

2023年县旅游规划(实用10篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

县旅游规划篇一

伴随着社会的快速发展，旅游业已经成为当前全球经济中带动性最大、发展势头最强劲的综合产业之一。今天本站小编为大家精心挑选了关于旅游业个人年终总结的文章，希望能够很好的帮助到大家。

一、全省旅游市场基本情况

(一)介绍旅游产业情况

今年，我省累计接待游客总数*万人次，旅游总收入亿元，同比增长%，这其中共接待国内旅游者*万人次，同比增长%，国内旅游收入亿元，共接待海外旅游者*万人次，其中港澳台同胞*人次，旅游外汇收入万美元。

1、港台旅游市场

中国台湾游客，1-11月份共接待*万人次，同比增长高达%，保持我省最大的入境旅游市场地位。1-11月份香港游客数量激增，共接待*万人次，同比增长高达%。港台游客占我省入境旅游者总数的比例从去年同期的%跃升到今年的%，提高了*个百分点。

2、欧美旅游市场

今年以来欧洲市场保持稳定增长，美洲市场回暖，1-11月份累计接待欧洲游客*万人次，同比增长%，其中法国游客*万人次，同比增长%，英国游客*万人次，同比增长%，德国游客*万人次，同比增长%，俄罗斯游客*万人次，同比增长%。1-11月份累计接待美洲游客*万人次，同比增长%，其中美国游客*万人次，同比增长%。

3、亚洲旅游市场

受国际金融危机的影响，1-11月份亚洲各客源国发展情况不甚乐观，我省累计接待亚洲游客*万人次，同比下降%。除日本游客略有增长为%外，绝大部分客源国接待人数同比均有不同程度的下降。原最大客源国韩国游客同比下降%，所占海外市场比重由去年的%下降到今年的%。马来西亚游客同比下降%，泰国游客同比下降%。亚洲旅游市场所占海外市场比重与去年同期相比下降了*个百分点。

(二) 指导精神

我省旅游产业在今年能取得稳中有升的好成绩，这和上级领导的工作指导是分不开的，今年，我们以“保增长、扩内需、调结构、促就业、强基础”做为精神指导，大力落实科学发展观到各项工作中去，团结一致，积极发扬党员优秀干部的工作精神。充分认识到国际金融危机对我省旅游产业造成影响的严峻性，抢抓机遇，提振信心。抓住中央扩大内需、快速出台一系列政策措施这个难得的机遇；为贯彻落实中央扩大内需的政策措施作好了准备，具备了用好政策机遇的条件；同时全省干部群众精神状态好，谋事干事热情高，为抓住和用好机遇奠定了基础。提高企业的投资信心，提高居民的消费信心，提高干部的工作信心。在面临诸多不利因素的影响下，较好地完成了全年的工作任务。

(三) 采取有效工作措施

1、面对全球金融危机导致的全球总需求的疲软和对我国旅游业带来的不利影响，省委省政府认为旅游业总体发展趋势不可能改变或逆转，但是旅游业发展的动力依然强劲，我省旅游业对于扩大内需、促进增长的作用不可低估。旅游资源丰富是我省的优势，旅游业是富民产业。我省明确提出了旅游业扩大内需保增长的具体要求，在今年的政府工作报告上又再一次强调实施旅游振兴工程，培育新的消费热点，使旅游业成为现代服务业中的先导产业。省委省政府领导对于旅游业发展前景的精辟论述，极大地鼓舞了我省旅游从业人员恢复重建旅游业的信心和决心，是实现今年旅游产业开门红的关键。

今年对于“年轻”的**市旅行社有限公司来说是成长和壮大的一年，也是迎接挑战、自我加压、探索旅游新课题的一年。回首过去的一年，我们在**市旅游局、禅城区旅游局的正确领导及相关部门的亲切关怀和鼎力支持下，在全体员工的奋力拼搏下，取得了一定的经营业绩。

(一) 内部改革脱胎换骨，队伍建设卓越成效

一个企业如果没有一支素质高，业务能力过硬的职工队伍，任何的先进管理都难以实现，发展和壮大更是无从谈起。在20xx年是**市旅行社有限公司内部改革卓有成效的一年。我公司在以专科旅游学校为新鲜血液，社会优秀资深旅游从业员为骨干，在短短一年内我公司从无到有，从小到大，至今已有干部职工100多人，使企业步入了飞速的发展轨道。

(二) 抢占旅游市场占有率

20xx年全年我公司国内旅游收入达：72, 216, 776.00元。组织游客出游119, 529人次。并增设大沥、乐从、里水三个营业网点，在短短半年内营业网点增致10个，遍布五区。

(三) 公司屡获殊荣，省内游屡创佳绩

我公司曾获珠江时报等媒体评为最受欢迎外地品牌旅行社称号。且在旅游局的倡议下，每月均推出各款特色乡村游，全年组团出游累计过万人，并在20xx年11月19日协同**日报旅游俱乐部等单位，同旅、旅一起成功组办了“一环万人游”活动。

回顾过去的一年，我们取得了一些成绩，每一个发展和进步，都与各级旅游局相关领导的关怀指导和全体员工的积极努力分不开的，但我们深知：工作中还存在很多不足，离广大游客的要求还有差距。新的一年，面临新的挑战 and 考验，我们将以：以文化带动旅游，以服务铸就品牌，以质量赢得市场，以创新引领业界的公司宗旨为指导，以专业专注，专家品质为工作指针，振奋精神，鼓足干劲，与时俱进，开拓创新，以高昂的斗志，饱满的热情，励精图治，为实现**市南湖旅行社有限公司业绩再攀新高而努力工作。

为确保全年工作任务和目标顺利实现，借此机会，全省各级各部门要对当前经济运行中一些问题引起高度重视。强调两个方面。一要对固定资产投资引起高度重视。今年以来，全省固定资产投资总体进展顺利，1-8月，全省完成投资2698.24亿元，增长22.8%但环比增速逐季逐月有下降趋势，存在着新项目开工难、建项目进展不快、项目资金不足、财政资金支出慢等问题。这要引起全省各级各部门的高度重视，要在加快项目审批、加快项目建设进度、加强资金筹措、加强部门工作协调上下功夫，促进全省投资保持持续较快增长势头。二要对库塘蓄水引起高度重视。今年以来，省遭遇了百年不遇的特大旱灾，经过努力，全省抗旱救灾工作取得明显成效。雨季来临后，降雨主要为单点集中暴雨、形成径流量小，当前，全省水库、坝塘蓄水严重不足，蓄水形势十分严峻。全省各级各有关部门，特别是各州市县和省水利厅、农业厅等相关部门要对此引起高度重视，对加强蓄水工作进行安排部署，切实采取有力措施，抓住后汛期还有雨水可蓄的时机，多蓄水、蓄好水，为今冬明春和明年的供水用水早作打算、提前安排。

省旅游业按照转型升级、提质增效的思路，近年来。推进旅游“二次创业”取得了明显成绩。特别是推进旅游发展的决心大、措施实、效果好。这次全省旅游发展大会放在召开，也是让大家学习和借鉴推进旅游重大项目建设的成功经验。昨天，大家现场考察了西双版纳旅游“二次创业”重大项目建设情况，参观了全省旅游“二次创业”成就展，举行了西双版纳重大旅游项目签约仪式。今天，召开全省旅游产业发展大会，白书记、邵局长两位领导作了非常重要的讲话。书记从全省经济社会发展全局和战略的高度，对我省培育旅游战略性支柱产业作了全面部署和安排。

一是对指导思想提出了要求，即要坚持科学发展；坚持一条主线，促进转变发展方式和优化结构、转型升级、提质增效；坚持改革创新，推进管理体制和运行机制改革；坚持形成新起点、新思路、新格局，实现新目标。

二是对目标提出了要求，对把我省旅游产业打造成为战略性支柱产业、现代旅游业，主要旅游经济指标翻一番、旅游业占gdp10%等目标提出了明确要求。

三是对工作提出了要求，要实现旅游产品特色化、旅游服务人性化、旅游管理国际化、游客进出便利化、旅游环境优质化的六化”要求，用高的起点、宽的胸怀、新的谋划、大的项目，打造大旅游。

四是对领导工作提出了要求，要加强组织领导，着力改善旅游发展环境、落实旅游发展各项政策，真正把旅游工作抓好、抓实、抓出成效。

邵局长的精彩讲话，一是站在战略和全局的高度，深刻分析后金融危机中国旅游发展的趋势，使我深刻了解当前国际国内旅游发展的背景；二是从新的思维、新的视野、新的角度，分析了旅游发展的优势和特点，进一步坚定我把旅游作为战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业建设的信心；

三是对旅游新发展提出了许多内容新颖、针对性强、富有创造性的指导意见，给我很大启发。四是对旅游发展要实现“再大、再快、再精、再实”目标，给予了肯定，对旅游“二次创业”再一次鼓励、再一次动员、再一次促进。邵局长的讲话，坚持以科学发展为指导，深入贯彻《国务院关于加快旅游业发展的意见》一次深刻而生动的辅导，省按照旅游产业发展两大战略目标，编制旅游“”规划的指导性讲话。

把思想认识统一到两位领导同志的重要讲话精神上来，要把两位领导同志的重要讲话精神领会好、传达好、宣传好、落实好。统一到建设旅游战略性支柱产业的总体要求上来，切实把会议精神落实到各级、各部门的工作实际中，推动旅游产业再上新台阶。就贯彻落实两位领导同志的重要讲话精神，推进旅游战略性支柱产业建设，再强调几点意见。

一、高度重视抓好旅游项目建设

省旅游项目建设有所突破，产业发展需要项目支撑。近年来。项目数量不断增加、投资规模大幅增长。初步统计，目前我省投资在3亿元以上的旅游重大项目达到226个，计划投资总额4400多亿元。全省各地要继续把项目建设作为重要抓手，坚定不移地实施大项目带动大发展战略。一是突出抓好重大旅游项目建设。各级政府、各有关部门要全力以赴，加快推进已经确定的重大旅游项目建设，确保项目在”期间建成并发挥效益。二是提升项目谋划和建设水平。要结合当前旅游业发展的新趋势、新要求，再规划一批市场前景好、策划水平高、影响力大、涉及带动面广的重大项目。三是加大开放合作力度。针对全省旅游产业发展中存在薄弱环节和重点领域，再引进一批重大招商合作项目，带动旅游产业水平的提高。四是进一步提升项目管理服务水平。加强对项目开发建设的全程指导和管理，确保项目前期高起点规划、中期高标准建设、后期高水平管理，真正达到建设国际化、服务现代化、管理精品化”要求。要研究制定相关的审批管理办法，

对项目的审批、核准、备案等开辟绿色通道，简化办事程序，加强服务保障。

二、高度重视发展休闲度假旅游

也是充分发挥我省资源和区位优势，提升旅游业质量和水平的重要选择。目前，省休闲度假旅游已经具备大发展的基础，要下决心推进全省休闲度假旅游迈上一个新台阶。一是发展度假酒店。今年6月，省政府在丽江召开了酒店业发展大会，对发展度假酒店工作进行了专题研究部署，休闲度假旅游是当今旅游发展的趋势。发展休闲度假酒店、引进国际品牌管理、建设便捷服务酒店等方面出台了奖励政策。全省各地要围绕“建酒店、树品牌、创特色、抓服务”几个关键环节，大力引进国际品牌酒店，提升我省度假酒店水平。同时，也要努力扶持、培育本土旅游酒店的核心品牌。二是开发温泉旅游。温泉旅游以健康养生为特色，正在成为21世纪旅游度假的一大热点。全国地热资源最丰富的地区之一，已查明的温泉共有1200多处，约占全国总数的1/3数量居全国之冠。目前已经开发运营的西部大峡谷、腾冲热海、柏联spa红河弥勒湖泉生态园、安宁温泉等在国内外有一定知名度的温泉旅游项目，为我省温泉旅游开发积累了宝贵经验。要把温泉旅游产品开发与休闲度假酒店建设紧密结合起来，依托丰富的地热温泉资源和良好的生态环境，打造提升“温泉游”品牌，逐步将建设成为全球温泉养生度假王国、高原spa度假胜地和地热资源及温泉产业开发基地。三是开发以高尔夫球为引领的高端旅游产品。要顺应国际旅游发展趋势，科学规划、合理布局、依法报批的基础上，规范发展高尔夫球场、大型主题公园等旅游项目，不断丰富、完善和提升休闲度假旅游的内容，提高旅游消费需求及水平。四是建设一批生态旅游区。按照保护优先、适度开发的理念，建设管理好国家公园试点项目，推进一批生态旅游区建设。

三、高度重视旅游商品的开发

也是旅游产业收入的一项重要来源。多年来，旅游商品是旅游业的重要组成部分。省旅游商品生产经营缺乏龙头企业支撑，存在品牌意识差、技术含量低、产业化程度低、附加值低等问题。省既有丰富的民间工艺品和旅游商品资源优势，又有巨大的市场潜在空间。要加大力度搞好旅游商品开发和营销，满足旅游者购物需求。一是加大扶持力度。省级相关部门要认真组织调研，制定一个支持办法，资金、税收、土地、人才培养等方面给予必要的支持，为旅游商品设计、生产和销售创造良好条件。二是突出开发重点。要根据游客的特点，设计、开发一批特色鲜明的旅游商品，提高产品档次。三是建设开发基地。要在全省培育和发展一批涵盖类型多样、档次不同的旅游商品开发基地，推进实现旅游商品开发及销售服务的规模化、规范化、标准化、优质化。四是发展特色购物商店。要积极争取国家支持，省主要旅游城市和出入境口岸城市设立免税旅游购物区。全省主要旅游城市、线路和景区建设一批服务功能完善的大型旅游购物点。开发本地名特旅游商品的同时，要积极引进国内外品牌，特别要在旅游城市和重点景区策划建设一批国内高档消费品牌产品的集中展示、销售商店，使之逐步成为旅游购物的一个亮点。

