

春日盐城,草长莺飞美如画。作为全国唯一以盐命名的城市,盐城诚邀四海来宾敞开胸怀、打开心扉,一起去探寻自然湿地、荟萃人文与风味烟火交织的诗与远方。4月12日上午,携程国际旅行商大会暨“NICE盐城”文化旅游嘉年华活动在盐举行。来自国内外文化、旅游界的专家、客商以及媒体记者400余人参加活动,共商盐城文旅发展大计,描绘合作发展蓝图。本报记者对其中几位嘉宾进行了专访。

## 为游客提供全过程全时空的“全域旅游”

——访携程集团高级副总裁王韦

□记者 张长虎



携程集团高级副总裁 王韦

“携程将充分发挥自身的平台优势和服务能力,与盐城携手合作,共同推动盐城文旅产业的蓬勃发展,实现‘流量’至‘留量’的转化,为盐城文旅产业的未来发展注入新的动力。”4月12日,携程集团高级副总裁王韦接受本报记者采访时,信心满满。

这次王韦是专程来盐城参加携程国际旅行商大会暨“NICE盐城”文化旅游嘉年华活动的。盐城具有“天蓝地绿基因红”独特优势,对盐城如何以生态为底、文旅相融,为游客提供全过程、全时空的“全域旅游”,王韦提出以下三方面建议:

一是持续保护好独特的生态资源。保护好盐城的滨海湿地资源,得

天独厚的人文历史和自然景观是推进全域旅游融合发展的重要支撑。盐城是一方深受自然和历史眷顾的风水宝地,这里东有滨海生态廊道,中有串场人文古韵,西有湖荡湿地风情,北有黄河故道遗风,兼具海洋、湿地、森林三大系统,其中黄海湿地是中国首个、也是唯一的滨海湿地世界自然遗产。盐城要紧紧围绕“勇当沿海地区高质量发展排头兵”、建设“绿色低碳发展示范区”目标定位,扎实推动生态文明建设和生态环境保护取得新成效、生态环境质量持续向好。

二是构筑精准的城市传播体系。盐城拥有丰富的自然风光悠久的历史、世界级的生态资源、国际水准的高星级酒店,以及高铁、高速、民航等强大的交通基础设施,要以上海和长

三角其他地区为重要客源地,加强路线产品的推广,打造更加精准有效的传播体系。

三是开展丰富多彩的营销活动。用全域理念推广盐城文旅经济盐城生态故事,做足“吃购”文章,引进网红业态,重构夜间业态,用烟火气、古韵味、国际范花样呈现城市印记,讲好盐城故事,不断提升盐城的国际旅游影响力。

如何助力盐城将“流量”变“留量”,持续推动我市文旅产业的蓬勃发展,王韦表示将从以下三方面加大力度:

一是继续深化与盐城的战略合作,共同打造更多高品质、有特色的旅游产品。携程集团将结合盐城的自然风光、历史文化等资源,推出更多符合

游客需求的定制化旅游线路和体验项目,让游客在盐城能够享受到更加丰富、独特的旅游体验。

二是加大在盐城的营销力度,提升盐城的知名度和影响力。携程集团将制定针对性的营销策略,结合线上线下活动,吸引更多游客关注盐城、了解盐城、来到盐城。同时,携程集团将与盐城当地的旅游服务供应商紧密合作,共同提升旅游接待能力、服务水平和管理效率,确保游客在盐城的旅行过程中享受到舒适、安全、便捷的服务。

三是注重培育忠实客户群体,将“流量”变“留量”。携程集团将通过携程平台的会员体系、积分奖励等机制,鼓励游客多次来盐城旅游,增加他们的复游率和忠诚度。

## 盐城,自然与人文交融的度假新胜地

——访法旅集团CEO威廉

□记者 顾善济



法旅集团CEO 威廉

4月12日上午,携程国际旅行商大会暨“NICE盐城”文化旅游嘉年华活动在盐拉开帷幕。法旅集团CEO威廉应邀出席大会并在开幕式上致辞。会后,威廉先生接受了本报采访。

