

武義：加速發力打造全域旅遊

今年1至10月，浙江武義牛頭山國家森林公園接待遊客132.9萬人次，總收入6,625.06萬元（人民幣，下同）；武義千丈巖景區接待遊客29.2萬人次，收入2,194.25萬元……近日，筆者從武義縣旅遊委員會了解到，1月至10月全縣共接待遊客1,090.11萬人次，同比增長55.37%，實現旅遊收入94.53億元，同比增長64.57%。



■大紅巖國家級風景名勝區

「我們提前兩個月完成了年初制定的全年遊客接待超1,000萬人次的目標。」武義縣旅委負責人廖壽明表示，武義旅遊業保持強勁持續發展態勢，得益於該縣厚植溫泉優勢，緊抓旅遊發展合力、產品競爭力、市場動力，做好做足「溫泉+」文章，扎實推進項目建設，做好品牌推廣和行業管理，全力助推全域旅游新發展。

成績屬於過去，跟不上時代步伐，才能在發展中佔得先機。隨着旅遊休閒消費需求變遷，自由行、深度游越來越成為趨勢，一種開放式的、環境服務主客共享、「旅遊+」多元產業融合發展的全域旅遊模式正悄然而來。

武義一直在探索更加符合需求側的旅遊發展戰略。早在2012年，武義就提出「生態景區全域化」的發展理念，其最大的特點是牢牢守住「生態」這張底牌，將其優勢最大化，從而塑造出「溫泉名城、養生武義」的品牌形象，蛻變成旅遊富民的「縣域樣本」。2015年入選浙江省首批特色小鎮的武義溫泉小鎮，無疑是從「點線旅遊」發展到「板塊旅遊」的雛形。今年5月19日，武義召開旅遊發展大會，出台《關於加快推進全域旅游發展的政策意見》，吹響爭創全域旅游示範區的號角。

從供給側改革看武義全域旅游，一個「游」字已經無法囊括武義旅遊的實質。武義正在通過生態優勢的最大化、公共服務的精细化、旅遊產品的精品化、新旅遊業態的培育和與多元產業的融合全面構成「吃住遊購娛」六要素對遊客帶來全方位吸引。

站在「十三五」的開局之年，武義在上一輪生態景區全域化之後，進一步出台更有針對性的、符合武義發展路徑的全域旅遊相關政策，助力武義旅遊的轉型發展，打造成「浙中旅遊集散地」、「養生旅遊目的地」。



■清水灣沁溫泉露天溫泉池

以溫泉為中心 實現旅遊產品格局全域化

全域旅游的提出是對當前旅遊供給格局的顛覆。這意味着，武義旅遊已經告別「走馬觀花式」看景旅遊時代，而向休閒度假旅遊轉變。但一開始，卻一度面臨淡旺季差異顯著、旅遊產品比較單一、產業功能帶動不強等瓶頸。

為了充分發揮旅遊產業的聯動效應，2012年，武義出台了《關於推進生態景區全域化發展的若干政策意見》，進一步加強以溫泉旅遊為特色的旅遊業與農業、林業、工業、文化、體育等產業的融合力度，實現從封閉的旅遊自身向開放的「溫泉+」多產業鏈轉變，建立和完善「大旅遊、大市場、大產業」的新格局。

「溫泉是武義旅遊的王牌，打造『溫泉+』就是將溫泉度假養生的概念擴展為與休閒度假、文化體驗融為一體。」武義縣委主要負責人說，目前，武義正圍繞溫泉小鎮的建設，全力打造的「溫泉+」。溫泉小鎮作為浙江省首批特色小鎮，其最大的意義便是將溫泉度假養生的概念擴展為與休閒度假、文化體驗融為一體，引進環園古民居博物館、飛神谷國際慢城、國際汽車文化創意體驗園、百泉谷溫泉養生園、壽仙谷國際藥養生館、溪里休閒旅遊特色村等項目，有效破解溫泉旅遊淡旺季現象。

特色景區和重點項目則是武義發展全域旅游的支撐。千丈巖萬畝竹海觀光園、大博山農業觀光園、五州綠谷莊園、花田小鎮、萬壽康中藥材種植示範園……2015年，全縣「旅遊+」融合產業發展迅速，湧現出十大農業旅遊建設項目，年度實際投資1.13億元。

另外，在「515戰略」的指引下，武義不斷推進旅遊供給側改革，致力於為遊客提供更高效率的服務、更豐富的體驗、更具特色的產品。

「冬春泡溫泉，夏秋玩生態，四季鄉村火，全年無淡季」是對如今武義旅遊的形象描述。目前，武義已形成「北部溫泉度假、中部丹霞探古、南部生態風情」三大特色養生旅遊板塊。與此同時，武義通過以精品村為連接點，創建歷史文化與農耕文化精品線、茶文化精品線、蠶鄉文化精品線等5條特色精品線，形成村點出彩、沿線美麗的鄉村旅遊建設格局，將武義的山山水水串聯成一個大景區。

