



中国旅游报
CHINA TOURISM NEWS

美丽 中国行 江苏运河篇

BEAUTIFUL CHINA TRIP
CHINA'S GRAND CANAL IN JIANGSU

中国旅游报社 编

2015年中央媒体“走转改”大型采访采风活动纪实

中国旅游出版社

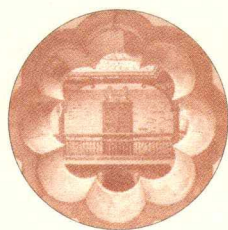
Beautiful China Trip

美丽中国行 

江苏运河篇



中国旅游报社 编



2015 年中央媒体“走转改”大型采访采风活动纪实

中国旅游出版社

项目统筹：杨志敏

责任编辑：杨志敏

图片提供：江苏省旅游局 于 阆 任紫玉 张春华 刘海彬 程 成 周官正
李国强 杨志敏

责任印制：冯冬青

装帧设计：中文天地

图书在版编目（CIP）数据

美丽中国行. 江苏运河篇 / 中国旅游报社编. -- 北

京：中国旅游出版社，2016. 12

ISBN 978-7-5032-5693-6

I. ①美… II. ①中… III. ①旅游指南 - 中国 ②大运河 - 旅游指南 IV. ①K928.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第244027号

书 名：美丽中国行——江苏运河篇

作 者：中国旅游报社

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷：北京盛华达印刷有限公司

版 次：2016年12月第1版 2016年12月第1次印刷

开 本：720毫米×970毫米 1/16

印 张：9.25

字 数：180千

定 价：38.00元

I S B N 978-7-5032-5693-6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

《美丽中国行——江苏运河篇》

编委会

主 编：高舜礼 秦景安

副主编：金启宁 陈 芬 徐 行 雒永信
 吴晓梅

编 委：周晓平 王 剑 江 伟 胥 波
 侯玉忠 鲁一伟 陈玲春 王晓红
 雷琛烨 韩雨晓

行走美丽中国 传扬旅游风采

——为《美丽中国行》出版寄语

为宣传“美丽中国”国家旅游形象和贯彻新闻主管部门“走转改”精神，中国旅游报社自2013年起会同省市旅游局组织开展了“美丽中国行”大型采风活动，对全国各地旅游业发展的火热实践、丰富多彩的旅游产品、精彩纷呈的旅游文化进行宣传报道，受到了各地旅游部门、旅游企业和广大旅游者的热烈欢迎。

三年来，伴随着我国旅游业的蓬勃发展，“美丽中国行”采风队伍一路前行，从海疆到大漠，从草原到雪域，从平原到世界屋脊……足迹遍及长城内外、大江南北，走过了20多个省域的30多条旅游精品线，让“美丽中国”国家旅游形象日趋鲜明；由中国旅游报社牵头的一大批主流媒体和新媒体工作者队伍，认真践行“走转改”精神，加速了思想和专业上的成长进步；采风媒体团所到之处，引发了各地领导和旅游业界的热切关注，所刊发的各类专业宣传作品产生了较好的影响，结集出版以后又形成了再次和多次的宣传效果。因此，这样的采风既有现实意义，也有较长远积极影响。值此第三批采风成果结集出版之际，我愿为之寄语，期望采风一路前行，越搞越好，收获丰硕。

“美丽中国行”要成为宣传“美丽中国”的流动平台。要继续发挥采风团人员构成多元化的优势，既邀请传统报纸、电视、广播媒体记者参与，也吸纳知名作家、名博主、旅游达人、自媒体等加盟，以利于多角度、多侧面、多手段地寻找美、挖掘美、表现美，用生花的妙笔、聚焦的镜头、全媒体的语言，描绘和展现“美丽中国”的自然之美、人文之美、社会之美、生态之美。

“美丽中国行”要成为践行“走转改”的生动课堂。既然参与采风的主体是新闻工作者，就有义务加强自身修养、提升专业素质，增强敬业精神。要始终如一地贯彻好新闻宣传主管部门倡导的“走基层、转作风、改文风”精神，把“走转改”贯穿到采风全过程，把“沉下去”“再深入”“多交流”作为基本要求，进一步贴近行业、贴近基层、贴近业者，在倾听游客声音、体悟一线业者苦衷、感受旅游业贡献中，不断加深“走转改”的程度，巩固和提升“走转改”的成果。

