

本周聚焦

## “9+10”助力旅游合作新模式

近年来,我国旅游业面临着国内外的严峻形势和各种挑战。随着世界经济增速回升乏力,人民币不断升值,重大突发事件呈现常态化趋势,今年入境旅游明显下挫。中国经济发展速度正在放缓,旅游消费也呈现放缓迹象。在新的形势下,发展区域旅游已不仅是旅游产业发展的内在要求,更是顺应旅游产业发展大势的重要举措。

2008年初,由北京倡议发起环渤海地区5省市、环北京4省区和10个国内热点旅游城市建立起了“9+10”区域旅游合作机制。虽然由北京地区发起的“9+10”区域旅游合作会议收获颇丰,但这其中也面临诸多困难。从国际形势看,国际经济持续低迷、国内外旅游目的地竞争加剧、人民币升值、国际安全问题等不利因素,使入境游持续下降;从国家层面看,我国免签、免税、航权等综合性政策长期得不到突破,对入境市场影响比较大;从区域合作上看,虽然签订了一系列框架协议,但在推进行政体制、整体规划、市场运作、产品开发等旅游要素一体化进程中,还没能够取得实质性突破和进展。

至今,“9+10”已举办过五载,在12月2日-4日召开的第五届“9+10”区域旅游合作会议暨第七届旅游研究北京论坛上,各地区旅游部门达成了多项机制与共识,并由此成立了“9+10”区域入境旅游、“9+10”区域旅游媒体、“9+10”区域旅游研究机构、“9+10”区域旅游投资促进四大联盟。此外,对于“9+10”区域旅游合作的困



境也提出了引入市场解决机制。

对此,北京市旅游发展委员会主任周正宇说,十八届三中全会启动了国家新一轮改革的航程,必将为旅游业更好更快发展创造新的基础与环境。我们应抓住这一重大历史机遇,积极引入市场机制,思考与谋划推进“9+10”区域旅游合作的有效举措。

周正宇指出,第一,要坚持政府主导,深化区域旅游合作机制体制改革。理顺政府和市场、政府与社会的关系,积极发挥政府在加强和优化公共服务、保障公平竞

争、加强市场监管、维护市场秩序等职能。重点是要形成区域内旅游投诉统一受理的机制。第二,发挥市场作用,推动区域旅游产业转型升级。根据入境游客、外埠游客、区域内游客三大客户群的不同需求,分层次打造旅游产品。提倡、引导和鼓励区域内旅游企业积极开展入境旅游业务,参加海外推广活动。第三,发挥企业主体和社会参与的作用,提升“9+10”区域旅游合作的影响力。通过研究,重在评估入境旅游市场,并建立面向全国的旅游投资企业库、旅游产业项目库、行业信息库和

联盟网站,推进区域旅游合作项目与资本市场的对接,同时跟踪国际最新的旅游研究成果,整合资源,加强区域旅游合作的信息交流与形象传播,持续提升区域旅游合作的影响力。

此外,北京市旅游发展委员会副主任安金明介绍,“9+10”区域旅游合作联盟将形成政府、市场、企业、社会联动。“9+10”区域旅游合作联盟将以政府为主导,由“9+10”区域旅游职能部门共同成立,主要研究区域合作重大的发展战略、相关政策等,并推动成立入境旅游合作联盟、旅游媒体联盟、旅游研究机构联盟,并扶持和指导各联盟的工作。“9+10”区域旅游合作联盟将每年召开一次“9+10”区域旅游合作大会,总结一年的工作情况,研究下一年工作目标,并对“9+10”区域旅游合作中存在的问题进行研究和解决。大会由各省市轮流承办,并设立联盟轮值秘书处和轮值主席。

此外,据北京商报记者了解到,在此次会议上,还提出了建设首都经济圈的设想。安金明说,国家“十二五”规划明确提出“打造首都经济圈”,将其上升为国家战略。北京周边及环渤海9省市以旅游产业作为突破口,以旅游经济圈作为区域旅游合作的一种新模式,构建首都旅游经济圈,将特定区域的旅游作为一个整体,通过对其独特旅游形象的塑造、特色旅游产品系列的开发、整体目标市场的开拓,促进地区产业升级,降低开发成本,获得差异化竞争优势,大大提升区域旅游竞争力。

北京商报记者 关子辰

## 高端观察

合作偏重政府  
企业能动不足

“9+10”区域旅游合作这五年来虽然取得了一定的成绩,但仍存在一些问题,目前合作偏重于政府,企业的积极性和主动性不够。区域旅游合作不但需要政府的努力,还需要落实到旅游企业的行为上,只有政府的积极性而没有企业的积极性,合作是难以深入持久的。目前“9+10”区域旅游合作机制企业参与度不高,许多旅游企业对区域合作采取了一种观望的态度,有些旅游企业虽碍于情面或迫于压力参与了区域合作活动,却往往缺乏自身的积极性、主动性和创造性。

安金明

北京市  
旅游发展委员会  
副主任加速市场融合  
培育热点新品

区域内应共同研究制定奖励政策,鼓励区域内旅行社互送旅游团队,根据旅行社输送团队的规模、消费和是否过夜的情况,设定不同等级的奖励额度。引导旅游景区、酒店对旅游团队提供优惠,对实行优惠的旅游企业给予政策性补贴。同时,要整合各自优势资源,突出地方特色,联合开发特色旅游产品,策划举办联动的特色旅游节庆活动,共同打造区域精品旅游线路,形成能够满足国内外不同客源群体需要的旅游产品体系。通力协作,开发邮轮、游艇、低空飞行、海洋康体等旅游新产品,拉动京津及周边高端旅游市场,培育新的旅游热点和亮点。

阳世昊

天津市旅游局  
局长打造精品线路  
形成区域品牌

深化区域旅游合作,核心是联手打造精品线路,打造区域旅游品牌。打造线路、品牌不能凭想象,要非常细心地跟着游客的脚步去规划线路,完善服务,扩大影响,形成品牌。比如北京、山西、陕西,是中华文明的一条黄金走廊,随着大同到西安的高铁开通,从北京到太原再到西安,不超过6个小时,坐在高铁看北京、游山西、游陕西,五千年华夏文明尽在其中,应该是一条比较成熟的精品线路。打造精品线路,形成区域旅游品牌,还要符合市场规律,才能满足游客需求。

冯建平

山西省旅游局  
局长增强市场合作  
构成双核联动

以城市-城市或资源-资源空间关系为特征,不管是城市还是资源,双核在区域中的地位 and 等级相当,形成市场共通或资源互补或两者兼而有之的合作关系。如大沈阳旅游圈,在该旅游圈完成内部整合后,可南连大连旅游圈,构成以沈阳和大连为核心的双核联动模式,必将推进区域内无障碍旅游的实现,增加区域旅游发展的竞争力和吸引力。

应中元

辽宁省旅游局  
局长