



新!闻!启!迪!财!智

高端旅游周刊 Business Travel Weekly

总第221期 今日4版 每周四出版
联合主办 北京市旅游发展委员会 北京商报社
主编 钱瑜 执行主编 关子辰



BBTtravel订阅号

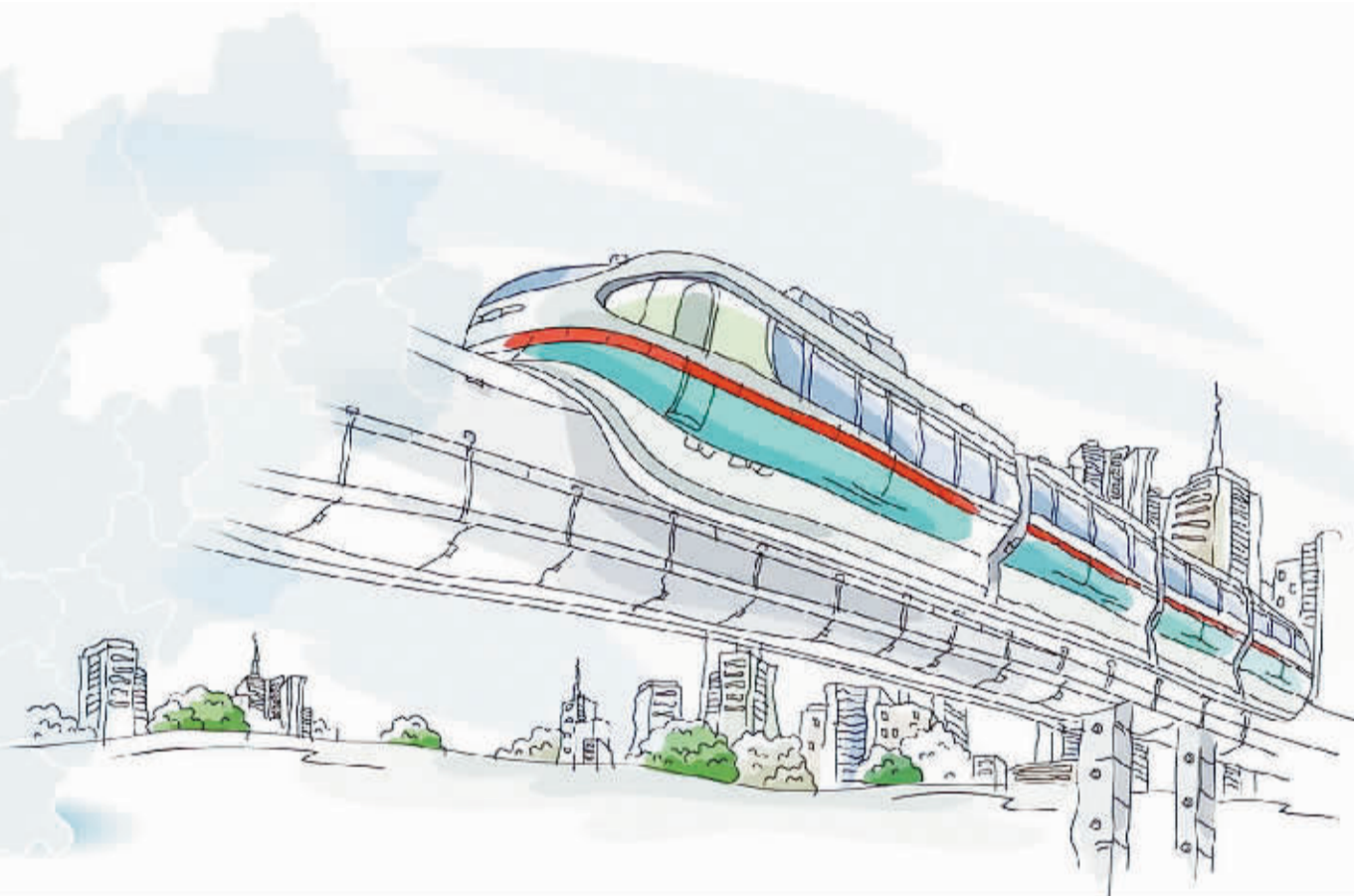
A1-A4

2017.3.2

深耕三年 京津冀旅游圈现雏形

集“吃住行游购娱”

多要素于一身的旅游，在区域发展战略中扮演着重要角色。3月1日，北京商报记者从北京市旅游委获悉，京津冀协同发展战略实施三年来，三地旅游业顺势而行，除了在产业、市场等方面携手外，更通过圈定试点示范区等方式深度融合。更值得关注的是，京津冀旅游协同发展第七次会议今年将在北京召开，三地在市场对接方面也将有大动作。可以说，一个涵盖京津冀的旅游圈已雏形初现。



五大示范区的商机

位于北京市区东北部70公里的平谷区石林峡景区正分享着京津冀旅游协同的红利。石林峡景区公司副总经理李爽谈起三年来的变化颇为感慨，从2014年开始，景区参加政府组织的京津冀旅游推介活动越来越多了。市场宣传多了，客流量也出现激增。2015年该景区接待游客总量达到20多万，而2016年这一数字直接上涨至77万。

