论长江中游地区旅游资源的开发战略

徐 德 宽

本文是在对长江中游地区旅游资源进行科学疏理的基础上,通过定性定量相结合的方法比较研究后,阐述了本地区旅游资源的优势及开发现状。并结合国际国内旅游业的发展趋势,提出了长江中游地区旅游资源的开发战略:以品位高的国家级风景名胜区、自然保护区、历史文化名城、重点文物保护单位为依托,建成一批国家级乃至世界级的景区(点)。并以此带动不同层次、不同特色景区(点)的开发,争取在本世纪末,把本地区建成为我国重要的旅游中心之一。为了实现这一战略目标,总的对策是:市场导向,抓住特色,联合开发,政策配套。

随着我国经济建设和改革开放的深入发展,在“思想更解放一些,胆子更大一些,步伐更快一些”这一历史潮流的推动下,在国家宏观发展战略指导下,一个以浦东为龙头,三峡工程为重点,沿江中心城市为依托的联合开发长江的经济建设格局正在形成,这必然给长江中游地区旅游业的发展带来历史性的机遇。因此,如何抓住机遇,研究和制定长江中游地区旅游业的发展战略,便是一个紧迫的重大课题。本文试就长江中游地区旅游资源的开发战略谈些看法。

一、长江中游地区旅游资源的优势

长江中游地区主要涵盖湖北、湖南、江西三省。北有大巴山、桐柏山、大别山与中原相连;东有怀玉山、武夷山与浙闽分合;南有五岭同两广并系;西有巫山、武陵山、雪峰山与云贵高原层迭。长江北纳第一大支流汉水,南汇湘、资、沅、澧、赣、抚、信、修等水,洞庭、鄱阳二湖吐纳诸水于三省毗连区。

山地、丘陵、盆地与平原相间的地形,复杂的地质构造,形成了长江中游地区变幻多端的地貌景观。鄂西北山大谷深,山岭盆谷交错;鄂西南岩溶地貌发育,景色奇特;鄂东北风化壳深厚,温泉喷涌;鄂东南多为花岗岩山地,山顶浑圆,山坡陡峭,而北侧则为石灰岩岩溶地貌。湘西武陵山体庞大,峰顶多呈平坦的方山地形,石灰岩分布甚广,而且在武陵山北,局部分布着砂岩峰林;湘南五岭,山岭高耸,盆谷低陷。赣中、赣东、赣南红色盆地较为集中,丹霞地貌则是这些盆地中最具特色的景观。鄂中的大洪山、湘中的衡山、赣北的庐山,抬升于平原低丘之中,形成峻伟“中峰”。在抬升的边缘,有无数飞泉瀑布。江汉湖群、洞庭湖、鄱阳湖为长江中游的三大明珠,

围绕着它们的湖积冲积平原上,点缀着一些蚀余的残山孤丘,形成清丽的湖光山色图画。江河网布,山陵变幻,水秀山青,形成了许多风光绮丽的山水风景,加之富集珍稀的生物资源、适宜的气候和水土条件,蕴藏着丰富的自然旅游资源。

长江中游地区历史悠久,是中国古代文化中南方文化的主要发祥地。鄂西的长阳、鄖阳猿人,是本地区史前时期的古老居民。鄂中屈家岭文化,鄂西大溪文化开辟了本地区有史文化的前页。以江汉平原为中心的楚文化历时 800 年之久,独具一格。湘鄂西的土家族和苗族,湘西南的侗族,湘南的瑶、苗族,赣东北的畲族等丰富多彩的民族风情及地方土特产、手工艺品具有浓厚的地方特色,构成了潜力很大的人文旅游资源。

长江中游地区绚烂多姿的旅游资源是发展旅游业的物质基础,有着浓郁的地域特色,其主要优势是:

第一,资源丰富,综合性强。本地区旅游资源类型完整、功能齐全、综合性强。根据颁布的《中国旅游资源普查规范》(修定稿),我国旅游资源的基本类型共八类 93 种。据统计本地区自然旅游资源有四类 20 种,人文旅游资源四类 55 种,共计八类 75 种。也就是说,全国旅游资源类型的 80% 在本地区都具备。由于受地貌、气候、水文、生物和历史文化、经济社会的影响,本地区已经形成了许多各有特色的、具有不同旅游功能的景区(点)。如观光游览、娱乐休憩、避暑度假、康复疗养、科学考察、宗教朝拜以及文化、体育、会议、商务、修学、购物等等,这对于开展各种专题旅游和特色旅游,满足不同层次旅游的需求是十分有利的条件。

