

福建省三明市旅游深度开发战略构想*

余美珠¹,袁书琪²,陈小龙³

(1. 三明学院 经济管理系,福建 三明 365004;2. 福建师范大学 旅游学院,福州 350007;
3. 三明市旅游局,福建 三明 365000)

摘要 近年来,三明旅游发展迅速。然而,三明旅游开发存在诸多问题,旅游发展潜力没有完全发挥。在福建省建设海峡西岸经济区和闽台旅游合作的背景下,三明旅游深度开发的理论研究对三明旅游发展具有重要意义。首先,文章阐明了旅游深度开发的内涵,分析了三明旅游开发在客源市场、旅游产品、主题形象、旅游服务、管理体制等方面存在的问题;其次,提出了三明旅游深度开发应树立旅游资源产业化、旅游产业集成化、文化旅游深度化、观光旅游体验化、休闲度假社会化、旅游项目创意化的旅游发展新理念,同时坚持“三明”战略、环境战略、高端战略、蓝海战略、家园战略、创意战略等旅游发展的新战略;最后,构建了三明旅游深度开发的资源模式、产品模式、产业模式、市场模式、经营模式和管理模式。

关键词 三明旅游 深度开发 战略构想

中图分类号 F590

文献标识码 A

文章编号 1672-6693(2009)01-0098-04

三明地处福建省西北部,是闽西北“绿三角”的重要组成部分。三明生态环境优越,人文资源极其原态,素有“林海明珠”、“中国绿都”之称,是山水秀美的生态旅游胜地。近年来,三明旅游发展迅速,旅游经济效益显著。然而,三明旅游开发存在诸多问题,旅游发展潜力没有完全发挥,因此旅游发展的空间巨大。在福建省建设海峡西岸经济区和闽台旅游合作背景下,三明旅游深度开发意义重大。因此,本文着重从新理念、新战略和新模式三方面对三明旅游深度开发提出战略构想。

1 旅游深度开发的内涵

旅游深度开发,是指在旅游开发现状基础上的进一步开发,即更有效地利用各种资源,挖掘资源内涵和潜在功能,提高旅游产品的吸引力和竞争力,使旅游产品在满足旅游市场需求的的同时带来更大的综合效益^[1]。旅游深度开发中应该注意,首先,深度开发不是全面开发,而是有所为有所不为的开发;其次,深度开发是在现状上的进一步开发,包括创新;再次,深度开发的目的是促进旅游系统的优化,提升旅游产品和旅游地的核心竞争力,获得更好的经济、社会和环境效益。

2 三明市旅游开发存在的问题

1)从客源市场来看,三明旅游客源市场省内主要以福州、厦门、漳州、泉州及本地市场为主,占总客源市场的86%;且省内旅游市场以较低水平发展,与省内的周边地区相比,例如龙岩市、南平市等,竞争优势缺乏。省外市场以长三角和珠三角等地区为主,但所占比重偏小,只占总客源市场的14%。三明旅游客源市场以近程为主,中远程的游客偏少^[2]。同时,三明旅游客源市场以大众市场为主,中高端市场严重不足。

2)从旅游产品来看,三明旅游产品主要以观光旅游为主,而休闲度假旅游产品开发较少,文化旅游产品开发处于初级阶段,产品结构较单一。现已开发的观光旅游产品主要以泰宁世界地质公园、将乐玉华洞、永安桃源洞等景区为主;而沙县小吃文化、宁化客家文化、建宁红色文化、尤溪朱熹文化、建宁闽江源文化等资源的文化底蕴深厚,开发价值大,但与旅游相结合的程度不高。

3)从主题形象来看,三明旅游主题形象不清晰,长期以来一直难于定夺,频繁更改,影响三明旅游的美誉度和知名度。三明旅游主题形象口号曾使

* 收稿日期 2008-07-12 修回日期 2008-10-17

资助项目 三明市社科规划立项课题(No. 2007B203)

