

十年欲练“超级IP”， 究竟从蓝图还有多久才落地？

◎ 通讯员 阿宝



近段时间,在安徽文旅领域,“大黄山”概念风头正劲,讨论热烈,相关规划、文件、会议不断释放利好,相关媒体、企业、社会组织不停摇旗呐喊。这既是对“大黄山”未来发展的信心和满怀期待,甚至还包含对安徽文旅近些年来温吞吞的不满和无声抗议。

但什么是“大黄山”,对安徽文旅发展的作用和意义,“大黄山”面临哪些难题?

什么是“大黄山”

大黄山,包括黄山市、池州市、宣城市(绩溪县、旌德县、泾县)、安庆市(潜山市、岳西县、太湖县、桐城市),国土面积 2.95 万平方公里,常住人口 498.95 万人。

“大黄山”IP是从皖南国际文化旅游示范区而来。皖南国际文化旅游示范区是2014年获国家批复同意建设发展的,规划范围包括黄山、池州、宣城、马鞍山、芜湖、铜陵、安庆等7市,共45个县(市、区)。

2023年2月,安徽省发展改革委、安徽省文化和旅游厅印发《皖南国际文化旅游示范区“十四五”建设发展规划》,其中提到:全力打造“大黄山”国际休闲度假旅游目的地。

2023年12月14日,安徽省委书记

韩俊主持召开省委常委会议,审议通过《大黄山世界级休闲度假康养旅游目的地建设行动方案》,正式将“大黄山”上升到全省战略高度。

从皖南国际文化旅游示范区到大黄山,显然是一种聚焦和聚力。皖南国际文化旅游示范区,建设10年来,不能说没有成绩,但显然离最初的目标相距甚远,而且眉毛胡子一把抓,重点不突出。大黄山则充分吸取经验教训,只选取黄山市和池州市,以及宣城和安庆两市最具有文旅资源的县(市),聚焦目标,聚集必然有限的人力、物力、财力,希冀能成为安徽文旅转型升级和发展的新引擎,并快速、高效、高质量地出成果。

所以,“大黄山”是安徽省提出的一

个行动方案和建设目标,完整的表述应该是:大黄山世界级休闲度假康养旅游目的地。

目标是清晰的,也是美丽的,但现实很复杂,也很残酷。



▲皖南国际文化旅游示范区及“大黄山”范围图

“大黄山”当下要做的

关于“大黄山”当下要做、可以做、也应该做的,有几点建议。

一、必也正名乎,恢复“徽州”。这是一个民间老生常谈的话题。

徽州地区改名为黄山市,在当年发展旅游的背景下有其必要性,也取得了一定的效果。但时过境迁,这一改名的弊端也越来越明显,甚至一定程度上,阻碍了这一地区文化和旅游的发展。今天,站在发展“大黄山”的角度,要创建世界级旅游目的地,是时候要将这个工作提上日程了。如果复名,我们就不必用什么“大黄山”这样生硬的概念。以文化认同代替行政文件概念上的认同,自然名正言顺,一顺百顺。

二、产品驱动,加快创新项目上线。

整个区域内,具有创新性、引领性、叫响又叫座的项目极度缺乏。从现状看,主要是缺两类产品。一是代表徽文化内核的场景化、沉浸式的体验项目;二是具有徽派山水底蕴的高端度假酒店目的地产品。

黄山市的“山水村夜”,已经开始在往场景化、沉浸式体验上走,但除了一山一村,其他版块还没有形成有核心竞争力的产品体系。从“水”的角度,一江一湖,新安江的文章还有很大挖掘空间,太平湖因各种原因基本已错失成为国内一流旅游目的地的机会了。“夜”的部分,黄山市区的城市功能和承载,还很有限,已有的演艺类项目与国际国内一流项目相比差距较大,基本不具备单独引流的可能。其他市县,与黄山市差不多,也都缺少龙头代表性项目。

而在高端度假酒店方面,差距就更大。这么多年,国际酒店集团高端度假产品,在区域内基本没有。吸引更多高端度假酒店进驻,不光是招商上的动作,某种意义上,也是一个地区整体文旅气质的折射。一个具备吸引高端度假客人的旅游目的地,自然会有高端度假酒店主动选择进来。这是一个双向奔赴的结果。

三、营销上坚持本心,修炼内功,静待花开。

不必羡慕淄博、哈尔滨,也不要模仿他们做了什么。每个城市的爆火,都有一定程度上的偶然,方法不一样,路径也不同,想要复制,基本不可能。我们能做的就是找到他们的共性,那就是把游客当自家客人来对待,以最大诚意、善意,以最好的风景和资源款待他们。

一个地方一定要建立自己的叙事主题和节奏。网络热点瞬息万变,跟是跟不上的,也没必要,只能从自我出发。回到“大黄山”,什么才是大黄山的本心呢,山水田园、古典中国?这也许不是一时半会就能找到的。

本心就是魂,需要寻找。“大黄山”要成为世界级旅游目的地,那就要与全世界顶级旅游目的地一起相比,我们大黄山,有什么独特的文化属性,有什么独特的故事,有什么独特的自然风光?

无论如何,真心希望“大黄山”能走出属于自己的发展之路,为安徽文旅蹚出一条康庄大道。同时,请“大黄山”主事之人,广泛听取各方意见,然后闭门独自做决断。

“大黄山”的难题

“大黄山世界级休闲度假康养旅游目的地”这个表述不够简洁,“世界级旅游目的地”囊括足够广了。

这是“大黄山”的第一个难题,要的太多,可能左顾右盼,啥也没要到。

第二个难题,就是龙头太弱,拉不动。这里的黄山,狭义上是指黄山风景区,广义上是指黄山市。黄山风景区,一直是国内山岳型景区的翘楚,是“美丽中国”的一张名片。黄山市,依托一州一山一村(徽州、黄山、宏村),在中国的旅游版图里也有一定地位,是重要的旅游目的地。

如果从1979年邓小平说“要把黄山的牌子打出去”算起,40多年来,黄山旅游的发展,毋庸置疑取得了长足的进步,

成绩显著。但问题同样突出,几十年了,整个黄山市,在国内叫得响的、具有差异化竞争实力的只有黄山风景区和西递宏村。

单以婺源来看。这些年,从油菜花到晒秋,从篁岭到婺女洲,引领全国的旅游产品创新和项目策划,一个县就甩开黄山市。

无关褒贬,只是方便了解现状。“大黄山”的未来,不能只依靠黄山市这个龙头;就像黄山市,也不能只依靠黄山这个龙头。实际上,也应该解放黄山、松萝黄山,让它走得更快,走得更好。

这就引出第三个难题,概念不清,强行IP。“大黄山”这个概念,本质上是规划文本和政府文件里的表述,关于黄

山的概念和含义,已经有一系列不清晰的表述和理解了,再来个大黄山,只怕会更加混乱。

单说“黄山”,就有黄山市、黄山风景区、黄山区等多种代指,本地的安徽人一般都还会搞错,更不要说外地人了,而“大黄山”的含义更加复杂。

第四个难题,机制上的创新和保障。从蓝图到落地,有什么具体的创新机制和保障措施。牵头的是临时组成人员还是专门的协调机构,区域内是不是给了一定的改革创新的政策空间,是不是有一些勇闯禁区的大胆尝试和谋划……要想“大黄山”建设取得实际成效,没有先立后破的勇气和决策,是万难实现的。