

澎湃新闻网 长三角投资发展论坛组委会 长三角经济社会研究会

旅游让生活更美好

第七届长三角慢生活旅游峰会 暨第五届长三角慢生活旅游目的地联盟峰会 活动方案

一、活动背景

改革开放以来，长三角作为中国最强城市群，与“一带一路”、长江经济带交汇，是中国参与国际竞争的重要平台、经济社会发展的重要引擎，是长江经济带的引领发展区，是中国城镇化基础最好的地区之一。

2020 年全国实现国内生产总值为 101.6 万亿元，而江苏、浙江、安徽、上海三省一市，以占全国 3.73% 土地面积、16.22 % 的常住人口，实现 GDP 约为 24.47 万亿元。长三角这片神奇的土地创造了占全国近 1/4 的 GDP。

长三角地区在经济社会文化各领域发展领跑全国的同时，该地区现代旅游业也得到了迅猛发展，日益成为拉动地方经济的新兴朝阳产业，以及传播城市品牌影响力、美誉度的重要载体。

自 2012 年至 2020 年，长三角投资发展论坛组委会联合相关媒体和机构已主办了六届以“慢生活”为主题的旅游峰会。峰会邀请相关官员、专家学者和长三角各地旅游目的地的代表，围绕“慢生活旅游”的内涵和外延、“慢生活旅游”体系打造、旅游特色小镇建设、全域旅游开发等相关话题共同深入探讨，并推选出了一批长三角最佳慢生活旅游名城、古镇、度假区、最美乡村及特色小镇等，在推进长三角慢生活旅游产业健康发展方面发挥了积极作用。

近年来，随着居民生活水平的提高，高品质的休闲度假已经成为大众旅游的普遍追求。据社科院对中国国内旅游调查的分析，现阶段城镇居民以休闲为目的地的活动占比已超过 90%；而放眼世界，根据世界旅游城市联合会发布的报告，休闲度假占世界旅游的比重已达 60%。可以说，休闲旅游的时代已经正式到来。

与一般的观光旅游不同，休闲旅游更加强调舒适性和体验度。作为一种新型业态，休闲旅游已成为第三产业的核心载体和世界旅游价值链的高端形态，为中国旅游快速发展注入了新的活力。

长三角各地既有良好的旅游产业基础，又拥有旅游消费愿望强烈、旅游消费实力强劲的旅游消费群体。在后疫情时代，以城市休闲和乡村度假为代表的“微度假”旅游发展迅猛，更短时间、更短距离的“周边游”的火爆，已成为现象级的消费。如何打造更高质量的休闲旅游景点和度假区，使休闲度假更触手可得；如何将短时间、短距离的“微度假”旅游打造为新型旅游模式，使之成为大众悠享旅游时光的首选，这些问题都值得我们认真探讨和思考。

鉴于此，澎湃新闻网、长三角投资发展论坛组委会与长三角经济社会研究会，拟定于 2021 年 9 月下旬联合举办第七届长三角慢生活旅游峰会暨第五届长三角慢生活旅游目的地联盟峰会。

本届峰会将在既往的“旅游，让生活更美好”的大主题下，以“休闲，重建旅游的边界”为核心议题，围绕如何推动高质量休闲度假模式和旅游业未来发展等问题，进行深入探讨交流，引导和促进长三角旅游业的健康发展。

本次峰会将邀请历届峰会推选出的长三角最佳慢生活旅游名城、古镇、度假区、最美乡村及最具魅力旅游特色小镇等旅游目的地代表共同参加，进一步促进长三角各旅游目的地加强信息交流分享、经验借鉴学习、营销合作联动，有效推动长三角地区旅游业的包容共赢和可持续发展。

