

“小荣说”系列作品

“515 战略”中国旅游 系列访谈录

孙小荣 / 著



新华出版社

小荣说 II

中国旅游“515 战略” 系列访谈录

孙小荣 / 著

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游“515 战略”系列访谈录 / 孙小荣著.

— 北京: 新华出版社, 2017.1

ISBN 978-7-5166-3105-8

I. ①中… II. ①孙… III. ①旅游业发展—发展战略

—中国—文集 IV. ①F592.3-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第032023号

中国旅游“515 战略”系列访谈录

作 者: 孙小荣

责任编辑: 赵怀志

责任印刷: 廖成华

责任校对: 刘保利

设计排版: 大象群

策划机构: 孙小荣工作室

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路8号 邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

经 销: 新华书店、新华出版社天猫旗舰店、京东旗舰店及各大网店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 臻美书装

印 刷: 北京凯达印务有限公司

成品尺寸: 140mm×200mm

印 张: 9.75

字 数: 170千字

版 次: 2017年3月第一版

印 次: 2017年3月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-3105-8

定 价: 49.00元



孙小荣

资深媒体人、策划人

中国旅游改革发展咨询委员会委员

原凤凰网旅游频道主编

“孙小荣·工作室”创始人

担任多个省市及企业的旅游发展顾问

致力于中国旅游发展的观察和研究，在

旅游品牌营销策划、区域旅游创新发展

深度研究、全媒体整合营销等领域提供

新视野和新价值，开创了集专业性、新

闻性、文学性于一体的中国旅游深度观

察、解读及研究性报道，深受业界好评。

“孙小荣·工作室”运营的微信公众号

“小荣说”已成为中国旅游业界深具影
响力的自媒体之一。

开篇 | OPENING

讲好旅游故事，传播旅游好声音

李金早

国家旅游局 局长

当前，我们面临着两大时代：一个是大众旅游时代，一个是大众传播时代。旅游产业既是一个综合性的产业，更是一个综合性的媒介，直观地传播一个国家和地区的文明形象，展示国民的文明素养和精神风貌。旅游传播是发现美、传播美、分享美的重要途径，也是旅游工作的核心之一。

随着旅游业成为新的消费热点，全域旅游发展理念深入人心，旅游业正成为我国进行供给侧改革，保增长、调结构、促转型、惠民生的重要领域。我们迫切需要适应大众旅游时代，采用大众传播时代的新宣传渠道与方式，引领行业方向，树立产业形象，传递社会导向，服务旅游行业和社会发展需要，服务广大游客。

国家旅游局先后通过设立“全国优秀旅游新闻奖”、成立中国旅

游新闻宣传平台、召开年度旅游宣传工作会议等方式，与社会媒体进行广泛交流与合作，遵循新闻传播规律，创新方法手段，创新传播方式，促进我国旅游宣传水平的提升，更好地服务于国家发展大局。

“515 战略”实施以来，以构建“文明、有序、安全、便利、富民强国”发展格局为引领的系列创新举措，得到了全社会的广泛认同。各地都在因地制宜推动旅游业的创新与发展以主动适应经济发展趋势，推进现代旅游产业发展，培育旅游经济增长点，为推动经济发展提质增效升级、人民群众生活水平跃升做出新贡献，也涌现出具有开创性和可操作性的地方实践经验，为中国旅游产业的改革与发展探索出新出路和新模式。

社会媒体在探讨新问题、观察新现象、梳理新模式、传播新经验方面，做出了功不可没的贡献，也涌现出了一批优秀的媒体人，他们以自己独特的视角和出众的才华，观察和记录着中国旅游的大变革，为中国旅游的繁荣与发展输送着先进的思想和创新经验，推动旅游业融合共享与健康发展。

小荣就是一位优秀的媒体人，一位忠实的记录者。他身体力行，积极参与“515 战略”实施以来旅游界重大变革的观察和研究，笔耕不辍，以新闻报道、解读评论、研究性专题、系列访谈等多种形式，创作了数十万字高质量的作品，深受业界好评。

小荣作品有三个特点：第一是反应快，这是他的勤奋使然；第二

是观点准，总是能找到新闻爆点和价值核心，有自己独立的研究和思考，这使得他的作品总是与众不同；第三是有看头，能够读下去，这是因为小荣的作品不是就事论事，而是肯挖掘前因后果的发展逻辑，善于讲故事，有观点、有情感、有自己的态度，这使得他的作品不拘一格，既有专业性，又有新闻性和文学性，可读性强。

《中国旅游“515战略”系列访谈录》是小荣用一年的时间走访各省区市旅游委主任/旅游局局长及部分业界专家，进行深度访谈后的作品集，以“口述”的方式，立体化展示“515战略”落地实施以来各省区（直辖市）取得的阶段性成果和工作亮点，记录地方旅游部门管理者及业界专家对新时期、新形势下中国旅游深化改革发展的敏锐洞察和解读，其中不乏优秀的地方创新模式背后的故事与经验，对于总结“515战略”推行的阶段性成果及省区市之间经验的交流具有重要价值。

