

成都融创文旅城启幕 都江堰建设成都旅游消费中心正当时

作为全球少有的“三遗之城”、成都平原的生态屏障，四川省都江堰市坚持生态为基、文化为魂，构建形成“全域旅游+全时消费”“生活空间+生态价值”的集约、融合发展格局，打造以生态为本底、以山水为景观、以文化为特质的美丽宜居公园城市典范，努力在“西控”区域率先打通“两山”转换通道。

旅游是推动文明互鉴、文化交流的重要途径，是成渝地区打造世界级城市群的重要引擎。都江堰市将以旅游业引领发展融入国家战略，加快建设成都旅游消费中心，协同打造中国西部精品旅游走廊，奋力构筑成渝地区内陆开放的新高地。

成都夏季熊猫冰雪节带来旅游新体验

6月30日-8月31日，首届成都夏季熊猫冰雪节在都江堰成都融创文旅城雪世界、水世界举行。作为成都消费新场景的代表项目，成都融创文旅城拥有全球较大的室内滑雪场。这标志着成都成为继北京、上海、广州后，拥有领先专业室内滑雪

水世界、锦绣剧场、高端酒店群、国际会议中心、融创茂、滨湖酒吧街八大业态组成，是集多元产业于一身的世界级综合旅游度假目的地。

成都融创文旅城位于都江堰市重点打造的李冰文创旅游产业功能区内，总投资约550亿元。据都江堰市李冰文创旅游产业功能区负责人介绍，成都融创文旅城项目入驻前，都江堰以传统旅游为主，未能很好地完成向文化旅游、休闲度假旅游转型，缺乏冬季旅游和满足女性、儿童需求的游玩、休闲等全龄化旅游产品。该项目在建设过程中，其功能区遵循“形成一片、建设一片、储备几片”的梯次开发理念，全力推动重要生产场景、生活场景、生态场景在1平方公里核心起步区和青城山镇“独立成市”起步区集中呈现。

“成都融创文旅城雪世界、水世界对都江堰市丰富旅游业态、提振旅游消费和全力打造成都旅游消费中心具有重要意义，大大弥补了都江堰文旅产业和会展经济产业生态圈旅游产业结构性缺陷和服务配套的不足。”上述负责人如是说。



都江堰景区

快建设成都旅游消费中心，加速打造“天府文旅”品牌。

成都融创旅游城突破文旅产业发展瓶颈

都江堰市作为“中国县域旅游

“景区游”在整体旅游项目中的占比高达35%，单客消费潜力尚未有效激发。

“当前我国旅游正在从观光游向休闲游、体验游转变，由景区游向全域旅游、生活游转变，从团队游向自助游、深度游转变，从大众游向小众游、品质游转变，成都融创文旅城建成后预计能带来千万级客流量，将为都江堰带来庞大消费潜能激发的空间、消费接待能力提升的利好和文旅产业转型升级的机遇。”该负责人表示，成都融创文旅城所拥有的全龄段、全天候、全文旅业态，将加速丰富都江堰文旅产品形态，在都江堰、青城山外再打造标志性文旅品牌，有效串联起文化旅游要素，放大旅游业对交通、餐饮、住宿、娱乐、休闲、购物等相关产业的带动效应。从而完善旅游消费中心产业链，有效留住游客过夜消费，改变都江堰目前以“一日游”为主的消费形态。

为了让游客在融创文旅城内有全面的游玩体验，他们还配套建设了包括四星级主题酒店、五星级酒店和六星级酒店及会议中心的酒店群业态，项目引进了钟书阁、名堂文苑、万达影城、环游嘉年华、UR、斯凯奇、淘汽芭比、巴拉巴拉、烤匠、KFC、必胜客等国外知名品牌打造川西文旅体时尚购物中心融创茂。

成都融创文旅城项目开建以来，以重大产业项目为引领，有效吸引并推进20多家知名企业的40个项目落户该区域，总投资达812亿元。并同步推动区域基础及公共配套项目建设27个，总投资达56亿元。

以重大文旅项目为核心的文旅增长极正在都江堰形成，全域旅游消费版图正在悄然延伸扩大。

新场景新产品层出 助力全面升级产业格局

2019年，都江堰市共接待游客2618.81万人次，旅游综合收入308.14亿元。2017年到2019年，旅游综合收入年均增幅达25%，接待游客人数位居四川省前列，旅游综合收入在四川县级城市中名列前茅，境外游客占全省总游客数的1/5。

