

旅游休闲度假目的地建设与旅游业的转型升级

——在 2011 杭州（千岛湖）国际旅游休闲度假论坛上的发言

杭州市旅游委员会主任 李虹

2011 年 11 月 9 日

各位领导、各位嘉宾，女士们、先生们：

大家好！今天很高兴可以和业内同仁欢聚一堂，我今天演讲的题目是《旅游休闲度假目的地建设与旅游业的转型升级》。

旅游休闲度假目的地建设与旅游业转型升级的必要性

伴随着经济的高速发展与人们生活水平的提高，旅游者的经验日渐增多，开始由过去被动旅游开始转向主动旅游，表现为主动获取所需信息、选择适宜的旅游方式、自己设计旅游线路、主动维护自身权益等。旅游者的需求也开始由过去的观光转向寻求轻松、愉悦、健康与快乐；不再追求多游多看，开始讨厌“白天看庙，晚上睡觉”的模式，并希望更多地参与到旅游休闲的整个过程中去，或是在一个地方静静的休息，“慢生活、慢旅游”的体验式休闲度假模式越来越受到人们的喜爱。

旅游者行为模式的改变意味着中国旅游业正在由观光旅游主导型时代向休闲度假主导时代过渡，休闲度假旅游渐成为新的需求主流。变化也向国内旅游从业者提出了新的要

求，需要重新审视旅游市场的发展特征，了解旅游者需求，逐步实现旅游目的地由观光型向休闲度假型的转型升级。

2010年海南国际旅游岛政策的出台，使得海南从国家政策上抢先一步进入旅游休闲度假目的地的建设。近两年来，海南借助其独特的热带海岛资源大力建设旅游休闲度假设施，着力打造国际旅游休闲度假目的地。随之全国各地也开始进行旅游业的转型升级，各地旅游区也正在由观光旅游主导转型休闲度假目的地，大力打造与建设旅游休闲度假目的地。

杭州旅游业作为传统优势产业，虽然近年来在市委市政府高度重视下，取得了长足的发展，奠定了在全国的领先地位，但随着人们对休闲度假的要求越来越高，杭州旅游业必须跟随者人们对旅游休闲度假需求的改变而不断转型升级。拥有“东方休闲之都”、“幸福城市”“休闲城市”等头衔的杭州，需要进一步依靠杭州传统旅游资源与市场优势，将杭州建设成为“国际重要的旅游休闲中心”。

杭州旅游业的转型升级的措施

杭州自古被誉为“上有天堂，下有苏杭”，旅游业发展较早，并依据优势资源与市场一直领跑全国，但随着全国旅游业转型的大背景下，杭州也需要通过转变自身发展策略，通过旅游全域化战略，构建全域化旅游产业格局，助推杭州城乡区域统筹发展；通过旅游品质化战略，实现旅游向深度

休闲度假转型；通过大产业融合战略，促进多元旅游业态整合，带动综合服务经济发展；通过旅游国际化战略，传播杭州城市品牌推动城市国际化，推动杭州旅游业的转型升级，并将杭州打造与建设成为“国际旅游休闲中心”。

杭州市“十二五”期间，将围绕建设“国际重要的旅游休闲中心”总目标，通过实施“四大战略”，再造杭州旅游“战略性支柱产业”和“现代服务业龙头产业”新辉煌。这也是杭州传统观光旅游转型升级的下一个方向。

为对杭州市旅游进行转型升级，市旅委将以五个转变为切入点，推进旅游业转型升级，提高旅游发展质量和水平。

第一，在旅游市场方面，要持续加快杭州旅游业向国内、国际两个市场双轮驱动型转变。

第二，在旅游产品体系方面将进一步巩固与加快向观光、休闲、会展三位一体统筹发展型转变。

第三，不断扩大旅游规模。将加快向规模化、品牌化、品质化、网络化质量效益型转变，并借助长三角的经济与市场优势，加快向大杭州一体化辐射带动型转变。

第四，大力推动旅游多元化发展。通过实施大杭州营销、大线路整合、大范围“乡村旅游”提升，最终让杭州旅游业转型升级，让杭州从“旅游城市”发展成为“城市旅游”。

杭州旅游休闲度假目的地的建设的困难和措施

自2004年“杭州旅游国际化战略研讨会”明确提出“东

方休闲之都”的发展目标和品牌之后，通过近年来的统一宣传，尤其是2006年世界休博会的大力推广，它在旅游界和社会上已获得很好的认同度和相当的知名度。2007年，杭州确定以“生活品质之城”作为杭州城市品牌；与之相呼应，杭州旅游的行业发展目标和品牌，自然地确定为“东方休闲之都，品质生活之城”。这也成为了杭州旅游的总体形象定位。

“东方休闲之都，品质生活之城”的目标，是要将杭州打造为一个休闲度假的宜居城市。杭州虽然有着发展休闲度假的自然与文化资源优势。但我们也深刻认识到，面对各地旅游休闲度假目的地建设竞争的基础上，杭州也面临着资源、市场的考验和结构性调整的压力，如何立足现有资源加快旅游休闲度假目的地建设，成为难破之题和必破之题。

面对困难，我们应该从以下几个方面出发，来打造杭州国际旅游休闲度假目的地。

第一，要以旅游个性国际化为总体战略，围绕“一心、一轴、八区、五翼”布局，引导传统观光旅游向以观光、会展、休闲度假为核心的产品体系转变；重点围绕提升杭州休闲旅游的国际知名度与美誉度。把杭州建设成为以观光旅游、文化体验、会展交流、休闲度假为特色的国际旅游休闲中心和国际风景旅游城市。

第二，从“景区时代”向“目的地时代”转变，杭州旅

游产品的发展不应再局限于某些景区、景点的孤立开发，而要致力于将整个杭州城市建设成为具有良好声誉、提供高品质服务、保持温馨好客度的城市旅游目的地。

第三，近期重点打造十一大品牌产品：大西湖、西溪湿地、京杭运河（杭州段）、湘湖、千岛湖、天目山、钱江潮、良渚文化、休博会、西博会、中国茶都等，形成对杭州旅游城市品牌的重要产品支撑。

第四，通过目的地营销，不断提升杭州旅游的感知度或知名度，提高游客在杭州旅游的满意度，提高游客重游率；扩大分销渠道，构建网络化分销体系，使重点目标市场可随处方便地预定杭州的旅游休闲度假产品。

第五，发挥地理优势，紧紧抓住“西湖申遗”、“高铁时代”、“休博会”等重大机遇以及后世博延伸效应，让杭州在长三角地区核心城市的区位优势在旅游产业有新的发展，让杭州真正成为“国际旅游休闲中心”。

第六，围绕大旅游，强化杭州市旅游委员会的综合协调职能，在现有旅委的体制下，立足大旅游，注重业态角色，注重实际作用，调整成员，扩大视野，设立一个能将大旅游所涉及各重要关联机构涵盖在内的高层综合发展协调会议机构。并鼓励发展杭州旅游目的地管理组织。鼓励组建不同形式的行业协会，充分发挥民间行业协会自治自律作用和监督咨询的职能。

我相信，在上级领导的支持下，业内同仁的帮助下，杭州旅委的努力下，杭州成为国际级旅游休闲度假地的理想并不遥远。谢谢大家！