

旅游高教动态

LVYOUGAOJIAODONGTAI

(旅游专刊)

2018 年第一期

总第 2 期



目录

旅游管理专业现状	3
国内部分高校旅游管理专业办学特色	3
中山大学	3
复旦大学	6
中央民族大学	9
东北财经大学	10
延边大学	13
吉林财经大学	16
旅游动态	17
2017年《中国冰雪旅游发展报告（2017）》发布	17
深化改革持续攻坚加速培育支柱产业全力实现吉林振兴中的旅游担当	18
丰富旅游供给 提升旅游品质 不断满足人民美好生活的 新期待	52

➤ 旅游管理专业现状

目前中国共有 379 所本科大学设置了旅游管理专业,2016 年 2 月 23 日,中国科学评价研究中心(RCCSE)、武汉大学中国教育质量评价中心联合中国科教评价网隆重推出《2016 年中国大学及学科专业评价报告》。发布了中国大学本科专业排行榜,共涉及 478 个本科专业(2015 年为 470 个)。

表 1 2016-2017 年旅游管理专业排名(前 20 位)

1 中山大学	2 厦门大学	3 复旦大学	4 云南大学
5 东北财经大学	6 四川大学	7 南开大学	8 暨南大学
9 陕西师范大学	10 湖北大学	11 西北大学	12 浙江大学
13 北京交通大学	14 华侨大学	15 西南财经大学	16 燕山大学
17 华南理工大学	18 上海师范大学	19 中南财经政法大学	20 西南民族大学

➤ 国内部分高校旅游管理专业办学特色

◇ 中山大学

培养目标:旅游酒店管理专业培养德、智、体、美全面发展，系统掌握现代旅游企业管理的基本理论和方法，熟悉旅游企业管理的业务和相关知识，了解国内外旅游的发展动态及旅游企业发展趋势，有较强的实际工作能力和分析问题、解决问题的能力，有较高的外语水平和计算机应用能力的专门人才。学生毕业后能够胜任旅游企业、旅游行业管理部门等旅游相关部门的管理工作，能够在旅游高等院校从事教学和研究工作。

培养要求:坚持四项基本原则，热爱祖国，为振兴中华而学习；有理想、有道德、有知识，守纪律，具有开拓精神，掌握马克思主义基本原理，具有正确的政治方向。系统掌握现代化管理与经济的基本理论、方法，具有宽厚的旅游管理专业基础知识，熟悉旅游企业的业务和掌握旅游企业管理的技能，有较强的实际工作能力和一定的理论研究能力，具有综合运用所学知识和技能去认识问题、分析问题、和解决问题的能力。熟练掌握一门外语，掌握计算机在旅游企业中的基本应用技术。有健康的体魄和良好的心理素质，能胜任未来的工作。

培养对象:本专业培养旅游管理专业本科毕业生，学制四年。

师资情况:旅游酒店管理专业目前共有教师 16 名，其中教

授四名，兼职教授一名，副教授三名，兼职副教授二名，讲师六名。在教授和副教授中，博士生导师一名，硕士生导师四名。旅游管理专业教师有良好的专业水准和丰富的教学经验，不少教师曾在国外知名学府学习或进修、考察过，或者任职于国内著名的旅游企业。教师采用先进的教学方法，因材施教，取得了丰富教学和科研成果。

主干学科:旅游管理

主要课程:旅游管理专业主要课程包括：旅游学概论、旅游经济学、酒店经营管理、房务管理、餐饮管理、旅行社经营管理、导游技巧、旅游服务营销、旅游景点与度假区管理、旅游地理、旅游规划、旅游心理学、旅游法律法规、旅游英语、酒店物业投资决策与管理、酒店管理信息系统、消费者行为学、商务沟通、电子商务等。

主要实践环节:为加深学生对旅游企业的了解和认识，加强学生旅游管理业务能力的训练，旅游管理专业学生在第6学期暑假和第7学期开始，一共有14周时间进行专业实践，专业实践期间学生可以到旅行社、星级酒店、旅游度假村、旅游局等旅游相关部门实习。

◇ 复旦大学

发展历程：2002年正式建系，其党政工作由历史学系兼管。1995年获准设立旅游管理硕士点，为上海最早培养旅游管理硕士的高校之一。2005年，与管理学院合作申请旅游管理博士点成功，并于2006年开始招收旅游管理博士研究生。

旅游学系自建立本科专业以来，除承担本系的本科生、硕士生(含单招硕士)和博士生的培养任务外，还承担复旦大学网络教育学院和复旦大学继续教育学院旅游管理本科、会展管理本科的教学工作，并先后与海南大学、河南省旅游局、浙江省旅游培训中心、宁波市旅游局、舟山市组织部等单位合作，开办旅游管理硕士课程进修班。在科研方面也做出了重大成绩，仅近几年就主持承担了国家社科/自然科学基金科研项目4项，省部级项目7项以及其它众多横向课题，主编出版4套大学教材，1套旅游管理研究丛书，国内首套旅游MBA著作丛书，出版系学术刊物《复旦旅游学集刊》，获上海市哲学社会科学优秀成果奖2项，上海市政府决策咨询奖1项。已形成学科门类较为齐全、学科特色较为明显，具有开拓创新的学科特色。

专业设置：该专业是旅游学、管理学、经济学、历史学等学科交叉发展起来的综合性应用性新兴专业。该专业注重基础理论与实际运用相结合，培养适合我国旅游事业发展需要的旅游事业管理和现代企业管理的专门人才。修满该专业规定学分者，授予管理学学士学位。要求学生熟悉国内和国际旅游业的历史、现状和发展趋势，懂得并掌握旅游业管理和现代企业管理的业务知识和基本技能，具有广博的知识和较强的分析、解决问题的能力，熟练掌握一至二门外语，能胜任旅游企事业管理、旅游教学与科研，以及旅游宾馆、国际旅行社、旅游资源开发部门及各类涉外机构的工作。

毕业生就业去向为各级政府旅游管理机构、旅游企事业单位、外资公司和新闻、广告等传媒等。

专业课程：旅游学概论、旅游公共关系、旅游心理学、旅游文化、旅游经济学、市场营销学、旅行社经营管理、饭店经营管理、旅游景点景区管理、旅游资源开发与利用、专业外语等。

旅游学系是复旦大学的新兴系科之一。1989年历史学系开设旅游与旅游文化类课程，作为历史学系本科生的选修课程。1993年，经国家教委批准，历史学系正式设立旅游管理专业。

是年由历史系教师为基本队伍建立旅游教研室，开展旅游学、旅游经济和旅游文化的教学和科研活动。1995年，招收旅游管理硕士研究生，为上海最早培养旅游管理硕士的高校之一。2002年，旅游学系正式建系，其党政工作由历史学系兼管。2005年，旅游学系与管理学院合作申请旅游管理博士点成功，并于2006年开始招收旅游管理博士研究生。

旅游学系经过十余年的建设，旅游管理学科已形成学科门类较为齐全、学科特色较为明显，具有开拓创新的专业特色。目前，旅游学系有博士生导师3名，硕士生导师6名。其中旅游管理博士点共设三个方向，分别由顾晓鸣教授(旅游资源管理)、芮明杰教授(旅游经济与产业管理)和苏勇教授(旅游管理理论与策略)担任博士生导师。

旅游学系系主任由历史学系系主任章清教授兼任。旅游学系下设旅游管理教研室，并将设立旅游发展研究中心(正在报批)。旅游学系除承担复旦大学旅游管理专业本科生、硕士生和博士生的培养任务外，还承担复旦大学网络教育学院旅游管理专业本科和复旦大学成人教育学院会展管理(本科)、旅游管理(本科)的教学工作，并先后与海南大学、河南省旅游局、浙江省旅游培训中心、宁波市旅游局、舟山市组织部等单位合作，

开办旅游管理硕士课程进修班。

旅游学系已有 8 届本科毕业生，毕业人数 224 人。目前有在校本科学生 183 人，硕士研究生 40 人，博士研究生 3 人。

◇ 中央民族大学

培养目标：本专业培养德、智、体、美全面发展，适应民族地区旅游业发展需要的专门人才。本院集中了工商管理学科的优势，重点为旅游公司、旅游景区（点）、旅行社、饭店宾馆等培养具有企业管理、营销、项目策划及项目运作的高级管理人才。在课程设置上突出民族特色，注意培养学生的经营管理能力，使学生除了在旅游管理“学有专攻”外，对其他管理岗位有较广泛的适应性。

培养特色：专业教学分两个阶段，低年级学习经济学、工商管理专业基础知识；高年级学习旅游管理、人文历史等专业知识，并通过社会实践，参加一些讲座、模拟教学实验课等了解现代旅游业的理论前沿和发展趋势。

主要课程：旅游学概论、旅游经济学、旅游法学、旅游资源规划与开发、微观经济学、宏观经济学、管理学原理、旅游

财务管理、旅行社经营与管理、饭店管理、旅游营销、旅游营销策划、旅游公共关系、生态旅游学导游基础和实务等。

本专业基础课程的设置与管理学其他专业相通，高年级进行交叉学科方向的培养。文理兼招。毕业生授予管理学学士学位。

◇ 东北财经大学

旅游管理专业主要培养德、智、体全面发展，适应 21 世纪社会发展和社会现代化建设需要，基础扎实、知识面宽、能力强、素质高，富有时代特征和创新精神的旅游管理高级应用型、复合型人才。旅游管理专业下设两个课程组：旅游管理课程组和国际酒店管理课程组。这两个课程组在大学三年级时采取学生自选、分别培养的方式划分，毕业后发给同样的学历和学位证书。

旅游管理课程组要求学生具有一定的人文社会科学和自然科学基本理论；掌握旅游企业管理、旅游资源规划与开发、国际旅游贸易的基本理论和方法、接受旅游管理方面的基本训练；熟悉我国旅游业发展的方针、政策和法规，了解旅游企业经营运行的国际惯例。同时，具有较扎实的经济管理、汉语写

作、计算机和外语等方面的基础知识；知识面较宽，具有较强的分析问题和解决问题的能力及创新精神；掌握旅游与酒店管理专业领域的从事科学研究的定性和定量分析方法，具有一定的科学研究能力和实际操作及企业管理能力。本课程组以培养适合旅游及相关领域的中级管理人才、学术人才和国际交流人才为培养目标。

旅游管理课程组开设的主要课程：旅游学、服务管理、旅游规划学、Tourism Research（旅游调研，双语）、旅游心理学、饭店业导论、旅游管理专业导论、旅游经济学、休闲学、旅游企业战略管理（双语）、旅游企业人力资源管理、管理沟通、组织行为学、旅行社管理、导游概论、旅游景观审美与设计、英文旅游学术文献宣读、景区管理、旅游地理学，旅游与生态、旅游企业客户关系管理、会议与会展策划、旅游企业营销实务（双语）、旅游社会学等。

国际酒店管理课程组要求学生具有一定的人文社会科学和自然科学基本理论，热爱国际酒店管理工作，具备从事国际酒店管理的基本素质和职业素养；掌握国际酒店管理的理论和方法，掌握人际沟通的能力和技巧，熟悉国际饭店业发展的动向，了解我国饭店业的相关政策和法规，了解国际酒店业运行

