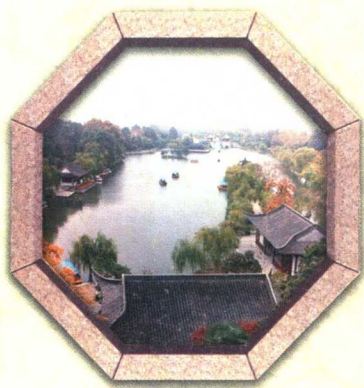


人在旅途

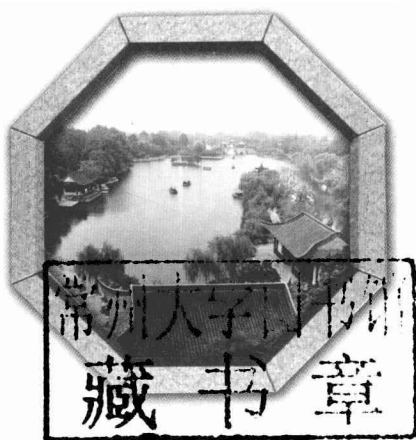
王克胜 著



南京师范大学出版社
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

人在旅途

王克胜 著



图书在版编目(CIP)数据

人在旅途 / 王克胜著. —南京: 南京师范大学出版社, 2016. 11

ISBN 978-7-5651-2960-5

I. ①人… II. ①王… III. ①散文集—中国—当代
IV. ①I267

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 268839 号

书 名	人在旅途
著 者	王克胜
责任编辑	王欲祥
出版发行	南京师范大学出版社
地 址	江苏省南京市宁海路 122 号(邮编:210097)
电 话	(025)83598919(总编办) 83598412(营销部) 83598297(邮购部)
网 址	http://www.njnup.com
电子信箱	nspzbb@163.com
照 排	南京理工大学资产经营有限公司
印 刷	江苏凤凰扬州鑫华印刷有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	28.75
字 数	582 千
版 次	2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5651-2960-5
定 价	85.00 元

出 版 人 彭志斌

南京师大版图书若有印装问题请与销售商调换

版权所有 侵犯必究

序

王克胜同志的书《人在旅途》即将和读者见面了。

我曾经在扬州工作过十多年。曾与克胜同志一起同在统一战线共事,也是省、市社会主义学院的同窗。2001年,我调往东南大学任旅游学系主任。没过多久,他也担任了扬州蜀冈—瘦西湖风景名胜建设指挥部常务副总指挥、扬州市瘦西湖旅发集团董事长,后又调任扬州市旅游局局长。2006年,我们共同筹划成立了江苏省旅游学会,一直搭档到现在。共同的行业和专业,为我们创造了许多业务合作和思想交流的机会,成为旅游界的挚友。

规划是旅游发展的龙头。无论是在景区指挥部还是在旅游局,克胜同志都非常重视规划和规划编制工作。我们一起合作编制过不少旅游规划,其中,《扬州瘦西湖新区旅游发展总体规划》的编制过程记忆尤为深刻。他不仅亲自召集职能部门讨论规划任务和工作方案,还率领规划设计团队远赴浙江、广东、美国、加拿大等地调研考察,亲自撰写并逐字审定重要调研报告,他经常组织一些高规格的理论研讨和方案论证会,从而确保了瘦西湖新区高质量的规划成果出炉,成为十多年来蜀冈—瘦西湖风景名胜建设的行动指南。正是克胜同志平时的善于观察、勤于思考和不断积累,才成就了呈现在读者面前这洋洋数十万字的专著。

江苏是旅游大省,资源非常丰富,扬州尤其如此。2005年,国内一家著名杂志在评选中国最有特色的城市时,将扬州选为“最精致的城市”,将这样一座有着联合国人居奖、中国第一批优秀旅游城市、中国第一批历史文化名城等诸多桂冠的名城旅游,交给克胜同志来操盘,担子不可谓不重,特别是如何将那些散落在古城各个角落里的精致“珍珠”,以及蜚声中外的瘦西湖园林风景名胜,串成璀璨的项链,做成扬州旅游财富,做成扬州经济增长的第三极,这是王克胜担任旅游局长后首先必须思考的问题。