在李爽看来，被纳入“京东休闲旅游示范区”也是石林峡景区的一大机遇。早在2014年7月23日，北京、河北、天津三地五个市区县就“京东休闲旅游示范区”达成共识，涉及的地区则包括平谷、蓟县、兴隆、遵化、三河等地。而这一示范区也是三地圈定的五大旅游示范区之一。

按照设想，未来随着示范区的逐步形成，一家老小出城休闲度假，可以选择京东休闲旅游示范区；雪友们想在滑雪场切磋技艺，京北生态（冰雪）旅游圈则是理想目的地；横跨北京、河北两地的房山世界地质公园，是京西南生态旅游带内的特色景点，主打绿色生态；天津武清的奥特莱斯、河北廊坊的金钥匙家具城，为京南休闲购物旅游区提供了基础；唐山湾国际旅游岛、沧州南大港滨海湿地、天津海滨旅游度假区，则构成了滨海休闲旅游带……这五大旅游示范区也成为推动京津冀三地旅游一体化的先行试点平台。

“在2016年京津冀旅游协同发展第六次工作会上，旅游示范区涉及到的17个市（区、县）旅游部门联合签署了《京津冀旅游协同发展示范区合作宣言》。2016年下半年，编制了《京东休闲旅游示范区建设规划》、《京北生态（冰雪）旅游圈建设规划》、《京西南生态旅游带建设规划》、《冬奥旅游带规划》，明确示范区建设战略定位、基本原则、发展目标及具体举措，今年将有进一步的推进举措。”北京市旅游委委员邹伟南在接受北京商报记者采访时透露。

投融资平台快速扩容

京津冀旅游联动，也吸引了大批资本的目光，于是搭建一个信息对称的产业投融资平台变得十分必要。为补短板，河北省旅游局和天津市旅游局分别与北京产权交易所签署了战略合作协议，在北京旅游资源交易平台的基础上，建立了京津冀旅游资源交易平台。

“平台运营了两年多，可以用巨变形容，包括北京密云区、房山区，河北任丘市等地都主动找到平台来招商。”北京旅游资源交易平台负责人刘君告诉北京商报记者。不久前，刘君刚刚去过河北省迁安市，“大家以前对迁安的印象就是钢城，但其实那里还是水城，近几年当地提出‘生态优先、旅游兴市’的思路，所以希望借助平台来寻找能够对城市全域旅游发展进行整体投资和运营的机构。此外，不少以前未涉足旅游业的央企也看好京津冀旅游的契机，

主动找到平台来进行资源对接”。

据介绍，截至2016年底，北交所旅游资源交易平台共挂牌京津冀地区旅游项目242宗，挂牌金额863.99亿元，成交项目28宗，成交金额6.01亿元。北京市旅游委主任宋宇曾强调，启动京津冀旅游投融资服务平台，就是要为三地旅游企业、旅游项目搭建协同发展的交流平台、招商引资的合作平台、展示形象的宣传平台，引进一批有实力的战略投资者、金融机构和产业基金参与京津冀区域旅游开发，实现旅游资源与社会资本的有效对接。

业内人士分析，在“旅游+”的概念下，包括文化、农业、工业、体育、研学、养老相关产业都会快速和旅游对接，与旅游产品和旅游服务密切相关的金融服务、建筑地产、会议会展等行业也受到瞩目，未来，京津冀旅游交易平台的招商引资功能应进一步发挥出来，推动极具含金量的项目落地。

卡片上的区域旅游圈

在京津冀大旅游圈的搭建中，如何让消费者感受到更便利的服务也是一道必答题。“京津冀旅游一卡通”的设立，是想让游客的出游更加便捷，价格更实惠。虽然初衷是好的，但这张卡在2014年之前却遭遇了市场接受度低等难题。”京津冀旅游一卡通市场负责人王金虎告诉北京商报记者。他回忆这张卡于2011年在河北和天津首发，但由于没有京津冀协同发展“撑腰”，推广的过程十分艰难。

“为了推广这张卡，我几乎成了京津冀的高铁人，绝大部分时间都搭乘高铁在三地穿梭，但起初几年确实感觉多方受阻。2011-2013年间，河北和天津的发卡量都处于较低水平。”王金虎说，“后来，京津冀协同发展提出，各方都开始重视旅游一卡通，再加上高速公路ETC功能也逐步接入，一些5A级景区更主动申请加入，使发卡量倏忽上升。以前，招聘员工都很困难，核心团队就几个人，现在有数百人在为这个卡服务。”

据悉，三年来，京津冀旅游部门力推惠民便民旅游产品，面向京津冀市场投放京津冀自驾车旅游护照10万册、京津冀旅游一卡通70万张、京津冀旅游通卡10万张等。另外，《京津冀最新旅游路书》也受到消费者关注。2015年，三地经过踩线、设计、论证共同推出56条京津冀旅游线路，其中北京出发18条、天津出发18条、河北出发20条。在路线和产品设计上，侧重于符合当前游客自助游、自驾游的散客化趋势，产品包含了周末亲子游、摄影之旅、休闲自驾游、古村古镇游、滨海休闲系列等。

“总体而言，三年来，区域旅游在组织、管理等方面较好地实现了融合发展，今年市场一体化将是重头戏，由于三地在政策、资金安排方面还存在差异，所以市场的协同，包括如何将京津冀旅游打包推介以及是否可成立区域旅游发展基金等都将进一步探讨。”邹伟南说。

北京商报记者 肖玮