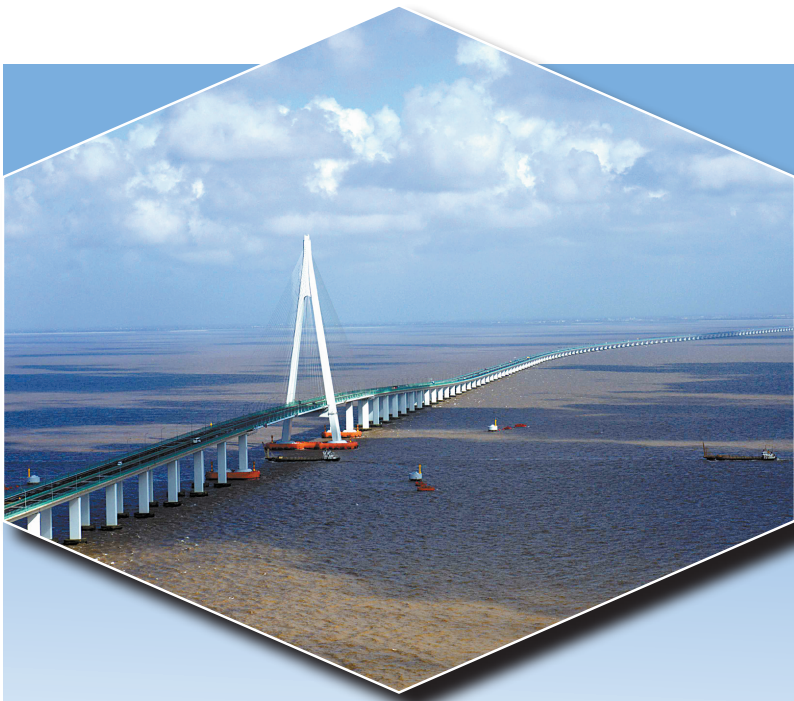




杭州湾跨海大桥。(资料图)



杭州湾国家湿地公园。(卓松磊 黄程 摄)



方特东方神画。(卓松磊 黄程 摄)

既无名山大川,也无历史名胜,杭州湾新区去年游客接待量却接近600万人次 滩涂上的新城,如何走出文旅产业发展新路径?

记者 黄程

2020宁波前湾新区文旅产业发展研讨会暨重大项目签约仪式今日在杭州湾新区举行,活动内容包括方特熊出没小镇开工、东方欲晓主题公园体验、文旅产业发展研讨会、重大文化旅游产业项目签约等。

说起杭州湾新区,很多人首先想到的是2008年建成通车的杭州湾跨海大桥;后来,这里生产的吉利汽车、大众汽车开进了千家万户;再后来,人们通过电影《搜索》领略杭州湾国家湿地公园的诗情画意,通过宁波国际马拉松赛熟悉了新城和方特公园……

2010年挂牌成立的杭州湾新区,以世界级先进制造业基地闻名。截至2019年,杭州湾新区共引进产业项目406个,总投资超过4000亿元,其中工业项目285个。目前,新区已经初步形成以“汽车及关键零部件,数字经济、生命健康、智能家电、通用航空、新材料、文旅产业”为主导的“1+3+3”产业体系。

主导体系中,前面6大产业均为先进制造业,文旅产业紧随其后,体现了该产业对新区的重要战略意义。杭州湾新区管委会有关负责人指出:“这是新区发展定位的‘初心’,因为我们最早提出的口号就是‘三生三宜’——生态、生产、生活,宜居、宜业、宜游。”那么,新区是如何践行这份“初心”的,又是在滩涂之上开辟出文化旅游产业发展新路径的呢?

产业平台 为什么要发展文化旅游

杭州湾新区是我省首批产业集聚区之一,肩负着全省“四大”(大平台、大产业、大企业、大项目)建设的使命。在这样一块开发建设的热土之上,为什么要发展文旅产业呢?

在杭州湾新区管委会有关负责人看来,新区发展文旅产业,首先是因为这里有国家级湿地公园的自然禀赋和杭州湾跨海大桥开通带来的区位优势,加上新区经过升级换代,发展理念已经发生质变,不再是单纯的产业集聚,而是产城融合,后来又提出了“产城人融合”的理念。“要考虑城市建设和发展,考虑人的综合感受,这就需要各种生活配套,包括消费娱乐、休闲旅游等,以此来留住存量人才,同时吸引新的高层次人才。”该负责人说。

与此同时,文化不仅在精神领域具有价值,而且体现出了巨大的经济价值。杭州湾新区旅游开发建设指挥部总指挥岑柏峰表示,发达国家和中等发达国家都在大力发展文化旅游产业,喊出了“文化旅游