威廉先生对盐城的美丽风光赞不绝口,在这里,游客们可以找到湿地、海洋、森林,是一个让人放松身心的优质旅游目的地。“过去8年我一直住在上海,来盐城非常方便。”谈及在大会现场全球首发的盐城最新形象宣传片《NICE盐城》时,威廉表示,盐城地理位置优越,自然资源丰富,“吉祥三宝”

麋鹿、丹顶鹤、勺嘴鹬都令他印象深刻,而当地致力于自然资源保护的力度更让人深感钦佩。盐城拥有江苏最长海岸线、最大沿海滩涂、最广海域面积,被称为长三角“绿肺”,是中国唯一拥有“世界自然遗产”“国际湿地城市”两张国际名片的城市。

威廉提到,前一天他观看了《盐淡往事》的实景演出,对盐城的历史文化有了一定了解。他点赞盐城一直以来积极打造文旅品牌,将自然资源与人文要素有机融合,不断丰富旅游新业态新产品新场景。

他还建议:“将旅游业视为一项全年活动,让所有年龄段的人全年都能

享受各种活动。我们在法国开发的项目入住率超过80%,全年365天开放。该项目的地理位置没有盐城优越,我相信盐城会做得更好。”当被问及法旅集团是否有意向在盐城开展业务时,威廉说,法旅集团将深入研究盐城的特点,寻找合适的商业伙伴,并与当地政府紧密合作,共同打造一个多赢的局面。展望盐城旅游业的未来,他表示:“我期待有更多国家的游客能来发掘盐城令人惊喜且独特的人文及自然资源。法旅集团致力于重新定义家庭度假体验,让每个时刻都令人难忘,让每个目的地都不仅仅是一个旅游景点。”

威廉的话语中透露出对盐城旅游发展的无限期待。在他看来,盐城不仅拥有丰富的自然资源,还有着深厚的文化底蕴,这些都将成为盐城打造成为全球优质旅游目的地的得天独厚条件。而法旅集团也在积极努力,有望与盐城携手共同迎接旅游业的美好未来。

采访中,威廉毫无保留地展示他对盐城的热情和信心。他相信,在今后的发展中,盐城必将成为越来越多游客心中的度假胜地。而法旅集团也将以其专业的旅游开发经验和国际视野,为盐城旅游发展贡献力量。

## 盐城文旅新纪元 领航未来度假风

——访日光域集团董事长孙建东

□记者 倪静



日光域集团董事长 孙建东

4月12日,在携程国际旅行商大会暨“NICE盐城”文化旅游嘉年华的璀璨舞台上,记者专访了日光域集团董事长孙建东。他眼中的盐城,犹如一颗镶嵌在黄海之滨的璀璨明珠,不仅仅是一片充满生机的绿色土地,更是一块文化和旅游资源异常丰富的宝地,正等待着被全世界发现、珍视。

孙建东深情地谈到他对盐城这片热土的深厚感情,言语中满是对这片土地的爱与敬意。他说,盐城,这座美丽的海滨城市,每一次踏足都深深感受到她独特的魅力。她如一位优雅的舞者,在黄海之滨翩翩起舞,广袤的

滩涂湿地是她的舞裙,丰富的历史文化底蕴则是她的灵魂。这里,是发展文旅产业的绝佳之地,是大自然赋予人类的宝贵财富。

当谈到盐城文旅产业的未来时,孙建东表示:“在盐城,我们看到了文旅产业无限的可能和广阔的前景。这里有得天独厚的自然资源,滩涂、湿地、海洋,每一处都蕴藏着丰富的生态和文化内涵。加之盐城市委市政府的大力支持和产业联盟的积极推动,我相信盐城文旅产业将迎来一个崭新的发展阶段,成为国内外游客争相探访的热门旅游目的地。”他进一步详细阐述道,“日光域集团一直秉承着打造自然度假综合体的理念,我们希望通过

不断创新的产品和服务,让每一位游客都能在盐城找到属于自己的度假方式,享受纯粹的休闲时光。我们将深入挖掘盐城独特的自然和人文资源,结合现代旅游需求,为游客提供丰富多彩的文旅体验,让他们在这里留下难忘的回忆。”

