

云南旅游在复归

2019中国国际旅游交易会云南展团的观察与思考

肖依群 林贵鹏 李 兵

11月15日,2019中国国际旅游交易会在昆明滇池国际会展中心隆重举行,75个国家和地区的展团参加了本次盛会。历经20多年的发展,中国国际旅游交易会已逐步成为国际旅游业界交流与合作的重要平台与年度盛会,对促进中国旅游业对外开放、提升中国旅游业国际地位、增进全球旅游交流与合作发挥了重要作用。作为本次展会的东道主,云南展团亮点多多。

全域旅游在形成

2019年11月15日,云南昆明。刚参加完2019中国国际旅游交易会开幕式的泰国代表秦先生,迫不及待地掏出手机,拨通了朋友孙先生的电话:“以后来云南旅游,刷脸进景区不排队,刷脸登机不用换登机牌,刷脸进入预定的酒店房间可以不用到前台。”

秦先生体验到的是云南智慧旅游建设的部分成果。而在本届的旅交会上,“游云南”APP再次大放异彩,受到各参展商的关注。只要下载了“游云南”APP,就可以做到“拿手机游云南,说走就走、全程无忧”,“吃住行游购娱”全部在这个平台上可以解决。在这个平台上可以提前了解你去的目的地,里面有景区介绍,每个景区、每个州市、每个县都有60秒的短片,可以在这上面订门票,到了景区可以刷脸入园不用排队等。

“推进‘一部手机游云南’建设,是云南大力整治旅游乱象、推动旅游产业全面升级的需要,更是为全域旅游发展打牢基础的需要,是提升云南旅游形象、让云南走向世界需要。”正如云南省委副书记、省长阮成发所说,“一部手机游云南”是云南推进全域旅游发展和旅游产业转型升级的重要举措之一。

“云南只有一个景区,这个景区就叫云南。”这是云南省省长阮成发在本届交易会开幕式上说的一句话。这句话充分反映了云南省委、省政府对推动全域旅游发展的深刻认识和坚定决心。为了推动这个理念和思路落地,云南还推出“大滇西旅游环线”。

“大滇西旅游环线”从梅里雪山—香格里拉—丽江—大理—保山—腾冲,再拐过去到怒江,大约有1600公里,“大滇西旅游环线”范围内有三江并流、香格里拉、茶马古道、苍耳风光、怒江大峡谷;有700米到6700米的海拔高度,几乎包括了从热带到寒带丰富的气候类型和自然景观;还有人口较少民族和特有少数民族丰富多样的风俗习惯、节日庆典。

云南是全世界旅游资源最为优质丰富的地方之一,其旅游资源囊括了中国大部分气候类型和风景景观,既有热带雨林景致,又有雪域和草原风光,还有北半球纬度最低的雪山冰川,而雄奇壮丽的石林和“三江并流”地貌更是世上独一无二。云南既有古老悠久的历史文化遗产,也有天然的休养生息度假场所。特别是云南25个少数民族各具特色的民族文化,构成了云南旅游的优势。加上云南是中国联结东南亚与南亚的桥梁,是中原文化、藏文化、



2019中国国际旅游交易会暨“中国—太平洋岛国旅游年”开幕式在昆明滇池国际会展中心举行

李惠桐摄

东南亚文化和西方文化的交汇点,形成云南旅游资源组合的丰富性和多样性。

在全域旅游的大背景下,近几年,云南在软硬件多端做出了很多积极的创新尝试:既有对新旅游景点项目的打造,也有对旧旅游景区的改造升级;以文艺文化为载体,各类主题、节庆、风情游路线不断涌现;围绕城市,大力开发乡村及近郊的休闲、观光、度假旅游新模式;与腾讯合作,打造“一部手机游云南”的全域旅游智慧平台;深入推进“厕所革命”,完善景区停车场以及游客中心等公共服务设施……

通过这一系列的措施,云南的旅游行业开始呈现新的生机活力,整个旅游环境与氛围正悄然改变。

诚信体系在重塑

近两年来,“诚信体系”是云南旅游界使用频率最高的词汇。

几年前,一段“云南导游强制游客消费”的视频在各自媒体传得沸沸扬扬,“不合理低价游”“强迫消费”“辱骂游客”等乱象不仅让云南的旅游形象受到沉重的打击,让“彩云之南,旅游天堂”的美誉蒙羞,甚至对云南安全、有序、文明、和谐的整体形象造成直接伤害。对此,2017年4月,云南出台了《云南省旅游市场秩序整治工作措施》,引发社会高度关注。

《云南省旅游市场秩序整治工作措施》通过7个方面22条整治措施,力图斩断灰色利益链条,规范旅行社经营行为、加强导游人员管理、提升景区服务质量,整治云南旅游市场秩序,擦亮云南旅游“金字招牌”。

