300亿美



元，2014年PM2.5浓度比2012年下降了10.2%。而在此之中，受惠于有利的地势，位于北京以北的张家口空气质量极为优越。国家环保部发布的去年上半年全国74个城市空气质量状况报告显示，张家口为京津冀区域空气质量最优城市。冬奥会的举办也将加快大气质量治理的速度，同时空气治理也能助力冬奥会的举办。在未来七年中，借助举办冬奥的东风，京津冀和周边地区将加快产业调整步伐，多措并举治理雾霾，将“冬奥蓝”变成一种常态。

四、产业链良性延展，促进乡村旅游产品多元化发展

2008年奥运会后，中国体育事业达到了一个新的高潮，竞技体育综合实力稳居世界第一集团，然而冬季运动仍是短板，很大程度是因为普及性差、群众基础薄弱，发展冰雪文化与冬季体育事业上是相互促进的，既可以提升冬季运动专业化水平，也可以提高冬季运动的大众化普及程度。

乡村旅游产品的单一化、低端化是众多地区面临的普遍问题。通过借力冬奥，张家口完全有能力推陈出新，走出一条具备自身特色的乡村旅游发展道路。依托冰雪、体育旅游产业，重点可打造四个类型的乡村旅游产品。

专业竞赛训练中心：在冬季，雪场将成为国内外滑雪、雪橇顶级赛事的场地，也将成为国内外专业运动员训练基地。

大众冰雪运动中心：开发一些适合广大冰雪爱好者体验滑雪场地，成为大众体验冰雪场地的中心。

生态健身休闲中心：通过冬奥会赛后场地利用，提升张家口旅游接待能力和品质，并结合景区、乡村的特殊地貌、地形，开展登山、徒步、山地自行车户外运动。

乡村旅游度假中心：选取生态环境良好、人文底蕴深厚的地区，尤其是有温泉地热等特色度假康体资源的乡村打造雪乡

小镇，与张家口赛区内的高档星级酒店进行互补，构成完善的旅游接待体系。

五、提升就业水平，解决乡村人口外流问题

近年，张家口城镇居民人均可支配收入增速呈下降趋势，2014年为21651元，位列河北省第8，远低于全国28844元的平均水平。2010-2014年，张家口市户籍人口增加34万人，同期常住人口仅增加7万人，经济发展及收入水平低迷使得张家口人口流出现象严峻。

冬奥会对张家口的产业导入，将提升地区经济活力，增加就业机会，扩大人均收入，进而增强城市人口吸纳能力，减少人口外流。与此同时，大量专业人才集聚于此，也为地区乡村旅游的发展提供强大的智力保障，有助于提升城市整体旅游服务水平。

六、城乡功能联动，打造新型创业创新产业基地

乡村需要创新、创客需要土壤，当乡村和创客遇到冬奥，必将并发出耀眼的梦想火花。通过冬奥会契机，紧跟国家创业创新战略步伐，为新时期创业者提供一站式创业服务，打造全方位一体化的创业梦想孵化器，既有助于张家口城市形象重塑，也有助于促进自身城市功能转型升级，在拓展创业创新空间、提升公共服务水平、加大财税融资支持、深化体制机制创新、强化区域合作方面充分发力。

而在这一过程中，需要城乡功能有效互动，带动区域创业氛围的形成，从战略机遇出发，张家口完全有条件形成特色鲜明、活力四射的企业创业创新集聚区和先锋群体创业、生活、实现梦想的创业创新产业基地。 **BES**



展望冬奥，寻找京津冀的新杠杆

文 / 张栋平

在2022年冬奥会申办成功后，北京市委市政府发了一封贺电“北京携手张家口申办2022年冬奥会的成功，是坚决落实首都城市战略定位、积极推动京津冀协同发展的结果。”从这封贺电中可以看出，冬奥会在京津冀协同发展战略中有着举足轻重的作用。在充满激情的全民狂欢中，人们将冬奥会描述为价值3000亿的大蛋糕，然而，冬奥会对于京津冀的价值并非仅仅是蛋糕而已，因为蛋糕吃完就没有了。

从更长远的角度来看，冬奥会将使得京津冀这个中国经济的增长极发生质的提升与改变，主要表现为竞争力的再平衡和转型力的再提升，这其中，最给力的杠杆就是中小城市。

一、中小城市品牌形象——京津冀竞争力再平衡的新杠杆

冬奥会的举办，以及举办之前长达近7年的筹办都能够极大提升主办城市的国际知名度。一座城市旅游业的兴盛与否往往在很大程度上依赖于城市品牌的提升，大型体育赛事对于城市来说，无疑是一次引爆品牌营销的绝佳机会。很多奥运会的申办城市都希望借着奥运会树立城市的国际知名度。

长期以来，京津冀中小城市缺乏打造城市品牌的意识和能力，与江浙一带的城市相比有较大差距。这一次冬奥会申办成功将使得京津冀城市群摆脱过去双城牵引的模式，呈现出多元共荣的局面。所谓的双城就是指北京天津，这两座城市的国际影响力过于强大，以至于人们无形中忽略了京津冀的中小城市。

此次冬奥会申办成功，京津冀城市群的整体品牌将有望进

一步加强，特别是中小城市品牌传播力的提升将不断增强他们与北京和天津城市品牌的融合力，在融合中强化京津冀城市品牌的国际化特征。这种国际化特征一方面让京津冀整体城市品牌与长三角、珠三角和东北等城市群形成相对优势，另一方面则利于以整体合力参与国际城市群的竞争。同时，在国际化之外，由本土化引发的品牌差异竞争格局也将逐步形成。这种差异格局将使得京津冀城市群品牌形成良性的内生发展力量。

值得一提的是，本次冬奥会的落选城市阿拉木图就是怀着提升城市品牌的目的来争取申办冬奥会的，可惜的是，在北京和张家口的优势面前，它落选了。从这个意义上来看，申办冬奥的过程也可以说是城市品牌竞争的过程。

二、中小城市旅游产业——京津冀转型力再提升的新杠杆

产业转型升级一直都是中国经济发展的主旋律，作为中国经济重要增长极的京津冀地区，其产业转型升级的任务更加迫切。

冬奥会在产业转型升级方面的贡献首先体现在对基础设施建设的促进。在京津冀一体化的战略背景下，基础设施建设的内生力量是京津冀转型升级的动力。假如没有冬奥会，京津冀的基础设施建设也照样会稳步增长。但是，冬奥会的出现为这样的稳定增长增加了一定刺激作用。在冬奥会的刺激下，京津冀基础设施一方面会在速度上有所提升，另一方面会在旅游基础设施方面有明显增强，有些重要城市（比如张家口）甚至会

参照国际化城市标准来推进新一轮的城市建设。

冬奥会对京津冀基础设施建设的促进过程也是一个大城市与中小城市发展再平衡的过程。长期以来京津冀城市群存在着发展不平衡问题。大城市特大，功能高度聚集，而中小城市基础设施薄弱，产业结构不合理。这就造成了城市群内部的一个发展断层。冬奥会的契机会使得这种发展断层得到较快的弥补，国家将重点培育中间环节的城市，比如保定、廊坊、张家口、崇礼等。这些中小城市借助冬奥契机的快速发展将成为京津冀产业结构转型升级的亮点。

值得一提的是，带动这些中小城市快速发展的主导产业将是旅游业。这一点其实已经不是一个将来时，而是一个现在时。其主要表现可以概括为点的牵引和带的辐射。

1、点的牵引

随着京津冀发展能量的多元化，大城市和中小城市都将成为京津冀版图上的闪亮明星，牵引城市群整体协同、协调发展。以崇礼为例，这个只有12.6万人口的小城，投身于滑雪产业的人数就有近两万。统计表明，2014年崇礼县第三产业占全部财政收入的比重达到了41%，比2011年翻了一番；接待游客突破200万人次，实现旅游综合收入14.1亿元，同比分别增长17.9%和28.2%。在旅游业的主导和引领下，崇礼正在以自己微小的力量破解着京津冀产业转型升级的坚冰，以春天般的蓬勃力量迎接着2022年的冬奥会。

2、带的辐射

北京和张家口作为冬奥举办地，将以相互呼应的力量形成京张体育文化旅游带。早在去年，张家口就提出了打造京

张体育文化旅游带的构想：依托滑雪、温泉、草原、水景、山林、文化、特色农业等资源，以京藏、张石、张承、京北路等主要交通线路为骨干，以怀来、赤城、崇礼、张北、沽源、涿鹿、蔚县、阳原为节点，重点打造“滑雪温泉、草原风情、葡萄酒、民俗精品和历史文化”五个旅游大区，打造“泥河湾文化、三祖文化、剪纸文化、边塞文化、商旅文化、近代工商业文化”六个特色文化品牌，发展“滑雪、围棋、户外、健身、草原民族体育”五个特色体育产业，真正使张家口成为国际旅游目的地。

随着冬奥会的筹备进程，京张体育文化旅游带的建设也将逐步加快，在这个旅游带的辐射下，京津冀的产业结构转型升级将获得可持续、健康、绿色的新能量。

需要强调的是，我们应当将产业发展和城市建设的理念与国际接轨，以尊重生态肌理、生产规律和生活情怀的方式去发展中小城市，让中小城市在京津冀版图中成为大城市与农村互联互通的缓冲带，成为国际化与本土化进行对话的新高地，成为平衡京津冀的新杠杆。 **BES**

冬奥会，张家口的冰雪奇缘

文 / 张书颖



7月31日17:57分，吉隆坡。当国际奥委会主席巴赫宣布2022年冬奥会举办权花落北京的时候，表明北京成为世界上第一个既举办过夏季奥运会，又将举办冬季奥运会的城市。除了消息本身令人振奋，这也将是促进京津冀协同发展和一体化进程的重要契机。

2022年的冬奥会，将分为北京市内、北京延庆和河北张家口崇礼三个赛区，其中，除了冰上项目在北京市内举行，雪上项目将分别在延庆和崇礼举办。过去，由于北京知名度高，基础设施完善，所以尽管张家口身为北京近邻，却也很难被外界所了解。随着申奥的成功，张家口的国际知名度大提升，我们可以预测张家口将迎来实现跨越式发展的宝贵机会。

低碳环保，促进城市可持续发展

7月29日，国务院批复《河北省张家口市可再生能源示范区发展规划》，同意设立张家口可再生能源示范区，并按照“低碳奥运”的理念，提出在崇礼建设国际领先的“低碳奥运专区”，打造低碳奥运场馆，实现体育场馆用电100%采用可再生能源，体育场馆所有建筑采用可再生能源供热。

按照《规划》，到2020年，张家口示范区55%的电力消费来自可再生能源，全部城市公共交通、40%的城镇居民生活用能、50%的商业及公共建筑用能来自可再生能源，40%的工业企业实现零碳排放。

作为京津冀地区重要的生态涵养区，张家口也是华北地区风能和太阳能资源最丰富的地区之一，在今后发展中，张家

口要结合自身条件，充分发挥资源优势。其次，在奥运会申办阶段，北京和张家口两地始终将改善生态、治理大气污染等问题放在重要位置，在申办成功之后，张家口也不能放松对环境问题的监督与管理，针对“节能”和“减排”两个问题，采取多方面的措施。

“低碳奥运”不仅会造就一场精彩、非凡、卓越的冬奥会，更深远的意义在于，它会促使京津冀地区携手改善生态环境，发展生态经济，改善人民的生活质量和居住环境，促进该区乃至全国的可持续发展。

依托冰雪，带动旅游业全面发展

作为关内滑雪运动发展最快的地方，张家口定位于国际休闲旅游胜地，并将崇礼滑雪作为主要的旅游品牌着重推出。同时，崇礼也早就提出“旅游立县”的战略，并于2004年被国家体育总局批准建设“国家滑雪胜地”。目前，崇礼的多数滑道已具备国际标准，只需稍加改造即可作为奥运会比赛场馆。

据测算，冬奥会将带动我国3亿人参与冰雪活动，特别是青少年，这不仅为游客提供了放松身心、开拓视野的机会，也有助于推进“北冰南展、北雪南移”等一系列旨在促进冰雪运动发展的计划。国务院总理李克强曾做出“要把奥运和旅游结合起来”的重要指示，借助冬奥会的品牌效应，崇礼要把握旅游业发展的大好时机。

另一方面，冰雪旅游有着明显的季节性，冬季的游客井喷和夏季的无人问津，不利于崇礼和张家口旅游业的长远发展。因此，张家口在强调崇礼冰雪旅游的同时，也应该注意加强对本市张北草原、赤城温泉等景区的宣传，使其相互配合，平衡旅游需求。除此之外，张家口也要寻求外部联合，加紧与周围城市的密切合作，尤其是北京、天津以及河北省

其他旅游景点，如北戴河、避暑山庄、西柏坡等。借此进一步深化区域合作，增强整体竞争实力。

招商引资，进一步优化产业结构

张家口是京津两市的天然屏障，为了遮挡风沙和保护水源，许多对环境产生破坏的一、二产业被限制或禁止发展，这是该地经济水平较为落后的原因之一。借助奥运会，张家口可立足第三产业，适度发展其他产业类型，找到一条符合自身城市特色的发展道路。

自申奥以来，张家口的旅游业得到快速发展。大批游客的到来不仅直接拉动了住宿、餐饮等领域的消费，还催生了一批以滑雪为服务内容的旅游租赁、滑雪器械生产和维修等新兴行业。

就今后的发展情况来看，冬奥会将极大地改善张家口交通、市政、通讯、文化、体育等方面的基础设施。例如，《张家口承办2022年冬奥会综合交通规划》重点研究了京张两市的交通联系，就机场、铁路和公路三方面分别提出了建设方案。根据2022年冬奥会财政预算，场馆建设预计会花费大概15.1亿美元，其中有65%来源于社会投资，其中奥运村的投资100%由企业承担。

由此可以看出，由基础设施和场馆建设所带来的市场需求，将极大地促进张家口建筑建材业、房地产、交通运输业、通信电子等行业的发展。巨大的市场潜力将会吸引大批企业的到来，这对张家口调整、优化产业结构有着积极作用。

历届奥运会证明了其对举办城市的积极影响。不仅增加就业机会，促进经济进步，也会在社会文化、科学技术上起到一定程度的促进作用。在接下来的发展过程中，有机遇也会有挑战，张家口到底会如何应对，我们拭目以待！ **BES**

冬奥相约张家口， 让你舌尖不寂寞——张家口美食微访

文 / 杜书明

张家口地处长城以北，饮食接近山西、内蒙和东北口味，又因地处要津，四方辐辏、商贾云集，遂融合南北特货，荟萃东西珍肴。熏肉、口蘑是到张家口必定要品尝的美食。地方风味小吃“一窝丝”、“油炸糕”、“山药鱼”、“手把羊肉”等，会使你大饱口福。在坝上草原喝着马奶酒、吃着烤全羊，让你仿佛置身辽阔的蒙古草原。

在张家口，相约冬奥，你的舌尖不寂寞。塞北一盒酥，燕山半壶酒，寒天雪地中带你去撷串。不眠的塞外之夜，温暖的火炉旁，尽情纵歌，把酒言欢。

一、名菜料理

1. 蔚县八大碗

蔚县八大碗是蔚县的传统名肴。顾名思义，八大碗即指宴席上的主要菜肴数量，一般为丝子杂烩、炒肉、酌蒸肉、虎皮丸子、块子杂烩、浑煎鸡、清蒸丸子、银丝肚等八类。八大碗有荤有素，烹饪精细，鲜美可口，是当地宴宾会客的名肴。

2. 柴沟堡熏肉

柴沟堡熏肉是怀安县塞外古镇柴沟堡镇的特产，距今已有200多年的历史。传说庚子年间慈禧太后与光绪皇帝西逃时，驻足柴沟堡，品尝熏肉，称其为精美佳肴。

柴沟堡熏肉用柏木熏制而成，色泽鲜亮，爽淡不腻，味道独特。品种主要有熏猪肉（五花肉、猪头、猪排骨、猪下水）、熏羊肉、熏鸡肉、熏兔肉、熏狗肉等。其中，以“堡”字号熏肉最为有名。

刚出锅的熏肉红紫紫、颤巍巍、亮光光的肉皮上冒着晶莹的小油泡，皮烂肉嫩，喷香可口，用之做盘凉菜，上面撒些

绿油油的韭菜，看上去就象一件巧夺天工的精美工艺品。你可以在怀安县的“郭堡熏肉”吃到这道美味。

3. 莜面



莜面吃法颇多，风味各有千秋。在张家口，莜面尤以宣化著名。莜面可以加工成窝窝、鱼鱼、储格、拿糕、饺饺、块垒、丸丸、馄饨、拨面、山药、扁鱼子、猫耳朵等，也可以加工成烙饼、煮鱼、炒面、糊糊、燕麦片、方便面、蒸拔鱼、烫面饺等。莜面不仅成为当地人的一种主要食品，而且是出口外销的名牌产品。

莜面含有很高的植物蛋白质等营养成分，对于高血压和糖尿病人有一定食疗作用。需要说明的是，莜面较易饱腹，因此只可吃六分饱。

4. 怀安豆腐皮



怀安豆腐皮是怀安县城的传统名产之一，特点是细薄如纸，色美味香，价廉物美，营养价值高。豆腐皮的制作过程很有讲究，从打浆、烧胚、过滤、点浆，到压水、扯皮、煮皮，每一道工序都不得怠慢，这样生产出的豆腐皮才能筋道细嫩。

用豆腐皮做的各种冷、热、荤、素菜，味道香，形态美，张家口第一美食之称实乃名不虚传。在怀安县的随意一家饭馆，你都可以吃到这道美味。

5. 烤全羊



烤全羊又叫全羊宴，它是蒙古族最古老而隆重的一种宴席，一般只在接待高级贵宾时摆设。蒙古人吃整羊的传统主要是取其完整、齐全之意，表示为对客人全心全意。

烤全羊羊肉味道上佳，鲜而不膻，吃起来十分过瘾，这道美味在坝上草原等张家口周边草原都可以吃到。

6. 手把羊肉



手把羊肉是张家口的一道特色菜，味道鲜美。羊肉富含蛋白质、钙、磷、铁及多种维生素等营养成分，具有滋补虚

损、补中益气、健脾养胃的功效。与全羊宴一样，手把羊肉可以在坝上草原等张家口周边草原吃到。

7. 马奶酒

马奶酒性温，有驱寒、舒筋、活血、健胃等功效。被称为元玉浆，是“蒙古八珍”之一。张家口坝上草原的马奶酒十分纯正，据说有饮后不上头、不伤胃、不损肝的特点，被众多饮者誉为“豪饮不伤身”。不过小编温馨提示，饮酒还是要依据个人身体适量引用哦！

