

宁波荣获 “中国旅游发展改革创新奖”

本次会议颁发了“中国旅游发展创新奖”终身成就奖、学术创新奖、改革创新奖等三个奖项。其中，宁波市旅游局、杭州市旅游委员会、北京市旅游发展委员会、复星集团、华侨城集团、长隆集团、天台县人民政府、携程旅行网、去哪儿网、同程网络科技股份有限公司获得中国旅游发展改革创新奖。

由宁波市旅游局管理运行的中国旅游投资项目分析平台、旅游投资网站、网上展厅、国家旅游局旅游项目管理系统”三大系统，2010年3月投入使用。该项目主要有三大创新：动态管理全国旅游项目，能够系统、完整、及时地开展旅游投资项目信息的统计分析。运用互联网技术打破时空的界限，打造永不落幕的旅游投资洽谈会。以全国各级行政区域为基本单位，指标设置兼顾旅游部门及其他部门的信息需求，同时还与省、市、县旅游部门加强本地区项目信息管理的合作。通过定期的信息填报机制和分析通报制度，提高各级旅游部门抓项目、抓投资的意识，合作促进旅游部门向产业发展部门的转型。

该平台运行以来，及时对公众发布全国旅游投资和旅游招商项目信息。目前，该平台共收录项目1919个，根据项目数据信息，市旅游局委托专业机构从2011年起连续编制了4个年度的全国旅游投资报告，协助国家旅游局掌握全国旅游投资规模和动向，为引导社会投资发挥了重要作用。

“宁波，作为‘一带一路’枢纽城市和21世纪海上丝绸之路的节点城市，理所当然是旅游的重要节点城市。长期以来，宁波与‘一带一路’沿线国家建立了友好交流关系，和频繁的经贸合作关系，应该发挥这些优势，直接带动入境旅游整体环境的优化。”

——国务院参事室参事室参事室一司司长 张彦通

“浙江是海上丝绸之路的重要组成部分，‘一带一路’建设无疑为文化旅游业发展提供了千载难逢的历史机遇和更为广阔的发展空间。我们相信，宁波会紧紧抓住这一时代契机，努力打造具有国际影响力旅游目的地。”

——浙江省旅游局局长 赵金勇

“‘一带一路’不仅是经贸合作的平台，也是进一步推动宁波与沿线国家人文和科技交流的载体。宁波举办了首届中国（宁波）—中东欧国家旅游合作交流会，推出了‘海上丝绸之路’宁波旅游线路精品游线路，赴日韩、新马泰开展宁波旅游推广活动。宁波还将实施‘港口经济圈’发展战略，写入旅游发展‘十三五’规划，加快推进宁波‘大运河—海上丝绸之路’文化旅游精品点开发建设，丰富宁波旅游文化内涵，提升宁波旅游文化品位，加快建设中国一流休闲旅游目的地。”

——宁波市副市长 林静国

“‘一带一路’战略给宁波带来了新机遇，相信会进一步优化旅游业发展蓝图。将来不仅是上海的后花园，还是全国乃至‘一带一路’沿线国家的旅游首选目的地。”

——北京市哲学社会科学规划办副主任 张庆玺

“美丽的宁波、美丽的东钱湖，是我非常喜欢的地方。本届对话在海上丝绸之路重要节点城市举办，对于凝聚各方智慧，推动旅游业发展意义非凡。相信此次宁波峰会一定能够为论坛和中国旅游业发展开辟新前景作出贡献。”

——北京第二外国语学院党委书记 沈培



中国旅游发展·北京对话是由北京第二外国语学院创设的国内著名旅游论坛，自2004年以来，已经连续举办了11届。今年，论坛第一次走出校园，与全球著名旅游目的地政府合作举办。

“北京对话”自创立以来，依托旅游管理重点学科的优势，诚邀各界人士就国内外旅游热点问题、焦点问题相互交流，各抒喜见，建言献策。著名作家海岩先生、著名经济学家刘伟、张曙光、蔡祖明等曾走上这个讲台；国内知名旅游集团、旅游学者以及重点省（市）的旅游局长也参加过论坛。中国旅游发展·北京对话已经成为国内旅游领域政产学研共同参与的品牌的对话平台。