作者简介 余美珠,女,硕士,讲师,研究方向为旅游开发与规划。

用“中国绿都”、“最绿省份的最绿城市”、“走进多情山水 拥抱绿色三明”、“感受三明 山水有情”、“海峡西岸的一颗绿色明珠”等。然而,沙县小吃文化、宁化客家祖地等知名度已相当高,曾有学者提出三明旅游应以沙县小吃文化或客家文化为主题进行宣传。因此,三明旅游主题形象很不鲜明。

4)从旅游服务来看,三明旅游服务质量普遍偏低。三明处于福建的西部山区,经济相对沿海落后,旅游服务设施不完善,目前还未建五星级酒店,有些服务员没有接受基本的培训。三明旅游院校培养的旅游人才流失严重,旅游服务质量的规范化和标准化无法达到,个性化服务无从谈起。三明旅游要打造海峡西岸国际旅游目的地,而旅游服务质量无法与国际化的服务水平相接轨。

5)从产业链来看,三明旅游高附加值产业明显薄弱。三明旅游产业具有自身优势:京福高速公路和向莆铁路等相继开通,旅游交通日益便捷,景区产业逐步形成。但三明在食、住、娱等高附加值产业较薄弱,尤其是住宿方面:由于资源整体吸引力不高,商务会议较少,现有客房数量不多,入住率仍然明显偏低,游客停留时间较短,影响旅游产业的整体经济效益^[3]。

6)从管理体制来看,三明旅游管理体制不完善。三明旅游管理长期以来存在多头管理现象,责权利不清晰。同时,旅游行政管理部门重视旅游行业的管理,而忽视了把三明整个城市作为旅游目的地的管理,缺乏对三明旅游目的地的系统管理,存在旅游管理盲区。

3 三明市旅游深度开发的新理念

1)旅游资源产业化。三明旅游深度开发应以市场为导向,以效益为中心,依靠泰宁世界地质公园的龙头带动作用,加快三明旅游资源开发的产业化进程。实行区域合理的旅游功能布局,依靠龙头带动,发展规模经营,深度开发闽江源自然保护区、格式栲国家级森林公园、龙栖山国家级自然保护区等生态旅游资源,深入挖掘沙县小吃、朱熹、闽人源、客家祖地等文化旅游资源,深入开发大田煤矿旅游、三钢工业旅游等工业旅游资源^[4]。

2)旅游产业集成化。三明旅游深度开发应以产业化为导向,重点发展泰宁县、将乐县、永安市和宁化县的景区产业,加大对吃、住、行、游、购、娱等旅游要素的投入,特别是三明旅游产业中较薄弱的娱乐业和购物要素的投入,促使旅游产业各要素协

调综合发展,从而形成三明旅游产业集成化^[5]。

3)文化旅游深度化。三明旅游深度开发的最大潜力在于文化旅游开发,其文化旅游资源的典型代表有沙县小吃文化、宁化客家文化、建宁红色文化、尤溪朱子理学文化、清流闽人之源文化、永安抗战文化等。三明文化旅游资源极其原态,旅游开发价值巨大,然而目前这些资源的开发还停留在博物馆展览展示的初级阶段,无法让游客真正体会这些文化的博大精深,要做到这一点只有对文化旅游资源再挖掘,通过文化体验使文化旅游资源由静态转化为动态的旅游产品。

4)观光旅游体验化。三明旅游深度开发要改变以观光旅游为主的旅游方式。三明旅游开发目前处于观光旅游、间接体验的低层次,传统的观光旅游停留时间短、游客花费少,旅游收益低。旅游深度开发应以三明丰富的文化旅游资源为依托,通过策划故事、重现名人名事等途径,并开展让游客亲手工制作“沙县小吃”、做一天“客家人”、黄花梨采摘等活动,加上森林氧吧、闽江溯源等特色旅游产品,从观光、静态、被动的低层次旅游方式向体验性、动态化、主动性的深层次旅游方式转变^[6]。

5)休闲度假社会化。三明旅游深度开发要使休闲度假旅游社会化。通过全社会的力量,调动当地居民的旅游开发积极性和参与性,引进社会各界的人、财、物,引导三明本地区和周边城市居民的消费需求,重点对泰宁大金湖休闲度假项目的深度开发,以其为龙头,带动将乐、永安等地的休闲度假旅游发展,使三明成为闽西北最重要的周末休闲度假旅游目的地。

