

辽宁海陆旅游文化产业一体化发展研究^{*}

林宪生^{1,2}, 郭 瑾²

(1. 辽宁师范大学海洋经济与可持续发展研究中心 大连 116029; 2. 辽宁师范大学城市与环境学院 大连 116029)

摘 要: 发展旅游文化产业是振兴辽宁老工业基地, 推动辽宁经济结构调整的重要途径。区域一体化是旅游文化产业发展的必经之路。辽宁海洋与内陆旅游文化产业有很多共同点与互补性, 有利于旅游文化产业的一体化发展。文章指出辽宁海洋和内陆旅游文化产业的优势与不足, 建议建立辽宁省海陆旅游文化产业集团, 提出沿海经济带旅游文化产业一体化、内陆旅游文化产业一体、海陆旅游文化产业一体化的发展、优化旅游线路、围绕主题整合景点, 开发系列产品等策略。

关 键 词: 辽宁; 旅游文化产业; 海陆; 一体化

地理环境的差异性决定了地域文化资源的差异性。辽宁省海陆兼备, 海岸线长达 2 878.5 km, 全省共 14 市, 其中有 6 市临海, 形成了各具特色的海洋文化与内陆文化。随着建设辽宁沿海经济带战略的实施, 辽宁海洋旅游文化产业得到迅速发展。内陆旅游文化产业与海洋旅游文化产业有很多共同点与互补性, 将辽宁海洋与内陆旅游资源整合, 促进辽宁海陆旅游文化产业一体化, 是区域经济一体化的顺势之举, 有利于辽宁旅游文化产业的整体提升, 发挥出更大的经济效益与社会效益。

1 辽宁海洋旅游文化产业现状

辽宁省是我国最北部的沿海省份, 横跨黄海和渤海两个海域, 管辖海域面积 6.8 万 km²。海岸绵长, 海岛星罗棋布。作为海洋文化产业中的重要组成部分的旅游文化产业已受到越来越多的重视。自实施“海上辽宁”战略以来, 海洋旅游资源的开发和利用得到很大发展, 滨海旅游业成为海洋经济的支柱产业。辽宁沿海经济带开发战略的实施, 为海洋旅游文化产业加快发展带来新的机遇。

1.1 辽宁海洋旅游文化产业优势分析

1.1.1 资源优势

辽宁省海洋旅游资源丰富。既有风光迷

人的海岸和岛屿, 如大连地区的城山头海滨熔岩地貌、金石滩地质遗迹、长山群岛、锦州大笔架山连岛砂坝、兴城菊花岛、丹东大鹿岛等; 也有滨海历史遗址遗迹, 如营口金牛山猿人洞穴遗址、葫芦岛碣石宫遗址、锦州义县奉国寺、葫芦岛绥中九门口长城、旅顺日俄监狱、辽沈战役纪念馆和抗美援朝纪念馆等。

辽宁省海洋旅游文化产业的发展不仅体现在资源的丰富与多样, 更重要的是具有相似性和互补性, 为一体化发展提供了有利条件。相似性表现为: 辽宁省沿海 6 市地理环境相似, 处于相同的历史文化背景下, 地域文化存在着相似性, 具有相同的认知印象, 有利于建立统一的北方沿海旅游城市形象。互补性表现为: 每个城市又都有独特的文化资源, 特色鲜明, 是唯一的, 不重复的, 不存在互相替代性。如, 兴城古城是我国目前保存最完好的非常珍贵的明代古城墙之一; 盘锦的红海滩美丽壮观, 举世罕见; 大连旅顺口留下的众多遗迹, 讲述了半部中国近代史; 丹东具有历史意义和异国风情的鸭绿江沿岸风光等。这些独特的资源具有国际影响力, 将其进行一体化开发, 联合营销, “强强联手”必然打开更大的市场。

* 基金项目: 辽宁省教育厅人文社科重点研究基地项目 (2009JD46)。

1.1.2 交通优势

交通是旅游的基础,是开展旅游文化产业的先决条件。辽宁沿海6市之间高速公路、普通公路、铁路交通畅通无阻,拉近了城市之间的距离。尤其是新开通的辽宁滨海大道,将沿海的6座城市连成一线,串联起沿线共计近140个旅游景点,形成一条综合观光带。这条大道不仅是辽宁沿海的经济大通道,更是辽宁旅游的黄金大通道。辽宁沿海是整个东北地区走向世界的门户,港口、机场等交通设施齐备,形成海陆空立体交通运输网络。便利的交通增加了景区的可进入性,扩大了客源范围,为海陆旅游文化产业的一体化发展提供了必要条件。

