

通、绿道畅通、驿站连通的立体化运动休闲空间。

（三）多点支撑：突出宝鸡多维特色资源

一是业已成熟的市区旅游资源，如大水川、九龙山旅游度假区，大唐秦王陵、大散关、炎帝陵等景区。

二是工业农业融合旅游资源，如长乐塬抗战遗址公园，吉利汽车、青岛啤酒等工业旅游区，绿丰源农旅融合示范园、晁峪田园综合体等。

三是城市近郊乡村旅游资源，诸如玉池公社、赤沙农耕民俗园等。

四是都市时尚休闲旅游资源，如“太阳市-陈仓老街”都市美食休闲时尚街区，经一路、新民路省级特色步行街，宏欣国际步行街等。

五是都市景观旅游资源，如宝鸡大剧院、宝鸡文化艺术中心、火车站广场等城市标志性特色建筑等。

六是城市微景观，包括广场绿地、小游园、口袋公园等彰显宝鸡文化特色的景观小品和标识标志。

宝鸡都市旅游发展的现实挑战

随着国民经济的快速发展和国民收入水平的提高，品质型都市旅游的需求加速增长，个性化、复合化的旅游消费心理凸显，“互联网+”的智慧旅游成为都市旅游发展新趋势，这些都为宝鸡都市旅游的发展带来了新的挑战。近年来，宝鸡市已逐步形成了现代都市风貌、历史街区、商业娱乐、郊野休闲等丰富多彩的旅游产品，在国内也享有一定的知名度和美誉度。但是，宝鸡都市旅游发展仍存在一些薄弱环节亟需完善和提高。

（一）旅游发展模式有待更新

随着人们生活方式、消费方式的改变，旅游需求也随之改变。人们对于旅游消费的需求已经不再满足于“到此一游”的走走看看，而是更加注重旅游质量，希望通过深度游览融入到当地居民的日常生活中，更为真切地感受当地的风土人情。此外，旅游群体也因年龄、性别、收入水平等因素而被细分为不同种类层级，个性化、复合化的旅游消费心态凸显。

（二）文旅资源融合尚不到位

文化是都市旅游的灵魂，本地特色的文化旅游资源和文化旅游产品是保持都市旅游具有持久生命力的制胜法宝。宝鸡市区文化旅游资源丰富，但目前文化旅游资源的深度开发尚且不足，城市色彩还不够鲜明，没有形成具有一定知名度的文化旅游品牌。

（三）旅游资源同质化现象仍然存在

一方面，在城市范围内，由于都市文化遗产和非物质文化遗产活化利用不足，使得部分旅游资源缺乏深度



中华石鼓园

文化内涵，导致旅游资源同质化现象仍然存在。另一方面，在同一个文化区域内，只利用一种元素进行旅游活动或旅游产品的开发，使景区缺乏长期的吸引力或持续发展的能力，容易导致同质化的恶性竞争。

（四）新媒体时代的智慧旅游发展相对滞后

随着“互联网+”行动计划、国家大数据战略的实施，以及智慧城市的加快建设，发展智慧旅游已经成为大势所趋。一方面，从旅游内容和旅游形式上来看，游客体验智能化需求不断增加，同时通过智慧旅游程序，可以对旅游地的人流量、旅游时间、消费习惯等进行统计，从而可以更精准地定制旅游资源。另一方面，从旅游宣传上来看，如何巧妙利用新媒体手段宣传推介宝鸡旅游资源也是当下面临的一个重要挑战。

（五）都市旅游公共服务体系还存在一定短板

虽然城市核心区域的旅游公共服务体系日臻完善，但旅游服务的便捷化、智慧化、全面化还存在一定短板。比如目的地旅游集散体系不健全，自驾或自助的游客均需要游客集散中心提供购票、咨询、加油、休息、租车、拼车、换乘等“一站式”服务，但目前市内游客集散中心的知名度较低、点位较少。

宝鸡都市旅游提质升级的现实路径

（一）更新旅游消费观念，加快都市旅游产品和服务内容提升

旅游新消费业态应当是“本地氛围+地方特色+舒适生活+深度体验”的集合体，要在与旅居、康养、亲子互动等融合中推进传统旅游业态的转型升级。一方面，丰富“一核三带多点”的服务内容，增加旅游内容供给，丰富游览形式。另一方面，挖掘近郊特色旅游项目，塑造“宝鸡·周末好去处”品牌，通过媒体宣传、政府推介等方式扩大宝鸡近郊旅游地的知名度，助推都市近郊