8. 烧南北

烧南北是张家口的一种汉族传统名肴，属于冀菜系。所谓烧南北，就是以塞北口蘑和江南竹笋为主料，将它们切成薄片，入旺火油锅煸炒，加上一些调料和鲜汤，烧开勾芡，淋上鸡油即成。此菜色泽银红，鲜美爽口，香味浓烈。

二、特色小吃

1. 山药鱼

山药鱼是张家口的著名小吃，以土豆和莜面为原料，在笼屉里蒸熟沾着汤吃。汤的佐料范围广，其中肉类以羊肉汤为佳，菜类中口蘑汤算上等。山药鱼在张家口的很多餐厅都可以品尝到。

2. 糊糊面

糊糊面是河北省传统的汉族小吃，是蔚县暖泉镇的特色食品。此面熬成糊糊放久以后不会沉淀，可谓餐桌上必不可少的一道“好菜”，同时也是节日馈赠佳品。糊糊面口味独特，口感好。先不说它的制作程序，单论口味，熬熟以后，热气腾腾，香气四溢，喝上一口，令人倍感清爽。此面略带一丝甜意，没有一点生面的味道，让人回味无穷。

3. 一窝丝

一窝丝，又叫盘香饼，属中国传统面点，是张家口怀安县当地特色美食。具有色淡黄，味甘甜，质酥脆的特色。看似一张饼，提起一根丝，加水一碗面，色泽金黄，色香味俱佳。在张家口的街边市集就可以买到。

4. 阳原圪渣饼

圪渣饼是阳原县揣骨疃的特产，曾作为清代宫廷贡品。选料精良，工艺考究，成品为半透明状的圆形薄饼，色泽金黄，酥脆香甜，别有风味。

5. 糖麻叶

糖麻叶是内蒙古、张家口、山西、宁夏一带的汉族小吃，属于春节、端午节节节令食品。成品金黄，糖泡鼓起，焦软香甜，十分可口。

三、名优特产

1. 口蘑

口蘑是生长在蒙古草原上的一种白色伞菌属野生蘑菇，主要经由张家口输往内地。口蘑味道异常鲜美，由于产量不大，需求量大，所以价值昂贵，目前仍然是中国市场上最为昂贵的一种蘑菇。口蘑比较常见的做法有口蘑牛扒、口蘑黄瓜等。

2. 阳原供佛杏



供佛杏产于阳原县高墙乡南口村安乐寺院内，因专供佛事活动而得名。供佛杏是阳原县特产之一，因杏个大、色艳、味美而闻名，被称为京西第一杏。

民国七年（1918年），阳原县南口村安乐寺有位高僧，法号门静。一次门静禅师外出讲经，从外地带来两株杏树苗，亲手栽在寺院前的菜园里，最后成活一棵。经过门静禅师的精心培育，这棵杏树4年开花，5年结果，8年便进入盛产杏果期。门静禅师将成熟的杏果采摘下来，供奉诸佛，故起名曰“供佛杏”。经过门静禅师的发扬，此杏从此光大于阳原。

1991年在河北省杏品种鉴评会上，供佛杏获中晚熟品种第一名。1999年，供佛杏作为张家口市的名优产品在昆明世界园艺博览会参展，深受国内外客商好评。

3. 宣化葡萄



宣化自古以盛产葡萄而远近驰名，故得“葡萄城”之誉。元太宗窝阔台曾“令于西京宣德（即宣化）栽种”，并花费金银万两雇人培育。宣化葡萄品质优良，风味独特，其品种有牛奶、龙眼、肉丁香、白香蕉、老虎眼、马奶子等15个。每个品种在色泽、形状及风味等方面，都有自己的特色。其中牛奶葡萄可谓是宣化葡萄中的“状元”。

牛奶葡萄粒大，呈椭圆形，酷似奶牛乳头，最大串儿可重达两公斤以上，含糖量高达21.3%，含酸量低至0.25%。其皮薄肉厚，味甘醇美，可剥皮取肉，可刀切分瓣，故有“刀切‘牛奶’不流汁”之说。牛奶葡萄在清朝曾作为“珍果”进贡皇宫，在1909年巴拿马国际农产物博览会上获得了荣誉奖。从20世纪50年代起，牛奶葡萄一直销往香港和澳门。

宣化葡萄还是酿制美酒的原料。长城葡萄酒公司用宣化龙眼葡萄酿制的干白葡萄酒，是国际宴会上常饮用的高档饮品，曾在全国第三次评酒会上赢得金牌。用龙眼葡萄酿制的“大香槟”、“葡萄汽酒”等，都是深受人们欢迎的饮品。

四、知名餐饮字号

1. 郭堡熏肉

“郭堡熏肉”位于怀安县柴沟堡镇南大街，主要经营柴沟堡镇的熟肉制品，在这家店里你可以品尝到正宗的柴沟堡熏肉。

清乾隆年间，怀安县柴沟堡镇有一个叫郭堡的人，开设熏肉铺。他总结了前人制作熏肉的经验，创出一套独特的制作工艺，使柴沟堡熏肉身价倍增。据传说，庚子年间八国联军

侵入北京，慈禧太后和光绪皇帝外逃，路经柴沟堡进膳，对美味的柴沟堡熏肉赞赏有加。此后即被慈禧太后点为贡品。

熏肉的品种有熏五花肉、熏猪头、熏猪蹄、熏排骨、熏下水等10多种。制作柴沟堡熏肉，先将精选的肉料码入锅内，倒入多年老汤，配上一定比例的花椒、大料、桂皮、丁香、茴香、砂仁、肉蔻、大蒜、大葱、鲜姜、酱豆腐、甜面酱等佐料和调料，经适当火候煮熟后，再用柏木烟熏制。刚出锅的熏肉呈紫红色，皮烂肉嫩，喷香可口，保持了色、香、味俱优的特点。此肉因系柏木熏制，故夏季蚊蝇不爬，伏天能贮存一周不变质。熏肉具有开胃、去寒、消食等作用。

2. 穆斯林饭庄

张家口穆斯林饭庄位于桥西区明德南街158号，是一家中档民族特色餐饮企业，主要以铜锅涮羊肉为主，饭庄的清真羊肉片、火锅底料、涮羊肉小料享誉山城。

饭庄装修风格简洁，铜锅采用传统的烧炭铜锅。鲜嫩的特供羊肉，蘸着店家自制的小料，味道极为鲜美。能吃辣的朋友可以在小料里加上店家自己炸的香辣火热的辣椒油。许多北京、天津的朋友慕名而来，只为尝鲜一口。

除了铜锅涮羊肉以外，还可以尝尝羊蝎子，羊蝎子极为鲜美入味。主食和小吃方面，比较受欢迎的，有焖丁、一窝丝、芝麻小烧饼等。焖丁，口感扎实，满口留香；一窝丝，香软酥脆；芝麻小烧饼，层次丰富，麻酱香气浓郁。

3. 北方明瑞食府

北方明瑞食府位于宣化区胜利中路伯居田园，临近宣化宾馆，是一家以莜面为特色的老字号餐饮，属当地比较有特色和档次的餐厅。许多外地朋友也慕名前来品尝山城特色。

这里的推荐菜品，有拌莜面、山药傀儡、莜面下鱼、莜面饺子、酸辣蕨菜粉、麻仁芋头等等。拌莜面，是将黄瓜丝和焯熟的莜面条拌在一起，入口脆爽，微酸有嚼劲；山药傀儡，是将土豆泥和莜面粉裹在一起炒制而成，口味适中，回味无穷；莜面下鱼，将莜面搓成象小鱼那样两头尖、中间鼓的形状，和少许菜在汤中烧煮成的；莜面饺子，是一种用莜面做的蒸饺，个大，有多种馅料，适合不同口味人群；酸辣蕨菜粉，蕨菜和蕨菜制成的紫色粉条凉拌在一起，非常爽口清香；麻仁芋头，将大芋头切成小长条，外面裹上糖，再滚上白色芝麻炸成的，外面香脆可口，里面粉糯甜美，味道很

特别。

4. 清远楼饭庄

清远楼饭庄位于宣化区钟楼大街98号，紧邻宣化名胜清远楼，是一所历史悠久的清真饭店，以涮羊肉闻名。

在古城宣化正中，是大名鼎鼎的被称为“第二黄鹤楼”的宣化清远楼。清远楼，又俗名钟楼，始建于明成化十八年（1482年），全楼高25米，是一座重檐多角十字脊歇山顶的高大建筑。楼建在高8米的十字券洞上，南与昌平，北与广灵，东与安定，西与大新四门通衢。清远楼建筑风格独特，是我国古代建筑的精品，现为全国重点文物保护单位。

清远楼饭庄就位于清远楼旁边，饭店所有羊肉均是来自内蒙古大草原的5~8个月的羔羊后腿肉，肉质鲜嫩，颜色纯正，久煮不老。店里自制的涮羊肉小料香滑爽口，别具特色。清远楼饭庄是张家口的知名品牌，在当地被称为“塞外山城第一涮”。



5. 东方电烤羊肉串

烤羊肉串在张家口极受欢迎，特别流行电烤羊肉串。在电烤羊肉串里，最出名的要数“东方电烤羊肉串”。东方电烤羊肉串在张家口可谓无人不知，无人不晓。现在，东方电烤羊肉串除了在张家口（东安大街东鑫商场、盛华东大街帝达购物广场）有店，还在北京、石家庄等城市开设了分店。

张家口口的电烤羊肉串，比较讲究的是酱料。冰鲜以后的肉解冻后直接刷满秘制酱料后，放入电烤箱进行烘烤，烤完以后撒上些芝麻，就可以吃了。羊肉多是张家口本地羊肉，保证了肉质的新鲜。来张家口，一定要品尝当地地道的电烤羊肉串。

以上是小编整理的一些关于张家口美食的资讯。大家若是到了张家口，可以试着按图索骥，循着街弄巷陌的飘香，寻访佳肴美味的踪迹。相约冬奥，张家口的美食等着你！ **BES**

当冬奥邂逅旅游所产生的关联效应

文 / 孙莹



冬季奥林匹克运动会（简称冬奥会）每隔四年举行一届，并与夏季奥运会隔两年举行，其主要特征是在冰上和雪上开展冬季运动赛事，如滑冰、滑雪、雪橇、冰球、冰壶等。自奥运会诞生之日起，奥运与旅游就形成了密不可分的关系。本文从两方面进行思考：一方面，思考“前奥运”阶段与“中奥运”阶段冬奥会对旅游产生的关联效应，进行短期旅游效应分析；另一方面，思考“后奥运”阶段体育旅游持续发展的对策，延长奥运盛会对体育旅游的长期效应。

一、当冬奥会“邂逅”冰雪旅游

北京携手张家口联合举办2022年冬奥会，将为奥林匹克运动和冬季体育旅游带来前所未有的机遇。以国际性为特点的冬奥会与以异地性为主要特征旅游活动邂逅，在“前奥

运”阶段与“中奥运”阶段，将产生以下短期旅游效应：

（一）品牌效应（brand effects）

北京成为世界首个既举办过夏季奥运会，又将举办冬季奥运会的城市，无疑成为名副其实的“体育之都”，举办冬奥会将进一步提升北京城市形象。在“前奥运”阶段与“中奥运”阶段，京津冀旅游业可以充分借助冬奥会的“曝光效应”塑造自己的形象，推广自己的品牌。同时，冬奥会的成功举办有利于扩大北京与张家口冬季冰雪旅游的影响度，提升北京与张家口冬季旅游在国际旅游市场上的旅游形象、影响力与竞争力，对北京与张家口冬季旅游业发挥着巨大的品牌效应。

（二）环境效益（environment effects）

环境保护越来越受到世界的关注，国际奥委会对举办城市

环境质量的要求也越来越高，冬奥会的举办对改善北京与张家口的生态环境有着良好的监督作用，继“APEC蓝”之后，“冬奥蓝”又被京津冀的民众翘首企盼。同时，冬奥会将成为京津冀加速协同发展的助推器，有效地改善京津冀的交通设施、接待设施、服务体系及其他与旅游发展紧密相关的基础设施或服务设施。通过冬奥会的成功举办可增强举办国的民族凝聚力、自豪感和荣誉感，有利于形成一个良好的、和谐的人文旅游环境。

（三）资源效应（resource effects）

为了成功地举办冬奥会，北京与张家口会建造大量比赛设施、文化设施与配套景观设施，同时为了突出京津冀的文化特色与独特魅力，这些比赛设施、文化设施与配套景观设施会在景观风格、文化内涵、设计技术等方面着力表现出中国地方特色，在冬奥会举办之后，这些比赛设施与配套景观设施就能成为一批非常具有吸引力的旅游资源。比如在赛事结束后，北京和张家口崇礼的奥运村将作为商品房出售，延庆的奥运村则将成为度假村酒店，三个奥运村都将成为具有吸引力的旅游资源。

（四）峰聚效应（peak effects）

冬奥会以其全球范围的巨大综合引力将直接导致北京与张家口的入境客流的峰聚效应，拉动旅游接待人数和外汇收入方面的增长，据世界旅游组织的测算，旅游每增长直接收入1元，相关行业的收入就能增长4.3元，冬奥会能给京津冀带来无法计算的后续效应，甚至会超过冬奥会带来的效益。从传统的凯恩斯主义宏观经济学角度看，冬奥会的经济影响是一种需求冲击，通过直接效应和乘数效应影响京津冀的产出、收入和就业水平，尤其是会在冬奥会举行期间集中爆发。

二、从“冬季独大”到“四季争鸣”

冬奥会的成功举办将为京津冀带来“冬季冰雪旅游热”效应，但考虑到中国旅游业面临冬季旅游的季节性与时间性问题，如何让北京、张家口的体育旅游从“冬季独大”到“四季争鸣”，从冬季冰雪旅游延伸到四季体育旅游，延长奥运

盛会对体育旅游的长期效应，提出了促进“后奥运”阶段体育旅游持续发展四方面对策：

（一）精品策划，丰富产品新内涵

通过对北京、张家口旅游资源的利用与旅游产品的优化，以冬奥会为核心吸引力，采取区域联合策略，推出京津冀区域六大特色体育旅游精品：（1）体育休闲娱乐游，如高山滑雪体验之旅、滨水垂钓之旅、消夏清凉之旅等；（2）惊奇探险游，开展如野外生存之旅、攀岩、溯溪、岩降、漂流等一系列探险活动，还可联合知名企业参加拓展运动、潜能挖掘等活动；（3）赛事观摩游，开发和利用各国际体育组织、国家体育总局及各地方体育局的资源，组织旅游者观看精彩体育赛事的旅游活动，如羽毛球、乒乓球、体操、跳水等世界锦标赛等；（4）产品商务游，组织国内体育用品生产商、体育经纪人、体育场馆运营商及学者，参加国内、国际的体育用品、服装、器材等方面的博览会、体育科技学术交流研讨会及其他相关的商务会议；（5）民间传统游，充分利用京津冀丰富的体育资源，开展一系列民间传统体育观光游，如北京马术文化节感受游、张家口赛马会体验游等；（6）健身度假游，充分利用冬奥场馆以及京津冀的健身连锁俱乐部现有的体育设施、体能测验设施、健康管理系统等资源，组织旅游者进行参观游览，亲身感受奥林匹克文化，享受先进的体育设施和服务，还可以请体育保健师为旅游者专门设计运动处方，提供合理的膳食、起居及锻炼，从而形成旅游、健身、休闲、观光一条龙的服务，满足旅游者多方面的需求。

（二）促销宣传，拓宽客源新市场

要以当前的冬奥热为契机，大力宣传体育旅游产品，通过与冬奥会组织者及其伙伴、赞助商、拥有转播权的电视台、电台等媒体合作，向国内外游客宣传、介绍我国的体育旅游资源。组织旅游宣传促销团到其他国家举办各种形式的旅游说明会和推介会，邀请境外旅行商和新闻媒体考察、采访体育旅游线路，提高我国体育旅游景点、旅游线路的国际知名度。根据需要，成立专门的体育旅游公司，充分利用现

代科技，建立专门的体育旅游网站，图文并茂，向国内外游客详实地介绍我国的体育旅游资源；详细、准确地提供旅游消费者最关心的信息内容，如场所、日程、价格等具体内容以及消费者权益保护法规定的相关内容，如是否购买了人身意外保险、保险金额等。冬奥会结束后，要继续争取举办大型体育赛事活动，进一步提升人们体育旅游的欲望与参与程度。此外，要有针对性地进行市场促销，对国内客源市场要重点宣传大众化体育旅游产品，例如港澳台客源市场经商的人员比较多，就要增强高档次体育旅游产品的促销力度，如高尔夫球、射击场等高消费场所，扩大港澳台市场份额；例如针对国外旅游者求新、求异欲望强烈的特点，可向其重点宣传漂流、探险、登山、攀岩等刺激性强的体育旅游产品。

（三）体系建立，掌握旅游新态势

建立专门的研究、培训和协调机构，建议京津冀的旅游局、社科院以及相关高等院校联合成立体育旅游专门研究、培训与协调机构，在旅游局指导下，围绕体育旅游进行全面调研，定期召开体育旅游理论研讨会，就体育旅游的消费者特征、体育旅游已有市场和潜在市场的开发、开发大型赛事的旅游资源等亟待解决的问题展开研究与探讨；制定体育旅游促销战略和具体实施措施，协调体育旅游产品的对外宣传促销工作；突出加强对现有人才和后备人才的精心培养，使体育旅游人才既掌握对客服务、资源开发、组织活动、经营管理等旅游理论知识，同时也掌握相关体育专项技能和知识，为我国体育旅游的迅猛发展储存、聚集一批高质量的专门人才，使冬奥旅游效应在我国体育旅游中得到最大发挥。