第七届长三角慢生活旅游峰会暨第五届长三角慢生活旅游目的地联盟峰会将同期开展“长三角最佳悠享旅游目的地”系列评选活动，本次评选范围为沪苏浙皖长三角区域，以推荐、自荐与组委会直选相结合的方式，对照科学严格的评价体系，由国家有关部门与沪苏浙皖四省市区权威专家组成的专家评审委员会以及全国 10 家主流媒体 20 位资深旅游记者组成的媒体评审团筛选，综合专家评审委员会与媒体评审团计分及网站调查数据，最终评定产生“长三角最佳悠享旅游城市” 10 家，“长三角最佳悠享旅游度假区” 10 家，“长三角最佳悠享旅游小镇” 10 家，“长三角最佳悠享旅游民宿酒店” 10 家，评选结果将于 2021 年 9 月举办的第七届长三角慢生活旅游峰会暨第五届长三角慢生活旅游目的地联盟峰会上揭晓，并由境内外及长三角 50 家主流媒体广泛发布报道。

第七届长三角慢生活旅游峰会暨第五届长三角慢生活旅游目的地联盟峰会，及同期开展的“长三角最佳悠享旅游目的地”系列评选活动，组委会职能由长三角投资发展论坛组委会行使。根据活动组委会安排，与各地的联络工作由澎湃新闻长三角新闻中心承担。

二、组织机构

主办单位：澎湃新闻网

长三角投资发展论坛组委会
长三角经济社会研究会
主办地人民政府
承办单位：主办地宣传及文旅部门
澎湃新闻长三角新闻中心
支持媒体：《解放日报》《新华日报》《安徽日报》《中国县域经济报》
《21世纪经济报道》《中国旅游报》《文汇报》《新民晚报》《浙江新闻》《杭州日报》《扬子晚报》《现代快报》《南京晨报》《金陵晚报》《城市导报》《东方航空报》《华夏时报》《浙商杂志》《市场导报》《钱江晚报》《都市快报》
《安徽商报》《市场星报》《工商导报》新华网 人民网 中国新闻网 中国江苏网 江苏电视台 东方网 上海电视台纪实频道 凤凰网 腾讯网 新浪网 搜狐网 安徽财经网 浙江在线 浙江之声 安徽旅游在线等
网络合作伙伴：长三角城市网 (www.csjcs.com)、乐活长三角 (www.1ehuo361.com)

微信公众号合作伙伴：富贵门、长三角城市网、长三角旅游联盟

二、奖项设置

综合专家评审委员会与媒体评审团评估计分及网络调查数据，最终产生“长三角最佳悠享旅游城市”10家、“长三角最佳悠享旅游度假区”10家、“长三角最佳悠享旅游小镇”10家、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”10家。

三、评选要求

- 1、本次评选的推选范围：沪苏浙皖长三角区域的各地旅游城市及特色旅游度假区、旅游特色小镇及旅游度假民宿酒店。
- 2、由参选单位提供当地最新图文介绍资料。
- 3、由参选单位根据“评估标准”，提供有关能说明城市、度假区、旅游小镇或民宿酒店在文旅融合方面的努力和成果、自身独具的“旅游特色”等申报材料，以及申报地所具有的综合实力、蕴含魅力、发展潜力及影响力等说明资料。

四、奖项评审指标体系

现经有关权威学者专家的综合考量，并参照国际通行模本，特制订本次评选的如下评估标准：

一、“长三角最佳悠享旅游城市”评估标准及权重：

序号	指标	权重	计分
一	拥有良好的原生态自然环境（原生态山水美景，优质的绿化环境、水环境、空气质量，低噪音、低光污染）。	20%	20
二	能够合理利用地方文化特质与旅游禀赋（独具地方特色的民俗文化风情、传统手工艺旅游产品和饮食文化	20%	20

