

发挥优势，用世界标准指导本地文化旅游发展实践，加强国际联动，对标国际一流，做到世界知名。建设世界级文化旅游目的地，要正确认识五对关系，聚焦五大构成要素。今天主要讨论如何在国际旅游格局中，近年来，我国多个省市均从不同角度提出了打造世界级文化旅游目的地的发展战略。昨天的文章（上）篇探讨

Cultural Tourism

建设世界级文化旅游目的地的省域策略与路径

(下)
贾云峰

省级单位是本地建设世界级文化旅游目的地的方向舵和领航员，必须从全省视角深刻研究区域资源优势，明确总体思路、重点区域、目标内容，才能够加强对各地市建设世界级文化旅游目的地的指导。

三、坚持三大策略

1、坚持国际视野、本地特色

以世界眼光、国际标准为起点，实施在地国际化战略，统筹国内国际两大市场，立足本地社会经济和文化旅游业发展的客观规律，充分彰显本地在国际旅游格局中的资源比较优势，用世界标准指导本地文化旅游发展实践，加强国际联动，对标国际一流，做到世界知名。值得注意的是，国际游客是以单个元素来对中国产生认知的，他们熟悉某个元素却不一定熟悉某个省域，例如：国际游客均了解长江文化符号，却并不了解长江沿线的各个省市。因此，在挖掘本地特色过程中，要从国际游客视角出发，开展好市场调研。

2、坚持系统思维、重点突破

与全域旅游全面覆盖的思维不同，并不是省域范围内所有地方都适合打造世界级文化旅游目的地，且建设世界级文化旅游目的地所需要的投入和成本巨大，全省全面铺开的难度较大。因此，要正确处理全域与局部的关系，面向国际、优中选优，集中力量、突出重点，梯次培育、有序推进，突出重点景区（度假区）、重点城市（镇）、重点线路、重点要素、重点领域，打造一批具有示范效应的旅游品牌，通过线路联动其他地方，带动全省文化旅游业高质量发展与高水平安全。例如，安徽省整合黄山、池州、安庆、宣城四市共同建设大黄山世界级休闲度假康养旅游目的地，就是突出重点区域的典型案例。

3、坚持创新思维、融合发展

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。洋溢着区域个性且久经历史沉淀的本地文化，永远是吸引国际游客最大的法宝，也是本地区区别于其他目的地的根与魂。因此，要以习近平文化思想为引领，用精神力量引领产业创新，推进文化和旅游深度融合，建立面向市场、服务人民的旅游创新体系，形成以旅游企业为主体的创新力量，更好开展制度、管理、服务、商业模式的系列创新，更好满足人民群众高品质、多样化的旅游需要。

作者简介

贾云峰教授，著名城市品牌策划人，联合国旅游组织专家。参与打造“好客山东”“老家河南”“衢州有礼”等形象，出版图书58本。指导落地21个轻资产不夜城。被400多座城市聘为营销专家，专长理论中心组及全员干部培训，年度演讲火爆全国。

四、实施六大路径

1、编制世界级规划

要建立“省总负责+市顶层设计+县区行动方案+一景区（度假区）一规划”的四级规划体系，由省级单位组织制定全省建设世界级文化旅游目的地总体规划及框架要求。切实加强规划实施保障，上级单位要加强对下级单位的垂直考核，对规划实施进度进行监督。扎实推进“多规合一”“多审合一”，提升行政审批效率，不断提高规划管理质量和水平。

由于面向国际市场，考虑到群体的特殊性，各区域可以聘请联合国旅游组织或联合国旅游组织专家组的相关专家编制规划，目前，山东、海南、黑龙江、湖北等省均聘请联合国旅游组织相关专家做了发展规划。