的国际惯例，掌握跨国酒店集团管理的规则。同时，具有扎实的经济管理、汉语写作、计算机应用方面的知识，尤其是要熟练掌握一门外国语，并兼修一门第二外语。具有较强的分析问题和解决问题的能力及创新精神；掌握在国际酒店管理领域从事科学研究的定性和定量分析的方法，具有一定的科学研究能力和实际操作能力。本课程组以培养国际酒店业的职业经理人为培养目标。

国际酒店管理课程组开设的主要课程：旅游学、服务管理、旅游规划学、Tourism Research（旅游调研，双语）、旅游心理学、饭店业导论、旅游管理专业导论、旅游经济学、休闲学、旅游企业战略管理（双语）、旅游企业人力资源管理、管理沟通、组织行为学、餐饮管理、住宿管理、饭店建筑规划与设计、英文饭店管理文献选读、食品营养与卫生控制、饭店设备运行与管理、菜单规划与设计、饭店大型活动（事件）管理、饭店督导、饮食文化概论、餐馆与饭馆创业、饭店财务内部控制等。

旅游管理专业属于文理兼招专业，具有管理学学士学位、硕士学位和博士学位授予权。

◇ 延边大学

旅游管理专业的前身为延边大学经济系旅游经济专业，成立于1993年。1998年成为人文社会科学学院管理系下属的旅游管理专业。2000年8月正式升为本科。2002年8月，随着学校院系调整和教学改革，旅游管理专业正式成为经济管理学院下设的一个系。自93年招生以来，共培养专科毕业生180人、本科毕业生315人。本专业目前共有在校生224人。

本专业自成立以来，一直按照人才培养的目标，紧密围绕旅游学科的特点，不断加强教学体系、教学内容和教学方法的研究，创造教学条件，完善师资队伍，努力保证旅游管理专业的稳步成长。

1、专业建设成效显著、规模迅速扩大 从1993年的旅游经济专科到2000年的旅游管理本科阶段，再到2003年建系以来，专业规模迅速扩大，在校生人数达到224人。

2、人才培养模式、课程体系日趋合理 结合社会的需要，在当前“厚基础”、“宽口径”高等教育思想的指导下，大力培养一专多能的双语人才。从02级开始，更把热门的韩国语列入专业必修课的范围，满足了目前社会对韩国语旅游人才的需求。同时，为了丰富专业教学内容，建立了旅游学科基础与现

代管理人才素质教育相结合的教学方式，并以此为基础进行教学研究，从事教学内容和课程体系改革的探讨。

3、建立了一支高学历、高层次的适应教学和科研需要的师资队伍 经过多年的建设，旅游管理系形成了一支优秀的师资队伍，涌现出一批有作为的中青年教师，发表了高质量的学术论文，并承担多项科研项目。其中省级社会横向项目 5 项、211 工程建设项目 1 项。旅游管理系现有本专业教师 7 人，包括教授 1 人、副教授 3 人，其中博士 2 人、硕士 5 人。同时还从国内外著名高校聘请了多名兼职教授和客座教授。

4、专业教学条件较为完善、教学实习基地较为稳固 拥有充足的教学和科研设备，专业课全部使用多媒体教学。本专业还与州内外旅行社、旅游宾馆、酒店等企事业单位建立了良好的合作关系，学生实习基地比较稳固。

5、专业学术成果丰硕，多次获得各项奖励 近 5 年来共完成著作 5 部、专业论文 30 余篇。其中发表在国家级核心期刊 3 篇、获校级优秀著作 1 部、优秀论文奖 1 篇。

延边大学是东北地区最早开设旅游专业的高等院校之一。1993 年开始招收旅游专业专科学生，2000 年开始招收本科生，

2003年8月，旅游管理系正式成立。2012年获得旅游管理硕士学位授予权单位。目前，在校学生人数200多人。

本专业师资力量雄厚，师资结构合理，拥有一支以博士、硕士、归国留学人员为主体的教师队伍。目前，本专业教师9人，其中教授2人、副教授4人、讲师3人；博士6人、硕士3人；硕士生导师5人。专业教师依托多学科背景，承担了国家社科基金、教育部规划项目、吉林省规划项目和各种横向课题研究十多项，在国内外核心刊物上发表了几十篇论文，编写了十多部著作。

本专业一直与日本、韩国、俄罗斯等东北亚国家的著名旅游院校保持着各种形式的学术和教育交流活动，每年选派优秀学生赴韩国的著名旅游院校交换学习。此外，在教学、科研与实践环节上与长白山景区、北京、上海、杭州等地的一流饭店集团和旅行社保持着紧密的合作关系，已建立了学生专业实习基地十余个。

本专业培养适应现代旅游业发展需要，具备较高的现代管理理论素养和系统的旅游管理专业知识，具有人文素质、国际视野、创新意识、创业精神、实践能力和社会责任，能在各类

旅游相关企事业单位以及教育机构和研究机构等从事经营、管理、策划、咨询、服务等工作的应用型、复合型人才。

◇ 吉林财经大学

学科：管理学 门类：工商管理类 专业名称：旅游管理

业务培养目标：本专业培养具有旅游管理专业知识，能在各级旅游行政管理部门、旅游企事业单位从事旅游管理工作的高级专门人才。

业务培养要求：本专业学生主要学习旅游管理方面的基本理论和基本知识，受到旅游经营管理方面的基本训练，具有分析和解决问题的能力的基本能力。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

1. 掌握旅游管理学科的基本理论、基本知识；
2. 掌握有关旅游管理问题研究的定性和定量分析方法；
3. 具有运用旅游管理理论分析和解决问题的能力；
4. 熟悉我国关于旅游业发展的方针、政策和法规；
5. 了解旅游业的发展动态；
6. 掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作能力。

主干学科：经济学、工商管理

主要课程：管理学、微观经济学、宏观经济学、管理信息系统、统计学、会计学、财务管理、市场营销、经济法、旅游学概论、旅游经济学、饭店管理原理、旅游资源与开发。

主要实践性教学环节：包括旅游行业调查和旅游企业业务实习，一般安排 10—12 周。

修业年限：四年 **授予学位：**管理学学士

► 旅游动态

2017 年《中国冰雪旅游发展报告（2017）》发布

中国冰雪旅游时代来临

近日，中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告》(以下简称报告)指出，2016-2017 年冰雪季我国冰雪旅游市场规模达到 1.7 亿人次，冰雪旅游收入约合 2700 亿元，我国已经成为冰雪旅游大国，正在向冰雪旅游强国迈进。

报告指出，当前我国冰雪经济呈现以冰雪旅游为核心的“1+5+X”产业体系。其中，1 是指冰雪旅游为冰雪经济的核心，5 是指以冰雪运动为基础，冰雪文创为引领，冰雪制造为支撑，

冰雪康养为特色，冰雪度假型房地产为补充的冰雪经济 5 大支柱产业，这 5 大支柱产业与冰雪旅游相容共通、紧密联系、相互推动，X 是指冰雪民俗、冰雪演艺、冰雪休闲农业、冰雪林业、冰雪研学、冰雪会展等与冰雪旅游密切相关的多业态体系。

云南、四川、山东、贵州、山西等省份形成了我国冰雪旅游多点开花的局面，一些南方城市以滑雪场为代表的冰雪旅游成为当地冬季旅游业的亮点。

深化改革持续攻坚加速培育支柱产业

全力实现吉林振兴中的旅游担当

吉林省旅游发展委员会主任 杨安娣

同志们：

这次全省旅游工作会议，是在我省全面贯彻落实党的十九大精神、吉林振兴迈入新时代、旅游发展开启新征程的关键时期召开的。会议的主要任务是，认真贯彻全省经济工作会议、全国旅游工作会议精神，总结全省旅游工作，分析旅游形势，安排部署 2018 年工作。下面，我讲三个方面意见。

一、2017 年全省旅游工作回顾

2017年是吉林旅游的“改革”之年，全省旅游系统忠诚践行习近平总书记“两山理论”，率先推动旅游业供给侧结构性改革，旅游经济保持了持续快速增长的强劲势头，成为全省稳定经济增长、推进转型升级、加快动能转换最亮的亮点。全年接待游客总数19241.33万人次，同比增长16.06%；实现旅游总收入3507.04亿元，同比增长21.04%，分别高于全国平均水平4.98和5.9个百分点，全面完成了省政府确定的发展目标。

（一）产业格局更加开阔。从空间布局看，长白山生态旅游中心和长吉旅游经济中心双核驱动，东、中、西三大旅游发展区互为支撑，长吉图休闲度假、鸭绿江边境风情、南部文化康养和草原湿地生态四条精品旅游带贯穿全域，旅游热点在吉林全境遍地开花、精彩绽放；延边“旅游兴州”、通化“旅游强市”竞相兴起，产业首位度大幅提升，全省发展氛围空前浓厚。从时序分布看，两年的持续发力和精心打造已见成效，冬季冰雪和夏季避暑休闲两翼齐飞，“冷”资源已经“热”起来，“凉”资源正在“火”起来，形成“联动冬夏、带动春秋、驱动全年”的产业发展格局，特色资源优势正在转化为特色产业优势。从产业融合看，“旅游+”“+旅游”达到前所未有的深度。“玩冰踏雪、健康吉林”全民冰雪活动季蓬勃开展，近70万

学生参与“青少年上冰雪”，16场国际国内大型冰雪体育赛事不断；57台民俗风情剧目展演精彩纷呈；冬捕成为促进渔业转型升级、壮大农业新业态的重要举措；冰雪装备制造实现国产化突破；吉林名品重庆行（云南行、湖南行）促进旅游商贸共同繁荣。从思维视野看，将合作触角延伸到全国，将工作视角扩展到国际，将发展标准对标到最高。深化省际合作水平，南联浙江，两省省长开启“千万游客互换行动”，在第二届雪博会期间，浙江旅游包机——“诗画浙江”号首航吉林；北交龙江，建立“旅游共同体”，联手推介冰雪产品，做大“白山黑水”冰雪品牌，打通东北冰雪旅游通道。拓展境外交流空间，赴瑞士、瑞典等殿堂级冰雪强国开展交流推广活动，用吉林冰雪的神秘之美、神奇之美、神韵之美完成了吉林旅游的第一次国际亮相；利用香港回归20周年契机，赴港开展“精彩吉林·温暖相约—冬季到吉林来玩雪”旅游交流周活动，以香港为窗口和突破口，深度拓展港澳及东南亚客源市场，破解我省入境游短板，香港业界评价这是内陆省份做得最好的；在“外交部吉林省全球推介活动”上，王毅部长亲自邀请各国宾朋到吉林体验“世界水平的滑雪场”。同志们，旅游人的胸怀有多大，舞台就有多大；格局有多大，产业的发展空间就有多大。