	等），创造属于自己的旅游核心竞争力。		
三	拥有清晰的城市形象建设体系，和良好的休闲度假配套基础设施。拥有能够体现地域传统文化、民俗特质的标志性、话题性旅游文化景点，具有明显的城市特色以及具象化的城市名片。	15%	15
四	具有良好的城市曝光度、城市形象传播影响力，当地民众对于城市形象的认可度、传播参与度较高。	15%	15
五	在传播城市形象方面，具有创新精神（敢于尝试新兴的、接地气、趣味性强的话语体系与传播方式）。	15%	15
六	拥有极高文化认同感与民众归属感的本土文创作品（音乐、美食、影片等等）。	15%	15

二、“长三角最佳悠享旅游度假区”评估标准及权重：

序号	指标	权重	计分
一	拥有良好的原生态自然环境（原生态山水美景，优质的绿化环境、水环境、空气质量，低噪音、低光污染）。	20%	20
二	能够充分体现地方文化特质与旅游禀赋（独具地方特色的民俗文化风情、传统手工艺旅游产品和饮食文化等），创造属于自己的旅游核心竞争力。	20%	20
三	拥有清晰的度假区（景区）形象建设体系，和良好的休闲度假配套基础设施。拥有能够充分体现当地传统文化、民俗特质或度假区（景区）主题的标志性、话题性旅游文化景点，具有明显的度假区（景区）特色以及具象化的景区名片。	15%	15
四	具有良好的度假区（景区）曝光度、景区形象传播影响力。	15%	15
五	在传播景区形象方面，具有创新精神（敢于尝试新兴的、接地气、趣味性强的话语体系与传播方式）。	15%	15
六	拥有极高文化认同感与民众归属感的本土文创作品（音乐、美食、影片等等）	15%	15

三、“长三角最佳悠享旅游小镇”评估标准及权重：

序号	指标	权重	计分

一	拥有良好的原生态自然环境（原生态山水美景，优质的绿化环境、水环境、空气质量，低噪音、低光污染）。	20%	20
二	在综合开发过程中能充分体现传统文化遗产的保护，同时彰显对地方文化特质与旅游禀赋的深刻认识，合理避免“同质化”现象，具备特色小镇的旅游核心竞争力。	20%	20
三	拥有清晰的旅游小镇形象建设体系，和良好的休闲度假配套基础设施。拥有能够体现自身传统文化、民俗特质的标志性、话题性旅游文化景点，具有显著特色以及具象化的小镇名片。	15%	15
四	具有良好的小镇曝光度、小镇形象传播影响力。	15%	15
五	在传播小镇形象方面，具有创新精神（敢于尝试新兴的、接地气、趣味性强的话语体系与传播方式）。	15%	15
六	拥有极高文化认同感与民众归属感的本土文创作品（音乐、美食、影片、手工艺品等等）	15%	15

四、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”评估标准及权重：

序号	指标	权重	计分
一	酒店所在地拥有良好的原生态自然环境（原生态山水美景，优质的绿化环境、水环境、空气质量，低噪音、低光污染）。	20%	20
二	酒店基础设施齐全，拥有独具个性的酒店休闲度假特色设施、布景，能给游客带来良好的度假体验，并享有良好的美誉度，客人满意度达90%以上。	25%	25
三	酒店建筑外观能够体现地方传统文化特色，与所处的自然环境禀赋相辅相成，具有较高的传播基础。	20%	20
四	酒店餐饮设施具有地方餐饮文化特色，菜品能够充分体现地方美食特色，能够很好诠释地方美食文化并有所延伸，是地方招牌美食的标杆。	15%	15
五	酒店服务周到热情，管理规范有序，拥有独具特色、人性化的服务项目，在让客人宾至如归的同时，也能有眼前一亮的入住新体验。	20%	20

五、活动流程

本次评选将以旅游城市、旅游度假区、旅游小镇和民宿酒店的个性特色和

“慢生活”体验品质为主要价值取向，以参评地的综合实力、蕴含魅力、发展潜力、影响力为标杆，以公正、公开、权威为原则，在全面展示、科学评价的基础上，使其在长三角脱颖而出。