第二,资源特色鲜明,吸引力强。本地区旅游资源个性鲜明,别具一格,尤其是拥有其他地区少见或没有的奇特景观,吸引力强,这是本地区旅游资源开发的生命线,也是区域资源效应的内力。如“匡庐奇秀甲天下”的庐山,“五岳独秀”的衡山,“华中屋脊”的神农架等山岳景观;张家界砂岩峰林景观;武当山、龙虎山道教名山;“中国第一大淡水湖”鄱阳湖及洞庭湖、武汉东湖、洪湖等湖泊景观;“雄险奇幽”的长江三峡等高山峡谷景观;神秘古朴的神农架原始森林风光;“奇、险、野”的武陵源;江南三大名楼——黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁;武当山金殿,随州编钟,宜昌葛洲坝及未来的三斗坪大坝,景德镇瓷器等等,都反映了本地区旅游资源的特色。再如庐山云雾、佛光、佛灯、“云有声,雨上行”,武当叠影,巴山夜雨等是本地区特有的景观。本地区历史悠久、源远流长,是楚文化的发源地和中心区,楚文化遗迹遍布各地。本地区也是古三国遗存的重要地区,尤其是湖北省,据统计,《三国演义》120 回,涉及湖北的达 70 多回,古三国遗址、胜迹及纪念性建筑约有 120 多处。本地区人文荟萃,民族众多,浓郁的民族风情有很强的吸引力,尤其是湘鄂西的土家族、苗族和赣东北的畲族风情习俗是很有特色的旅游资源。在旅游商品方面更是丰富多彩,如武汉金银饰品、洪湖羽毛扇、武穴竹器、高洪太铜锣、妃台脐橙、咸宁桂花、孝感麻糖、云梦鱼面、利川毛坝“坝漆”、远安苟家垭“垭丝”,江西景德镇瓷器、庐山云雾茶、萍乡花果糖、九江茶饼和酥糖、南丰蜜桔,湖南君山银针茶、湘绣、湘菜等蜚声海内外。

第三,资源品位高,价值大。本地区拥有一批品位高的国家级重点风景名胜、历史文化名城、自然保护区、重点文物保护单位,具有极高的历史文化、科学、观赏价值。这是本地区旅游业赖以生存发展的基石。如长江三峡、庐山、武陵源、井冈山,景德镇、江陵、长沙、武汉、南昌、襄樊,神农架自然保护区、张家界自然保护区、鄱阳湖候鸟自然保护区,武当山金殿、溪州铜柱、玉泉寺及铁塔、岳阳楼、岳麓书院、祥集弄民宅、韶山冲毛泽东旧居、武昌起义军政府旧址等等。

第四,资源以城市为依托,辐射面大。本地区旅游资源数量多、分布广、地域组合既分散又相对集中。已成为旅游热点的资源,多分布在城市周围地区或交通干线附近,可进入性好。当前,旅游资源地域组合较好的分布在武汉——宜昌——襄樊“金三角”,南昌——九江——景德

镇“金三角”和湖南“东一线,西一片”区域。而且旅游资源往往以城市为依托呈“X”型放射系统或“O”型圆环状系统辐射分布。X型系统的每一个部分是一个线性系统,每一个线性系统又包含若干个小景区或景点。O型系统则由若干级圆环状构成,各级圆环在地域上相连,在层次上又依次展开,形成以城市为依托逐层向外辐射,构成一个个整体开放式的旅游区域。

二、长江中游地区旅游资源的开发现状

长江中游地区的旅游资源经过多年的开发建设,现已形成一批具有一定规模和特色的景区(点),但还存在一些问题。

首先,旅游资源开发的深度和广度不够。如本地区对外开放的125个县、市中,已开发成为旅游热点的只有10个县、市,仅占8%。国家级重点风景名胜区11处,已成为旅游热点的仅3处,约占27%。国家级历史文化名城6座,已成为旅游景点的3座,只占50%。国家级重点文物保护单位共43处,已成为旅游热点的只12处,占28%。以上是本地区国家级的重点风景名胜区、历史文化名城、重点文物保护单位的旅游开发现状,还有众多的省级、市县级的旅游资源有待开发。因此,本地区旅游资源的开发潜力是很大的。

其次,由于区位条件、经济社会条件、市场状况、资源环境和资源特质条件存在着地域上的差异,故各地旅游资源开发的地域性差异十分明显。品位高的或已成为旅游热点的旅游资源,多分布在交通干线或中心城市周围。如长江三峡风景名胜区、武昌黄鹤楼、宜昌葛洲坝、武陵源风景区、庐山风景区。另外,有些旅游资源虽然特质条件好,但区位条件、可进入性差或经济社会发展水平低,目前开发程度低,如鄂西、湘西、赣南等地。