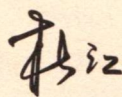
“美丽中国行”要成为沟通业界的有益桥梁。随着旅游与传媒业的飞速发展，新闻媒体

美丽中国行

与旅游业界的关联进一步拓展，除了宣传与被宣传的关系，还有更多的交叉和交际，搞好宣传成为影响旅游发展不可或缺的一大要素。参与采风的各位媒体人，应立足身处的涉旅岗位、具有相应专业背景的优势，发挥走南闯北、经多见广的特长，在采风中与旅游业界建立更紧密联系，掌握第一手情况，更新观念意识，积极为旅游业的发展和宣传推广建言献策。让“美丽中国行”的采风，不仅是邀集诸多媒体的集体采访活动，而且成为沟通旅游业界的桥梁和纽带。

“美丽中国行”要成为纸媒服务行业的有力抓手。互联网时代的到来，让纸媒蒙受了空前巨大的竞争压力，最直接的表现就是广告经营的持续大幅下滑。在严峻的市场新形势下，“美丽中国行”不仅开辟了旅游宣传的新载体、新渠道，也为传统媒体展现了互动宣传的新天地、新前景。要认真研究各地旅游部门和企业的宣传诉求，善于寻找和选准宣传切入点，不断总结和完善采风组织形式，努力提高和扩大采风宣传成效，使之成为新形势下服务行业的有力抓手。

“读万卷书，行万里路”，是中国传统文化对读书人的要求，也是一种较高水平的人生境界和追求。“美丽中国行”，为诸多媒体人践行这一人生哲学创造了条件，通过“行走美丽中国，传扬旅游风采”，把在各地采撷的旅游之美、中国之美，以美图美文的形式刊载发布，这本身就是非常有意义的事情！让更多的人分享这份收获，感受“美丽中国之旅”的风采，中国旅游报社把“美丽中国行”的成果再一次结集出版。我相信，会有更多的人关注“美丽中国行”的采风成果；也希望，报社能够不断有采风成果持续地奉献世人！



国家旅游局副局长



中国旅游报

CHINA TOURISM NEWS

《中国旅游报》是国家旅游局主管，中国旅游协会主办的旅游行业的全国性平面媒体，是宣传中国旅游发展方针、政策和法规，传播旅游信息，交流国内外旅游经营管理经验，介绍旅游知识，指导旅游消费的权威媒体。2015年9月7日被国家新闻出版广电总局正式列入2015年“百强报刊”。

经过多年的实践，报社积累了策划、组织大型旅游宣传营销活动的经验，策划创办了中国旅游产业发展年会、中国旅游风云榜推选、中国休闲30人、中国县域旅游经济论坛、全国旅游景区创A培训班、美丽中国行和中国海疆旅游万里行大型采风活动等众多具有影响力的品牌活动，吸引社会的广泛关注和参与。

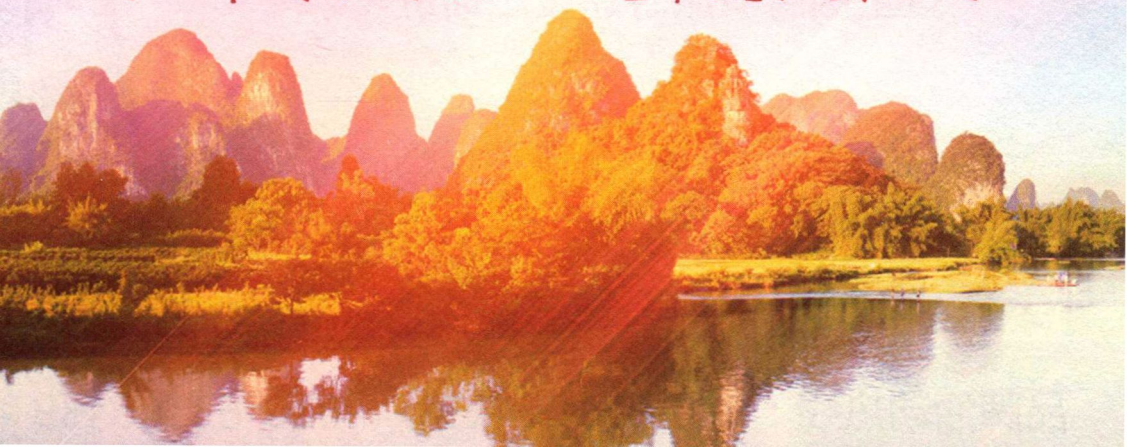
《中国旅游报》发行覆盖：600多家新闻媒体和旅游规划、研究机构；3000多家旅游局和旅游院校；20000多家景区；5000多家旅游餐馆和旅游商品经销商；15000多家星级酒店；20000多家旅行社；100000多名旅游行政管理和企业管理人员。



