
贵州省旅游业发展报告（2014）

陈绍宥^{*1}

【摘要】贵州旅游业规模不断扩大，发展条件不断优化，发展势头强劲，影响力不断增强，但也存在发展深度不够，配套能力不强，缺乏旗舰产品，产品结构较单一等问题，应通过深化体制机制改革，完善公共服务体系，提升品牌影响力，推进深度发展，打造升级版等措施加快贵州旅游业发展。

【关键词】贵州；旅游业；对策

旅游是综合性产业，是拉动经济发展的重要动力。2013年，全省旅游行业紧紧围绕“两加一推”主基调和“三化同步”主战略，按照生态文化旅游创新区的战略定位，恪守“四个青山绿水”和“五个一方”的发展理念，建立招商引资新机制，凝聚发展新合力，大力推进“100个旅游景区”建设，加快打造贵州旅游发展升级版，全省旅游业呈现纵深推进、横向融合、全面发展的新态势。

一、贵州旅游业发展现状

2013年，全省旅游行业按照文化旅游发展创新区的战略定位，以“100个旅游景区”建设为抓手，以群众路线教育实践活动为契机，着力打造贵州旅游升级版，全省旅游业发展呈增长提速、规模扩大，发展环境优化，发展势头强劲，影响力增强的良好局面，保持了平稳、健康、有序的发展态势。

（一）增长提速，规模不断扩大

2013年，贵州旅游业继续保持快速发展态势，游客人数、旅游收入等主要指标快速增长，旅游业的总体规模不断扩大。2013年，全省共接待国内外游客26761.28万人次，比上年同期增长25.1%，高于全国平均增速10.2个百分点，在全国各省份旅游总人数增速中列第三，仅次于甘肃、山西。其中，接待入境游客77.7万人次，同比增长10.21%；全年实现旅游总收入2370.65亿元，比上年同期增长27.4%，高于全国平均增速13.4个百分点，在全国各省份旅游总收入增速中列第五，位居江西、甘肃、西藏、青海之后，其中，实现入境旅游外汇收入2.01亿美元，同比增长19.24%。2011—2013年三年间，贵州旅游总收入从1429.48亿元提高到2370.65亿元，年均增长21.95%；旅游总人数从17019.36万人次提高到26761.28万人次，年均增长19.08%。

¹ * 陈绍宥，贵州省社会科学院区域经济研究所助理研究员。研究方向：区域经济、产业经济。

表 1 2011—2013 年贵州省旅游业主要发展情况及与全国比较

年份	旅游总收入 (亿元)	同比增长 (%)	高于全国平均增速 (%)	旅游总人数 (万人次)	同比增长 (%)	高于全国平均增速 (%)
2011	1429.48	34.7	13.9	17000	31.8	19.3
2012	1860.16	30.1	16.1	21401.18	27.7	16.4
2013	2370.65	27.4	13.4	26761.28	25.1	10.2

资料来源：贵州省统计局、国家统计局贵州调查总队编：《2014 年贵州领导干部手册》，中国统计出版社，2013 年。

(二) 发展瓶颈逐步解除，发展条件不断优化

交通基础设施是旅游业最重要的依托和支撑。近年来，贵州下大力气加快基础设施建设，以交通为重点的旅游基础设施和配套服务设施建设取得突破性进展。2013 年，贵州高速公路已建成通车 3281 公里，全省 88 个县中通高速公路的县达到 68 个，覆盖重点旅游景区 72 个；全省铁路运营里程突破 2000 公里，沪昆“客专”长沙至贵阳段年内将达到联调联试条件，贵广高铁将于 2014 年 8 月联调联试，12 月 20 日全线通车运行，贵州迎来“高铁时代”；贵阳龙洞堡机场旅客吞吐量突破 1000 万人次，贵阳机场至国内省会城市及主要国家和地区航线增加到 110 条以上，全省已建成支线机场 8 个，实现省会城市通航全覆盖，“一千十三支”机场布局逐步完善，快捷的空中旅游通道网络日渐形成。全省将进入高铁、高速、航空全面提速的“快捷时代”，贵州与国内外旅游市场的时空距离越来越近，2013 年入黔游客占比 51.4%，同比提高 2.5 个百分点，现代交通格局为旅游业提速转型注入新动力。长期困扰贵州的交通瓶颈正在加速破解，为旅游业转型发展创造了最难得的契机。