在谈到与盐城市委市政府以及携程集团、燕舞集团等产业联盟的合作时,孙建东表示:“我们非常感谢盐城市委市政府的大力支持,以及产业联盟成员的紧密合作。这种跨界的合作模式,不仅为盐城提供了更多的资源和机会,也让我们更加坚定了在盐城发展的信心。通过产业链的协同创新,我们将共同推动盐城文旅产业的健康发展,为打

造生态型、国际化、世界级旅游目的地贡献我们的力量。”

随着携程国际旅行商大会暨“NICE盐城”文化旅游嘉年华活动的深入推进,盐城文旅产业的崭新篇章正在徐徐展开。日光域集团将与众多合作伙伴携手共进,不断探索、创新,为游客们带来更加精彩的文旅体验,共同书写盐城文旅产业的崭新篇章。孙建东说:“我们真诚期待更多的游客能够亲身感受盐城的独特魅力,感受这座城市深厚的文化底蕴和秀美的自然风光。同时,我们也坚信盐城文旅产业在未来的发展中能够取得更加辉煌的成就,为中国乃至全世界的文化旅游事业贡献力量。”

## 构建世界级滨海自然生态旅游目的地

——访复旦大学教授沈涵

□记者 张长虎



复旦大学教授 沈涵

“我十年前就来过盐城,这次来发现盐城变化很大,交通更便利了,玩吃的地方更多了,城市乡村更美了。”4月12日,复旦大学旅游学系教授沈涵博士告诉记者。

沈涵不仅仅是复旦大学教授,她还是国际旅游学会常务副秘书长、中国社会科学院旅游研究中心特邀研究员、北京大学旅游研究中心特约研究员、中国旅游行为研究学术联盟共同创始人、美国史密斯旅行研究中心注册分析师、美国酒店教育协会注册高级导师等。这次,沈涵是专程来盐城参加携程国际旅行商大会暨“NICE盐

城”文化旅游嘉年华活动的。

沈涵说,盐城的湿地资源在整个中国乃至全球,都是非常独特和突出的。盐城湿地多样化的生物景观,对国际游客来讲,是非常具有吸引力的。盐城构建世界级滨海自然生态旅游目的地具有很大的潜力,前景广阔,她建议:

一是注重旅游文创产品的创新。盐城把创新作为源源不断的动能,以国际化的高标准,用新模式做好一些跨界融合的旅游文创产品。比如说,把丹顶鹤的故事与非遗的自然生态盐城的美食与盐城的自然生态等做深度融合,实现文创产品创新。通过策划一系列富有盐城特色的文化体验活

动,如传统手工艺体验、地方戏曲表演、民俗文化展示等,让游客在旅游时深度感受盐城的文化魅力。

二是高标准建设旅游服务体系。这些年盐城发展速度很快,基础设施已经有了非常大的提升,信息获取、智慧服务等系统已经按照相关标准来打造,旅游服务体系方面得到进一步完善。同时,注重个性化定制和深度体验,不断设计包含盐城特色文化体验、高端酒店住宿、私人导游服务以及特色餐饮等元素的定制旅游线路,满足不同层次旅游市场的需求。

三是丰富“到盐城·嗨周末”活动文化内涵。近年来,盐城深入挖掘本地的历史文化资源,加强文化体验活

动的策划与推广,开展的“到盐城·嗨周末”活动取得了良好效应,为盐城旅游产品营销和消费提供了支撑。进一步挖掘文化内涵后,将会更大地提升盐城旅游吸引力和市场竞争力,让盐城焕发独特光芒,吸引长三角区域游客前来周末打卡。

四是打造国际化品牌。盐城针对性制定了一系列的营销策略,同时结合线上线下活动,吸引了无数的游客关注盐城、了解盐城、来到盐城。盐城的文旅资源进一步整合后,将更加拓展盐城的人境旅游市场,拓宽国际客群,进一步提升盐城在国际旅游市场上的吸引力和知名度,更好打造国际化品牌。