

# 推动旅游业高质量差异化跨越式发展 加快打造长三角最佳短途旅居目的地

高质量发展旅游业不仅是我县“产业强县”战略实施路径之一，也是深入践行“绿水青山就是金山银山”的重要转化通道，更是引人留人、聚人兴城的实现途径。

县委县政府审时度势，精准定位，适时提出“加快打造长三角最佳短途旅居目的地”的战略目标。为助力实现这一目标，县政协将此列入年度“请你来协商”重点课题，

专门成立课题调研组，通过外出考察学习、深入调查研究、广泛征求意见，形成“1+3”（即1个主报告加3个子报告）的调研报告。

9月6日，县政协举行“请你来协商·推动旅游业高质量差异化跨越式发展，加快打造长三角最佳短途旅居目的地”专题协商活动。活动现场，县政协委员与相关

部门负责人面对面“互动式”问答协商，为加快打造长三角最佳短途旅居目的地建言献策。

## 【主要建议：化江为湖兴城兴游 旅城融合强旅促居】

**建议1：要充分把握桐庐旅游面对的新趋势。**面临着自然景观+人文的观光游日益式微，乡村旅游体验项目单一、规模有限以及各地旅游发展竞争激烈的局面。

**建议2：要充分把握桐庐旅游应变的新优势。**县委、县政府及时提出“加快打造长三角最佳短途旅居目的地”目标；提出旅游业高质量发展“八大行动”；整合全域全要素，提升综合配套服务能力；差异化优势突出，以“县”之名的桐庐在长三角当中具有较突出的相对优势。

**建议3：要充分认清桐庐旅游确定的新目标。**新目标瞄准了长三角这一最大客户群，立足推进桐庐融杭融圈接轨长三角，深入认清做好“短途”文章。

**建议4：聚焦以城带景构建桐庐旅游新格局。**建议构建“城为门户，两区为羽翼，全域多点发力”以城带景的雁行排列格局。

一是城为门户。将旅游重心从以瑶琳为核心的“分水江时代”转向以县城为核心的“富春江时代”，进而不断提升在全省“诗画长廊”建设中的地位。

二是两区为羽翼。加快以瑶琳传统景区+马术国家级旅游度假区为核心的西北区块各景点的融合；加快以富春山严子陵钓台+富春江慢生活体验区（中国富春山居村）为主的西南区块景点整合工作。

三是全点多点发力。鼓励更多市场主体参与，允许更多资本参与到“绿水青山”到“金山银山”的转换实践当中；推进全域旅游建设，发挥全县“空心村”整治成效，大力发展战略乡村旅游。

**建议5：聚焦化江为湖探求桐庐旅游新动力。**

一是化江为湖造热点。将富春江桐庐段一桥和二桥之间的江面命名为“富春湖”，湖面可向上向下延展，上可至富春江大坝，下可至富春江三桥。

二是用好“江湖”推高热点。推环湖跑。在两桥环湖绿道基础上以“健康城健康跑、迎亚运健身跑”为要素，举办赛事，形成热点，开展网络营销。后续再提出“中国最美夜跑”“世界最安全夜跑”等。推“走马江湖”。蹭足游客“曾梦想仗剑走天涯”的情怀，让“可能在桐庐会碰上曾让你心疼的姑娘”成为四方来客的念想。

三是用好湖面，着重推出“春江花月夜”场景。开通水上巴士，往返两岸，恢复两边桐君山、圆通寺、上下杭埠等原有码头功能，形成闭合的水陆旅游交通。重新设计桐庐旅游路线，以体验桐庐水上交通作为桐庐旅游的开篇。将环湖跑道拓展为环湖景区、环湖商圈。

**建议6：聚焦网宣时代塑造桐庐人设新形象。**在旅游市场上桐庐人设侧重于“富春山居图 温情生活地”，强化“绿水青山+人间百味”——小城2.0时代竞争内在，主打“中国最美县、现代江南风”小城形象。

**建议7：聚焦趣雅相间寻求桐庐文化新阐述。**对县域文化进行市场化解读和通俗性演绎，进行更宽泛的解释和演绎，有利于推广在地文化，取得市场认同。

**建议8：聚焦专业力量谋求桐庐旅游新突破。**借势提升。毫不动摇加大对六大国有景区的改造升级，以核心景区改造带动全域旅游再提升。借梯登高。积极争取招引世界级IP旅游大项目，引入自带顶级流量以及国际化的专业运营力量，不断推高桐庐旅游发展国际化水平。借机上位。把桐庐打造成一流的影视拍摄基地，发展网红小视频、个人微刷新产业。借钱更新。借助跨界力量赋能商业地产、塑造新的场



