

辽宁沿海旅游整合开发研究^{*}

吕俊芳^{1,2}, 李悦铮¹

(1. 辽宁师范大学城市与环境学院 大连 116029; 2. 渤海大学旅游学院 锦州 121013)

摘 要: 文章以辽宁沿海旅游为研究对象, 基于旅游整合的相关理论, 在诊断辽宁沿海旅游发展存在问题的基础上, 提出了辽宁沿海旅游整合开发策略。

关 键 词: 辽宁沿海; 旅游整合; 开发

2006 年辽宁省提出沿海“五点一线”的开发战略, 2009 年辽宁沿海经济带开发上升为国家战略, 辽宁沿海发展空间从此由东北拓展到全国、整个东北亚甚至全世界; 2009 年底国务院下发的“41 号文件”中把旅游业定位为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业, 这为辽宁沿海旅游业发展提供了前所未有的发展机遇。辽宁沿海从北向南、从东向西呈“N 字形”依次分布有丹东、大连、营口、盘锦、锦州、葫芦岛 6 个地级市, 沿海各地依托各自旅游资源普遍掀起了发展旅游的高潮, 经过近 3 年的发展, 虽然以大连为首的滨海旅游发展取得了不错的成绩, 但整个辽宁沿海旅游呈现出东强西弱的不平衡发展状态。为盘活各地旅游发展潜力, 变资源优势为辽宁沿海整体效益, 基于共生理论辽宁沿海旅游有待整合发展。

1 旅游整合的理论依据

1.1 系统论

所谓系统就是由若干要素(子系统)以一定的结构形式联结构成的具有某种功能的有机整体。旅游是一个完整的大系统, 作为一个整体, 其要素众多, 吃、住、行、游、购、娱各子系统以一定的结构构成具有观光、休闲、度假等功能的有机整体。系统论的基本思想就是把所研究和处理的对象, 当做一个系统, 分析系统的结构和功能, 研究系统、要素、环境三

者的相互关系和变动规律, 以优化系统。整合作为一种运作, 存在于系统从无到有的生成过程, 存在于系统的生存存续过程, 也存在于系统的演化发展过程。有系统就有它的整合运作, 谈系统就要谈它的整合问题^[1]。旅游整合的目的在于调整旅游系统结构, 协调各要素关系, 使旅游系统达到优化目标, 系统论为区域旅游整合提供了有效的思维方式。

1.2 区域结构由点一线一面一网络的演进理论

旅游经济是多地点经济, 旅游发展以一定的空间为载体。旅游整合遵循区域结构演变规律, 由“板块型点”, 即各个旅游地区的关系泾渭分明, 过渡到“渗透型面”, 即各旅游增长极和新增旅游地沿着旅游发展轴(线)进行旅游整合, 逐步形成能够反映局部整合的旅游新形象和吸引力更大的旅游产品, 之后进入“融合型网络”, 即在旅游发展轴的不断延伸情况下, 区域旅游发展要素通过全面整合, 逐步形成一个能代表区域整体的旅游新形象和影响力更大的旅游产品, 最终形成完整的区域旅游整合体。

1.3 规模和多地点经济性理论

规模经济是由于一定的产量范围内, 固定成本可以认为变化不大, 那么新增的产品就可以分担更多的固定成本, 从而使总成本下降。换言之即经济活动因区位优势、合理集聚而获得良好的发展机会, 由此而引起规模增大所产生的收益^[2]。多地点经济性是规模经济一般理

^{*} 基金项目: 辽宁省社科规划基金项目: “提高辽宁滨海公路的旅游效益研究”(L11BJY017); 教育部规划基金项目“近 30 年来中国入境旅游者空间行为模式变迁动力机制研究”(12YJAZH204)。

论在旅游产业中的具体表现形式，也是旅游经济内在规律在旅游产业运动中的外部表现。旅游发展的整合恰恰是在旅游业的市场投入、交通运输、专业化协作、产品联合推介等方面，将要素资源和产品资源集中起来，以获取规模经济^[3]。