(三) 重大工程建设推进顺利，发展势头强劲

2013 年，省委、省政府从战略和全局的高度，将“100 个旅游景区”列为全省“5 个 100 工程”重点平台建设，“100 个旅游景区”成为贵州旅游发展的重要抓手，全省上下形成了省、市、县三级合力推进景区建设的局面，全力推进旅游景区建设。2013 年，全省“100 个旅游景区”完成签约项目 193 个，签约资金 1100 亿元，到位资金 180 亿元，金融机构为旅游建设授信 215 亿元，发放贷款 82.09 亿元。“100 个旅游景区”全年完成建设投入资金 223.57 亿元，景区固定资产投资突破 220 亿元，其中，21 个示范性旅游景区均开工建设，完成投资 133.6 亿元。2013 年“十一”期间，面向市场推出肇兴古镇、松桃苗王城、青岩古镇、天龙屯堡、镇远古城、西江苗寨等 15 个新景区、新项目，受到广大游客欢迎。百里杜鹃景区被评为国家 5A 级旅游景区，新增玉舍森林公园、赤水竹海等 7 家国家 4A 级旅游景区和荔波、漳江两个国家生态旅游示范区。“100 个旅游景区”建设工程的顺利推进，在 2013 年 12 月省旅游发展和改革领导小组办公室对 100 个旅游景区建设进行年度考核中，有 34 个景区的考核结果为优，有 43 个景区的考核结果为良，有 16 个景区的考核结果为合格（具体情况见下表），旅游重大工程建设的顺利推进为贵州旅游业发展集聚了强劲的力量。

表 2 2013 年贵州“100 个旅游景区”考核结果

地区	项目名称	考核结果
贵阳市 13	多彩贵州城旅游综合体、乐湾国际旅游综合体、天河潭休闲旅游综合体、花溪青岩古镇十里河滩旅游景区、蓬莱仙界·休闲农业旅游区、“泉城五韵”乡村旅游度假区、开阳南江国际生态旅游综合体、修文桃源河旅游景区、贵阳城市湿地公园旅游区	优
	南明河城市流域休闲度假带（未来方舟城市旅游综合体）、白云老龄休闲度假旅游综合体	良
	金阳十二滩户外运动旅游综合体、息烽露营度假基地	合格

续表

地区	项目名称	考核结果
遵义市 17	赤水旅游综合体、湄潭茶海休闲度假旅游景区、凤冈·茶海之心旅游景区、土城红色文化旅游景区	优
	遵义红色旅游综合体（含遵义会议会址、长征文化博览园）、务川仡佬文化旅游景区、黄连山峡高山生态旅游区、宽阔水—双河洞旅游景区、娄山关生态文化旅游区、贵州九道水旅游景区、遵义市海龙囤古军事城堡、飞龙湖休闲度假旅游景区、共青湖旅游综合体、茅台旅游综合体	良
	大沙河仡佬文化生态旅游度假区、苟坝红色文化旅游产业创新区、遵义沙滩文化旅游景区	合格
六盘水市 5	野玉海国际旅游度假区、妥乐古银杏—乌蒙大草原旅游景区、韭菜坪旅游景区、牂牁江湖滨旅游度假区	优
	百车河旅游综合体旅游景区	合格