随着我国改革和市场化进程的不断推进,旅游产业在国民经济中的地位和作用也日益增强。文化是旅游之魂,旅游又是展示和传承文化的一种重要形式。文化旅游作为一种以富含文化内涵的目的地为客体的综合性旅游活动,它既是人们对目的地文化的一种阶段性感知和体验过程,也是人们对审美情趣和民族文化情感的一种诉求与表达。发展文化旅游不仅可以弥补纯自然风景旅游的不足,还可以陶冶游客情操,并能给目的地国家

或地区带来良好的经济效益和社会效益。近年来,人们对文化旅游产品需求的不断增加,使得文化旅游产业链也在不断延伸和增强。作为一项综合性、带动性强的新兴产业,文化旅游已明显呈现出多领域、多产业和多区域融合式发展势头。2009年2月,时任中共中央政治局委员、国务院副总理的王岐山同志,在省委书记梁保华、省长罗志军的陪同下莅临扬州,对扬州市的旅游产业、古城保护和文化建设等进行了考察。王岐山强调,文化是旅游的魂,扬州要保护文化资源、挖掘文化内涵,打造特色旅游产品,做大旅游产业,大有文章可做。克胜同志担任扬州市旅游局局长期间,创成了全国首家迄今也是唯一一家“国家文化旅游示范区”,实现了扬州国家5A级景区、五星级酒店的“零的突破”,第一家4A级休闲景区、第一家4A级文博景区和出境旅游资质的旅行社等现代旅游业态也在扬州纷纷诞生。克胜同志主导的扬州旅游行业管理实践,其目标指向,就是以产业融合式的“文化旅游”为标的。当时,省旅游局总结扬州旅游行业管理的实践,概括为几个“大”,大规划、大整合、大营销、大环境。通过这几个“大”,大家有目共睹了克胜同志的“拼劲”和“创劲”,这本《人在旅途》的出版,更让大家看到了克胜同志的“拼劲”和“创劲”背后深层次的思考和憧憬。

在扬州市委、市政府的强力推动下,在相关部门共同配合下,在克胜同志和他后来的同仁们的不懈努力下,现在的扬州旅游,“一主四片”新型旅游格局悄然形成,新型旅游产品开发进展神速,全国首倡的“城市旅游化建设和改造”手笔宏大,境内外一连串高品位、大影响的城市推介行动,被《新华日报》称为“凸显了扬州人把整个城市作为旅游载体来精心打造的独具匠心”。时至今日,我们再来回顾克胜同志“人在旅途”上的艰辛和成功,不但能深刻理解他当时的奋发和努力,也会给未来和后人带来更多的启迪。就在不久前的6月28日,江苏省汽车露营协会在南京成立,克胜又出任首任会长,我放弃另两个重要活动赶赴南京祝贺,也是为其一如既往的旅游情怀所感动。在本书出版之际,衷心祝愿克胜在旅游之路上做出更大贡献。