（四）功能完善，提升服务新高度

完善景区服务功能，提高旅游满意度。冬奥会期间，为了让旅游者更好地领略北京与张家口风貌，北京与张家口旅游局将出台多项临时措施，旨在提高景区接待水平，包括提高景区游客中心的咨询服务功能，加强游客投诉管理等措施。在“后奥运”阶段，应当将这些措施规范化、制度化、常态化。例如雅典奥运期间食宿价格暴涨的教训启示我们，只有通过稳定食宿等方面的价格和提供优质的服务，才能吸引更多的游客参与体育旅游，同时延长游客停留在旅游地的时间，从而增加旅游收入。因此，旅游政府部门要加强市场监管，旅游企业要加强对员工进行服务意识教育与培训，保证游客购买到质价相符的旅游产品，满足游客吃、住、行、购等需要，提高游客满意度。 **BES**



冬奥会，北京准备好了！

文 / 范临

国际奥委会第128次全会将于7月31日至8月3日在马来西亚吉隆坡举行。2022年第24届冬季奥林匹克运动会主办城市将在7月31日揭晓。国际奥委会委员将采用一人一票的方式，在中国首都北京和哈萨克斯坦最大城市阿拉木图之间，选出承办2022年冬季奥运会的城市。

在成功举办2008年夏季奥运会后，北京于2013年重启“奥运梦”，正式申办2022年冬奥会。如果北京能脱颖而出，将成为全球唯一既举办过夏季奥运会，又将举办冬季奥运会的城市。北京如果胜利还意味着，在2018年韩国平昌冬奥会和2020年东京夏季奥运会之后，东亚地区连续举办第3场奥运赛事。

北京冬奥会理念：

“以运动员为中心、可持续发展、节俭办赛”是北京申办冬奥会的三大理念。具体到节俭，举办冬奥会，政府的投入并不大，也不会建新地标，大部分场地都是民间投资。体育本身带给人们的应该是一种节约、节能的健康生活方式。从这个角度来讲，“节俭办奥运”既是对奥林匹克的贡献，也是对国民的一个很好的教育过程。

冬奥会赛区建设：

在国际单项体育联合会、当地及国际专家的指导下，充分研究了气象条件。最终确定北京2022冬奥会共设置三个赛区，分别位于北京、延庆和张家口，其中北京赛区进行全部冰上项目的比赛，延庆、张家口赛区为雪上项目。

其中北京赛区的亮点是充分利用2008年奥运会留下的现

成设施，12个场馆中有11个是奥运遗产，包括曾作为北京奥运会主新闻中心和国际广播中心的国家会议中心，唯一需要新建的场馆是早已列入中国发展冰上运动长远计划的国家速滑馆，该馆将成为中国最好的公众冰上运动中心。

延庆赛区和张家口赛区将分别新建两个和三个竞赛场馆，其中延庆的场馆赛后将在冬季承办国际比赛、作为世界级训练基地、增建大众滑雪的雪道，夏季则成为大众户外活动的胜地；张家口的场馆则将在赛后成为世界级的比赛训练基地、大众度假中心和长城脚下的体育公园。

赛区间交通通达性：

为保障北京2022年冬季奥运会北京市区、北京市延庆县、张家口市崇礼县三地赛场间的交通服务，北京将建设连接北京—延庆—张家口三地的高速铁路和高速公路。铁路方面，即将开工建设北京至张家口城际铁路，全线长约174千米，主线共设近10个车站，设计时速将在每小时200公里至350公里之间，乘火车从北京北站到延庆场馆约20分钟，到张家口场馆约1小时。高速公路方面，北京市至张家口赛区有京藏高速公路(G6)、京新高速公路(G7)和110国道(G110)连接。

张家口赛区优势

一是自然条件比较优良：这体现在四个方面：一是降雪期长，崇礼每年10月中下旬开始降雪，11月初开滑，持续到来年4月初，滑雪期长达150多天，符合降雪期在4个月以上为优秀的冬奥会评估标准。二是雪质雪量有保障，崇礼雪季降水量较均匀，近10年雪季累计降水量达到514mm，年均降雪厚

度达1米以上，干雪期占整个降雪期的比重达三分之二以上；若遇不利气候，可通过实施人工造雪的途径予以弥补，正在实施的云州水库调水工程蓄水量1亿立方米，年可调水0.3亿立方米，可保障人工造雪用水，符合冬奥会对雪量的要求。三是温度风速适宜，冬季平均气温为-12℃，符合冬奥会雪季4个月不低于-18℃的评估要求；平均风速仅为二级，1至2月份平均积雪厚度为57cm，适于开展国际高端竞技滑雪运动。四是山地条件优越，崇礼境内多为中低山脉，海拔814至2174米；山地坡度适中，多在5°至35°之间。

二是雪场条件初步具备：崇礼滑雪起步于1996年，经过十多年的开发建设，崇礼共建成万龙、云顶、多乐美地、长城岭4家国内知名雪场。按照国际赛事的标准修建雪道，建成高、中、初级雪道82条69公里，各类索道和魔毯24条23公里，总运力达到每小时4万人次。各滑雪场均有完备的人工造雪系统。到2020年，全县规划建设雪道228条近500公里、索道84条99公里。自2005年起，崇礼承办了国际雪联高山滑雪积分赛、国际远东杯滑雪赛等10余次国际滑雪赛事，积累了丰富的国际赛事举办经验。

三是交通运输能力较强：张家口市高速公路、铁路、航空网络日趋完善。北京市马甸桥至崇礼县全程高速直达220公里。京张高铁已批复项目建议书，可研报告已上报国家发改委待批，通车后从北京到张家口仅需40分钟。张家口军民合用机场已经通航，便捷的铁、路、航现代化立体交通网络，能够为申办承办冬奥会雪上项目提供可靠的交通运输保障。

四是配套设施日臻完善：崇礼县有五星级酒店1家，四星级酒店3家，三星级酒店7家，规模以上饭店20多家，农家旅馆100多家，可同时接待万人以上住宿、就餐。未来10年宾馆、酒店等服务设施也将迎来建设高峰。为满足举办冬奥会配套设施建设需求，县城总体规划预留备用地3.5平方公里，以待开发。

五是空气质量长江以北排名第一：国家环保部发布2013

年上半年全国74个城市空气质量状况报告显示，2013年1-6月，张家口市空气质量综合指数均值为3.96，高于河北全省平均水平3.34点；达标天数125天，达标比例达69.1%，高出京津冀地区平均达标天数比例38.1%，高出全国平均达标天数比例14.3%，为京津冀区域空气质量最优城市。在74个被监测城市中，在长江以北排名第一。

北京申办冬奥，并不只仅仅只关于体育，2008年夏季奥运会让世界了解了中国，2008年后中国要从体育大国向体育强国迈进，这就需要把体育存在的短板补齐，冬季运动正是这个短板。冬奥会能够促进中国的冬季运动的发展，促进京津冀一体化，所以这次申办冬奥会不仅是体育的事，还代表了一半以上中国人的潜在需求。”

胜，或者负，由投票多少决定。但冬奥的整个申办过程，已使中国百姓受益，“滑雪场和滑冰场都在不断地建设，消费升级得到了满足。无论是体育还是经济，都会有发展。北京申冬奥，绝不赔本。 **BES**



京张推广十条冰雪旅游线路 为冬奥会添彩

文 / 刘馨

继成功举办2008年夏季奥运会后，北京再次成为全球焦点，国际奥委会主席巴赫宣布北京获得2022年冬季奥运会举办权。选择此时申办，一方面借冬奥会在国际上做品牌运营，突出“软实力”；另一方面的战略意义，在于以此为抓手实现京津冀地区的协同发展。

申办2022年冬奥会，将进一步促进中国奥林匹克运动的发展，展示我国发展综合实力、提升我国国际影响力，并推动北京、河北两地的经济社会协调发展。举办冬奥会，除直接来自奥运会的收入之外，还会带来一系列的收益，包括经济效益、社会效益、城市建设、品牌效应及观念的提升。在投入时期，将对北京及张家口两地的经济增长做出极大的贡献，承办奥运将带动建筑、交通、环保、信息技术等产业的发展，提高社会消费需求和市场消费总量，增加上百万个就业岗位。

借着北京申办冬季奥运会的良好契机，北京和张家口两地以节庆冰雪旅游产品为主题，举办了2014至2015年度北京-张家口冰雪产品新闻发布会暨冬季旅游资源推广活动，并发布了10条冰雪旅游线路。这是京冀两地在旅游产品开发方面进行联合推广的一次模式创新，以加快京冀地区旅游协同发展。这10条冰雪旅游线路介绍如下。

(一)崇礼“京张携手申冬奥，万民畅游张家口”精彩主题线路

线路1：“滑天然雪，沐浴温泉体验之旅”崇礼密苑云顶乐园——>冰雪博物馆——>怀来温欣源温泉——>长城桑干酒庄二日游

推荐理由：密苑云顶滑雪乐园位于河北省张家口市崇礼县

境内，地处太行山和燕山交会的大马群山之中。年平均气温只有3.3℃，积雪时间长达150天。得天独厚的地理优势，为冰雪娱乐项目创造了绝佳条件，项目规划开发87条总长度约为70公里的滑雪道，总滑雪面积达262公顷，滑雪游客承载能力为19610人。建成后的“云顶滑雪中心”将会成为中国最大的赏雪、玩雪、娱雪旅游胜地。雪场配备了多台意大利天冰（TECHNOALPIN）造雪机和意大利普罗诺斯压雪车，完善的造雪系统，充分保障了滑雪场的运营环境。为满足单板滑雪者的需要，雪场还设有雪上单板娱乐区，以满足不同级别的滑雪爱好者的不同需求。

崇礼县冰雪博物馆投资4100万元，全馆建筑面积6000㎡，共分为梦回远古雪域、见证滑雪发展、雪都成长实录、滑雪训练营地、领略冰雪风采、感受极致视听、冰雪体验场地、再游冰雪崇礼等八个部分。以崇礼县滑雪产业从零起步到逐步发展壮大的历程为主线，利用现代化展示技术和手段，通过文字、图片、音像、实物、互动多媒体及现代化艺术装置等新颖的形式，系统形象地展示了冰雪运动的起源、发展与成果；多元立体地展现了崇礼县滑雪产业所取得的巨大成果和丰富多彩的冰雪文化，是集观赏性、纪念性和教育性于一体的博物馆。

线路2：“滑天然雪 品味民俗激情之旅”崇礼万龙滑雪场——>打树花表演——>蔚县暖泉古镇——>剪纸一条街二日游

推荐理由：“打树花”是河北省张家口蔚县暖泉镇别具特色的古老节日社火，至今已有300余年历史，是用熔化的铁水泼洒到古城墙上，迸溅形成万朵火花，因犹如枝繁叶茂的

树冠而称之为“树花”，其壮观程度绝不亚于燃放烟花。后来，暖泉镇每逢元宵佳节期间“打树花”的习俗一直延续至今。打树花也作为一项古老技艺，成为河北“省级非物质文化遗产”。

暖泉古镇因有一年四季水温如一的泉水而名“暖泉”。暖泉古镇历史悠久，以泉水、集市、古建筑及民俗文化而闻名。明清时发展为“三堡、六巷、十八庄”，达到小镇历史上的辉煌时期，先民在小小的暖泉镇连修北官堡、西古堡、中小堡三个城堡，足见此镇人居和军事防御的双重地位。

当地节庆活动：

第十三届中国崇礼国际滑雪节，滑雪节期间将举办国际雪联高山滑雪积分赛、滑雪“远东杯”赛等一系列赛事活动，以及圣诞狂欢、浪漫元旦、国际滑雪日、儿童赛等系列主题活动。

(二)平谷“走进冬世界，冰上过大年”精彩主题线路

线路1：“探古洞，戏冰雪，品菊花盛宴”平谷渔阳滑雪场——>京东大溶洞——>温室菊花采摘二日游

推荐理由：北京渔阳国际滑雪场将竞技与娱雪相结合，其规模设施与国际接轨，是集滑雪旅游、酒店住宿、会议度假为一体的旅游度假综合体。雪场引进和装备了12台进口造雪机、2台进口雪道平整车。目前滑雪场已建成高、中、初级雪道9条。安装有四人座滑雪缆车1条，大小地面拖牵缆车12条。娱雪戏雪设施方面，有充满刺激的雪地摩托和老少皆宜的雪上飞碟可供娱乐。

京东大溶洞坐落在北京市平谷区黑豆峪村东侧，洞内全长2500余米，其中有100米水路，共分为八景区：蓬莱仙境、江南春雨、水帘洞等；包括数十处景观：圣火神灯，西风卷帘，鲲鹏傲雪等。洞内景观晶莹剔透，绚丽多彩，最壮观的是世界上首次发现，洞壁上具有雕刻特色的“龙绘天书”。
线路2：“相约冰雪，感受多元文化”平谷渔阳滑雪场、丫髻山、乐和仙谷、有机蔬菜采摘二日游

推荐理由：丫髻山位于平谷刘家店乡境内，海拔363米，自古被视为仙山福地。因山颠两块巨石状若古代女孩头上的丫髻，故名。丫髻山的碧霞元君祠鼎盛于元、明、清三朝，清朝皇帝多次驾幸丫髻山，御封为“金顶”、“畿东泰岱”、“近畿福地”、“灵应宫”。这里春、夏、秋气候凉爽宜人，空气清新，山色秀美，鸟语花香，为游人提供了登山赏景，避暑纳凉的好去处；袅袅香火、晨钟暮鼓，使游人倍感千年古观之恬静。

当地节庆活动：

2014第八届国际冰雪节期间，平谷人民为八方宾客准备好了一道集旅游、文化、体育于一体的“色、香、味”俱全的“旅游盛宴”。这里有全国首家封闭式单板公园，丰富多彩且特色相依的儿童乐园，不同档次的高空滑雪、雪地CS激战等惊险刺激的冰雪娱乐项目。

(三)怀柔“登长城、品虹鳟、享文化”精彩主题线路

线路1：“登长城、品文化、休闲采摘”慕田峪长城——>老爷车博物馆——>采摘基地二日游

推荐理由：慕田峪长城位于怀柔区境内，历史悠久，文化灿烂，在北京乃至全国有一定的知名度和影响力，是北京新十六景之一。慕田峪长城山峦叠嶂，植被覆盖率达90%以上。春季，群芳射蕊，争奇斗艳；夏季，满山青翠，流水潺潺；秋季，果实累累，红叶满山；冬季，白雪皑皑，银装素裹，一派北国风光。在中外享有“万里长城慕田峪独秀”的美誉。

老爷车博物馆落户在文化氛围浓郁之地，不仅增添了新颖的文化元素，更吸引了众人的目光。老爷车博物馆的建成，相当于建立了一个长期的汽车文化宣传平台和对外宣传交流窗口，是民族品牌、技术、艺术、汽车工业、交通历史的展示，不仅可以直接创造大量经济收益，而且将成为北京的又一张文化名片，产生良好的社会效益。老爷车博物馆将与杨宋影视之都相互呼应，相互衬托，使怀柔杨宋成为名副其实

的文化旅游中心。

线路2：“登长城、玩滑雪、品文化”慕田峪——>红螺寺——>怀北国际滑雪场——>红星二锅头酒博物馆三日游

推荐理由：红螺山红螺寺景区位于怀柔区城北5公里的红螺山南麓，距北京市区55公里，景区总面积800公顷，现为国家AAAA级旅游区。是历代佛家圣地，也是京华气功的发源地，素有“京北第一古刹”之称。始建于公元378年，扩建于盛唐，原名大名寺，又称护国寺。该寺所在山下有一“珍珠泉”，相传泉水深处有两颗色彩殷红的大螺蛳，每到夕阳西下螺蛳便吐出红色光焰，故山得名“红螺山”，寺俗称“红螺寺”。

北京二锅头酒博物馆位于怀柔区怀柔镇王化村，建筑面积3400平方米，是北京最大的酒类博物馆，隶属于北京红星股份有限公司，馆内主要分为文化展示和工艺展示两大功能区。游客可在博物馆中品尝到不同年份的白酒，学习如何鉴赏白酒的好坏，当一回“品酒师”。此外，为劝导人们健康饮酒，北京二锅头博物馆还特别建起了过量饮酒体验房——酒乡幻境。房间用不规则的倾斜地面和多面镜子进行布置，游客在房间里呆一会儿就能有酒后头晕、站立不稳、短暂失忆等直观感受。同时，博物馆内还开放了一个展示传统酿酒工艺的纯手工酿酒车间，竹酒瓮、高粱囤，再加上扑面而来的酒糟香，一走进位于一层的酿酒展示区你就会马上感到一股浓烈的酒香。当地节庆活动：

怀柔冰雪季期间，为广大游客提供多项丰富多彩的旅游互动项目，涵盖元旦、春节等节庆，设计祈福、休息、文化等方面，怀北滑雪场更准备丰富多彩的雪上参与项目。

(四)密云“品味乡村，美食滑雪”精彩主题线路

线路1：“滑雪、观冰、采摘”云佛山滑雪场——>黑龙潭——>康顺达生态采摘园二日游

推荐理由：云佛山滑雪场总占地面积45万平方米，是目前华北地区规模大、设施齐全的绿色滑雪场。雪场拥有大、小拖牵9条，缆车两条，压雪机两台，造雪机10台，拥有国际标准长度为1000米的高级道一条，300米~700米长的中级道

三条，100米~300米长的初级道四条，600米长的雪地摩托车道一条，还有1.5公里长的越野健身滑雪道一条。为满足广大滑雪爱好者的乐趣，还设有雪地摩托车、冰车、小动物拉雪橇、滑雪圈、雪雕、滑草等多种娱乐滑雪项目。

黑龙潭坐落在北京密云县石城乡鹿皮关北面的一条全长4公里，水位落差220米的峡谷里。春花、秋月、平沙、落雁、曲、叠、沉、悬潭等十八个名潭撒落在幽深振奋峡谷里，千姿百态，各领风骚。

黑龙潭所在峡谷俗称轱辘峪，窈窕狭长、蜿蜒曲折，峪谷两壁陡峭奇耸，峰峦叠嶂。三瀑十八潭贯穿其中，在八里长的深谷里，瀑布如此之多，在京郊无与伦比。大自然的鬼斧神工，把这条峡谷雕琢得景中有奇，奇中有景，出人意外，神秘莫测。

