

# 苏州工业旅游转型升级提质增效发展前景广阔



工业旅游是苏州旅游的重要组成部分,大力发展工业旅游有助于苏州工业企业转型升级、提质增效,提升品牌影响力,而丰富苏州旅游整体内涵、拓展外延,提高旅游综合实力,则能加快苏州工业旅游的发展速度。

## 苏州工业旅游整体态势良好

展示新形象。苏州作为全国首批45家发起成员单位,正式成立中国工业旅游产业发展联合体,签订了框架合作协议,为加强区域合作、塑造传播工业旅游品牌,开辟新的篇章。2017年,全市16家工业旅游点分别接待省内外领导及同行400多人次参观学习;多家企业分别参加了中国(义乌)旅游商品博览会、天津旅游商品装备展、水韵江苏旅游展、中国(上海)国际旅交会。这些单位在接待、参展过程中,完美诠释了企业文化,展示着企业风采,得到各级领导和业内同行的一致好评。

明确新方向。“旅游业五大行动提升计划”中的一级,五年规划都有明确任务,制定下发《关于促进苏州工业旅游品质提升指导意见》,《意见》核心是为了强化工业旅游先发优势,率先创新突破,着重在购物面积、服务质量、产品丰富度、品质内涵提出明确要求,全面开启苏州工业发展新模式。

扩大新队伍。2017年度有5家企业成功创建、储备2家,至目前,全市创建国家、省、市级各类工业旅游示范点46家,涵盖食品、纺织、服装、交通、钢铁、家具、模具、日用品等多种门类,工业旅游大力促进旅游消费,拓展旅游发展空间,为全域旅游发展注入新的内涵。

培育新典型。苏州经纬丝绸公司和宋锦工业旅游企业商品分别成为“C20”、“16+1”会议国礼;常熟隆力奇被评为国家工业旅游创新单位和国家工业旅游示范基地;李良济获得中国中医药旅游示范单位;经纬、吴江丝立方、太湖雪等商品获得国家、省旅游商品大赛大奖;东方红木公司、经纬丝绸公司被评为省最佳才艺展示奖,这些都为苏州旅游赢得荣誉,为企业打响品牌。

取得新效益。绝大多数工业旅游企业效益大幅提升,法诗菲、隆力奇等工业旅游效益超过100%,全市工业旅游点(区)接待游客达450多万人次,旅游年收入超12亿,实现了经济效益与社会效益和点面同步双增效的良好局面。

## 苏州工业旅游引起各方关注

旅游部门对工业旅游积极关注与支持。近年来,苏州市工业旅游蓬勃发展,各地旅游部门功不可没,主动服务企业、主动解读相关政策、主动提供智力支撑。各市区旅游局在这方面做了大量卓有成效的工作,本着对企业负责的态度,从投入产出共同分析,从市场需求来全面考量,不光扶上马还送一程,注重跟踪指导,强化综合服务,受到企业的点赞。

工业企业对旅游发展参与度明显提高。面对激烈的市场竞争,诸多工业企业自觉转型升级、自觉拓宽思路、自觉探寻路径,把创建工业旅游示范区当作实现新突破的重要途径,主动投入大量人力、物力、财力用心创建,为经营运营提供厚实的洽谈资本,为丰富旅游业态提供可游的载体。尤其是围绕工业旅游特征和属性,结合自身实际,主动作为,勇

于创新。永钢的“钢铁是怎样炼成的”、圣百合公司的“爱的生活”、东方红木的“红木世家”、李良济的“良药济世”等企业通过多种方式推动发展,将“游客就是第一媒体”和“今天的游客就是明天的顾客”这篇文章做足做实。

游客对产品品牌的关注度显著增加。2017年苏州全市接待1亿多人次游客,旅游商品收入在总收入的占比接近三成,苏州已成为国内重要的旅游目的地和客源输出地。这为工业旅游企业提供了充足的客源,工业

旅游已经成为全域旅游的重要组成部分和苏州旅游购物的最重一环。货真价实、诚信服务的企业和产品,成为游客的喜爱与追捧。比如,爱慕、李良济、法诗菲这些品牌,原本组织的公务接待,最后成了购物旅游。说明市场的需求,游客的需要是最本色的。只要立足品牌、精心打造、诚信敬业,工业旅游一定是一片蓝海。

