

新闻会客厅

本报记者 蒋萍 文/图



市民代表 周林



市旅游局工作人员 吴佩珏



社会观察人士 杨勋

记者:近年来,眉山旅游驶入发展快车道,请各位谈谈近年来,我市的旅游发生了哪些明显的变化?

周林:我市更加注重优化宣传平台与创新渠道,积极开展品牌推广营销;不断融合新媒体和传统媒体,积极创新宣传渠道;强化主流新媒体平台宣传,突破传统宣传瓶颈;重点面向成都旅游市场,积极组织参加各类推介展会及高峰论坛,使眉山旅游充分注入高端元素,丰富了旅游文化内涵。

吴佩珏:眉山旅游景点越来越多,旅游品牌越来越响,很多旅游产品更加注重游客体验。近年来,眉山除了不断提升三苏祠、彭祖山、瓦屋山、黑龙滩、中岩寺等固有景点的知名度外,还在乡村游上发力,推出了不少乡村旅游点,如幸福古村、丹棱桃花源、曹家梨乡、彭山观音葡萄园等,都吸引了不少游客。

杨勋:近年来,以生态观光、康养娱乐、特色农家乐等为代表的一大批主题鲜明、特色优势明显的近郊旅游产品蓬勃兴起。这一系列“短线旅游”的开发不仅为市民出游在时间和空间上提供了更多的选项,同时也是对我市旅游产品结构一个很好的补充与完善,为全市旅游业的发展注入了新的活力。

眉山旅游成功申报并荣获亚太旅游协会2016年新兴目的地挑战项目(二三线城市)首选旅游目的地,并且成功举办了第九届中国竹文化节、第八届中国泡菜博览会等各类节会活动,眉山旅游知名度和

影响力不断提升。

记者:随着眉山交通发展和旅游产品的不断升级,越来越多人喜欢到眉山旅游了。那么,眉山旅游还存在哪些“短板”,该如何来补齐“短板”?

周林:一些乡村旅游景点,交通不是很便利,而且乡村旅游配套食宿并不完善,接待能力也十分有限,希望能在打造乡村旅游的同时,把交通和旅游服务配套一同打造,提升旅游软实力。

同时,眉山还缺乏非常知名的景点来点燃游客的激情,对一些景点的打造、保护还不够,希望能继续深入提升现有旅游产品质量,同时发展旅游产品增量。

吴佩珏:在新形势下,眉山旅游机遇和挑战并存。现在眉山的旅游资源开发不够,接待服务设施不足,旅游软实力比较薄弱,旅游新趋势带来的压力巨大。当然,我们也要看到眉山良好的资源禀赋、日臻完善的旅游产品和综合交通,这为眉山旅游跨越式发展提供了坚实基础,所以我们更应该针对不足,解决问题。

现在正是眉山旅游业迅速发展的黄金期,首先要强规划意识,高水平、高起点科学制定和修改完善旅游产业发展总体规划,树立“全域景区化”的理念,城镇、景区、通道“三位一体”统筹发展,加快旅游景区上档升级,还要招大引强,培育新兴景区。

杨勋:在我看来,一些旅游产品成熟度不够高,游客来了住下来的少,掏钱买服务的也少。因此,需要进一步完善旅游产业链条设计与打造,围绕“旅游路线”打出一套在酒店、服务与商品等方面的组合拳,在提升游客获得感的同时,也提高旅游产业的附加值。

记者:从眉山丰富的自然资源、历史悠久的文化到遍地开花的乡村美景不难看出,眉山旅游发展潜力是巨大的,各位对眉山旅游的未来有何期待?

周林:瓦屋山获“四川十佳国家级森林氧吧”称号;洪雅瓦屋山旅游景点各项目进展顺利……最近我十分关注瓦屋山的情况,每一条消息都会让人欢欣雀跃,令人向往。

我希望并相信瓦屋山能得到很好的打造,成为我们所有旅游爱好者最期待、最向往的地方之一。期待在未来,眉山成为具有很高知名度的休闲度假体验旅游目的地,来眉旅游的人越来越多。

吴佩珏:2016年,眉山旅游首次获得世界三大旅游组织之一的亚太旅游协会认可,成功申报荣获亚太旅游协会2016年新兴旅游目的地挑战项目(二三线城市)首选旅游目的地。此次申报成为眉山旅游发展史上一个里程碑,标志着眉山旅游第一次被国际性的旅游组织认可,正式登上了世界舞台,也开启了眉山旅游亚太地区营销推广的序幕。

乘借“东风”,我们紧扣“打造具有较高知名度和吸引力的休闲、度假、体验旅游目的地”主题,坚持“以市场为导向、以整合为路径、以网络为突破、以事件活动为抓手”的营销策略,积极拓展国内旅游客源市场,以及东南亚等主要入境旅游客源地市场,采取“走出去、请进来”方式,为努力提升眉山的知名度和影响力不断努力。

不难预见,不远的将来,眉山旅游不仅是在国内受人瞩目,更将在世界舞台上大放异彩。

杨勋:近年来,眉山围绕“生态、文化、养生、体验、度假”五大主题,加快推进旅游资源向旅游产品转化,眉山旅游正在发展的快车道上加速前进。同时,随着正在系统打造的瓦屋山景区建设的不断推进、樱花节的开幕,以花为美的眉山旅游业也将翻开新篇章。

未来,我们可以期待,春夏秋冬、山上山下、城市近郊、人文自然,眉山将会是一座随时随地有美景的旅游名城。