



合肥市包河区区委书记宁波:坚持滨湖引领 突出产城一体 奋力打造“安徽新中心、品质首善区” “十三五”力争“实现五个一、挺进40强”



包河区区委书记宁波

□ 记者 沈娟娟

“十三五”期间,包河区坚持滨湖引领,突出产城一体,把“调转促”作为经济发展的主要抓手,把现代服务业作为“调转促”的主攻方向,拉高标杆,率先突破,奋力打造“安徽新中心、品质首善区”……日前,合肥市包河区区委书记宁波向记者描绘了包河区“十三五”的发展蓝图。

记者:包河区委三届二次全会提出,要奋力打造“安徽新中心、品质首善区”,您对此如何诠释解读。这与之前的全省“第一城区”的定位有何关系?

宁波:关于“安徽新中心”,作为全省政治经济文化中心,金融商务、行政办公、文体旅游、生活服务、研发创意、要素交易“六大中心”将成为安徽第一、全国最好之一,在全省充分发挥引领、集聚、辐射三大核心功能;关于“品质首善区”,品质,强调内外兼修、形神兼备,涵盖城市空间形态、功能品位、产业层次、历史文化、生态环境、精神气质等方面。这是对市委、市政府提出包河要打造“全省最美、最宜居、最现代化首善之区”的高度凝练、集中概括,浓缩着包河人对美好生活的向往和追求。

“十一五”以来,包河实现了从经济总量全省第一、到综合实力全省第一、再到“全国百强区”第54位的“三

级跳”,“十三五”时期将是率先实现区域国际化的关键阶段,全省“第一城区”已经成为客观存在,已经内化为包河鲜明标志,成为社会各界的高度共识。可以预见的未来,这一实力和地位只会强化不会弱化,这块“金字招牌”决不会丢。

记者:合肥市委、市政府提出,“包河区要切实发挥好在全市转型发展中的龙头带动作用”,该怎么做?

宁波:这是市委、市政府赋予包河的重要使命和责任。与其他地方不同,包河拥有滨湖新区、新的省级政务中心、合肥高铁南站、16.8公里黄金湖岸线等资源禀赋,产城一体既是转型方向也是转型路径。

具体来说,要紧紧围绕这个核心,把“调转促”作为经济发展的主要抓手,把现代服务业作为“调转促”的主攻方向,大力发展生产性服务业、生活性服务业和高技术服务业。所谓“产”,就是解决“宜业”的问题,比如

上面提到的“六大中心”,重点发展“8+X”产业,壮大金融商务、文体旅游、会展及要素交易、健康服务、生活居住、数字信息、创意设计及广播影视、智能制造及新能源汽车等“八大产业”;所谓“城”,就是解决“宜居”的问题,比如营造交通、教育、医疗、生态、商务、休闲“六个环境”,

未来5年,包河明确了“实现五个一,挺进40强”的奋斗目标。具体是争创1个国家级开发区,服务业增加值和零售总额跃居全省第1,GDP增速达到10%以上,财政收入增速达到10%以上,居民人均可支配收入达到1万美元左右,综合实力挺进“全国40强城区”。

记者:作为“一路一带”和长江经济带“双节点城市”,合肥提出要打造国际化都市社区,这其中包河是如何找准自身定位的?

宁波:我们提出率先推进区域国际化,打造开放高地。具体是,提高经济外向度,加强国际经济交流与合作,着力引进外资,引导企业走出去,参与国际竞争与合作。同时,落实到一个个具体项目上来。比如,我们正在积极推进国际社区、国际赛事、国际旅游、国际学校等项目建设,有些已经取得了突破性进展。

记者:敢突破快执行是包河的优良传统。目标已定,全区上下将怎样锤炼作风,奋勇争先?