（二）产品体系更加完善。冰雪旅游走在全国前列。《省委省政府关于做大做强冰雪产业的实施意见》政策效应逐步释放，为国家研究出台寒地冰雪经济政策树立了标杆；国家冰雪旅游人才培训基地落户我省，运营模式成为全国范本；冰雪休闲度假、冰雪温泉养生、冰雪观光体验、冰雪民俗史迹四大产品体系已经形成，滑雪、温泉、雾凇成为游客消费热点。2016—2017年雪季，全省接待冰雪旅游人数6199.08万人次，同比增长19.36%；实现旅游总收入1160.89亿元，同比增长27.12%，占全省旅游总收入的36%。避暑休闲旅游开启新篇。自然风光、民俗风情、历史遗迹等产品和“大美长白山经典游”“长吉都市环线休闲游”等线路成为吉林夏季旅游特色经典。2017年5—9月，全省接待游客10027.35万人次，同比增长16.18%；实现旅游收入1759.04亿元，同比增长21.27%，占全省旅游总收入的50%。乡村旅游快速发展。摸清底数，首次开展全省调研，形成第一份《乡村旅游产业发展报告》；搞清路数，首次召开全省乡村旅游工作会议，并在乡村旅游经营单位和乡村旅馆评定中第一次引入了规范和标准，这标志着我省的乡村旅游发展从零散走向系统，从无序走向规范，从自发走向统筹；创新业态，形成了以延边安图县和白山临江市为代表的资源依

托型、吉林丰满区为代表的区位依托型、四平铁西区为代表的政府推动型、长春双阳区为代表的市场依托型和九台区为代表的产业依托型发展模式，打造了吉林神农庄园、舒兰二合雪乡、延边金达莱朝鲜族民俗村、白山临江松岭雪村等一批乡村旅游发展典范；把乡村旅游作为扶贫、富民的新渠道，联合 12 部门印发《吉林省乡村旅游扶贫工程实施方案》，累计投入千余万元资金，创建国家级景区带村旅游扶贫示范项目 3 个、能人带户旅游扶贫示范项目 2 个、合作社+农户旅游扶贫示范项目 2 个、公司+农户旅游扶贫示范项目 3 个；连续三年创建全国乡村旅游创客示范基地 3 个；培训扶贫创业致富带头人 150 余人次。全省全年乡村旅游接待游客和总收入分别增长 28.15% 和 30.05%。**红色旅游走向市场。**成立全省红色旅游发展联盟，启动 63 所高校参与的“红色旅游行·大学生筑梦之旅”，挖掘抗联精神，打通通化—白山红色旅游线路，以红色研学游为突破口首次实现了红色资源与市场的对接。**边境旅游难中求进。**受半岛局势影响，入境游、边境游举步维艰，我们在艰难中力求突破。组织两批次赴俄自驾游活动，为开发常态化中俄自驾游产品开拓空间；第六届“望三国、观日出、新年祈福节”当日接待东北亚、港澳台游客超过 6000 人；首届东北亚美食节吸

引了来自 25 个国家和地区的 16.8 万游客参与；“鸭绿江旅游联盟”成立，提升了我省边境游的区域合作水平。工业旅游初现雏形。工业旅游首次被提上日程，梳理发展现状，剖析存在问题。目前，全省开展工业旅游企业 16 家，全年接待游客 33.77 万人次，实现旅游收入 1810.23 万元。

（三）品牌效应更加凸显。形象品牌鲜明化。从暖暖的冬到凉凉的夏，双品牌魅力日益提升，玩雪到吉林的市场号召力不断扩大，22℃的夏天美誉全国。“冬季到吉林来玩雪”、“清爽吉林·22℃的夏天”两个旅游 IP 分别荣获 IAI 国际旅游奖内容营销类金奖和整合营销类优秀奖。国家旅游局依据我省情况，提出将“冰雪旅游”培育为著名国际旅游品牌的宏大构想。城市品牌美誉化。“消夏休闲胜地·冰雪体验之都·文化游览名城”“雾凇之都·冰雪名城”“中国通化·康养天下”“山水画卷·生态白山”“美丽中国·鲜到延边”“休闲养生地·大美长白山”等城市宣传语脍炙人口；长春蝉联“全国最佳避暑旅游城市”；长春、吉林、延边被评为中国十佳冰雪旅游城市；通化倾力打造“魅力中国城”，通过央视平台唱响城市名片。产品品牌高端化。长白山国际度假区、吉林万科松花湖旅游度假区和北大壶滑雪度假区被评为中国十佳冰雪旅游度假区；其

中，长白山国际度假区、万科松花湖旅游度假区 2016—2017 年雪季接待人次双双突破 30 万大关，位居全国首位和第二位，也是全国最有可能率先跨入世界级滑雪度假综合体的雪场。节事品牌多元化。传统品牌持续提升影响，吉林国际雾凇冰雪节、查干湖冰雪渔猎文化旅游节和长春冰雪旅游节暨净月潭瓦萨国际滑雪节被评为中国十大最具影响力冰雪旅游节事；新兴品牌崭露头角，“长白山之夏”“长白山之冬”和长白山雪节创意新颖，亮点频现，全面驱旺旅游消费市场。品牌载体集成化。高水平举办第二届“雪博会”，让展馆搬进文化街区，让展台嵌入实体街景，让展会融入民俗体验，成为中国会展史上的一次全新尝试；来自 25 个国家和地区的旅游界千余嘉宾齐聚松花江畔，赏北国风光，品盛世金典，共同见证《中国冰雪旅游发展报告》和中国冰雪旅游风云榜的首发。高起点推出“消夏避暑全民休闲季”，启动“精彩吉林·凉爽夏日”旅游品牌发布会暨长春消夏节；各地、各部门相继举办各具特色的消夏避暑系列活动 149 次，“穿越 22℃的夏天”汽车房车集结赛、“腾讯消夏体验营”、“五客汇吉林”等活动亮点纷呈，有效提升了夏季避暑休闲市场的占有率。

（四）宣传营销更加新颖。旅游让媒体更丰富，媒体让旅

游更精彩。牢固占据央视主阵地，持续在 CCTV-1、CCTV-13《朝闻天下》和 CCTV-1 晚间《新闻联播》前投放形象宣传片；持续扩大广告投放范围，在吉林卫视《新闻联播》前黄金时段、龙嘉机场高速公路以及首都机场 T3 航站楼、北京西站和国家旅游局门前投放广告；主流媒体密集发力，先后 7 次近千人开展“旅游媒体走基层”系列采风活动；特别是黑龙江雪乡事件发生以后，吉林旅游人本着绝不以邻为壑、但也绝不放弃发展良机的原则，12 月以来通过中省直各大主流媒体高水准、高站位、高密度发起宣传攻势，迅速扭转舆论氛围。春节黄金周 7 天，央视多个栏目和平台对吉林冰雪进行了连续报道，长白山滑雪、二道白河小镇、锦江木屋村、二合雪村、万科松花湖纷纷登堂入室，主流媒体的权威性和影响性发挥到了极致。假日期间，全省接待游客和旅游总收入分别增长了 18.26% 和 23.11%，远远高于全国平均水平。持续在人民网、新华网、新浪网等权威网络开展宣传；持续利用脸书、雅虎等新媒体平台开展境外营销；“悠游吉林”头条号和微信公众号分别在全国旅游榜、旅游微信影响力排行榜中名列第 1 和第 5，被多家国内学术机构、科技企业选为新媒体宣传教学和研究案例；新媒体联盟虽然成立不久，现已成为吉林旅游业自主发声的讲吉林

故事、传播吉林声音的重要对外窗口，新媒体的灵活性和创意性得以充分利用。创新让营销更具灵气，营销通过创新更聚人气。以单一成果导向向市场效果导向转化，实现了理念创新。围绕双品牌建设，以“雪博会”和“消夏避暑全民休闲季”为统领，带动全省节事活动蓬勃发展、百花齐放；首创“冰雪令”，促成“诗画浙江”号首航吉林，推动吉浙两省“千万游客互换行动”落到实处，实现经济效益、社会效益双赢。由室内活动向户外活动探索，静态展示向动态展示过渡，实现了内容创新。将消夏活动办在热点景区，让雪博会融入关东街景，通过《聆听》、微电影、舞台剧，吉林旅游“声音入耳、画面入眼、故事入心”。将部门独动发展为全省联动，一省运作过渡为区域合作，省级平台上升为国家级平台，实现了方法创新。以汽车房车穿越集结赛为代表的特色活动，让“旅游+”更广泛；“吉秀浙里”、“城市1+1”活动让吉浙对口合作更着实；“白山黑水”品牌共建让吉黑旅游合作更深入；《中国冰雪旅游发展报告》的权威发布使“中国冰雪旅游盛典”成为了国家品牌。通过树立标准、形成导向，吉林旅游营销脉络更加清晰、更具神韵，个性张扬、与众不同。

（五）综合改革更加深入。省级层面改革全面完成，建立

高层议事协调决策机制，成立了全国第一个由省长担任组长、30多个省直部门为成员的冰雪产业发展领导小组，召开第一次全体（扩大）会议，顶层设计，高位推动，统筹发展；落实省旅发委“三定方案”，增加编制，综合职能大大增强；圆满完成内设机构改革，通过双向选择，做到人岗相适，机关面貌焕然一新。全系统机构改革加快推进，吉林、四平、白山、通化、延边5个市州成立旅发委，敦化、辉南、伊通、抚松4个县市成立旅发局，实现从单一行业管理向综合经济部门转变。旅游监管体制不断创新，抚松、敦化在全省率先推进“1+3”监管模式；延边旅发委、旅游巡回法庭、旅游警察和旅游工商分局同时揭牌；长白山设立旅游警察、景区工商分局和旅游人民调解中心，对维护旅游市场秩序起到了重要支撑作用。改革创新先行区创建取得突破，延边、长春分别入选第一和第二批国家级旅游业改革创新先行区创建名单，延边近期将在全国专题会议上做典型经验介绍。首建旅游经济运行分析工作机制，推动全省旅游数据清晰化、决策科学化、工作精准化。全国第二家国家旅游局数据分中心—长春分中心揭牌，吉林、延边、敦化在旅游大数据建设上先行先试，提升了旅游智慧化水平。省旅发委将兑现承诺采取适当形式给予扶持。

(六) 发展基础更加夯实。重点规划编制完成。《吉林省旅游业发展十三五规划》已由省政府印发实施，各地“十三五”旅游规划全部完成；“白、红、绿”3个专项规划——《冰雪旅游发展总体规划》《红色旅游发展总体规划》和《东部绿色旅游精品带建设规划》通过评审。项目建设加快推进。组织全省22家银行，举办“旅游项目与金融企业对接会”；指导推荐9个项目入选《2017全国优选旅游项目名录》；争取中央预算内资金和国家旅游发展基金8906万元，项目的参与度和话语权进一步提升。首次举办400余人参加的全省旅游项目管理培训班；对万科、凯撒、巴蜀映巷等重点项目上门服务，项目的管理能力和服务水平进一步增强。全省在建旅游项目279个，完成投资320.2亿元。大交通日益完善。旅游航空实现历史性突破，长春机场过夜运力增加4架，增幅为5年来的总和，二基地引进成功在望；国际航线形成全面覆盖东北亚，多点连通东南亚，直飞通航欧洲的低成本旅游空中通道；松原、白城支线机场通航，“一主五辅”机场布局基本形成；全省全年旅客吞吐量同比增长19.62%，龙嘉机场旅客吞吐量突破千万人次。高铁提速，多条高速公路建成通车，畅游吉林的可进入性大幅提高。推进“运游一体化”机制试点，全省新增旅游运输线路10