景，推进城市有机更新，引入文化体育资本，对景文百货、利时百货等城市商业地产进行新开发。

**建议9：聚焦“长三角最佳”实现桐庐旅游新跨越。**一是建议成立与文明县城创建类同相应的领导机构，统筹旅游发展和竞争，实现由文旅部门单一行为为党政统筹推进转变。二是科学规划区域旅游产业发展，明确建立独特城市形象的路径。三是坚持高质量，持续完善基础设施，提升服务接待能力。四是全面认识和推进差异化发展。五是学会借舆论“热点”做好持续引流，实现文旅业态、区域发展和民生建设的多方共赢。

## 【子报告建议】

1. 注重桐庐旅游核心资源的开发经营。以5A级旅游景区为抓手，将富春山居游片区、瑶琳大景区、天溪湖度假区三区协同，丝路文化共富带、马术休闲产业带、民俗文化体验带、少数民族风情带、山地特色运动带、红色文化旅游带六带共振”的规划布局，聚焦项目牵引，招大引强增动能，实现了瑶琳开元度假区和小源溪山水运动公园两个20亿元以上纯文旅项目的落地，18个亿元以上的项目签约。

2. 完善旅游人才培养和工作机制。一是改革旅游人才培养机制。加强多元化高水平人才队伍建设，形成差异化人才梯队层次，建设好重点人才队伍。二是改革旅游人才用人机制。企业层面改革旅游人才引进机制、晋升机制、薪酬体系，健全选人用人机制。行政管理层面，避免用文化事业的视角管理旅游，要有一支懂市场、善经营、稳定的专业旅游管理队伍。

3. 旅游发展的组织机制问题。建议在县级层面成立专门机构来协调桐庐旅游产业整体发展。

4. 国有旅游企业经营的市场化机制问题。国有企业运营应去行政化、产业化，要突破现有的体制机制，激发经营活力。

5. 强化区域特色发展，突出IP项目招引。一是强化区域旅游特色发展。县城要重点关注丰富城市旅游产品开发，成为真正能够吸引、承接外地游客来桐庐消费的场所。富春江芦茨片区以创建世界级文化旅游度假区为目标，推动芦茨慢生活管委会和钓台景区整合，打造中国富春山居村。瑶琳片区以亚运马术比赛及开元森泊乐园项目建设为契机，全力推进国家级旅游度假区建设。二是积极招引文旅IP大项目。以更快融入杭州，让桐庐旅游步入发展快车道，进一步提升桐庐城市新能级。三是推动影视基地建设。主动对接之江国际影视产业集聚区，争取桐庐成为杭州地区重要外景基地。加大对影视项目、企业的招引力度，大力推进影视上下游产业链的布局。

品牌影响力。四是加强项目建设保障。改革专班化项目推进制度，建议成立县旅游领导小组，统筹旅游项目质量把关和决策。政策上要再支持突破，旅游基础配套要跟进。

## 【委员与部门互动问答协商】

**县政协委员徐瀚奇：**我们在调研中发现，桐庐的旅游与周边区县相比，整体竞争力不足，而且各个乡镇间错位发展不够，旅游产品同质化竞争比较严重。请问县文广旅体局，如何在旅游产业规划、旅游项目招商引资上引导我县文旅产业发展？下一步在招引国际国内IP级的文旅项目、提升桐庐旅游能级上有哪些思考与举措？

**县文广旅体局：**近年来，桐庐旅游按照“富春江+分水江双轴联动，富春山居游片区、瑶琳大景区、天溪湖度假区三区协同，丝路文化共富带、马术休闲产业带、民俗文化体验带、少数民族风情带、山地特色运动带、红色文化旅游带六带共振”的规划布局，聚焦项目牵引，招大引强增动能，实现了瑶琳开元度假区和小源溪山水运动公园两个20亿元以上纯文旅项目的落地，18个亿元以上的项目签约。