1. 4 竞合理论

“竞合 (coopetition)” 一词最早由 Brandenburger 和 Nalebuff 在 1996 年提出，并认为竞合现象反映了一种基本的关系二元性，即创造价值必然是一个合作过程，而获取价值必然是一个竞争过程。对旅游业来讲，旅游资源的有限性和分布的不平衡性导致地区间或旅游地之间的竞争愈演愈烈。因此，在竞争中合作，在合作中竞争，促进对称性兼容和一体化互惠共生，已经成为重塑新型旅游区域关系的关键。把竞合观念渗透到旅游领域，就是将具有相似性的同类旅游资源，通过整合产生规模效应；将具有互补性的异类旅游资源，通过优势互补，创造更强的整体竞争优势。这就要求区域旅游地在承认竞争和利益冲突的前提下，通过内部结构的重组实现区域旅游一体化共生^[4]。在区域旅游资源整体优势的基础上打破行业部门、行政区域的界限，在空间上聚集、形象上统一，实施旅游资源的优化配置和全面整合。

2 辽宁沿海旅游发展的问题诊断

2.1 辽宁滨海旅游特色不突出，省内外同质化竞争激烈

从旅游产业发展现状来看，辽宁滨海各地掀起发展旅游的热潮，但旅游资源浪费、破坏和污染，资源同化，对市场机会分析不足，在没找到合理开发模式前盲目开发等现象，一方面造成低水平重复建设，效益不佳；另一方面破坏了资源。虽然辽宁滨海各地旅游均有一定程度的发展，但各地旅游特色不明显，发展效果欠佳。辽宁海洋旅游资源与周边地区具有一定的同质性，其他滨海城市成熟的滨海旅游产品与辽宁滨海旅游存在同质化竞争。北方滨海旅游城市主要集中在渤海湾、辽东湾，属于一类热点滨海旅游城市的有青岛、秦皇岛；属于

二类次热点滨海旅游城市的有烟台、威海等，这些城市发展旅游相对于除大连以外的辽宁滨海各市来说较早，滨海旅游发展已经具有相当规模，其旅游产业的发展规模和城市的影响力也远远超过辽宁，在这样一个区域里，不可避免地形成了滨海旅游产品同质化的激烈竞争。

2.2 辽宁滨海 6 市行政界限明显，竞争有余、协作不足

辽宁沿海 6 市旅游产业发展呈局部、分散状况。辽宁沿海 6 市应发展旅游及城市运营之需，都在竭力挖掘自己所辖空间的旅游潜力，各地更多关注地域旅游的自足性，尤其是可变现为旅游资源或城市形象亮点的部分，全然不顾沿海旅游一体性，许多产品具有雷同性，造成市场间的不良竞争，陷入 6 个 1 相加小于 6 的误区。

在旅游发展各要素之间、旅游相关行业之间、各个相关管理部门之间在旅游规划、发展、营销和管理上的协作有限；旅游业缺乏有效的行业协会组织与活动；与区域内外的旅游合作未能有效展开，旅游竞争能力有限。辽宁沿海各板块只强调本行政区域内的旅游发展，注重与区域内外的竞争，较少关注相互协作，市、县、区各自为战，旅游发展要素尚未整合，难以形成合力。在项目设立、产品开发、资金投入、资源保护、宣传促销上缺乏统一协调机制，这必然会导致旅游发展的无序状态。

2.3 滨海旅游产品以观光类为主，缺乏参与体验性

辽宁滨海旅游产品吸引力不够，一方面是产品雷同造成产品本身吸引力下降；另一方面产品开发处在初级阶段，产品的核心吸引力小；尚未盘活全方位旅游效益，旅游效益东强西弱等造成辽宁滨海整体旅游效益不佳。