条，3A级以上景区开通运输线路137条，覆盖率达61.2%，4A级景区开通运输线路94条，覆盖率达48.4%，5A级景区运输线路覆盖率实现100%。**厕所革命再创佳绩。**全省建设旅游厕所376座，超出年初计划的7.4%。在人民网开展的“厕所革命先进奖”评选活动中，省旅发委、敦化市人民政府获“综合推进奖”，路克奔环保设备制造公司获“技术创新奖”，长白山景区获“管理创新奖”，吉林旅游广播获“文明宣传奖”；我省旅游厕所建设持续受到媒体关注，央视新闻联播给予专题报道，并在全国旅游厕所革命工作现场会上做了典型经验介绍。**重点景区提档升级。**长春世界雕塑公园成功晋升5A，我省5A级景区达到6家，成为东北三省一区最多省份；长影世纪城被评为国家工业遗产旅游基地，通化入选首批国家中医药健康旅游示范区创建名单。新增长春凯撒森林温泉、延边安图大关东文化园和长白山野山参园3家4A级景区；持续加大对4A级景区的复核检查和整治力度，摘牌4家、约谈1家、严重警告1家、警告3家、通报批评3家，顺畅了能进能出的景区评审复核机制。**智库作用充分发挥。**在决策咨询上，30多位高层专家30余次参与全省旅游业重大发展战略的研究论证，提升了重要决策和重点规划的科学性；在人才培养上，推动冰雪旅游人才培养基

地落户吉林，为全省乃至全国冰雪旅游人才培养奠定坚实基础；在理论研究上，完成了13项涉及我省旅游发展的重点课题；在审核评估上，完成了国家生态旅游示范区和我省乡村旅游项目星级评定5个批次30多个项目的考察评选工作；在基层服务上，深入21个市县开展“送智下基层”活动，为全省旅游产业发展提供了有力的智力支撑。

（七）市场环境更加优化。**政策吸引力显著增强。**首发“冰雪令”，面向长三角（上海、浙江、江苏）及港澳台地区游客重磅推出吉林旅游历史上创意最新、力度最大、内容最实的优惠政策，浙江游客占比由1.8%上升到3.5%，同比增长近1倍。设立“冰雪英雄榜”，修改《吉林省旅行社扶持资金管理暂行办法》，制定《吉林省省外旅行社扶持资金管理暂行办法》，对组织入境游、边境游和旅游专列等做出突出贡献的旅行社给予资金扶持。**旅游市场秩序全面规范。**实现旅游行业“双随机、一公开”监管全覆盖；建立健全旅游综合协调、案件联合查办等长效机制；制定了“旅游市场综合整治春季行动”工作方案，联合相关部门对影响旅游市场秩序的突出问题重点查处督办；推动建立全省旅游投诉快速受理处理平台，形成“打破壁垒、部门联动、快速分办、及时反馈、有效监督”的工作机制，目

前已完成方案的征求意见阶段，待省政府常务会议通过后实施。**旅游安全管理进一步加强。**邀请知名专家开展安全培训，组织景区承载力预警、宾馆消防和水上救援三个科目的应急演练，提高旅游系统应对和防范旅游突发事件的能力；加强应急值守，开展旅游包车安全、高风险项目安全规范、景区流量控制治理、出境游安全提升四大专项整治行动，组织“两节”和“两会”期间旅游安全专项检查，共检查旅游企业185家，开展冬季旅游市场和安全管理专项督查，为旅游业发展营造了安全有序的市场环境。

（八）行业队伍更加成熟。**政治上更坚定。**吉林旅游人不仅埋头干活，更懂得抬头看路。我们坚决贯彻落实习近平总书记旅游业发展指导思想，“冰天雪地”和“青山绿水”在旅游人的手中变成了实实在在的“金山银山”；我们在经济下行压力不断加大的情况下，迎难而上，成为拉动全省经济增长的生力军；我们在吉林省面临政治、经济、生态、文化的全面检验下，不以物喜，不以己悲，咬定青山不放松，一心一意谋发展。这是吉林旅游人最大的讲政治。**业务上更纯熟。**在实战中练兵，练出了精兵强将，我们的干部从“能战”变成“善战”；开展“学习大讲堂”，提升机关干部专业知识和理论素养；开展导游面

试官系统培训、千人导服技能应用知识培训、旅游项目策划培训、旅游新媒体培训、旅游统计培训和乡村旅游培训，提升了从业人员技能水平；长春净月潭国家森林公园讲解员王月在第三届全国导游大赛总决赛上荣获铜奖，是我省参加历届国家级大赛的最好成绩。**作风上更严谨。**党政联席会议的作用充分发挥，让领导班子的每一个决策都置于党组的监督之下；建立健全59项内控制度，修订《吉林省旅游发展引导资金管理办法》，形成了有效的监管体系；公文运转更通畅，工作程序更规范，政务协调更缜密，后勤保障更到位，按制度管人、照机制办事形成氛围。**干部成长平台更宽广。**在担当中作为，在发展中成长，我们的干部与旅游事业共进步，从战斗员变成了指挥员，从“善战”变成了“善谋”。2名班子成员走上主要领导岗位，1名同志提拔为省管干部，14名委管干部得到晋升提拔，同时开辟了干部向外推荐和交流的渠道和空间。**党的建设更强化。**党组核心作用进一步发挥，“两学一做”学习教育制度化常态化，开展“抗联故地铸党魂”主题党日教学活动，落实“一岗双责”，规范“三会一课”；推进党风廉政建设，全委上下忠诚干净，风清气正，担当有为。在省政府绩效考核中，我委再度被评为一类单位。

过去一年的变化，旅游系统有感触，人民群众有印象，产业地位升起来，冰雪资源热起来，避暑休闲兴起来，重点领域强起来，改革创新动起来，吉林旅游留下了深深的时代烙印。这些变化，得益于省委、省政府的高位推动，省十一次党代会作出将旅游培育成为新的支柱产业的重要战略部署；省委《关于高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜奋力开创新时代吉林全面振兴发展新局面的决定》提出推进冰雪旅游发展的工作要求；省政府工作报告提出把旅游业作为重要增长点。得益于省人大、省政协的助力支持，省人大常委会专题审议全省旅游产业发展情况，省政协提交《率先把旅游业建设成为我省新的支柱产业调研报告》。得益于各部门的通力协作，在综合改革、资金安排、产业融合、项目促进、宣传推广以及重大活动保障等方面，相关部门鼎力相助、通力配合。得益于各地的强力推进，延边、吉林、白山党委主要领导亲自抓旅游，长春、通化等地选派优秀干部做旅游，各地区明确定位、突出特色，采取有效措施发展旅游。得益于旅游系统的团结奋斗，全省旅游人发扬赶超精神、创新精神、务实精神，开拓进取，积极作为，有所作为，提升了吉林旅游影响，展现了吉林旅游气势，改变了吉林旅游格局，在开创旅游产业新天地的道路上

留下了铿锵足迹。在此，我代表省旅发委向给予全省旅游业关心支持并付出辛勤劳动的各级领导、各有关部门、社会各界和工作在旅游战线的同志们致以最诚挚的谢意！

在肯定成绩的同时我们也清醒地看到，当前我省旅游业还存在一些亟待解决的矛盾和问题，最为主要的就是人民日益增长的旅游美好生活需要和不平衡不充分的旅游发展之间的矛盾，集中表现在：产业政策全国首创，但落地执行效果难达预期；产业格局初步奠定，但发展不均衡更加突出；产品体系不断完善，但供需矛盾依然存在；产业融合明显加快，但深度广度有待拓展；产业支撑能力提高，但力度速度有待加强；宣传营销独树一帜，但消费规模增长缓慢；发展氛围空前浓厚，但工作合力尚需强化。最为突出的问题就是旅游增长与市场消费放大不同步，对消费拉动的支撑作用不明显。最直观的表现就是“人留不住、钱花不出”。由于我们的产品聚合度不高，与黑辽两省的差异性不够，加之航空成本较高，多数游客将吉林视为东北旅游的一个节点，一走一过，停留时间短，没有形成目的地效应。同时，由于我们的产品粗放，消费链条短，特别是旅游商品开发不足，全域服务短板明显，游客“有钱无处花”，制约了市场消费。这些问题需要我们在下一步的工作中破解。

二、新时代、新思想、新路径

新时代赋予新使命。党的十九大站在党和国家事业发展的新的历史起点上，作出了“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”的重大论断。作为幸福产业，旅游业是体验“美好生活”的重要组成部分；作为绿色产业，旅游业是感受“美丽中国”的重要途径；作为朝阳产业，旅游业承载着提升人民幸福感获得感的使命担当。**新思想凝聚新动能。**党的十八大以来，习近平总书记对发展旅游业提出了一系列部署要求，明确了旅游业是综合性产业的战略定位，强调了旅游业对发展经济、促进就业、提高人民生活水平、增进人民幸福的综合功能，提出了推动旅游业大发展的战略要求和坚持走全域旅游的发展路径，坚定了旅游为民的宗旨意识和真抓实干、努力解决实际问题的工作作风；树立了坚持绿色、可持续的旅游发展观和坚持交流互鉴的旅游开放合作理念。这是习近平新时代中国特色社会主义思想在旅游领域的具体体现，是我国旅游业发展实践的理论结晶，更是我们做好新时代旅游工作、推动旅游业大发展的指导思想、行动纲领和根本遵循。**新路径开辟新征程。**2015年总书记视察吉林时，要求吉林“走出一条振兴发展新路”。何谓“新”，

就是“质量更高、效益更好、结构更优、优势充分释放”，其中，一个关键问题就是发展动力的转换。旅游业算不算新动能？从19世纪中叶，世界上第一家旅行社诞生，就其发展历史，旅游业是传统的；然而，产业革命以来，随着工业化、全球化和信息化的进程，旅游业始终在继承、在发展、在自我更新，其原动力就是人的需求。中国特色社会主义进入新时代，人民对美好生活的期待日益提高，只要旅游需求不断增长，旅游供给就会不断投入，旅游方式就会不断创新，旅游业就会焕发生机和活力，“朝阳产业”由此而来。在吉林振兴正处于新旧动能转换的关键阶段，旅游就是新动能，旅游就是新兴产业，发展旅游就是经济转型、结构调整的重要路径。在这个问题上，我们既要有清醒的认知，又要有实现旅游担当的责无旁贷。做好今年乃至今后一个时期的旅游工作，必须做到四个“统筹”：

一是要统筹扩大总量与提高质量，发展优质旅游。当前，我国经济发展特征就是由高速增长阶段转向高质量发展阶段，作为世界第一大出境国和世界第四大入境国，发展优质旅游是题中应有之意。吉林是旅游资源大省，但还远远算不上旅游大省，作为后发赶超省份，要实现旅游业的“弯道超车”，既要解决有没有的问题，更要解决好不好的问题，必须要统筹考虑