武義旅遊發揮著強大的拉動力、催化力、融合力，越來越多的產業與旅遊融合，從而形成新業態，不斷提升綜合價值。隨着溫泉、生態有機食品等各種旅遊產品深度開發，武義旅遊鏈已越拉越長，留客率也越來越高。



■俞源

2015年，武義全縣旅遊總收入74.63億元，同比增長53.2%，旅遊業增加值佔GDP10%以上，全縣接待遊客857.47萬人次，同比增長41.2%。

美麗鄉村建設 推進旅遊景點生態全域化

全域旅游是旅遊需求側發展的必然結果。「生態景區全域化」的提出，意味着武義把旅遊發展目光從景點、景區轉向全縣、全域。在武義縣政府主要負責人看來，「全域旅游」並不意味着處處是景區，而是按照景區標準來優化環境、美化城鄉，推進旅遊景點生態全覆蓋，形成處處可以欣賞美、傳播美的優美環境，將整個武義打造成山清水秀、路暢景美、魚游鳥飛的養生大景區。

為此，武義把「生態立縣」作為發展的第一大戰略，把生態文明的發展當作全域旅游的基石。2015年，武義在「五水共治」、「三改一拆」、「四邊三化」等組合拳的聯合推動下，將美麗鄉村的內涵進一步延伸和昇華，啟動針對農村「兩亂」（亂堆亂放、亂搭亂建）的專項整治行動，進一步「美化、綠化、淨化、潔化」鄉村。

如今，走進武義鄉村，一幢幢黃泥土房錯落有致。清澈見底的小溪畔，整齊的竹籬笆、酒罈牆、柴垛子，讓大山腳下的村莊充滿了「鄉愁」的味道。老人們在古樸的水車邊聊天、曬菜。村子的環境好了，老百姓成了最直接的受益者，而當地人的閒適、愜意的田園生活，更成為了遊客流連忘返的理由。

鄉村，將逐漸成為未來中國人休閒度假的「奢侈品」。生活旅遊時代來臨，更加強調農村生產、生活等要素在旅遊中扮演的重要角色。通過挖掘自然生態資源和文化傳統稟賦，武義把全縣農業產業、農耕文明、古村落和自然景觀、山水生態、鄉風民俗等整合為現代農村大觀園，冬日溫泉、夏季避暑，白天賞荷、夜晚垂釣，任何季節、任何時段、任何人都可以在這裡找到休閒養生的去處，讓人們流連忘返。

「打造全域旅游示範區，不僅僅是簡單的城鄉風貌景觀化，更要特別注重片區風格風貌的差異性、特色性。」武義縣政府主要負責人介紹，接下來，武義將重點建設「四鎮三園」，即建設「旅遊四鎮」——「溫泉小鎮」、「畚鄉古鎮」、「田園美鎮」、「桃源福鎮」；整合提升東北部創業樂園，加快建設中部養生莊園，精心打造南部生態公園，一個更具個性化、特色化、原生態的「養生旅遊目的地」正逐步形成。

加大宣傳力度 促進旅遊精準營銷全域化

為推進武義全域旅游發展，推廣武義旅遊「溫泉+」的產品與品牌，武義在精準營銷上下足功夫，取得了顯著成效。

立足溫泉、生態、古村落等資源優勢，武義實施景區聯動、行業聯合、企業聯手、媒體聯姻、電商聯網的大旅遊促銷戰略，加快形成全方位的營銷體系。廣泛開展旅遊宣傳活動，充分發揮攜程、同程等網絡營銷平台和微信公眾號等自媒體作用，積極創新營銷平台與方式，針對客源地和目標遊客群，面向國際國內市場進行精準營銷，進一步提升全域旅游品牌的市場競爭力、知名度和影響力。



■郭洞古生態村



■花田小鎮



■牛頭山國家森林公園

目前，武義在推廣上更加注重大數據的收集和整理，深化市場分析，遵循市場發展新趨勢，實施精準化營銷策略。隨着高鐵開通，武義迅速融入長三角兩小時交通圈。武義緊緊抓住高鐵開通有利時機，加大武義旅遊宣傳力度，先後在上海、蘇州等地舉辦「乘著高鐵游武義」旅遊推介會。4月，在蘇州、杭州旅遊推介活動上推出的「2,000萬溫泉免費泡」、武義「溫泉+」旅遊線路等特色活動深受群眾歡迎，市場反響熱烈。5月，武義打破傳統的旅遊推介形式，採用旅遊品鑒會，把武義的茶藝、溫泉、美食都帶到現場。9月底，溫州舉行形式新穎的旅遊推介活動。