## 苏州工业旅游发展前景广阔

着力提升工业旅游经济效益和社会效益。齐心协力,加强宣传推广,带动企业积极参加各类旅游节庆、展览活动,想方设法吸引游客走进工业旅游园区,努力实现工业旅游接待达900万人次、旅游年收入20亿元的年度目标。

着力推动苏州工业旅游集群化发展。在苏州全市范围内,按照产业布局和产品特色,整体策划、总体推进,精心打造“苏式工业游、好物在苏州”的工业旅游特色品牌;而吴江、常熟、姑苏区、昆山有条件的地区则形成区域工业旅游产业集群,以区推进形式提升工业旅游知名度和美誉度。

着力打造苏州工业旅游综合体。按照《关于促进苏州工业旅游品质提升指导意见》,努力形成集商、住、游、娱、购于一体大型综合休闲体,形成“可学、可娱、可购、可用”的新模式。每个市区选择一个点进行先行先试,成熟后予以推广,此项工作纳入年底旅游目标考核。在年度的工业旅游示范区培育、创建工作中,充分考虑此总体要求及相应标准。

着力打通工业旅游发展成长路径。将工业旅游企业吸纳到“苏州旅游总人口”,扩宽

营销渠道,实现在线销售;优先支持品牌企业参与国内外重大展销展览活动及商品赛事;鼓励工业旅游企业加入苏州旅游商品协会,强化组织自律;注重新产品研发,将工业旅游特色产品纳入“苏州有礼”旅游商品品牌体系。

着力适应并推动国家工业旅游示范基地建设。全市重点培育10家在全国有影响力的工业旅游示范基地,支持经纬丝绸加速推出“江南织造”和李良济“中医药健康养生基地”等精品工业旅游项目,鼓励常熟金剪刀企业创建工业旅游综合体建设。

着力持续高标准推动省级工业旅游示范区建设。每年培育3—5家不同属性的业态企业创建省级工业旅游示范点。重点以品牌生产性企业为主,营销为主的企业原则上不再创建。

着力从严控制工业旅游购物场所面积。年度复核时,文化、工艺、演艺展示及休闲、娱乐场所面积与购物场所面积比例必须达到5:5,2019年比例达6:4。凡不达标且无整改意向和行动的,取消工业旅游示范区资格。

着力建立健全工业旅游奖惩机制。年内发生有效投诉1—2次的企业,由属地旅游部门会同相关职能部门约谈整改;3次以上的由市级旅游部门会同相关职能部门现场办公、行业通报、责令整改,整改不力的,启动退出机制。对接待游客15万人次以上且无有效投诉的,在全市工业旅游示范中发挥引领作用作用的工业旅游示范点,按照地方税收市留存部分给予一次性奖励,最高不超过20万元,以及帮助申报省级旅游引导资金。

## 苏州工业旅游巡礼

众所周知,苏州旅游的特点是小桥流水、园林古镇,其实近年来,苏州工业旅游也在迅速上升,已成为苏州创造出年超12亿元的旅游财富,并成功打造出包括隆力奇、波司登、梦兰等在内的46家具有良好社会知名度的工业旅游示范点,大踏步迈入了全国工业旅游的第一方阵。

### 文旅商融合推动工业旅游

周末,爱慕内衣博物馆内从各地赶来的观光游客与商务考察团悠闲地漫步着,了解内衣的百年历史,见证内衣的制作过程,并享受一小时的私人定制服务。逛累了,便到一楼的爱慕咖啡吧,尝一杯现做的臻品咖啡,点一份精致简餐,享受一下与美食相伴的休闲。

作为新晋的省级工业旅游示范点,爱慕生态工厂从成立至今的一年时间里,始终在探索“文、旅、商”融合发展的模式,从设立至今共接待游客6000多人次,累计实现营收1000多万元,其中,餐饮、会议培训等旅游部分营收占了四成。