四、高度重视推进我省面向东南亚、南亚、西亚的国际旅游合作

尤其是国面向西南开放桥头堡建设的推进，随着中国—东盟自由贸易区的建成。为提升旅游产业发展的国际化水平，提供了千载难逢的发展机遇。要更加重视“引进来”走出去”相结合，加大旅游对外开放合作力度。一是积极推进与南亚国家的合作。近年来，省与南亚国家的友好交往更加密切，南亚诸国对的认识也在日益加深。最近，省代表团出访孟加拉、斯里兰卡和马尔代夫三国，这些国家都非常重视与开展旅游合作。马尔代夫总统还特别提到要通过合作，使欧洲游客来到马尔代夫看海，再到省观山，使更多的中国游客通过昆明—科伦坡—马累这一便捷航线来到马尔代夫，实现奇特的旅游体验。有关部门要抓紧跟进，加强与南亚国家旅游部

门的联系与合作，使成为我国游客赴南亚旅游的中转站，使与南亚诸国之间互为旅游目的地、互为客源市场。同时，还要通过与南亚国家的合作，吸引第三国游客赴旅游观光、休闲度假。二是巩固拓展与东南亚国家的合作。这是省多年来参与和重点推进的国际区域性旅游合作，目前已经有了很好的基础。要在合作机制、项目建设、线路设计、服务规范等方面进一步深化合作，加快推进西双版纳、瑞丽、河口、麻栗坡和腾冲五大特色沿边旅游区的建设，着力打造一批跨国旅游精品线路和国际性节庆会展品牌。还要积极整合区域旅游资源，完善传统旅游线路的基础上，新开辟一批跨国旅游精品线路。三是更加重视与西亚国家的旅游合作。西亚国家海洋旅游资源丰富、民族风情浓郁，与我省的互补性很强。昆明-迪拜航线的开通，为发展旅游提供了重要条件。要充分利用好这条航线，组织客源，策划线路，发展与西亚、非洲以及地中海沿岸国家的旅游合作。

五、高度重视落实好我省与国土资源部签署的合作协议

省与国土资源部签订了探索建立国土资源管理新机制、促进省旅游产业改革发展的合作协议，今年7月。这为我省旅游产业改革发展提供了强有力的支撑。根据协议，国土资源部将在创新旅游产业土地利用规划机制、建立旅游产业发展与耕地保护相结合的新机制、积极探索旅游产业用地新方式、探索建立旅游产业节约集约用地评价体系、建立健全旅游产业用地执法监管体系、建立部省合作工作机制等方面，加强对的指导与政策支持。要充分用好、用足这个协议的政策空间，抓紧制定工作方案，细化保障措施，确保协议得到全面贯彻落实。一是坚守基本农田这条红线不突破；二是坚决贯彻落实好节约集约用地的有关要求，提高节约集约用地水平；三是充分发挥未利用地和劣质山地较多的潜力，多利用荒山荒坡荒地地进行开发建设；四是创新用地管理机制，积极探索建立旅游用地管理的新模式、新办法。当前，要抓紧完成《全省旅游用地专项规划》编制工作，争取在新增旅游建设用地指标上有重大突破，创新旅游建设用地方式、建立节约集约用地评

价体系、建立健全旅游产业用地执法监管体系上有新的思路，推进试点工作上要有实质性进展。

六、高度重视编制“”旅游产业发展规划

总的要求是要力争完成各项旅游经济指标在基础上翻一番的目标。相关部门要认真做好目标测算和任务细化工作。二要突出提质增效这个核心。目前，谋划好“”对旅游业发展非常关键。要高水平、高质量编制好旅游产业发展“”规划。一要确立发展目标。”期间。省旅游接待人数已突破1.2亿人次，未来几年还将保持两位数以上的速度增长，要着力促使旅游由数量扩张向质量效益增长转变。要以旅游业转型升级为重点，更加重视产业层次的提升问题，努力完善产品体系，延伸产业链条，强化服务保障能力，增强消费水平，走出一条特色化、精品化、集约化和高水平的发展路子。要高度重视现代科技对旅游业发展的推动作用，把现代科技手段，特别是信息技术、网络技术，广泛运用于旅游发展的各个领域，落实到旅游项目开发、行业管理、宣传促销、交通运输、环境保护的全过程，推动新产品、新业态的建设发展，着力提高旅游产业的科技含量和创新能力，增强旅游产业核心竞争力。三要进一步完善旅游发展布局。相关部门研究提出了一心、三层、四带、五线、六区”空间布局：即以滇中大昆明国际旅游区为中心，以省内各区域中心城市、口岸城市、边境城市三个层次为支撑，以昆明—曼谷、昆明—河内、昆明—仰光、昆明—加尔各答四条跨国旅游经济走廊带为骨架，建设滇西北香格里拉生态文化精品旅游、滇西南热带雨林及多国精品旅游、滇西火山地热及跨境精品旅游、滇东南喀斯特地貌景观及跨境旅游、滇东北生态及历史文化精品旅游五条精品旅游线路，着力打造滇中大昆明国际旅游区、滇西北香格里拉生态旅游区、滇西南大湄公河国际旅游区、滇西火山热海边境旅游区、滇东南喀斯特山水文化旅游区、滇东北红土高原旅游区六个旅游区，努力把建成为国际性区域旅游集散地和重要通道。这个思路供大家讨论完善。四要注重与全省经济社会发展规划相衔接。旅游产业具有外向性强、关

联度高的特点。各相关部门要加强沟通，推动旅游产业发展规划与省内各行业规划、专项规划的有机对接，更好地实现旅游产业与其他相关产业的融合互动、协调发展。

按照这次会议的总体部署，抓好旅游产业发展对于具有至关重要的意义。全省各级党委、政府和相关部门要认真贯彻落实国务院关于加快旅游产业发展的意见精神。努力调整结构、转型升级、提质增效，推动旅游“二次创业”取得更加显著的成效，努力把旅游产业培育成国民经济的战略性支柱产业，推进从旅游资源大省向旅游经济强省的转变。

县旅游规划篇二

实习单位：广州市凤凰城酒店

实习时间：7月4日~10月3日

1、碧桂园企业文化

碧桂园诞生于992年，从奠基的那天起，碧桂园便以“用心建设，关怀住户，回报社会”的企业开发与经营理念，在房地产领域矢志耕耘到今天。已经为众多的成功人士营造了十多个“环境优美，配套齐备，星级服务，严密保安”的五星级超大规模综合社区。

目前，碧桂园真正实现了区域拓展和规模化的品牌连锁经营，不仅成功构建了“碧桂园家园模式”和“五星级的家”的生活方式，更开创性的建立了碧桂园“星级酒店连锁体系”、“全国领先的教育连锁体系”和以大型主题公园和高尔夫球会为内容的“休闲娱乐配套体系”。

“一年一个碧桂园”不仅反映出碧桂园强劲的生产制造能力”，更是碧桂园营销、策划、品牌塑造的创新突破。在努力为社

会提供高品质产品和优质服务的同时，碧桂园永远以一颗感恩的心对待社会，并尽可能的回报社会。在碧桂园看来，尽自己最大的努力回报社会才是碧桂园真正的成功。

在激烈的房地产竞争中，碧桂园人始终把“碧桂园，给您一个五星级的家”作为企业文化的核心思想，根据社会和人居发展的需求，不断丰富“大规模社区优美环境优质产品优质服务超级配套体系合理定价”为内涵的碧桂园家园模式，继续引领居住新潮流，让愈来愈多的人享受到五星级的生活，为追求幸福生活的人实现五星级的生活梦想。

人性化的星级“服务”也是碧桂园品牌最为独特的基因，是碧桂园品牌最大的魅力所在。对于消费者来讲，一个五星级的家，不仅应包括五星级的硬件设施，还应包括五星级的服务。而五星级的服务就是不管在何时何地，不管客人是哪种类型，只要是合理的需求，就应尽可能的满足。

五星级服务，还包括将生活中的小事也做到极致，做到完美。服务不能仅仅停留在保安的敬礼致意、服务人员的微笑上，更主要的是体现在急客人所急、想客人所想，认真对待客人的合理要求，将每一个客人的要求或抱怨转换为满意的微笑和赞赏。近年来碧桂园营销系统的每一个环节都在执行“aa”标准□aa即“any time to anyone”□是公司要求不管何时何地任何人都要提供高水平的五星级服务。

aa标准细致严格的规定了售前、售中、售后每一个环节，向客人提供服务的标准。公司还采用“神秘顾客”“检查团”等多种方式来检查aa标准的贯彻执行情况，并制定了严格的奖惩制度。

在碧桂园，五星级服务，不是一句简单的口号，是碧桂园的决心、信心、耐心与诚心，是让物业持续保值、增值的能量，是一种让业主幸福一生的感觉！

2、凤凰城酒店概况

广州凤凰城酒店——南中国首家以白金五星级标准建造、南中国至广阔的山水主题式酒店。广州凤凰城酒店背倚郁郁葱葱的凤凰五环山，面朝仪态万方的翠湖。整体占地面积达xx年的工作经验。其中，一线工作经验是十分重要的。所以，作为即将毕业的大学生来说，绝对不可以眼高手低，必须作好接受挑战的心理准备。

1、想法

本次实习给予了我们一个很好的机会了解这个社会。是我们真正踏入社会前的一个重要的台阶。弱肉强食是一直无法改变的生存原则。想要获得成功，就必须比别人更加努力。这次实习面对了很多以前从来没有遇到过的问题。如人际关系问题，宾客关系问题，心理状态不佳等问题。

但通过这接近四个月的学习与改进，我无论是在心理还是思想上都得到了很大的进步。在凤凰城酒店感受最深的是它的员工管理制度问题。由于上一次酒店业务实习是在花园酒店，虽然当时的实习时间只有一个月，但是却受到了很大的影响。花园酒店是一间由酒店管理集团公司管理的五星级酒店，而且花园酒店拥有较长的经营历史，已经形成了一套较完善以及严格的员工管理制度。

相对与花园酒店来说，凤凰城酒店是一间非常年轻的酒店。凤凰城酒店由开业到现在只是三年的时间，无论是管理制度以及经营体制依然不是十分完善。再加上凤凰城酒店是属于“家族生意”，并非由酒店管理公司进行管理，大部分的高层管理人员缺乏酒店管理经验。

所以，凤凰城酒店在员工的职业素质上是与老牌五星级酒店比不上的。过于松散的员工管理制度导致员工的工作心态松散，这无疑是会降低员工的服务质量。如果一个五星级酒店

只有拥有五星级的外表，而缺少五星级的内在，是不足以称作为一间五星级酒店。

2、建议

对于这次实习，由于各种原因与实习单位的沟通存在某种程度上的问题，由一开始的以实习生的方式的进入实习单位，到最后以签约员工的方式进入实习单位。凤凰城酒店的人事部以“你们答应了以后都在这里工作才你们进来的”的理由要求我们签下了一年的合同，如果工作不够一年离职则要收取毁约金。凤凰城酒店人事部的这种办事方法，实在是让我感觉到不合理。望今后系里领导能协助我们与实习单位进行沟通，避免这种情况再次出现。

3、存在问题及解决办法

(1) 经营方法问题

广交会期间，广州市内所有酒店都很火爆，甚至会出现有钱也没房间住的情况。因此，凤凰城酒店也出现了爆房的情况。对于酒店而言，如果事先预订的顾客在抵达之前突然取消了预订、或者比预订的时间晚了几天才抵达、甚至根本就没有出现，以上任何一种情况都会减少酒店的收入。

事实上，这样的事情在饭店中每天都有发生。所以，在广交会期间，酒店会预收客人的第一晚房费当作是保证金，即保证性预定，从而减少风险，有效的防止酒店收入的减少。在广交会期间，因为客房利润十分高，所以大部分酒店都会进行超额预定。所谓超额预订就是在订房已满的情况下，再适当增加订房数量。

超额预订可以有效地减少客房的“虚耗”（虚耗指本来有需求，但却没卖出去的产品），增加饭店的收益。但同时也有有一定风险，一旦预订客人全部抵店，饭店将面临尴尬的局面，

因而超额预订幅度的确定就十分关键了。从理论上讲，最优的超额预订点是当接受一个额外预订的边际收益等于边际成本时。

达到最优超额预订点时应停止预订。在计算超额预订的成本时，除了可见的一些经济成本以外，还要充分考虑到一些无形的成本，如客人转投其他酒店后，可能再也不会光顾该酒店，酒店永远失去了一位顾客；顾客有可能将对酒店的抱怨和不满告诉他人等等。一般认为超额预订数可由以下公式确定：超额预订数=预计临时取消预订数-预计预订而未到的客人房数-预计提前退房数-预计延期离店房数，在我看来，凤凰城酒店的超额预定明显是变成了过额预定。酒店的管理人员明显是将超额预定数做得过高，并且没有考虑到部分客人的续住以及延长退房。

最后导致的结果要游说客人入住主楼以外的别墅。大部分客人一听到不是住在主楼，就开始不满。尽管我们尽量的解释别墅与主楼只是五分钟左右的车程，客人还是不满意我们的安排，坚持必须安排他们入住主楼。最后，惟有双方都让步，才解决了这个问题。这种过额预定无疑是加重了前台接待员以及一线工作人员的工作强度以及工作压力。不但造成了酒店利益的损失同时也导致工作人员对酒店管理层的抱怨与质疑。

（2）员工管理体制问题

不够严谨的员工管理制度必定导致员工的工作心态松散。凤凰城酒店在员工管理制度上存在很大的漏洞。我认为，作为一间五星级酒店，除了必须拥有五星级的硬件设施同时也必须拥有五星级的软件设施。五星级的软件设施必须包括员工的服务态度，衣着以及一切无法以实物表现的服务。