《中国旅游报》全年价格228元，全国邮局发行，可以破季订阅，邮发代号：1-40，国内统一刊号：CN11-0013，国外发行由中国国际图书贸易总公司代理，国外发行代号D690。

订阅电话：010-85166424

订《中国旅游报》 览华夏壮美山河



中国旅游报社 品牌活动

- 中国旅游产业发展年会
- 中国旅游风云榜推选
- 中国休闲30人系列活动（年会、大讲坛、沙龙）
- “美丽中国行”大型采风
- 中国旅游舆情传播智库
- 全国旅游景区创A培训班
- 中国县域旅游经济论坛
- 中国智慧旅游创新发展大会
暨全国智慧旅游建设培训班

中国旅游报社品牌推广部
期待与您携手共赢！



品牌活动热线：010-85166419

010-85166439



中国妇女旅游委员会

《乡村周末》与其签署协议，成为该委员会设立的“**旅游教育基金**”公益项目指定读物。

台湾《旅报》

经国家旅游局、国务院台办批准，中国旅游报社通过《乡村周末》专刊和台湾《旅报》合作，**互设专版**，报道两岸乡村旅游发展经验、线路产品、服务资讯等。

TTN
Travel Trade News
台湾旅报

搜狐
Sohu.com

头条号

今日头条

《乡村周末》自 2015 年 11 月入驻旗下专业信息发布平台“头条号”以来，超过 **90%** 的内容被推荐。

搜狐媒体平台

《乡村周末》入驻该平台以来累计阅读量超过 **620 万**。

艺龙网

《乡村周末》联合艺龙网推出“**即阅即订**”服务，读者在阅读《乡村周末》精彩内容后，可对该内容相关酒店产品进行预订。

艺龙
eLong

人民网

人民网
旅游 3·15 投诉平台
travel315.people.com.cn

《乡村周末》与人民网旅游 3·15 投诉平台签署合作协议，帮助游客**维护消费权益**。

乡村周末

陪你记住乡愁

《乡村周末》是由中国旅游报社创办的专刊，以乡村休闲为主题，逢周三出版。纸质版随《中国旅游报》主报全国发行并覆盖京沪高铁沿线省市的游客集聚地，总发行量 20 万份左右；数字产品通过搜狐媒体平台、人民网、艺龙网、今日头条·头条号、《中国旅游报》APP 及官方微信、《乡村周末》微信微博等媒体平台覆盖全国。

放地点（面向终端游客）：

游客中心



高铁车站



景区

集散中心



高档写字楼



酒店

交通枢纽



交通枢纽



乡村旅游点

电子版投放平台：



微信
二维码

邮 箱：cunbu2013@126.com

业务咨询：010-85166406

010-85166418

“美丽中国”大型采风

为贯彻党的十八大作出的建设“美丽中国”战略部署，国家旅游局将“美丽中国之旅”确定为国家旅游形象。《中国旅游报》作为覆盖全国的唯一旅游专业媒体，为贯彻国家和行业的发展战略，从2013年举办“美丽中国行”大型系列主题采风，牵头数十家中央和地方主流媒体深入旅游发展第一线，贴近激情澎湃、波澜壮阔的旅游发展大潮，积极地从旅游发展实践中发现美、欣赏美、报道美。3年来，已组织遍及20多个省区市、特别行政区的近40次大型采风采访活动，吸引了全国一线记者、知名专家、名博主、旅游达人等千余人次参与，通过媒体的方式、多角度地宣传报道了“美丽中国之旅”，得到了各地旅游部门和旅游企业的积极参与和热情欢迎，受到广泛关注，产生良好社会反响。“美丽中国行”已经成为各地宣传最新旅游产品、推广旅游形象、树立地品牌的一个重要平台和途径。

“2016美丽中国行”将在实践探索的基础上，对采风活动形式和内容设计进行改进和完善，让采风活动接地气，报道更鲜活，将关注大型主题线路，如边疆地区、“一带一路”沿线、长城旅游专线、大运河沿线、风情旅游线等，继续践行“走转改”，以“有热情的妙笔”，以“有思想的镜头”，描绘“美丽中国”之美景，由中国旅游报社主编、中国旅游出版社的《美丽中国行》系列图书将陆续推出。