是为序。

周武忠

2016年10月3日于沪上朴园小墅

① 周武忠同志现任上海交通大学博士生导师、设计系主任、旅游与景观研究所所长,住建部风景园林专家,江苏省旅游学会会长。

目 录

序 / 1

沃土深耕

长风破浪会有时,直挂云帆济沧海(代导读词) / 3

扬州旅游业发展路径初探 / 7

一肩挑:一头挑资源,一头挑市场 / 16

立足大旅游 共谋“旅游城市”向“城市旅游”的华丽转身 / 20

浅谈扬州新型旅游业态发展 / 25

关于扬州旅游体制改革的几点思考 / 30

扬州旅游业发展的思考与实践 / 35

排找差距,科学发展 / 51

尽快在江苏实现旅游大省向旅游强省的转变 / 54

六地取经 四大收获 / 57

开启扬州“旅游名城”发展战略的大幕 / 62

扬州《旅游名城建设行动计划》解读 / 64

坚定不移,全力推进《旅游名城建设行动计划》的实施 / 71

锁定目标,加快形成“城市旅游”大格局 / 78

抢抓机遇,加快实现旅游产业现代化 / 88

提升资源转化水平,共促旅游产业化进程 / 91

弘扬扬州运河文化,打造扬州“运河之旅” / 94

擦亮“国家文化旅游示范区”金字招牌 / 101

扬州公园体系建设之我见 / 106

古城西郊“绿肺”,扬城天然“氧吧” / 109

通过“三做”实现“三赢” / 112

激活沉睡资源,打造北片经典 / 115

发挥三个优势,强抓两个重点 / 118

将中山陵打造成世界一流风景名胜区 / 121

关于曲霞老街修复的几点想法 / 124

赣北、皖南乡村旅游考察报告 / 127

乡村旅游——新农村建设的又一路径 / 136

“农”的特色,“家”的感觉,“乐”的功能 / 141

发展乡村旅游切忌“四化”