线路2：“滑雪、攀冰、休闲”云佛山滑雪场——>桃源仙谷——>古北水镇——>张裕爱斐堡国际酒庄——>天葡庄园采摘三日游

推荐理由：景区西、南、东三面环水，四面环山，东靠明长城，山峦连绵,峡谷纵深,森林茂密,气象万千,以湖、瀑、潭而著称。四季景致,让人赏心悦目。骆驼峰、群仙峰、双佛峰、雄师峰、金钟峰、补天石、将军石、定海神针、群风竞秀，峰形各异。谷中有童乐瀑、天书壁画片麻崖、隐形瀑、天书洞、鸳鸯槐、一线天景观等奇景。

桃源仙湖为水上娱乐区，库容五万立方米，平均水深8米，最深12米，坝高13.75米，大坝两端又有长城横过，在此除可游泳、垂钓、划船、骑双人自行车游览湖水全景外，桃源亭更是小憩的好地方，登亭俯瞰桃源仙湖全景，湖光山色，尽收眼底。

当地节庆活动：

今冬密云以“品味乡村、美食滑雪”为主题推出游戏冰雪界、馋嘴农家饭、趣味采摘乐、民间办年货、惠游密云五大主题系列活动，包揽圣诞节、元旦、春节的假日期间旅游活动。

(五)延庆“欢乐冰雪，五彩延庆”精彩主题线路

线路1：“赏灯滑雪泡温泉”石京龙滑雪场——>龙庆峡冰灯——>圣世苑温泉二日游

推荐理由：石京龙滑雪场位于北京市西北延庆县，距北京市区80公里。空气新鲜，环境幽雅，东接景色迷人的龙庆峡、西邻碧波荡漾的官厅水库。滑雪场拥有最先进的大型造雪设备，完全实现人工造雪，雪质好场面大，雪的深度为30厘米至150厘米。设有两条双人吊椅式缆车，五条拖牵式缆车。雪场设有七条滑雪道，中央雪道宽100米，坡度从12度至35度左右，长约1035米，垂直高度300米；东侧回转雪道长1000米，宽度为40米至100米，可满足高、中、低不同水平的滑雪爱好者的需要。

延庆龙庆峡冰灯历年来都是非常出名的。历届冰灯节的主题尽管不同，但顺水库大坝飞流直下的冰瀑奇观，却年年保留，70米高的巨坝上垂下巨大冰瀑，下饰冰花、冰柱，形成一座飞流千尺晶莹剔透的冰雪乐园。美丽的龙庆峡冰灯艺术节，带给游人一片欢乐。龙庆峡总要举办一年一度的冰灯艺术节。龙庆峡的冰灯，办出了自己的特色。历年的冰灯有不同的主题，一组组冰灯、彩灯，既蕴含着人们丰富的智慧和创造力，又给游人带来美的享受。加上声、光、电的巧妙设计，更使龙庆峡的冰灯艺术充满魅力。

线路2：“冰雪赏灯品民俗”石京龙滑雪场——>圣世苑温泉——>九曲黄河灯——>采摘三日游

推荐理由：圣世苑温泉占地面积三万七千多平方米，是一家按五星级标准设计用大理石建造、用玉石装修的集美食、商旅、会议、娱乐、保健、度假为一体的综合涉外高档旅游酒店。圣世苑温泉娱乐中心“碧海琼宫”水疗养生馆有光波浴、牛奶浴、药浴、物理水疗、温泉游泳、漂流冲浪等。特别是用玛瑙玉石精心雕琢的各式温泉泡池、桑拿浴房和温泉鱼疗，更使您得到贵族般的享受，流连忘返。这里设备先进、功能齐全，有室内网球、羽毛球、沙壶球、台球、乒乓球、保龄球、气旋球等。酒店周边冬可冰灯滑雪，春可踏青赏花，夏可避暑纳凉，秋可采摘登高，四季皆有情趣。

九曲黄河灯又称黄河九曲灯、九曲黄河灯阵、九曲黄河灯会、转九曲等，其皆因灯阵曲折绵延，如黄河之龙曲，是河北省的汉族传统民俗活动。游客在此不仅可以观看灯阵，还能猜灯谜，尽情感受独特的传统民俗文化魅力。灯阵为正方形，循环摆放九个小阵，故称“九宫八卦阵”。阵形之间是1米的巷道，两边每隔3米一根灯杆，阵中央为高6米的天灯和地灯。灯杆上的灯数为365盏，一盏灯一个灯谜。当地节庆活动：

北京延庆县第二十九届冰雪欢乐节，为助力延庆申办2022冬奥会,把最好玩的冰雪休闲项目、最好吃的民俗美食、最特色的温泉嬉水、最浓郁的冰雪氛围展示给游客，尽情体验独具特色的延庆文化。 BES



露从今夜白，酒是名庄醇： 北京和张家口的葡萄酒庄

文 / 杜书明

一、葡萄酒庄及葡萄酒庄旅游

1. 葡萄酒庄的概念

“葡萄酒庄”或“葡萄酒庄园”，这一概念源自法国（Chateau），指一个独立的葡萄酒生产单位，从葡萄种植、栽培和采摘，到葡萄酒酿造、贮存、灌装等，全部在自成一体的葡萄园基地内完成，与普通意义的工厂化酿造葡萄酒在程序上有较大差别。

葡萄酒庄园的主要功能一般是酿制和生产葡萄酒，同时发展葡萄酒庄旅游。目前，不少葡萄酒庄的做法是在葡萄酒生产基地扩容的基础上，发展葡萄种植园观光休闲农业，建造庄园式的酒店、会所和俱乐部，开发旅游观光、休闲娱乐、度假休养、商务宴饮、会议展览等业态。

2. 葡萄酒庄的产品和服务

葡萄酒庄园以自产的葡萄酒为主要产品。酒庄酿造的葡萄酒，通常称为酒庄酒。酒庄酿造的葡萄酒追求的不是产量上的多多益善，而是产品的传统工艺、个性化与名贵品位。不少酒庄通过建立会员制，吸纳高级会员，建立会员俱乐部，根据他们对葡萄酒不同的口味要求单独酿制，还在酒店和俱乐部中为顾客提供星级服务。

如前所述，葡萄酒庄园还具有休闲和娱乐等功能，因此旅游观光称为葡萄酒庄的另一重要产品。葡萄酒庄旅游，始于20世纪50年代的法国，是指旅游者参观访问葡萄酒庄及葡萄酒产地并由此而获得感受和体验，其中包括品酒、美食、观光、游乐、度假、养生、游学等一日或更长时间的休闲娱乐活动。游客通过葡萄酒庄旅游，深度品味葡萄酒文化，体验由葡萄酒触发的一系列精致优雅的休闲生活方式。另外，广

义的葡萄酒庄旅游，也包括商务会饮、学术论坛、产业会展等方面。

葡萄酒旅游作为一种集第一、二、三产业于一体的特色鲜明的专项旅游，在世界许多国家和地区的葡萄酒旅游都蓬勃发展起来。葡萄酒庄园旅游在中国起步虽较晚，但近几年发展势头迅猛，尤其是2006年以来取得了长足的发展，各葡萄酒产区酒庄、酒厂相继亮出各自的葡萄酒文化品牌，推出特色葡萄酒庄旅游产品，从而掀起了一股酒庄旅游的新风尚。

二、北京和张家口葡萄酒庄发展情况

中国是世界葡萄主要生产国之一，酿酒葡萄一直是中国葡萄生产的一个重要组成部分，主要分布在中国北纬45°~25°广阔的地域里。根据国际葡萄园及葡萄酒组织（OIV）今年4月27日公布的数据，中国酿酒葡萄种植面积在15年间跃居世界第二，超过法国，仅次于西班牙。中国目前有大约80万公顷酿酒葡萄种植面积，从2000年占全球种植面积的4%增加到了现今的10.6%。

中国的酿酒葡萄园和酒庄，规模大多为十几至近百公顷，主要分布在山东、河北、北京、宁夏、新疆等地，尤其是河北、北京、山东等传统种植区。北京和河北张家口葡萄种植历史悠久，葡萄园种植和酒庄酿酒近年来发展迅速，十分引人注目。延庆和怀来分别是北京和张家口的葡萄种植和酿酒大县，截止至2014年，两县葡萄种植面积已达27.5万亩，葡萄酒年产销量7万吨，葡萄产业总产值超40亿元人民币。

怀来县以打造符合世界潮流的高端葡萄酒为目标，规划建设“一群两带”葡萄酒庄、酒庄群项目，在官厅湖两岸规划建

设葡萄酒酒庄60个，重点发展高档次、高品质庄园酒、年份酒。目前，全县建成和在建葡萄酒生产企业27家。其中，长城、德尚、容辰等14个龙头企业已建成运营，龙徽、华利、盛唐、致远等13个酒庄酒堡正在建设，完成投资10亿多元。全县拥有长城、容辰、马丁8大品牌、50多个品种的葡萄酒产品，葡萄酒和葡萄酒年生产能力分别达到20万吨和10万吨。

延庆县于2014年7月29日至8月2日，成功举办了第十一届世界葡萄大会，这是世葡会首次在亚洲地区举行。为迎接这次盛会，延庆县以“兴业、惠民、兴城”为指导理念，规划建设了“一场一园一带四中心”。“一场”即2014世界葡萄大会主会场；“一园”即世界葡萄博览园；“一带”即葡萄酒庄产业带；“四中心”即葡萄酒交易中心、葡萄酒质量鉴定评级中心、国家级葡萄科研与产业服务中心和葡萄酒工程培训中心。其中，葡萄酒庄产业带长50公里，面积200平方公里，串起张山营、旧县、香营三个乡镇，发展起鲜食葡萄3

万亩、酿酒葡萄3万亩。产业带原规划建设休闲度假、精品鉴赏、山水养生、农庄生活体验4种类型的葡萄酒庄48个，方案精简后，实际集约发展了4个。

三、当前京张地区葡萄酒庄发展机遇

1. “天时”：2014年世界葡萄大会和2022年冬季奥林匹克运动会
（1）第十一届世界葡萄大会
第十一届世界葡萄大会，于2014年7~8月在延庆成功举行。世葡会的举办，不仅有效地提升了延庆葡萄产业的发展，优化了产业结构，很大程度上提高了延庆在国际上的影响力。在世葡会筹备期间，延庆加快推进区域供水、供电、道路、通讯等基础设施建设，建设了功能齐全的场馆设施、高档的酒店集群，提升了市政配套水平和城市形象，推进了延庆新城建设和城乡一体化进城。世葡会的举办促进了一二三



产业的融合，推动了延庆葡萄酒产业和葡萄酒庄旅游产业的迅速发展，带动了延庆产业结构的优化和经济的健康成长。

（2）2022年北京-张家口冬季奥林匹克运动会

2015年7月31日，北京和张家口联合申办冬奥成功。作为中国优质葡萄酒的主产地和高端葡萄酒庄的分布地，张家口市和北京延庆县成为2022年冬奥会主场之一。2014年11月，在此次冬奥申办的过程中，国际滑雪联合会和冬奥申委官员在张家口考察时，就顺便访问了长城葡萄酒旗下的长城桑干酒庄，对酒庄建筑、设施服务给予了高度评价，认为桑干酒庄完全有能力承担接待国际奥委会人员的任务。在北京至张家口的高速公路的沿途服务区，长城葡萄酒以东方红酒文化为主题，从软硬件各个方面进行全面升级。在申冬奥的过程中，怀来的葡萄酒品牌，给考察官员们留下了深刻的印象。

事实上，北京-张家口葡萄酒与奥运结缘在更早之前。早在2006年，长城葡萄酒就正式成为“北京2008年奥运会葡萄酒独家供应商”，开启了的奥运之旅。2012年又签约中国奥委会成为其食品合作伙伴，在伦敦奥运会期间以长城桑干酒庄在招待宴会上盛宴中国军团及世界宾朋。借着承办奥运会的东风，京张地区葡萄酒可以通过提供高端的葡萄酒产品和一流旅游招待服务、展示具有中国特色和东方风情的葡萄酒文化，将京张葡萄酒乃至中国葡萄酒的品牌推向世界。

2. “地利”：京津冀一体化

在京津冀一体化上升为国家战略的大背景下，京津冀合作正进入全面深化阶段。三地逐步加快产业调整，2014年7月30日，北京延庆与河北怀来宣布将共建“延怀河谷产区”。

烟波浩渺的官厅水库是一条分界线，它的西南方是河北怀来，东北方是北京延庆。延怀河谷建设蓝图，让两县打破了“一亩三分地”的传统思维定式，把分属两县27个乡镇约2000平方公里的土地圈定在统一规划下，超越行政区划分割、发展特色产业组团，共建延怀河谷葡萄及葡萄酒产区，形成具有资源共享、产业融合、一体化发展特征的区域经济体，志在打造“东方波尔多”。

按照规划，延怀河谷产区的空间布局为“一区、两岸、四中心、多组团”。“一区”即统一的延怀河谷产区，“两岸”

即官厅水库南北两岸两条高端精品葡萄酒庄产业带，“四中心”即产区交易、研发、物流、会展四大功能中心，“多组团”即在产区统一规划下，各地区、各乡镇根据各自优势发展多个聚集度高、特色鲜明的产业组团。

未来，在京津冀协同发展背景下，双方将进一步整合两地资源，促进葡萄产业的优势互补，延庆将重点承担交易、会展、研发、培训及旅游服务等功能，携手怀来共同开拓北京、全国乃至国际葡萄酒市场，打造整合竞争力。到2030年，“延怀河谷”葡萄种植面积将稳定在40万亩，建成酒庄150家，葡萄酒年产量达到30万吨，葡萄及葡萄酒产业总产值达到140亿元，建成国际一流产区。

3. “人和”：京畿人才资源优势

延庆和怀来在发展葡萄酒和葡萄酒庄具有突出的人力资源优势，拥有北京丰厚的人才资源宝库和知名葡萄酒企业的人才储备支持。

怀来县成立有葡萄及葡萄酒行业协会，大力推行葡萄标准化种植、葡萄酒标准生产技术，依托中国长城葡萄酒科研中心筹建了葡萄及葡萄酒产业集群公共服务平台，在技术上给协会成员提供优质服务。此外还加强与中国农大、中国农科院、中国葡萄学会等科研院校合作，引进开发新技术，建成嫁接苗木繁育中心，为基地发展提供科技保障。

北京葡萄产业的基础设施配套较完备，拥有众多的培训基地、网上网下的销售渠道，众多葡萄研究所、科学实验室、城市规划院、建筑设计工作室、旅游研究机构等，学术、科技、国际资源丰富。加强人才合作、谋求协同发展，无疑会使北京和张家口的葡萄酒产业和葡萄酒庄旅游产业之路更有韵味、更具魅力。

四、京张地区葡萄酒庄案例

1. 容辰酒庄

隶属河北怀来容辰葡萄酒公司，占地200公顷，这座建于1997年的私人酒庄种有世界名种酿酒葡萄赤霞珠、梅乐、莎当妮等。酒庄的大门赫然悬挂着“联合国科教文组织农村教育研究与培训中心联系基地”的招牌，年产量在300吨左右。

2. 张裕爱斐堡国际酒庄

张裕爱斐堡是由张裕葡萄酒集团公司、葡萄牙维诺克公司、北京晴朗生态农业科技发展有限公司共同投巨资兴建的国际化法式建筑酒庄。酒庄位于密云东侧京承高速收费站旁，具有得天独厚的地理位置交通便利。酒庄依山而建，自然风景秀丽，景色宜人，是集红酒酿造、旅游、度假、会议、会员服务于一体，超五星级标准、中外合资经营的大型葡萄酒庄。

3. 龙徽葡萄酒庄园

龙徽葡萄酒庄园位于怀来小南辛堡镇定州营村南，建设用地145亩，北京龙徽酿酒有限公司将其分为庄园城堡、特选葡萄酒种植园、葡萄酒庄酿造与生产三部分，将以葡萄酒庄园为基础，集高档葡萄酒酿造、高档葡萄酒陈酿和灌装生产、工农业旅游、专业人士参观交流活动为一体。项目建成投产后，计划年发酵生产能力5000千升，其中生产庄园级葡萄酒1000千升，特级庄园葡萄酒30千升。

4. 长城桑干酒庄

长城桑干酒庄于1978年被国家五部委选定为国家级葡萄酒科研基地，1979年始建。桑干酒庄开启了中国酒庄酒的历史，同时也是中国第一瓶干型葡萄酒的诞生地。

酒庄位于著名葡萄产区——沙城产区的中心产地，是集基地建设、葡萄栽培、科学研究、产品开发、规模生产于一体的葡萄酒庄园。依山靠水、地处桑洋两河交汇处形成的独特小气候，加上上天赐予的绝佳土壤，形成了国内最早、真正意义上的葡萄酒庄园。同时桑干酒庄也是中国长城最高档酒的研发、生产基地。75公顷的葡萄种植园，栽培着十几种树龄已达25年的国际名种酿酒葡萄，旨在研发、生产中国真正的高档酒庄酒，塑造中国高端葡萄酒形象。

5. 中法庄园

中法庄园，前身是中法合作葡萄种植及酿酒示范农场，位于怀来县东南部的东花园镇，东临北京市延庆县，南临京张高速公路，北接官厅水库，是中法两国政府间合作项目。

1999年11月17日中法两国农业部长在巴黎正式签署了合作《议定书》，宣布建设中法合作葡萄种植及酿酒示范农

场，以示范法国葡萄栽培与酿酒，展示法国优良的酿酒葡萄品种、先进的设备和精湛的栽培与酿酒技术，生产高档葡萄酒，促进我国葡萄种植与酿酒技术以及葡萄酒质量的提高。

中法庄园总面积达488亩，其中葡萄园330亩，种植16个品种21个品系和5个品种鲜食葡萄共8.8万株，均为从法国进口的优质嫁接苗木。

农场的主体建筑和基础设施，包括发酵车间、酒窖、罐装车间、办公楼、培训楼、展示观光厅等，由法国著名的建筑设计公司WIRY公司设计。建筑风格中法合璧，建筑外观、色调与周围自然景观融为一体，壮观而和谐。庄园全套酿酒设备由世界知名的法国法布利（FABBRI）公司提供，其中多功能发酵罐、发酵浮帽压沉机、漂浮帽储酒罐、二氧化硫自动添加机等酿造高档葡萄酒设备均为国内首次引进。

