

云南康旅集团做强做优做大文旅资源经济——

熔铸文旅大品牌 邀客幸福游云南



腾冲玛御谷温泉小镇

5月19日,由文化和旅游部、云南省政府共同主办的2023年“5·19中国旅游日”主会场活动在腾冲市举办。

在腾冲,有一个云南省级特色旅游小镇——腾冲玛御谷温泉小镇。在这里,游客感受到了国际级的休闲生活业态,以及小镇与百姓融合共生、共同发展的强大生命力。

小镇的投资建设者云南康旅集团,承担着全省打造文化旅游、健康服务两个万亿级产业龙头企业重任。“资源本身就是产业链上的重要要素,云南文化旅游资源在全国独一无二,有极高的经济价值乃至战略价值,康旅集团正在倾力打造的‘山海游’品牌,就是要整合集团所属12个景区及文旅相关资源,释放文旅业态协同效应,形成推动全省旅游文化现代化的品牌力量,真正把资源优势转化为发展优势。”云南康旅集团主要负责人说,将在“山海游”文旅品牌统筹下,大力推进旅游业态创新,开发更多中高端旅游产品,全面提升旅游质量和效益,推动“门票经济”“观光经济”向“综合消费经济”发展转变。



昆明洲际酒店



云漫营普洱倚象山半山酒店

资源优势变发展优势

喜欢旅行的沈阳游客童欣在腾冲玛御谷温泉小镇享受着国际顶级的温泉SPA,体验着西南边境上国际化旅游度假乐趣,“纯净的阳光,世界少有的温泉,一流的休闲度假设施,整个假期我都要在这个天然大氧吧里过。”在童欣看来,玛御谷温泉小镇已经是一个国际化十足的健康生活目的地。

曾几何时,云南旅游业凭借独特的自然风光和丰富的民族文化两大要素享誉全国,也曾一度成为国内旅游业的风向标。在休闲旅游全面到来的时代,云南旅游如何从观光型的传统阶段向休闲度假旅游转型升级、实现高质量变革?云南康旅集团一直在寻找答案。

“把资源优势转变为发展优势,就是我们企业的责任,也是企业实现高质量发展的动力所在。”云南康旅集团文旅业务板块负责人如是说。景洪曼听御花园傣族风情浓郁,云南康旅集团深挖曼听御花园民族文化载体和红色文化资源,把景区运营与铸牢中华民族共同体意识有机融合,让曼听御花园的文旅资源价值最大化释放。如今,曼听御花园已是西双版纳展示傣族文化和民俗的重要旅游景区,也是当地红色旅游线路的地标所在,成为西双版纳党史学习教育基地和民族团结及爱国主义教育基地。

实际上,把旅游资源打造成带动一方经济社会发展的强势文旅产业,云南

旅游资源厚积蓄势

云南康旅集团拥有普达措国家森林公园、普者黑国家湿地公园两个AAAAA级景区,虎跳峡、梅里雪山国家公园、西双版纳傣族园、曼听御花园、望天树景区和坝美世外桃源景区6个AAAA级景区,滇金丝猴国家公园、香巴拉石轮坛城、腾冲玛御谷温泉小镇和白水台4个AAA级景区,文旅资源从滇西北横跨滇东南,从滇西南延伸到边境。

走进普达措国家森林公园,高山湖泊、雪山草甸、原始森林、民族文化在这里并存交融,更让人心动的是所形成的社区产业发展长效扶持、旅游收益反哺社区发展、社区优先就业扶持机制。在西双版纳望天树景区,云南康旅集团拥有

酒店是构成旅游业的三大基础要素,云南康旅集团深谙国际品牌酒店在全省旅游现代化发展过程中的核心支撑作用。“云南要成为世界知名旅游目的地,就需要国际化的酒店设施、管理水平和服务理念。”云南康旅集团下属云南海埂酒店管理有限公司负责人说。

从2008年北京奥运会期间营业的北京新云南皇冠假日酒店开始,云南康旅集团引入了洲际、希尔顿、悦榕庄、喜来登、万豪等一系列国际酒店品牌布局省内外,与重点旅游目的地形成良性互动的大休闲发展格局。目前,云南康旅集团旗下在营酒店共14家,客房总数3300余间,累计接待宾客超过1150万人次。



迪庆滇金丝猴国家公园

五大核心竞争力熔铸旅游大品牌

如何整合手中最优质的文旅资源,为全省打造一个旅游大品牌,激发文旅产业聚合效应?云南康旅集团正在以景区经营业务“统购统销”为起点,以现金购买、股权合作或平台整合为路径,完成景区特许经营权有效整合,打造一个以景区特许经营权为底层资产的轻资产运营市场主体,实施以“轻重资产分离”为核心的景区经营,以要素有机衔接为核心的业态模式、以品牌高效赋能为核心的产品营销、以全要素聚合为核心的数字平台,以多元综合服务为核心的集散枢纽,熔铸“山海游”文旅品牌,深化集团文旅产业改革,提升全省旅游品牌竞争力。到“十四五”末,云南康旅集团“山海游”文旅品牌预计将整合省内超过40组A级景区,年客流量超2500万人次。

当下,云南康旅集团正启动建设“云南旅游一站式服务”数字平台,以至少40家A级景区、超2500万人次/年的用户流量为目标,作为平台内商家入驻的保障,建成“诚信云南旅游联盟”及文旅供应链平台,实现景区一流量一平台一商家的运营闭环。而正在推进建设的云南省旅游集散枢纽,将聚焦“文、游、医、养、体、学、智”全产业链,打造旅

李继红



普者黑国家湿地公园