速度与质量的关系。保持发展定力、做大总量是前提，只有总量上来了，质量才有提升的基础和空间；追求质量、效益优先是核心，要从粗放型发展向集约型发展转变，从资源驱动和低水平要素驱动向创新驱动和高质量服务驱动转变，走内涵式优质旅游发展之路，让吉林的冰雪有温度，吉林的山水有靚度，吉林的文化有厚度，吉林的发展有速度。

二是要统筹挖掘特色元素和完善产业要素，发展全域旅游。旅游的一个基本特征就是“异地性”，这一特性使差异成为旅游的吸引力、使特色成为旅游的生命力。吉林的旅游资源得天独厚，结构性好，差异化强，冰雪资源突出，温泉湿地富集，边境区位优势，历史文化积淀深厚。但是不是“有山、有水、有民俗、有风情”就是特色？显然仅有这些是不够的，而且会导致我们工作指向的宽泛化和模糊化。资源再好，如果只是以资源的形态存在，是形不成生产力的，因此，吉林旅游要进一步提炼特色元素，加速资源转化为产品。有了特色产品，还需要完备的要素配置，重要途径就是深入实施“旅游+”战略，推动旅游与关联产业的深度融合，将公共设施建设和高效服务管理从景点景区延伸至全域，实现产品开发特色化、要素配置全域化，营造共融共建共享氛围，用特色的产品和全域的服务

打造吉林旅游的独特风貌。

三是要统筹创新驱动和遵循产业规律，发展幸福旅游。旅游业发展要做好三篇文章：“老天爷”、“老祖宗”和“老百姓”。

“老天爷”是资源禀赋，“老祖宗”是文化遗产，“老百姓”则是我们产业发展的出发点和落脚点。要做好这三篇文章，创新是手段，需求是方向，幸福是目标。要创新资源的体验方式，打造吉林特色；要创新文化的表现方式，展示吉林底蕴；要创新让老百姓美好生活需求的满足方式，聚八方来客，汇五洲宾朋，感受吉林幸福。我们不仅要知道为什么创新，更要铭记“为了谁”而创新。

四是要统筹环境保护和资源利用，发展绿色旅游。“三大攻坚战”将环境保护摆上了前所未有的高度，对旅游业来讲环境保护既是高压线，也是摇钱树。我们必须坚定地把旅游可持续发展理念贯穿到规划、开发、管理、服务全过程，以环境保护推动旅游发展，以旅游发展促进环境保护。从供给端强化绿色开发与节能减排，从消费端倡导绿色生活方式、引领绿色消费，使旅游成为感受“美丽中国”的重要途径。

三、2018 年全省旅游重点工作

经过 2016 年的“攻坚”、2017 年的“改革”，2018 年我们

要一张蓝图绘到底，通过深化改革持续攻坚，不断提升旅游业对全省经济的支撑能力。全省旅游业发展的总体思路是：高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，以满足人民日益增长的美好生活需求为目标，以改革创新为动力、项目建设为引领、市场需求为导向，持之以恒深入推进供给侧结构性改革，持续优化产品、设施、环境供给，促进产业融合，壮大市场主体，强化人才支撑，激发政策活力，提升发展质量，努力把旅游业率先建设成为我省新的支柱产业。发展目标是：全年力争接待游客达到 2.21 亿人次，同比增长 15%；旅游总收入达到 4208 亿元，同比增长 20%。

（一）持续打造特色产业。

冰雪产业要成为全国的风向标。让吉林冰雪更具体验性。提升产品丰度，培育“白色”产品体系，使旅游体验更丰富；延伸产业链条，补齐要素短板，使旅游体验更舒适；打造精品线路，完善配套服务，使旅游体验更集聚。让吉林冰雪更具权威性。发挥大企业龙头带动作用，筹建中国滑雪场联盟，制定完善滑雪场标准，让吉林标准成为国家标准；力争使雪博会成为《中国冰雪旅游发展报告》和“中国冰雪旅游盛典”的永久发布地，探索“大数据支撑下的重要节事活动”，持续提升雪

博会的影响力和国际性。让吉林冰雪更具开放性。深化产业合作，加快构建“3+X”冰雪产业体系，开发新业态，培育新动能，拓展产业发展空间；加强区域交流，保持两江（浙江、黑龙江）合作热度，提升北京合作温度，深化香港和东南亚合作程度，让“精彩吉林”成为国内、国际旅游合作交流品牌。让吉林冰雪更具参与性。要进一步形成发展共识，统筹解决重大问题，实现部门齐动共同发展；要坚持高位推动、政策驱动、产业联动、营销促动，发挥冰雪办作用，组织拟订冰雪产业重大政策，特别是要协调相关单位共同推进学生滑雪政府购买服务补助等政策落地事宜，推动中小學生上冰雪、冰雪运动进课堂，以青少年上冰雪带动全民上冰雪，形成人人关注冰雪、人人参与冰雪、人人宣传冰雪的社会氛围。让吉林冰雪更具安全性。发展要安全，强化冰雪设施保障，完善设施维护、管理、排查等预防机制，推动运动医学、保险、教育、科技、装备等关联产业发展；市场要安全，在维护冰雪旅游市场秩序上持续发力，以更大力度依法打击违规违法行为，推动建立现代冰雪旅游市场综合监管体系；舆情要安全，密切关注和正确对待网络舆情，发现问题、快速出击、依法处置、及时发布，全力化解旅游网络暴力风险，使网络成为解决矛盾的新渠道、弘扬吉林冰雪旅

游正能量的重要阵地。

避暑休闲要从资源产业变为特色产业。吉林的避暑旅游有一定基础，但多年来主要依靠气候优势。青山绿水到处都有，吉林的特色在哪里？还需要我们综合施策，深耕细耘，持续打造。**产业政策更有含金量。**进一步完善《关于壮大避暑休闲产业的实施意见》，力争在夏季到来之前以省委省政府名义正式出台，强化政策引领产业发展，努力构建“森林避暑、滨水体验、避暑康养、避暑名城、避暑地产、休闲农业、休闲文化”等“七位一体”的避暑休闲核心产业体系。**产业特色更有吸引力。**突出“山水清奇，森林清谧，田园温馨，文化清醇，生活清逸，舌尖清香”，健全“绿色”产品体系，加大生态休闲、健康养老等产品开发力度，打造吉林“凉”夏，让吉林成为夏季旅居胜地。**高端载体更有影响力。**办好第二届消夏避暑全民休闲季；承办2018中国·国际避暑旅游产业峰会；组织开展首届中国·长白山自行车骑行文化周；举办第三届中国（吉林）汽车房车穿越集结赛，由环山、沿江向跨省、跨境延伸。

（二）持续丰富产品供给。**乡村旅游要提升发展水平。**落实“乡村振兴战略”，大力推进农业农村资源与休闲旅游深度融合，丰富乡村旅游业态和产品，打造乡村旅游目的地和精品

线路；拟以省政府名义出台《吉林省乡村旅游发展三年行动指导意见》，召开全省乡村旅游产业推进大会；持续推进“三改”“一整”、后备箱工程和“一村一品”乡村旅游建设专项行动；加快推进《乡村旅游经营单位服务质量等级划分与评定》地方标准修定，组织开展乡村旅游经营单位等级评定；探索成立吉林省旅游协会乡村旅游分会，建立《吉林省发展乡村旅游领军企业名录》；编制《乡村旅游扶贫规划》，开展乡村旅游扶贫人才培训和帮扶行动，进一步提升旅游扶贫工作水平。**红色旅游要突破市场瓶颈。**重启全省红色旅游工作协调小组全体会议，打破地域和行政壁垒，推动红色旅游快速发展；深度挖掘红色元素，弘扬东北抗联、解放战争和抗美援朝精神，培育红色旅游产品，打造省级红色精品线路；在国家教育部和全国红办的大力支持下，持续开展“红色旅游行·大学生筑梦之旅”活动，重点推进吉京合作千名大学生红色旅游吉林行，将抗联精神推向全国。**边境旅游要突出发展重点。**务实推进边境旅游产品开发，启动长春—绥芬河—海参崴—珲春环线跨境自驾游线路，多批次开展中俄自驾游活动，参与车辆、人次同比翻一番；创新开展边境旅游活动，筹办中俄青少年研学游和夏令营活动，组织国际自行车爱好者和赛车手走进接壤国家开展赛事

活动；办好新一届东北亚旅游论坛、东北亚美食节和“望三国、观日出、新年祈福节”，持续发挥我省在东北亚区域合作中的“桥头堡”作用；推动“两区”建设，争取我省重点县市列入全国首批创建名单；推进图们江三角洲国际旅游合作区建设，打造“丝路吉林”旅游版。**工业旅游要打破思维束缚。**吉林是新中国工业文化的摇篮，代表着新中国的先进文化。要通过打造一汽、轨道客车、小卫星等工业旅游产品，带动二产发展，弘扬中国特色社会主义新文化。以突出吉林老工业基地的产业特色和优势，展示吉林制造和吉林智造新水平为主题，举办老工业基地工业旅游发展论坛，加快转变国企传统观念，激发国企参与热情，研究探索后工业化时代吉林省多元旅游发展的新思路；开展全省工业旅游示范点质量等级评定工作，打造工业遗址游、农产品加工游、工业研学游、工业体验观光游，形成工业旅游产品体系。**通航旅游要突破发展现状。**研究起草《吉林省旅游通用航空发展规划》，培育开发空中浏览、水上飞机、高空体验等通航旅游产品。

同时，启动制定《吉林省优质旅游商品公共标识认定标准》，出台《吉林省旅游商品扶持资金管理暂行办法》；探索建立吉林旅游商品研发基地，成立旅游商品分会，指导各地旅

游商品开发和营销工作，形成旅游商品研、产、供、销一体化新格局。

（三）持续提升品牌魅力。深化“温暖相约·冬季到吉林来玩雪”和“清爽吉林·22℃的夏天”双品牌建设，营造“冬玩雪、夏避暑”的市场氛围。媒体宣传强化产业影响力。持续在央视、吉视黄金时段、首都机场T3航站楼、北京西站和国家旅游局门前投放广告，高标准制作“北国风光·吉人吉祥”短视频，进一步加大宣传力度；开展中国旅游总评榜吉林分榜评选、“我和吉林有个约会”旅游攻略征集大赛和“改革开放40周年·变与不变”旅游摄影大赛等活动，进一步提升产品形象；开展“走基层·看巨变”旅游媒体系列采风、“绿水青山新体验”百名旅游大咖吉林行、“五客汇吉林·吉林旅游新体验”大型自媒体采风等活动，进一步拓展旅游市场。营销推广扩大市场占有率。境外重点开展2项自主营销活动，受国家旅游局委托，牵头组织好黑龙江、辽宁、内蒙古、新疆等冰雪省份赴香港开展冰雪城市推广活动，赴泰国等东南亚国家开展吉林冰雪旅游推广活动，扩大入境游市场份额。域外重点面向京津冀和长三角两地，深化区域合作，策划组织“百家旅企走浙江”，夯实吉浙“千万游客互换行动”；推动吉京两地开展“1+4+X”区域