图为市旅游局与北京第二外国语学院达成合作意向。

本版文字 张正伟 刘彬彬 殷 聪

摄 影 徐 能 制 图 蔡明杰



宁波旅游：站在“一带一路”新起点



自“一带一路”国家战略提出以来，如何基于市场内在规律、积极配合国家战略，更好地推动旅游业的发展，已经成为中国旅游业最为关注的话题。

作为古代海上丝绸之路的始发港，目前“一带一路”建设的重要节点城市，宁波旅游，怎能缺位？昨天，第十二届中国旅游发展·北京对话在美丽的东钱湖畔举行宁波峰会，围绕“一带一路”国家战略研讨“十三五”乃至更长远时期中国旅游业的发展大计。

3权威部门发布，4场主题对话、7场权威专家主旨演讲，50余位顶尖专家精彩对话，300余位业界专业人士参会，中央及地方权威媒体全程报道……

这是“北京对话”第一次走出校园，在北京以外的城市举办活动；也是宁波旅游寻找“一带一路”新定位，开辟新航线的第一次。

从破题到破局

“一带一路”战略将大世界版图联结成为一个整体，把沿线众多国家打造成命运共同体，同样也为旅游业的发展提供了广阔的舞台。

国家战略已经为中国旅游破题，接下来就是如何破局，在机遇与风险并存的情况下，如何迅速打开“一带一路”旅游新局面。

香港大宗商品交易所总裁宋健坤认为，“一

带一路”开辟的将是一个大格局、大布局时

代，旅游业应该围绕国家战略，做好落地文章，主

要从资源聚集、价值放大和市场监管三个方面做

好“一带一路”与旅游资源、物流资源和人流的

结合。中国国际工程咨询有限公司区域经济处王

海潮博士认为，在国家整体战略下，国家、省、

和地市级政府应各司其职，打好基础，就宁波这

样的副省级城市而言，应该在基础设施、文化与旅

游和其他结合等方面做好与世界的互联互通。

南开大学旅游与服务学院副院长徐虹认为，

“一带一路”战略下，旅游应该是“大旅游”的

“一带一路”与旅游业机遇

概念，应该统筹好旅游服务业与旅游制造业的关系，不仅发展旅游、酒店等服务业产业，也要做好旅游资源制造企业的转型升级，从而提高我国旅游业的整体水平。

旅游产品。比如邮轮、舟山的邮轮港已经开通，从大连到广州、深圳一带，大概有8个邮轮母港码头，而宁波恰恰处于居中位置。如何利用好这个区位优势，是宁波旅游发展的一个重要机遇。

在新业态中，邮轮产品由于边界效应大，带来的相关效益多，可以作为企业重点关注的行业。

同时为东南沿海城市的厦门，在海洋旅游邮轮产品的开发上，已走在前列。厦门市旅游局局长孔曙光认为，邮轮行业的发展已在海上丝绸之路非常重要的。目前，厦门邮轮母港建设已有70个以上邮轮航次，在未来，厦门将加快东南航运国际中心的建设以及邮轮母港建设，预计2020年在上海丝绸之路沿线国家，厦门能有40条海上线路，20条以上的空中线路，旅游线路超过80条。厦门还加

入了亚洲邮轮基金，推进邮轮旅游发展的相关扶

持政策和意见》也即将出台。

做好“走出去”文章

以往说到旅游，都是中国人出境游，而随着与“一带一路”沿线国家联系越来越密切，在出境游之外，应加入对外旅游投资这块内容。

厦门大学教授林德荣认为，“一带一路”正使我国的出境游和入境游逐渐同步。但是还有很大的空间可以挖掘。比如2014年，我国对外旅

游人次达到1.1亿，但80%在亚洲，其中70%还

是港澳台游客。在“一带一路”战略引领下，旅

游社可以通过深度开发，开辟欧洲、西亚，乃至北

美市场。

外，特别是一些旅游业比较发达的国家，这两个产业却结合得非常紧密。

我国“一带一路”发展前景里提到：继续发挥沿线各国区域、次区域相关论坛、展会，以及博鳌亚洲论坛、中国东盟博览会、中欧经济贸易博览会、中非经济论坛、中国国际投资贸易博览会等平台的建设性作用……这就说明，“一带一路”战略的落地需要许多平台，会展业便是其中之一。

上海会展业协会副会长陈先进介绍，会展和旅游就像搭台与唱戏，会展的台搭得好，旅游的戏才能唱得好。杭州市旅游委主任李虹认为，

“一带一路”战略带来的经济、政治和人文方面的交流会更加频繁，政府层面和市场层面的会

展活动也相应增加，而且通过会展和旅游的结

合，城市的推广也会获得更大的舞台。浙江万

里学院会展创始人任国君教授认为，“十三五”