1.2 辽宁海洋旅游文化产业发展不足之处

1.2.1 海洋旅游产品结构比较单一,缺乏知识性和参与性

目前辽宁海洋旅游以基础的观光旅游为主要内容,专项和特种旅游项目相对缺乏。其实海洋旅游产品的内涵非常丰富,它是以海洋资源为凭借,以旅游设施为依托,向旅游者提供用以满足旅游活动需求的有形实体和无形服务的总和。辽宁的海洋文化产业应该利用自身优势,结合当地实际情况,开展海洋文化旅游、科普教育旅游、民俗旅游、体育旅游、探险旅游、医疗旅游和海底旅游等多种类、多层次的旅游活动。这样才能充分地体现海洋旅游资源的价值,增加旅游的知识性和参与性,使旅游者在不同寻常的旅游体验中得到极大的满足与享受。

1.2.2 海洋旅游文化产业区域发展不均,缺乏有效的合作

辽宁沿海6市旅游文化产业区域发展不均,各市旅游收入水平差异很大(表1)。大连市的旅游收入遥遥领先于其他各市,占沿海6市旅游总收入的52.6%,首位度高过2,达到3.8,说明沿海旅游文化产业结构失衡,过度集中。辽宁沿海6市有合作意识,但缺乏有效的合作机制。区域旅游合作中的一些根本性问题,如,行政障碍、资金障碍、经营障碍和市场障碍等没有得到有效的解决。辽宁沿海没有一家跨区域经营的旅游集团。旅游相关企业之间也缺乏

深层次的、实质性的产品合作、资本合作和营销合作^[1]。

表1 2008年辽宁省沿海6市旅游收入

城市	旅游收入/亿元	区域内所占比重/%	首位度
大连	400.8	52.6	3.8
丹东	104.0	13.7	
盘锦	78.7	10.3	
锦州	69.5	9.1	
营口	61.5	8.1	
葫芦岛	47.0	6.2	
总计	761.5	—	—

数据来源:辽宁省沿海6市2008年国民经济和社会发展统计公报。

2 辽宁内陆旅游文化产业现状

2.1 辽宁内陆旅游文化产业发展优势分析

2.1.1 资源优势

辽宁内陆旅游的主要特色是深厚的历史与文化。辽宁内陆是中国最后一个封建王朝——清王朝的发祥之地,清前史迹众多,“一宫三陵”已经成为世界文化遗产,清文化是辽宁旅游走向世界的一张名片。辽宁民俗充满热情、幽默的东北味,在全国具有一定的吸引力,东北大秧歌、奉天大鼓、二人转和辽派评书是辽宁民间民俗文化的主要代表,还有非常珍贵的民间艺术,如辽西刺绣和民间绘画等。辽宁省内生活着满族、蒙古族、回族、朝鲜族、锡伯族和壮族等43个少数民族。其中,满族、锡伯族聚居人数居全国之首。少数民族与汉族的文化差异激发人们寻求和了解不同文化的求新、求异和求知等旅游动机。辽宁曾是“共和国长子”,新中国工业史上的许多第一都在这里诞生,这里有一个时代的缩影、一辈人的记忆,如今辽宁是工业门类齐全、体系完整的重工业基地。发展工业旅游,辽宁资源优势得天独厚。自然风光也不乏人文内涵,宗教圣地千山、药山,东北道教发祥地九顶铁刹山,新石器时期古人类遗址仙人洞等。

2.1.2 区位优势

辽宁内陆是东北亚经济圈的重要组成部分,

扼东北亚交通战略要冲,交通、通信等基础设施完善。沈阳是东北铁路的枢纽,铁路纵贯东西南北,以沈阳为中心的辽宁中部城市群是我国铁路最密集、铁路交通最繁忙的地区。辽宁内陆是联结和沟通东北与华北及辽东半岛与山东半岛、黄河三角洲旅游区 and 欧亚大陆桥的重要中转站,经欧亚大陆桥和海陆空港,还与日本、韩国、俄罗斯及朝鲜等周边国家以及欧美、港、澳、台等国家和地区这些旅游热线相联结。良好的区位优势,为旅游业的发展,提供了庞大的、潜在的国际和国内市场。