目前，中法庄园以马瑟兰、小芒森为原料生产的葡萄酒在行业内有着一定的知名度和较高的美誉度。由于中法庄园的酒品质优秀、产量较低，所以定位在高端市场，购买不易。

6. 德尚庄园

德尚庄园隶属德尚葡萄酒业有限公司，位于河北省怀来县新堡小七营，占地10000余亩，其中十年树龄以上葡萄园就有3000多亩，年生产能力3000吨。产品主要以“德尚庄园”及“官厅庄园”系列干红、干白葡萄酒为主。

7. 瑞云酒庄

瑞云酒庄位于河北怀来，是专门生产高档葡萄酒的小型酒庄。其位于长城脚下，是惟一可以看到长城的酒庄。

8. 红叶庄园

红叶庄园隶属红叶葡萄酒有限公司，位于北京延庆，地处桑干河谷地带，拥有1500亩葡萄基地，年产量600吨，种植有赤霞珠、梅鹿辄、霞多丽、西拉等世界著名优质的酿酒葡萄品种。

9. 波龙堡酒庄

波龙堡酒庄，隶属北京波龙堡葡萄酒业有限公司，成立于1999年，位于北京市房山区八十亩地村雾岚山，是由中法合资共同兴建的。其中，葡萄种植基地占地70公顷，年生产葡萄酒250吨，与法国八大酒庄种植与生产的规模一致。 **BES**

三大要点助力滑雪场华丽变身目的地

文 / 陈健

世界滑雪旅游业起源于19世纪的阿尔卑斯山地周边国家，在20世纪70年代进入了发展的鼎盛期，形成了以欧洲、北美、日韩三大市场为主的基本格局。在100多年发展历史中，冰雪体育竞技项目对滑雪旅游业的发展起着至关重要的推动作用。在冬奥会光环的影响下，瑞士成为世界知名的冰雪旅游目的地，美国盐湖城也迅速成长为北美地区重要的冰雪旅游中心。从发展的时间维度来看，我国滑雪旅游业萌芽明显晚于世界平均水平，到20世纪末期才取得了实质性的突破与发展。2022年北京-张家口冬奥会的申办成功必将再次带热我国冰雪旅游经济的发展。在这场与世界接轨的旅游市场抢夺战中，深入了解当前我国滑雪旅游产业的发展现状及未来走向就显得更为紧迫。

一、以东北和北京两大增长极为引领的基本格局

1996年第三届亚洲冬季运动会在哈尔滨的举办成为拉开我国大众滑雪旅游业大发展的契机。进入21世纪之后，我国滑雪旅游业在多方因素的共同作用下步入发展的快车道。统计数据显示，经过近20年的发展，我国滑雪场数量增至500余家，2015年之后滑雪旅游人次也有望突破1000万。全国雪场总投资额度达到40 亿元左右，其中投资规模超过亿元、能接待各类国际大型滑雪赛事的雪场近10 家。

我国滑雪旅游产业发展的基本格局可概括为：东北地区依托天然丰富的冰雪资源和多次承办大型体育赛事的经验，一直占据着我国滑雪旅游产业发展先导区的高地；在经济快速增长和国际冰雪旅游文化的双驱动下，北京迅速发展成为我国滑雪旅游产业第二增长极；在以上两大市场的引领下，全国各地

滑雪旅游产业均有不同程度发展。

目前黑龙江省共有80余家规模不等的滑雪场，较为著名的滑雪场有哈尔滨体育学院帽儿山第二教学区高山滑雪场、亚布力滑雪场，此外长白山滑雪场、北大湖滑雪场、净月潭滑雪场也是吉林省具有代表性的滑雪场；2002 年，北京市有营业执照的雪场仅6家，到2014年北京及周边雪场的数量已达20余家，包括室内滑雪场1 家，雪场的规模也在不断扩大。

除了以上两大市场之外，新疆自治区的高山区域现有高山滑雪场大约39个，四川、云南省拥有相当完善的滑雪场如西岭滑雪场，位于云南北部靠近旅游中心丽江的玉龙雪山雪场等；中部地区较为知名的有神农架滑雪场，我国南方地区在先天自然条件不足的现状下，也在积极拓展室内滑雪旅游业。

二、政府强力主导，面向市场创新不足的普遍模式

通过短短十几年的发展，我国滑雪场的数量却足以赶超一个拥有数百年发展历史的冰雪旅游大国。除了休闲时代全面来临，旅游需求快速增长的驱动之外，更多的是在部分市场过热刺激之下，盲目跟进、无序建设遗留下的弊病。小而弱、散而乱成为我国大部分地区滑雪场建设的突出问题。即使是在我国滑雪旅游发展的先导区东北，多数滑雪场也陷入了同质产品竞争的恶性循环当中。此外，以政府为主导、不以市场需求为导向也成为制约当前滑雪旅游发展的大问题。

1. 亚布力滑雪场：大政府、小市场，创新匮乏
亚布力作为国内滑雪的起源地，经过多年的改造与调

整，已经发展成为同时可承办国际赛事又可接待大众群体的综合性滑雪旅游中心，雪场设施、装备和服务水平都名列全国前列。

黑龙江亚布力滑雪旅游产业的发展模式有小市场、大政府的特点。黑龙江省冰雪旅游开启了中国大众滑雪的历史，从冰雪旅游的策划、创办到发展，黑龙江省政府起到了至关重要的作用。在冰雪旅游体系的建设上，政府肩负着宏观规划及管理职能。但黑龙江省在放开和引入市场的同时，强势、直接参与市场竞争和运作，导致市场机制没有充分发挥作用，产业链条还有待建立并拉长。

亚布力滑雪度假区建设初期缺乏标准化的科学管理，高级专业管理人才流失严重。亚布力雪场普遍存在结构单一的问题，进而引发雪场功能单一。大部分滑雪场除了满足一般的初级滑雪需要外就没有其他吸引游客的亮点，滑雪旅游产品没有与其他旅游资源等很好地结合起来，也没有注意市场细分，大多数滑雪场的辅助滑雪旅游产品缺乏，无法满足游客日益多元化的旅游需求。同时，缺乏健全的滑雪教练员培训体系；硬件设施上投入较多，对地理环境、文化氛围等软件设施的建设不足；滑雪旅游产品结构单一、缺乏特色，滑雪场的吸引力有待提高。亚布力滑雪度假区目前发展模式缺乏创新，既没有形成社区发展模式，也没有形成公司模式。如此也导致了度假区发展缓慢，后劲不足。

2.北大湖滑雪场：权属转换、动力不足

北大壶度假区滑雪场拥有得天独厚的自然条件，雪道数量多、雪质好，有中国最著名的5号雪道，成功举办过多项国内重大体育赛事。在众多滑雪场发展的较早阶段及发展中期，政府一直是开发和营运的主体，缺乏应有的活力。吉林北大湖滑雪场也不例外，其权属在省市间转换，影响了地方政府的积极性，作为一块飞地，其发展亟需省市各级地方政府共同支持。为承办第六届亚冬会而设置的北大湖开发区管

委会，扶持促进不足，规制有余，制约了北大湖滑雪场市场化运作的良性发展。国有机制的惯性一直困扰着北大湖的发展，高素质职业经理人的严重缺失，使其很难实现产业发展的大跨越。较强的季节性，使其经营收入微薄，弱化的市场导向，使其经营上难有相当的品质。

三、多元业态融合、区域联合竞争的国际趋势

世界滑雪旅游业的发展大都呈现出相似的发展趋势：从专业小众群体到大众休闲群体，从依托体育竞技到与多元业态融合发展，从单一产品结构到多样化提升，从单一景区独立发展到区域资源整合发展等特征。世界滑雪旅游较为发达的区域，多以滑雪小镇、滑雪中心的整体旅游形象出现在国际滑雪旅游市场中。

意大利以多乐美地为代表的大型滑雪度假区超级联合体，坐落于阿尔卑斯山区南部，有12个滑雪场。多乐美地是一种典型的社区发展模式，改变了过去各滑雪场“分散经营、单一竞争、缺乏合作”的传统经营模式。通过成立多乐美地超级滑雪集团，吸引当地社区和股东的参与，以索道和雪道系统将区域内各村庄与多乐美地峡谷连接起来，对内鼓励每一个独立的公司之间进行良性的服务竞争，不进行价格竞争，对外以集团优势与法国、瑞士、奥地利等国进行滑雪旅游国际竞争，从而实现了区域内滑雪旅游产业的良性发展和旅游企业间的共同进步。

美国和加拿大地区的滑雪场一般是由一家商业公司来管理或代理，公司的主要工作就是经营滑雪旅游区的“冬季体育或滑雪产品”，包括索道经营、滑雪学校、雪具出租、食品饮料和零售业务经营权等。在北美，滑雪旅游区常常以明星滑雪场为主导，整合并购周围其他滑雪场，重组打包上市，并对滑雪场度假区投资结构进行社会分工，对投资项目进行市场分解。北美地区的滑雪旅游区在建设过程中都十分注重

设计，既有大型旅游胜地所有的豪华设施，又有可以满足各等级滑雪爱好者的雪道和滑雪区，还可享受世界各国的美味。

四、以赛事为依托、以市场为导向、以整合为手段，全面释放冰雪经济活力

体育赛事为依托，全面升级建设水平

过体育赛事实现对滑雪场的提档升级，促进地区滑雪产业的发展。以韩国为例，韩国滑雪旅游业的建设发展与各种赛事承办紧密相关。1997 年世界冬季大学生运动会在茂朱滑雪场成功举办，龙平滑雪场于1998 年和2000 年成功举办世界滑雪锦标赛，1999 年冬季亚洲运动会后韩国滑雪业闻名世界，大批本国游客和很多外国游客慕名而来。

游客体验为导向，充分释放市场活力

周到的服务可弥补旅游地资源、设施的不足。滑雪者的第一次经历至关重要，它直接决定了其今后是成为滑雪爱好者还是从此放弃。因此，必须更好地确定消费者的需求和期望值，提供高品质的服务。旅游产品生产和消费的同质性特征决定了服务的重要性，尤其是服务中的“关键时刻”。应树立“一切以游客为中心”的产业经营理念，关注顺序依次为:游客—企业—社区—政府。在这种理念主导下，政府的政务工作、社区的配套服务工作、企业的实务工作，都会通过政策支持、资金支持、基础设施建设、配套服务完善、开发注重实效等方面落到实处，使游客的吃、住、行、游、购、娱切实得到实惠和完美体验。

区域整合为手段，综合提升竞争力

国内滑雪企业普遍规模小、实力弱、经营散。一般认为，一个区域内旅游开发的主体越多，经营环境就会越差，更易引发恶性商业竞争。但意大利多乐美地滑雪大区的运营模式却说明，选择一个良好的发展模式可以实现区域内同业共兴共荣。滑雪旅游不是一项单纯的旅游项目，由滑雪所衍生和关联的一、二、三产业，形成了纵横交错的产业链条，从根本上转变了区域的传统产业结构，从而带动区域经济快速发展。多乐美地的区域一体化发展模式既实现了区域内产业间的良性发展，也实现了滑雪旅游企业间的良性互动和共同进步。 **BES**



李金早的旅游+透露出哪些重大信号？

文 / 张栋平 吴必虎

8月19日，李金早发表了署名文章《开明开放开拓 迎接中国“旅游+”新时代》，引起了轰动效应，一石激起千层浪。只不过此处的“石”是一个充满魔力的“石”，是一个柔软的“石”，这个“石”能够击破中国旅游业前进的困难，也能够幻化出中国旅游业美好的未来。

李金早的旅游+来自何方？

一、国家领导人的旅游+

李金早的旅游+有着深厚的理论依据和鲜明的政策支

撑。在文章开头，李金早就把习总书记和李克强的讲话强调出来。他在文章中写到：习总书记指出，旅游是综合性产业，是拉动经济发展的重要动力。旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，是人民生活水平提高的一个重要指标。旅游业具有日益增长的拉动力、整合力和提升力，在拓展自身发展空间的同时，与相关行业和领域融合发展，催生新业态，优化提升相关行业和领域价值。7月28日，李克强总理主持召开国务院常务会议，审议通过了《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》。这是指导新时期我国旅游业发展的重要文件。



二、消费者的旅游+

改革开放37年来，老百姓的收入水平不断高，全国城镇家庭的恩格尔系数下降约20多个百分点。今年5月13日，国家卫计委发布“中国家庭发展追踪调查”结果，用数据反映了中国家庭发展的基本状况。该调查显示：全国城乡家庭恩格尔系数为40.4%，城镇比农村高1.2个百分点，总体相差不大。

另一项调查还显示：我们居民储蓄率下降的趋势已经明朗，消费比重在增加，尤其在服务性消费方面的比重会更快增长，如医疗保健、教育培训、电信传媒、休闲旅游等方面。而在这些服务业消费中，起到龙头带动作用的，正是旅游业。今年上半年，国内旅游消费1.65万亿元，增长14.5%。堪称冬天里的腊梅，给正在向消费驱动转型的中国经济带来了新的生机。

可以说，支撑李金早的旅游+战略的基础力量来自消费者。拉动经济的三架马车中，消费无疑是未来最强劲的力量，从这个意义上来说，旅游+是推动中国经济转型升级的战略需要。正如李金早在文章中所说：“今天的旅游+，是国民经济社会发展的客观必然要求，国家整体发展为“旅游+”创造了条件。新常态需要转换创新驱动，需要找到新引擎。旅游+正在成为推动经济转型升级的新引擎。”

三、企业家的旅游+

几天前，国务院办公发布了关于进一步促进旅游投资和消费的意见。业内人士分析称，该意见将有望催发规模达万亿的周末游市场。于是，各大企业纷纷开始抢滩布局“2.5天假期”。

半个多月前，北京张家口联合申奥成功，各大企业又纷纷布局冰雪产业。而在这之前，国内房地产行业 大佬万达集团已经在全国布局好了冬奥主题业态，其中六个冰雪项目已经确定落地，长白山国际度假区雪场总收入已经跃居亚洲第

一。王健林还宣传未来万达集团要成为全世界最大的旅游企业。

而一向以资本运作叱咤商海的郭广昌也迷恋上了旅游+。他在2015年年初上演了一场激烈的商业拉锯战，将Club Med以接近全资控股收购的方式收入囊中。这一举动标志着 复星集团搭建起了全球化旅游资源运作的平台。

这样的名单还有一长串，港中旅集团总经理姜岩、新希望集团董事长刘永好、国旅集团总经理李刚、华侨城股份公司董事长刘平春、天津泰达集团总经理胡军、东方园林产业集团董事长梁荣、山水文化公司董事长梅帅元……中国的企业家在经历了野蛮生长之后，都开始寻找能够为企业注入可持续生命力的转型良药，旅游+无疑成为了他们共同的选择。

李金早在文章中这样描述企业家的旅游+热情：旅游企业兼并重组不断，各种资本相互融合协同、旅游投融资模式不断创新，旅游与金融融合不断深化。2014年，全国旅游直接投资7053亿元，同比增长32%，高于同期全国固定资产投资增幅15个百分点；今年上半年，全国实际完成旅游投资3018亿元，同比增长28%，比第三产业投资增速高16个百分点，比全国固定资产投资速度高17个百分点。

四、地方政府的旅游+

对于地方政府来说，旅游+是一种新的突围方式。在经历了土地财政的阵痛之后，在背负着巨额债务脚步蹒跚之后，地方政府开始寻找一种新的地方增长模式和治理模式。其中以旅游为导向的新型城镇化是最近几年备受瞩目也得到广泛实践的一种模式。2012年的统计表明，我国有28个省区市将旅游业定位为战略性支柱产业或支柱产业，28个省区市成立了党委或政府领导牵头的旅游产业发展领导机构。可见地方政府已经把旅游作为了一个提纲契领的地方治理工具，通过旅游这个抓手，与文化、科技、教育、医疗、外交领域深度融合，与新型工业化、城镇化、信息化、农业现代化密切协

调，形成一二三产业融合发展的旅游城镇化发展格局。

更让人惊喜的是，旅游业不仅仅成为各地政府治理的“纲”，也成为了区域经济发展的“纲”。

今年7月22日至24日，由四川省人民政府、中国投资协会主办，四川省旅游局、四川省商务厅、四川省投资促进局、四川博览事物局承办的中国(四川)国际旅游投资大会在成都举办。全国知名的企业家纷纷云集成都。

在经济发展的新常态下，传统经济增长下行的压力加大。“旅游+”对四川区域经济社会发展的引擎作用非常明显。统计显示2014年，四川省共实现旅游总收入4891亿元，同比增长26.1%，全省旅游业增加值占GDP的7.8%，占第三产业的21.29%，旅游业对GDP贡献率达到15.14%，旅游业带动各行业投资总额达到1918.41亿元，占全社会投资的8.14%。

由此可见，旅游+正在成为地方经济可持续发展的主导力、改善民生的幸福力、产业结构和发展方式的转变力、社会进步和区域发展的和谐力。

旅游+透露了哪些重要信号

一、再造中产阶层

随着经济增长下行压力加大和经济转型阵痛不断，中国中产阶层生存的土壤正在遭到破坏。一方面，现有的中产阶层面临被淘汰的危机，上一次的股灾中，遭到重创的正是中产阶层；另一方面，新的中产阶层难以通过良性的渠道获得上升机会。而旅游+可以改善中产阶层生存的土壤，形成正常向下向上的健康流动机制。

为什么旅游+能够做到？因为旅游+能够极大释放服务业的发展潜能。2015年7月中国服务业采购经理人指数（PMI）上升至53.8，服务业已经当之无愧地成为了城镇化第一动力。此时提出旅游+的顶层战略，无疑是正逢其时，旅游+刺激下释放出的服务业发展潜能，将使得中产阶层生存的土壤得到改善并促进新中产的诞生。

统计表明，在世界范围内服务业的薪酬水平显著高于制造业，中产阶层多数集中在服务业。世界发展的规律表明，服务业是中产阶层壮大的主要土壤。

在文章中，李金早提出了旅游+带来的新生活方式，李金早分别从旅游+研学（教育）、旅游+交通、旅游+休闲度假、旅游+新型养老、旅游+健康养生、旅游+购物六方面进行了阐述。

