

# 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，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：聚焦以城帅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”以城帅景的雁行排列格局。

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。

三是全域多点发力。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；推进全域景区建设，发挥全县“空心村”整治成效，大力发展乡村旅居。

**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宜侧重于“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景区再提升。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，不断抬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、个人微剧新产业。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，将富春江沿岸的景点串珠成链。以“富春山水”为品牌核心，打造“潇洒桐庐，富春山水”旅游品牌。

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，要有一支懂城市、善经营、稳定的专业旅游管理团队。

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、事业化，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、承接外地游客来桐住宿消费的场所。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，大力推进影视与旅游融合发展，打造影视旅游的

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】

**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。请问县文旅体局，如何在旅游产业规划、旅游项目招引审批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，富春山居片区、瑶琳大景区、天溪湖微度假区三区协同，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、云上畚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、差异化的产品。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。

关于旅游产品同质化，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。比如把瑶琳布局马术+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小镇。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

一旦有若干能量级的文旅项目落地运营，必将带来其他产业的联动发展。比如城市人口的增加，对先进制造业吸附作用能力更强，民宿产业也会越来越壮大，新兴项目的成功概率会越来越高，年轻人会更愿意回归乡村，共同富裕的道路也将越走越宽。所以桐庐旅游不是孤勇者，它是撬动者，是催化剂。

**县政协委员李静燕：**目前，我县国有的六大景区主要是以自然风光为主，按照现在新形势下的旅游新趋势和游客消费新需求。县文旅集团作为旅游行业的龙头国企，对现在的国有景点有什么改造计划？在提升桐庐现有旅游景区整体服务品质上是否能有效发挥国有景区的示范引领作用？

**县文旅集团：**2020年9月，六大国有景区回归国营，无论是党委政府还是社会各界，对于提升改造都充满期盼。在当下，传统观光型旅游向体验式、沉浸式旅游转型的背景下，县文旅集团围绕“打造长三角最佳短途旅居目的地”的目标，对县委“聚人兴城”战略有了新的认识和深的感悟。总的来说，我们以“改革的思维、营销的理念、系统的方法”，积极谋划和推动传统景区改造提升。

一、坚持微改精提，提升风貌，引得进“人”

无论是瑶琳仙境还是严子陵钓台，40多年运营下来，在人们心目当中都有一定的美好回忆。可以说，每个桐庐人心里都有自己的瑶琳仙境、严子陵钓台形象。因此，我们在改造的时候，注重尊重历史，尊重现状。比如严子陵钓台的改造，在方案策划中，注重保护生态、保护环境，尽量做到修旧如旧。在整体方案把握上，更加注重与富春山居图的契合，整体风貌凸显富春山水的韵味，力争通过改造，把严子陵钓台打造成“三江两岸”世界级黄金旅游线上最璀璨的明珠。

二、坚持挖掘内涵，丰富内容，留得住“人”

目前，我县六大国有景区都蕴涵着丰富的历史文化。在推动改造提升过程中特别注重挖掘文化内涵。比如在大奇山国家森林公园景区，结合山林优势，新增了欢乐森林等儿童体验场所，使游客可以二次消费。今年，7到8月两个月暑期旺季中，大奇山景区是集团所属景区里面游客量增幅最大。

三、坚持招大引强，强强合作，容得下“人”

在推动传统景区改造的时候，注重与国内以及国际知名的文旅IP合作，注

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，该项目前山部分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品质上要作示范、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，以吸引更多的外地人来桐庐购房？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）

請  
你  
來  
協  
商

— 请你来协商 —

桐庐县政协