2.2 辽宁内陆旅游文化产业发展不足之处

辽宁内陆旅游文化产业发展的不足,主要表现在旅游资源的文化价值没有得到充分的体现。旅游是一种文化现象,没有文化内涵的旅游就没有生命力。辽宁内陆的历史文化旅游资源是非常宝贵和不可再生的遗产,一处处遗址遗迹都讲述着一段文明,带给我们智慧的启迪。但是目前很多历史文化旅游资源开发层次低,经营管理差,资源本身的文化价值不能充分体现,文化内涵没有被发掘,有的历史旅游文化资源甚至得不到重视和保护,这些都造成了资源的价值被贬低和损失。民俗文化旅游产品没有充分体现辽宁民俗文化的精华,各地区民俗风情旅游产品大都形式单一,停留在简单的、大众化的表演层次,缺乏参与性、娱乐性和知识性。辽宁的工业旅游过程是简单的参观,缺乏企业发展历史、企业文化、管理方法、生产知识和安全教育等丰富而有意义的内容。内陆旅游文化产业发展层次低,资源的文化价值得不到突出的现状,不仅削弱了辽宁旅游文化产业的整体优势,也严重制约了旅游文化产业的可持续发展。

3 海陆旅游文化产业一体化发展策略

3.1 建立辽宁省海陆旅游文化产业集团

区域一体化是辽宁旅游文化产业发展的必由之路。通过区域一体化,旅游资源可以得到优化整合,旅游产品能够做大做精,旅游基础设施得以完善,产生整体大于部分之和的总体效益。实现旅游文化产业的区域一体化,需要

旅游市场的主体——旅游企业,进行集团化发展。集团化使旅游企业获得成本优势,形成单位投入收益增加的规模效应。2004年《我国旅游企业集团化发展——北京共识》郑重呼吁:“中国旅游企业的集团化发展,是时之所趋,势在必行。……国际化竞争呼唤大型旅游企业集团的诞生”^[2]。

建立辽宁省海陆旅游文化产业集团,是辽宁旅游文化产业发展的需要。通过联盟、合作和兼并等方式组建跨景点、跨行政区划的海陆旅游文化产业集团,有利于辽宁内陆与海洋旅游的互动,发挥彼此的特点和互补性,互相促进,协调发展。建立辽宁省海陆旅游文化产业集团,还有利于资本、技术和人员等生产要素的流动,从而拉动旅游文化产业欠发达地区的发展。

3.2 沿海经济带旅游文化产业一体化

沿海经济带已形成很明显的“点轴”布局,为旅游文化产业的一体化发展打下了坚实的基础。以辽宁滨海大道为轴,大连为“龙头”,锦州和丹东为两翼,发挥“增长极”的“扩散效应”,带动沿海经济带旅游文化产业的整体腾飞。滨海大道串联起近140个景点,这些景点分属各具地方特色的区域,以地方特色为主题,让分散的景点集结成团,整条滨海大道便形成了若干块风格各异,主题鲜明的旅游区块,这样不仅让各区块内的景点获得“集聚效应”,更让辽宁滨海大道的亮点突出,成为一条镶嵌在辽宁沿海的珍珠项链,熠熠生辉。在旅游营销方面,辽宁沿海6市要联合起来,塑造统一的旅游形象,提炼共同的宣传口号,作为一个整体出现在旅游媒体和各种展览会上,打造区域旅游品牌。加强在中央主流媒体的宣传力度,同时做好针对不同目标市场的分类宣传,如针对年轻人宣传辽宁沿海城市的浪漫与海岸地质科学知识,针对老年人突出宣传辽宁沿海城市的疗养与休闲功能等。

3.3 内陆旅游文化产业一体化

内陆旅游文化产业一体化采用以沈阳为中心,向四周辐射,多城市连接成网络化发展的模式。发达国家的旅游城市大都建立起专门的

旅游信息中心,成为重要的为客服务设施^[3]。沈阳是东北最大的交通枢纽,应该加强旅游基础设施建设,建立大型的客源集散中心,提高其旅游交通集散、旅游信息咨询以及旅游公共服务功能。辽宁中部各城市要从区域旅游合作的角度对自己重新定位,以共同的历史背景和文化脉络为联系,进行资源整合,旅游产品一体化开发,组成系列的文化产品。例如,抓好清文化这张名片,将辽阳、沈阳和新宾3市的清文化元素深入挖掘,整合为清文化系列产品。借鉴南方少数民族地区的民族文化园经验,建立满族文化园,展示满族的历史、民俗和服饰等。还可以开发新中国工业系列、东北风系列等。辽北地区经济发展程度低,至使很多珍贵的文化资源没有被开发成有影响力的旅游文化产品,要重点建设一两个精品项目,提高与中部城市群的关联度。