实际上这样的新生活方式就是未来中国中产阶层生活的常态。

二、重塑政府理性

中国是一个有着五千年传统文明的古老国家，如果仅仅从数量上来衡量，中国当之无愧是世界第一工业大国。并且在一定程度上建立起了与工业化相配套的一系列制度体系。所谓人算不如天算。技术的突飞猛进使得那些在固有制度体系里沉淀了很多年的工作方式和思维方式受到了挑战。互联网+语境下崛起的社群话语权和意见领袖话语权正在挑战着传统制度体系中的官方话语权。从顶层设计层面来看，中国亟需建立起适应新的技术语境的政府理性。这样的政府理性不再是以政府全能为主，而是以市场赋能为主，不再是以条块划界来提高效率，而是以无界沟通来提高效率，不再是以激进主义倾向为主，而是以情怀主义为主。

这一点 在李金早对旅游+的四个特征的阐述中体现得很明显。他说：“旅游+”有以下四个鲜明特征，“旅游+”是需求拉动、市场推动的“+”；“旅游+”是创造价值、放大价值的“+”；“旅游+”是以人为本、全民参与的“+”；“旅游+”是可以充分拓展的“+”。这四个特征中唯独没有强调政府意志，并不是有意忽略，而是一种政府理性的本真回归。

李金早的这篇文章标题为《开明开放开拓 迎接中国“旅游+”新时代》，连用三个“开”字，传递出了新的政府理性正在创造着崭新的顶层治理模式：

1、扁平化、接地气

各级行政体系的信息化改造使得政府沟通效率不断提高，中层在整个治理模式中的作用正在有所减弱。高层领导开始把向底层喊话作为一个经常性的动作，高层领导人对新媒体也越来越感兴趣，乐于通过新媒体来宣传自己的理念，并使用大家耳熟能详的流行语言来与社会底层进行沟通。这意味着顶层治理模式越来越接地气。

李金早在文章中还从旅游+互联网、旅游+美丽乡村建设、旅游+大众创业、万众创新、旅游+外交阐述了旅游+。这样的阐述充分彰显了旅游+接地气的一面。

2、找主轴，猛跨界

互联网+和旅游+的提出就是典型的找主轴的动作。面临日益复杂的经济形势，如何能够抓住主轴进行更高效的顶层治理？关于这个问题，互联网+和旅游+已经给出了最好的答案。互联网+和旅游+不仅打破了产业边界，也打破了行政边界，不断改造着工业化语境下形成的条块分割的治理模式和发展方式。

文章中，李金早从战略层面阐述了旅游+，分别是旅游+“五位一体”（经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设）和旅游+“五化”（新型城镇化、新型工业化、农业现代化、信息化、生态化）。这样的阐述透露出一个信号：旅游已经成为了国家战略的主轴，并且以跨界的形式重构着中国的转型方式。

李金早在文章中还从更高的层面阐述了旅游+的“猛跨界”形势。文章中说：“旅游，已经成为一种超越地域、超越国界、超越阶层、超越种族、超越不同宗教信仰、超越不同文明的巨大力量，加速世界不同人群的交流、融合”。可见，在李金早看来，旅游+的跨界不仅仅是硬跨界，也是软跨界，这种跨界超越了单纯的国家语境，成为了世界文明的推动力量。这样的跨界彰显了一个古老民族的更大责任和担当。

3、讲情怀，促创新

李金早在文章开篇就引用了科幻作家的名言，“未来已

经来临，只是尚未流行。”这样的表述流露出了一个旅游局长的内在情怀。这其实透露出了一些微妙的信息。在传统的政治治理语境里，这样的表述非常少见，可见当下中国的政治治理语境已经开始逐步软化，开始通过一些情感流露来传达人性的亲切感和包容力。

与此同时，来自顶层的声音也不断召唤着民间创新精神和创新行动。自从李克强提出大众创业、万众创新的号召后，这八个字就像充满了魔力，在民间产生了“席卷千堆雪”的效应。在经济下行的压力下，顶层治理的一项主要任务就是充分释放民间力量，在民间寻找中国经济腾飞的新希望。

李金早在文章中写到：“旅游+”，是旅游投资、旅游消费的新热点、新亮点，是拓展旅游发展的新空间，也是产品业态创新的主攻方向，是旅游转型升级的新动力，是整合资源的纽带。“旅游+”是大众创业、万众创新最活跃的领域之一。“旅游+”代表一种新的经济形态、一种新的生活形态、一种新的社会组织形态、一种新的先进生产力。李金早的这段话表明，旅游+意味着对创新的包容和扶持，意味着以未来之心激活现实之力量，实现一个五千年文明古国在新技术语境下的涅槃重生。正如李金早在文章所说的：“旅游+”正在成为不可阻挡的发展趋势和时代潮流，对经济社会发展产生战略性和全局性的影响，推动一个新时代的到来。

BES



农民插上“金”翅膀，乡村旅游再破冰

文 / 张栋平

乡村旅游活动涉及的旅游资源 包括了耕地、园地、林地、牧草地、水域，甚至未利用土地等土地利用类型，乡村旅游融合了农业和旅游的各种要素，其产生、发展的过程时时刻刻都要与土地资源发生关系。从某种意义上说，没有土地，乡村旅游就成了无水之木。因此，从乡村旅游的视野来观察中国农村土地资源利用方式的变迁，就会别有一番意味，土地不再仅仅是农业生产的对象，更是一种寄托着情感、呈现着风景的旅游核心要素。

8月24日公布的《国务院关于开展农村承包土地的经营权和农民住房财产权抵押贷款试点的指导意见》为释放中国农村的土地资源价值创造了巨大的政策利好。有点巧合的是，这一政策利好出台的时间点也正是乡村旅游举国关注的时间点，两个时间点的重合或许带着一种历史的必然意味。这也预示着中国的乡村旅游将迎来新的发展大趋势。

一、经济理性驱使下，抢跑者的跃跃欲试

近年来，随着乡村旅游在各地迅速升温，农户承包土地经营权、林权等各类农村产权流转交易需求日益旺盛，许多地方建立了多种形式的农村产权流转交易市场和服务平台。据公开数据显示，截止2014年6月底，通过各类交易市场和服务平台流转的土地面积已经达到3.8亿亩，占全国耕地面积的28.8%，达到2008年土地流转面积的3.5倍。参与流转的主体主要是各类专业大户与合作社。

与需求的增长不协调的是交易秩序的混乱，各地农村产权流转交易市场的设立、运行、监管都有待规范。同时，其交易手段也缺乏信息化的提升。无论是制度机制层面，还是技术

手段层面，农村产权流转的成本显然都是偏高的，这样的高成本自然也就最终使农民受到了损失。

除了土地流转，通过土地进行变现和抵押融资的需求也很旺盛，早在2014年初，四川省成都市就完成了首笔农村土地经营权抵押贷款。各地政府和金融机构对开展农民承包土地经营权抵押的热情一直以来都很高。到目前为止，包括北京、四川、湖南等地20多个省份都有金融机构启动经营权抵押贷款业务，涉及机构包括农业银行、中国邮政储蓄银行及各地城商行等。

与土地经营权流转、变现、抵押融资的活跃不同，农民住房财产权的抵押融资业务虽然需求很多，但一直处在“潜行”阶段。在过去一两年时间里，陆续有各地金融机构开始尝试这个新业务领域，但由于现行法律仍然有所限制，加之涉及到农民基本的住房权利，所以住房财产权的抵押融资业务一直没有真正活跃起来。

二、政治理性约束下，顶层设计者的谨慎布局

我国农村土地制度的改革一直是在三重语境下进行的，第一重语境是国家性质，作为社会主义国家，我们要确保土地公有制的地位不动摇；第二重语境是经济安全，作为农业大国，耕地红线是必须守住的，事关国民经济安全；第三重语境是社会稳定，作为一个有着五千年农业文明传承的国家，土地是农民的命根子，也是国家文明延续的载体，土地价值的释放过程意味着土地不断市场化，这样的改变不仅仅影响到农民个人的经济收入，更影响到农村社会乡风民俗的延续，影响到社会稳定。所以，农村土地制度改革必须在这

三重语境下来完成自己的使命，离开任何一重语境，都有可能导致改革的失败。

正是因为这一原因，此次公布的《国务院关于开展农村承包土地的经营权和农民住房财产权抵押贷款试点的指导意见》中明确提出了四点原则：一是依法有序。试点要坚持于法有据，先在批准范围内开展，待试点积累经验后再稳步推广。涉及突破相关法律条款的，提请全国人大常委会授权在试点地区暂停执行。二是自主自愿。“两权”抵押贷款由农户等农业经营主体自愿申请，确保农民群众成为真正的知情者、参与者和受益者。三是稳妥推进。在维护农民合法权益前提下，妥善处理好农民、农村集体经济组织、金融机构、政府之间关系，慎重稳妥推进试点工作。四是风险可控。坚持土地公有制性质不改变、耕地红线不突破、农民利益不受损的底线。完善试点地区各项配套政策，防范、控制和化解风险，确保试点工作顺利，赋予“两权”抵押融资功能，推进农村金融创新。

从以上四点原则可以看出，虽然历经十七届三中全会、十八届三中全会，直到今年人们才认为农村土地制度改革进入真正的破冰期，但是，这个破冰的过程仍旧是非常谨慎的。历史车轮总是向前的，再谨慎的前行，也能够听到咔嚓咔嚓的碾压声。细读意见全文，在关键处还是能够看到改革的坚定决心的。

意见明确，要全面有序的开展“两权”贷款试点，包括做好农村承包土地的经营权和农民住房财产权抵押贷款试点两方面的工作。意见还规定，农民住房财产权设立抵押的，需将宅基地使用权与住房所有权一并抵押。按照党中央、国务院确定的宅基地制度改革试点工作部署，探索建立宅基地使用权有偿转让机制。

对中国土地制度改革进程有了解的人，在看到以上这段话时，都会多少有点震撼。长久以来，宅基地一直是改革推进的硬骨头。这一次却明确提出了农民住房财产权抵押贷

款。可见，改革的决心是坚定的，脚步也是不回头的。从这块硬骨头开始，城乡土地一体化的大幕或将拉开，农村土地制度改革也将全面破冰，为我国十三五期间全面实现小康社会打好基础，做好布局。

三、农民身份转换后，乡村旅游面临新的挑战

人与土地的关系一直是事关国家稳定的减震器。如果把过去的中国比作一辆在工业化冲动下狂飙突进的摩托车，那么，使这辆摩托车保持平衡的减震器就是人与土地的关系。



因为土地 是中国农民安全感的所在。2002年《土地承包法》第二十条规定耕地的承包期为三十年。2008年《中共中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》和2013年中国共产党第十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》也都明确规定“稳定农村土地承包关系并保



持长久不变”。这样的规定一方面为土地市场化流转构建了扎实稳定的土地产权基础，另一方面也在意识形态层面塑造了中国农民的安全感，使得在工业化冲动下狂飙的中国能够获得平衡感。

随着两权抵押贷款的推进以及农民土地用益物权的财产属性的盘活，农民将不再是工业化时代的农民，他们与土地之间的关系也将具有更多后工业时代的特征。在后工业时代，传统的意识形态开始受到挑战，人们的思维模式和价值判断模式开始经历从中心到多元、从恒久到短暂、从绝对到相对、从整体到碎片的变迁。人与土地的传统关系也面临着瓦解。两权抵押贷款的落实将使得这个瓦解的过程加速。农民作为市场主体的独立性和主动性增强，在土地价值分配方面的话语权也变大，但是，他们与土地之间的情感却越来越淡薄，土地不再承载他们春耕秋收的记忆，不再承载他们日出而作的情怀，不再承载他们四世同堂的喜悦，不再承载他们男耕女织的诗意。恰恰相反，当土地与金融联系起来后，当土地与整个中国乃至世界的金融体系连成一体后，农民与土地的新关系将失去过去的

那份温暖，取而代之的是冰冷的理性与算计。

这种冰冷的理性与算计侵入到乡村旅游后，会使得乡村旅游品牌管理面临一定的危机。乡村旅游品牌管理要求经营者从全局出发维护整体的乡村文化氛围、维护乡村旅游品牌的可持续发展。而纳入金融体系的土地则逼迫着经营者竭尽全力回收成本和创造最大短期利润。这种行为目标上的偏差必然导致行为方式的偏差，最终给乡村旅游品牌的整体管理带来一定挑战。如何在金融语境下重构农民与土地的新关系？这将成为乡村旅游未来要面临的挑战。

四、农民身份转换后，乡村旅游迎来新的趋势

意见中指出试点主要围绕以下五方面稳步推进：一是赋予“两权”抵押融资功能。二是推进农村金融产品和服务方式创新。三是建立抵押物处置机制。四是完善配套措施。五是加大扶持和协调配合力度。这五个方面综合起来，将彻底改变农民的身份，使得农民成为插着金融翅膀的“有产者”，同时，未来乡村旅游也将朝着以下两个趋

势大步迈进。

1、将有更多的价值被连接起来，形成乡村旅游的推动要素全面有序开展“两权”抵押贷款有利于农村承包土地的经营权和农民住房财产权的价值最大化、配置最优化，加快农村土地规模化、集约化的进程，实现乡村旅游的规模经济。在摆脱小规模作坊式经营局限后，乡村旅游开发运营者将把规模化的土地资源优势与技术、资金和管理优势结合起来，推动乡村旅游核心竞争力的提升，达到提高土地效益、增加农民收入的目标。

当然，也有一些适合小而精的乡村旅游业态会在非规模化的土地上获得更好的发展，虽然没有规模化土地优势，但是，通过土地经营权流转，土地能够找到更好的经营者，这也是乡村旅游发展的福音。

2、将有更多的农民被解放出来，成为乡村旅游的推动者全面有序开展“两权”抵押贷款的最大好处是给农民插上了金融的翅膀。长期以来，中国农民要么远走他乡给别人打工，要么还是远走他乡做小商小贩（给自己打工）。无论

哪种方式，中国农民的命运都是因为缺乏资本而不得翻身。

“两权”抵押贷款无疑将让更多农民活得有底气，借助资本的力量，大批农民将成为“万众创业、大众创新”的主力军，当然，在乡村旅游方面的投资无疑将是多数农民的最佳选择之一。

另一方面，插上金融翅膀的农民，也割断了土地的羁绊。长久以来，农民外出打工创业，家里的土地闲置起来，这样的浪费也是整个国家的损失。未来，借助“两权”抵押贷款的政策，更多闲置土地将被充分利用起来，一方面解决了土地承包者的羁绊问题，让他们能够一心一意地利用抵押贷款进行农业和乡村旅游方面的创业；另一方面，也释放了土地价值，让新的经营者能够在更大更优化的土地空间里进行农业生产或者搞乡村旅游。 **BES**

丝路上的新澳门，一个世界休闲旅游中心的崛起

文 / 陈健

2015年6月1日至3日，国家旅游局局长李金早率团赴澳门，与澳门特区政府签署了《关于建立促进澳门世界旅游休闲中心建设联合工作委员会的协议》。一石激起千层浪，紧随其后澳门政府举办了关于促进澳门世界旅游休闲中心建设专家研讨会，与会的澳门及内陆专家学者从不同角度就促进新形势下澳门世界旅游休闲中心提出了建议。正如李金早局长所表述的，此次《协议》的签署是中央政府支持澳门世界旅游休闲中心建设的务实举措，将推动澳门世界旅游休闲中心建设进入一个新阶段。

一、追根溯源：世界休闲旅游中心的核心内涵

事实上，澳门世界休闲旅游中心的发展定位可追溯至2008年，《珠江三角洲地区改革发展规划纲要》首次明确提出澳门在珠江三角洲中的地位是“世界旅游休闲中心”，2011年《国家“十二五”规划纲要》又进一步明确提出支持澳门建设世界旅游休闲中心。时隔7年，在新的挑战与发展机遇时期下，《协议》的签署就更加具有引导多元、务实改革的意义。澳门是世界上最开放的经济体，1999年回归之后，在

政府政策激励和区域经济环境的双向带动下，以博彩旅游业为引领的澳门经济一路高歌猛进，创造了世界历史上微型经济体的发展奇迹。2002年以来，博彩业毛收入年均增长28.7%，加上在2004年内地逐步开放自由行政策，当年澳门在旅客数量和博彩收入都取得超过40%的大幅增长，2012年博彩业毛收入突破3000亿澳门元，创历史新高，带动澳门22.96%的就业比重，占澳门本地生产总值的88.9%。

但过于单一的经济结构和对部分区域市场的高依赖性也同时意味着高风险性和脆弱性。2015年我国全面进入经济发展新常态的历史节点，在一系列改革和调控政策的影响下，澳门博彩业在2014年告别10年的快速增长出现首次下滑，到2015年5月博彩业已经连续12个月下滑，2015年前5个月的博彩收入为1042.89亿澳门元，同比下降37.1%。

与当下澳门社会经济发展的现状相比而言，休闲旅游中心的发展定位的意义就在于它突破了澳门博彩一业独大的产业结构，强调和凸显了满足大市场范围内多样休闲需求的重要功能，最终促进澳门形成休闲产业与休闲空间的良性配套发展的新格局。在澳门博彩业持续低迷的发展困境下，澳门

世界休闲旅游中心的建设对于引导经济适度多元发展、优化旅游产业结构、培育多元新兴业态都具有积极的促进作用。

在休闲旅游的学术研究范畴内，一般认为城市是休闲旅游活动的重要载体，丰富的休闲设施与适宜人居住的环境是成为休闲城市的两大重要基点。将休闲旅游城市放诸国际视野，世界级的休闲旅游中心就产生了。在该语境下，澳门休闲中心的建设就需要具备以下内涵：1.突破区域限制，营造世界范围内高知名度。2014年澳门入境游客中，来自中国内地及港台三地的游客占比达90%，澳门仍属于区域热点旅游目的地；2.改变单一产业现状，完善休闲产品体系。早在2006年，澳门博彩收益就超过拉斯维加斯，第一赌城的形象已经深入人心，但文化、娱乐等休闲产品构建却相对不足。3.开展区域合作，提升基础设施水平。主要包括便捷的对内外交通和完善的配套服务设施两个层面，外部交通的可进入性及内部交通的连接性是影响旅游休闲城市吸引力和竞争力的重要因素之一；配套服务设施则是决定游客体验及获取经济收益的重要层面。4.服务市场为导向，大力提升服务质量。建设符合国际标准的服务体系也是营造世界休闲旅游中心的重要方面，完善的服务体系至少包括旅游休闲服务和城市公共服务两大方面。