产业是世纪主导产业”的口号,文化旅游产业已占其GDP总量的31%;400家最富有的美国公司中,有72家是文化公司;美国音像业出口额已超过航天工业出口额,成为创造利润最多的行业之一,居出口贸易第2位。英国文化旅游产业平均发展速度是经济增速的两倍,每年的出口额达80亿英镑。日本文化旅游产业盈利已超过汽车工业盈利。

统计数据显示,旅游业每创造1元钱收入,可间接创造7元钱社会财富;旅游业每增加1个就业岗位,可间接带动7个人就业。旅游业可以带动建筑、通信、住宿、娱乐、餐饮等30多个行业的发展,旅游消费对住宿业的贡献率超过90%、对民航和铁路客运业的贡献率超过80%、对文化娱乐业的贡献率超过50%、对餐饮业和商品零售业的贡献率超过40%。

滩涂新城 如何才能发展文旅产业

传统理念中,旅游景区要么有名山大川,风景秀丽怡人;要么有名胜古迹,极具历史韵味。但是,在滩涂之上建起的杭州湾新区,这些旅游资源无处可寻,如何才能发展文旅产业?

新区发展文旅产业自有底气。得天独厚的区位优势是文旅产业发展的基础,也是新区任何事业、产业发展的基础。区位优势带来了市场优势,新区2小时交通圈内,有长三角19个主要城市,经济发展水平高,这个区域集聚了全国54%的旅游人口。第二个优势是空间优势,新区拥有广阔的发展空间。方特园区,约3000亩;中旅项目,500多亩;海昌文化旅游综合项目,1000多亩。这样的资源,在长三角这个区域内是绝无仅有的。

更重要的是,旅游发展已经进入新的阶段,从观光旅游向休闲度假过渡。观光游,主要是看风景名胜,为了一处独一无二的风景,游客不惜长途跋涉;休闲度假则不一样,人们要找一个安静、舒适的环境,放松身心,在途时间最好不超过2小时。在这个阶段,新区的一些资源,比如湿地、温泉,就重新

焕发生机了。

杭州湾湿地是我国东南沿海面积最大的湿地,也是西伯利亚—澳大利亚候鸟迁徙路线中的重要驿站,被称为“鸟类天堂”。“这里累计记录鸟类220种,比2006年至2008年的基线物种数量增加了143%,其中列入国家重点保护野生动物名录的就有13种。”湿地公园相关负责人介绍。

湿地是新区得天独厚的自然禀赋,也是文旅产业引进的原动力。当初,湿地公园邀请深圳华强集团开发6D影院旅游项目,华强集团负责人看到一望无际的蒹葭芦苇后,被新区的生态美深深折服,最终决定在湿地公园旁边投资128亿元建设“宁波华强·美丽中国三部曲”主题园区,2016年开业的“宁波方特东方神画”,就是其中的“第一部曲”。

湿地资源成为引进方特项目的原动力,海底温泉资源则成为引进中旅海泉湾和锦绣东方国风小镇等项目的原动力。地处杭州湾入海口附近,温泉是新区的另一张特色名片,依托全球罕见的优质海底氯化物温泉资源,新区巧妙打出了“温泉+文化”这张特色名片。

机遇之下 新区如何走出新模式

“火车跑得快,全靠车头带”。新区模式的第一个关键词是“招大引强”,在汽车产业发展过程中,新区人对此深有体会。

因此,新区在谋划文旅产业之初,就把目光投向国内外顶尖文化集团的大项目,最终与华强集团强强联手,达成了百亿级旗舰项目的合作。

通过大项目带动旅游业集群发展,是补齐现代服务业短板的一条“捷径”。新区目前已经引进了华强方特系列项目,一期项目建成后,仅2017年一年就接待游客252万人次,实现旅游收入4.99亿元,等项目全部建成后,预计年接待游客可达800万人次,实现旅游收入超10亿元。

此次签约落户的海昌文化旅游综合项目,是杭州湾新区文旅产业“招大引强”的最新成果。根据协议,新区将与大连海昌集团这一全球一流的主题公园运营商、中国最大的海洋主题公园开发商和运营商携手,打造前湾国际旅游度假区启动区。

新区模式的另一个关键词是“文旅融合”。方特项目的核心竞争力就在于其融合了传统文化和现代科技,可以给游客带来新奇的旅游体验,这是被证明行之有效的文旅产业发展之路。

众所周知,文旅融合是当前文化旅游产业发展的重要趋势。推动文化产业与旅游产业融合发展,是推动两个产业转型升级提质增效的

重要途径。在经济新常态下,推动文化产业与旅游产业深度融合,可以进一步推动产业升级,实现优势互补,放大综合效益。

文旅融合在各地有成功案例。如美国奥兰多是世界上最好的休闲旅游城市之一,是集休闲度假、旅游观光、游乐体验和购物于一体的大型旅游综合体,那里有美国最大的迪士尼乐园,拥有4个主题乐园,有环球影城主题公园2个、海洋世界2个,同时是全美第四大购物目的地,游客直接消费支出超过600亿美元,是美国文化产业与旅游产业深度融合的典型代表。