旅游合作计划，开展“京彩汇吉林”系列活动，设立“吉林冰雪走廊”，达成“汇客、汇资、汇智、汇焦”工作目标。

（四）持续夯实发展基础。**坚持高水平规划。**编制《吉林省自驾车旅居车旅游营地总体规划》，严格按照新修订的《旅游规划设计单位等级评定管理办法》以及国家标准开展等级评定工作，规范我省旅游规划设计队伍。**坚持高标准建设。**重点打造长吉图休闲度假、鸭绿江边境风情、南部文化康养和草原湿地生态四条精品旅游带，进一步完善沿线服务设施、游客集散中心等基础设施；推进“运游结合”和“便民交通”工程，拟与省交通厅联合印发《关于促进交通运输与旅游融合发展2018年实施方案》，进一步完善3A级及以上旅游景区和4A级及以上乡村旅游经营单位的道路标识，提升基础设施配套水平。**坚持推进厕所革命新三年行动计划。**重点在管建结合上做好文章，推动管理方式创新，鼓励以商养厕，实施动态监管；工作重点由景区向乡村推进，力争打造2—3个集中连片乡村旅游厕所改造样板。全年完成旅游厕所建设525座。**坚持提升景区质量。**积极推动大安嫩江湾国家湿地公园通过国家5A级景区创建景观质量评审；修订《吉林省4A级旅游景区质量等级管理办法》；衔接A级旅游景区新标准，研究制定具有我省特点的

旅游景区建设指南。通过制度、标准、技术、数据的支撑，优化景区管理；加强景区标识、厕所、游客中心等基础设施建设，全面提升设施供给能力。**坚持推进全域旅游示范区创建。**争创全域旅游示范省，带动全域旅游创建工作再上新台阶。国家旅游局即将出台《全域旅游示范区验收标准》并开展首批示范区验收，省旅发委将有针对性地开展指导和培训，对创建成果突出的地区进行集中宣传和展示，形成创建样板，择优储备一批创建单位优先推荐，对验收合格、进入首批全域旅游示范区名单的地区，将兑现“8项支持措施”。各地要建立适应本地区全域旅游发展的体制机制、政策措施、产业体系等，提升创建水平，做好验收准备。**坚持推动旅游航空发展。**采取多元引进方式，突破运力增长瓶颈，加快第二基地引进步伐；创新扶持奖励模式，突破包机发展局限，兑现“冰雪令”奖励政策，继续实施“千架包机计划”；服务旅游市场需求，突破航线资源障碍，开拓国内外航线，设计“经长飞”省内航线，提高网络覆盖能力。

（五）持续推动改革创新。**深化旅游综合改革**，继续支持和鼓励各市州和重点县市比照省旅发委的职能设置和架构安排，组建成立地级旅发委和县市旅发局，切实发挥综合协调和

宏观指导作用；继续推进“1+3+X”旅游管理体制创新，加速形成现代治理体系；加快推进旅游协会改革，完成协会换届，实现人员、机构、办公场所、职能和党建“五脱离”，并将旅游景区分会转变为一级协会，提升引导景区发展能力；进一步指导推动长春、延边国家级旅游业改革创新先行区创建工作，完成年度任务清单。**推动工作机制创新。**在产业促进机制上，要充分发挥冰雪产业领导小组作用，提升综合协调能力，形成省政府统筹、旅发委牵头、多部门合作的工作格局；在项目推进机制上，建立项目联席会议，加大相关部门协调力度，让旅游项目在立项、规划、征地报批、环境、水土、林地等各项手续办理过程中，做到多亮“绿灯”少开“红灯”，简化办事程序，提高办事效率，为重点旅游项目建设提供优质、高效的服务；搭建投融资平台，协调银行系统定期或不定期组织对接会，为旅游投资企业解决融资难问题；优化服务环境，积极主动为重点旅游项目搞好协调服务，不仅要在人力、财力、物力上予以支持，还要主动协调各方关系，化解各种矛盾，从旅游系统内消除“投资不过山海关”的负面影响；加大招商力度，依托第三方策划包装20个市场前景好、示范引领和带动作用强的旅游项目，在省级大型活动中与旅游商品、航空信息集中对外

发布，提升招商引资成效。全省全年计划建设旅游项目 240 个，完成投资 334.5 亿元。在统计运行机制上，要不断深化旅游统计的基础作用，强化旅游分析能力，高标准编制《冰雪旅游调查分析报告》和《避暑休闲旅游调查分析报告》，进一步推进旅游经济运行分析工作机制常态化、科学化、精准化。**加大旅游创意开发。**回顾吉林旅游的发展历程，我们今天能够在部分领域保持全国领先地位，始于创新，源于创意；要进一步拓展产业空间，必须提升创意水平，实现吉林旅游从汇资到汇才汇智的转变。要在产品开发上有创意，突出特色性、差异性、体验性，激发全社会的参与热情，开发一批吉林独有、特色鲜明的旅游产品；要在市场营销上有创意，突出创新性、娱乐性、互动性，让品牌展会与高端活动同向发力，让每一个营销环节都给人留下深刻印象；要在宣传推广上有创意，突出观赏性、艺术性、高端性，无论是主流媒体还是新媒体，让吉林旅游的每一次展示都成为经典，让吉林旅游的每一句口号都易于传扬。

（六）持续优化市场环境。一是**培育壮大旅游市场主体**，实施“冰雪英雄榜”计划，研究制定支持旅游产业发展的系列扶持政策和奖励措施，扶持奖励旅行社、旅游航空、乡村旅游、

旅游商品等市场主体提升竞争力，激活旅游市场，繁荣旅游经济，释放空间潜力。二是推进政风行风建设，完善旅游政务服务“一张网”，抓好软环境建设，加强权力运行的监督和制约，构建旅游新型政商关系，营造良好的政务环境。三是开展“诚信回家”活动，惩戒旅游失信行为、建立旅游不文明行为记录，培育企业诚信经营、导游诚信服务的诚信文化，建设旅游诚信体系。四是强化旅游市场监管，完善旅游投诉快速受理处理工作机制；开展旅游市场综合整治行动，联合相关部门开展明查暗访，重点打击“黑社”、“黑导”、“黑车”、“黑店”及虚假广告宣传、诱导旅游消费、从事不正当竞争等涉旅违法违规行为。五是加强旅游安全管理，召开全省旅游安全工作会议，组织安全培训与应急演练，加强安全督导检查，开展旅游安全专项整治行动；强化应急值守和舆情监管，指导全行业及时应对突发事件，实现市场监管、安全监管、诚信监管全覆盖。

（七）持续加强队伍建设。随着旅游产业的发展和产业地位的提升，旅游从一个边缘化部门走上了经济主战场，对旅游工作的评判、对旅游人的衡量，也从没标准到有标准、进而到现在的高标准，我们必须更加自觉、加倍努力。要不断提升队伍素质。依托国家冰雪旅游人才培养基地，充分发挥旅游专家

咨询委员会作用，举办全国冰雪导游员、滑雪教练员和全省滑雪场经营人员、A级景区管理人员等培训班，全年拟培训2000人次；组织实施小语种导游培训扶持计划，开展旅游行政管理人員创新思维培训、优秀教师援疆送教下基层培训、红色旅游导游员讲解员培训和旅游新闻宣传推广、增强生态环保和文明意识等培训，提升行业人员综合素质和能力。**要更加注重人才引进。**采取遴选方式，面向社会选拔引进文字综合、宣传、执法等方面人才，壮大干部队伍，补充新鲜血液，形成识才、爱才、用才、聚才的浓厚氛围。**要持续加强党的建设。**深入学习贯彻党的十九大精神，推进“两学一做”学习教育制度化常态化，开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，持续开展“机关干部大讲堂”活动，加强党风廉政建设，筑牢廉政风险防线，为全省旅游业发展提供坚强的组织保障。

同志们，迈进新时代，我们豪情满怀；开启新征程，我们无限憧憬。让我们在省委、省政府的正确领导下，牢记使命，砥砺前行，久久为功，在吉林振兴发展中实现旅游担当，在幸福美好吉林建设中展现旅游作为，不断迈向中国生态旅游大省、冰雪旅游强省、避暑休闲名省和边境旅游示范省的宏伟目标！

丰富旅游供给 提升旅游品质

不断满足人民美好生活的新期待

吉林省旅游咨询委员会 贺柏平

党的十九大带领中国进入新时代，新时代赋予新使命，新使命开启旅游业新征程。改革创新一直伴随中国旅游业走过近40年。在供给侧改革的大背景下，着力解决人民对美好生活的向往所带来的旅游消费升级与旅游供给侧不平衡不充分的矛盾，这是适应和引领经济发展新常态的战略抉择，也是贯彻十九大精神、推进旅游强国战略的紧迫任务，更是建设美丽中国、满足人民日益增长的美好生活需要的“旅游担当”。

一、旅游业供给侧改革，带动升级其时已至，其势已成

随着旅游大众化、全域化时代的到来，如何看待旅游业的供给侧改革，却存在误区：认为旅游市场是“需大于供”，不需要供给侧结构性改革。事实上，旅游是中国与需求升级契合度最高的产业，只要需求不断升级，旅游供给就要不断创新。从我省实际情况看，有效供给不足与供需错配同时并存，急需通过改革，减少无效供给、扩大有效供给、加强优质供给。因此，推进旅游业供给侧结构性改革势在必行。

（一）旅游领跑中国幸福产业和世界旅游产业正当其时。我们注意到，旅游，一次次被高规格定位。国务院总理李克强在2016年夏季达沃斯论坛致辞中明确指出：旅游、文化、体育、健康、养老“五大幸福产业”快速发展，既拉动了消费增长，也促进了消费升级。在首届世界旅游发展大会上，总理又指出：旅游由少数人的奢侈消费变成普通百姓的必需消费，旅游业是中国培育发展新动能的生力军。党的十九大又做出新部署：建设美丽中国，通过民生改善，使人民的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。这对旅游业更好地满足人民日益增长对美好生活的新期待赋予了更多内涵和重要使命。

旅游带来幸福感。有调查显示，世界上所有的消费形态中，旅游是最体现人们生活心态的，也是幸福感最强的。如今，旅游是中国人度假休闲的首选，是获得幸福感最重要的途径之一。旅游作为五大幸福产业之首，其发展速度和产业规模，足以令人们对旅游业充满信心。通过实施“旅游+”战略，大力发展文化旅游、体育旅游、健康旅游、养老养生游，构建旅游产业新体系，极大提升了旅游需求要素供给的质量和数量，全面构筑和夯实了幸福产业的基石。

中国用30多年时间，走过了发达国家的100多年才走完

的旅游发展之路。2016年，世界旅游联盟在我国正式成立，标志着中国旅游走向了国际舞台。我们看到，中国旅游业正领跑世界旅游产业发展，旅游已经成为世界第一大产业。自上世纪90年代开始，国际旅游收入在世界出口收入中所占比重达到8.2%，超过石油收入的6.5倍，汽车的5.6倍。这是因为旅游经济符合世界经济的发展，它的成长性好、带动性强。