——扬州市生态旅游调研侧记 / 146

打造扬城酒店的“烟花三月” / 149

振兴城市品牌 促进扬州旅游 / 153

注重城市整体推介,做大做强扬州旅游 / 155

加强区域联合,共建推介平台 / 161

健全区域联合机制,推进区域旅游一体化 / 164

创新思维,探寻节庆生命力的“金钥匙” / 168

让“扬州的夏日”如火如荼 / 171

打响“扬州的夏日”新品牌 / 173

夏日突围 / 175

借力“组合拳”,助澜淡季营销 / 177

探寻扬州旅游淡季“破冰之道” / 180

请市民下乡,迎客人进城 / 183

以能力建设为抓手,推动思想大解放 / 185

提高旅游服务质量,提升城市旅游形象 / 188

大力提升公民旅游文明素质 / 193

旅游行业协会改革启动“破冰之旅” / 197

发挥龙头作用,实现合作共赢 / 198

整合旅游商品资源,做大旅游商品市场 / 203

规范运作,促进饭店、景区等级更上新台阶 / 206

加强导游队伍建设,提升旅游城市形象 / 208

补缺、提升、创新 / 212

扬州旅游:在 2007 年的时间节点上 / 216

抢抓机遇,加快实现扬州旅游业新的跨越 / 223

不断冲刺“零”的突破,全面实现争先进位

——扬州旅游业 2009 年发展纪实 / 234

新扬州梦 / 240

扬州正在演绎旅游“美丽转身” / 246

扬州,一座城就是一个大景区 / 248

打造休闲扬州 推进旅游经济跨越式发展

——专访扬州市政协副主席、扬州市旅游局局长王克胜 / 251

扬州:打好“精致”“宜居”两张牌,争当江北旅游新龙头 / 255

扬州以三大支撑 实现旅游新跨越 / 258

专家建言扬州旅游如何“长大” / 261

空关老宅期待“开门红” / 263

“扬州游”黄金周“换口味” / 265

打好“人居牌”,向“城市旅游”转变 / 268

把流淌着的运河文化推到世界面前

——访扬州市政协副主席、旅游局局长王克胜 / 270

让古运河旅游流金淌银 / 273

最扬州的休闲方式在运河边 / 278

运河游首先要解决货运禁航 / 281

六条线路串起“扬州水上游” / 283

扬州定制旅游初登“旅程” / 285

扬州之旅走出“顺便一游” / 287

每个市民,都是“人居扬州”风景 / 290

蜀冈论剑

蜀冈下的交锋(代导读词) / 297

附记:“五个一”的故事 / 299

关于瘦西湖新区建设的几点思考 / 302

西湖“西进”给我们的启示

——赴杭州西湖考察调研报告 / 311

赴美国、加拿大园林考察的调研报告 / 315

个性 人性 理性

——广东旅游项目考察调研报告 / 321

科学规划,做优做美瘦西湖新景区 / 326

攻坚克难 打造精品工程 / 329

树立全局意识,打造传世精品 / 333

伟大的事业呼唤会干事的团队 / 336

关于瘦西湖新区建设进程的回顾和展望 / 341

瘦西湖新区“十一五”发展构想 / 348

唯有源头“热”水来

——扬州地热利用前景广阔 / 357

温泉休闲——扬州旅游转型升级的标志性产品 / 360

加快四个对接,推进景区建设 / 364

关于瘦西湖景区主出入口建设的几点想法 / 367

歌吹扬州

借问扬州在何处 淮南江北海西头(代导读词) / 373

扬州欢迎您 / 377

精致扬州 / 379

与古城同行 / 381

文化是扬州的一块胎记 / 383

扬州美女,永远的吸引力 / 385

千年古城 诗梦家园 / 387

一年之计在于春 / 388

又见烟花三月 / 389

像扬州一样生活 / 391

扬州,夏未央 / 392

扬州的夏日 / 393

一河一城一世界 / 395

寄厚味之淡薄 / 396

古城烟云,隐秘的温暖 / 398
马可·波罗:记录中的古扬州 / 399
以幸福之名相约 2010 / 401
扬州炒饭,炒热扬州 / 402
我有一个期盼 / 403
尊重宗教,弘扬文化,发展旅游 / 405
文史古扬州 诗画瘦西湖 / 407
夏天去扬州寻湖探幽 / 410
在英国伦敦江苏旅游推介会上的即兴推介 / 412
加强文化交流 推动友好合作 / 414
赴缅甸、澳大利亚访问考察报告 / 416
在山西大同“宁镇扬马”旅游推介会上的致辞 / 426
瘦西湖是没有视觉污染的风景 / 428
王克胜邀您烟花三月下扬州 / 430
扬州于你,恋人般的感觉
——扬州市旅游局局长王克胜纵论扬州旅游业 / 432
扬州行侧记:“扬州行,不虚此行” / 436
凤凰网专访扬州市旅游局局长王克胜 / 438
新浪网专访扬州市旅游局局长王克胜 / 441
新浪网再访扬州旅游局王克胜局长 / 444
万水千山走透透,扬州美景看不够
——访扬州旅游局长王克胜 / 446
火车运来奥运财富 / 448
后 记 / 451



在旅途
之

沃
土

深耕



wo tu shen geng





2007 年秋，接受中央电视台采访

旅游资源管理的相关部门,要真正做到从观念上进入市场,从行动上退出市场,尽快将各类旅游资源从行政管理体制中解放出来,从事业管理模式中解放出来,在投资体制和经营管理机制上大胆创新,在市场配置资源的作用上大胆创新,在培育旅游投资主体上大胆创新。

——王克胜

长风破浪会有时,直挂云帆济沧海

(代导读词)

翻阅一本本泛黄的历史典籍,品读一首首优美的诗词歌赋,或者干脆在这座城市拾起一片满是青苔的断砖碎瓦,所有来过的或者没有来过这座城市的人,都会很快走进它的文化深处而被震撼、被感动。这就是扬州!

历史顺流而下,随着2005年岁末钟声的落定,扬州人惊喜地发现,他们这座城市深埋多年的文化宝藏突然间挖掘出了史无前例的巨大财富,旅游接待人次、旅客滞留天数、旅游收入连年大幅攀升,屡创历史新高。媒体评论:“这几年扬州旅游显示出超强生机”“频频出手,动作连连,扬州旅游业无疑经历了一场脱胎换骨的转变”“扬州旅游业改革具有标杆意义”。扬州旅游业的巨大变化,不由得让许多人把关注的目光一次又一次投向在这座文化古城刮起一阵又一阵旋风的扬州旅游掌门人——王克胜。