主体活动：

- 美丽中国行大型采风活动
- 美丽中国旅游目的地及线路推选
- 美丽中国产业论坛

咨询热线：

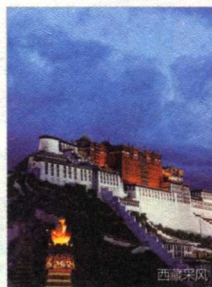
010-85166419
010-85166439

主办单位：

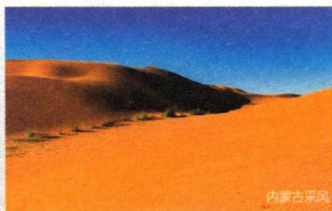
中国旅游报社
有关省区市旅游局（委）

支持单位：

途牛旅游网



西藏采风



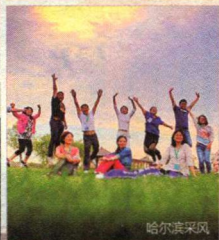
内蒙古采风



黑龙江采风



苏州采风



哈尔滨采风



中国旅游产业发展年会

中国旅游产业发展年会是中国旅游报社与中国旅游协会共同举办的高端品牌活动，旨在为我国旅游业发展搭建年度性、专业化、高端化的宣传、交流与展示的平台。年会通过产业论坛、年度发布等主体活动，梳理和总结当年的旅游产业发展成果，预测和展望下一年发展趋势，并发布“中国旅游风云榜”，推出当年旅游业有关方面的先进代表。产业年会自2012年1月创办以来，每年举办一届，国家旅游局多位领导出席年会并致辞，全国各省区市旅游部门领导、大知名旅游集团负责人和旅游文化专家以及行业代表莅临年会。年会的成功举办得到社会各界的充分肯定，被业界评价为“规格高、影响大、效果好的中国旅游行业盛会”。

批准机构：国家旅游局

主办机构：中国旅游协会、中国旅游报社

官方网站：第一旅游网

- **高端** 业界翘楚聚首的盛会
- **专业** 行业品牌推广的舞台
- **权威** 年度成果发布的盛典

品牌活动热线：

010-85166407、85166419



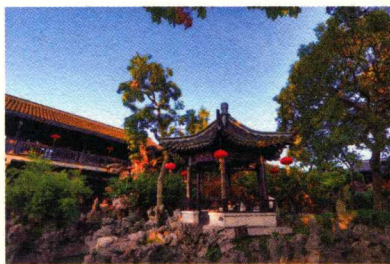
江苏

运河篇

China's Grand
Canal in Jiangsu

目录

- 001 江苏运河篇 综合报道
- 073 江苏运河篇 徐州市
- 091 江苏运河篇 宿迁市
- 105 江苏运河篇 淮安市
- 119 江苏运河篇 扬州市



综合报道

江苏

运河篇



| 花船运河巡游 |

回眸“十二五”，江苏绘就旅游发展新美景

江苏省旅游局

“十二五”期间，是江苏省旅游业发展很不平凡的五年。全省旅游系统在错综复杂的宏观环境中积极应对挑战，在新常态下主动探索作为，“畅游江苏”品牌的深入推进，全省旅游业载体建设步伐加快、旅游公共服务全面优化升级、乡村旅游释放富民红利、智慧旅游促进产业转型融合……在体制机制的破与立中，江苏省旅游业各项指标全线飘红，全省接待境内外游客累计达到 26 亿人次，年均增长 11.5%，实现旅游总收入达 3.66 万亿元，年均增长 14.1%，旅游业增加值从 2010 年的 2090.5 亿元增加到 2015 年的

4036.66 亿元，年均增长 14.1%，高于全省国民经济发展的平均水平。更值得一提的是，2015 年，围绕构建“畅游江苏”体系、建设旅游强省的总目标，江苏旅游坚持以转型升级、提质增效为主线，大力推行“八个强化、八个提升”工作部署，紧扣“旅游公共服务提升年”主题，全面开展“四大专项行动”，加强旅游项目和载体建设，突出旅游市场拓展和行业秩序规范，不断争创产业发展新优势。全年接待境内外游客达 6.22 亿人次，比上年增长 8.4%；实现旅游业总收入达 9050.08 亿元，增长 11.1%；旅游业增加值为 4036.66 亿元，增长 11.1%，实现旅游外汇收入达 35.27 亿美元，增长 16.3%。全面完成了省政府下达的考核目标，为“十二五”画上了圆满句号。旅游业逐渐成为江苏省国民经济的战略性支柱产业。