在凤凰城酒店，我看到的是电得夸张的或着染着夸张颜色的头发，手指上长长的指甲，完全不统一的鞋子，对客人的服

务不够热情与周到，甚至员工在客人面前做打闹嬉戏。这一切都是由于员工管理制度不够严谨，酒店管理层的对酒店管理缺少经验的表现。

(3) 解决方案

酒店应该考虑聘请专业的酒店管理集团来对酒店进行一段时间的管理，学习酒店管理集团的管理体制，并且定制出一套适合自身的管理体制。聘请拥有多年酒店管理经验的人才协助管理层管理酒店业务。致谢！

感谢系主任曾邦锐对我们这次实习的大力支持与协助，以及无微不至的关怀，我为能成为曾主任的学生而感到骄傲！感谢指导老师，易婷婷老师，在实习期间依然不忘关心我的生活与工作！感谢这三个多月来一起工作的三位同学，无论是在生活还是工作上，他们都给予了我莫大的支持与帮助！感谢一直抚养我的父母，没有他们的细心培养，就没有今天的我，感谢我的父母一直以来对我的支持，关怀与爱护。我将会用我的一生与成功来回报他们的恩情！

县旅游规划篇三

一、新旅游法的宗旨 这次的旅游新法是为保障旅游者和旅游经营者的合法权益，规范旅游市场秩序，保护和合理利用旅游资源，促进旅游业持续健康发展，制定本法。制定目标非常明确，也使我们的旅游市场能够根据法律为依托，使旅游业更加明确、合法化来维持市场秩序，使旅游在人民的生活中带着享受的心情来进行消费。

二、建立奖惩、公平的旅游机制 国家倡导健康、文明、环保的旅游方式，支持和鼓励各类社会机构开展旅游公益宣传，对促进旅游业发展做出突出贡献的单位和个人给予奖励。国家建立健全旅游服务标准和市场规则，禁止行业垄断和地区垄断。旅游经营者应当诚信经营，公平竞争，承担社会责任，

为旅游者提供安全、健康、卫生、方便的旅游服务。这样对我们的旅游市场有极高的竞争力，对于有贡献的旅游公司、个人都实行奖惩的统一制度，使从事旅游行业的人更加敬业。同时良好的公平竞争制度使旅游经营者更加诚信，他们有义务为旅游者做出很好的服务。

三、旅游者的地位与权力 旅游者有权自主选择旅游产品和服务，有权拒绝旅游经营者的强制交易行为。旅游者人身、财产受到侵害的，有依法获得赔偿的权利。这样就大大提高旅游者的地位，使他们有自主安排的权力，同时平等的买卖交易更深得民心。

四、旅行社与导游的服务 旅行社安排导游为团队旅游提供服务的，不得要求导游垫付或者向导游收取任何费用。旅行社组织、接待旅游者，不得指定具体购物场所，不得安排另行付费旅游项目。但是，经双方协商一致或者旅游者要求，且不影响其他旅游者行程安排的除外。此外、新的旅游法对旅游服务合同、旅游安全、旅游监督管理、旅游纠纷处理、法律责任更加的明确，使旅游者在旅游中的服务更加的完善。

在这次的培训中让我对旅游法有了更加深入和细致的了解，只有知法、懂法、守法，才能更好的成为一个景区工作人员，才能更好的运用业务知识、和法律法规为游客服务，才能更好的让游客享受到新旅游法带来的便捷和实效，才能让景区发展的更好更快。

县旅游规划篇四

北纬26°至29°之间的大凉山，位于四川省西南部“大香格里拉旅游环线”腹心地带。大美山水，风光无限，这里冬暖夏凉，是世界上少有的宜居康养区域。然而，过去因交通制约等因素，长期以来鲜为人知。

凉山彝族自治州成立70年来，旅游业的发展一直伴随着自治

州的成立、改革开放和新时代中国特色社会主义建设的步伐，一路艰苦创业，改革创新，结出一个又一个硕果：70年来，凉山旅游从无到有，6.04万平方公里的土地上，160多个景区景点洒落其间；2017年央视春晚分会场、2021年央视秋晚主会场……一场场盛典在这里落地开花；民族文化艺术节、大凉山国际戏剧节、大凉山冬季阳光音乐季接踵而至，不断擦亮大凉山旅游品牌；《彝海结盟》《情深谊长》《听见索玛》等一大批讴歌党、讴歌新生活的艺术佳作深受广大群众欢迎。经过70年发展，凉山已成为旅游产业全域覆盖，宜居宜游、主客共享的全域化旅游目的地。

自治州成立初期，“旅游”是一个生僻词，对从未走出过家乡的大多数人来说，守着青山绿水和秀美风光，并不知美景就在身边。

1994年，凉山州旅游局正式挂牌成立，开启了凉山旅游产业发展的的大门，老一批旅游人用自己的青春和热诚，开始绘画凉山旅游的发展蓝图。

1994年，全州接待游客150万人次，旅游收入1070万元。虽然面临诸多困难，但凉山旅游仍然在摸索中前行。

时间跨越到2006年，轰轰烈烈的“一办三创”让旅游基础设施大变样。悄然发生改变的，还有人们的思路，对发展旅游的初步概念。借助“一办三创”的东风，凉山旅游高位起跳，集团式创建了4个国家4a级景区，西昌成功创建中国优秀旅游城市，凉山成功举办四川省第二届冬季旅游发展大会，实现了旅游基础设施大改善、城市面貌大改观、旅游产业大突破，凉山迎来了旅游发展的历史性机遇，开创了凉山旅游发展新局面。

2007年，“一办三创”的成果凸显，游客人数突破1202万人次，旅游总收入突破35.8亿元，旅游总收入占gdp的8%，对第三产业的贡献率首次达到14.8%。

凉山旅游实现跨越式发展，省内外各媒体用“井喷”二字形容当年的游客量。2007年，中国广播网曾报道：2007年，人口为400多万人的凉山州共接待游客1202万人次，相当于一个人接待了2至3人。

与此同时，凉山旅游业首次实现了由接待事业型向经济产业型转变，成为地区经济的支柱产业。凉山成为游客喜爱的旅游目的地。

党的十八大以来，旅游业作为国民经济新的增长点，成为名副其实的战略性支柱产业，也成为了让人民群众更加满意的现代服务业。

2016年，凉山提出将旅游产业列为“首位产业”，深入实施“全域旅游”发展战略。

2017年，州委、州政府制定印发《关于实施全域旅游战略加快发展旅游首位产业的决定》，从支柱产业到首位产业，旅游产业之于凉山的发展，已经上升为战略层面。

胡小平 | 摄

当年，凉山全年共接待游客4419.22万人次。夏天来凉山避暑，冬天来这里晒太阳，成了许多人的一种休闲方式，大凉山多彩的民俗文化也随着旅游业的发展得以传扬。

“十二五”期间，凉山旅游业对国民经济增长贡献不断提高，全州旅游直接从业人员人数达6万多人，间接就业人数达30多万人。旅游总收入累计实现501.96亿元，年均增长30.71%。

“十三五”期间，凉山形成了“一核四区三带多点多线”旅游发展新格局，形成旅游产业全域覆盖，宜居宜游、主客共享的全域化旅游目的地。累计接待游客2.09亿人次，实现旅游总收入1904.65亿元，占全州gdp的24.4%。

截至目前，凉山建成国家a级旅游景区61个□4a级15个□3a级43个□2a级3个，国家级旅游度假区1个，省级旅游度假区5个，国家级生态旅游示范区1个，省级生态旅游示范区5个。

蓬勃发展的第三产业

时间回到上世纪90年代初期，此时的凉山，旅游产业刚刚萌芽。1991年，凉山第一家旅行社西昌交通旅行社成立，第一任经理吴绍林在这个行业里一干就是30年，见证了这个行业的发展。

“凉山旅游发展变化太快了。”吴绍林说，上世纪90年代，凉山仅有几家宾馆酒店，游客一多，住宿就成了问题。那时带团队去泸沽湖旅游，自己和工作人员都要背着粮食和蔬菜，在老乡家里给游客做饭。

2006年“一办三创”以后，来凉山的游客量猛增，大家尝到了旅游产业发展带来的“甜头”，开农家乐、划船、卖烧烤……邛海周边的农民纷纷投入到旅游发展中。大量的投资者也看好凉山旅游市场，宾馆酒店如雨后春笋般涌现，农家乐、旅行社等旅游从业人员呈直线上升。

凉山州委、州政府也意识到旅游基础设施的迫切提升需求，不断加大文化旅游基础设施建设投入力度，加快吃、住、行、游、购、娱“一体化”发展，通过文化旅游综合承载能力全面提升，旅游基础设施得到提高，游客的舒适度、满意度不断提升。

2012年，雅西高速全线开通，为凉山打开了出行的大通道。这条交通大动脉，让更多的游客自驾进入凉山，前往心仪的景点游玩。之后几年，随着“一轮凉推”“二轮凉推”的不断推进，各县市出入通道大为改善，全州交通大小主动脉基本实现畅通。

与此同时，空中航线的搭建，让北京、广州、浙江、西安等地的游客走进凉山，据悉，截至目前，西昌青山机场现已开通30多条航线。

坐着动车去旅行，来一场说走就走的旅行。2022年，成昆铁路扩能工程冕宁至米易段建成通车，标志着凉山正式迈入动车时代。

目前，乐山——西昌高速、西昌——昭通高速、西昌——香格里拉高速等一大批高速公路已经开工或者即将开工。

公路、铁路、航空、动车……立体交通的搭建，让凉山迎来了大众出游。

时代前进的脚步从未停歇，迈步“十四五”，凉山将建设四川南向区域性综合交通枢纽，形成南向连接云南、北向东向连通成渝双核战略通道中心支点。交通的再一次飞跃发展，让凉山广结四海宾朋，以山水为名片，热情欢迎每一位远方的客人。

县旅游规划篇五

旅游业又称为朝阳产业和无烟工业，是二战以来发展最快的第三产业之一。下面是本站小编为大家整理的旅游业务培训心得体会，供你参考！

中国旅游业欣欣向荣，蓬勃发展，旅游业作为新兴产业，每年都以较快的速度向前发展，旅游景区作为重要的一环，面临着前所未有的大发展机遇。此次，我作为一名普通学员有幸参加了为期五天的茅山旅游风景区培训班，培训班有多名资深专家和高校教授授课，授课内容全面，新颖，实用。使我受益匪浅，感想颇多。

一、加深了对旅游景区星级的认识旅游景区星级的标志是等级，形象、价格、服务质量的象征，能够非常直观的反应旅游景区的硬件实施，软件服务水平，对旅游景区的星级评定宗旨在于加强对旅游景区的管理，提高旅游景区服务质量，维护旅游景区和旅游者的合法权益，促进我国旅游资源开发，利用和环境保护。

二、强化了自身的旅游景区管理知识结构

目前自身所掌握的旅游景区管理知

识大多是课本上的理论知识，实际经验还是比较少，知识结构也不够合理，通过这次培训班交流学习体会，向专家教授学习管理方面知识与经验，自己的知识储备又得到了一次加强。

三、了解了旅游景区服务的重要作用进一步完善旅游公共信息、咨询服务、投诉处理、应急处置、紧急救援、旅游保险等旅游公共服务体系，以满足旅游者需求为导向，推进旅游咨询中心和旅游集散中心建设，规范道路、景区等设施标识系统和景区解说系统，增强旅游公共服务能力，提高旅游公共服务水平。

四、了解了旅游环境的重要性维护良好的社会治安秩序，建设安全有序的旅游目的地；增强城乡居民的旅游参与意识，自觉维护旅游环境，发扬热情、好客的民族传统，建设友好型旅游目的地；丰富适应旅游者的服务语言，优化语言服务环境；进一步加强旅游诚信体系建设和诚信旅游网建设，引导旅游企业规范经营，打造良好的诚信经营环境。

倡导人与自然和谐相处的生态文明和绿色旅游，制定并推广符合可持续发展要求的产品标准、服务标准和管理标准，推动环境保护型开发、资源节约型经营、环境友好型消费；加大节能减排力度，创建绿色饭店和生态景区，建立完善污水与

垃圾处理系统，减少污染物排放，稳步提升旅游环境质量。

通过五天的培训和考察，我受益良多，干一行就要爱一行，就要有深入研究的劲头。我所掌握的知识和经验还不丰富，需要学习和请教的地方还有很多，学海无涯苦做舟，百尺竿头从头越。要努力夯实自身的专业理论知识，积极积累实际经验，理论密切联系实际，争取早日成为一名优秀的旅游行业管理人员。

一、培训过程

本次是理论与实践于一体的培训，既有老师的理论讲授，也有学员的相互讨论交流，更有旅游企业的实地参观考察。

1. 理论培训

本次培训，先后有沙润、黄震方等5位旅游管理类博士生导师为学员们讲授宗教建筑景观鉴赏、酒店服务创新、乡村旅游、智慧旅游及旅游可持续发展的报告；有职业院校的周春林院长（南京旅游职业学院）、徐桥猛处长（无锡商业职业技术学院）等为学员讲授职业教育课程改革和课程专业建设及课程资源库建设；有企业经历的东南大学储九志教授、南京旅院支海成副教授、南京必得规划公司陆乃高总经理先后讲授旅行社管理创新与旅游法规研究、饭店管理实务与新技术应用和旅游产品创新开发与项目创意策划，有江苏省旅游局袁丁局长讲授省旅游发展现状与旅游规划；有南京师大旅游管理周年兴副教授、吴江副教授为学员讲授科研创新与申请技巧、餐旅行业指导委员会科研申报等；也有南京师大地理科学学院苏锦副院长讲授专接本旅游管理项目。