世界旅游组织数据显示，自2012年起，中国已连续多年成为世界第一大出境旅游消费国，对全球旅游收入的贡献年均超过13%。2016年国内旅游人数达到了44.4亿人次，收入达到3.94万亿元，分别增长11%和15%；入境旅游人数达到1.38亿人，实现国际旅游收入1200亿美元，增长3.5%和5.6%；中国公民出境人数达到1.22亿人，旅游花费1098亿元，增长了4.3%和5.1%；全年实现旅游收入4.69万亿元，增长13.6%，对GDP综合贡献超过10.8%。中国已经成为世界第一大出境旅游客源国，全球第四大入境旅游接待国，形成了全球范围内最大的旅游市场。

世界旅游组织统计，旅游收入1元钱，可带动相关产业增加4.3元。中国正进入“大众旅游”时代，旅游业与110多个行业相关、融合发展，对餐饮、住宿、民航、铁路客运业的

贡献率都超过 80%，对房地产拉动超过 20%，可谓“一业兴，百业旺”。旅游业是大众创业、万众创新的大舞台。发达国家学者研究表明，旅游从业者每增加 1 人，就会增加 4.2 个旅游就业机会。2016 年，中国旅游业直接就业人数近 2813 万人，加上间接就业总计吸纳 8000 万人就业，约占全国就业总数的 19.26%。

世界旅游组织秘书长塔勒布·瑞法依表示，中国目前所展现的旅游消费能力仅仅是其潜能一小部分，中国市场仍然具有巨大增长潜力。旅游业成为拉动消费、投资、进出口三驾马车的重要引擎，是推动中国供给侧改革的新增长点。自 2014 年起，中国城乡居民的旅游消费增速连续高于全国 GDP 增速，其中，2015 年旅游消费的总额突破 3 万亿，占社会消费品零售总额的 12%。同时，供给侧改革对旅游供给也提出了新要求，拓展发展空间，培育新的增长点，促进旅游消费不断升级。

（二）旅游供给侧结构性改革势在必行。当下旅游业已经成为解决新时代社会主要矛盾的主战场、主力军和新动力。从我省旅游业发展的实际看，人民日益增长的美好生活需要与旅游产业发展不平衡之间的矛盾、多元化的消费需求与供给不足之间的矛盾、产业规模迅速壮大与管理服务水平不高之间的矛

盾进一步凸显。概括说就是总量不大、结构不优、质量不高。

一是**旅游供需不匹配**。作为全国旅游资源大省，却是旅游产品小省、旅游品牌弱省；市场需求旺盛，但旅游产品号召力和吸引力不强。

二是**市场发育不壮大**。旅游综合开发不够，产品结构单一，质量不高，特色不鲜明；企业主体小、散、弱、差，缺少龙头和骨干。

三是**区域发展不均衡**。全省区域结构严重失衡，长春、吉林、延边及长白山地区旅游经济占到全省的80%以上。

目前，我省旅游供给的质量和效益还不高。经过综合调研，我们了解到，障碍我省旅游有效供给的关键性制约因素有“八大痛点”：即结构不优的调整之痛，资源分散的管理之痛，条块分割的体制之痛，供给不足的产品之痛，旅大于游的成本之痛，旅游乱象的市场之痛，欺客宰客的消费之痛，服务不优的品质之痛。具体来说，A级景区虽然超过200多家，但真正达标的不到1/3；上千家旅游企业中，营业额过亿元的少之又少；各类旅游产品同质化、低质化现象严重，有效供给依然不足、供需错配依然存在。因此，推进旅游业供给侧结构性改革正当其时。

（三）旅游人才供给与旅游经济腾飞不相适应。旅游教育

关乎产业经济走势，关乎中国旅游业的未来。教育对经济具有制约作用，旅游教育的缺失必将阻碍新时代旅游经济的可持续发展。中国旅游教育最大问题：“大而不强”！全国 2000 多所高校，1000 多所学院，8000 多个系，不能不说中国旅游教育在全世界投入最大。目前，我省旅游业专业型、复合型人才缺乏，职业经理人队伍尚未建立，旅游教育人才供给不足，急需一线专业人才，导致我省旅游产业发展后劲和智力支撑弱化。

为什么旅游教育与旅游经济要互相适应？首先，从学科上认识，将旅游教育学科设定为工商管理一级学科下属的二级学科，这严重影响了旅游学科专业的发展，难以纳入国家的双一流的发展支持计划，难以申报国家级的重点学科、国家级人文科研基地。第二，从地位上认识，目前国内旅游学科的专业教学中高层次人才严重短缺，在国家高级人才、领军人才这些学术地位当中，据我所知，全国旅游界尚无院士，长江学者仅有一名，而我省长白山学者已达到 93 人。第三，从数量上认识，虽然旅游高等教育已获得较大的进步，已有 526 所院校开设了本科的学业，300 多所院校开设了硕士和博士的招生，还有 1600 余所院校开办了高职专业。但是，这与日益繁荣和旅游产业的发展严重不匹配。最明显的是，目前旅游专业在校的学生仅有

40多万人，每年只能提供10万左右的毕业生。所以，现在旅游院校学生包括职高学生是最好就业的，还没毕业大部分就被旅游集团、旅游公司和一些旅游专业等单位认领了。那么，看看我省旅游职业教育现状，旅游院校31所（高职21所、中职10所）。但专业结构不合理，全省共14个旅游专业中，旅游管理与酒店管理有4.7万人，占82.3%，而历史文化旅游、休闲旅游、英语导游、邮轮服务与管理、旅游传媒、新业态、新岗位等专业招生不足1000人。因此，人才严重短缺已经成为旅游同业的首要风险。全国旅游企业大体有近1万家，旅游景区不低于4万家，加上各类小镇、农业综合体，还有生态示范区、国家度假区，超过5万多个单位；旅行社3万多家，导游100万。这么庞大的一个经济体和旅游教育能够提供的人才，足可见它的紧迫性和巨大的供求矛盾。

二、旅游业实现转型升级，关键在产品提升，人才供给

新时代下，旅游已经从小众旅游向大众旅游转变，从观光旅游向幸福旅游和度假休闲旅游进行转变。在这种大背景下，人从哪里来，业往哪里去，质往哪里提升，是旅游业供给侧改革迫在眉睫的大课题。优化供给结构、改善供给质量、提升供给效率，已经成为我省旅游业转型发展的关键所在，也是产业

升级的希望所在。

（一）知大势、观天下、做自己，才能立于不败之地。

中国在强大，旅游在发展。今天的旅游业已经成为能够拉动产业、扩大投资、促进消费的经济型产业，成为能够提升收入、拉动就业、幸福民生的综合型产业，成为能够降低消耗、美化环境、集约发展的生态型产业，成为能够传承文化、创意创新、重塑价值的文化型产业。可以说，旅游业的发展是与经济繁荣、美丽中国、生态文明、文化强国战略都密不可分。进入“十三五”时期，我国旅游业发展战略有两个基本内涵：一利用全域资源发展旅游，二通过旅游促进全域发展，必将呈现“三大”发展趋势。

趋势一：“三渠道”——成为中国旅游业发展的必由之路。当前旅游业已经渗透到相关产业的各个领域，逐步脱离了过去靠资源靠环境发展的传统模式，形象地说由过去的“二老”加“人造”即吃老天爷饭，吃老祖宗饭及“人造景观”，已经向从产业的维度、市场的需求、要素的整合“三渠道”方向转变，这已成为当下旅游开发的潮流和趋势。

趋势二：文化——成为中国旅游业的核心竞争力。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。旅游就是文化进行时，旅游

就是文化审美全过程。文化是旅游景区、产品、城市、目的地核心竞争力所在。世界联合国教科文组织数据显示，世界文化遗产远远高于世界自然遗产。房地产等许多战略投资转向文旅产业。

趋势三：乡村——中国旅游业最活跃板块和新的增长极。

在经济发展的初级阶段是农村人进城市，我们经历了农民工浩浩荡荡进城，在现代社会发展的中期阶段，促进城乡互动的这样一个时期，未来一定会是城市人走向农村，走向生态区，走向度假区，走向人民群众对美好生活的追逐和向往，落脚在更加适宜生存的地方。专家预测未来 30 年，乡村将成为中国的奢侈品。预计有 20%、约 6000 万的中产阶级涌向农村消费。太多的空心村、空巢村将成为都市人、白领、高知阶层改变生活环境和状态的时尚和追求，从而实现“我想在乡村有个家”的梦想。

这些新趋势，为旅游供给侧改革提出了目标、明确了方向。

（二）不断丰富旅游供给，成为推动产业结构升级的新动能。

旅游是中国八大万亿产业之一，已经成为社会的投资热点，是驱动性、带动性、综合性产业。旅游供给侧改革是要通

过“产业升级”解决旅游产业结构、产品结构与旅游需求结构不匹配的问题，改变过去传统的、单一的、粗放的发展模式，推动旅游业从传统服务业向现代服务业转变，从资源依赖向全域旅游转变，从线路式旅游向基地巡游转变，从景区景点游向社区、度假区旅游转变，形成旅游业发展“吉林模式”。

在产业诸多要素中，产品是旅游业发展的核心要素和竞争力。当前我国旅游业正处于全民大众化、经常性、高频次出游阶段，中国的旅游市场形成这样一个市场规律，女人带男人、老年人带年轻人、年轻人和年轻人结伴而行。怎样为50后60后提供休闲度假的产品，为80后90后提供科幻梦幻现代与未来的产品，怎样为当地人提供地域性的产品，怎样为远程的人提供辐射性的产品？这就需要我们理念再创新，资源再转化，产品再组合，文化再赋予，体验再深化。从我省看，丰富产品供给成为重中之重。

一是冰雪旅游要有新崛起。吉林的冰雪旅游已经引领全国冰雪产业，走在了冰雪大省黑龙江的前面，实现了白雪换白银，当你走进吉林市的神农庄园“雪博会”现场体验时，这种感受会异常强烈，概括就两字“震撼”。构建冰雪旅游产业和产品体系，持续打造“雪博会”、“冬季到吉林来玩雪”、“当浪花爱

上雪花”等形象品牌，吉林市要全力建成“中国雪城”，长白山要打造国际高端冰雪旅游休闲度假目的地。二是避暑休闲旅游要有新突破。针对避暑、避霾、避寒和养身、养生、养心市场需求，开发“三避三养”度假休闲产品，高起点制定出台《关于壮大避暑休闲产业的实施意见》，引领全国避暑休闲旅游产业发展。三是边境旅游要有新亮点。丰富边境游产品，一会张总专题研讨打造“一带一路”背景下的东北亚国际旅游新合作，不久将开发中俄朝三国铁路旅游。四是乡村旅游要有新提升。要围绕转变发展路径、方式、模式、布局以及投资主体、消费群体和消费方式、品牌建设、服务管理、营销方式、环境造势等方面进行提升，从精准扶贫需要出发，引导农民掌握从餐饮、住宿、游乐、体验到产业、服务、加工、康乐休闲、手工制作、集体活动的十种赚钱盈利方式。五是红色旅游要有新挖掘。高标准编制《吉林省红色旅游发展总体规划》，深入挖掘以东北抗联、抗美援朝、林海雪原为主题的红色旅游元素，整合培育红色旅游产品。六是文化旅游要有新发展。建设一批应用文化元素经营的精品景区、主题公园；推广一批具有地方特色的餐厅和主题酒店；推出一批艺术水准高、市场潜力大的旅游演艺节目；扶持一批群众参与性强、传统气息浓的文化旅游活动；