早在上世纪90年代初,王克胜还是扬州市民政局一位名不见经传的普通干部。然而就是他,在全国民政系统创造了“民政计财管理模式”,先后被江苏省、国家财政部、民政部誉为“扬州经验”在全国推广。王克胜是一个在各方面都勇于创新的人,在其分管的扬州地名整顿、区划勘界、彩票发行、慈善事业等工作中,他冲破各种思想阻力和人为障碍,在扬州民政发展史上创下了若干个第一。正是这些成绩的取得,王克胜先后获得扬州市级机关“优秀公务员”“扬州市青年拔尖人才”等称号,1995年10月他被国家财政部授予“全国先进会计工作者”的光荣称号,并作为江苏省会计界和全国民政系统的唯一先进个人代表出席了全国“双先”表彰会。《中国财经报》《中国社会报》《扬州日报》等国内多家报刊发表长篇通讯,报道他的事迹。他的研究成果也先后被收入《扬州大事记》《扬州年鉴》《中国

民政年鉴》等。

在此之后,王克胜的职务不断升迁、角色不断变换,但无论在哪个领域,不管在何种环境,他都以出色的表现演绎着他的精彩人生。

2003年王克胜在当选扬州市政协副主席后,被组织安排兼任市科协主席,不久后又由扬州市主要领导特别点将,受命担任新成立的扬州市瘦西湖新区建设指挥部常务副总指挥。面对一片待开发的处女地,他迅速转换角色,注重调研,新区规划、建设的调研成果迭出,市委内参、市政府政报及诸多媒体相继报道,让更多的人领教了他的创新思维和领导能力。在新区创业之初,他面对规划、资金、土地供应、体制等若干瓶颈,内夯基础,外抓突破,提出了“以规划为龙头、以整合为抓手、以保护为核心、以项目为突破、以市场为手段、以政策为保障”的工作思路,为新区工作的启动和健康发展奠定了坚实的基础,也为发展扬州旅游拓开了一条新路。

正是鉴于王克胜的多角色转换能力和在旅游发展上的创新思路,2005年底王克胜调任扬州市旅游局局长,成为扬州市级机关历史上第一位在市政府组成部门中担任正职领导的党外干部。

扬州是一座有着2500年历史的文化名城,2005年,国内一家著名杂志在评选中国最有特色的城市时,将扬州选为“最精致的城市”,并评价扬州的精致不是一种点缀,是源自内里、从骨子里生发出来的一种内在气质。扬州园林有一块经典招牌——瘦西湖,一个“瘦”字,就足以传达扬州这座城市的清秀、雅致和玲珑婉约的神韵。当你看到那一泓纤瘦袅娜的春水,会发觉这个瘦字用得如此美妙。清秀的瘦西湖、灵动的个园、诗意的何园、书香漫溢的平山堂、别致的汪氏小苑,游走在其间,仿佛游走在向往已久的诗意和浪漫里。不仅扬州的景精致婉约,扬州的文化也无不与精致巧妙相伴,如工精艺巧的玉器、秀丽雅致的漆器、造型美观的盆景、轻盈飘逸的剪纸,等等,无一不凝聚着扬州的精巧细致。毋庸置疑,对于这样一座有着“联合国人居奖”“中国第一批优秀旅游城市”“中国第一批历史文化名城”等诸多桂冠的古城来说,把旅游这盘棋交给王克胜来操盘,担子不可谓不重,特别是如何将那些散落在古城各个角落里的精致“珍珠”串成璀璨的项链,做成扬州旅游的财富,这是王克胜上任旅游局局长后首先必须思考的问题。

为此,王克胜用一个月左右的时间,围绕“资源整合和提升、市场营销和开发、行业管理和服务、机关形象建设和树立”四大课题进行广泛调研,很快形成了清晰的工作思路,并迅速付诸实施。短短一年的时间,他围绕应该做的基础工作,加大完善力度;围绕已经做的传统工作,加大提升力度;围绕可以做的改革工作,加大创新力度。补缺、提升、创新,一环套一环,一步跟一步,环环有声,步步有色。媒体称他主政的第一年“如此高强度、大面积的动作,在扬州旅游史上是绝无仅有”,而他的办公室,也打破了通常一把手领导“门难