驴妈妈旅游网CEO王小松曾表示,《云南省旅游市场秩序整治工作措施》的出台,体现了云南将狠抓旅游质量的决心和信心。

据云南省文化和旅游厅相关人士介绍,为了加大市场整顿力度,云南全省全面推行“1+3+N+1”旅游市场综合监管模式,16个州(市)及重点旅游县(市、区)建立了以政府一把手为指挥长的旅游综合监管调度指挥部,建立了3支执法队伍重点开展旅游市场秩序



云南文化旅游推介会现场

肖依群摄

工作,建立了30支旅游警察队伍严厉打击旅游违法犯罪行为。工商部门同时建立和执行亮照经营、明码标价、进货检查验收、退换货、先行赔付等制度。

除此之外,云南还建立了“1+16+129+X”的旅游投诉快速处置机制:2018年10月,“游云南”APP正式上线,云南在“游云南”APP平台上构建起省、州市、县、企业“1+16+129+X”的全域旅游投诉体系,游客投诉更便捷,处理投诉更高效。目前,99%的投诉可以做到24小时内办结,平均办结时间4个半小时,初步实现了以“政府管理服务无处不在”助推“游客旅游体验自由自在”的目标。

文旅融合在深入

在云南展区的各参展团,绝大多数的旅游产品都被赋予了极为浓郁的文化元素。在昭通镇雄展区,一曲彝家儿女的歌舞表演,将民族服饰、民族乐器、民族音乐等文化元素融入旅游产品中,让观众在演艺中更加深刻地了解其旅游背后的文化内涵。

“文化和旅游的深度融合”,这句话听起来简单,做起来却很艰难。在现实中,“文旅融合新时代”,是很多地方一直喊在嘴上,急在心头,却困于局中的难题。

在旅游达人刘连昆看来,云南是一个多民族省份,历史文化丰富,民族文化多姿多彩,更

应该坚定文化自信,保护好、弘扬好优秀的历史民族文化,让它们有机融合到旅游体验的全过程中,让云南的旅游更有特色、更有温度。

一个曾在丽江古城观看过《遇见·丽江》情景剧的展会代表胡先生至今对那次旅行念念不忘:在云南丽江古城的大研花巷,游客们跟随着即将远行的“马帮兄弟”,一路行走在街巷中,“马帮兄弟”与他们的爱人、朋友一一告别的情景近在咫尺。这场沉浸式街头情景剧《遇见·丽江之马帮传奇前传》,将古老的马帮文化生动地展现在游客面前。

“马帮头的故事十分感人,这种形式很新颖,让我们感受到马帮文化的魅力,好像回到了古老的茶马古道。”胡先生说,“纳西文化是丽江之魂,成就了丽江古城的绽放和归隐。”

“云南的很多景区既有自然之美,又有人文之乐,这才是旅游本该有的味道。”一位曾到剑川县沙溪古镇旅游过的湖南展会代表对此给予了高度的评价。

“白族民俗文化体验馆”“寻味茶马古道”“白族特色民居客栈”等特色品牌,突出展示出古镇、古村绿色生态的田园风光、浓郁的白族民俗风情、茶马古道遗迹以及古镇白族民居改造的特色民居客栈,在丰富白族民俗文化体验活动内涵的同时,最大限度地提高了游客在旅游体验活动中的参与度,拓宽了对旅游活动的认知。

文化和旅游真正融合到一起面临着“身



中国国际旅游交易会上云南各地少数民族同胞献歌

李惠桐摄



以自驾游车旅游路路游形式宣传亚洲命运共同体内涵合作

李惠桐摄

2019中国国际旅游交易会亮点频现

肖依群 李俊英

2019年11月15日至17日,2019年中国国际旅游交易会在昆明召开。本届交易会展区面积达9万平方米,展位总数3866个,共吸引了来自75个国家和地区的参展商和来自全球的近700名采购商,累计参观人数8万人次,举办了30余场专业推介会及节目表演。来自萨摩亚、泰国、汤加、斐济、库克群岛、捷克、老挝等国的旅游部部长、使节、省州长及市长等海外贵宾与会,中华人民共和国文化和旅游部部长雒树刚出席会议。

出席本届旅交会的海内外贵宾,为近年来规模最大、级别最高的一次,保持了较高的国际化程度。共计邀请近600位海外专业买家到现场采购文旅产品,另有超过100位海外自费买家到展会现场参与商洽,推进产业合作。德国、法国、丹麦、日本、韩国、美国、印度尼西亚、老挝、泰国、捷克等国家的文旅机构组织了推介活动。

作为东道主,云南已经成功举办了10届旅交会。本次交易会云南省单独设立5个展馆:文化旅游主题馆、文化旅游商品馆、健康旅游馆、体育旅游馆、房车露营馆。设置特装展示区181个,设置扶贫展位114个。16个州、市文化和旅游行政管理部门和26家云南特色小镇、9家健康旅游企业、31家体育旅游企业、105家文化旅游商品企业、28个房车品牌参展。其中,房车露营馆由28个房车品牌及部分野外露营装备、户外用品等组成。