2、打造世界级精品

一是突出重点，打造一批举世闻名的世界级旅游景区和度假区。世界级旅游景区和度假区是世界级文化旅游目的地的核心支撑点，没有世界级的景区和度假区就难以称之为世界级文化旅游目的地。各省应切实结合文化和旅游部的总体要求，充分挖掘自身优质资源，对标达标，积极申报、培育世界级旅游景区和度假区。除此之外，要进一步发挥世界级景区和度假区的龙头引领作用，带动周边地区旅游资源创新开发，形成连片效应。

二是优中选优，打造一批中外驰名的国际旅游城市。城市是旅游活动开展的基础，其所带来的商业会展、特色街区，甚至是重大基础设施和公共建筑，本身也是重要的旅游吸引物，持续提升城市的旅游吸引、旅游组织、旅游服务、旅游发展、旅游就业等功能。在国际化旅游城市的建设过程中，各省应根据实际情况选择不同的结构模式。

三是精益求精，打造一批四海扬名的旅游精品线路。线路是游客的旅游动线，是将旅游产品变成旅游商品的重要渠道，通过线路能够将客流带入到更加广泛的区域。在旅游线路的设计中，应避免面面俱到，要从省域视角下遴选最具代表性的资源串珠成链。通常情况下，省域推出2—3条旅游线路重点打造较为合理，在人力、物力、财力上的可操作性最大。例如，山东省重点推出了“仙境海岸”和“一山一水一圣人”两条旅游线路，以“仙境海岸”串联烟台、威海、青岛、日照等滨海城市的海洋旅游资源，以“一山一水一圣人”串联济南泉城、泰安泰山、曲阜三孔等文化旅游资源。

3、培育世界级品牌

一是建立旅游品牌矩阵。要重点研究国际游客对本地符号的认知习惯，开展国际调研，制定能够被国际市场认可的省级旅游大品牌。在省级大品牌的基础上，可结合地市特色制定子品牌，形成全省国际文旅品牌宣传矩阵。

二是加强国际旅游宣传。要进一步整合线上线下宣传渠道，将文旅品牌营销融入本地各类对外交流活动和场合之中，重点利用国际游客喜闻乐见的自媒体平台开展国际旅游宣传，如Meta、Twitter、X、Tiktok等。要推动文旅品牌从“自塑”转向“他塑”，通过国际游客的角度向亲朋好友推介，如在入境游客中评选本地旅游形象大使、旅游代言人、旅游推荐官、旅游主理人等。要做大做强2—3个具有世界影响力的旅游节事营销活动，大力发展MICE产业，促进民间国际交流与合作。

三是开展精准市场营销。针对本地的主要客源国和地区，建立由“省领导负责+地市推动”的“一市场、一专班”制度，每个专班负责一个国际区域的文旅市场营销工作，细致研究客源国游客偏好，结合本地特色提供针对性的旅游产品和线路，逐步培育起成熟的市场。例如，张家界一直是韩国人喜爱的旅游目的地，2023年张家界接待的入境游客中韩国游客占比达41%，2024年其接待的韩国游客数量也在大幅增长。

4、完善世界级设施

一是畅通国际交通网络。要统筹区域内机场布局和航线设计，省域中心城市应当增加至世界各地的旅游航线和航班架次，重点旅游城市应当开行至主要国际客源地的直达航班。要通过国内航班、高铁、高速等方式加强与北京、上海、广州、杭州、西安、重庆等国内第一入境点城市的联络，打造“快旅慢游”的交通环境。

二是完善旅游设施体系。要正确认识本地旅游要素设施的短板，提供高品质、国际化的旅游住宿体验，积极引进米其林、黑珍珠等高级别的旅游餐饮品类，建设具有国际风情的美食体验街区，加强本地文化创意产品的挖掘和地理标志产品的开发，在重大交通场站、核心景区、核心商圈布局国际游客购物点。要重点提升旅游交通集散、旅游标识牌、旅游环卫厕所等设施的国际化水平，推动5G网络、无线局域网覆盖主要旅游活动场所，因地制宜布局旅游停车场、新能源充电设施等。