目前,新区还引进了一批优质产城联动项目,创造性地把文化资源与旅游产业深度融合,有望形成独具魅力、辐射带动服务业全面发展的潜力产业。

其中,中旅海泉湾项目总投资90亿元,将依托新区丰富的海底温泉资源,把日本的高档温泉文化与旅游产业有机嫁接,并结合杭州湾新区独特的区位优势,与周边主题旅游形成互补,打造集运动、健康和创生活方式于一体的温泉主题城市度假综合体。中旅锦绣东方国风小镇项目总投资80亿元,依托新区生态、温泉等资源,以东方文化为核心理念,以中国特色和禅修文化为主线,引入阳明文化等弘扬传统价值观、独具宁波元素的文化资源,打造集自然、人文及创生活方式于一体的特色文化主题小镇。

未来方向 打造长三角重要休旅目的地

未来,随着方特东方欲晓主题公园、方特明日中国主题公园、方特熊出没小镇、中旅锦绣东方国风小镇、中旅海泉湾、祥源动漫城、海昌海洋世界等重大项目的逐步落地,杭州湾新区文旅产业的影响力、吸引力有望继续提升。

如今的宁波杭州湾新区,不仅有世界级的先进制造业基地,也有硬核的休旅元素和文化坐标。当跨界、复合成为业态创新的主基调,把握“大旅游+大文化”产业发展方向的杭州湾新区,正积极创建国家级旅游度假区,打造文旅融合的新业态、产业链。

按照《宁波杭州湾新区全域旅游三年行动计划(2019—2021年)》,到2021年,全区旅游总人数超过1000万人次,初步建成具有较高知名度和美誉度的年游客量超千

万人次的长三角闻名的旅游、休闲、医养目的地。一座对标深圳、城市功能日趋完善、文旅深度融合的未来之城,必将在长三角旅游版图中显得更加浓墨重彩。

“新区不但要成为世界级先进制造业基地、长三角标志性战略大平台,还要打造年客流量超千万人次的长三角重要休旅目的地,建设文旅深度融合发展的未来之城。”新区党工委主要负责人说。

随着温泉世界、中旅海泉湾、国风小镇温泉三岛等一批“高大上”温泉旅游项目的陆续落地建设,温泉游、高端医养、主题城市度假综合体等新业态崭露头角,一个辐射长三角的“温泉生态旅游圈”正在逐步形成。目前,新区文旅产业正处于拔节吐穗期,3年后将进入收获期,到2025年,有望将完整成果呈现于世人面前。

评 说

发展文旅产业要敢于“无中生有”

一片滩涂上崛起一座新城,一张白纸上绘出美好画卷。杭州湾新区发展文旅产业,提出要对标深圳。我想,从“无中生有”这四个字上分析,两地确有不少相似之处。

1989年开业的深圳锦绣中华,是我国第一个现代意义上的主题公园,开业第二年就获得5600万元纯利润,并收回全部投资,深圳这个旅游资源一片空白的小渔村,从此成为全国极具吸引力的旅游城市。1998年,华侨城集团在深圳打造了国内首个强调参与和体验的主题公园——欢乐谷。经过数十年的经营和品牌建设,锦绣中华、世界之窗和欢乐谷已经成为海内外皆知的深圳旅游地标。深圳的旅游业总产值也从1980年的510万元增加到2019年的1715亿元,增长率接近3.3万倍。

发展文旅产业,就是要敢于“无中生有”,敢于用好的创意去“点石成金”。同样是在一片滩涂上发展起来的杭州湾新区,一无名山大川,二无历史名胜,去年的游客接待量却

接近600万人次,靠的就是一种变不利为有利、变被动为主动、敢想敢干的创新精神。

新区在谋划文旅产业之初,就把目光投向国内外顶尖文化集团的大项目,最终与华强集团强强联手,达成了百亿级旗舰项目的合作。一期项目建成后,仅2017年一年就接待游客252万人次,实现旅游收入4.99亿元。未来,随着方特东方欲晓主题公园、方特明日中国主题公园、方特熊出没小镇、中旅锦绣东方国风小镇、中旅海泉湾、祥源动漫城、海昌海洋世界等重大项目的逐步落地,杭州湾新区文旅产业的影响力、吸引力有望继续提升。

杭州湾新区发展文旅产业的实践,为国内许多先天资源匮乏的地区开辟了一条“无中生有”的创新发展之路。这个滩涂上崛起的新城,必将成为一个产业发达、功能完备、环境优美、宜居宜业宜游的先进制造业基地和长三角重要休闲旅游目的地。(王芳)

图 示