本届展会重点关注旅游行业发展的新情况、新特点、新趋势,突出展会的交易功能。在去年增加“全域旅游”“红色旅游”展区的基础上,今年又新增设“度假休闲”展区,使展会的专业展览属性更加凸显。

本届展会是以政府主导、企业主体、市场运作工作机制为引导而举办的一次务实创新、富有成效的旅游专业展览会,

份认同”的问题。过去云南在文旅融合的过程中依然存在价值观念、体制机制、业务领域、运作方式等方面的矛盾和冲突,但近年来经历“文旅磨合”“文旅融合”“文旅和合”的发展过程后,通过调整各自角色、加强沟通交流、增进相互理解、培育文化自信、强化合作互动、动态优化调整一系列的措施后,最终实现了平等互惠和协调发展。

云南文化旅游发展的成功,其关键点在于将抽象的文化符号、模糊的文化记忆、残缺的文化遗址等资源转化为游客可以直接感知或观看的文化产品。通过精确提炼文化旅游产品主题,丰富表现形式,使静态的文化活起来,把失落的文化找回来,让濒危的文化旺起来,让游客更直观地触摸到文化的精髓。

康养结合在推进

除了提升旅游体验的舒适度及旅游和文化的深度融合外,健康旅游亦是云南近年来重点打造的一个发展目标。

在本次旅交会上,华侨城展示的数个康养地产项目,咨询了解的人络绎不绝。

“哥买的不是房子,而是健康。”向华侨城某康养地产项目咨询的赵先生开玩笑说。去年,赵先生一家到昆明旅游后,就买了一套房子。相比北上广深大城市,云南全年空气质量率都在95%以上,大部分地区四季如春、气温适宜。尤其是近年来云南在基础设施如交通、教育、医疗、生活配套设施等方面逐步完善,非常适合中老年人居住,开发康养地产也十分具有优势。

据《云南日报》报道,2018年5月,云南省委、省政府提出了依托云南丰富的生物资源、优美的生态环境,以休闲胜地、养生天堂、心灵驿站为定位,将云南打造成“让云南人健康起来,让想健康的人到云南来”的世界一流健康生活目的地。

有房地产观察人士称,过去在中国置业康养度假,“两南”一直是人们最为关注的热点。以前,国内首选的休闲度假地产市场是海南,在海南置业逐渐饱和、严厉调控政策的限制与康养地产的持续刚需背景下,云南康养地产、特色小镇凭借得天独厚的自然资源,顺势成章地成为当下投资的价值洼地。各大地产商在云南各地广泛布局,昆明、西双版纳、大理、普洱、丽江、腾冲等地都成地产新宠。

在中国康养城市排行榜50强中,云南的普洱、丽江、昆明、临沧4地上榜,普洱更是斩获前十。在2019年北京秋季房会上,共有300多个来自全国各地的旅居康养项目参展。其中云南十个州市就有40余个优秀的房地产康养项目参展。

好山好水好空气,云南丰富的旅游资源,优质的生态环境、气候条件和人文环境,是其他省份无法复制的。一个不争的事实是,云南良好的生态资源,得天独厚的气候资源、文化旅游资源,逐步完善的城镇化建设、基础设施建设及云南特色大健康旅游产业、养老基地的建设,正吸引着越来越多的外地消费者到云南创业、置业、度假、养老。康养旅游作为云南全域旅游发展重要名片之一,对于提升城市核心竞争力和增强城市品牌影响力都具有积极作用。

云南,不变的是地域和美景,改变的是旅行的感受。曾经,云南旅游一度成为国内旅游业的骄傲,而低价宰客等市场乱象给云南旅游蒙上阴影。近年来,云南省委、省政府下定决心,通过“政府革命+科技创新”,推动云南旅游业创新发展,让云南旅游在蝶变中完成了一次漂亮的复归。

市场化改革成效初显,招展、招商、展会服务引入专业化团队市场化运作。由于简化了各项流程,展商可以全身心投入现场的交易当中,提高了展商参展的效率。另外,展会宣传推广活动形式更加多元,国内外众多参展商举办了主题旅游推介活动和节目表演,极大地丰富了展会内容,吸引了无数观众的参与。

展会期间,启动了澜沧江—湄公河文化旅游交流暨中老史迹自驾游活动,旨在拓展澜沧江湄公河自驾游路线,探索澜沧江旅游合作新形式,对进一步加强澜沧江合作,实施亚洲旅游促进计划具有积极意义。当前旅游业已成为全球经济增长的重要引擎。

中国国际旅游交易会始于1998年,每年举办一次。从2001年起,交易会分别在上海和昆明交替举办。历经20多年的发展,已逐步成为国际旅游业界交流与合作的重要平台与年度盛会。