

安徽省副省长文海英：努力推进安徽旅游业奋力崛起

安徽日报

安徽是名符其实的旅游资源大省

安徽旅游资源丰富，品位高，分布广。从数量来看，世界遗产地 2 处，位居北京、四川之后名列第三；国家级风景名胜区 9 处，紧随浙江、四川、福建、贵州和云南之后，位居第六位。拥有 A 级旅游景区占全国的 4.3%，名列第 10 位。这些顶级产品区域旅游资源多寡的主要标志，我省拥有量均处在全国的前 10 位。从品位来看，我省既有绝妙的山水风光，又有最具中国特色的佛教、道教、徽文化等人文资源。黄山以其世界双遗产和世界地质公园的桂冠，成为我国第一张山水名片；徽学与藏学、敦煌学齐名，是我国三大地方学之一；黄山、九华山和太平湖，融一流的自然风光和丰富的人文古迹于一体，是我国主要的国际旅游王牌产品之一。从分布来看，东西南北中较为均匀，皖南有黄山、九华山、齐云山、太平湖，以及古牌坊、古民居、古祠堂、古谜窟等；皖东有琅琊山、采石矶和农民皇帝朱元璋故乡凤阳等；皖中有三国故里、包公故乡、国家科技型试点城市合肥，以及八百里巢湖等；皖西南有天柱山、黄梅戏发祥地和历史文化名城安庆等；皖西有天堂寨、万佛湖和历史文化名城寿县等；皖北有老庄文化，以及曹操和华佗故里亳州市等。这一个个叫得响的景区、景点，构筑了我省当之无愧的旅游资源大省，成为支撑我省旅游发展的基石。

依托丰富的资源，我省旅游业有了较快的发展。2004 年，全年旅游总收入 265.7 亿元、比上年增长 35.3%，全年旅游总人数 4378.9 万人次、比上年增长 30.1%，其中，境外游客 50.1 万人次、增长 78.3%。2000 年以来，旅游总收入年均增长 13.7%，旅游总人数年均增长 10.1%。也就是说，近年来游客数和旅游总收入均呈现两位数的增长。

亟待加速发展的安徽旅游业

在充分肯定我省旅游经济发展成绩的同时，也应该清醒地看到，我省旅游发展还存在一定的差距，主要表现在“两个不相适应”：一是旅游发展的实绩与我省丰富的旅游资源不相适应。从对全国 31 个省、市旅游资源的综合评价来看，我省旅游资源无论是丰度还是品位，可以说是排在第一梯队，也就是列前 10 名。但是我省入境游人次、收入，以及国内旅游人次、收入却位居第二梯队后面。2004 年，我省入境旅游人次位居全国第 19 位，入境旅游收入位居第 21 位。旅游总收入仅占全国的 3.9%，相当于全省生产总值的 5.5%，旅游资源优势尚未充分变为经济优势。二是旅游发展的态势与兄弟省、市竞相发展的势头不相适应。2004 年，我省入境游收入与周边省份相比，仅高于江西省，只相当于湖北省的 73.1%、山东省的 24.8%、浙江省的 10.8%、江苏省的 7.9%、福建省的 13.2%。入境游人次由 2002 年的全国第 18 位退居到 2004 年的 19 位，旅游总收入维持在 2002 年的第 21 位的水平上。

与此同时，我省旅游发展还存在着一些亟待解决的问题。主要表现在：一是认识上的不到位。一些地方对发展旅游的认识还有待深化，没有真正确立旅游业在国民经济发展中的先导地位。这些地方抓一产、二产的底气很足，力度大，措施硬。但是抓旅游发展则满足于一般性的号召，引导多元化投入不够，发展机制不活。二是旅游产品开发还存在不少缺陷。总体来看，我省观光产品占主体，主要是山岳型居多，受季节和气候影响较大，度假、休闲产品少；相当一部分资源开发水平不高，深层次挖掘不够，形成旅游精品少；一些旅游景点可进入性差，交通不畅；特别是受经济发展和城市水平的影响，商务客人少。三是兄弟省市旅游产品对接力度不够。目前，京、西、沪、桂、广、杭、苏是我国入境游的一级目标市场，我省的黄山连同张家界、九寨沟、大连、三峡和海南是入境旅游的二级目标市场。一般来说，境外游客专门冲着黄山来的比较少。要争取更多的客源，就必须积极主动地与兄弟省市对接。但是，我省旅游产品与一、二级目标市场的对接不够，加入我国王牌旅游线路的更少。四是我省旅行社、旅游饭店、旅游车队等旅游企业普遍存在“小、弱、散、差”的状况，缺少有实力的大型旅游企业集团。全