2021年6月评选正式启动。

对照本次评选的评估标准和价值指数，以推荐、自荐与组委会直选相结合的方式，确定参加推选“长三角最佳悠享旅游城市”、“长三角最佳悠享旅游度假区”、“长三角最佳悠享旅游小镇”、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”的全部名单。

由组委会根据参评标准筛选出入围“长三角最佳悠享旅游城市”、“长三角最佳悠享旅游度假区”、“长三角最佳悠享旅游小镇”、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”的名单。

根据科学严格的评价体系，由权威专家组成的专家评审委员会和由全国及长三角地区10家主流媒体20位资深旅游记者组成的媒体评审团分别评估计分。综合专家评审委员会与媒体评审团计分及网络调查数据，最终产生“长三角最佳悠享旅游城市”、“长三角最佳悠享旅游度假区”、“长三角最佳悠享旅游小镇”、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”的当选名单。

由澎湃新闻派出优秀的记者团队，对获奖地及相关单位进行深入发掘总结，并为获奖地进行宣传推广。

2021年9月，在“第七届长三角慢生活旅游峰会暨第五届长三角慢生活旅游目的地联盟峰会”上，正式发布“长三角最佳悠享旅游城市”、“长三角最佳悠享旅游度假区”、“长三角最佳悠享旅游小镇”、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”荣誉榜单，并为获奖地及相关单位颁奖。

六、获奖单位价值回报：

本次评选为以公平、公正、权威为原则的公益性评选活动。如参评单位当选，将享有以下宣传推广价值回报。

A 方案：

- 最终获奖单位将分别获得组委会授予的“长三角最佳悠享旅游城市”、“长三角最佳悠享旅游度假区”、“长三角最佳悠享旅游小镇”、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”奖杯和证书。

- 本次评选的获奖名单将在澎湃新闻等长三角主流媒体上发布。
- 澎湃新闻网给予获奖单位一篇专题形象宣传报道。
- 由《文汇报》、《新民晚报》、《上海日报》、《新华日报》、《浙江日报》、《安徽日报》、《钱江晚报》、《扬子晚报》、《新安晚报》等长三角主要媒体，及新华网、中新网、新浪网、搜狐网、《21世纪经济报道》、《经

济观察报》等全国著名报刊、网站，发布、报道评选结果。

- 颁奖典礼及论坛现场可为获奖单位播放 VCR 宣传短片，并发放宣传资料。
- 长三角最大的综合门户网站长三角城市网，以及旅游宣传推广专业网站“乐活长三角”将为获奖单位制作专题，进行全面宣传推介。
- 由“富贵门”、“长三角城市网”“长三角旅游联盟”三个微信公众号为每个获奖单位各提供一期推广服务。

宣传推广费：20 万元整

B 方案：

- 最终获奖单位将分别获得组委会授予的“长三角最佳悠享旅游城市”、“长三角最佳悠享旅游度假区”、“长三角最佳悠享旅游小镇”、“长三角最佳悠享旅游民宿酒店”奖杯和证书。
- 本次评选的获奖名单将在澎湃新闻等长三角主流媒体上发布。
- 由《文汇报》、《新民晚报》、《上海日报》、《新华日报》、《浙江日报》、《安徽日报》、《钱江晚报》、《扬子晚报》、《新安晚报》等长三角主要媒体，及新华网、中新网、新浪网、搜狐网、《21 世纪经济报道》、《经济观察报》等全国著名报刊、网站，发布、报道评选结果。
- 颁奖典礼及论坛现场可为获奖单位播放 VCR 宣传短片，并发放宣传资料。
- 长三角最大的综合门户网站长三角城市网，以及旅游宣传推广专业网站“乐活长三角”将为获奖单位制作专题，进行全面宣传推介。
- 由“富贵门”、“长三角城市网”、“长三角旅游联盟”三个微信公众号为每个获奖单位各提供一期推广服务。

宣传推广费：15 万元整

组委会官方网站：www.csjcs.com

组委会联系人：殷祝平 13382345076，陈颖 18106583022