旅游开发的主体和渠道较窄、产品较单一，仍然以低收入型的观光类产品为主，对休闲度假、娱乐健身、寻奇探险以及绿色生态等参与性、娱乐性强的旅游项目开发力度不够，对旅游产品的组合效益认识不足，产品的开发布局不科学、不合理，没有正确的规划指导，盲目建设，造成资金浪费，环境资源破坏。

2.4 辽宁滨海旅游等客上门,营销有限

辽宁滨海旅游长期注重资源导向,有什么卖什么,秉承“酒好不怕巷子深”的理念等客上门,缺乏主动营销海洋旅游的意识,虽然大连的海洋旅游名声在外,但依然处于单打独斗的局面,辽宁沿海旅游的整体拳头产品没有,形象模糊,整体营销尚处于空白。

3 辽宁沿海旅游整合开发策略

3.1 辽宁沿海旅游整体打造“全域旅游”和“大城小镇”式发展模式

辽宁滨海城市中虽有蜚声中外的龙头——浪漫之都大连,但是缺乏像长江三角洲、珠江三角洲实力雄厚的民间经济基础和像京、津地区的老牌大城市基础。直面辽宁滨海公路沿线,经济基础薄弱、人口较少、城镇密度低等劣势,利用辽宁沿海良好的人居环境:环境优美、山海相连,气候宜人等优势,应该突破传统、化零为整谋划辽宁滨海旅游,采用“全域旅游”和“大城小镇”发展模式^[5],既能秉承浪漫之都大连、中国最大的边境城市丹东等“大城”的旅游发展成就,同时还能开创路海沿线熊岳思拉堡温泉小镇等特色“小镇”,形成滨海“全域旅游”。

3.2 辽宁滨海以市场需求为导向挖掘整合现有资源,因地制宜打造旅游精品

辽宁沿海各市旅游管理部门、旅行社、旅游景区要充分分析各自旅游资源特色,精心规划设计组合旅游产品,推出特色旅游线路;应该对旅游开发进行外延拓展,增加一些满足市场需求的特色体验项目;沿路各地要整体评价各自拥有的垄断旅游优势,整合挖掘各自旅游旅游资源价值,准确定位各自旅游特色、找准旅游发展的模式,在沿路各地形成特色鲜明、自成体系的“北方黄金旅游海岸”精品,并创立品牌进行推广。

3.3 加强沿海各地区域内外的旅游合作,变“互代”关系为“互补”关系

辽宁滨海公路沿线各市在旅游发展过程中转变原来“同质互代”发展模式,在区域内加强各市之间合作,区域外加强与环渤海区域、东北腹地合作,整合旅游资源,互换客源,形成求同存异、取长补短的“互补”发展模式,形成资源、市场、利益共享格局,促进区域旅游业一体化发展,达到合力最大化。

3.4 加强规划,准确定位旅游形象,打造旅游品牌,理顺管理体制

就原来漫长海岸线上各自为政的旅游发展现状,成立旅游辽宁滨海旅游协调机构,整体规划,深度开发旅游产品,把滨海旅游产品串联起来,创立精品,推广品牌,塑造“北方黄金旅游海滨”形象。理顺多头管理的机制,政府主导加强合作,联合营销;调动旅游景区、旅行社和大企业参与开发旅游市场的积极性,充分利用互联网和多媒体加大远程市场开发力度,通过完善与客源地旅游交通的便捷性和信息交流的技术平台,进行联合营销,打造一体化的中国北方滨海旅游新形象,提高区域旅游竞争力。

参考文献

- [1] 苗东升. 系统科学精要[M]. 北京:中国人民大学出版社,2010.
- [2] 李小建,李国平,曾刚,等. 经济地理学[M]. 北京:高等教育出版社,2006.
- [3] 李建丽. 区域旅游资源整合研究[J]. 中国发展, 2009(4): 81—84.
- [4] PERRU O. Cooperation strategies, signals and symbiosis[J]. Comptes Rendus Biologies, 2006, 329: 928—937.
- [5] 吕俊芳. 辽宁沿海经济带“全域旅游”发展研究[J]. 经济研究参考, 2013, 65(5): 52—56.