此外，武義借鑒全省教師療休養基地的優勢，借助全省職工療休養的有利政策，積極對接省教育工會，大力引進療休養團隊。截至去年底，來武義療休養的遊客已從教師群體擴展到全省各企業單位，接待總人次已超過10萬。

2006年以來，武義每年堅持舉辦溫泉節、養博會，並成為杭州西湖博覽會（世界休閒博覽會）的分會場，為全縣各類「溫泉+」旅遊產品樹立了核心品牌競爭力，有效聚集人氣，擴大和提升武義溫泉旅遊的知名度、美譽度。去年10月，結合武義第九屆溫泉節暨第六屆國際養生博覽會，成功舉辦了「2015亞洲溫泉小鎮峰會」，來自日本、新加坡、韓國、泰國等國家和地區以及內地大專院校、研究機構、行業協會的專家、溫泉小鎮和企業代表共150多位嘉賓參加活動，30多家主流媒體進行報道，影響巨大。武義溫泉旅遊發展的環境和態勢在多個國家和地區獲點贊。



■十里荷花

去年以來，武義繼續加大智慧旅遊建設，做大做強微營銷，積極通過微博、微信編發主題信息，同時開展各種線上活動聚集人氣，根據最新統計，武義旅遊微平台粉絲總數達6.7萬人，武義旅遊微信號獲評「2015年浙江旅遊好微信」。武義還成功承辦第三期全省旅遊微信運營分享會並介紹運營經驗。

遊客體驗至上 打造旅遊精品服務全域化

全域旅游區別於景點旅遊的另一個特點，是以「遊客思維」來衡量旅遊全過程，需要交通、景區、餐飲、住宿、購物、休閒等旅遊全線的精細服務。無論是旅遊景區、飯店，還是鄉村旅遊、休閒街區，或是旅遊線路、中介服務，都要致力於打造精品、追求精緻、講究精美，從數量型走向質量型。

發展旅遊需要精雕細琢，也需要宏大敘事。為了「跳出旅遊看旅遊」，盡可能地優化旅遊資源配置，武義專門成立由縣委書記和縣長任組長的旅遊發展領導小組，各鄉鎮、街道都成立旅遊發展辦公室，綜合考慮區域內的生態稟賦和文化氛圍，充分利用道路、路燈、綠化、交通、形象標識等資源和條件，提升區域內的旅遊公共服務體系，以增強旅遊的吸引力。

走過一段旅遊發展的粗放階段，武義已深刻認識到旅遊公共資源和市民公共服務資源是交融在一起的，只有讓旅遊發展紅利和公共服務主客共享，才能調動當地老百姓的積極性，創造「令人心動的有效供給」和「讓人心安的產品質量」。

隨着旅遊扶貧致富效果的彰顯，當地百姓參與鄉村旅遊的熱情越來越高。武義結合美麗鄉村建設，積極指導各個鄉村旅遊特色村抓好項目規劃，幫助完善鄉村旅遊點的旅遊交通指示牌等設施建設，重點將精品農家樂、精品民宿、休閒農莊、採摘果園、度假莊園、家庭農場「六位一體」的業態串聯起來，打造鄉村旅遊精品線。

「全域旅游是旅遊者與旅遊從業者的無縫融合。」武義旅委相關負責人表示，在景點旅遊模式下，旅遊從業者只是導遊、服務員等，而在全域旅游模式下，整個區域的居民都是服務者，都是主人，他們由旁觀者、局外人變為參與者和受益者。

為了確立旅遊從業者的「精品意識」，改善人才匱乏的現狀，武義深入實施「314」旅遊人才工程，與浙江外國語學院、浙江旅遊職業學院、金華職業技術學院、義烏工商學院等4所高校簽約並建立起旅遊人才輸送合作關係，同時進一步完善鄉村旅遊服務標準，組織農家樂經營戶參與星級評定和「省、市級農家樂特色村（點）」爭創，通過加強標準體系建設，推動各農家樂提升服務水平。

「全域旅游的顯著特徵是體驗至上，兼具秀美風景和文化內涵的精品民宿是武義鄉村旅遊轉型升級的方向。」武義旅委相關負責人介紹，去年以來，旅遊特色民宿在武義山區「遍地開花」。里九畝村已經開出十幾幢精品民宿，價格從幾百元到上千元不等，依然有門庭若市之勢；梁家山整村50多幢空閒民房被企業承包開發；董源坑村將黃泥房開發成精品民宿的合同已經簽訂……

武義以自然生態資源為核心的旅遊產業格局正在形成。隨着武義高鐵的開通，武義已經迅速融入長三角兩小時交通圈，未來，武義還將規劃建設通用機場，與周邊的旅遊城市對接。以旅遊「掘金」綠水青山，一個真正屬於武義的時代已經到來。

（資料由客戶提供）



■中國有機茶之鄉茶園