旅游产品供给丰富

“十二五”期间，江苏省把载体建设作为培育万亿元支柱产业的重要增长极、促进旅游产业转型升级的重要平台和关键举措，逐步形成了观光和休闲度假并重的旅游产品体系。传统景区不断转型升级，全省新增 4A 级以上景区 106 家，A 级景区总数达到 601 家，其中 5A 级景区达到 20 家，数量位居全国第一。作为江苏省旅游业的新载体，旅游度假区建设同样喜人，省级旅游度假区总数达到 45 家；新增国家级旅游度假区 3 家，总数达到 5 家，位列全国第一。旅游新业态方兴未艾，落地自驾在徐州、南京、苏州、无锡等市布点，初步形成网络；房车露营地建成 4 个、在建 5 个，形成了苏州太湖 1 号等房车旅游精品；低空飞行旅游项目在南京、苏州等市投入运营，南京郑和文化和、徐州两汉文化、无锡阖闾城吴越文化等大型文化演艺项目正在推进落地。

公共服务优化提升

近年来，为了营造顺畅、舒畅、欢畅的旅游环境、不断提升游客满意度，江苏省以“惠民八件实事”“四大专项行动”等为抓手，建设完善以旅游咨询服务中心、旅游厕所、旅游景区停车场、旅游交通标识标牌和景区无线通信覆盖为重点的旅游基础配套设施，全面提升旅游公共服务能力和水平：苏州运用二维码技术，对旅游厕所实行网络在线管理；南京、常州



| 无锡鼋头渚樱花烂漫 |



| 溱潼会船 |

等市部分重点景区停车场实现了智能化管理；扬州市旅游局、徐州戏马台景区等协调交通、城管等部门，通过临时租用景区周边机关、院校、企事业单位的停车场，应用智慧导游系统并安排景区的摆渡车辆，有效缓解了节假日停车难问题。在全省旅游系统的共同努力下，江苏省游客满意度指数逐年提升，南京、无锡、苏州三市的游客满意度继续保持全国领先。

乡村旅游蓬勃发展

2015年，江苏省出台了《江苏省乡村旅游三年行动计划（2016—2018）》，推动了江苏省乡村旅游向品质化、品牌化、特色化、标准化方向发展。苏州吴中、宜兴湖湾、高淳国际慢城等乡村旅游区，依托本地历史文化和自然资源，形成了各具特色的乡村旅游名品、新品系列；大丰荷兰花海、南京溧水水晶桥镇石山下村等一批规划水平高、产品特色鲜明的乡村旅游产品竞相涌现。乡村旅游富民惠民作用更加明显，江苏省24万农村富余劳动力因为参与旅游，离土不离乡。如今，乡村旅游已经成为江苏旅游经济新的增长点，成为传承传统文化、统筹城乡一体化发展、促进社会和谐的重要载体。

依法治旅扎实推进

全省旅游系统创新工作思路、严格行业管理，深入贯彻落实《旅游法》，推进修订《江苏省旅游条例》，进一步推动依法治旅、依法兴旅。联合相关部门开展以“十查十提高”为重点的执法行动和以国家级旅游景区为重点的“百日行动”，强化纠错机制和退出机制，对管理不善、服务缺位的景区、乡村旅游点、旅行社和饭店等，实施摘牌、警告和曝光，旅游市场的顽疾得到根本性治理，消费环境得到进一步净化。苏州通过开通“苏州好行”旅游巴士，以疏代堵，有效解决了“一日游”乱象。连云港花果山推出联动综合执法机制，景区秩序明显好转。积极倡导旅游文明诚信，评出首批旅游诚信购物街区7家、购物商店13家，基本建立文明旅游志愿者队伍。试行热门旅游线路成本公示、景区舒适度指数发布等制度，妥善应对“东方之星”游轮翻沉、泰国曼谷爆炸、巴黎恐怖袭击等一系列突发事件，加大旅游投诉处理力度，有力保障了游客合法权益。

旅游营销质效提升

主动融入“一带一路”“长江经济带”等国家战略，积极开展旅游营销活动。全省每年举办旅游节事活动上百个，形成了“苏台灯会”“江苏大运河旅游推广月”、江苏省旅行



| 2015 江苏大运河旅游推广月启动仪式 |