苏州市旅游局综合处处长姜必高表示,苏州是一座工业经济发达、现代化程度高的城市,作为外向型工业大市,苏州的工业企业众多,产品门类齐全,工业旅游既延长了企业的产业链,创造了附加值,又丰富并优化了旅游产品,同时还调整了工业结构,取得良好的社会效益与经济效益,是一项多赢事业,因此,苏州旅游局非常重视工业旅游市场的发展,政府也在积极引导工业企业的转型发展。

姜必高告诉记者,目前苏州共有工业旅游示范点46家,其中国家级工业旅游示范点11个,涵盖了食品、纺织、钢铁、家具、服装、物流、医药等多种门类。“苏州工业旅游示范点接待游客数与创收总额,每年都呈高速增长之势,去年苏州市工业旅游示范点接待游客量达450多万人次,创造旅游总收入12亿元,为带动苏州全市旅游产业融合发展,促进经济转型升级提供了强大动力。”

### 如何补齐“一日游”短板

在工业旅游的发展过程中,客源不稳定是多数工业旅游点遇到的难题之一。很多企业反映,如果不与周边旅行社达成一项项合作协议,这些工业旅游景点的人气很难与4A级、5A级景区媲美。同时,这些工业旅游点往往被当作“一日游”的一个点,在文化传播方面缺乏互动性,作为一个发展较早,相对成熟的工业旅游示范点,苏州市第一丝厂



的周末时光还是比较充实的。但三刻钟的参观,基本上都是匆匆一瞥,缺乏互动性,怎能给游客留下深刻印象。何况,不少追求纯玩与品质的定制游客对工业旅游示范点还会发出疑问:“这是购物店吗?会有强制消费吗?”

不过,隆力奇工业旅游就较好地解决了这个问题。他们的智能化工厂抛弃了简单的工厂店模式,以科技元素来吸引目标群体,同时又配有东方蛇园、有机农场等休闲设施,目前已发展成为集工业旅游区、养生保健区、休闲游憩区于一体的旅游综合体。去年,工业旅游为隆力奇带来了逾百万人次的客流量。

爱慕生态工厂走“奥特莱斯”路线,通过团队培训等形式丰富工业旅游参与方式,增强游客体验感,也收到较好效果。

关于旅游点还是购物店的问题,苏州市政府此前出台的文件里,也对工业旅游示范点的购物面积做了限制性规定,严格要求购物区面积不能超过休闲配套区面积,以此来加大景区功能占比。姜必高表示,“苏州正在深入实施工业旅游品质提升工程,指导工业企业按照相关标准进行配套整改,构建完善功能区域,实现工业生产向旅游服务的转变。”

### 全方位扶持工业旅游发展

苏州的工业旅游发展位居全省前列且大踏步迈入全国第一方阵。这与苏州发达、成熟的工业背景密切相关,同时也离不开政府的引导与扶持。苏州市发展工业旅游的核心目标就是将这些示范点打造成“可学、可娱、可购、可用”的综合体,为此政府多次发布文件,对示范点的服务质量、品质内涵、购物面积等

方面提出明确要求。此外,苏州还通过采取政策引领、资金扶持、技术扶持等方法,鼓励具有资质的工业企业积极创建各类工业旅游示范点。

吴江国际旅行社有限公司总经理钱春华告诉记者,在将工业产品转化为旅游商品方面,政府一直在为企业搭建平台,打响品牌的知名度。去年吴江成立了旅游商品研发中心,启动了“城市游礼”吴江连锁展销平台。这些精选出来的伴手礼不仅代表了城市形象,也将工业旅游纳入旅游推广营销体系,调动了企业的积极性。

在政府鼓励与引导下,开启工业旅游篇章的企业尝到了将旅游元素融入产品模式的甜头。以法诗菲服饰为例,在创建工业旅游示范点之前,他们工厂店的销售只有700多万元,而创建之后,他们工厂店的销售额达到了1700多万元;厂容、厂貌、员工精神面貌都焕然一新,员工的幸福感、自豪感也明显得到增强。

目前,苏州市针对工业旅游已经出台自己的地方标准,而“苏州旅游商品协会”已经得到主管部门批复,正准备上报民政局审批。协会今年内成立后,苏州工业旅游企业将又多了一个新的交流平台。

本版由苏州市旅游局协办

(本版由本刊记者陈鹤鑫、陈东兵采写组稿)