第三,旅游资源环境日益恶化。旅游资源的开发应是有益于环境的美化,使之产生良性循环。但是,本地区不少景区(点),由于无环境监测保护机构,环境保护设施及措施没有及时跟上,对“三废”管理控制不严,景区环境日益恶化。以武陵源风景区为例,近年来,武陵源风景区环境污染的趋势仍在发展中:一是空气污染,局部地区较为严重,二氧化硫高达0.62毫克/米³,超过国家一级大气标准3.68倍,杉木大片枯黄,PH值达4.44,并且出现酸雾酸雨。二是随着游人的增加,生活污水增多,垃圾废渣及其他废弃物剧增,溪水污染严重。三是捕杀野生动物、乱砍乱伐森林,使自然生态和原始景观遭破坏。

第四,旅游管理混乱。由于管理体制上的不完善,不少景区(点)的旅游资源存在着管理混乱、消极利用的状况。管理上的混乱,必然导致缺乏统一规划建设,使资源遭受破坏,环境遭受污染。有些景区(点)由于地域上跨越几个行政区划,加之协调不力,出现严重的边界纠纷,以致有些宝贵的旅游资源遭到灭顶之灾。

三、长江中游地区旅游资源的开发战略及实施对策

当前,在已形成的国际旅游业格局中,主体仍是地处欧美的经济发达国家。由此形成的竞争格局包括三个方面:发达国家之间的竞争;发达国家与发展中国家的竞争;发展中国家之间的竞争。表现在地域上,则集中在欧洲、美洲和亚洲,其中又以东亚太平洋地区的竞争激烈程度为最。欧美这两个旅游发达地区,旅游支出占世界总数的80%以上,收入占世界的79%,剩下的国际旅游收入份额约21%就由亚洲、非洲等地区争夺,竞争十分激烈。

我国旅游现正处在由初创期进入发展期阶段,由于各地区发展旅游的条件差别大,所以各地区不是处于同一阶段。从我国旅游市场情况来看,现已由卖方市场转变为买方市场。这种转变的表象主要是:来华的海外旅游者从过热增长逐步降温;旅游者对旅游的价格、路线、季节选择性增强;对服务的质量要求提高。因此,长江中游地区在这种国际与国内旅游业的大背景下,如何确定其发展方位,制定正确的市场战略,开发具有特色的旅游“拳头”产品,这是关系到这个地区旅游业发展的重大问题。

根据国家“积极发展旅游业”的方针和“适度超前,持续稳定”发展旅游业的指导思想,结合长江中游地区旅游资源的优势和现状,我们认为,长江中游地区旅游资源的开发战略是:以品位高的国家级风景名胜区、自然保护区、历史文化名城、重点文物保护单位为依托,建成一批国家级乃至世界级的景区(点)。并以此带动不同层次、不同特色景区(点)的开发,争取在本世纪末,把长江中游地区建成为我国重要的旅游中心之一。为了实现这一战略目标,总的对策是:市场导向,抓住重点,联合开发,政策配套。

1. 市场导向。以客源市场为导向是维持和提高资源效应的重要因素。市场是由人员组成的,市场的变化实质上就是人的行为的变化。这就要求我们经常研究游客的需求和愿望,密切注视客源市场在客源结构、客源流向、旅游形式等方面的变化情况,作出基本预测,结合长江中游地区旅游资源的优势,开发适销对路的旅游产品,并针对目标市场进行强化宣传。根据1991年统计,本地区国际市场客源结构发生明显变化,台湾客源市场为主导市场,外国市场份额占全地区海外客源的30%。目前,本地区海外客源市场已呈现以台湾、日本和东南亚等周边市场为主体,以欧美市场为两翼的总体格局。海外客源流向以长江三峡、张家界、庐山为主。从外国游客的排序来看,日本为第一客源国,以下是美国、法国、英国、德国、新加坡、澳大利亚、意大利、马来西亚、南朝鲜、菲律宾、泰国、印度尼西亚。从旅游形式上看,大量的仍为团体旅游(约占75%),其中以豪华团为主,散客有增长趋势。从游客年龄上看,仍以中老年为主。

根据客源市场的变化,我们作出的基本预测是:未来20年,台湾市场是本地区的主体市场,港澳市场是重要的客源市场。因此,必须针对这两个市场的需求,随时调整旅游产品结构,以灵活多样的经营手段,增强本地区的吸引力。日本市场是第一位的外国客源市场,日本游客对长江三峡、古三国之旅的热情正方兴未艾。根据这一需求,应迅速解决航空交通问题,如旅游包机能从日本直飞武汉、宜昌等地,将会迎来大批的日本游客。美国市场形势看好,从流向来,主要是游览长江三峡,多为豪华团。法国市场客源流向,多偏向有文化特点的线路,本地区悠久的历史,独特的民族风情具有很强的吸引力。英国市场和德国市场潜力巨大,航空交通是主要的障碍因素。预计21世纪初,远距离的客源市场将会有一个大发展。东南亚市场由于距离较近,历史、文化与我国渊源较深,是本地区旅游发展的潜力市场,后劲足。