三是推动智慧旅游升级。要实施“上云用数赋智”行动，建立省级“智慧旅游大脑”公共服务平台，系统集成各地市、各景区景点、各相关部门的涉旅行业数据，加强省级文化旅游综合协调和产业监管能力。要搭建面向国际游客的多语种旅游综合服务平台，简化界面和操作程序，接入主要景区的门票预订、线路查询、餐饮订购等功能，实现“一站式采购 便捷式服务”。要充分利用DeepSeek等新兴AI工具，建立文旅数字智能体，提升对客服务的效率和精准度。

5、提升世界级服务

一是提高国际服务水平。要对标旅游服务质量国际对标体系，制定涵盖景区管理、酒店服务、旅行社运营等多个领域的《旅游服务质量国际认证规范》，鼓励入境接待单位推行ISO9001质量管理体系认证。要定期开展专业培训，提升服务人员水平素质和外语接待能力，用好“赛马机制”“人才大舞台”等方式，以评促提升，以表彰树品牌。要加强游客满意度监测，引入第三方暗访评估机制，及时有效处理好旅游负面舆情，设立旅游消费维权快速处理中心，推行涉外旅游投诉24小时办结制度，建立旅游企业信用评价制度，定期公布服务质量“红黑榜”。

二是培育国际专业人才。要充分利用好省级人才引进政策制度，加强文化旅游人才体系建设，推进人才队伍国际化、正规化、专业化、职业化发展。要坚持“外引+内推”相结合的方式，重点补齐多语种导游、旅游企业高级职业经理人、旅游景区操盘手等稀缺性人才短板。要完善导游人员荣誉激励制度，鼓励专业研究人员、退休人员、在校学生等担任志愿讲解员。

6、强化世界级治理

一是加强旅游监管治理。世界级文化旅游目的地不仅强调了产品供给和服务提升，目的地治理能力和治理水平的提升也是重要的一环。要切实强化旅游监管策略，充分运用科技手段实现便捷化、高效化监管，处理好“有效市场和有为政府”之间的关系，增强市场吸引力和旅游产业发展活力。要切实加强旅游安全管理，建立“横向到边+纵向到底”的安全中枢，促进跨部门、跨省域旅游安全合作，保障国际国内游客人身和财产安全。要结合新时代安全特点，利用旅游活动宣教国防安全知识，提升公民个人信息安全保护意识。

二是推动全民共建共享。无论是导游、要素企业工作人员还是出租车司机、本地居民，每一个人都是旅游目的地的形象代言人。要建立全民共建、共享、共融的发展机制，鼓励本地居民主动参与到旅游活动中来，积极组织旅游志愿者、“知网友友”等线上线下服务团队，让人民从旅游发展中感受到获得感、自豪感和幸福感。

三是创新旅游扶持政策。建设世界级文化旅游目的地需要省级层面出台一系列的支持政策，主要包括土地、金融、出入境、商业商务、交通等方面。除此之外，还应就大力发展入境旅游“政策工具箱”，如贵州省推出交通优惠政策，2024年3月19日至12月31日，外省籍一型客车在贵州境内高速公路收费站使用ETC支付，每周五、六、日可享受通行费减半优惠政策；湖南省对组织入境旅游的旅行社给予奖励，每人入境一人奖励一定金额，激励旅行社拓展入境旅游市场；安徽省制定了入境旅游激励办法，统筹2000万元资金用于入境游客人次激励、入境包机奖励、自主或参加省文化和旅游厅组团赴境外营销推广补助三项激励项目。

奋进在建设世界级文化旅游目的地的道路上，各省要统筹“顶层设计+具体行动”，深挖本地最具吸引力、竞争力和代表性的资源，突出重点景区、重点城市，深入实施世界级精品、品牌、设施、服务、治理五大工程，用文化旅游对外讲好中国故事，集中展示中国式现代化发展的本地成就。