3.4 沿海与内陆旅游文化产业一体化

3.4.1 发展模式

从世界经济的发展规律看,沿海和临港地区,往往是区域经济的起源地和繁荣地。沿海经济带的发展需要腹地的支撑,腹地的发展也需要沿海经济带的牵动^[4]。沿海与内陆旅游文化产业的一体化采用双核型空间结构模式。双核型空间结构由港口城市和区域中心城市及其连线所组成。以大连为核心的沿海经济带和以沈阳为核心的中部城市群互动发展,能够加速旅游文化产业的扩散效应,促进海陆旅游文化产业的一体化发展。

3.4.2 政府合作

旅游业的开放性要求彻底破除自我本位的意识,树立“大旅游、大发展、大区域”观念,确立“共赢”思维,在联合互动中寻找新的旅游经济增长点,建设一种平等互利、和谐发展的城市结构关系^[5]。政府合作是推进海陆文化产业一体化的关键。

3.4.3 成立区域性经济组织

海陆旅游文化产业的一体化是跨区域发展的,需要建立一个区域性经济组织,作为独立的第三方,为旅游资源的规划与开发、旅游产品的整合编制合作框架,促成政府之间,旅游

企业之间多种形式的联合以改变目前松散合作的状况,为一体化提供信息交流平台,协商一体化发展中的矛盾和问题,推动旅游企业突破区域界限进行集团化发展。区域性经济组织是海陆文化产业一体化的保障。

3.4.4 产品整合

海陆旅游文化产业一体化中旅游产品的整合要以市场为导向,体现地方“文脉”,丰富文化内涵,保护生态环境,坚持可持续发展为原则。整合必须要分阶段、分层次进行,应该先围绕那些优势特别明显,市场感召力特别强的旅游产品整合,每一个系列中都应该有至少一个“拳头”产品,整合出在全国甚至世界有较大影响力的精品。建议重点打造海滨风光、满风清韵和东北民俗三大品牌。

3.5 优化旅游路线

3.5.1 清文化之旅

展示清入关前的历史,主要景点:抚顺赫图阿拉古城、清永陵、萨尔浒古战场、沈阳故宫、清昭陵、清福陵、辽阳东京城和明清辽东战史馆等。

3.5.2 近代史之旅

展示近代中国由屈辱与苦难,到抗争和崛起的历史,主要景点:旅顺日俄监狱、白玉山、万忠墓、抚顺平顶山惨案遗址、战犯管理所旧址、沈阳“九·一八”历史博物馆、张氏帅府、锦州辽沈战役纪念馆和丹东抗美援朝纪念馆等。

3.5.3 科普之旅

展示辽宁秀美山水的科学价值,主要景点:锦州大笔架山连岛砂坝、大连地区的城山头海滨熔岩地貌、金石滩地质遗迹、蛇岛、本溪水洞、沈阳怪坡和陨石山等。

3.5.4 民族风情之旅

展示辽宁民族文化精华,主要景点:本溪桓仁的五女山山城(高句丽第一任都城)、沈阳法库县叶茂台辽墓、丹东鸭绿江风景名胜区和满族历史文化长廊等。

3.5.5 海滨风光之旅

展示中国最北方的海滨风光,主要景点:兴城菊花岛、兴城古城、锦州笔架山、医巫闾山、盘锦红海滩、营口月牙湾海滨旅游区、大

连傅家庄公园、老虎滩、黄渤海分界线、长兴岛、丹东虎山长城和大鹿岛等。

3.5.6 工业之旅

展示新中国工业发展成就,主要景点:沈阳飞机航空博览园、抚顺矿业集团西露天矿、鞍钢工业之旅、丹东太平湾发电厂、大连珍奥生命园和大连路明发光科技股份有限公司等。

3.5.7 节庆之旅

展示辽宁多姿多彩的节庆活动,主要项目:中国沈阳清文化国际旅游节、抚顺满族风情旅游节、本溪枫叶节、丹东鸭绿江国际旅游节、大连国际服装节和盘锦红海滩观赏会等。

参考文献

- [1] 赵康,房树华.环渤海地区旅游产业博弈合作的有效途径[J].科技和产业,2008,8(3):44-47.
- [2] 首届中国旅游集团及旅游上市公司高层论坛.中国旅游企业集团化发展:北京共识[EB/OL].(2002-04-15).<http://shoudulvyou.pinsou.com>.
- [3] 董志文,盛红.旅游中心城市在旅游业中的地位和功能研究[J].海岸工程,2002,21(1):57-62.
- [4] 薛巍.论辽宁沿海经济带与腹地的互动发展[J].商业时代,2009(2):105-107.
- [5] 吴国清.区域旅游城市化与城市旅游区域化研究:兼论长三角区域一体化的旅游互动[J].地域研究与开发,2008,27(1):51-55.