



走出郑州看全国系列活动——杭州站(下)

自古以来,人们赞美杭州为“上有天堂,下有苏杭”。杭州之所以闻名于世,只因为有西湖。尽管全国也有不少叫“西湖”的风景地,但自古以来“天下西湖三十六,个中最美是杭州”。

如果到了杭州,你会很快发现,这样的想法多少有点片面。并不是说西湖不美,而是杭州处处是美景。在旅游方面,杭州市早已不再仅仅推销景点,“我们推销的是整个杭州,把整个杭州市作为一个景点,推销给游客,由‘旅游城市’迈向‘城市旅游’。”杭州市旅游委员会副主任王信章说。

晚报记者 袁帅/文
晚报首席记者 贾俊生/图



游客在西溪湿地内泛舟游玩

杭州由旅游城市迈向城市旅游

“天堂”处处是美景,人间遍地有“黄金”

A 最高目标

打造国际风景旅游城市

无论杭州是在推销景点,还是推销城市,西湖都是杭州的骄傲,是杭州的灵魂。

“6月底,我们的西湖作为今年中国唯一申报世界文化遗产名录的项目成功通过大会审批,进入世界文化遗产名录。”7月6日上午,杭州市旅游委员会副主任王信章一开口,先这样向记者介绍。

7月6日这天,杭州的气温达到35℃,加上较大的空气湿度,在室外,就算站着不动,也会浑身冒汗。就算这样,西湖周边依然人流不息,几乎是人贴人,这样的盛况可以一直持续到晚上11点多。

由此可见西湖的影响力。“到杭州,必游西湖”一点不假。也可以理解,西湖在王信章心中的地位。

“西湖很美,但是,光有西湖是不行的,我们的做法是,在‘双西共舞’的基础上,实施政府主导型发展战略,‘双西’是指西湖和西溪国家湿地公园。”王信章说。

他进一步解释,旅游业是杭州的优势产业,也是第三产业的龙头产业,它给政府带来财政收入的同时,更给相关行业带来诸多商机,给老百姓带来就业岗位、经济收入,是一棵名副其实的“摇钱树”,是政府和百姓共同拥有的一个“金饭碗”。

国际风景旅游城市是杭州最高层次的定位,打造“东方休闲之都、品质生活之城”是杭州旅游的品牌定位。通过政府“有形的手”与市场“无形的手”来共同加快推进旅游业产品结构调整和业态转型升级,加快实现旅游业从数量扩张型向质量效益型转变;从国内游“一轮独大”向国内旅游和入境旅游“两轮驱动”转变;从观光游“一枝独秀”向观光、会展、休闲游“三位一体”转变。

B 具体做法 实施“旅游西进”战略

王信章介绍,“旅游西进”,就是以杭州“三江五湖一山一河一溪三址”为基础,通过规划共绘、交通共建、市场共拓、产业共兴,整合和优化配置旅游等各类资源,构筑全市1小时半交通圈、旅游圈和经济圈,打响“游在杭州”品牌。

“三江”就是钱塘江、富春江、新安江;“五湖”就是西湖、千岛湖、湘湖、临安青山湖、余杭南湖;“一山”就是天目山;“一河”就是京杭大运河(杭州段);“一溪”就是中国首个“西溪国家湿地公园”;“三址”就是南宋皇城遗址、跨湖桥文化遗址和良渚文化遗址。

在观光游产品上,杭州主要实施了面向国际游客的“三大工程”,即西湖综合保护工程、西溪湿地保护工程、运河综合整治保护工程建设,旨在提高杭州旅游的核心竞争力。

在商务会展游产品上,以提升竞争力为手段形成“春有茶博会、秋有西博会”和力争五年一届的“世界休闲博览会”的会展游新格局。

在休闲游产品方面,杭州紧紧抓住举办2006年世界休闲博览会的重大契机,加快“休闲之都建设工程”步伐,打响“东方休闲之都”形象品牌。

要实现这些目标,杭州市也有具体项目落

杭州旅游资源非常丰富,而且分布在13个区、县(市)。近年来,杭州市委市政府始终把推进“旅游西进”摆在突出位置,以“交通西进”为先导,全力构筑全市1小时半交通圈、旅游圈、经济圈。杭州至千岛湖高速公路和杭州至安徽黄山高速公路已建成通车,构筑全市1小时半交通圈已画上一个圆满句号。

旅游国际化战略是“旅游西进”的子战略,意在通过为游客提供符合国际惯例的旅游服务,拥有在国际旅游市场上知名度高、竞争力强的旅游产品。

C 三大板块 观光、会展、休闲游

实,主要有八大项目工程:实施西湖综合保护工程;实施西溪湿地综合保护工程;实施运河(杭州段)综合整治与保护开发工程;积极推进休闲基地建设;整合创新旅游产品,逐步实现“旅游城市”向“城市旅游”模式的转变;合力举办每年一届西博会和首届世界休闲博览会;大力开展旅游促销;成功创建“中国最佳旅游城市”。

在这八大项目中,最为著名的应该是西溪国家湿地公园,她因冯小刚的电影《非诚勿扰》而闻名,有很多游客慕名而来。

“8年前,西溪的居民以养猪为生,当时这里还没有污水排放管道,村民们就把生活污水、猪

的粪便等直接排到水里,当时的西溪脏乱差。”西溪湿地公园管委会办公室副主任潘湘虹说,2003年,杭州市政府下决心整治这条臭河道,如今的西溪风景秀丽,空气质量达到国家的二级标准,水质明显改善,鸟类从80多种增加到136种,植物从200多种增加到500多种。西溪湿地的旅游收入已从2008年的2000多万快速增长至去年的1.18个亿,成为近几年在杭州发展最快的景区,成功实现了“西溪与西湖双西共舞”的目标。

西溪的成功,只是杭州发展旅游的一个缩影,从中可以看到,杭州人在提高旅游竞争力方面的决心。

D 营销手段 不断创新,打好四张牌

在国际旅游市场进行促销。

打好“浙江牌”,加强横向协作,与沪、嘉、湖、宁、绍、舟等城市联手打造“环杭州湾黄金旅游线”,增强浙江旅游在国际市场上的影响力和吸引力。

打好“中华牌”,牢固树立跨行政区划和长三角整体发展理念,服务长三角、接轨长三角,形成整体合力。特别是充分发挥上海作为入境游主要目的地和杭州旅游重要客源地的作用,与黄山、上海联手打造“名城-名山-名湖”国际黄金旅游线,与南京市共推“民国旅游线”,与苏州市共推“天堂之旅”旅游线,每年配合举办长三角旅游城市高峰论坛等,有力推动了区域旅游合作。

打好“国际牌”,坚持“走出去、请进来”,入境

旅游市场重点巩固日本和韩国市场,稳定东南亚、港澳台市场等传统入境市场,全力拓展欧美市场。推进与目的地市场旅游服务机构、国外航空公司和新闻媒介的合作,积极争取中国驻外机构的支持,扩大杭州在国际旅游市场的影响力,增强杭州旅游对国际游客的吸引力。

杭州人对旅游资源的爱惜,已经得到了回报,2010年,杭州市实现国内旅游收入910.85亿元,同比增长28.5%;实现旅游外汇收入16.9亿美元,同比增长22.5%;实现旅游总收入1025.7亿元,同比增长27.7%。

“除了先天资源外,杭州旅游能有今天的发展,关键在于要不断有新的创意。”王信章的这句话,或许是对杭州旅游最好的总结。

除了先天资源外,杭州旅游能有今天的发展,关键在于要不断有新的创意。”王信章的这句话,或许是对杭州旅游最好的总结。