二、借势而上：世界休闲旅游中心的发展机遇

在澳门推进世界休闲旅游中心的建设进程中，澳门-横琴一体化发展及粤港澳大湾区旅游合作两大战略一直备受关注，而事实上这两大战略也是促进区域协作，整合内部资源，扩大综合竞争优势，提升国际吸引力的重要路径。2014年10月澳门特别行政区长官崔世安表示，澳门将把握21世纪海上丝绸之路建设的大好机遇，发挥澳门独特优势，在增强现有旅游实力同时，加快培育综合旅游和新兴产业的发展。在“一带一路”战略的强烈带动和辐射作用下，澳门将全面迎来承接内陆、连接香港、面向海洋的发展机遇期。

1.借势丝路，提升国际竞争

澳门是我国连接东南亚、印度洋直至欧洲大西洋海上丝绸之路的重要节点。在新海上丝路战略的主导下，澳门凭借自身的优势将会与我国经济最发达的香港、广州、深圳、珠海等地一起，发展成为我国南部出海口的重要的城市矩阵。

该城市矩阵作为我国经济发展最为活跃的合作体，随着海上丝路战略的深化，必将更多的参与国际交流与合作，澳门作为其中重要的节点城市，在国际市场中的影响力和竞争力也将获得极大的提升。

2.承接内陆，扩大客源市场

长期以来，中国内陆、香港、台湾一直都是澳门重要的客源市场，2014年在博彩业全面大幅下跌的现状下，内地赴澳门的游客突破2100万，同比增长14.1%。充足而稳定的客源市场是澳门世界休闲旅游中心建设的重要支撑。澳门积极融入“一带一路”战略，对内可通过深度融合发展，在巩固沿海市场的基础上可积极向更广阔的内陆地区拓展；对外通过进一步的互通往来、交流合作，有利于逐步培育亚洲临近国家甚至洲际市场等新的增长点。

3.互为补充，扩展发展空间

世界级休闲旅游中心要以极高的游客承载力为前提，而澳门空间狭小，缺乏乡村腹地，从客观上就限制了到澳游客的快速增长。基于这样的现实条件，开展区域合作就成为澳门在建设休闲中心中的必然选择。以横琴为例，横琴岛面积为106.46平方公里，是澳门现有面积的3倍，横琴岛定位为“一国两制”下探索粤港澳合作新模式的示范区。通过与横琴的合作，可将横琴岛打造为服务澳门经济适度多元发展新载体，补充澳门发展空间不足的天然劣势。此外，澳门可继续与邻近地区，特别是与珠海协商，租赁或共同合作开发一些岛屿，拓展澳门旅游的海上休闲空间，引领澳门旅游进入面向海洋的休闲时代。

4.整合资源，完善休闲体系

粤港澳三地以海相连，在经济合作方面具有天然的区位优势。“一带一路”战略的宏观布局与粤港澳大湾区旅游合作、澳门-横琴一体化发展等战略形成了强有力的政策叠加，在各层级政策的驱动下这三地的合作将会得到更深层次的深化。立足于国家层面的战略支持，澳门与香港、珠海等地可展开深度合作，依托自身优势产业，走差异化发展路径，通过三地旅游资源、产品和要素深度整合形成互为补充的有机旅游协作体。澳门可借助港粤两地的资源优势，逐步增加休闲元素，通过“一程多站”旅游精品线路的打造及“一河两岸”休闲旅游合作区等措施，打造具有世界级影响力的休闲旅游集聚片区。

BES



丹江口市均州新集镇旅游发展空间规划设计

一、规划背景

（一）工程移民，世界性难题！

工程设施移民，涉及社会经济系统恢复重建的一系列问题，是公认的世界性难题，备受国际关注！南水北调是我国重要战略布局工程，源头地区是生态恶化的贫困地区，所以移民安居工程的意义更重大，它关系着南水北调中线工程的成败！

（二）鄂西，生态文明建设关键区！

鄂西地区是我国生态脆弱区和经济贫困区，在整个湖北省及中部地区都具有重要的战略地位。湖北力图通过“鄂西生态文化旅游圈”的构建，立足生态和文化寻求新型发展模式，建设鄂西新经济增长极。

（三）武当山，旅游寻求大发展！

武当山，举世瞩目的世界文化遗产，面临着“大武当？小旅游”的尴尬境地。重构武当山水文化体系，大兴武当区域

旅游经济迫在眉睫！

二、规划定位

再现历史文化基因的现代休闲旅游小镇立足均州三千多年文化记忆的复位与传承，打造搬迁移民乐享的幸福生活家园，实现武当名山、圣水、古镇一体化发展，提升均州新集镇休闲度假服务功能，增强旅游吸引力与影响力，促进均州新集镇的和谐可持续发展

三、规划理念

（一）总体理念：古镇社区

以社区理念指导新集镇的整体规划设计，将物质空间、文化传承和产业形态等多个层面的考虑纳入规划设计体系中，以当地居民为主角，进行生活环境的设计；尊重当地居民选择自己生活方式和生活内容的权利，力图通过均州新集镇建

设的机遇，提升古镇居民的生活水平。

（二）分理念一：低碳生态

借助GIS、3D 模型等技术手段，师从道教自然之道法，对新集镇进行科学合理规划布局；同时将国内外适宜的生态低碳技术，应用于古镇的规划设计中，创造彰显乡土智慧的生活空间，打造人与自然和谐共生的生态新镇。

（三）分理念二：游居共享

在泛旅游的发展环境下，立足于均州新集镇未来居民宜居和游客宜游的需求，融入“集镇即景区，生活即景观，民居即酒店”的理念，打造生活舒适、尺度宜人、环境优美、社会和谐 的游居共享的休闲小镇。

（四）分理念三：文化引领

紧紧围绕均州古镇所承载的大明文化、道教文化等文化主题做文章，与现代人们的生活方式与价值取向相结合，为中国和世界奉献一个既富有历史韵味又极具时尚感的特色人文小镇。

四、功能分区

以“玄武胜境”统领均州新集镇五大功能区，每个功能区都有其独特的景观特征，使人们能够很好的识别和区分各个分区的不同之处，体验各个分区所带来的意境。

中央游憩公园：规划面积约56 公顷，为主山谷与堰沟山谷之间的山地型绿地。通过生态景观的提升和游憩设施的配套，为人们提供一个近距离感受自然的特别空间。

居民生活区：规划面积约36 公顷，位于交通便利的新集镇西北部，移民集中安置生活区，包含宅基地型的住宅庭院和花园式非宅基地建筑两类。生态而有“旧”韵的铺装，配上富有“沧桑感”又独具匠心的“古韵”建筑，简朴中透着古味的水沟、疏密有序的乡土植物穿插其中，使生活区和谐、自然的融入到整体大环境之中。

古镇管理服务区：规划面积约28 公顷，位于古镇山南建设区的中央地带，集中布局镇政府及其他行政管理服务部门、文化公共设施等建筑。

科技教育区：规划面积约34 公顷，集中布局中小学，位于中央游憩公园东北方向的一片平坦场地，以山为屏，与生

活区相隔，环境清静优美，环中央游憩公园有道路相连，进入性良好。

休闲商业（度假）区：规划面积约25 公顷，由丹江口库区向古镇渗入的区域，设计供古镇居民和游客同享的酒店、商业步行街、会馆、主题会所、戏台、水上演艺舞台等服务设施和项目。

五、重点建筑设计

（一）民居建筑设计

1.设计要求
民居的设计将尊重迁建居民传统的生活方式，尽可能满足移民不同的生活、生产需求，对楼层及功能空间进行多重变化，提供多种户型设计方案，供居民自行选择。

2.设计思路
文化性&亲和性：在湖北传统的建筑群落和庭院结构中吸取灵感，选取均州古镇民居中独特的传统符号，通过与现代新型材料的创意组合，构建一个具有浓郁的古镇韵味又不乏现代气息的新古镇建筑群，使均州人对均州历史的情感得以延续与发展，既保证了均州文化的衔接，又增添了均州移民的亲切感。

（二）镇政府设计

1.设计要求
纵观我国很多城市的政府建筑设计，绝大部分都是从突出政府的威严、宏伟和气势的角度出发，在设计思路更多的是仿效天安门或者欧式建筑这些类型，强化政府一种高高在上的地位，这样的政府建筑不仅缺乏设计感，更是让人觉得离人们很远。

随着时代的进步和发展理念的转变，融入一些新的设计思想的政府建筑正在开始进入中国城市。作为一个具有深厚历史文化底蕴的移民镇，在永乐十八年的历史背景下，新镇政府的办公楼将成为一座响应时代进步又具有文化艺术气息的政府建筑设计典范。

2.设计思路
亲和于环境：场地地处玄武山的一个山谷，背靠玄武山，前面是贯穿整个小镇的水渠，有山环水抱、背山面水的良好



区位。依托其良好的环境，通过建筑形式、造型、色彩、格调、线条以及高度等的变化，创造与自然环境、与小镇移民区和谐统一的形态布局，强调亲和环境之美。

亲政于居民：在满足功能需求的情况下，以人为核心，通过宜人尺度的叠山理水，强化人们进入空间的适宜感，营造一个属于“大家”的休闲场所，让大家在自然与文化中享受工作的快乐。

文化艺术精品再现：文化的才是永久的。运河岸上的院子，因为其便捷的交通和优美的自然环境，开创性的进行建筑造型、材料选用、立面包装，最终成为一个可以品鉴、收藏的建筑，一个代表当代中国的建筑艺术精品。以精品的思想去设计政府建筑，从而实现建筑的艺术化，艺术建筑化。 **BES**

实景图与效果图对比：



临波踏步，赏中国最美绿道——肇庆星湖

文 / 孙晨

“如果你还在为生活奔波忙碌,肇庆的绿道不会使你厌倦。”2011年,广东肇庆被权威机构评为“中国最美绿道”。其曲折婉约的二十多公里长的湖堤,如绿绸带般地将平湖分成五湖,波光岩影,美不胜收,形成了娇娆多姿的七星岩二十景。漫步或骑行在肇庆绿道,仰望星湖之上层峦叠翠的七星岩时而云雾缭绕,时而渐渐融化。蓊郁荫翳的树木与湛蓝辽阔的天空,缥缈的几缕云,恰好构成了“天然的山水盆景”。俗话说的好“久在樊笼中,复得返自然。”久居都市的人们更多地渴望到大自然当中洗涤心灵,物我两忘,感受大自然的呼吸,寻求惬意,远离都市的喧嚣,踏上没有噪音尾气的林荫绿道洗肺。舒缓绵延的绿道,让生活在发展时代的人们灵魂畅享、返璞归真。绿道不仅可以缓解交通拥堵,降低PM2.5,维护土地的生态功能,而且还能为市民提供一处散步、骑行的空间,一方尽享自然惬意的净土。绿道,俨然成了演绎“城市,让生活更美好”的最佳案例。

绿道主要由自然因素所构成的绿廊系统和为满足绿道游憩功能所配建的人工系统两大部分构成。

一、肇庆绿道的功能

绿道从乡村深入到城市中心区,有机串联各类有价值的自然和人文资源,兼具生态、社会、经济、文化等多种功能。

1、在生态功能上,能发挥防洪固土、清洁水源、净化空气、为植物生长和动物繁衍栖息提供充足空间,有助于更好地保护自然生态环境。

2、在社会功能上,为居民提供贴近自然的户外交往空间。绿道上可以安全、健康地开展慢跑、散步、骑车、垂钓等

各种户外活动。

3、在经济功能上,促进旅游观光、商贸服务等相关产业的发展,拉动消费,扩大内需,并为周边居民提供多样化的就业机会;同时,还能够提升土地使用价值,改善城市投资环境,促进经济增长。

4、在文化功能上,可以将各类有代表性的文化遗迹、历史建筑、传统街区串联起来,使人们可以更便捷地感受历史的风采,彰显城市的文化魅力,提升城市品位。

绿道建设与城市特色有机的结合,可以充分利用绿道的生态、文化等特征,促进自然景观资源保护,和历史文化资源传承,优化城市空间结构,维护区域生态安全,提高城市宜居性。

二、肇庆绿道的空间布局

肇庆星湖绿道位于广东绿道1号线,起点肇庆波海公园,绿道线路环绕国家风景名胜区星湖,整个环湖绿道分四个生态休闲环。

- ① 波海湖休闲环
- ② 星湖中心休闲环
- ③ 星湖东门休闲环
- ④ 仙女湖休闲环

三、肇庆绿道特色

1、自然生态
自然生态得天独厚,森林覆盖率达65.1%,注重发挥自然生态优势,保护和扩大“生态化”功能,打造千里休闲走

廊,北靠北岭山,南靠西江河,坐拥七星湖,山湖城江浑然一体,仙女湖聚居着世界濒危野生动物丹顶鹤、火烈鸟以及各类候鸟等,人与自然的和谐统一融为一体,成为特色的城市景观。

2、历史人文

①历史人文资源丰富,是岭南土著文化发祥地之一。用绿道串珠成线,让名城历史文化在绿道上传承。绿道以星湖牌坊为链头,向西南形成“牌坊、宋城、梅庵、包公祠”的珠链,向北形成“牌坊、千年诗廊、摩崖石刻、盘古生态文化区”的珠链,向东形成“牌坊沿星湖、端砚文化村、砚坑文化展示区”的珠链,并与端州八景串珠成线。

②共建共享,让特色文化在绿道展现。注重文化广场,主题公园等文化设施配套,建设地方特色文化展示平台。通过举办“端砚文化节”、“龙母诞”、“孔庙年会”等民俗活动,弘扬传统文化艺术,展示绿道文化的“百姓特征”。

3、旅游观光

①通过绿道将农家乐、果园、茶园、农业精品园串联起

来,形成特色农家大乐园,将绿道建设成观光消费、农民增收致富通道。

②突出休闲观光特色,把绿道建设成为“国际化休闲之都”的重要组成部分。

③突出文化生态特色,挖掘人文古迹、养生保健、生态休闲等文化内涵,打造既能欣赏自然风光又能追寻古迹的绿道。

如果说贯穿城市与乡村的机动车道是“快行系统”,那么,绿道就是以绿化为特征、供市民休闲的“慢行系统”,为市民提供了“慢生活”的空间。绿道沿途有美丽的花木、山水景,有饮食、驿站以及各种休闲服务设施。市民,可在绿道驿站内租用自行车,沿着绿道骑行,沿途既欣赏了山水风景,又锻炼了身体。

可以看出肇庆绿道是具有生态性、连通性、安全性、便捷性、经济性的市级环湖栈道网,完善了市民和游客的休闲游憩系统,提供了更多、更好的户外活动空间及交流场所。

BES



“天桥”是怎样炼成的？

文 / 祝文 张栋平

早在2011年12月的时候，天蒙旅游区规划中的“天蒙十绝”激发了很多人的想象，天蒙十绝包括天门——“南北天门”；天街——“沂蒙天街”；天瀑——“葫芦崖瀑布”；天台——“观光平台”；天桥——“悬空索桥”；天宫——“玉皇宫”；天阁——“望海楼”；天路——“主题步道”；天眼——“水晶缆车”；天籁——“沂蒙山小调”。经过多年建设，十绝中，唯一一绝最令人揪心，迟迟看不到相关公开报道。

直到今年8月份，山东旅游政务网终于登出一条消息：《临沂10月建成世界跨度最大人行索桥》。

消息中这样写道：日前，世界最大跨度人行索桥——临沂沂蒙山银座天蒙旅游区人行索桥最后一主梁完成拼装，大桥顺利合龙，实现全桥贯通，预计于10月通行。人行索桥位于沂蒙山银座天蒙旅游区，为双塔单跨吊悬索桥，全长505.5米、主跨420米，为世界最长、跨度最大的人行索桥。大桥主梁宽4米、人行道宽2.4米，桥面距离谷底的高度为143米。大桥的建成避免游客穿过深达143米的娄子沟，节约40分钟的行程。

从上面的简短消息中，似乎无法感受到这座“天桥”落成的价值与意义。但是，细读就会发现其中的“世界最大跨度”几个字是分量很重的。这几个字一方面体现了桥本身在设计上的高难度，另一方面也体现了桥的建造者的视野与情怀。虽然桥的所在地是一个山东省的一个小县城，但是，桥的建造者却拥有世界级的胸怀。这样的胸怀来自费县这座小县城的开放精神。可以说，在费县人的内心里，早已架起了一座桥，这座桥给予了一个小县城世界级的旅游翅膀。

属于费县的那座桥是怎样出现的？

从资源优势来看，费县发展旅游产业的优势是非常明显的。著名的蒙山横跨临沂市的费县、蒙阴、平邑、沂南四县，其中很大一部分面积处在费县境内的天蒙旅游景区内，这里山岳生态体系非常完整，90%以上的土地被森林覆盖，每立方厘米85万余个负氧离子的空气质量为这里赢得了“天然氧仓”的美誉。然而，费县政府掌握着如此好的资源，却一点都不着急，慢慢悠悠地做着自己的旅游梦，坐看周边地区把旅游开发中搞得热火朝天。这样的局面一直延续到2008年，当拥有世界眼光的鲁商集团走进费县，两位执着于旅游的慢热型“巨人”终于握手了。鲁商集团敬佩费县坐等大手笔的耐心，费县敬佩鲁商集团的世界级眼光，二者一拍即合，50个亿投入了这片热土。鲁商集团，从此成为了费县这个小县城走向世界、接近奇迹的桥。

属于费县的那座桥是怎样发挥作用的？

1、以集团为桥，推动经济转型升级，区域发展对接宏观发展趋势

鲁商集团进入费县之后，聘请了国内知名规划机构大地风景咨询集团为天蒙旅游区做总体规划和详规。大地风景集团将费县的区域发展放在整个中国的宏观经济背景下来考量，寻找到了费县转型的旅游路径。通过对山东省生态旅游和休闲度假市场的深入调研，大地风景提出了以蒙山地区良好的自然生态资源为基底，以天蒙景区丰富的历史文化、地方民俗、生态农业、休闲资源为依托，将天蒙景区建设成为集山水观光、文化体验、运动休闲、商务会议、养生度假、生态

