关于构建三峡旅游“三通”体系的建议

# 一、重庆旅游业发展升级版的核心：三峡旅游升级版

三峡，是长江母亲河最华彩的乐章。三峡，是中国最早向世界推荐的两条黄金旅游线之一，是我国首批推向世界的风景名胜，国家曾主打的三张旅游牌之一，雄伟壮丽的峡谷风光、悠久厚重的三峡文化，引无数文人墨客英雄尽折腰。

三峡，是中国旅游的一张名片，更是重庆旅游的一张“王牌”，是重庆重点打造的大三峡黄金旅游目的地、大都市国际旅游目的地和大武陵精品旅游目的地等三大区域特色旅游目的地之一。

2018年5月16日，在全市旅游发展大会上，市委书记陈敏尔提出，全力打造重庆旅游业发展“升级版”，并提出打好5张“旅游牌”的具体措施，“三峡牌”排在首位，彰显其重要性和核心地位。可以说，三峡旅游是重庆重点打造的国际旅游目的地和黄金品牌，即打造重庆旅游业发展“升级版”的核心就是打造三峡旅游“升级版”。

当前三峡旅游依然存在系列问题，如交通不畅、景区间关联度不足、地区间旅游合作深度不够、整体品牌效应不强等。因此，打造三峡旅游升级版的重点是：通过交通基础设施完善、城市间景区间合作机制的创新，加强三峡区域旅游合作。

# 二、三峡区域旅游的合作障碍

## （一）区域旅游交通衔接不畅

三峡旅游交通“景区最后一公里”问题依然突出，县城到县城、县城到景区、景区到景区交通不畅。另外陆上交通与水路交通没有有效衔接，购了游船票的游客只能乘坐游船，上岸后需重新购买陆上交通票，增加游客无效旅游时间。游客购买一艘游船票只能乘坐这艘游船，上岸后仍需按规定下船时间上船，不能自由安排岸上旅游时间，影响三峡深度游和游客体验。

## （二）码头功能单一，设施简陋

目前，沿江码头以交通、游客集散功能为主，主要满足游轮或游船停靠、陆上停车、游客集散等需求。有些码头配套设施简陋，舶位少，购物、如厕等问题。而且各码头间没有亲密合作、分散运营。

## （三）景区单独运营，缺乏合作

基于交通、观念、体制等因素，各区县与各景区缺乏“抱团”意识，单打独斗现象依然存在，彼此合作广度深度不足，导致客流分散，影响山峡旅游品牌效应。

## （四）城市旅游与景区衔接不足

城市本身也是旅游目的地，城市旅游是旅游的重要组成部分。三峡沿线城市旅游价值没有充分发挥，与景区旅游没有形成良性互动。

# 三、构建“三通”体系的建议

## （一）交通“一票通”

### 1.“全港通”

“全港通”即实现沿江所有港口互联互通，游客买了一张船票可以在任何一个码头上下，在单程或来回旅途中，不受停靠点、不受时间、不受次数的限制，同时可以上下任何同类型的游船。这里需要成立一个大型游船运营集团，所有游船加入运营平台，按照游船级别、距离远近、时间长短统一定价，实行“航班制”，统一出发、统一返航。船票实行“一票制”，游客根据自己需要购买不同船票，在旅途中根据个人喜好，自由选择上下游船地点，自由安排岸上游玩时间。

### 2.“水陆通”

“水陆通”即实现水运和陆上交通无缝对接。首先，陆上交通实行一体化运营，统一票价，统一出发与返回，实行“一票制”。在水上交通与陆上交通分别一体化运营的基础上，打通水陆交通体系，实现水陆交通一体化，统一运营。可以先选择区位临近、旅游一体化较成熟的区域，先行先试，如在三峡旅游金三角——奉巫巫城四地区，近些年金三角旅游一体化发展态势良好，但还存在交通连接不畅问题。如果打破种种壁垒，实现水陆交通一体化格局，一票通达水岸陆上各个景区景点，将大大提升金三角旅游一体化程度，再次向整个三峡地区推行。

### 3. 配套建设

**（1）出行APP**

随着移动互联网、智能手机的普及，加上以80后、90后的旅游主力军对移动终端的热爱追崇，移动支付已成为旅游消费的主要支付方式。三峡旅游出行上，可以借鉴地铁线上支付模式，研发一款三峡旅游出行APP，境内外游客都可以注册使用，在移动终端上出示二维码，通过在交通节点上的设备扫描，根据游客出行距离、交通工具类型等扣除费用。

**（2）码头升级**

对于设施不完善的旅游码头，加大监管，多方合作，加快改造升级，完善配套设施；对于游客上下岸较多的码头，充分调研，借鉴国外经典旅游码头案例，高点规划设计，充分融入本地文化历史、旅游景观、建筑风貌等因素，打造成集休闲、购物、娱乐、餐饮、观光、交通、集散等为一体的景观型旅游码头。

### 4. 小结

通过“全港通”、“水陆通”的建设，及配套设施的完善，提升游客水上有效游览时间，增加岸上旅游时间，将推进水上观光游览与陆上旅游的全面协调发展，促进三峡“一线游”向“一片游”发展。

## （二）景区“一卡通”

### 1. 本地“一卡通”

这里的本地主要指重庆全域的常住人口，包括户籍常住人口和外来常住人口，针对本市常住人口，配置一个具有时效的旅游“一卡通”，有效期以年为单位。三峡区域的景区逐步加入，加入的景区根据实际可设置有效期内单人游玩次数是有限或不限。

### 2. 全域“一卡通”

全域“一卡通”，指所有游客都可以办理的旅游“一卡通”，游客来源地不限，境外游客同样可以办理。这类旅游“一卡通”有效期限短，一般在10天以内，且每个景区游玩次数通常为一次。