进”的禁区，常常演变为“课堂”和“研讨室”，不仅旅游界人士和他交朋友，媒体记者也喜欢有事没事来坐坐，因为记者们都感叹，和他接触多了，“不仅仅能做一个记录者，更能成为一名思考者”。

在这一年中，王克胜主持修编的《扬州市“十一五”旅游发展规划》正式颁布，被媒体誉为“大手笔、高起点，彰显政府不凡智慧”。在他主导下完成的乡村游、古巷游、运河游以及新兴旅游业态调研，硕果累累，国家、省、市多家媒体纷纷发表。他的渊博知识和实践成果，还引起了高校的关注，扬州大学、徐州师范大学特别聘请他为兼职教授。他为扬大研究生班举办的专题讲座，深受师生喜爱。在一年的时间里，王克胜在旅游行业管理方面也是新招迭出，大规划、大资源、大营销、大行管、大配套、大环境等大旅游意识日渐深入人心。各类行业协会、专家评审机构相继面世，集散、咨询、商品、教育等四大功能中心相继成立，使扬州的旅游载体建设从无到有、从有到优。为使旅游市场规范有序，在他亲自起草下，《扬州市旅游突发事件应急预案》《扬州市旅游投诉暂行规定》在全国地级市中率先出台，许多动作填补了全国旅游业空白。在旅游营销方面更是亮点闪烁，根据他确立的“走出去、请进来，立体化、大联合”的营销新思维，扬州的旅游营销活动一下子变得丰富多彩，卓有成效，扬州市旅游局也因此第一次荣膺“全国旅游宣传推广奖”。在大家还在回味已取得的成绩时，王克胜又蓄势待发，再出高招。他上任伊始就积极倡导并精心谋划的全市旅游产业发展大会于2007年7月成功召开，其会议规格之高、规模之大、主题之鲜明、影响之深远堪称史无前例。以市委、市政府名义颁发的《扬州市旅游名城建设行动计划》，堪称扬州旅游史上最重量级的文件。为了实施行动计划，他率领的旅游部门率先垂范，迅速组建了五大“工作推动中心”，列表作战，有力、有序、有效地向前推进。在市委、市政府的强力推动下，在相关部门共同配合下，在他和他的同事的不懈努力下，现在的扬州旅游，“一主四片”新型旅游格局悄然形成，新型旅游产品开发进展神速，全国首倡的“城市旅游化建设和改造”手笔宏伟，境内外一连串高品位、大影响的城市推介行动，被《新华日报》称为：“凸显了扬州人把整个城市作为旅游载体来精心打造的独具匠心。”他通过联姻媒体强势营销，吸引海内外知名媒体纷至沓来，扬州旅游的形象通过一条条新闻、一篇篇报道展现在世人面前。中央电视台（二套）为他做了十分钟的专访，三次在黄金时段播出。在他的努力下，中央电视台九套也为扬州免费做了长达三十分钟的专题片，多次向全球播出。他倡导区域合作，多次组织宁、镇、扬、马抱团出击。他通过实施“傍大款”战略，借力京、沪、杭等中心城市，力求以最小的营销成本，达到最佳的营销成果。他通过文旅结合助推营销，巧打“文化牌”“名人牌”“盐商牌”，使扬州旅游的文化魅力蜚声海内外，连时任日本国土交通观光大臣的冬柴铁三先生也在扬州旅游宣传的感染下，做起了扬州旅游的推广“大使”。在他手上，为扬州创成了全国首家迄今也是唯一一家“国家文化旅游示范区”，实