安顺市 7	黄果树—龙宫生态度假旅游综合体、贵州多彩文化万象旅游综合体	优
	格凸河户外休闲旅游景区、坝陵河生态文化旅游景区、环夜郎湖休闲度假旅游区、大屯堡旅游景区	良
	关岭古生物化石群国家地质公园	合格
毕节市 9	百里杜鹃旅游景区、织金洞旅游景区、大方慕俄格古彝文化旅游景区、台金现代观光农业科技园	优
	阿西里西旅游景区、毕节南山公园、威宁草海生态旅游度假区	良
	支嘎阿鲁湖文化旅游度假区、九洞天旅游景区	合格
铜仁市 12	梵净山生态文化度假旅游综合体、思南温泉—石林旅游景区	优
	苗王城民俗旅游景区、九龙洞旅游景区、乌江画廊旅游区、玉屏城市生态农业观光园景区、万山矿山旅游景区、石阡温泉健康养生城、大明边城历史文化旅游景区、江口旅游风情小镇、佛顶山旅游景区、云林仙境景区	良
黔西南州 7	万峰林旅游综合体	优
	贞丰双乳峰旅游景区、“24道拐”旅游景区、万峰湖环湖休闲旅游景区、册亨岩架布依文化风情园、招堤旅游景区	良
	望谟双江口滨湖度假区	合格

续表

地区	项目名称	考核结果
黔东南州 18	雷山西江千户苗寨乡村旅游综合体、丹寨石桥古法造纸文化旅游景区、黎平肇兴侗文化旅游景区、镇远古城文化旅游景区、剑河温泉文化旅游景区	优
	台江施洞苗文化旅游综合体、凯里民族风情园综合体、麻江蓝莓生态旅游区、黎平翘街旅游景区、黄平旧州古城旅游景区、雷公山原生态苗族文化旅游区、杉木河—云台山—黑冲旅游景区、凯里经济开发区下司古镇景区、隆里古城旅游景区	良
	龙鳌河景区、丹寨龙泉蚩尤文化园、从江侗文化产业园七星侗寨旅游区、三宝侗寨侗文化旅游景区	合格
黔东南州 5	荔波樟江旅游景区、中铁国际户外休闲旅游综合体、瓮安县猴场千年古镇旅游区	优
	福泉古城文化旅游景区、贵州高原千岛湖休闲度假区	合格

资料来源：根据 2013 年省旅游发展和改革领导小组办公室对“100 个旅游景区”建设进行年度考核结果整理。

（四）旅游营销力度加大，影响力不断增强

旅游产品的供给和需求之间要实现有效对接，交通是有形桥梁，营销是无形桥梁。2013 年，贵州通过多元化的营销方式，大手笔、大气魄、大动作、大力度对贵州旅游的特色和魅力进行了前所未有的推介，贵州旅游在国内外的影响力不断增强。2013 年 5 月 13 日至 19 日，陈敏尔省长亲自率团赴我国台湾地区开展旅游文化推介，并在“多彩贵州·风行天下”旅游推介会上阐释黔台两地地缘、人缘和文缘，宝岛刮起“多彩贵州风”。组织贵州企业先后赴法国、意大利、德国等地参加“西南少数民族文化之旅”推介活动，开展“美丽中国·多彩贵州——原生态的秘境之旅”文化旅游宣传推广，在韩国、我国港澳台地区、东南亚等国家和地区开展了系列现场推介。全行业赴全国 18 个省市、12 个重点客源国家和地区开展旅游推介、促销展会和文化交流活动近 90 批次。

加强与央视、凤凰卫视等传统媒体合作，在央视投放“走遍大地神州·醉美多彩贵州”综合形象片和全省各市州集群展示形象片，与凤凰卫视合作制作《今日中国·多彩贵州》在欧洲、美洲播放，全力举办景区导游词美文大赛和星级导游大赛，创新运用微博、微信、微电影等新媒体、新技术，创意策划“多彩贵州微摄影大赛”“全家一起去漂流”等形式多样的微营销活动，贵州旅游官方微博粉丝突破 75 万，形成利用全媒体、面向全社会、实现全覆盖的叠加效应。依托会展平台宣传展示旅游产品，在 2013 中国国内旅交会上，组织各类活动 16 项，推出贵州省 8 类主题的 10 大旅游产品和 215 条最新旅游线路。丰富多样的营销方式，提高了“多彩贵州风·国家公园省”的知名度，增强了影响力。