### 3. 小结

景区“一卡通”，已经在国内各大区域及城市推行，如京津冀旅游“一卡通”、陕西旅游“一卡通”、南昌旅游“一卡通”等。“一卡通”相对于传统单个景区门票购买模式，具有优惠、方便、快捷等优势，将推动各景区的互动合作。

三峡旅游“一卡通”也已开展，但目前加入的城市只有万州、奉节、巫山、开州、巫溪和城口等六区县，且加入的景区数量较少，还有很大的拓展空间。

“一卡通”的定价策略要因人而异，针对特殊群体实行不同的价格定位或免费策略，如未成年人、残疾人、学生、老年人及军人或退伍军人等；根据旅游淡旺季，也可调整价格优惠策略，在淡季优惠程度大，旺季优惠程度小，错开旅游高峰，合理调节游客流量。

“一卡通”可以利用人工智能互联网技术，采用电子卡形式，使用人脸识别与身份证进行实名认证，游客进入景区只需刷脸或身份证即可进入，无需排队购票验票。

## （三）旅游“全域通”

### 1.“一线通”

通过对区域内交通建设，尤其是旅游交通大环线、小环线的建设，通过旅游专线连通机场、车站、景区、港口等节点，让交通线路互联互通，解决旅游交通“断头路”和景区 “最后一公里”问题，实现一条旅游交通线路串联起分散的旅游资源，一线串珠，“景景通”，形成“珍珠项链式”分布格局。

### 2.“城景通”

在区域内，打通城区与景区的交通障碍，缩短重庆主城区到达各大景区交通时间，实现各区县城区到周围景区1小时旅游圈。

对于区外，通过机场、高铁、高速、航运及其它快速通道的修建与完善，推进三峡旅游与北京、上海、杭州、郑州、武汉、西安、兰州、成都、昆明、广州、深圳等大城市客源地的快速衔接，打通全国旅游大市场。

### 3. 城市旅游

**（1）城市旅游的重要性**

游憩功能是城市四大功能之一，旅游休闲成为城市发展新动能新路径。三峡旅游发展升级，必须由过去以观光游为主，向休闲体验游深度发展。

城市旅游是旅游的重要组成部分，各大城市俨然已经成为国内外知名旅游目的地，如北京、上海、重庆、杭州等。城市旅游处于持续火爆上升势头，如今年清明期间，据重庆政策法规处统计，观音桥商圈都市旅游区接待游客38.7万人次，同比增长108.06%；洪崖洞接待游客27.8万人次，同比增长379.31%；长江索道接待游客5.68万人次，同比增长26.41%；沙坪坝区磁器口古镇接待游客20.58万人次，同比增长16.53%。

具有休闲体验属性的城市旅游是旅游发展重要方向，是推动全域旅游的重要基础，是推进文化旅游深度融合的重要途径。目前文化体验旅游也已成为城市旅游的热点，据中国旅游研究院调查，清明假日期间，参观博物馆、美术馆、图书馆、科技馆和历史文化街区的受访者分别高达54.33%、32.36%、38.24%、37.23%和42.91%。

城市旅游离不开城市夜游，丰富多元的夜间旅游项目为城市旅游注入强大活力，相对于白天走马观花在景区打卡，夜晚的城市休闲旅游更有助于游客对当地文化的感知与生活方式的体验。夜间旅游消费增长势头迅猛，据中国旅游研究院专项调查，2019年春节期间游客夜间消费占目的地夜间总消费近三成。

**（2）重庆升级发展城市旅游**

重庆主城区都市旅游已成为国内城市旅游的标杆，主城区夜景也已闻名全国，但仍有完善提升的空间，一些景点只是游客打卡之地，打卡之后便匆匆离去，没有带来深度体验与文化感知。

主城区要进一步提升城市旅游质量，首先，注重城市景观与游憩带的建设，围绕滨江地带及腹地打造一个居民游憩休闲的城市中央游憩区，成为居民休闲娱乐的“大客厅”。 高品质塑造“两江四岸”滨水景观，通过生态修复、夜景灯光、景观塑造等手段，打造闻名国内外的城市滨水景观。其次，丰富夜间文化节事活动，包括文化艺术演艺表演、主题灯会等。

三峡地区其它区县城市旅游发展缓慢，城区缺少标志性景观吸引物。各区县基于本地优势特色文化，策划不同特色文化主题体验节事活动，同时营造一批特色美食、文化、艺术街区，根据实际打造本地标志性城市景观。这些活动、场所与景区形成良性互动，为游客提供更有深度的文化体验旅游，也让城市形象更加美化。

### 4. 小结

通过区域内外立体交通网络建设，实现全域无障碍旅游，结合城市旅游提升发展，推进旅游“全域通”，助推全域旅游建设。

# 四、总结

本文基于三峡旅游的重要性及存在的问题，提出推动三峡区域旅游合作的意见，意见有微观层面也有宏观层面，关键在于落实，但也困难重重，任重而道远。实现三峡旅游一体化发展，重点在于打破部门间、行业间、企业间及民众间的隔阂和壁垒，政府需要从宏观层面把控，创新机制体制，摈弃陈旧观念，积极协调管理；行业企业要扩大视野，深明大义，以长远利益为重，开拓创新积极合作；民众需要引导，政府企业要加大宣传教育，使民众了解区域合作对本地长远发展及对切身利益的重要性。相信通过政府、企业的有效合作，民众的积极参与，逐步推进，三峡旅游通过一体化发展，再次走向世界，助推重庆打造旅游业发展升级版。

大三峡文化旅游研究院

费俊亮 15210957827

2019年04月16日