今年下半年还将开工建设武盛大唐、阆苑温泉、云上畲乡等九个文旅新项目，投资总金额超过百亿元，这些项目是各具特色、差异化的产物。可以说，“日月同辉 星辰灿烂”的多元化文旅产品矩阵的雏形已经勾勒。

另一方面，通过“微改造 精提升”，国有景区也逐步迭代，新一轮的品质提升行动正在开展当中。垂云通天河、天子地、红石湾、天溪湖等一批民营景区也持续上新出圈。尤其是OMG心跳乐园已经成为长三角地区的流量担当。今年暑期，杭州市抖音旅游景点售票排行榜前四个席位均被桐庐占领，桐庐也首次入选2023年发布的全国县域旅游百强县排行榜的前十。

对于旅游产品同质化，要换个角度看问题。结合桐庐当地特色和市场需求，通过得当运营，形成优质的规模化、产业化、品牌化的旅游产品，也会取得共赢的结果。

关于大型文旅项目的招引落地，桐庐秉持差异化、高质量发展的原则。比如瑶琳布局马术+为主题的亲子度假区。位于凤川魔鬼十字峡谷的小源溪则主打奇幻森林山水运动。另外，正在洽谈的华策影视小镇，则是聚焦桐庐适合拍摄各类影视作品的美丽气质，进行影视上下游产业链的布局。

产业讲集聚，旅游也不例外。桐庐

重招引。比如红灯笼外婆家，我们和开元旅业合作，对标芳草地、芳外的标准，对整个项目进行较大改造。把原来的小木屋改造成符合时下网红的海螺屋、五星屋等。目前，该项目部分34幢木屋初见雏形。同时，我们以此为支点，加强和开元旅业的合作，在瑶琳打造森泊度假区，形成马主题的乐园、酒店、演艺、研学。

**四、坚持提升服务，做优口碑，对得起“人”**

国有景区在提升桐庐旅游整体服务水平上要作示范、当表率。聚焦强化服务理念、优化交通组织、提升服务配套、补齐产业短板，不断提升游客的体验感。当前，我们正在推动桐庐礼物、桐庐味道以及滨江沿江商铺的提升，通过改造把桐庐的非遗产品、文创作品以商业化的形式推广出去，为游客提供旅游附加值。

**县政协委员雷森良：**随着桐庐经济的发展，有很多外地人到桐庐来购房、旅居。我想请问县住建局，你们将如何进一步发挥好部门职能的作用，以吸引更多外地人来桐庐购房？其中又是哪一类人群最受我们关注？

**县住建局：**“中国最美县”一直以来都是桐庐对外影响力最大的金字招牌，桐庐山水资源禀赋、宜居宜业，优势明显。吸引更多外地人来桐购房，我们认为还是要抓住并保持山水资源优势，深入思考卖给谁、卖什么产品、有什么政策等问题，重点做好以下三个方面：

一是瞄准群体，做到“产品好”。与来桐旅游的主体同频同向，以融杭融沪和“一老一青”作为主要吸引和消费群体，坚持需求导向和品牌导向，引进开发高品质、低密度的优质房地产项目，在产品类别、价格定位等方面与富阳、临安等周边区县保持差异化。如利用静而不偏、宜居怡养的乡镇低效用地招引开发以旅居式、中高端、小户型为主的康养型项目，探索结合产业业态、生活习惯、社交需求等，招引开发高能级的青年型社区项目等。

二是发挥优势，落实“政策好”。充分发挥山水资源优势，强化政策宣传，以湖杭铁路开通和学军中学桐庐学校、杭州市第一人民医院桐庐院区落地，以及出台来桐购房高速公路小客车通行费补贴政策等为契机，加强对外市场宣传营销力度，出台以支持改善型购房为主的政策，提升县外人员来桐购房落户的吸引力。

三是经营城市，实现“环境好”。利用结合好城镇化建设、城市有机更新等省市重点工作契机，持续推进城中村改造、老旧小区改造、物业管理提升等工作，持续提升桐庐城市环境品质，不断完善城市基础设施建设和公共服务设施配套，以最优质的环境和服务吸引人、留住人，提升在桐生活幸福指数，打造有归属感的宜居城市。

（记者 徐文静 整理 图片由县政协提供）



— 请你来协商 —



桐庐县政协