二、存在问题

贵州旅游业发展成效显著，但也存在不少不足。主要表现在旅游业发展深度不够，景区的配套能力不强，旗舰产品缺乏、品牌影响力有限和旅游产品结构较单一等方面。

（一）旅游业发展深度不够

旅游业发展的深度不够，主要表现为旅游业与文化的融合不够深入，以及对科技手段的运用不够。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。旅游业要实现又好又快发展，需要实现“灵魂”与“载体”的有机统一，即需要文化与旅游深度融合发展。近年来，贵州在大力打造文化旅游融合发展创新示范区，文化与旅游的融合发展较之以前有了较大的进展，但其融合的深度仍然远远不够。一是贵州旅游与本地特色文化的融合不够深入。贵州文化资源丰富，拥有民族文化、红色文化、佛教文化、阳明文化、酒文化等，但是除了以民族歌舞为代表的民族文化与旅游融合较好，成为全省旅游业的一部分，在国内外具有一定的影响力外，其他文化与旅游业融合有限，尤其是对中国文化具有较大影响的阳明文化以及在全国占有重要一席的酒文化，由于与旅游几乎没有融合，不利于文化自身的弘扬传承，对旅游带动作用较弱。二是贵州旅游与现代文化的融合不深入。现代文化以设计、创意等为代表，设计、创意与旅游融合，对旅游产品的表现力、吸引力具有十分重要的作用，贵州旅游业这方面的融合严重不足，产品的个性化、表现力不强，制约旅游业的发展。三是旅游与现代科技的融合不够。科技能够使传统的旅游资源获得现代展示，实现传统资源现代解读，增强表现力和震撼力。旅游对现代技术的运用不足是贵州旅游的一大短板。

（二）景区的配套能力不强

贵州旅游资源丰富，旅游景区较多，但是配套能力不强阻碍了这些景区对旅游业发展的支撑作用。主要表现在以下方面：一是与便捷交通存在一定差距，进入景区的便利性受到一定制约；二是旅游公共服务设施较为滞后，还部分存在高速公路服务区、旅游景区厕所卫生等问题久治不愈；三是公共标识有待完善，随着旅游从传统单一的观光旅游向度假休闲、体验等复合旅游转变，公共标识的重要性日益凸显，而贵州在公共标识方面有待完善，比如路上各种标识，高速公路现在都有标识了，但是部分支线公路没有标识或标识设置不合理；四是信息系统对旅游业的支撑不足，旅游业发展需要包括各种各样的交通标志、交通图、导航、旅游咨询中心、旅游信息中心等的支撑，贵州在信息系统建设方面虽取得重大进展，但与贵州打造旅游升级版的要求存在差距。

（三）旅游业旗舰产品缺乏，品牌影响力有限

资源有限，品牌无限。品牌依托于资源但不依赖于资源。在旅游业的发展中品牌带来的价值远大于资源本身。贵州旅游资源富集，种类多、组合好，拥有优美的自然风光、多彩的民族文化、厚重的历史文化，贵州旅游资源总体位居全国前列，但与丰富的旅游资源不相称的是，贵州旅游业缺乏在全国具有重大影响的顶尖旗舰产品。黄果树瀑布、遵义会址、西江千户苗寨、荔波小七孔等作为贵州旅游业的龙头产品，在全国具有较大的影响力，但与四川九寨沟、湖南张家界、云南丽江这样的龙头景区、旗舰品牌相比，仍存在差距。由于缺乏强有力的旗舰产品，贵州旅游业的品牌影响力有限，比如，在日本谈旅游，要是谁没去过黄山，就很没有面子；在韩国谈旅游，要是谁没去过张家界，就觉得很没有面子。贵州尚未在国内外形成如此强大的品牌影响力。

（四）旅游产品结构较单一，还未真正形成复合型的产品结构

随着经济社会的发展，人们的消费需求呈现出多元化的趋势。消费需求的多元化催生了消费产品供给的多样化。就旅游业来说，旅游产品供给已进入从传统单一的观光型产品向观光、体验、休闲型产品并举转变的阶段。近年来，贵州顺应旅游业发展新趋势，大力推进旅游产品体系建设，旅游产品外延不断拓展、内涵不断丰富，汽车露营地、自驾车营地、攀岩公园、山地运动、休闲度假等新产品相继落户和开工，旅游产品日益丰富，但总的来说，高水平、个性化、体验式旅游产品太少，主要是目标性产品，缺乏以深化体验为目的的过程性产品。旅游产品结构较单一，还未真正形成复合型的产品结构。