2. 企业考察

受训期间，南师大安排学员先后参观南京索菲特银河大酒店、钟山索菲特高尔夫酒店、世茂滨江希尔顿酒店，这三家酒店

分别隶属世界酒店集团第三位的法国雅高和美国希尔顿，属于高档酒店。参观中，学员就其关心的校企合作、工学交替、酒店员工流失率、酒店员工职业规划等问题与酒店人力资源负责人进行了深入洽谈。

二、心得体会

1、更新了职业教育观念

培训中聆听了几位教育专家的精彩讲座，他们用自己多年来研究的成果，结合世界发达国家的职业教育理论，对我国职业教育的现状进行了科学的分析，使我对职业教育发展的现状有了深入的了解，在思想认识上和教学理念上有了很大的提高。高职教师在教学中除了传授专业知识和基本技能外，还应培养学生的职业理想，让他们树立正确价值观、择业观、就业观。

2、了解了旅游行业的前沿资讯

本次培训的主办方邀请了业内的知名人士来跟我们沟通交流，从他们的阐述中，我了解到当今旅游行业的最新资讯。例如旅游行业的现状、旅游企业的经营模式、哪些专业人才比较匮乏等等。

3、掌握了旅游企业的管理模式

几位业内的高层管理人员受邀来参加此次培训。从他们的介绍中我们了解了他们企业的特色，大致清楚了旅游企业的管理模式，高管们的主要职责及日常工作流程。他们讲述了一些新的管理理念，并提出了可行性的具有实际意义的教学建议，激起了我对相关教学思考的火花。

4、收获了经验与友谊

本次培训的学员均来自江苏高职院校的第一线，对旅游管理专业职业教育有着较深的体会。培训中，大家充分利用这个平台，对职业教育的发展、教育教学的方式方法、职业教育的招生等多方面的问题，进行了广泛的交流和探讨，每个学员都毫不保留地和大家一起分享成功的经验和学习心得，并且建立了详细的联系方式以便日后相互交流与学习。

总而言之，经过本次短暂的培训，让我更加意识到，作为一名教师应该学无止境，只有孜孜不倦地吸取知识，不断地提高和更新知识，才能更好地适应教学的需要，培养出更适应社会需求的人才。在今后的工作中，我将把本次培训所学到的知识、技能、理念应用到教育教学过程中去，不断改进教育教学方法，提高教育教学水平，努力为职业教育事业添砖加瓦。

共2页，当前第1页12

县旅游规划篇六

从小就向往着远方，向往着那一个个或清丽或旷远或古老或优美的人间乐园。每次看到风景秀美的图片或纪录片，都恨不得马上能身临其境地感受当地的风土人情。所以，当学校把选修课的资料发下来的时候，我毫不犹豫地选了《中国旅游地理》，依然记得第一节课老师给我们放的九寨沟的实地拍摄，当时就深深地沉醉在那如梦似幻，缥缈悠远，不能复制的美景中，那盈盈的绿水如一条条翡翠带子，难怪人们常说“黄山归来不看山，九寨归来不看水”，犹如一个童话世界，人间仙境，处处充满着诗情画意。因此，对这门课程更是产生了及大的兴趣。很幸运的是，我遇到了一个学识渊博的老师，他那精湛的专业知识、详细的讲解，让我们对这一学科有了更深刻的了解。

众所周知，21世纪人类社会将进入知识经济时代，旅游作为衡量人类生活质量提高的一个标志将有更大的发展。世界旅

游组织[wto]预测中国到2020年将成为世界第一旅游大国，我国旅游业前景灿烂。旅游地理学理应发扬理论联系实际的传统，广泛实践，勇于创新，在旅游业这个广阔的舞台上继续大展才华，并进一步完善自己的理论体系。旅游是一项重要的经济产业，同时又兼备社会，文化，生态和环境内涵。当前正是中国全面建设小康社会，加速推进现代化的太平盛世，自然也是旅游产业的有利时机。

旅游地理学是研究人类旅行游览、休憩疗养、康乐消遣同地理环境和社会经济发展相互关系的一门科学。它是地理学的一个新分支学科，又是一门综合性很强的边缘科学。作为一门实用性很强的科学，它从一开始出现就显现出了强大的生命力，成为旅游研究的中坚力量，使地理学这门古老科学又找到了一个新生长点，并在促进旅游业这个全球最大的产业中发挥着不可低估的作用。对于这一学科的全面回顾，对我国地理科学和旅游业的发展具有理论和实际意义。

中国作为一个具有5000多年历史的文明古国，旅游在我国也有着悠久的传统。在中国浩如烟海的古代文献中，朴素的旅游地理记述见诸于诗歌、散文、游记和专著之中。此外，我国独有的方志，总数不下万余种十万余卷，是世界上最丰富的古典旅游地理知识文库。作为一个21世纪的新时代青年，作为一个先进的知识分子，如果对我们祖国悠久璀璨的历史文化和丰富的自然资源以及祖国的大好河山不甚了解的话，那就有愧于一个中国人，有愧于一个新时代人！

我国优越的地理位置和地域广袤的国土空间，不仅使我国拥有复杂多样的自然地理环境，为多种自然景观旅游资源形成提供了广阔载体，而且广大的沃野良田、众多的江河湖泽、丰富的自然资源，以及适宜的气候条件，孕育了我国独具特色的人文景观旅游资源。

中国地理的总轮廓是西高东低，呈梯级分布。低山、丘陵、平原、盆地等地形的交叉分面，以及喀斯特、丹霞、山岳

冰川、干旱荒漠千姿百态的特种地貌类型，形成错综复杂的地貌结构。与此相应，还有许多大河发源于高山，流经平原，穿越盆地，切穿峡谷，蜿蜒流淌于平原之上，使本来变幻多奇的中国山水名胜，更增添了种种神秘色彩。

中国气候的地域结构特征也极为复杂，我国南北热量差异大，自北向南依次有寒温带、中温带、暖温带、北亚热带、南亚热带、边缘热带、热带和赤道带9个温度带；干湿状况从东南向西北，大体上分为湿润、半湿润、半干旱和干旱4个干湿区；不少山地因相对高差大，气候有明显的垂直特征，往往具有“山下百花山上雪”、“一日居然四季同”的现象。复杂多变的气候环境，不仅孕育了多种多样的自然景观旅游资源，而且形成了多种旅游气候环境，使得旅游者在我国不同地区、不同季节产生不同的心理感受，获得各种适宜休闲度假的理想气候环境。

其次，我国多姿多彩的陆地水域同我国辽阔的海域，共同构成了我国极富活力的水域景观旅游资源。

同样地，我国的动植物资源有类型多种，种属丰富，地理成分复杂，多特有种以及受人类影响深刻的特点，不仅为人类提供了丰富多彩的食物资源，而且有美化，香化，绿化环境的功能和观赏功能，也孕育了极富活力的生物环境资源。

我国也拥有独具特色的人文地理环境，并形成了我国丰富多彩的人文旅游资源。悠久的历史，古老的文化、高度发达的人类历史文明以及民族大家庭和丰富多彩的民族风情成为我国人文地理环境中富有活力的景观，为广大旅游者所向往。

中国旅游资源有类型齐全、数量丰富，历史悠久、风格独特，分布广泛、相对集中，季节性明显、地域性强烈，自然景观和人文景观相融的特征。作为一个中国人，我为我们祖国如此美妙的景观深感自豪。

短短的几个星期的先修课，我学到了好多好多，真希望它不要结束得这么早，我在心里暗暗地对自己说，我不会因为这门课不开了而丢弃对于旅游地理知识的探索和兴趣，我会一直把它作为提高自己修养的终生学科。

县旅游规划篇七

___年，___旅游是充满希望、快速发展的一年，我们将以_____和___重要思想为指导，认真贯彻落实___，坚持以发展旅游经济为核心，以把旅游业培育成_____战略性新兴产业和人民群众更加满意的现代服务业为目标，以国务院《关于加快发展旅游业的意见》出台为契机，强力推进修编后《_____旅游发展规划》实施，努力做好三国故地、包公故里、淮军摇篮、科教基地、滨湖新城五篇大文章。全年实现接待国内旅游者___万人次，入境旅游者23万人次，旅游总收入200亿元，继续保持总量进位、增速的良好发展态势。

一、推进_____旅游经济圈建设

___省委、省政府《关于加快_____经济圈建设的若干意见》精神，以经济圈发展规划纲要为指导，按照一体化的发展方向，编制完成《_____经济圈旅游发展规划》。推动_____、淮南、六安、___市___市等周边地区的旅游资源一体化开发，建立跨区域旅游合作机制，促进旅游与文化、会展等融合发展，培育全国知名会展品牌，完善高速公路通往4a级别以上景区连接线，加快实现_____经济圈4市旅游一卡通和直通车，共同打造以_____为中心的全国知名旅游目的地和旅游集散地。

二、加快旅游大项目开发建设

以推动_____旅游___年度十大项目为抓手，___市旅游产品的核心竞争力，立足打造拳头产品，积极谋划牵动性大、辐射力强的旅游项目，积极促进项目转化特色旅游产品，___市

旅游业持续、快速、协调发展。启动_____动漫主题公园建设，重点跟踪滨湖乐活世界项目，加快推动安徽名人馆、安徽博物馆建设，完成渡江战役纪念馆主体工程，加快中国(_____)非物质文化遗产园、安徽饭店综合改造项目建设，做好淮军圩堡群的修复、重建、保护工作，积极支持东方田园生态湿地公园项目建设。做好a级景区创建工作，对照评定标准，继续推进旅游景区提档升级，确保不少于2家景点景区晋升4a级旅游景区，强力推动三河古镇5a级创建工作。编制实施《淮军文化旅游专项规划》，逐步开发打造独具特色的淮军圩堡群项目。

三、积极发展乡村旅游

整合资源，举办第__届乡村旅游节，在原有__届的基础上，创新形式，丰富内容，打造品牌。坚持统筹城乡，加快乡村旅游发展，对三岗、大圩等地已形成一定规模，进一步提升，促其品牌化发展；对肥东赵光、白马山等地，自然条件优越、农家乐有一定基础的，进一步引导，促其集群化发展。__县鸟岛建设，以“田园风光、鸟语花香、生态休闲、商务会所”为定位，做好“水”文章、“林”文章、“鸟”文章、“田”文章，把鸟岛打造成为面向_____、__省的展现浓郁江淮乡村田园风貌的生态旅游区，力争春节前形成初步接待能力。

县旅游规划篇八

- 1、旅游信息报送及时，录用率高。
- 2、重点项目月报上交积极。
- 3、参与旅游促销活动主动。
- 4、旅游创建工作重视。

5、市旅游局布置的工作任务完成及时。

以上五点工作也是市旅游考核办法主要内容。当然，在具体工作开展过程中，我们旅游办工作更多的是围绕党工委、办事处总体工作目标，结合街道资源特色，以“桃花节”为载体，以推动街道乡村旅游稳步健康发展为目标，依托滕头优势，深入挖掘旅游产品，积极推介旅游路线，不断扩大街道旅游在外影响力。

（一）活动丰富、亮点纷呈[]20xx年中国桃花节共安排七项大型活动。开幕式上，市首届“相约农家、情满甬城”农事节庆主题活动开幕式和桃花节开幕式进行了结合，省农办领导、副市长、市委副秘书长（市农办主任）、市委书记等领导出席了开幕式，使得本届桃花节开幕式档次高、规模大、效果好，在社会上引起了强烈反响。赏花预告活动中，从x月开始至桃花节结束，通过、两级电视台、电台、报纸等媒体及短信平台，向公众发布桃花花期分析、一周天气早知道等赏花预告，起到了桃花节预热活动持续不断，桃花节预告信息深入人心的效果。桃花笔会是桃花节的一大特色，今年桃花节更加突出活动主题，将街道的书法文化和桃文化有机结合，搭建了一条气势磅礴的百字“桃”街，增添了桃园可观赏景点。开幕式当天邀请到了四位女书法家现场书法秀展示，还邀请了市书协及各地农民书法家到桃花笔会现场挥毫泼墨，共书“桃”字。此外还安排了“桃园放歌舞蹁跹”全市腰鼓大赛及地方文艺汇演、“桃花丛中尽开颜”美丽桃乡行系列活动、“桃园美食胜花香”农家美食嘉年华活动和“桃花为媒成佳缘”相亲大会。桃花节结束后，为更好的了解和收集游客对本届桃花节的意见和建议，同时，为明年的桃花节集思广益，攒集金点子，桃花节组委会特推出-----“走进桃花节”网络大家谈活动。

（二）宣传创新、时讯不断。

由于外宣活动做到了节前、节中、节后巧设载体、精心谋划，

整个节庆活动外宣报道可以用量多、面广、含金量高几个字来概括。在x月xx日第一朵桃花开放时，设计赏花预告，在□xx□和《xx□发布赏花信息□x月x日，组织八个国家外国友人到桃园赏桃花，此事在□xx□□□xx□□□xx□头版争相报道，引来清明小长假赏花高潮□x月x日开幕式及x月x日电视台□xx□栏目走进桃园，再次成为媒体关注亮点，使整个花期赏花时讯不断、赏花报道不断。据不完全统计，桃花节期间，被各级纸质媒体录用稿件达三十余篇，其中头版录用10篇；被□xx□□□xx□等频道播出达20余次；在x等二十家网络媒体也对本次桃花节进行了相关报道。同时，在x论坛等平台上实时发布桃花节最新动态信息，对活动内容和游行路线进行详细说明，并注册桃花节实名微博，与网友进行互动，宣传效果超出预期，真正达到了节庆活动推介地方、带动经济的目的。