宁波:“大道至简强执行”,具体来说就是要务必提高认识、统一思想,凝聚“一盘棋大合唱”的强大合力;务必拉高标杆、创先争优,各项工作继续在全市多贡献、在全省争第一、在全国争一流;务必谋新务实、创新求效,探求可复制可推广的模式,激发发展的生机与活力;务必抓铁留痕、一抓到底,在攻坚克难中上水平上台阶,在坚持不懈中干一件成一件;务必聚焦重点、抓住关键,分清轻重缓急,提高举重若轻、事半功倍的落实之功;务必落实责任、完善机制,营造“干净干事”的创业氛围。

竞争白热化:2016,旅行社“战国时代”来临

□ 记者 董艳芬

每年的12月份,旅游行业正式迎来一年中的淡季。不过,最近在省城旅行社界却传出很大的动静。12月6日,由合肥近30家组团旅行社众筹投资的安徽众行旅游文化投资股份有限公司首次进入大众视线。用发起人之一的安徽银泰国旅总经理袁志志的话讲,传统地接社的这种“抱团”行为不仅是为了“取暖”,更是为了“发展”,因为,在即将到来的2016年,旅游行业的竞争会更加激烈。

旅行社竞争白热化,“战国时代”来临

一间房、一张桌、几部电话、收客揽客……这是早些年小旅行社最典型的样本。2016年,这样的传统旅行社门店生存会越来越艰辛。

作为景区、酒店和游客的“中间商”,旅行社的“中介”优势已经很不明显了。在很多80后、90后游客看来,跟团游已经很OUT,自由行、自助游则渐渐成为出游新时尚。而其旅途中的景点门票、住宿酒店,在出发之前已经通过在线旅游平台搞定。可以通俗的理解为,互联网改变出游方式,也给传统旅行社“当头一棒”。

事实上,传统旅行社面临的冲击并不仅仅于此。回望2015年,旅游行业可谓是相当动荡的一年,融资并购,线上线下加速融合等关键词无疑成为整个行业亮点所在。这一年,携程、途牛等在线旅游电商平台完成了在安徽的

布局,线上旅游“烧钱”赚“吆喝”,对传统市场冲击不言而喻。

“可以预见的是,2016年这种竞争会愈演愈烈,如果不能快速适应市场的这种变化,找到突破口,肯定会被市场淘汰。”袁志志坦言,旅行社将真正进入“战国时代”。而安徽众行旅游文化投资股份有限公司就是在这个背景下应运而生的。

袁志志解释称,这近30家的组团旅行社将整合各自的资源,统一运作,降低经营成本和风险。“举一个很简单的例子,对于旅游专列、包机等产品,投资公司统一一切位,然后旗下旅行社分销,会大大降低运营风险。”袁志志说,如果有好的旅游景区项目,单独哪一家旅行社投资可能财力有限,但投资公司却能整合资金,进行项目投资。

景区“散客化” 靠配套设施“留住人”

岁末年初,景区里的旅游人又是别样的一种忙碌。2016年1月9日,“大别山彩虹瀑布第四届客户年会”将在景区举行。在景区邀请的嘉宾名单中,除了传统的组团社外,更多的是各类自驾游、驴友社团组织。“景区已经进入散客时代,2015年大别山彩虹瀑布景区全年接待的游客当中,八成以上是散客。”彩虹瀑布景区常务副总王春生向记者透露说。

事实上,这只是安徽景区的一个缩影。来自省旅游局的统计数据显示,在今年“十一”黄金周,我省累计接待游客5101.5万人次,同比增长10.2%。值得一提的是,在接待的5101.5万人次游客中,自驾自助游客成为绝对主流,占比已超过92%。

散客成出游“主力军”,景区喜悦与压力并存。因为出游集中在节假日,交通拥堵、景区排队、找不到停车位、住不上酒店等事情时有发生。配套设施成景区“留住人”的利器。

“旅游产品升级并意味着开发新的旅游景点,对现有景区设施的更新与投入也很重要,比如建休闲设施、住宿宾馆等等。”周末旅游网CEO李阳告诉记者。

据了解,国内一些旅游比较发达的城市近几年并没有新上旅游景点,相反增加了大量的旅游设施和休闲度假产品,这大大提升了旅游景点的品位和品质,而我省很多景区在这方面做得还是不够。

目前旅游已经进入散客时代,而散客时代旅游的特点就是消费的自主性和自助性,完全抛开了旅行社。“散客就是哪里好玩我就去哪儿,安徽旅游转型应该对应散客时代。”李阳说。