

旅游行业是需要细水长流的，如果有足够的回头客或者“自来粉”帮启东说话，就像淄博烧烤一样，不想出圈都难。



何建民： 挖掘启东文旅个性，接入“大上海”



在上海财经大学商学院旅游管理博士生导师何建民教授看来，主打“旅游+”的启东，可以在宣传推广方面纳入大上海，真正做到“沪启互动”。

一方面，旅游业已成为启东市“十四五”发展的重要产业，围绕旅游业发展，当地提出目标：到2025年创成国家全域旅游示范区，全年接待游客突破1000万人次。另一方面，去启东旅游的游客中，来自上海的最多。以圆陀角旅游度假区为例，由于地处长江、黄海、东海三水交汇处，又是江苏最早看到日出的地方，圆陀角成为上海市民短途游的“新宠”。据悉，圆陀角的游客至少八成来自上海。

如今的启东有1家4A级旅游景区（碧海银沙景区），6家3A级旅游景区（黄金海滩景区、江天生态园景区等），1家省级旅游度假区（圆陀角），2家省级乡村旅游重点村（启隆镇启隆社区、惠萍镇大兴镇村）。以圆陀角度假区为例，近几年在推动旅游与体育融合方面，举办了铁人三项赛、沙滩排球赛、风筝冲浪赛等比赛，这些精彩的活动还需要提高知名度。

对此，何建民对启东文旅给出几点建议：

首先是要打造自己的旅游品牌，让人在提到启东时脑子里就能跳出一个鲜明的概念。据悉，启东正在挖掘江海

文化、渔港文化、美食文化等文化旅游资源，推进全市文化资源、历史古迹和艺术展馆等文化设施与旅游产业的深度融合。与其“全面开花”，不如主攻几个重点领域，反而让启东在文旅方面更有辨识度。

其次，启东提供的文旅产品与服务需要多样化，针对亲子家庭、银发老人、年轻人等不同群体，需要设计不同的产品，并提供优质的服务。旅游行业是需要细水长流的，如果有足够的回头客或者“自来粉”帮启东说话，就像淄博烧烤一样，不想出圈都难。

再者，启东的文旅市场要注意专业化的管理和培训。何建民建议，如果遇到旅游旺季，启东不妨借鉴国际重大赛事或者会议招募大学生当志愿者的经验，一方面可以应付短时间的大客流，可以提升文旅业的整体服务素质，也可以为吸引更多外国游客打下基础。

何建民表示，“沪启互动”在文旅方面还可以大胆创新，例如打通启东和上海的文旅资源，两地可以共同研发旅游产品，吸引外来游客在上海玩几天后再去启东玩几天。

“假设有旅游产品是上海迪士尼乐园玩好后去崇明玩一天，再去启东玩两天，类似于“一程多站”的深度游，如果报价具有吸引力，相信会有很多人愿意尝试。”