（三）组织到位、气氛热烈。

1、活动分工到位。本次桃花节活动前期准备充分，活动方案可操作性强。按照每项活动工作分配都细化了各自工作职责和任务，责任落实到人，确保了各项活动的有序开展。如：前来参加开幕式的各级领导接待工作、入口处有谁负责签到，准备哪些会务资料、开幕式上每项议程需要准备什么物品，有谁负责搬送？怎么样搬上台？又是如何搬下台等等，该想到的环节几家承办单位都作了很好的协调，确保各项活动开展忙而不乱。

2、气氛烘托热烈。从桃园入口处至桃园望果亭的游步道两边搭建一条百字“桃”街，增添桃园可观赏景点，营造浓郁的节日氛围。在桃园内布置了提供茶水、农家小吃、农副产品等供游客歇息、互动的休闲场所。让游客们徜徉于桃林，置身于花海，在赏花之余，还可以品尝一下地道的农家小吃，感受别样的休闲情趣。在相亲会上，近千张红、蓝色相亲牌，沿桃园游步道两边悬挂布置，延绵几百米，桃园游步道上人头攒动，甚是热闹。

为了更好地适应旅游散客时代的到来，加快观光旅游向休闲度假旅游转型，根据市委市政府提出的建设“智慧城市”的战略目标，市旅游局努力将信息化、智慧化成果应用旅游发展，为完善整合全市旅游网络系统建设，向各镇（街道）征集成熟旅游产品。我街道旅游办全力投入旅游产品收集工作，并形成规范文字材料后，分地文景观、古代建筑与工程、农事节庆等板块了报送了21个旅游产品，为智慧旅游城市建设发挥了作用，也增设了街道旅游外宣渠道。

自旅游局推出“xx”骑游、徒步线路和文化古道征集活动以来，街道旅游办几位同志深入调查周边环境资源，结合现有的山水风光和人文环境，挖掘出骑游、徒步线路各一条。分别是袁家岙古村落徒步道和林家村环“天下第一桃园”骑步道。袁家岙翠云谷一带村内古宅林立，村周围群峰插天、竹林浩瀚，平均海拔高度在220米以上，常年与山下温差3摄氏度左右，竹林覆盖率接近百分之九十，负氧离子是市区的一千多倍，可称得上天然的森林氧吧，是一个宜居宜游、休闲散步的好地方。林家村环“天下第一桃园”骑步道全线穿越整个桃园，路线迂回曲折，进入桃园深处，一路既能全览桃园景观，又可领略同山自然生态。林家村环“天下第一桃园”骑步道宽2.5米左右，已有路基砌石、路面平整的基础，这里地势平缓，无社会车辆通行，不但环境清幽，还可确保骑行安全，是开辟旅游骑步道的绝佳路线。

xx街道地处市区西北郊，随着市委、市政府城市建设“西优”战略的提出，街道面临千载难逢的发展时机。对于旅游资源丰富而工业发展受到相对限制的xx而言，如何抢抓机遇，发挥优势，形成特色，做大做强街道旅游产业，街道旅游办进行了深入调研，形成了《xx街道区域旅游发展初探》调研文章。文章先对街道旅游业发展现状进行了深入剖析，认为当前xx街道旅游业发展取得一定成绩的同时，也看到了发展中存在的问题和不足：一是硬件设施不够完善，综合服务能力弱。二是政府支持有限，百姓创业积极性不高。三是旅游产

品文化含量低，竞争力不强。然后想到随着市委、市政府城市建设“西优”战略和街道党工委、办事处打造生态型西部新区建设构想的提出，街道旅游业发展带来了新的机遇。最后提出了四点战略性建议，为街道旅游健康快速发展建言献策。

通过采取面上普查和逐村剖析相结合的办法，全面详实地掌握街道历史文化村落的存有数量、种类结构、区域分布等基本情况，旅游办几位同志对街道青云村、大埠村、林家村等10个村进行了全方位普查，形成了有一定价值的图文结合的资料，这既是街道历史遗物的梳理，又是一次心灵的旅行和体验。

下半年重点工作：

- 1、迎接省旅游强镇复评。
- 2、全力推介水蜜桃采摘游活动。
- 3、“走进桃花节”网络大家谈活动小结。
- 4、酝酿明年桃花节活动方案。
- 5、完成年度考核台帐资料。

县旅游规划篇九

今年，我局旅游执法质监工作在省旅游局和省总队的指导下，认真开展旅游市场综合治理，狠抓旅游安全，积极受理旅游投诉，做好旅游统计，深入推进行业精神文明和标准化建设工作。

为更好地理顺市、区（县）旅游、行政主管部门对旅游业指导、检查和监督管理关系，积极推进行政效能建设，建立健

全旅游市场综合治理、质量监督、行业自律、工作联动和奖惩机制，我局专门下发了《关于进一步加强旅游市场管理的通知》（泸外侨旅发〔20xx〕160号），进一步完善旅游、行政执法责任制。

1、加大行业管理力度。对全市20家旅行社进行年检，1家旅行社暂缓通过；对109名导游进行了年检，其中95名导游通过年审，暂缓通过导游年审11人，不予通过导游年审17人；对5家冒用饭店称谓的社会宾馆责令改正。

2、积极开展“春节”、“十·一”和“九·一”、“中秋节”小长假等黄金周旅游执法综合执法大检查。对全市20家旅行社、19家宾馆以及部分农家乐依法进行了检查，出动检查人员550余人次，向相关涉旅企业发出口头和书面整改意见170余条。

3、组织开展2次各区（县）旅游局分管局长和执法（质监）人员工作培训会，重点组织学习《旅游行政处罚案卷评查标准》和《旅游行政处罚自由裁量权认定处理试行办法（内部使用）》以及《突发事件应对法》，从而提高执法（质监）人员的素质和执法水平。

1、认真贯彻执行《九川省旅游投诉暂行规定》，严格按照《九川省旅游执法工作程序》，依法、及时、公正处理旅游投诉。全年受理旅游投诉1件，办结1件，妥善解决了5起旅游纠纷信访工作；接受旅游咨询电话370多人次。

2、健全涉旅企业旅游服务质监督员和市级旅游服务质量监督员管理机制。对全市20名质监员进行了业务培训，把20名质监员分为饭店、a级景区、旅行社三个小组，从而进一步发挥市旅游质量监督员和企业质监员的作用。

3、坚持旅游投诉电话（96927）24小时畅通，及时处理旅游投诉和游客信访工作，确保所有投诉第一时间、第一地点得

到有效处理。

1、年初，与各区（县）旅游局签订《20xx年旅游安全责任书》，印发了《20xx年xx市旅游安全工作意见》和其他涉旅安全的通知。认真贯彻《九川省生产安全事故报告和调查处理规定》。

2、组织7个区（县）、5个市级部门重点开展“春节”、“九·一”、“十·一”节前安全大检查和旅游道路安全隐患排查专项行动以及百日安全督查行动，对全市涉旅企事业单位进行了全面认真地检查，参加检查的人员378人次，发出书面整改意见和建议140余条，提出整改安全隐患27个，提供旅游安全咨询服务250多人次，发放宣传资料上千份。

3、即时向省旅游局上报汶川大地震和雨雪冰冻天气我市旅游受灾情况和旅行社退团情况。做好了奥运期间我市旅游安全、维稳工作。进一步督促涉旅企业落实好各项安全措施，积极开展安全生产隐患排查，发现问题及时整改，确保涉旅单位安全生产管理机构设置、人员配备和安全责任制落实，安全投入有保障，安全生产基本条件具备，特种作业人员持证上岗和职工安全知识教育面均应达到100%。

4、督查各区（县）旅游行政主管部门在所辖范围内认真贯彻落实“安全第一，预防为主，综合治理”工作，要求强化日常安全监管，层层明确责任，坚守岗位，严格实行每日24小时值班制度，确保信息畅通。

1、积极宣贯九川省旅游行业20xx年廉政文化建设试点实施工作；组织召开全市宾馆、旅游行风监督员开展“思想大解放，加快建设中心，旅游大发展”专题讨论活动。

2、与市精神文明建设办公室联合发文《关于大力加强市旅游行业群众性精神文明创建活动的通知》，我市11家旅行社参加创建市级“文明旅行社”的创建活动，在活动期间，我局

与市文明办举办了二期培训会。

3、积极宣贯《九川省旅行社等级划分与评定试行标准》，按照全省统一部署和工作要求，组织召开了我市旅行社等级评定委员会会议，全市共评定出首批6家2级旅行社。

4、举办全市旅游标准化培训班1期，参加培训人员60余人。重新聘任市级星评员22人，新评定1家二饭店、1家绿色旅游饭店、1家三饭店，对6家宾馆饭店进行了创星工作指导。

1、19月我市实现旅游总收入34.87亿元，接待游客总人数686.85万人次。

2、对区（县）统计人员进行了两次系统的业务知识培训，完成了“春节”、“九·一”、“清明”、“端午”、“中秋”、“十·一”等节日的统计分析、报告工作，同时完成了省上布置的国内旅游抽样调查任务730份。

3、组织全市旅游业开展全国第二次经济普查和旅游统计监测工作。

县旅游规划篇十

本文目录

1. 旅游业调研报告
2. 旅游业的发展调研报告
3. 市旅游业发展现状调研报告
4. 关于会展旅游业发展情况调研报告

旅游已逐渐成为人们娱乐生活中不可缺少的一部分，人们除了能享受到旅游过程中的惬意与放松，其实更多的是对生活的体味。但随着旅游逐步深入生活，关于旅游的投诉也常见于报端。据最近的一次调查显示，五分之一的受访者对随团

旅游表示不满意，不满意的原因主要来自导游和旅行社方面。对于没有随团出游的受访者，旅游费用以及旅行社的信誉仍是主要的影响因素。

旅游服务一直以纷争不断而出名，从调查显示的结果看，人们对随团旅游的评价的确不高。在有随团旅游经验的受访者中，有五分之一的人对其最近一次随团旅游表示不满意，而表示满意的只有三分之一，近一半的受访者表示服务一般。

导致受访者不满意的主要原因是“导游未尽职责”和旅行社“降低等级标准”。这两项的比例分别达到30.8%。其次是“擅自变更行程安排”占23.1%，和“配套设施不完善”占15.4%。【在整个旅游过程中，游客与旅行社的接触更多的在出游前期的报名环节。而在旅行途中，导游则很大成分上充当了旅行社的代表。游客对旅行社服务的不满意在得不到导游的妥善处理后，则很容易转化成对导游的不满。

还有费用和信誉：参团出游的主要障碍

也有很多人没有随团出游过。其中，有些人是由于“没有时间”，而有些人是因为“费用较高”。还有一小部分的受访者表示不随团旅游是因为“对旅行社不信任”。从这一结果看，费用和旅行社的信誉问题是阻碍人们参团旅游的重要因素。

从分析看，家庭收入越高，有随团旅游经历的人所占比例越大。在家庭月收入低于xx元时，90%左右的人没有随团旅游的经历，而在家庭月收入达到5000元以上时，则超过一半的人有随团出游的经历。看来，尽管对旅行社而言，价格的可调节余地不太大，但普通工薪阶层对旅游费用的可支持能力依然有限。

旅游业作为第三产业的龙头，在经济生活中发挥着举足轻重的作用。当前旅游业已经连续四年保持了世界第一大产业的

地位，近几年来我国旅游业增长速度超过gdp的平均增长速度，占gdp的比重快速攀升，中国旅游的发展举世瞩目，旅游经济作为国民经济新的增长点，其产生的连带效应显著，旅游业已成为国民经济的支柱性产业之一。

我国“”时期旅游业的发展目标，目前已经确定，据国家旅游局的公布的信息，就是：实现入境旅游人数和入境过夜旅游者人数年均增长8%，国际旅游收入年均增长12%；国内旅游人数年均增长8%，国内旅游收入年均增长10%；旅游总收入实现年均增长10%。到20xx年，国际旅游收入达到530亿美元，国内旅游收入达到8500亿元，旅游总收入达到12700亿元。每年旅游业新增就业50万人，到xx年旅游直接就业人数达到1000万人。

世界旅游组织最新研究报告指出，到2020年，中国就接待1.37亿入境旅游者，占世界旅游总额的8.6%，超过英国、法国、美国、西班牙和意大利，成为世界最大的旅游接待国。中国就接待东亚三分之一的国际旅游者。到2020年，中国将成为世界十大客源国之一，出境旅游达一亿人次，居世界第四位。到2020年，中国的国内旅游可望达30亿人次。海外入境旅游、出境旅游和国内旅游三者协调发展，中国有望成为世界第一旅游大国。

为了更加发挥资源优势，调整经济结构，形成特色经济；关联辐射功能显著，带动第三产业，促进传统产业的发展和升级；增加外汇收入，是非贸易创汇的重要来源；扩大国内消费，促进市场繁荣；创造新的市场劳动岗位，可为城市下岗人员和农村富余劳动力提供就业机会；促进贫困地区脱贫致富；旅游引来物流、信息流、资金流、技术流，促进观念更新；提升焦作整体形象，促进传统文化、名胜古迹和民俗风情的保护和开发，推动精神文明建设；优化生态质量，促进环境保护；建设具有地方特色或民族特色的城市标志性的景观带；确立城市标志物和市树、市花，组织地方的旅游节庆活动，形成独特、

鲜明、富有个性的城市旅游形象。暑假期间我对附近市区的旅游情况进行了调查。

针对该处的自然旅游资源，历史文化资源，旅游宣传活动，该地周围的环境以及旅游团的收费标准和服务态度进行了全面的调查。现在的城市经济发展、文化建设、市政建设、环境保护和城市风貌、都要考虑到旅游业发展的需要，并与之相结合，所以这些也要进行调查。

第一、我采用取样拍照的方式，对有代表性的地区的环境，景色和人流进行了拍照。

3、您觉得这的旅游消费是否合理a合理b偏低c偏高

5、您已经或计划去那些景点?(自写)