期间，旅游产业有望成为增速最大的产业，

会展业应该抓住机遇。其中宁波现在的会展业

还是二产，专业性的。未来要向活动、节庆、

综合性发展，生产性服务业和消费型服务业结

合起来做。

旅游会展“一家亲”

旅游与会展，好像很难找到一个交点，但在国

纵论“一带一路”

宁波的三大机遇

宁波是长三角的重要节点，地理位置优越，很早以前就是通商口岸，如今是海上丝绸之路和长江经济带的交会处。从“一带一路”的战略来看，宁波正面临着前所未有的三大战略优势：长江经济带战略、浙江海洋经济发展示范区战略以及长江三角洲地区区域战略。

宁波在机遇面前也面临着不小的挑战，主要是产业占比较高，第三产业发展偏弱，产业结构需要进一步优化。此外，创新能力相对不足也是影响发展的阻力。

(国务院参事、清华大学公共管理学院区域与城市发展研究中心主任)



打通旅游签证关

去年，我国旅游发展呈井喷现象，出境游人数就达到1.1亿人次，是全球最大的旅游来源国。对外旅游消费1600多亿美元，已超过中国企业的对外投资。但中国人出国的手续仍较繁琐。下一步，旅游部门可以考虑借助“一带一路”国家战略，减少我国公民去“一带一路”沿线国家的签证手续，并通过打造免签合作样板，向更多的国家予以推广。

(国务院参事、中国与全球化智庫主任)



让旅游产品跟上消费需求

分析世界发达国家旅游发展史可以看到，人均GDP实际达到1000美元时，旅游业开始启动；人均GDP实际达到3000美元时，旅游业开始蓬勃发展；人均GDP实际达到5000美元时，旅游业逐渐从观光旅游向休闲度假旅游发展。目前，中国人均GDP已超过7000美元，有些城市甚至超过了10000美元，但我们对应的旅游产品却并未同步。也就是说，我国已处在观光旅游向休闲度假旅游过渡的阶段，但我们的旅游产品还没有跟上观光旅游阶段，供不应求导致了旅游产品混战。下一步，旅游产品应着眼自身转型升级，让消费者得到真正想要的产品。

(复星集团副总裁)

并购重组是大势所趋

过去，我国旅游企业基本依靠的是自我发展，但总体发展速度不快；大企业少，缺乏并购，在产品市场和模式上也往往缺乏创新。下一步，旅游企业要实现跨越式发展，可以考虑建立旅游并购基金。前段时间，百度携程股权置换为在线旅游发展，为旅游企业转型升级提供了很好的样本。实际上，中国旅游企业总体上规模比较小，固资市值500多亿元，中青旅也就100多亿元，其他企业规模更小。放眼全球，最大的旅游企业产值已经超过了100亿美元，中国企业不妨通过加快并购重组，摆脱自我发展、自我成长、自我积累的老路子。



出境入境游一手抓

“一带一路”战略与中国旅游业发展关系密切。在“一带一路”沿线66个国家中，有许多国家是中国排名前十位的国际旅游目的地，可这些国家还未形成来中国旅游的热潮。未来，通过“一带一路”战略，要打通入境旅游和出境旅游，减少各国之间的签证手续，让游客能够更加便利地出入国门。

(国家旅游局政策法规司政策研究处处长)

地区合作“无国界”

根据“一带一路”倡议的特点，应该打造一种地区合作无国界的新模式，倡导利益共同体、责任共同体和命运共同体三大原则。依托产能、战略、创业以及基础设施建设、互联互通、一体化经济合作、涵盖政策沟通、道路连通、贸易畅通、货币流通、民心相通五大要素，覆盖六大路线：新欧亚大陆桥、中蒙俄、中国—中亚—西亚、中国—中南半岛、中国—巴基斯坦、孟中印缅。

(国务院参事室特约研究员)



陆上观光 海上度假

“一带一路”，互联互通旅游是必然的，与之匹配的旅游业需要大节点和大产品。一千公里丝绸之路，首先是中原段的完善，第二步是中亚段的提升，第三步是欧洲段的衔接。海上丝绸之路发展难度较大，但从苏浙到福建、广东、广西、海南。可以整合资源，提升品牌。总的来讲，未来的陆上丝绸之路发展的是一条世界级的文化观光带；海上丝绸之路则要打造世界级的度假带。

(世界旅游城市联合会专家委员会主任)