省没有一家旅行社进入全国国际旅行社百强和国内旅行社百强，旅行社网络化、规模化、品牌化尚未完全形成，整体实力不强。全省 337 家星级饭店中，没有一家饭店客房超过 500 间。旅游企业竞争力和发展后劲不足，难以做大做强。

加速安徽旅游奋力崛起的进程

去年底，省委、省政府提出了“抢抓机遇，乘势而上，奋力崛起”的总体要求，奋力崛起需要有强大的、竞争力强的产业体系来支撑。旅游是极具发展潜力的新兴产业、朝阳产业，有人还将其称之为“第四产业”。旅游业是一个关联性强的产业，能直接和间接带动交通、通讯、建筑、商业、文化等多种产业的发展，最关键的是它可以直接富民、富农。为做大做强安徽旅游业，我们主要采取了以下几方面的措施：

一是强化对旅游业加速崛起的认识。今年初全省旅游工作会议的主旋律就是强化旅游奋力崛起的意识，按照“861”行动计划的要求，努力打造全国著名的旅游目的地，发挥旅游业对我省经济社会发展的支撑、先导和综合带动作用。要求各级政府和有关部门要进一步认清形势，统一思想，从服务于我省奋力崛起的大局的高度，充分认识加快旅游经济发展重大意义，切实增强责任感，真正把旅游作为国民经济的重要支柱产业来培育，努力把旅游经济发展提高到一个新的水平，为我省的奋力崛起做出贡献。

二是推进“两山一湖”旅游龙头地位的增强。根据我省旅游资源的特点，将集中力量发展以黄山为龙头的“两山一湖”旅游业，促其先行一步，率先发展，树立安徽旅游品牌，增强我省旅游产品在境内外的竞争力，努力将其建成“安徽旅游龙头，华东旅游中心，中国旅游名牌，世界旅游胜地”。大力实施旅游东向发展战略，加大“两山一湖”与兄弟省市旅游产品特别是一、二级目标市场的对接，深入实施“15+1”旅游协议，主动与长三角和长江上游高端旅游产品串联组合，以徽杭高速公路为纽带，将我省“两山一湖”产品纳入传统华东旅游精品线路，真正从理念、市场、信息、管理等诸多方面实现对接，扩大融入长三角旅游经济圈。

三是大力推进全省旅游经济的协调发展。深入开展旅游强县和“农家乐”创建工作，进一步提高旅游强县和农家乐的产品化程度。积极推进环巢湖旅游带的开发，打造安徽旅游新的经济增长点。大力发展红色旅游，认真做好《安徽省红色旅游发展规划》，深入开发各具特色的红色旅游产品，努力搞好红色资源的整合，做到“红绿结合”、“红古结合”、“红俗结合”，壮大全省旅游经济总量。

四是不断推出更多更好的旅游产品。以“求新、求奇、求知、求乐”为方向，以市场为导向，引导各类资金开发旅游项目，进一步丰富旅游产品，提高旅游产品的适应性。大力发展周末度假、自驾车旅游，开发都市旅游、民俗旅游等大众旅游新产品，积极开发温泉、生态、休闲、度假等特色旅游产品，形成适合各类消费群体需要的国内旅游产品体系。

五是促进旅游企业做大做强。企业是发展旅游业的主体，加快发展旅游业就要支持旅游企业的发展壮大。要营造多元化的投资格局，坚持国有、集体、外资和个体一起上，形成多种所有制企业充分竞争、共同繁荣的发展局面；要积极推进现有旅游企业的产权制度改革，实现产权多元化。鼓励以优势骨干企业为龙头，通过兼并、联合等形式，组建跨地区、跨部门和跨所有制的企业集团，形成集团化、网络化经营，提高竞争力。积极主动地进入国内外旅游服务贸易市场，设立中外合资旅行社，鼓励外商采取合资、合作、收购、承包等多种方式到我省兴办旅游，带动并提高全省旅游业的整体竞争力。

责任编辑：张华