# 关于如何促进旅游业发展的调研报告

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-09-14

*为策应××中心城“三大战役”的推进，市委党校20xx年第一期市直科干班在赴××实地调研的基础上，结合异地培训、考察的具体情况，对打好××旅游升温作了一些探讨和思考，现将有关情况综述如下。 一、××旅游业发展现状 近年来，××旅游业作为一...*

为策应××中心城“三大战役”的推进，市委党校20xx年第一期市直科干班在赴××实地调研的基础上，结合异地培训、考察的具体情况，对打好××旅游升温作了一些探讨和思考，现将有关情况综述如下。

一、××旅游业发展现状

近年来，××旅游业作为一项产业逐步由粗放开发期走向发展期，由事业接待型走向经济产业型，以建立重点旅游区域，吃住行游购娱六大要素系统配套的综合产业体系为目标的各项建设得到了稳步推进，旅游客源市场不断拓展，旅游发展体制和运行机制发生了深刻变化，旅游产业规模逐步扩大。

1、旅游产业的支柱作用初步确立。20xx年，全市接待海外旅游者首次突破百万人大关，接待国内游客383.8万人次，旅游业总收入达到22.65亿元，占全市gdp的5.33％。旅游业在增加收入，促进地方经济发展的同时，也促进了其他相关部门的共同发展，提供了大量的就业机会，在全市国民经济众多产业中，旅游业的产业形象鲜明确立。用支柱产业的一般标准衡量，旅游业已经成为××国民经济新的增长点，成为我市第三产业中的支柱产业。

2、旅游产业加速升温。作为打响旅游升温战的今年第一个“五一”黄金周，全市共接待游客38.55万人次，同比增长75.5％，其中接待一日游客人和过夜旅游者分别为24.73万人次和13.82万人次，同比分别增长80.5％和67.3％，人均花费分别为333.82元/人和414.33元/人；全市旅游综合收入达到1.4亿元，同比增长132.1％。××温泉风景名胜区接待游客7.91万人次，门票收入分别达到208万元。

3、××旅游核心地位凸显。在“十一五”规划中，省委、省政府和市委、市政府将××定位为“江南生态休闲城市”，实施××旅游升温战，是把××建成“赣西区域经济中心城市”的战略之措。××是国家重点风景名胜区、国家森林公园、国家地质公园，规划面积136平方公里，景区核心面积80平方公里，属武功山东北端的山麓部分，是以“奇峰险壑、温泉飞瀑、珍稀动植物和禅宗文化”为主要特色，集“生态游览、休闲度假、科普教育和宗教旅游”为一体的山岳型风景名胜区。去年，我市成功举办了’20xx中国光彩事业××行暨××森林温泉旅游节，温泉搭台、光彩联姻、经贸唱戏，签约项目28个，合同资金25.8亿元。今年2月，我市响亮地提出：以××为龙头的旅游升温战的发展战略，出台了《关于进一步加快××温泉风景名胜区发展的决定》，明确了××的指导思想、发展目标、工作举措和组织领导，逐步理顺管理体制，全面实施“13566”计划，××旅游发展步入快车道。今年“五一”黄金周，××温泉风景名胜区接待游客7.91万人次，门票收入分别达到208万元。

二、促进旅游升温的几点思考

今年，我市对××旅游提出了五年的明确目标，实现这些目标，我们认为，要重点围绕旅游的“三大特性”解决好“三看问题”，即围绕旅游景区的可进入性、可观赏性和可留住性，解决好能看、好看和耐看的问题。可进入、可观赏和可留住是好的景区（点）应该具备的三大特征，也是游客到景区实现旅游行为的基本前提。我们要在现有基础上，进一步合理规划和精心打造，提高××旅游景区点的可进入性、可看性和可留性，提高景区的吸引力和接待力。