6)旅游项目创意化。三明旅游深度开发可通过“三个一”工程实现旅游项目的创意化,即演一出大戏——以沙县小吃在国内外的发展历程为题材,策划一出大戏,表现沙县小吃在世界各地发展的历史故事,使之成为带动三明旅游形象全面提升的龙头项目;拍摄一部电影——以宁化客家祖地为切入点,以客家人在三明最早的生活和时代变迁为主题,拍摄一部客家人迁徙生活的大片;强化一个节庆——以海峡两岸(三明)林业博览会为依托,宣传三明的森林生态旅游资源,将该节办成三明标志性节庆^[7]。

4 三明市旅游深度开发的新战略

4.1 文明、清明、开明的“三明战略”

1)“文明”是指物质文明、精神文明和生态文

明。首先,物质文明建设促进三明经济发展,改变三明经济落后现状,为旅游深度开发提供物质保障和硬件支持,从而推动三明旅游更快发展;其次,精神文明建设促进三明树立新风尚,新面貌,新观念,提高旅游服务质量,为旅游深度开发提供精神保障和软件支持;最后,生态文明建设促进三明生态环境保护,充分利用丰富的自然资源,发展三明生态产业,为旅游深度开发提供环境支持。

2)“清明”是指政策清明、管理清明、运营清明。首先,政策清明战略应制定利于三明旅游深度开发的优惠政策,准确定位三明旅游产业性质;其次,管理清明战略应完善三明旅游管理体制,加强旅游行政管理和市场管理,协调三明旅游资源保护和利用的关系;最后,运营清明战略应以市场为导向,以顾客需求为中心,旅游企业公平公开竞争,从而提高三明旅游产业的经济效益、社会效益和环境效益,达到三明旅游深度开发的目标。

3)“开明”是指思想开明。思想开明战略指三明旅游深度开发应树立现代旅游产业意识,做大做强旅游产业,根据旅游市场需求变化开发设计新的旅游产品体系。

4.2 环境战略

三明旅游深度开发应坚持环境战略。当今世界环境不断恶化,空气污染严重,资源极其短缺。旅游客源市场发生很大变化,人们更热衷于亲近自然,返璞归真。三明生态环境优势日益显著,森林覆盖率达76.8%,是中国“最绿省份的最绿城市”,拥有“中国优秀旅游城市”、“中国园林城市”、“中国绿都”、“全国文明城市”、“卫生城市”等称号。旅游深度开发应充分发挥自身的环境优势,根据旅游市场需求设计特色旅游产品。

4.3 高端战略

三明旅游深度开发应坚持高端战略,高端战略要求“高端产品、高端经营、高端市场、高端效益”。首先,“高端产品”战略要求三明旅游深度开发应充分利用优越的环境资源开发休闲度假旅游产品,包括高品位与特色化的建筑、人性化与细节化的服务、体验性与享受性的项目等,满足游客特别的体验需求;其次,“高端经营”战略要求三明旅游深度开发应按照国际标准对三明旅游目的地的高端定位与科学建设,包括旅游品牌、旅游服务、解说系统、客户管理、配套设施等方面的经营;再次,“高端市场”战略要求三明旅游深度开发应根据高端旅游市场需求特点,即花费多、时间长、要求高,开发高端旅游产品,

满足游客高品位需求;最后,“高端效益”战略要求三明旅游深度开发达到提高经济效益、社会效益和生态效益的目标。

4.4 蓝海战略

蓝海战略是一种全新的商业竞争模式。蓝海战略要求企业突破传统的血腥竞争所形成的“红海”,倡导避开竞争,创造新的市场空间的发展理念^[8]。三明旅游深度开发坚持蓝海战略,就必须避开当前市场竞争激烈的观光旅游市场的竞争,根据当前的旅游市场结构特点,独辟蹊径,选择能发挥生态环境优势,同时市场发育尚不成熟的休闲度假旅游产品,创造新的旅游市场空间,由开拓大众旅游市场向开拓高端旅游市场转变。