据了解，项目沿袭了千年都江堰的文脉，将水文化、道文化、熊猫文化巧妙地融合在一起。融创水世界以冰川奇景、藏羌秘境为特色，是集玩水设备、特色温泉、休闲SPA于一体的大型室内恒温水乐园，设计了冰山区、羌寨区、SPA雪山区、SPA园林区四大主题区，游客可以体验大喇叭、大浪板等多种大型玩水设备，享受各种温泉泡池、足浴、石板浴、岩盘浴、雪屋、盐砖房、干蒸、湿蒸等共计34个温泉SPA项目。

“成都融创文旅城能够有效填补都江堰体验式娱乐项目的空白，解决旅游夏满冬空的问题，同时也能通过雪世界等王牌旅游产品吸引全国乃至全球游客的注意，助力都江堰实现由单一旅游目的地向国际旅游城市的转变。”成都融创文旅城相关负责人说。

在成都融创文旅城文化体育和旅游局相关负责人看来，成都融创文旅城对于都江堰还有更深远的意义。这一重大产业化项目将全面提升都江堰的文旅产业能级，形成“问道青城山、拜水都江堰、欢聚文旅城”的西部文旅新三角格局，助力都江堰加

竞争力百强县市”，近年来旅游经济快速增长，产业规模持续扩大，世界自然遗产、世界文化遗产、世界灌溉工程遗产等“三遗”品牌价值不断彰显。

但发展之余也遇到了瓶颈。都江堰市文化体育和旅游局相关负责人坦言，以都江堰-青城山为代表的传统景区，由于经营管理模式单一，与周边同类景区竞争乏力，旅游业对交通、餐饮、住宿、娱乐、休闲、购物等相关产业的带动效应不够明显。同时，由于旅游模式尚处于由景区旅游向生活场景体验转变的过程中，游客停留时间短的软肋仍然存在。

据都江堰市文化体育和旅游局相关负责人介绍，2019年，都江堰市过夜游客仅占整体游客的26%，人均停留时长为2.93天，远远低于对标城市杭州西湖区的5天和新西兰皇后镇的9天。从一定程度上讲，都江堰仍然是成都旅游产品的一个分支或者说是九寨沟线路上的“过境地”，“留不住游客”依然是都江堰作为旅游消费中心城市遇到的最大问题。一日游的主要代表类型



成都融创文旅城雪世界

场及冰雪主题乐园的城市。同时，也标志着都江堰市在打造全域旅游的过程中由过去的门票经济向产业经济顺利转型升级。

成都融创文旅城雪世界、水世界总建筑面积达36.08万平方米，由融创雪世界、融创水世界及大型停车楼三部分组成。其中，融创雪世界总建筑面积8.08万平方米，为全球滑雪爱好者配备了6条不同等级的雪道和2个单板公园，雪道总长度1200米，最大落差60米，最大坡度21°，全天可接待5000人滑雪。

除了专业的雪道外，雪世界首推藏羌冰雪主题，并拥有2.1万平方米全球较大娱雪区和5万立方米的全球较大造雪量，为游客提供雪圈旋转机、冰上碰碰车等十余项全家共享的娱乐游乐项目。

同时，作为全球较大的室内滑雪场之一，成都融创雪世界还为成都提供了一个真冰真雪、四季恒温的“全龄段、全年度、全天候”世界冰雪乐园。未来将通过开设专业滑雪学校、举办世界级滑雪赛事等，全面推动冰雪运动发展，助力成都打造世界赛事名城。

成都夏季熊猫冰雪节在都江堰举办，内容包括中国室内滑雪产业发展论坛、融创滑雪学校明星课堂、2020融创杯(中国)精英滑雪联赛、成都百大网红体验官娱雪派对等，到都江堰体验初夏盛雪的反差美正在吸引着来自全国各地的游客。

“在都江堰旅游除了拜水都江堰、问道青城山、感受虹口夏日漂流之外，还可以在夏天体会盛雪的感觉，一日游已经成为历史了”，来自北京的夏姓游客如是说。

打造“天府文旅”品牌 建设成都旅游消费中心

成都融创文旅城是融创文旅集团推出的世界级特大型文旅综合体，由融创乐园、融创雪世界、融创



山水都江堰，魅力旅游城



青城湾湿地公园