7、您认为这的旅游资源如何?a丰富b中等c一般

9、您对这的旅游资源开发规划及管理的认可程度a开发充分，管理到位b开发不足，管理到位c开发充分，管理缺陷d开发不足，管理缺陷。

10、您认为这的景点缺乏的是哪些方面?a导游服务b景点整体规划及安排c基础配套设施d地方特色购物e文化背景挖掘f其他。

通过调查结果分析，近5年的入境旅游者人数都在1000人次左右，其中多为中国台湾及港澳的旅游者，海外旅游市场的开发还很滞后。旅游者在景点的停留时间短，不过夜的旅游者占51%，停留1夜的旅游者占38%，过境观光游的特征十分明显。旅游者在景点的消费少，景区门票、餐饮和住宿占了绝大部分(76%)，这表明该地旅游发展尚处于初级阶段，还没有明确的旅游消费导向，如购物、娱乐等比例过小。旅游者感受的一致性很高，即：对旅游景区质量及导游等景区服务感到满意，

对住宿、购物、餐饮、娱乐等印象一般，对长途交通(外部交通)条件感到失望。

通过调查还得出，旅游基础设施相对薄弱；该市共有200多家旅行社，但企业规模实力小，经营管理分散，体制不活，营销手段滞后，技术依托和网络化水平低，市场尚不规范，绝大部分的旅行社为“小作坊”经营方式，只有几个员工，服务质量低下，这些旅行社从表面上看隶属于不同的行业和部门，关系错综复杂。

任何一个旅游产品都不可能满足所有旅游者的需求，所以应该综合分析兴此地旅游产品特性和旅游市场这两个因素，确定旅游产品的目标人群作为长期营销的方向。

在过去的旅游发展中，部分景区无意中造成重开发轻保护的现象，出现了一些掠夺性经营如过多的停车场和日益宽敞的景区道路及游步道公园化现象严重等，同时在风景区的乱搭乱建现象日趋显现，正逐步挤占核心景区。景区各生活接待区的空气质量堪忧，生活污水的排放量不断增加，城市水源面临威胁。旅游资源已遭到不同程度地破坏，景区的保护问题已经显得非常重要了，不能仅局限于内部的精耕细作，部分园区旅游设施已超越限度，对景区的美学价值造成相当大的影响。

此外，我们应该设计自己的旅游精品，推出的为我独有的特色产品，使我们的产品成为面向国内外的名牌产品，这些应该由精选的旅游景点、合理的旅游线路和出色的服务“六要素”构成。旅游精品应该成为是旅游业形象的集中体现和王牌产品。

经过此次调查，我们知道：旅游业是由食、住、行、游、购、娱等多种要素组成的综合性产业，旅游购物不仅是旅游者消费支出的重要组成部分，也是旅游目的地创收的重要来源。该市旅游商品和旅游购物目前仍属起步阶段，尚未形成品牌，

也未能成为焦作旅游独具特色的吸引因子之一。该市旅游商品目前品种单一，供游客选择的范围狭小，产品档次低，新“面孔”少，难以吸引游客目光。

旅游产业政策缺乏有力的体制保障，旅游景点建设开发主要依靠政府投入，各景点规划没有形成层次，重复建设现象依然存在，历史文化旅游市场开发力度较小，()开发体制不健全，在一定程度上造成资源闲置。当前焦作旅游机遇大于挑战，景点硬件设施已能满足需求，亟需进一步完善旅游配套设施建设，提高服务标准，加大在吃、住、行、娱、购这五个方面的开发力度，一方面要打造出焦作的山水品牌、太极文化品牌，另一方面还要借此契机全面提升焦作市旅游文化品位。

现在的我们要用科学发展观统领旅游发展全局，以构建和谐社会为目标，以市委、市政府进一步“做大、做强、做精”旅游业精神为指导，按照“大旅游、大产业、大市场、大发展”的战略思想，以资源为依托、以市场为导向、以产品为基础、以效益为中心，积极进行资源整合和市场化运作；加大开发历史文化资源力度，丰富“焦作山水”品牌的文化内涵；全力发展具有该市特色的旅游商品；进一步强化宣传目标，开拓高端国际游客市场。未来五年，是该市旅游业发展的关键时期，必须采取超常发展的战略。首先是产业化发展观念必须超前，树立重点突破、整体推进的发展观。其次产业政策也会随实际情况的变化适时予以调整和完善。

旅游扶贫是一种投入较少、效果较好、返贫率较低的新型开发性扶贫方式。它通过发展贫困地区的旅游业，使经济文化较发达地区的资金、信息、技术、观念随着游客的流动引导贫困地区，增强贫困地区的造血机能，实现脱贫致富。通过这次调查，我们更能了解到济扶贫与精神扶贫相结合。要通过深入细致的宣传教育和典型引路，让贫困地区的农民摆脱传统自给自足的小农意识，破除多年来养成的“等、靠、要”思想，树立自力更生、脱贫致富的信念，逐步树立旅游

意识、商品意识和竞争意识。使贫苦人们找到更好的致富方法。

旅游业调研报告（2） | 返回目录

一、*市旅游资源开发优势

二、*旅游发展现状

1、低层次开发普遍，内涵品味有待提高

2、开发缺乏整体性观念

4、特色体现不足，互动欠缺

三、改进不足、实现*旅游资源的有效开发

1、加强旅游开发 树立品牌效应

2、重视资源的综合开发与互动开发

4、加强整体规划，搞好基础设施建设。

5、区域旅游的联动开发与协作开发

旅游业调研报告（3） | 返回目录

会展业与旅游业具有较强的关联性。会展通常都会选择旅游发展到一定程度、有一定基础设施的地方举办，而知名的成功会展又会推动当地旅游业的发展。当前，越来越多的国家和城市更加重视发展会展旅游业。今年5月下旬至6月中旬，市政协组织部分委员，会同市旅游局、市会展办和市政府研究室等部门，联合开展了会展旅游业发展调研。现将调研情况报告如下。

一、我市会展旅游业的发展现状

近年来，我市会展旅游业发展取得了一定的进步，主要表现在以下几个方面。

1、会展经济蓬勃发展，产业特色初步形成。从全国范围来看，合肥会展起步偏晚，但发展较快。自以来，展会数量年均增速达40%。全市举办各类展览40余场次（其中安徽国际会展中心举办18场次）；达69场次，较上年增长70%，参展人数增长141%，当年安徽国际会展中心举办大型会展25个；举办各类较大的展览66场次，尤其是第xx届国际美术大会的举办，标志国际性大展取得零的突破，当年参展人数总计达28万人次。，全市举办各类展览突破70场次（其中安徽国际会展中心举办32场次），营业收入、展览面积、参展人次都再创历史之最。，全市共举办各类展览102场，展种涉及科技、工业装备、文化艺术、农业、服装服饰、人才、粮油机械等领域，其中全国性展览有第十三届中国艺术博览会合肥展暨合肥文化产业博览会、中国国际徽商大会等8场。我市举办各类展览122场，其中，安徽国际会展中心举办各类展览45场，同比增长10%，总展览面积达63.9万平方米；安徽省红三环体育馆举办展会25场，总展览面积16万平方米，参展人次达60万。

会展企业快速增加，办展水平逐步提高。截止底，全市有展览业务的企业已达60多家，其中专业展览公司30多家，直接从事与展览相关的广告、装璜、物流等关联业务企业近200多家。以安徽国际会展中心为龙头，形成了体育馆、科技馆及商务中心、公园、广场等室内外大小适宜、分工自然的展场体系。会展企业呈现由小到大、由弱到强，在激烈市场竞争中适时进位、选项定位的发展趋势。专业展览公司的发展壮大，加速了合肥会展经济的崛起。几年来，我市成功举办了“第xx届国际美术大会”、“全国农机产品订货会”（连续四年）、“中国畜牧业交易会”、“第38届全国新特药品交易会”、“第57届全国汽车零配件交易会”、“第48届中国教学仪器设备展览会”、“第十三届中国艺术博览

会”、“首届中国国际动漫交易会”、连续两届“中国坚果炒货食品节”、“第四届中国中部投资贸易博览会”等全国性、全国性大型会展40多个场次。值得一提的是其中很多全国性大型展会，即使是上海、广州等大城市也不是轻易能够申办到的，比如“全国农机产品订货会”在我市连续举办四届的基础上，和xx已经确定继续在合肥举行，特别是“第四届中国中部投资贸易博览会”在合肥的成功举办，标志着合肥已经成为中部区域性会展主要城市之一。在区域性或地方培育起来的会展旅游方面，成功举办了（或连续举办）“安徽国际工业装备展览会”、“安徽国际汽车博览会”、“中国（合肥）徽菜美食旅游节”、“中国合肥高新技术项目资本对接会”和“中国合肥苗木花卉交易大会”等。

2、旅游业整体实力不断提升。近年来，入境游客、国内游客和旅游总收入三项主要指标均以20%以上的速度增长，分别突破10万人次、1000万人次和100亿元。更是逆势飞扬，全年接待国内旅游人数1340.8万人次，同比增长29.3%；入境旅游人数14.8万人次，同比增长31.8%；旅游外汇收入8229.2万美元，同比增长30.7%；旅游总收入132.5亿元，同比增长32.1%。旅游总收入相当于全市gdp的7.96%，迈入了厚积薄发、加速崛起的新阶段。我市编制完成旅游发展总体规划，召开旅游发展大会，确立建设“安徽旅游中心城市”、“长三角地区观光休闲度假基地”的目标，并把旅游产业纳入“1346”行动计划加以推进。

旅游标准化建设不断加强，积极推广a级景区、星级酒店、国家农业旅游示范点等旅游标准，推动旅游产品和服务升级，在国家旅游标准的基础上，制定了绿色饭店和乡村旅游等级评定标准。目前全市已经挂牌的星级饭店和具备星级接待标准的宾馆饭店104家，五星级标准10家，挂牌3家，古井酒店集团进入中国旅游饭店民族品牌20强行列；旅行社145家，安徽海外旅游总公司、安徽省中国青年旅行社年营业收入过亿元，安徽省中国青年旅行社、安徽顺达旅行社跻身全国百强

社。

3、旅游业与会展业相互促进、共同发展。伴随着会展经济发展，合肥旅游业也取得了骄人的业绩。合肥共举办会展122余场（次），参会客商达360万人，占来肥游客总数的37%多，也就是说每3个来肥游客中就有1个是会展客商。特别是我市成功举办了第四届中博会，大大提升了合肥旅游会展新形象，展示了合肥城市新面貌。而旅游业的发展壮大也提升了合肥的知名度和美誉度，对外地客商产生较大吸引力。此外，旅游主体规模的扩大也使得会展接待能力不断提升。

经济拉动效益明显，城市品牌稳步提升。合肥会展业旅游业的快速发展，有力地促进了第三产业的发展，对经济拉动作用明显，提升了合肥城市知名度。从直接经济效益看，会展拉动第三产业收入增长约18亿元，较上年同期增长38%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达26%。从间接效益看，会展旅游业发展有力地促进了合肥的住宿、餐饮等行业的发展，更为我市提供了大量的就业岗位，促进了合肥城市基础设施的改善。从对城市品牌提升等无形效益上看，会展旅游业提高了合肥的知名度，在推动现代化大城市建设中起着促进作用。

二、我市会展旅游业发展优劣势分析

旅游产品的硬件方面，合肥市缺乏高质量的旅游资源。我市虽然素以“三国故地、包拯家乡、淮军摇篮”著称，拥有李鸿章、刘铭传等历史文化名人，但在自然旅游资源方面却缺少自然景观，发展传统的观光旅游和休闲旅游的条件都不充足。合肥要想提升在全国旅游城市中的地位，还必须发展商务旅游、会展旅游等新型旅游产品。会展旅游是国民经济的“助推器”。据专家估计，展览业的产业带动系数为1:9，即展览场馆收入1元，相关收入为9元，为其服务配套的服务业、通讯业等行业因此受益。因此，做大做强会展旅游业对我市大力发展第三产业具有重要的意义。

1、我市发展会展旅游业优势分析。

城市综合实力日益增强。近年来，合肥在过去良好的基础上，建设与发展步伐明显加快。全市地区生产总值1664.84亿元，财政收入301.21亿元，主要经济指标增速继续位居全国省会城市前列，在极其复杂的宏观环境下，全市经济社会仍然保持又好又快的发展势头。随着经济社会快速发展，合肥市的知名度不断提高，吸引力越来越强，为我市大力发展会展旅游业奠定了坚实的基础。我市地理位置独特，区位优势明显。目前，合肥到南京、上海、武汉的高速铁路均已开通，京福等高速铁路也将从合肥通过，大大拉近了彼此之间的时空距离。再加上公路、港口、航空等重大项目建设，合肥区域性综合交通枢纽地位日臻完善。通过强力推进基础设施“大建设”，城市综合承载力和辐射带动力明显增强，为各类企业发展带来了更多更好的机遇。

同时，合肥市拥有较为雄厚的科技教育实力。省会合肥是我国重要的科教基地之一，拥有全国闻名的中国科学技术大学、中科院合肥物质科学研究院等一大批高等学府和科研机构，每千名职工中拥有专业技术人员的比例在全国同类城市中名列第二位，较高的劳动力素质和科学技术水平为合肥市发展高新技术产业提供了良好的条件。以合肥这座科技名城作为依托，合肥可以承办各种国际国内学术会议，对于加强合肥市与国内外的学术、文化交流与合作，提高我市乃至整个安徽的国际地位和知名度，将起到积极的作用。