开发一批土特产、食品（保健品）为代表旅游商品、纪念品，建立吉林特色研发基地，推动旅游零售业发展；支持一批地方品牌旅游企业做大做强，提升旅游核心竞争力。

（三）旅游教育成为产业的智力支撑，人才培养的奠基石。

“人才”是旅游业发展的当务之急。中国旅游教育经历了实践倒逼，正处在上升阶段。要想不断增强旅游人才的竞争力，必须牢牢把握新时期新目标和旅游经济发展的大势，进一步加强旅游人才培养和旅游文化建设，促进旅游教育与旅游经济的深度融合。

第一，人才供给是新时代旅游业首要任务。旅游作业后工业化时代的产物，称之为工业革命的 4.0 时代。工业革命的关键是人才，是人才洼地、是人才管理、是人性的激发，这个以人为核心的主题，贯彻到工业革命。我认为，企业的核心仍然是人，忽视了人，工业几点零最后都是零。作为旅游这样一个人文关怀型产业，人的核心作用更加突出。以人为本是大势所在，要素配置、业态组合、产品落地必须靠人才生成，需要人力资源去做保障，这一点我们要向华为学习，他们率先提出“以奋斗者为本”企业文化理念。《旅游法》已经颁布 5 年多了，

问题仍然很多，说明我们仍在低质低效。在没有人才供给，没有人力保障的背景下，艰难前行，这既是旅游经济发展的首要风险，更是首要任务。

第二，加大复合应用型人才培养。旅游人才的培养包括正规和非规途径，对通识型旅游人才主要通过非正规途径潜移默化影响，对旅游专业人才则主要通过正规途径进行。截止 2016 年，我国共有 604 所高等院校招收旅游管理类本科专业，864 所院校招收高职高专类旅游管理专业，924 家中职院校招收旅游管理专业。近年来，旅游教育的中专层面在萎缩，研究生层面则增长迅速，体现了旅游产业发展对旅游人才能力和知识体系的要求越来越高。自 2011 年，部分高校增加了 MTA 旅游管理专业硕士培养。旨在培养兼具领导力、执行力和创新力的复合应用型人才，能够更有效地满足旅游行业对高层次人才的需求。

第三，加快旅游教育体制改革。党的十九大确立建设教育强国目标。为此，要改革旅游教育体系结构严重不合理的问题。旅游教育人才培养，十年二十年后我们的学生在做什么？值得深思和探索。旅游业已经进入大数据和新技术时代，人工智能带来挑战，“用昨天的知识，教今天的学生，去面对明天的问

题”，我们的教学方式、师资队伍还不适应中国旅游教育快速发展的需求。中等职业学校及大专院校要特别重视实践教学，重点为旅行社、饭店及景区培养技术专业型人才；本科院校以理论教学为主、实践教学为辅，为旅游集团和企业培养经营管理人才；旅游硕士博士教育，主要为旅游策划规划部门、教学科研单位，培养复合型高级人才。我省旅游院校也需要优化人才培养层次结构，积极发展研究生教育；努力扩大本科生教育；加强高职高专人才培养；开设旅游日语、韩语、俄语等专业，向全国输送人才。总之，按照市场需求、分层次教育，最终是要增加扩大招生，科学设计专业，为企业输送人才。

三、满足人民美好生活需要，取决于服务提升，品质保障

旅游创造美丽环境，品质满足美好生活。在全域旅游时代背景下，旅游已经成为广大城乡居民非常普遍的消费选项，成为人民对美好生活向往的重要组成部分，而且旅游能最好地满足人们追求更高层次的精神享受和服务体验。因为游业的发展本身就是一个绘制美丽的过程，为人们创造出美丽的环境，是世界公认的人与自然和谐共生的绿色产业。

随着旅游产业的升级，休闲度假已经成为主导方向，现在国内旅游散客超 90%，出境旅游散客比例超 70%。与此同时，

旅游需求多元化、个性化特征更加突出，游客突破原有旅游线路的限制，更广泛地进入目的地居民的公共生活空间。根据中国旅游研究院对吉林省游客满意度调查结果，需要吉林省高度重视游客反映的几个突出问题：改善环境卫生和服务卫生、增加景区数量和提升景区质量、改善游客交通服务、加强客流管理和服务态度以及降低旅游价格等。这就要求我们必须提供更为完善高效的公共服务体系和更具诚信度和满意度的保障体系。

一是创意驱动旅游创新。旅游是创意产业，创新来源于创意，创意是活的创新。创意让旅游更丰富，科技让旅游更精彩，融合让旅游更广阔。好的创意，能够创新产品和服务内容，“博人眼球、让人注目、令人叫绝、教人赞叹、引人入胜”，可以激发和调动广大游客“猎奇心态、享受心理、礼遇心情”，实现“好山好水好心情”，做到“出奇、出彩、出色、出体验、出一种全新的享受”！可以说，好的创意产品，优质的服务配套，就会给人们一个热爱旅游的理由，给一个想走就走的冲动，给一个留在这里的徘徊，给一个下次再来的期盼。相信，随着旅游与文创、旅游与互联网、旅游与大数据乃至人工智能的相互促进，就会不断催生出新的产品和服务，改善供给质量，调动

内需潜力。

二是用诚信打造企业品牌。诚信和品质是旅游业提升发展之基。对服务文化华为总裁任正非说了一段精辟而深刻的话：

“华为文化的特征就是服务文化，谁为谁服务的问题一定要解决。具体来讲，下一道工序就是用户，就是您的上帝。您必须认真对待每一道工序和每一个用户。任何时间、任何地点，华为都意味着高品质，希望您时刻牢记”。华为走到今天，就是靠着对客户需求给予宗教般的信仰和敬畏，坚持把对客户的诚信做到极致。旅游靠忽悠发展的历史已经结束，旅游产品“三分景七分吹”的年代不会重来，那是阶段性的一个特征。旅游的初级产品，低质服务的日子也走到了尽头，一去不复返。只有诚信度才能赢来满意度。美国一家饮料公司做了“喝饮料，让你长出一双天使的翅膀”广告，被告上法庭判罚3000万美金，理由是饮料喝了但没长出翅膀！国内一家企业为瓜子做了“让你吃出瓜子脸”广告，我很担心他被告，因为嗑多少还是“大饼子脸”。

三是让服务细节决定一切。世界最好酒店——泰国东方大饭店，以做服务细节享誉全球，可以记住客人喜好、生活习性包括生日等种种细节；我国三亚的丽思卡尔顿酒店，专设“天

使丽人”岗位为客人制造浪漫，提供私人定制的特殊服务；我省长白山景区创新“两个8分钟”服务标准，游客有困难，做到8分钟内赶到现场处置，旅游厕所8分钟保洁，游客好评如潮；吉林市一家乌拉火锅店很地道，居然做到了“汤无沫、碳无灰、肉无水”，誉满全城。

四是让用心做事成为自觉。德国人、日本人做事讲程序、重质量，一丝不苟，不用监督，完全靠自觉。西安周边的袁家村农民加工油泼辣子，内心很朴实，如果质量不好，就会遭报应的，老天会惩罚你的。我省长春文化国际旅行社视质量为生命，一年夏天接团去长白山，快到时大巴车空调突然坏了，按理说，向游客解释清楚就可以了，但他们从长春另租台大巴把游客送到目的地，赢得了游客的满意度。同样，游客也需要自我约束，从12月8日起，进入帕劳都必须在护照上签署《帕劳誓言》才可入境，违者面临百万美金罚款。

五是培育和打造工匠精神。精品不是奢华，而是效率、个性、便捷、舒适和文化。瑞士拉绍德封镇通过生产加工手表，培养出一代又一代的“工匠”，他们心中有“人在做、神在看”的神圣理念，质量要求很自觉，因为是做给神看。我国长征五号点焊工艺，让我们知道现代社会、科技时代仍然需要培养更

多的“大国工匠”。没有好的职业学校，就不能有精工小镇，也不能培养出“大国工匠”。精品出于严谨，旅游必须追求品质，努力打造更多的精品景区、精品酒店、精品娱乐、精品设施和精品服务。我省敦化六鼎山为做好景区细节，上房揭瓦，精益求精，硬是做出了东北人5A级的文化旅游精品。九台庙香山滑雪场创造出精品化开发、精致化建设、精细化管理的“三精”企业发展模式。集安、敦化、二道白河创建国家级全域旅游示范区，精心培育和打造出旅游目的地“十二色”：即看有绝色、玩有喜色，住有暖色、吃有绿色，买有特色、疗有起色，行有个色、说有亮色，学有真色、拜有灵色，享有本色、记有颜色。得到了旅游届权威魏小安的极高评价和肯定。

六是坚持专业人干专业事。旅游发展必然强调专业人才的作用。专家的作用是政府和企业不能替代的。他们直接作用于旅游业的核心要素，包括旅游产业规划人才、产业管理人才及旅游服务的直接提供者。这部分人在拥有旅游发展思想之余还必须兼备旅游业相关专业技能。

七是以企业文化铸就优秀团队。市场是企业的镜子，员工是经理的影子。打造“狼”性团队，成为越来越多企业建设目标。要注重狼性文化中的人性化管理：一个好的企业不仅仅应

该具备好的制度，还要注重人文情怀，要具备足够的人情味，才能培养员工的忠诚度和归属感。蜜蜂是世界上最勤劳且组织性、团队性最好的动物之一，尽管一只蜜蜂的力量往往可以忽略不计，但不计其数的蜜蜂一旦形成一个群体，就可以完成很多令人感到匪夷所思的工作。所以，一个好的团队应该像狼群、蜜蜂一样分工协作，要建立其超强的群体意识，培养团队行动的企业文化。实践表明，好的企业像一个家庭—和睦共处，互帮互助；像一所军队—纪律严明，作风硬朗；像一所学校—终身学习，永不毕业。好的员工要具有忠诚、执行、创新能力和素质！具体说就是岗位能操作，市场会营销；心中有谋划，善于做计划；对内能配合，对外会协调。

各位领导、各位专家，今天选择了旅游，就等于选择了未来。供给侧改革，需求侧管理，已经成为时代的主题。这一改革的浪潮，就如同长白山天池一样，时刻涌流，从未冻结，从未干涸，从未静止。感谢有这么多的业者和学者，一直执着坚守，从未放弃供给侧改革和旅游教育人才培养，这也正是我们当代旅游人身上的责任与担当！

以上是个人观点，不当之处，请批评指正！谢谢！