

壮美内蒙古向世界发出邀请

“为什么冬天要来阿尔山旅游?”“这是我们分处于北京、杭州、上海3个家庭9名成员民主投票的结果。”邓美轩的回答简单又干脆。

也是在这样一个凛冽的寒冬,阿尔山迎来了习近平总书记。他登临三角山哨所,走访棚户区群众,寄情冰雪小城,留下殷殷嘱托。

把祖国北部边疆这道风景线打造得更加亮丽,是总书记的期许,更是内蒙古前进的方向和动力。

自治区党委书记李纪恒上任后首次调研就来到阿尔山,提出通过若干年努力把阿尔山打造成为国内外知名的旅游目的地,让旅游业火起来,让老百姓富起来。

作为北方游牧文化的摇篮,内蒙古自然风光辽阔壮美,草原文化独特厚重。通过旅游产业兴区富民,是打造“亮丽风景线”的题中应有之义。

自治区第十次党代会对旅游业的发展指出了更加明确的方向和路径:旅游业是综合性产业,是拉动经济增长的重要动力。内蒙古自然风光辽阔壮美、民族文化独具特色,要着眼发展全域旅游、四季旅游,实施“旅游+”战略,高起点规划、高强度投入、高标准建设、高效能管理、全方位推介,打造“壮美内蒙古·亮丽风景线”品牌,把我区建成国内外知名旅游目的地。

相约这个冬天:

“冷资源”变成“热产业” 内蒙古补足四季旅游短板

在互联网上搜索关键词“冬季内蒙古旅游”,有两个搜索结果非常醒目。一个是“冷资源”成为“热产业”,指向冬天内蒙古旅游的最大变化。另一个是“四季旅游”,指向前不久刚刚闭幕的自治区第十次党代会。

内蒙古发展四季旅游,绕不开每年7个月的取暖期,难以突破“半年火爆半年闲”的瓶颈。在2016年冬天,内蒙古开启了四季旅游的破冰之旅。

伴随着自治区新一届党委班子对旅游产业发展战略的调整,世界将目光更多投向内蒙古。这个冬天,从几大草原到黄河之滨,从文化活动到体

育赛事,从冰雪到民俗,内蒙古推出一系列冬季旅游精品:巴尔虎草原举行了祭火文化节,乌拉特草原打造了国际骆驼文化旅游节。来自芬兰的圣诞老人相约根河敖鲁古雅,天南海北游客参加了查尔森湖冬捕……精彩活动让这个冬天的内蒙古越“冷”越“热”。

围绕四季旅游,全区各地以“自然大冰雪·风情内蒙古”冬季旅游主题为基础,整合全区冬季旅游资源,有效地实现了旅游模式的全新升级,形成了以“冰雪天路”旅游区、环京津冀冰雪旅游区、现代草原冰雪旅游区、温情大漠冰雪旅游区为代表的冬季旅游特色区。呼伦贝尔市推出18项冬季旅游节庆活动和5条冬季旅游精品线路。锡林郭勒草原举办了100多场冬季文体赛事。巴彦淖尔市相继推出30多项具有冬季特色的民族文化旅游项目……这一年,内蒙古旅游业总收入增长20.3%,冬季旅游、沙漠旅游上升势头明显。事实证明,重组内蒙古冬季旅游产品,让冰雪资源释放出经济效能是可行的。

这个冬天,是旅游业认真贯彻自治区第十次党代会精神的首个机遇期,也是打造“壮美内蒙古·亮丽风景线”品牌的第一场攻坚战。

这个冬天,内蒙古旅游步入“淡季不淡、四季不断”的发展新阶段。

见证这次实践:

从资源整合到产业融合 内蒙古开启全域旅游元年

坐拥优美自然资源,如何把资源优势转变为产业优势?大众旅游时代,如何适应景点旅游向全域旅游的转变?

全域旅游,专家这样解读:是把特定区域作为完整旅游目的地进行整体规划布局、综合统筹管理、一体化营销推广,促进旅游业全区域、全要素、全产业链发展,实现旅游业全域共建、全域共融、全域共享的发展模式。

在农历丁酉鸡年春节到来之前,广袤的内蒙古大地上,全域旅游多角度、深层次的实践比比皆是:包头市达茂旗串联全旗景点景区,打造了一环和五条精品旅游线路。赤峰市宁城县围绕“温泉古都,山水宁城”主题定位,

全面推进城乡资源和产业的旅游化发展,构建了旅游新框架。鄂尔多斯市依靠“天骄圣地、民族风情、大漠风光、休闲避暑”四大类旅游产品体系打造“全城一景”的全域旅游格局……媒体评价:2016年,是内蒙古全域旅游元年。

热闹的背后,是内蒙古大力发展旅游业,实现区域资源有机整合、产业深度融合发展的结果。

营销模式精准化。内蒙古地处“三北”,内连八省,外接俄蒙。在2016年“走遍中国——内蒙古冬季旅游万里巡回展”中,冰雪吉祥娃娃巴特和高娃走进陕西、浙江等十几个省份,一路吸粉无数。通辽市瞄准东北“沈大哈长”和京津冀的精准客户群。乌兰察布市积极推进建立“乌大张”旅游合作联盟。京津冀蒙四地签署《京津冀蒙旅游战略合作协议》,开始共建“千里草原旅游大道”。