旅游产品竞争力不断提升。目前，全市共有旅游景点30家，其中国家4a级旅游景区7处(包公园、徽园、野生动物园、三河古镇、安徽省博物馆、丰乐生态园、元一双凤湖国际旅游度假区)，国家重点文物保护单位2处(肥东县瑶岗渡江战役总前委旧址群暨渡江战役纪念园、肥西县刘铭传故居刘老圩)，国家农业旅游示范点3处(包河区大圩乡、长丰县丰乐生态园、肥西县中国中部花木城)，全省优秀旅游乡镇4处(上派镇、撮镇镇、三河镇、双墩镇)。近年来，我市坚持宣传部门、旅游

部门和旅游企业密切配合、联合促销，积极开展“聚焦包公故里”媒体采访推介，组织旅游大篷车促销，举办中国（合肥）中东部旅游交易会、中国徽菜美食节、合肥市乡村旅游节和紫蓬山国际山地自行车赛等系列节庆会展，塑造“包公故里、科教基地、滨湖新城”城市形象，提升了合肥的知名度和美誉度。旅游市场拓展成效明显，泰国、韩国等旅游包机，上海、太原等地旅游专列源源不断涌入合肥。同时，旅游合作与开放步伐明显加大。合、巢、六三市无缝对接，打造泛巢湖国家旅游区；与黄山、池州、铜陵、安庆、巢湖五市共筑合铜黄沿线大旅游；推进合淮旅游一体化，签署了《合淮旅游一体化合作框架协议》；与国内30多个城市签署旅游合作协议。整合资源，联合周边打造了“两山一湖、合肥绿色之旅”、“科教之城鱼米之乡—合巢芜之旅”，成为安徽省十佳旅游线路。

会展旅游业发展环境日益优化。从政策层面积极扶持会展旅游业发展。为进一步推动旅游业发展，去年市委办公厅和市政府办公厅联合下发了《关于进一步加快合肥旅游业发展的意见》，市政府出台了《合肥市加快旅游业发展三年行动计划》。近几年，我市会展管理的相关政策措施逐步推出并进一步完善。成立了“合肥市会展经济发展工作领导小组”

（下设办公室），为合肥会展业发展提供了有力的组织保障。5月出台了《关于加快会展业发展的若干意见》，成为合肥会展管理工作的指导性文件。市会展办、商务局和财政局共同出台了《合肥市鼓励会展发展专项资金使用管理办法（试行）》，市政府扶持会展发展的力度进一步加大。市政府又出台了《合肥市大型会展工作保障预案》，进一步加强对会展的服务保障工作。市政府调整了合肥市会展领导小组成员，由常务副市长张晓麟担任会展领导小组组长，并加强和充实了会展办的领导，完善并健全了会展办工作职能和工作流程，提高了工作效能。为加强会展工作，促进会展发展，我市修订了《合肥市会展发展专项资金使用管理办法（试行）》，根据《合肥市加快发展现代服务业的若干政策（试行）》，出台了《合肥市促进和鼓励会展业发展政策的

实施细则》。

会展旅游市场秩序进一步规范。由于绝大多数展会都是按市场化运作模式进行的，以往展会“撞车”、同一档期多次重复办展现象时有发生。近年来，在有关部门的配合下，会展办逐步加大了协调、引导力度，并通过会展行业协会来促进行业加强自律。现在，各专业会展企业及会展中心、体育馆、博物馆、科技馆等场地单位，依托各自特点分工协作、密切配合，办会办展的良好局面初步形成，会展市场秩序明显好转。

2、我市发展会展旅游业劣势分析。

旅游资源相对贫乏。合肥地处内陆，与旅游先进城市和旅游资源丰富地区相比，不靠边、不靠海，既无名川大山，也缺少像北京故宫、西安兵马俑等著名的旅游景点，知名度不高，加之旅游业起步较晚，旅游产业规模偏小等不利因素，旅游业发展受到一定制约。历史文化遗址虽多但可供参观的成熟景点较少。目前我市旅游资源普遍体量偏小，多为历史遗产类，其中包公墓系迁葬类，李府属重建类，其它类型数量相对较少，在全国并不占有很大优势。

缺乏旅游特大项目支撑。一直以来，我市缺乏旅游特大项目支撑，存在着品牌效应较低，品牌支撑力不足的问题，缺少有震撼力的旅游产品，现有产品规模较小，竞争力不强，不足以吸引游客专门到合肥来旅游。由于前期未能抓住机遇，加之投入不足，我市曾经失去了建设像芜湖方特那样具有震撼力的现代化主题公园的机会，这是合肥旅游的一个不容忽视的缺憾。

会展业发展体制不顺。1、会展办在协调工作方面：大型会展尤其是全国性展会涉及政府提供具体服务的部门多、时间紧、任务重，安全责任大，客观上需要会展办有很强的协调力度。2、会展办公室只是临时性协调机构，但日常协助企业申办展

会、组织协调各类大型会展活动的事务越来越多，现有会展办设置状况极不适应合肥会展经济工作的发展要求。

城市承载力有待进一步增强。会展旅游业是一个与城市承载能力密切相关的新兴产业，对展馆、交通、宾馆、通信及配套设施等方面要求较高，我市在展馆、配套设施、保障能力等软硬件条件上与发达城市相比都存在较大的差距，难以满足国际性、全国性大型会展的需要。一是展馆面积不足。除国际会展中心室内展览面积为3.7万平方米外，其余3个展馆室内展览面积均在8000平方米以下。二是配套设施不足。国际会展中心周边星级酒店、大型购物商场、高档次娱乐场所等配套设施仍显不够，为参会客商提供高标准的综合配套服务仍难保证，展馆仍处于单体经营状态。三是国际航班明显不足。由于自身条件等客观原因的局限，目前我市骆岗机场仅开通了合肥—首尔、合肥—香港两个国际航班。稀少的国际航班，是我市海外客源市场增长缓慢的主要原因之一。大型会展期间，道路通行不畅、公交运力不足、车辆停放难等矛盾也比较突出。

三、关于进一步促进合肥市会展旅游业发展的建议

受金融危机的影响，当前和今后一段时期，会展旅游业发展的不确定因素增多，面临的挑战更加严峻。但是，合肥会展旅游总体看好，未来更好，机遇大于挑战。只要我们充分利用当前的有利条件，抓住难得的机遇，就会化被动为主动，化挑战为机遇。为此，建议做好以下几项工作。

1、进一步理顺工作机制，充实市会展办的工作力量

针对会展业和旅游业，合肥市会展经济工作领导小组和旅游局分别承担了管理责任，但均各司其职，未能充分结合。特别是会展业，我市还缺乏一定主导推动力量，尚未完善相应的立法、监督机构。若要将会展旅游作为一产业发展，我市还缺乏一个管理部门。据了解，目前全国有十几个省会城市

设有独立的会展机构（有编制）。我市组织开展过一次“会展经济发展研究”，报告提出“完善领导工作机制，调整充实市会展办公室力量，将市会展办公室列为市政府直属单位，由相关部门抽调人员集中办公，建立一站式服务机制，提升宏观指导和协调服务能力。”从我市会展旅游经济发展的实际来看，充实政府会展办公室的力量，具有很强的针对性和现实意义，如有编制问题限制，可采取从相关部门抽调工作人员，添人不增编的方式解决，建议市委、市政府认真研究。

2、加快会展场馆建设，进一步完善促进会展业发展的政策措施

加快建设和改造会展场馆，以滨湖新区大型会展中心的建设为契机，切实解决制约我市会展经济发展的“瓶颈”，为打造“中国会展名城”奠定场馆基础。进一步完善交通、通讯、餐饮、娱乐、商场等配套建设，加快现代服务业的发展，提高我市会展的综合承载力。

进一步完善促进会展业发展的各项措施，强化激励机制，优化会展秩序，认真研究并解决会展业发展中的矛盾和问题，特别是及时协调处理好企业遇到的实际困难。全国大型会展的资源很多掌握在北京一些部委和行业协会手里，在鼓励会展公司主动对上争取的基础上，政府有关部门要主动参与帮助协调联系，以取得上级有关方面的支持，同时对一些影响大、吸引力强的展会，政府要在人力和财力上加大投入力度。强化工作网络和联动机制，特别是加强政府各部门、各县区的联动机制，形成有序、规范、快捷的筹办和保障机制。

3、结合合肥市产业优势和科教优势，打造我市的会展品牌

在努力提升现有展览规模档次的同时，还要注意引进国际性、全国性会议及论坛的力度，在此基础上，对照展会项目目录，结合我省我市的产业优势，力争展览门类更多，规模不断扩大。国内外许多著名的会展旅游城市都有自己的一两个占主

导地位的会展品牌，把有限的资金集中使用到几个影响大、效益高的重点市场上，如汉诺威的信息展和机床展，义乌的小商品博览会。建议根据目标市场需求分级定位，结合我市在产业、科教资源等方面的优势，重点打造几个会展旅游品牌，以此增强我市会展旅游业的市场竞争力。和我市分别评出了诸如“家电博览会”、“苗木花卉交易会”、“中国坚果炒货食品节”等一批品牌展会，下一步应有重点地支持和提升这批品牌展会上规模、上档次，争取在全国都有影响力的主导品牌。

4、培育壮大市场主体，集聚会展经济人才

会展专业企业和人才的匮乏问题，已经成为限制会展旅游业务发展的重要瓶颈。比如上海就已遇到了“软件跛足”的尴尬，但其迅速反应，将“10100工程”（三年内培养10家具有国际竞争力的会展公司，培养100名会展专业人才）提上议事日程，目的都是为了建起一个会展专业人才的“储备库”。在会展企业方面，合肥多数从业者都是半路出家的，虽然有一定的实践经验，但专业底子薄，对国际展会运作模式了解不够。要着力引进一批在全国有影响、有实力的会展公司，培育一批在我市有基础的会展龙头企业，通过发挥龙头企业带动和推动作用，鼓励会展龙头企业多办展、办大展，多争取国家有关部委、协会参与会展的组织和策划，使我市的会展业能够健康快速地发展。进一步完善会展人才的引进、培养、使用机制，造就高素质的会展人才队伍。建议向全国公开招聘一批具有专业办展经验、有较强组织策划能力的经理人才，鼓励会展企事业单位引进和培养人才。

5、以打造旅游目的地城市为目标，修编旅游总体规划

围绕“141”发展战略，适应现代化滨湖大城市建设的形势，重新编制《合肥市旅游发展总体规划》、《合肥市旅游项目建设规划》，构建面向2020年的合肥旅游高标准、高水平发展蓝图。建议市政府面向全国旅游规划编制单位公开招标，

组织入围单位进行旅游资源调查，编制旅游概念性规划，评选产生中标单位，整合方案，形成比较科学、完善的旅游总体规划。通过规划编制，准确判断旅游发展大趋势，摆脱面临的产品老化、市场固化、周边竞争白热化“三化”困境，努力解决产品更新升级、创新市场营销手段、实现市场的突破问题。

6、建议组建合肥市旅游集团，提升我市旅游景区和旅游企业的整体竞争力

建议由市旅游局牵头，联合合肥的4a景区、部分宾馆、旅游车队，几家较大的旅行社和涉旅企业，组建合肥市旅游集团，对合肥的旅游资源进行整合，做强做大合肥旅游业。旅游集团成立后，市旅游局代表市政府从宏观上进行管理，市旅游集团则按现代企业制度进行经营。同时，深化国有旅游企业改革，加快建立现代企业制度，培育1-2个年收入超10亿元的跨地区、跨行业的大型旅游集团。拓宽旅游融资渠道，深化旅游投融资体制改革，大力推动民营资本、社会资本进入旅游行业，开办旅游项目，建立以政府投资为引导、社会资本为主体的多元化投融资机制，形成稳定、持续的投入支撑体系。

7、加快旅游大项目的建设，抓好旅游产品的开发

实施“太阳工程”，以引进特大旅游项目为突破口，提升合肥的旅游形象。围绕滨湖新区、经开区等重点区域，围绕国家鼓励的和我们需要的，策划一至二个超20亿元的休闲娱乐或主题公园项目，专人负责，对外招商，力争年内有实质进展。推进《合肥市加快旅游业发展三年行动计划》中28个重大项目的建设，继续加快现有景区景点建设，重点推动紫蓬山森林公园、大圩都市农业公园和岱山湖创建国家4a旅游景区；四顶山风景区项目要加快工作力度；瑶岗渡江战役纪念馆要精心策划好运作方式，更多体现旅游内涵；推动丰乐生态园、肥西老母鸡生态园二期工程建设，打造一批高星级农

家乐。建议在中博会晚会“江淮和畅”的基础上，打造一台具有“徽风皖韵”特色的大型舞台演出，定期上演类似于“印象西湖”、“印象海南岛”一类的大型实景演出节目，以宣传合肥，量身打造合肥的旅游品牌。

8、顺应区域旅游一体化发展趋势，推动区域旅游合作

本着不求所有、但求所用的原则，推动区域旅游合作。一是加强融入长三角。抓住《皖江城市带承接产业转移示范区规划》通过国家评审的机遇，加快基础设施建设，形成与长三角城市的无缝对接；加快推动合肥旅游集散中心与上海、南京、杭州等地的互联互通，争取纳入新华东旅游线，加快建设长三角地区的观光休闲度假基地。二是推动与中部、南部城市协作。抓住合武高铁营运的机遇，推动与武汉等中部城市的深度合作。积极主办“中国南方旅游城市协作体第十一届年会”，推动与南方10多个城市旅游一体化建设。三是立足省会经济圈，加强全省旅游合作。紧紧围绕省会经济圈建设，充分发挥合肥“依山傍水”，周边温泉、湖泊、森林、山岗等度假旅游资源丰富的优势，加快建设全省旅游中心城市。开展环巢湖区域旅游合作，加强与合巢六旅游合作；贯彻合淮同城化战略，推动合淮旅游一体化。建议市政府协调合六巢淮四市电话区号统一工作，推动战略合作。