三、贵州旅游业发展的环境分析及展望

虽然贵州旅游业发展面临全国经济出现下行、旅游行业竞争激烈等的影响，但综合考虑资源、政策、市场等发展要素，从全国发展大局来看，贵州旅游业具有良好的发展环境，进入了升级提速的黄金发展期、政策优势叠加汇集期、潜力巨大的市场扩张期、特有优势凸显期。展望 2014 年，贵州旅游发展呈现出结构优化、提质增效、转型加快的良好局面，保持平稳、健康、有序的发展态势。

（一）环境分析

旅游业既是贵州国民经济的支柱产业，又是全省守住两条底线的有效抓手。加快推进旅游业发展对贵州经济社会发展具有重要战略意义。综合来看，贵州旅游业发展虽然面临激烈的竞争，但总体上迎来了前所未有的历史机遇期，进入了升级提速的黄金发展期、政策优势汇集期、潜力巨大的市场扩张期和特有优势凸显期。

一是升级提速的黄金发展期。一方面，为加快全省旅游业发展步伐，从 2006 年起至今，贵州每年举办一届“旅发”大会，每一届“旅发”大会，以省政府名义出台一个支持承办地加快旅游业发展的意见，从政策上给予承办地支持。同时，发改、住建、交通、财政等旅游发展和改革领导小组成员单位，结合部门职责加速推进承办地城市基础设施、旅游景区、配套服务设施改善等方面的建设，从各方面推动承办地旅游发展，形成了加快旅游业发展共识，凝聚发展力量，奠定了发展基础。另一方面，全省大力推进 100 个旅游景区建设，对提升旅游业核心竞争力，打造高品质、高知名度、高效益的贵州旅游发展升级版，推动旅游业更好更快发展具有重要的支撑作用。“旅发”大会和 100 个旅游景区建设工程是贵州旅游发展的助推器，贵州旅游已进入发展快车道，处于升级提速的黄金发展期。

二是政策优势叠加汇集期。贵州旅游业发展迎来政策优势叠加汇集期，除了与其他省市区共同享有政策之外，贵州旅游业发展还享有一些特有政策。比如，国务院《关于进一步促进贵州经济社会又好又快发展的若干意见》（国发[2012]2 号文件）对贵州的五大战略定位，其中一大定位就是“文化旅游发展创新区”。提出要“传承优秀传统文化，弘扬社会主义先进文化，探索特色民族文化与旅游融合发展新路子，努力把贵州建设成为世界知名、国内一流的旅游目的地、休闲度假胜地和文化交流的重要平台”；2010 年 12 月，国家旅游局与贵州签署《关于进一步促进贵州旅游业发展合作备忘录》（以下简称《备忘录》），《备忘录》就加快贵州建设旅游大省步伐，共同推进贵州旅游业更好更快发展达成许多重要共识。比如：建立局省紧密合作机制，成立局省旅游工作协调委员会，共同研究贵州旅游业发展的有关事项，共同推进旅游业发展；国家旅游局将加大对贵州旅游业发展的支持力度，支持贵州旅游规划体系建设，打造旅游精品、构建旅游目的地体系，加大旅游宣传促销和市场开发力度，支持贵州开展旅游体制改革和机制创新，加快人才队伍建设和旅游标准化建设，等等。此外，《贵州省人民政府关于深化改革开放加快旅游业转型发展的若干意见》黔府发[2014]3 号，从财政、建设用地、税费、投融资、人才智力等方面提出加快旅游业转型发展优惠政策。贵州省旅游业发展进入了一个前所未有的政策优势叠加汇集期，在多层利好政策的驱动下，全省旅游业将提速加快发展。