根据预测,长江中游地区国际客源,1995年为46.8万人次,2000年为77万人次,2005年为154万人次,2010年为346万人次。其中,2000年—2010年的增长幅度远远大于1992年—2000年的增长幅度。在这样的形势下,我们的工作应适度超前,尤其是旅游资源的开发,应根据客源市场的变化,推出各种系列的旅游产品,这是实现战略目标的基本前提。

2. 抓住重点。旅游资源开发战略的实施,必须明确重点,分步开发。

首先,抓住那些品位高的国家级风景名胜区、自然保护区、历史文化名城、重点文物保护单位,在政策和资金方面给予倾斜,优先开发。这种高起点、高水平、短周期的开发,可使产品迅速成熟并投入国际市场,使国际旅游迅速发展起来。这有利于本地区对外开放和经济的繁荣。

其次,抓住重点地区。湖北“金三角”中的宜昌(长江三峡)和武汉,江西“金三角”中的九江

(庐山)和南昌,湖南“东一线,西一片”中的大庸(武陵源)和长沙,应是重点开发地区。今后应进行深度开发,丰富游览内容,提高综合接待能力,并以这些重点地区为中心向周围辐射。

第三,抓住重点专项与特色旅游产品,增强吸引力。依据地方性、民族性和参与性原则,结合市场需求,本地区可开发出许多唯我独有的专项与特色旅游产品。如长江三峡线已被我国定为旅游“国线”,这是一条最受欢迎的旅游热线,在进一步完善、充实沿线景点的同时,更应该考虑到三峡工程建成后,产品的开发与组合的未来态势,使这一“拳头”产品更有吸引力。以武陵源为主的湘西自然风光、民族风情线可将观光游览、探险猎奇、科学考察融为一体,具有国际吸引力。景德镇可利用当地悠久的陶瓷历史、丰富的陶瓷珍品,精湛的陶瓷工艺,开展陶瓷文化旅游,世所独有。此外,神农架探险与科学考察,猛洞河与神农溪漂流,岳阳汨罗江龙舟竞赛,鄱阳湖候鸟观赏与研究,武当山、龙虎山道教文化,井冈山革命圣地等等也都各有特色。

3. 联合开发。开发旅游资源,其最终表现形式必然是旅游景点网络化。长江中游地区的旅游资源多数开发不够,从现有条件来看,只有把这些景区(点)有机地组合起来,联合开发,优势互补,建立布局合理的旅游网络,才能提高整体的吸引力。例如,在武汉经济协作区,长江干流呈“W”型流向,W的五个顶点,宜昌、岳阳、武汉、九江、芜湖是区内重要的旅游区。因此,武汉经济协作区旅游资源的开发,总的旅游网络可构想为:以长江为纽带,以武汉为中心,以“W”型的五个顶点为重点,形成联系东西、沟通南北重要旅游区的网络格局,即“W”型网络。以这个网络格局为基础,积极拓展与北京、上海、广州等进出口岸以及西安、杭州、桂林、黄山等旅游热点的联系,使武汉经济协作区的旅游网络与全国旅游网络连成一体。

4. 政策配套。为了保证旅游资源开发战略的顺利实施,必须制定相应的配套政策。

(1)改革旅游管理体制,建立和健全组织系统。根据长江中游地区旅游资源开发现状及实施战略目标的要求,建议设立长江中游地区旅游业协调委员会,以便及时协调解决旅游发展中的各项重大问题。省市地旅游局要实行独立建制。理顺各主要风景名胜区管理局,实行城建、旅游部门双重领导体制,便于对景区实行全面管理。确立旅游企业的市场地位,实行政企分开。

(2)多方筹资,加快旅游资源开发速度。一是要增加资金投入,在形式上可以贷款、土地入股、以物抵资、以工抵资,还可以发行债券、股票、积极引进和利用外资。二是要继续贯彻“五个一起上”和“谁投资谁受益”的方针,充分发挥国家、集体、个人的积极性。

(3)给予优惠政策,积极扶持旅游业的发展。对一些重大项目用贷款新建、改建、扩建的景区(点),在偿还贷款期间免缴所得税,创汇全额留成。其他景区(点)视不同情况,可实行减、免税或税后部分返还的政策,以利于旅游业不断积累资金,增加自我发展的能力。对旅游商品的产、供、销实行扶持、优惠政策,旅游商品应视同外贸出口商品。

(4)加强立法,完善规章制度,以法治“旅”。要尽快建立“旅游法”、“饭店法”等法规。当前,本地区旅游资源环境日益恶化,有些地方甚至严重的破坏了自然生态环境,影响了人类的生存。有关的环境法规并不少见,关键是要监督执行,依法办事。

注 释:

① 本文引用了《长江中游地区旅游资源的评价及开发研究》课题中的部分研究成果和相关文献。

(本文责任编辑 邹惠卿)