4.5 家园战略

三明旅游深度开发应坚持家园战略,即“自然家园、血脉家园、生存家园、精神家园”。首先,“自然家园”要求旅游深度开发要以三明优越的生态环境资源为基础,开发龙栖山自然保护区、猫儿山自然保护区、寨下大峡谷、三元国家森林公园等生态旅游产品,满足游客回归自然的愿望;其次,“血脉家园”要求旅游深度开发要以宁化客家祖地为依托,开展寻根祭祖旅游产品,满足海内外客家游子寻找血脉之根,与祖先灵魂对话的愿望^[9];再次,“生存家园”要求三明旅游深度开发要以建宁闽江源自然保护区为依托,开发闽江母亲河溯源旅游产品,保护闽江源生态环境,思考环境危机,爱惜生存家园;最后,“精神家园”要求三明旅游深度开发应从宁化、建宁、泰宁等革命根据地的红色文化寻找长征精神,开发爱国主义教育等修学旅游产品。

4.6 创意战略

创意战略要求三明旅游深度开发应融入文化创意。文化是旅游的灵魂,而三明旅游深度开发必须加强对传统文化的把握,依靠文化品牌提升旅游产品层次,借助旅游项目展示三明的文化意蕴,使挖掘文化内涵、提升文化品位、提供文化服务与旅游产品要素建设有机结合,把三明红色文化、客家文化、朱子文化、沙县小吃文化、抗战文化等资源转化为可视、可听、可感、可娱的旅游产品,体现知识性、娱乐性、趣味性和参与性,通过旅游创意实现文化的经济转化。

5 三明市旅游深度开发的新模式

1)三明旅游深度开发模式应从重视景观资源向重视自然环境资源与原生态人文环境资源转变。

生态环境保护是我国的一项基本国策,生态文明是现代文明的重要组成部分。过去人们在旅游开发的过程中,只重视景观资源本身所带来的经济效益,而忽视了景观资源所在的优越的自然环境和原生态的人文环境,它们也是重要的旅游资源,也会产生经济效益。三明自然环境资源极其优越,人文环境资源极其原态,因此在旅游深度开发模式上要加以转变。

2)三明旅游深度开发模式应从观光旅游产品向休闲度假旅游产品开发模式转变。我国新的休假制度的实行,激发了人们的旅游需求,预示着我国公民休闲度假旅游时代已全面到来。休闲度假旅游是经济社会发展、文明程度提高的必然趋势。而三明旅游深度开发要以新的休假制度实行后旅游者的需求为出发点,结合三明旅游资源特点,开发森林旅游产品、乡村旅游产品、温泉旅游产品、山地旅游产品、湖泊旅游产品等系列休闲度假旅游产品。

3)三明旅游深度开发应从单一要素的产业模式为主向吃、住、行、游、购、娱等综合要素的模式转变。综合性是旅游业的最大特点。三明旅游深度开发要构建完善的旅游服务体系,在餐饮服务上,以沙县小吃为龙头,开发特色系列产品;在酒店住宿服务上,为适应休闲度假需要,开发不同特色的度假型、家庭型、保健型等主题酒店;在旅游购物上,开发明溪三宝、永安笋干、建宁黄花菜、建宁莲子、宁化酒粮等特色旅游商品;在旅游内部交通上,开发旅游者自由行和自驾车旅游线路;在旅游娱乐上,开发参与性、娱乐性、趣味性的旅游活动。

4)三明旅游深度开发应从开拓大众旅游市场为主向开发高端旅游市场为主的模式转变。随着我国经济的快速增长,高端旅游者数量正迅速增长,高端旅游者的消费支出最主要在住宿、餐饮和交通方面,保健和娱乐消费也日益增多。高端旅游主要以公司活动、会议、展览和奖励旅游为主的旅游活动,具有规模大、时间长、档次高和利润丰厚等突出优势。三明旅游深度开发要依托三明高端的旅游资源,开发高端休闲度假旅游产品,大力开拓高端旅游市场。