三是潜力巨大的市场扩张期。近年来，中国经济社会高速发展，国民的人均收入持续提高，城乡居民处于消费升级的时期，需求从求温饱时期的“吃、穿、用”，逐渐转向新的“住、行、游”，旅游消费需求已从“奢侈性消费”逐步转变为“大众消费”，旅游已成为城乡居民的正常生活需求，正进入“寻常百姓家”，旅游市场迅速扩大。同时，贵州旅游产品的种类日益丰富，观光、休闲、体验产品一应俱全，满足游客的各种需求。此外，交通等基础设施的建设全面推进，长期困扰贵州的交通瓶颈正在加速破解，搭建了旅游需求与供给之间便捷通道，方便了游客的出行。这些使得贵州旅游业巨大的潜力得到充分发挥，市场迅速扩张。

四是特有优势凸显期。近年来，全球气候变暖，国内部分地区出现极端气候现象，多次出现持续大范围雾霾天气、空气污染和持续高温。而此时，某种程度上可说“唯贵州这边独好”。贵州是一个“大空调”，大部分地区年平均气温 15.6℃左右，

贵阳市连续多年被评为“避暑之都”，在“2013 中国城市榜—全球网民推荐的最美中国生态城市”评选中，贵阳市名列榜首。独特的气候资源是贵州发展的重要资源，有助于发展旅游业，贵州既适宜于观光，也适宜于度假、体验，能够满足不同消费人群个性化及差异性体验。在全国出现极端天气的背景下，贵州作为集自然、人文、环境、气候组合型资源于一身的省份，发展空间会越来越大，贵州旅游进入了独有的优势凸显期。

同时，贵州旅游的发展也面临一些不利因素，主要表现在周边区域旅游业迅速发展带来的激烈竞争压力，以及全国经济出现潜在下行趋势的不良影响等方面。

（二）展望

综合考虑 100 个旅游景区建设加快推进、乡村旅游蓬勃发展等对贵州旅游业的有力支撑，“两条底线”战略要求为贵州省旅游业发展带来的机遇，以及近年来贵州省旅游业发展的良好态势，可对 2014 年贵州旅游业发展展望如下。

一是旅游业继续保持快速的发展态势，规模进一步扩大。结合近年来贵州省旅游业的高增长态势及项目建设的支撑，可初步估计，2014 年全省接待游客总人数可达 33000 万人次左右，同比增长 23 % 以上；实现旅游总收入 2910 亿元左右，同比增长率约为 23 %。旅游业继续保持高增长态势，规模进一步扩大。

二是旅游业转型升级步伐加快，旅游产品从传统单一型向现代复合型转变。随着游客消费需求多元化的趋势，旅游业转型升级步伐加快，旅游产品从传统的观光型为主向观光、休闲、度假、体验等多样化的复合产品为主，旅游产品更加丰富。

三是贵州智慧旅游建设将取得较大进展。当前，贵州省正在大力发展大数据产业、建设云计算基地。“多彩贵州旅游云”是贵州省在发展大数据产业中，着力打造的“七朵云”工程之一。随着贵州省智慧旅游建设工作推进，贵州智慧旅游建设将取得较大进展。

四、对策建议

针对贵州旅游业发展存在发展深度不够，配套能力不强，影响力有限，产品结构单一等问题，提出加快贵州省旅游业发展的对策建议。

（一）深化旅游体制机制改革

为了充分发挥市场在资源配置中的决定作用，激发旅游业发展活力，需要深化旅游体制机制改革。一是深化旅游管理体制改革。加快建立旅游行政权力清单制度。清理前置条件、前置审查和前置审批，依法设立的审批事项和公共服务项目一律由政务中心受理。逐步将四星以上旅游饭店评定职能转移到省旅游协会。将四星及以下农家乐、3A 及以下旅游景区、4A 及以下诚信旅行社、诚信旅游饭店评定职能下放到市州。二是深化旅游运营机制改革。选择各种类型的旅游景区开展所有权、管理权、经营权相分离等形式的改革试点，大幅度减少政府对资源的直接配置，使资源配置依据市场规则、市场价格、市场竞争实现自由流动，提高旅游资源配置效率。

（二）大力推进旅游业深度发展

旅游业是综合产业，与其他产业密切相关。贵州要建设成为旅游强省，要充分发挥旅游的综合性和以大旅游的视角，在旅游业发展的广度、深度上下功夫，大力推进旅游业深度发展。一是推动旅游与文化的深度融合。贵州有丰富的民族文化、悠久的农耕文明、厚重的历史文化、灿烂的红色文化，要推动旅游与文化的融合，实现以文化丰富旅游内涵、提升旅游层