当前，我国旅游产业正处在高速发展期，也是矛盾凸显期。大众旅游时代，更需要大众传播。互联网时代的媒体人，更需要有深度意识和独立思考精神，为推动国家战略及相关旅游政策的落地，传递旅游市场的新现象和新趋势，促进地方创新实践经验的互通与交流，讲好中国旅游故事，传播中国旅游好声音，做出更大的贡献。

目录 | CONTENTS

开篇 讲好旅游故事,传播旅游好声音 李金早 / 1

第一部分 背景

李金早和他的“515”治旅方略 / 3

当我们谈论“515 战略”时,我们在谈论些什么? / 14

第二部分 访谈

郝康理 旅游业构不成产业链 / 23

徐晓平 “四全模式”开启全域旅游发展 / 37

于凤贵 山东旅游迎来新机遇 / 53

宋 宇 城市文不文明,游客最有发言权 / 67

那书晨 河北旅游开启整合创新模式 / 83

阳世昊 盯准市场主体深耕细作 重点做好城市形象营销 / 97

万以学 “中国旅游从黄山再起步”对安徽是一种极大鼓舞 / 109

曾颖如 广东旅游创新发展的新选择 / 123

陈建军 打造特色旅游名县推动全域扶贫 / 135

杨忠武 把陕西好故事讲给世界听 / 151

魏国楠 改变大众游客对内蒙古的认知误区 / 167

吴贤德 品牌驱动建设“全域旅游省” / 183

秦景安 实施六大工程,建设“畅游江苏” / 199

钱远坤 旅游让扶贫更有尊严 / 213

白长虹 “515 战略”让旅游发展上升至国家和世界发展议程 / 229

朱 竑 全域旅游要注重环境品质提升 / 243

王昆欣 全域旅游的自信和底气 / 261

周玲强 全域旅游的“杭州经验” / 275

祝善忠 世旅大会聚焦世界旅游可持续发展 / 291

第一部分 背景



李金早和他的“515”治旅方略

截至1月15日，新任国家旅游局局长李金早还是个神秘人物。

上任两个多月来，李金早除了在出席旅游重大活动和会议时做过几次简短讲话，从未接受媒体专访，也并没有对中国当下及未来的旅游产业发展做出明确而系统的战略部署。

中国旅游经过35年的飞跃式发展，取得了一些成绩，在转型期，面对严峻的新形势，也存在许多亟待解决的问题。市场的敏感性在不断地孕育新趋势，国家战略的导向性不断地提升旅游的重要性，专家言论的主观性在不断地营造迫切的发展氛围。

面对喜忧参半、复杂多变的中国旅游，有人高歌猛进，有人悲观失望，有人左右漂移，置身其中，纷乱聒噪。

从整个旅游行业而言，万众渴望中国旅游领航者说真话、干实事儿，能够对当下的中国旅游进行深入客观的解读，拨开云雾见真颜，明确未来的发展该何去何从。

今天，在 2015 全国旅游工作会议上，李金早用 2 万多字，两个多小时的报告，宣告了他对中国旅游产业独特的认知和未来的发展构想，其统揽全局、分风劈流的讲话中，提出了许多别开生面的新话题、新思想和新玩法，深得现场旅游业各界人士的共鸣和点赞。中国旅游在新起点上，终于有了明朗的时间表和线路图。

李金早在尊重中国旅游已有成绩的基础上，对中国旅游产业进行了深刻的自我解读及全新定位；提出当下富有争议性的 5 大旅游热点话题，并进行深度剖析，确立正确的认知导向；明确今后 3 年，中国旅游产业构建“文明、有序、安全、便利、富民强国”发展格局的“5 大目标，10 大行动，52 项举措”，以主动适应经济发展新常态，推进现代旅游产业发展，培育旅游经济增长点，为推动经济发展提质增效升级、人民群众生活水平跃升做出新贡献。

据国家旅游局副局长杜一力透露，这是李金早上任两个多月来对中国旅游进行深度、系统的调研和摸底，期间跟旅游相关部门领导、行业专家、各省市旅游局、优秀旅游企业代表等经过多次内部研讨论证，悉心听取意见后最终形成的“治旅方略”。

对中国旅游产业发展现状的再认识

李金早在讲话中回顾并肯定了中国旅游产业发展 35 年来取得的成绩。他认为,改革开放 35 年来,中国经济社会发生了翻天覆地的巨变。中国旅游业从无到有、从小到大,实现了从“短缺型旅游发展中国家”向“初步小康型旅游大国”的历史性跨越。

2014 年,中国旅游业实现了平稳增长。预计国内旅游约 36 亿人次,增长 10%;入境旅游 1.28 亿人次,下降 1%;出境旅游首次突破 1 亿人次大关,达到 1.09 亿人次。全年旅游总收入约为 3.25 万亿元,增长 11%。