居住和奇石旅游等功能于一体的国际先进、国内一流的旅游度假区的总体规划思路，并根据项目地禀赋和市场需求精心设计了沂蒙山小调街区、动石景区、沂蒙国际滑雪场等56个项目。

因为有了鲁商集团的大手笔与大眼光，整个费县和天蒙景区的发展成为了山东省旅游业整体布局的一个关键棋子，成为了提升山东省的旅游品牌形象的关键环节，成为了积极山东旅游产业发展方式转型升级的关键样板。

2、以集团为桥，推动农业提质增效，农业生产对接高端平台

因为有了鲁商集团对费县近乎全覆盖的大手笔投入，大地风景在进行规划设计时把所有项目都与鲁商集团整体产业链条连接起来，使得鲁商集团的相关资源和平台优势能够最大限度落实在费县和天蒙景区的每一个项目中。以天蒙景区的优质农产品加工基地为例，该基地是费县物产资源优势 and 鲁商集团零售业渠道优势完美对接的典范之作，占地200亩，通过农超对接，并借助鲁商集团所属国家级农产品物流中心的技术支持，为费县优质农产品找到了走向全国的高端平台，树立了费县农产品国家级的品牌形象。

3、以集团为桥，助推行政职能提升，大集团眼光对接小政府情怀

费县政府是一个非常“小家子气”的政府，在周边地区都大干快上搞旅游的时候，他们却一直“扭扭捏捏”舍不得迈开脚步。十几年前，先后有20多个开发商被“扭扭捏捏”的费县政府拒绝了，他们“左怕狼右怕虎”，生怕别人把费县的好资源给糟蹋掉。在对干部的考核中，费县政府不考核招商引资的水平，却考核花花草草的保护水平。然而，直到多年后，人们才明白，这样的政府是有先见之明的，是有情怀的，是真正值得点赞的政府。也正是怀着这样的小政府情怀，天蒙旅游景区的所有建设项目都不赶进度，只求质量。于是，我们看到了那座天桥一修就是将近五年，这期间，抬石头的工人为了不破坏花草，不知道走了多少弯路。

鲁商集团的大眼光遇到如此有情怀的小政府，可谓英雄惜英雄，相见恨晚。一个能踏踏实实搞投资，一个能仔仔细细搞服务，对旅游产业项目审批、立项、土地、环评等环节开通绿色通道。而大地风景集团则能够在二者之间游刃有余，把先进的规划理念和先进的设计理念一点点落实到项目的一砖一瓦中。

如今，费县天蒙旅游景区已经成为了集山地生态、运动休闲、民俗体验、休闲度假旅游于一体的综合性人文生态旅游度假区。天蒙景区作为山东山岳旅游“最后一块处女地”，也以更加纯净、美好的姿态屹立在游客的恋恋不舍中。站在即将开通的人行索桥上，每一个参与过天蒙景区规划设计和建设的人都会深深感受到，这座索桥早已超越了外在体验价值，成为了费县走向世界的精神之桥。 **BES**



杨家埠，一个年画古村落活化的历程

改革开放后，杨家埠的年画、风筝的传统手工艺资源开始逐步得到政府的重视，原本民间艺人打造的小作坊式发展模式逐步转变为景区式发展模式，在政府的推动下，杨家埠搭建起了新的生产平台，民间艺人的地位一步步提升，他们一方面向徒弟传授技艺，一方面向游客展示雕刻技艺、套版印刷手工艺和风筝制作技艺，将年画、风筝所承载的乡土文化艺术传播给了更多的人。

因为民间艺人的带动和政府的推动，杨家埠创造了“画店百家，画种过千，画版上万”的兴旺景象，创造了复兴民间文化遗产的奇迹——杨家埠现象。

一、杨家埠传统文化的传承困惑

与奇迹并存的是杨家埠传统文化传承与工业效率的矛盾。制作杨家埠年画需要绘画、雕刻木板、印刷、补色、装裱等近10道工序，每一道工序都对技术水平有着极高要求，尤其是刻板这一道工序，年画能否传神生动，全在于一把刻刀上的功夫。然而，在机器印刷的冲击下，传统年画的技艺正在遭遇挑战。机器印刷的低成本和高效率让急于赚钱的商家渐渐忽略了传统技艺，实际上，传统技艺虽然费时费力，但是，其所展现出的年画韵味是机器印刷根本无法比拟的。在工业效率和文化传承之间如何取舍？这成为了杨家埠年画面临的一大困惑。

二、杨家埠传统文化的活化过程

1、充分尊重民间记忆的规划理念

大地风景在给杨家埠景区做规划的过程中，本着对民间记忆的尊重，每家每户去拜访老艺人，让他们帮忙回忆杨家埠古

老街巷的样子。通过这样的调研，规划师们发现，杨家埠的文化内涵远远超过了目前大家的认识，于是，决定将老艺人记忆中的那个杨家埠还原出来。这其中有一个比较生动的例子，就是杨家埠的风筝台。风筝台是用来试风筝的，当地政府一直主张在风筝台地块建设新的建筑，这样能够增加杨家埠的旅游收益。大地风景的规划师则认为，风筝台承载了杨家埠的文化内涵，应当保留。经过几番讨论，当地政府终于妥协了。

2、充分适应文脉地脉的规划定位

本项目发展的文脉、地脉依托主要有两个方面，一是杨家埠古村原真的遗产文化，二是整个潍坊地区的丰富的非物质文化遗产，项目能够包容多种民间艺术的旅游产品。

大地风景规划师依托于潍坊丰富的非物质文化遗产与杨家埠古村原真的遗产文化，通过文化艺术展览方式的改进、杨家埠古村落的局部复原、参与体验式休闲娱乐产品的开发，将本项目打造为——以年画、风筝为主题的文化体验式遗产旅游目的地，及最具华夏神韵的民间艺术休闲博览园。

这一定位包含以下三个重要方面内容：

首先，遵循现有产品的发展基调，通过展陈方式的改进、室内户外旅游空间的整合、游赏线路的调整、新游赏项目的增添，让文化观光产品变得更加符合现代人的体验习惯，做到可游可憩、可观可玩，实现轻松游赏、欢快受教育。

其次，充分挖掘杨家埠村的人文地脉，通过杨家埠古村落的局部复原工程，打造古村遗产体验，让古民居游赏变得有主题，有氛围，有规模。也使杨家埠的民间艺术文化获得更好的支持，拥有一个有形的载体。



再次，通过与民间艺术主题相关的休闲娱乐项目的创造和开发，改变纯观光的产品形态，让游客获得全方位的旅游体验。以休闲娱乐项目，尤其是主题动漫、舞台表演、水上活动等，构筑景区新的吸引点，拓宽市场面。

3、充分尊重消费市场的规划技法

在规划中，大地风景的规划师不仅仅考虑当地文化的传承，也充分尊重市场的需求，提出了5大技法。

第一：要通过深入挖掘年画、风筝及其它相关民间艺术文化资源，落实“遗产活化、古村复兴”工程，提炼出杨家埠村落格局的历史地理特征，进行合理的复原，创造古村“味道”。

第二：要改变传统的单一的文化展陈手段，让文化展陈品“从室内走到户外，从平面走向立体，从静态走向动态”，让民俗文化文化从“被动体验的、严肃的、不易亲近的”文化转变成“生活化的、与游客交融互动”的活文化。

第三：要对南部区域合理进行场地改造，营造乡村景观元素，给游客相对开阔、舒缓的空间体验感，与北部旧区相对紧凑的空间体验感配套，让人有张有弛；在展示内容上，要对旧区进行深度拓展。

第四：要实现观光、娱乐、休闲、体验等功能的叠加，要在“观光上出冲击点”、“在娱乐上出特色点”、“在体验上出品味点”；通过游线组织和游程规划，增加园区可游空间，延长游客停留时间。

第五：要以市场为导向，以效益为中心，进行项目开发与建设，以最小的投资获得最大的经营价值，通过项目筛选，选择可经营性强的单体项目和设施，以便丰富项目运营的内涵与手段。

杨家埠最近经营状况：

据统计,杨家埠已有民俗产品经营业户70多家,从业人员800多人,每年生产风筝600多万只,印制年画2300万张,成为地道道的民俗作坊。

杨家埠立足服务精品,把功夫下在旅游园区内容提升上,对大观园景区相继投入2.2亿元,规划建成了四大景区36大景点,并在此基础上加大景区内内容向影视基地方面的延伸和拓展。央视播出的《大掌门》、《红高粱》电视连续剧,以及影视剧《火种》,都在杨家埠取景拍摄,扩大了杨家埠大观园木版年画和风筝民俗的知名度。 **BES**

西充中国有机生活公园

文 / 王雨翌

一、项目概况

- 1.1项目位置：南充市西充县义兴镇
- 1.2交通情况：成巴高速、G212国道（连接兰海高速、约30分钟到达西充县城、一个小时内到达南充市区、3小时到达成都、重庆）
- 1.3规划面积：450公顷

二、项目基底

- 2.1地形——以浅丘为主，海拔高差为40米，起伏较小，适于建设。
- 2.2建筑——由商业公用建筑、养殖建筑、大棚、民用建筑、新农村综合体等组成，较为杂乱，景观效果差。
- 2.3植被——分为原生乡土植物和园区产业植物，植物品种较为单一，生长杂乱。
- 2.4产业——主要以特色养殖和有机种植为主，但旅游功能弱，观赏性和体验性需要进一步提升。

三、规划回顾

- 3.1甲方诉求：基于现有农业产业基底，发展旅游产业，做到一产和三产的结合。
- 3.2规划思路：围绕有机果蔬、生态养殖这一核心资源，凸显充国花海风光景观特色，构建具有示范效应的原乡观光旅游模式。打造集娱乐体验、家庭亲子、休闲度假、商务会议、

- 乐活旅居、科研教育于一体的原乡—原香国家有机生活公园。
- 3.3项目突破点：
 - A原乡——回归原味乡村生活
 - 回归田园，劳作游戏、放飞心情，是都市客群选择乡村作为旅游目的地的重要原因，依托现有农业基底，还原富于川西特色和具有参与性、游戏性的原乡情境，让游客在这里品味独属于乡村的快乐。
 - B原香——找回食物本来的味道
 - 农药、化肥、催熟剂、转基因，都市人不断感叹，记忆中那些“菜有菜味儿、肉有肉味儿”的食材都上哪儿去了？依托园区生态种植、养殖产业，将生态农业品牌打造与生态农业旅游开发相结合，延长农业产业链，发展特色旅游。

- 3.4空间布局：
 - 一心：原香漫谷体验核心
 - 两轴：梦里原乡风情体验轴（人文主轴）、有机农业示范发展轴（生态主轴）
 - 一环：生态旅游环线（园区景观环路）
 - 五区：原乡小镇片区（游客综合服务）、源清流香片区（物流市场餐饮）、茶余饭后片区（种植、水产养殖）、村酒野蔬片区（种植、高端度假）、园香原味片区（立体种养、科普）
- 3.5功能组合
- 3.6鸟瞰图

四、落地实景展示



五、运营情况

- 总投资：3700万元
- 开业时间：2014年5月1日
- 旅游接待：2014年5月1日开业当天，入园游客4万人左右，门票收入120万元
- 2014年6月1日，入园游客5万人左右，门票收入150万元
- 2014年开业半年内，共接待游客65万人次，门票收入1300万元
- 2015年春节期间，共接待游客15万人次，门票收入200万元

六、节事活动

- 2014年5月1日至20日，举办“中国有机生活公园开业仪式暨西充首届百科赏花节”
- 2015年3月26日，成为“四川省第六届乡村旅游文化节”主会场



大地风景国际咨询集团

大地风景国际咨询集团置身于旅游及其延伸领域的发展前沿，整合全球顶尖智力资源，搭建顶级国际合作平台，采用国际化运作和管理方式，立足本土文化，融入国际领先的咨询理念，构建旅游全产业链咨询服务体系。

复合型专家顾问团队

吴必虎教授，北京大学旅游研究与规划中心主任，国际旅游学会秘书长，大地风景首席合伙人，中国旅游规划咨询行业奠基人之一。大地风景以吴必虎教授为核心凝聚了来自美国、德国、英国、俄罗斯、韩国、日本、澳大利亚等众多国际著名院校和来自北大、清华、香港理工大学等国内著名院校的复合型专家队伍。大地风景能够根据客户实际需要量身定做，以充分满足各种类型的规划设计与咨询需求，保证提供一流的智慧成果。

全方位一站式旅游咨询服务

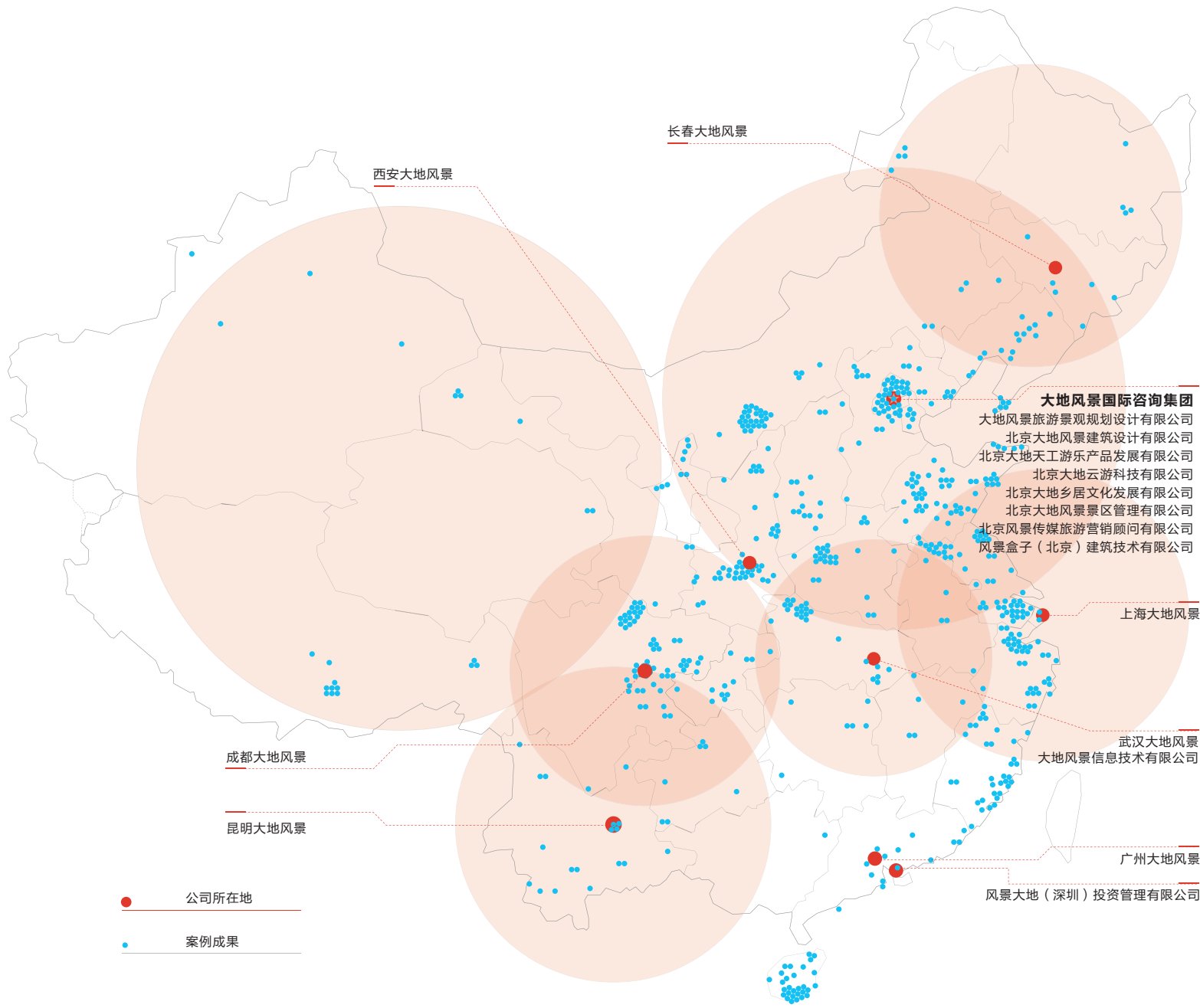
作为专业化旅游咨询服务集成商，大地风景国际咨询集团为客户提供一揽子、全方位旅游咨询服务。提供旅游规划、景区管理、投融资服务、营销策划、旅游商品设计运营、旅游大数据开发、旅游教育培训、游乐设施等一站式全程服务。

旅游规划设计最具影响力品牌

十多年发展，1000多个优秀服务案例；数十项荣誉，见证中国旅游规划设计最具影响力品牌。项目范围覆盖全国所有省、直辖市、自治区，被多个省、市、区县及旅游景区聘为旅游发展顾问单位。

引领中国旅游新方向

主办数场旅游行业先锋论坛协办多届中国旅游产业发展年会，承办20余个行业热点高峰论坛，百余位旅游局长，数百位行业高管出席活动现场，助力大地风景引领中国旅游新方向。



十二大服务板块，无缝对接市场



大地风景旅游景观规划院——中国规模最大的专业旅游策划规划咨询机构之一；

北京大地风景建筑设计有限公司——致力于“休闲旅游设计”研究和实践的专业设计机构；

北京大地天工游乐产品发展有限公司——专业化的游乐项目咨询与运营管理全程化的产品设施设计；

风景大地（深圳）旅游投资管理有限公司——打造最专业的旅游投融资服务机构和最具影响力的旅游产业基金管理机构；

北京大地云游信息开发有限公司——谁掌握大数据，谁就能赢得未来。

大地风景国际咨询集团

地 址:北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观31层

邮 编:100101

电 话:010-59393956 59393965

传 真:010-59393985

网 址:www.bescn.com

微 博:@大地风景旅游咨询

上海院

地 址:上海市嘉定区沙河路337号慧创国际3F

电 话:021-60767830

传 真:021-60767831

邮 箱:bessh@bescn.com

华南院

地 址:广州市天河区珠江新城马场路28号富力公园28 B2栋4601

电 话:020-83981763

传 真:020-83981762

邮 箱:besgz@bescn.com

西南院

地 址:成都市武侯区新希望路7号丰德万瑞中心B座806

电 话:028-66897747

传 真:028-66897753

邮 箱:bescd@bescn.com



BES微博



BES微信