首先要把握旅游的可进入性，实现配套设施建设的飞跃，解决“能看”的问题。交通是发展旅游的重要问题，一个地方再好，如果交通不便、游客进不去就不行。近年来，随着沪瑞高速的通车，浙赣铁路电气化改造的完成，××的交通状况有了很大改观，尤其是武吉高速、宜安公路的动工，××机场的筹建，都将有力地促进景区点开发。但还远远范文网不能满足旅游经济发展的需要，一些好的景区点仍存在中路途远、路况差等情况。游客赶路的时间比观景的时间长得多。这些道路崎岖，让游客无法完全舒适地享受旅途的快乐。旅游景区的公路建设，也不仅仅是简单意义上的道路改造，目前，进入××潭下景区的温潭公路拓宽改造虽已完成，并已开通××—温汤—××公交线路，但沿途个别非风景区管辖乡镇的公路两旁的村镇规划和建设相对滞后，这一视觉反差一定程度上影响了景区的整体印象。因此，把握旅游的可进入性，解决“能看”问题，一定要有针对性，要根据旅游产业发展的需要，针对性地加强基础设施建设；结合骨干路网、乡村公路建设、交通发展规划，重点解决景区公路建设，增加公路通达深度，提高公路等级；结合新农村建设，加快农村旅游区和特色旅游小城镇的电水气配套，加强与旅游相关的生态环保工程建设。

其次要把握旅游的可观赏性，实现景区（点）打造的飞跃，解决“好看”的问题。这是初始阶段发展旅游的根本。××旅游资源丰富，历史文化遗址有486处、名山名胜有54处，但这些景区点还处于简单、粗糙开发状态，景区点“散、小、弱、差、浅”，无法形成全市旅游的核 心竞争力。必须进一步创新思维，深化改革，切实完善经营管理机制和体制，提升景区市场化经营水平，不断更新发展思路，强化景区的融资能力。目前，××境内的旅游线路的策划安排还是个薄弱环节，必须集中全社会智力、财力打造旅游精品系列，旅游线路的策划，无论是在我市的旅游发展规划，还是在各级政府的旅游发展工作中都曾提及，譬如：以××、三爪仑、天柱峰为主的生态游，以铜鼓、万载为主的红范文网色游，以樟树、丰城为主的古文化游，以宝峰寺、百丈寺为主的宗教文化游，以奉新、宜丰、高安为主的名人文化游，以及××中心城的体育文化游等等，但这些线路的安排至今还停留在设想层面，××各大旅行社此类线路的安排甚至还是个空白。因此，如何精心选择、择优开发、不断拓展是当前亟待解决的一个问题。××风景区作为旅游升温战的主战场，一方面，要“核心辐射”，以其为核心拓展市内线路，另一方面，要“远拓近联”，在积极对接市外周边市场的同时，与××中心城有效对接，这对于提升××知名度和影响力至关重要，不久前，“××城区文化名胜一日游”线路的出炉就是一个好的开端。

其三是把握旅游的可留住性，实现内涵发掘利用的飞跃，解决“耐看”问题。这是旅游发展到一定时期，实现旅游经济高位越升的唯一出路。文化是旅游的灵魂，旅游是传播文化的重要载体。要想把“过路游”变成“目的游”，提高旅游核心竞争力和旅游产出，不仅需要丰富多彩、各具特色的美山美水美景形成“亮度”，还要发掘美景的文化内涵，增加“厚度”，让游客可以去玩味、去探究，提高旅游单位绩效。旅游业发展初始阶段，旅游经济靠拼景区点的多少和游客的数量，但发展到一定时期，旅游经济就靠拼景区的品质和文化内涵，拼旅游单位绩效，发掘景区点文化内涵成了旅游经济实现高位越升的唯一出路。如何在发掘历史、丰富内涵等方面找准切入点？一方面，要因地制宜。山东蓬莱以海洋文化和神仙文化为核心，把两大特色文化渗透进景区，其旅游业近年来得到了迅猛发展。温泉文体、禅宗文化、农耕文化作为××特有的、人无我有的资源，要全力包装，提高旅游附加值。另一方面，要大胆创新，打造月亮文化作为创造性的举措，既富开拓性，更具挑战性，项目设计、景点设置都必须细致、精巧，否则，无中生有便可能适得其反。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找