5)三明旅游深度开发应从各自为阵经营向区域旅游合作经营模式转变。当前经济全球化,区域经济一体化,区域旅游合作是发展旅游的新形式。旅游区域合作可实现品牌共树、市场共闯、产业共促、利益共享,从而发挥区域整体优势。三明旅游深

度开发,不但要发挥泰宁世界地质公园的龙头作用,带动三明周边县市的旅游产业发展,而且要加强与武夷山、龙虎山、厦门等周边旅游较发达地区的合作,在引进客源、招商引资、人才培养、市场开拓等方面交流合作,促进区域旅游经济的协调发展。

6)三明旅游深度开发应从行业管理向旅游目的地管理模式转变。管理创新是适应旅游实践迅速发展的要求,要从对旅游业的管理上升为对旅游者活动和旅游产业经营活动的管理;变条带式的旅游行业管理为板块式的旅游目的地管理。只有这样,才能实现区域旅游活动的优化发展。而目前的行业管理限制了区域旅游的发展,区域整体竞争力的形成,造成旅游管理的盲区。此外,旅游活动主要依托城市展开,旅游城市是整个旅游活动的核心节点和旅游目的地的空间代表,因此旅游深度开发要从三明整个城市的角度出发做好旅游规划、旅游法规制定、旅游形象策划等系统开发与建设。

综上所述,三明生态环境优越,人文资源原态,旅游资源丰富。三明旅游深度开发应在资源开发、产品策划、市场开拓、经营方式、管理模式等方面树立新理念,坚持新战略,建立新模式,才能促进三明旅游系统的优化,提升三明旅游目的地的核心竞争力,获得更好的经济、社会和环境效益,促进三明旅游经济又快又好发展。

参考文献:

- [1] 谢彦君. 基础旅游学[M]. 北京:中国旅游出版社,1999.
- [2] 陈宇曦. 中国旅游产品开发的思考[J]. 汕头大学学报, 2001(2):23-24.
- [3] 任敬. 旅游地生命周期研究[D]. 昆明:云南师范大学, 2002:45-46.
- [4] 梁留科. 发展观光农业的条件及对策研究[J]. 西北农林科技大学学报,2002(4):13-16.
- [5] 林静. 三明市旅游产业定位与市场营销对策[J]. 三明学院学报,2007(1):30-33.
- [6] 陈美高. 三明森林旅游产业发展的思考[J]. 福建林业科技,2006(2):223-225.
- [7] 王献溥. 福建省三明市的生态旅游资源及其发展途径[J]. 西部林业科学,2007(4):126-133.
- [8] 明庆忠,李宏. 试论生态旅游环境与生态旅游活动[J]. 云南师范大学学报,2001(5):34-40.
- [9] 保继刚,楚义芳. 旅游地理学[M]. 北京:高等教育出版社,1999.

Strategic Design About the Deep Tourist Development of Sanming City in Fujian

*YU Mei-zhu*¹ , *YUAN Shu-qi*² , *CHEN Xiao-long*³

(1. Economic Management Department , Sanming College , Sanming Fujian 365004 ; 2. Institute of Tourist Science , Fujian Normal University , Fuzhou 350007 ; 3. Tourist Bureau of Sanming , Sanming Fujian 365000 , China)

Abstract : In recent years , Sanming City's tourist develops quickly. However , there are many problems in the tourist exploitation. The tourist developing potentiality does not bring into play completely. Under the big background of building economic zone in the West Channel Bank and the tourist cooperation between Taiwan and Fujian Province , the study of the deep tourist development is significant for Sanming City. Firstly , the paper expounds the connotation of deep tourist development and analyzes the problems of the customer resource marketing , tourist product , subject image , tourist service , managing system ; secondly , the paper suggests that the deep tourist development should have the new ideas of industrial tourist resource , integrated tourist industry , deep cultural tourist , experience sightseeing tourist , socialized holiday tourist , innovative tourist project. At the same time , it insists on " sanming " strategy , environment strategy , high-end strategy , blue sea strategy , home strategy , innovative strategy. At last , the paper builds the resource pattern , product pattern , industrial pattern , marketing pattern , management pattern and controlling pattern.

Key words : Sanming's tourist ; deep development ; strategic design

(责任编辑 方 兴)