体制机制改革创新,激发产业活力。自治区在鄂尔多斯市、根河市等地成立了8个文化旅游产业发展委员会,旅游工作由部门单打独斗、“小马拉大车”向多部门联动转变,强化了对旅游业发展的统筹规划和要素整合。

整合旅游资源,打造精品线路。大众旅游时代,自驾游渐成趋势。自治区打造的“北疆天路”从东到西覆盖内蒙古境内四大旅游区域,“冰雪天路”贯穿兴安盟、呼伦贝尔市,两条线路已经成为全国知名线路品牌。

这个冬天,内蒙古到处都升腾着发展全域旅游的渴望和热情。内蒙古尝试着从单一景点景区建设到综合目的地统筹发展转变,从门票经济向产业经济转变,从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”融合发展方式转变……

守望这片草原:文化厚重而独特 给你非来不可的理由

看草原,赏冰雪,游客有很多选择,为什么偏偏来内蒙古?

下面这两个场景,或许可以给出答案:

上海游客关伟在锡林浩特市观看了马文化全景式演出《千古马颂》。长调声响起,当“主人公”白马救活主人倒地而亡时,他禁不住潸然泪下。

他感动于草原上的人马情怀,得知“主人公”最喜欢吃胡萝卜,便去蔬菜批发市场买了整整两大袋子交给驯马师。美丽的大草原和撼人心魄的实景表演,于他而言,是一次深度的心理抚慰。

俄罗斯游客维奇斯拉沃夫说:“虽然冬季的俄罗斯和内蒙古东部很像,都是白雪皑皑,我更愿意感受的是林海雪原中多层次的民族文化。”

显然,文化赋予旅游产品更深厚的精神内涵。草原文化崇尚自然、践行开放、恪守信义,蒙元文化、红山文化、河套文化、契丹文化……独特而富集的民族文化资源熔铸了内蒙古118万平方公里特有的精神价值,是游客“非来内蒙古不可”的重要理由。内蒙古这片神奇的土地,东西直线距离2400公里,横跨29个经度,长城遗址总长度全国第一,有世界沙山最高峰必鲁图峰,有被《国家地理》杂志评为“中国最美丽沙漠”的巴丹吉林沙漠,有世界上三大原始胡杨林之一的额济纳胡杨林……

习近平总书记考察内蒙古时,在传统的“五畜祈福”仪式上,按照蒙古族习俗,用无名指蘸上用银碗盛着的鲜牛奶弹了三下。报纸上刊登的照片被宝力根苏木牧民陶克陶当宝贝一样收藏着。这张照片,也引起外地游客对草原的无限向往。

文化和旅游融合增加了旅游产品的“气质”。通辽市规划建设了科尔沁500公里文化旅游风景大道,锡林郭勒草原近一年500场品牌文化活动提升了“四季旅游”的人气,呼伦贝尔突出绿色草原、兴安林海、蒙元文化三大特色,打造“呼伦贝尔”金字招牌……

古茶叶之路已经拥有3个世纪历史文化沉淀,正在成为内蒙古与国内沿线省市和蒙古国、俄罗斯相关地区之间的一座桥梁。游客借“万里茶道”领略俄蒙的异国风情,而俄蒙游客也借此了解中国的别样之美。文创产品的开发,让旅游商品更丰富。鄂温克旗的太阳花系列纯手制品在深圳文博会开幕3个小时内基本售罄,负责人乌仁紧急通过空运补货。内蒙古博物院已经开发文创产品6117种,合作厂家107家。目前,内蒙古

已经逐步形成了围绕草原文化IP资源开发的文化创意产品体系。游客可以通过旅游纪念品,把“内蒙古”带回家。

文化是根,文化是魂。自治区第十次党代会报告对于草原文化发展的新理念字字铿锵:“我们一定要坚定文化自信、增强文化自觉,创新发展草原文化,为中华文化增添瑰丽色彩。”

内蒙古作为草原文明的主要发祥地和承载地,深厚的文化底蕴、富集的文化资源、独特的文化魅力为旅游产业的发展提供了不竭的动力支撑。

聚焦这个产业:

“旅游+”让内蒙古旅游迈向多产业融合,带动多产业联动

新春将至,阿尔山市旅游局局长白峰正在忙着签订《蒙东五旗市区跨区域汽车租赁项目合作协议》。“1月份,将有6列旅游专列来阿尔山。真希望总书记能再来一次,见证阿尔山的变化。”说这番话时,白峰有点激动。他想告诉总书记,2016年阿尔山市接待游客300万人,是总书记考察当年游客数量的3倍,宾馆酒店多出50家,床位增加了5000张……

阿尔山的变化太大,白峰想说的又太多。如今“巍巍大兴安,梦幻阿尔山”已经享誉国内外。

打造祖国北疆这道亮丽风景线,离不开旅游业的跨越式发展。自治区将四季旅游、全域旅游理念融入经济社会发展全局,实施“旅游+”战略,启动《内蒙古自治区旅游业发展总体规划(2017-2025)》的编制工作,深入谋划全区新时期旅游业发展总体目标,促进全区旅游产业整体提档升级。

“旅游+”关键是“+”什么,如何“+”?

内蒙古各地区、各部门紧锣密鼓推进“旅游+”融合发展,旅游和交通、扶贫、质检、食药、卫生、体育、住建、金融、航空、铁路等行业合作更加紧密。

(下转3版)



2017年1月27日 责任编辑:何娟 版式设计:柴建平 责任校对:玉峰