在肯定成绩的同时,李金早强调,也要清醒地认识到旅游业发展仍然面临许多严峻挑战,存在许多亟待解决的问题,集中体现在以下几个方面:

旅游市场秩序问题突出尚没有得到根本解决,有些地方旅游市场乱象丛生,甚至存在黑恶势力的影响,人民群众对此反应强烈;

旅游不文明现象时有发生,严重损害了国家和民族的形象;

旅游厕所还达不到游客的要求,与国际标准还有很大差距,脏、乱、差的现象仍然存在,旅游公共服务基础设施建设滞后;

各级政府对旅游业的支持力度有待进一步加强,财政、金融促进

旅游产业的抓手不多；

旅游涉外纠纷日益增加，旅游大外交格局还没有形成，中国拥有庞大的入出境旅游市场规模但还没有相应的国际话语权；

旅游管理体制不顺，“小马拉大车”的矛盾还比较突出；旅游部门和旅游社会管理信息化水平很低，远远不适应互联网时代的要求。

除此之外，“旅游基础研究薄弱、旅游统计严重滞后、旅游人才支撑不足等问题也很突出。”这些都是中国旅游亟待攻克的难题。

对新常态下旅游业发展的再认识

在过去的 35 年，我们一边批判着以 GDP 增长为衡量标准的急功近利发展模式，一边被粗放式增长的洪流挟裹着参与其中，谁都有理由认为自己是清醒者，其实每个人都是“急功近利”的积极践行者。

“冰冻三尺非一日之寒”，任何的发展都要经历一个渐进的过程。我们不能指望中国旅游产业一步迈入万事皆佳，一夜成为“旅游强国”。我们需要在明确目标的同时，给理想一点时间。

李金早强调，“要深刻认识经济发展新常态下的旅游业，就有必要以更长的时间跨度去观察、分析和把握旅游业发展。”他认为，旅游业正在成为新常态下新的增长点，与传统增长点及其他新增长点相比，概括起来主要有九个新：

旅游业是资源消耗低、环境友好型、生态共享型的新增长点；是消费潜力大、消费层次多、持续能力强的新增长点；是消费、投资、出口三驾马车融为一体的新增长点；是就业容量大、层次多样、类型丰富、方式灵活的新增长点；是带动全方位开放、推进国际化发展的新增长点；是增强国民幸福感、提升健康水平、促进社会和谐的新增长点；是优化区域布局、统筹城乡发展、促进新型城镇化的新增长点；是促进脱贫致富、实现共同小康的新增长点；是新的经济社会组织方式，是有助于提高全社会资源配置效率，有利于应对各种经济危机的新增长点。

展望未来 35 年，李金早认为，中国将由大到强、由快到好，实现从“初步小康型旅游大国”到“全面小康型旅游大国”，再到“初步富裕型旅游强国”的新跨越。并分两个节点提出明确目标：

到 2020 年，从“初步小康型旅游大国”迈向“全面小康型旅游大国”，年人均出游次数到 5 次以上，达到中等发达国家水平，中国旅游业在规模、质量、效益上都达到世界旅游大国水平。

到 2050 年，中国成为“初步富裕型国家”，实现从“全面小康型旅游大国”到“初步富裕型旅游强国”的新跨越，年人均出游达 10 次以上。中国旅游发展质量、水平、效益、综合竞争力、旅游文明程度等达到世界发达国家前列，全面实现旅游现代化、国际化、信息化和品质化。形成一批世界级旅游城市、世界级旅游企业、世界级旅游

目的地，世界级旅游景区、世界级旅游院校、世界级旅游专家，形成一批世界旅游品牌。

对五大争议性话题的再定义

随着中国旅游的深化发展，对国民经济及幸福感的提升作用越来越明显，对于区域发展及人民生活的渗透越来越深入。新时期，对于旅游产业的定位及某些提法更需要高端站位，才能在意识层面发挥积极的聚合作用。李金早在报告中强调，需要理清一些观点和说法。

一、旅游不仅是软实力，更是一种硬实力

过去经常说旅游是“软实力”。李金早认为，“旅游不仅是软实力，更是一种硬实力，这是由旅游业的经济属性和产业功能决定的。”

他举例说，根据 WTTC 发布的数据，2013 年世界旅游业占 GDP 的比重已经达到 9.5%，对就业的贡献超过 10%。西藏旅游业占 GDP 比重已经超过 20%。“从这个意义上讲，旅游当然是硬实力”。

因此，他进一步指出，旅游业是“软硬兼备、融合度高、覆盖面广、拉动力强的综合性实力”，是拉动就业、改善民生、形成国家和地区综合实力的重要标志性产业；是国民精神文化享受、文明素质提升的重要行业；是促进人的全面发展进步的重要事业。