现了国家5A级景区、五星级酒店“零的突破”，第一家4A级休闲景区、第一家4A级文博景区、出境旅游资质的旅行社等现代旅游业态也纷纷诞生。此外，经精心策划、纷纷登台的系列节庆活动、扬州“城市旅游形象口号和标识”的首次全方位、大力度在全国亮相、扬州区域“奥运旅游营销联盟”的组建、扬州“十大城市名片”的海选和“十大精品旅游线路”的征集、“扬州旅游国际化论坛”的举行、“扬州盐商”电视剧的打造、“扬州美女大赛”和“金牌导游大赛”的首次举办、利用“网络红人”效应适时推出“扬州旅游网络形象大使”、面向周边城市首次发售“旅游年卡”、集政务、商务、服务功能于一体的“扬州旅游网”的改版、文化气息甚浓的《扬州旅游指南》和方便快捷的“电子导游——旅游触摸屏”的面世、自主创办的《扬州旅游》杂志的发行、“扬州旅游绿色通道”的开通、旅游大行管“集结号”的吹响等一系列令人目不暇接的活动，使一个长期不被人重视的产业——旅游，在不长的时间里，被他做成了社会热点。

走进今天的扬州，你首先感受到的是一股强烈的旅游旋风。从当地媒体对扬州旅游的聚焦，到当地百姓对扬州旅游话题的关注，从高速公路旁边的旅游形象广告牌，到城市街道旁的旅游形象宣传栏，从市民不厌其烦地为你指引通往景点的道路到古街区扬州人热情邀你参观自建的私家园林，从街头的交通警察给你人性化的服务到城市每一个路口的旅游指示牌，旅游名城的感觉时时感染着你。各界纷纷感叹，扬州旅游终于迎来了前所未有的春天；许多媒体惊叹：“扬州旅游无疑正经历着‘旅游城市’向‘城市旅游’的华丽转身。”2007年8月27日，中共江苏省委以《快报》形式做出专刊，全面报道扬州旅游发生的巨变，省领导在《快报》上批示：扬州市“加快发展旅游产业的理念新、思路宽、决心大、措施实”。

张进

（选自《薪火——江苏省民主党派代表人物风采录》一书）

扬州旅游业发展路径初探

旅游,作为一种行为,亘古有之,但成为大众生活方式,则是经济发展到一定程度的结果。如果说初期旅游业是由于经济发展带来的外在需求而被动发展的话,那么到了当今,旅游的内在功能开始发挥作用,对国民经济的拉动日趋明显,已经成为国民经济发展的主要引擎之一。

一、扬州旅游业发展现状分析

扬州是“首批中国优秀旅游城市”之一,有着丰富的旅游资源。经过多年的发展,扬州旅游业的规模不断扩大,产业体系不断完善,对全市经济的贡献程度不断提高。

但客观地说,扬州旅游业发展尚存在诸多不足,多元化产品差距,品牌化影响不够,国际化水平不高,市场化步伐不快,大旅游发展格局、大产业发展链条、大市场营销机制均未形成。

旅游业首先是产业经济,旅游人数、游客滞留天数和人均消费是旅游业发展的三个要素,围绕这三个要素,未来扬州旅游业要实现科学的跨越式发展,必须正视并解决三个方面问题。

(一) 产业规模问题

目前扬州旅游产业规模偏小,与主导性产业的地位还不匹配。从全省来看,苏州、南京、无锡三市业已在省内形成第一方阵,扬州作为第二方阵的主力成员,目前旅游业各项指标仅为苏州、南京的 $\frac{1}{4}$ 和 $\frac{1}{3}$ 左右,发展的力度远远不够。当务之急还是要扩大扬州旅游产业的整体规模,真正体现旅游业在扬州经济发展中的支柱地位,并进一步带动相关产业的发展。

(二) 产业转型问题

据统计,目前国内旅游者在扬州的平均停留时间才 1.37 天,单一的观光游、局限的景区游,加快了游客离开扬州的脚步,成为制约扬州旅游发展的重要瓶颈。延长游客停留时间,亟须进一步解决扬州旅游产业的转型升级,大力开发特色休闲旅游产品,重点建设优质旅游度假区,真正实现从观光旅游向休闲度假旅游的转变。而游客滞留时间的延长,给