次，以旅游带动文化传播、促进文化繁荣的互动发展。二是推进旅游与工农业融合。以美丽乡村建设为契机，推进旅游业与农业融合，大力发展以农业观光、农耕体验、特色乡村美食享受等为重点的乡村旅游；推进旅游业与工业融合，发展以酒文化、航天文化等为重点的工业旅游。三是推进旅游业与创意、信息等现代技术的融合发展。资源有限，创意无限。要将创意理念贯穿旅游产品设计、营销、管理等各个环节，以创意延伸旅游产业链，以创意优化产品设计、旅游功能、销售网络。同时，再利用信息等现代技术加以表现，实现旅游产品的价值倍增。

（三）打造贵州旅游业升级版

当前，贵州旅游产品主要以传统观光型产品为主。总体来看，贵州旅游产品结构较单一，还未真正形成复合型的产品结构，因此，要打造贵州旅游业升级版，构建传统和现代相结合的产品结构，满足游客对生态、文化、休闲、度假、体验等旅游产品的需求，打造贵州旅游发展升级版。要依托各地资源特色，瞄准目标和预期市场，在巩固发展传统大众旅游产品的同时，重点开拓休闲度假、体育健身、商务会展、生态旅游、健康养生、山地户外、自驾游等休闲度假产品；积极开发温泉、漂流、修学旅行、探险、科考等体验旅游项目；大力发展野外拓展、户外露营、山地运动等健身产品，不断创造出能够满足游客心理、情感、审美享受的旅游产品，形成多元化、系列化、适应不同层次需求的旅游项目群。^{① 2}

（四）打造贵州旅游业旗舰产品，提升品牌影响力

贵州旅游资源丰富，也有一些有影响力的品牌，但是与其他旅游强省相比，贵州省旅游业缺乏顶级的旗舰产品，旅游产品的价值有限，要打造贵州旅游业旗舰产品，提升品牌影响力。一是充分利用好加快建设“100个旅游景区”的契机打造贵州旅游业旗舰产品。按照世界水准、国际一流、国内领先的要求，重中选重、优中择优，推动资金、资源、人才、技术向重点地区、优势景区集中，打造贵州旅游旗舰产品，尤其是要重点打造先行建设的21个示范景区。二是加强对贵州旅游产品的宣传营销。旅游产品的品牌影响力既与产品的特色·质量有关，也与宣传营销有很多的关系。在强化旅游产品特色和质量的基础上，要加强对贵州旅游产品的宣传营销，提升品牌影响力。要发挥多种营销主体的作用，实施政府主导、企业联手、媒体跟进的“三位一体”营销策略，政府负责“形象营销”，媒体负责“内容营销”，企业负责“服务营销”。要丰富营销手段，充分利用微博、微信、微电影、数字旅游、影视植入等新技术、新媒体，形成多渠道、高密度的叠加效应，实现营销网络的全覆盖。

（五）完善旅游业公共服务体系

加快旅游交通基础设施建设，优先建设通往3A级以上旅游景区和重要乡村旅游点的公路。统筹推进旅游集散中心、公共智慧旅游信息和咨询平台、旅游指示标识、旅游气象、旅游导航服务等设施和网络建设，加快重点旅游景区、旅游城市、旅游线路的自驾车营地、服务区、停车场、旅游公厕、金融网点的布局与建设，促进基本公共服务标准化、体系化、均等化。建立完善游客评价和反馈机制，促进旅游公共服务体系建设与游客和人民群众需求优先对接。完善落实政府购买旅游公共服务措施，鼓励社会力量、社会资本参与旅游公共服务体系建设。推动建立全省统一的旅游信息公共服务和在线旅游服务平台。

² ①陈敏尔：《创新业态转型发展全力打造贵州旅游发展升级版——陈敏尔省长在第八届贵州旅游产业发展大会上的讲话》[DB/OL]. 省人民政府网。