旅游业调研报告（4） | 返回目录

重所周知，会展业与旅游业具有较强的关联性。会展通常都会选择旅游发展到一定程度、有一定基础设施的地方举办，而知名的成功会展又会推动当地旅游业的发展。当前，越来越多的国家和城市更加重视发展会展旅游业。今年5月下旬至6月中旬，市政协组织部分委员，会同市旅游局、市会展办和市政府研究室等部门，联合开展了会展旅游业发展调研。现将调研情况报告如下。

一、我市会展旅游业的发展现状

近年来，我市会展旅游业发展取得了一定的进步，主要表现在以下几个方面。

1、会展经济蓬勃发展，产业特色初步形成。从全国范围来看，合肥会展起步偏晚，但发展较快。自xx年以来，展会数量年均增速达40%□xx年全市举办各类展览40余场次（其中安徽国际会展中心举办18场次□□xx年达69场次，较上年增长70%，参展人数增长141%，当年安徽国际会展中心举办大型会展25个□xx年举办各类较大的展览66场次，尤其是第xx届国际美术大会的举办，标志国际性大展取得零的突破，当年参展人数总计达28万人次□xx年，全市举办各类展览突破70场次（其中安徽国际会展中心举办32场次），营业收入、展览面积、参展人次都再创历史之最□xx年，全市共举办各类展览102场，展种涉及科技、工业装备、文化艺术、农业、服装服饰、人才、粮油机械等领域，其中全国性展览有第十三届中国艺术博览会合肥展暨xx合肥文化产业博览会□xx中国国际徽商大会等8场□xx年我市举办各类展览122场，其中，安徽国际会展中心举办各类展览45场，同比增长10%，总展览面积达63.9万平方米；安徽省红三环体育馆举办展会25场，总展览面积16万平方米，参展人次达60万。

会展企业快速增加，办展水平逐步提高。截止xx年底，全市有展览业务的企业已达60多家，其中专业展览公司30多家，直接从事与展览相关的广告、装璜、物流等关联业务企业近200多家。以安徽国际会展中心为龙头，形成了体育馆、科技馆及商务中心、公园、广场等室内外大小适宜、分工自然的展场体系。会展企业呈现由小到大、由弱到强，在激烈市场竞争中适时进位、选项定位的发展趋势。专业展览公司的发展壮大，加速了合肥会展经济的崛起。几年来，我市成功举办了“第xx届国际美术大会”、“全国农机产品订货会”（连续四年□□“xx中国畜牧业交易会”、“第38届全国新特药品交易会”、“第57届全国汽车零配件交易会”、“第48届中国教学仪器设备展览会”、“第十三届中国艺术博览会”、

“首届中国国际动漫交易会”、连续两届“中国坚果炒货食品节”、“第四届中国中部投资贸易博览会”等国际性、全国性大型会展40多个场次。值得一提的是其中很多全国性大型展会，即使是上海、广州等大城市也不是轻易能够申办到的，比如“全国农机产品订货会”在我市连续举办四届的基础上□xx年和xx已经确定继续在合肥举行，特别是“第四届中国中部投资贸易博览会”在合肥的成功举办，标志着合肥已经成为中部区域性会展主要城市之一。在区域性或地方培育起来的会展旅游方面，成功举办了（或连续举办）“安徽国际工业装备展览会”、“安徽国际汽车博览会”、“中国（合肥）徽菜美食旅游节”、“中国合肥高新技术项目资本对接会”和“中国合肥苗木花卉交易大会”等。

2、旅游业整体实力不断提升。近年来，入境游客、国内游客和旅游总收入三项主要指标均以20%以上的速度增长□xx年分别突破10万人次、1000万人次和100亿元□xx年更是逆势飞扬，全年接待国内旅游人数1340.8万人次，同比增长29.3%；入境旅游人数14.8万人次，同比增长31.8%；旅游外汇收入8229.2万美元，同比增长30.7%；旅游总收入132.5亿元，同比增长32.1%。旅游总收入相当于全市gdp的7.96%，迈入了厚积薄发、加速崛起的新阶段。我市编制完成旅游发展总体规划，召开旅游发展大会，确立建设“安徽旅游中心城市”、“长三角地区观光休闲度假基地”的目标，并把旅游产业纳入“1346”行动计划加以推进。

旅游标准化建设不断加强，积极推广a级景区、星级酒店、国家农业旅游示范点等旅游标准，推动旅游产品和服务升级，在国家旅游标准的基础上，制定了绿色饭店和乡村旅游等级评定标准。目前全市已经挂牌的星级饭店和具备星级接待标准的宾馆饭店104家，五星级标准10家，挂牌3家，古井酒店集团进入中国旅游饭店民族品牌20强行列；旅行社145家，安徽海外旅游总公司、安徽省中国青年旅行社年营业收入过亿元，安徽省中国青年旅行社、安徽顺达旅行社跻身全国百强

社。

3、旅游业与会展业相互促进、共同发展。伴随着会展经济发展，合肥旅游业也取得了骄人的业绩□xx年合肥共举办会展122余场（次），参会客商达360万人，占来肥游客总数的37%多，也就是说每3个来肥游客中就有1个是会展客商。特别是我市成功举办了第四届中博会，大大提升了合肥旅游会展新形象，展示了合肥城市新面貌。而旅游业的发展壮大也提升了合肥的知名度和美誉度，对外地客商产生较大吸引力。此外，旅游主体规模的扩大也使得会展接待能力不断提升。

经济拉动效益明显，城市品牌稳步提升。合肥会展业旅游业的快速发展，有力地促进了第三产业的发展，对经济拉动作用明显，提升了合肥城市知名度。从直接经济效益看□xx年，会展拉动第三产业收入增长约18亿元，较上年同期增长38%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达26%。从间接效益看，会展旅游业发展有力地促进了合肥的住宿、餐饮等行业的发展，更为我市提供了大量的就业岗位，促进了合肥城市基础设施的改善。从对城市品牌提升等无形效益上看，会展旅游业提高了合肥的知名度，在推动现代化大城市建设中起着促进作用。

二、我市会展旅游业发展优劣势分析

旅游产品的硬件方面，合肥市缺乏高质量的旅游资源。我市虽然素以“三国故地、包拯家乡、淮军摇篮”著称，拥有李鸿章、刘铭传等历史文化名人，但在自然旅游资源方面却缺少自然景观，发展传统的观光旅游和休闲旅游的条件都不充足。合肥要想提升在全国旅游城市中的地位，还必须发展商务旅游、会展旅游等新型旅游产品。会展旅游是国民经济的“助推器”。据专家估计，展览业的产业带动系数为1:9，即展览场馆收入1元，相关收入为9元，为其服务配套的服务业、通讯业等行业因此受益。因此，做大做强会展旅游业对我市大力发展第三产业具有重要的意义。

1、我市发展会展旅游业优势分析。

城市综合实力日益增强。近年来，合肥在过去良好的基础上，建设与发展步伐明显加快。xx年全市地区生产总值1664.84亿元，财政收入301.21亿元，主要经济指标增速继续位居全国省会城市前列，在极其复杂的宏观环境下，全市经济社会仍然保持又好又快的发展势头。随着经济社会快速发展，合肥市的知名度不断提高，吸引力越来越强，为我市大力发展会展旅游业奠定了坚实的基础。我市地理位置独特，区位优势明显。目前，合肥到南京、上海、武汉的高速铁路均已开通，京福等高速铁路也将从合肥通过，大大拉近了彼此之间的时空距离。再加上公路、港口、航空等重大项目建设，合肥区域性综合交通枢纽地位日臻完善。通过强力推进基础设施“大建设”，城市综合承载力和辐射带动力明显增强，为各类企业发展带来了更多更好的机遇。

同时，合肥市拥有较为雄厚的科技教育实力。省会合肥是我国重要的科教基地之一，拥有全国闻名的中国科学技术大学、中科院合肥物质科学研究院等一大批高等学府和科研机构，每千名职工中拥有专业技术人员的比例在全国同类城市中名列第二位，较高的劳动力素质和科学技术水平为合肥市发展高新技术产业提供了良好的条件。以合肥这座科技名城作为依托，合肥可以承办各种国际国内学术会议，对于加强合肥市与国内外的学术、文化交流与合作，提高我市乃至整个安徽的国际地位和知名度，将起到积极的作用。

旅游产品竞争力不断提升。目前，全市共有旅游景点30家，其中国家4a级旅游景区7处(包公园、徽园、野生动物园、三河古镇、安徽省博物馆、丰乐生态园、元一双凤湖国际旅游度假区)，国家重点文物保护单位2处(肥东县瑶岗渡江战役总前委旧址群暨渡江战役纪念馆、肥西县刘铭传故居刘老圩)，国家农业旅游示范点3处(包河区大圩乡、长丰县丰乐生态园、肥西县中国中部花木城)，全省优秀旅游乡镇4处(上派镇、撮镇镇、三河镇、双墩镇)。近年来，我市坚持宣传部门、旅游

部门和旅游企业密切配合、联合促销，积极开展“聚焦包公故里”媒体采访推介，组织旅游大篷车促销，举办中国（合肥）中东部旅游交易会、中国徽菜美食节、合肥市乡村旅游节和紫蓬山国际山地自行车赛等系列节庆会展，塑造“包公故里、科教基地、滨湖新城”城市形象，提升了合肥的知名度和美誉度。旅游市场拓展成效明显，泰国、韩国等旅游包机，上海、太原等地旅游专列源源不断涌入合肥。同时，旅游合作与开放步伐明显加大。合、巢、六三市无缝对接，打造泛巢湖国家旅游区；与黄山、池州、铜陵、安庆、巢湖五市共筑合铜黄沿线大旅游；推进合淮旅游一体化，签署了《合淮旅游一体化合作框架协议》；与国内30多个城市签署旅游合作协议。整合资源，联合周边打造了“两山一湖、合肥绿色之旅”、“科教之城鱼米之乡—合巢芜之旅”，成为安徽省十佳旅游线路。

会展旅游业发展环境日益优化。从政策层面积极扶持会展旅游业发展。为进一步推动旅游业发展，去年市委办公厅和市政府办公厅联合下发了《关于进一步加快合肥旅游业发展的意见》，市政府出台了《合肥市加快旅游业发展三年行动计划》。近几年，我市会展管理的相关政策措施逐步推出并进一步完善。2012年成立了“合肥市会展经济发展工作领导小组”（下设办公室），为合肥会展业发展提供了有力的组织保障。2013年5月出台了《关于加快会展业发展的若干意见》，成为合肥会展管理工作的指导性文件。2014年，市会展办、商务局和财政局共同出台了《合肥市鼓励会展发展专项资金使用管理办法（试行）》，市政府扶持会展发展的力度进一步加大。2015年，市政府又出台了《合肥市大型会展工作保障预案》，进一步加强对会展的服务保障工作。2016年，市政府调整了合肥市会展领导小组成员，由常务副市长张晓麟担任会展领导小组组长，并加强和充实了会展办的领导，完善并健全了会展办工作职能和 workflows，提高了工作效能。2017年，为加强会展工作，促进会展发展，我市修订了《合肥市会展发展专项资金使用管理办法（试行）》，根据《合肥市加快发展现代服

务业的若干政策（试行）》，出台了《合肥市促进和鼓励会展业发展政策的实施细则》。

会展旅游市场秩序进一步规范。由于绝大多数展会都是按市场化运作模式进行的，以往展会“撞车”、同一档期多次重复办展现象时有发生。近年来，在有关部门的配合下，会展办逐步加大了协调、引导力度，并通过会展行业协会来促进行业加强自律。现在，各专业会展企业及会展中心、体育馆、博物馆、科技馆等场地单位，依托各自特点分工协作、密切配合，办会办展的良好局面初步形成，会展市场秩序明显好转。

2、我市发展会展旅游业劣势分析。

旅游资源相对贫乏。合肥地处内陆，与旅游先进城市和旅游资源丰富地区相比，不靠边、不靠海，既无名川大山，也缺少像北京故宫、西安兵马俑等著名的旅游景点，知名度不高，加之旅游业起步较晚，旅游产业规模偏小等不利因素，旅游业发展受到一定制约。历史文化遗址虽多但可供参观的成熟景点较少。目前我市旅游资源普遍体量偏小，多为历史遗产类，其中包公墓系迁葬类，李府属重建类，其它类型数量相对较少，在全国并不占有很大优势。

缺乏旅游特大项目支撑。一直以来，我市缺乏旅游特大项目支撑，存在着品牌效应较低，品牌支撑力不足的问题，缺少有震撼力的旅游产品，现有产品规模较小，竞争力不强，不足以吸引游客专门到合肥来旅游。由于前期未能抓住机遇，加之投入不足，我市曾经失去了建设像芜湖方特那样具有震撼力的现代化主题公园的机会，这是合肥旅游的一个不容忽视的缺憾。

会展业的整体水平有待提高。国际性、全国性会展数量不足，具有特色的品牌展会不多，尚未形成象广州广交会、杭州西博会、厦门投洽会、深圳高交会那样在全国有影响的品牌展

会。与国内会展经济发达城市相比，国际性会展太少，围绕合肥及安徽特色产业和支柱产业策划举办的区域性会展也较少。会展业市场主体培育滞后。我市目前从事会展的企业只有60多家，而会展经济发达的城市会展企业都在数百家，甚至上千家。会展企业不仅数量少，实力也比较弱，普遍存在规模小、资金少、观念落后，经验不足等问题，具有运作全国性、专业性展会能力的公司不多。与国内外著名的会展公司相比，在管理模式、公司结构、技术手段等方面都有巨大的差距。随着我市会展经济的迅速发展，会展人才紧缺的矛盾日益突出，特别是精通展览设计、会展组织策划，了解国际惯例，富有实际操作经验的专业人员十分缺乏。会展专业化分工协作的格局尚未形成，会展保障服务的社会化与市