

城际旅游发展与空间机制研究*

武光¹,张海龙¹,陈路²,张有明¹

(1.重庆师范大学地理与旅游学院,重庆400047;2.北京达沃斯巅峰旅游规划设计院有限公司,北京100028)

摘要 近年来随着城际交通发展迅速,城市间出行越来越便捷,城际旅游也随之兴起。本文以城际旅游为研究对象,从概念界定入手,从发展阶段、空间机制两方面进行研究,以此为城际旅游进一步发展提供理论支撑与指导。城际旅游概念包括了旅游目的地营销、区域旅游合作两方面内容,城际旅游的发展阶段可以分为初创期、整合期、高潮期3个阶段,其中在初创期主要是组织城际间旅游的城市旅游营销模式,整合期主要是旅游产业部分合作与客源互换的旅游市场互动模式,高潮期主要是整个旅游产业合作的旅游产业联动,城际旅游的空间机制可以分为3种,即以一个核心城市为主导的旅游流单向运动的中心辐射、以两个中心城市为主导的双向复合运动的城市联动、以多个城市联动形成大旅游目的地的网络发展。

关键词 城际旅游;发展阶段;空间机制

中图分类号 F590.3

文献标志码 A

文章编号 1672-6693(2011)06-0075-04

“城际旅游”作为旅游发展模式由重庆渝中区旅游局于2007年首先提出,该年6月重庆市渝中区与成都市武侯区率先开展了以“川渝亲上亲”为主题的系列城市之间旅游互动活动。但作为一般名词使用却已经由来已久,更多用来描述旅游者在旅游城市之间的空间位移行为和现象,经常被使用于“城际旅游列车”、“城际旅游专列”等术语中。此后,随着我国城际交通日益便捷,尤其是近几年我国城际高铁的飞速发展,城际旅游发展模式日益为我国更多城市接受和采用。

城际旅游是近年我国学界提出的一个新的旅游发展模式,但专门研究城际旅游的文献几乎缺失。目前涉及城际间旅游发展的研究主要集中于城际交通、城市间旅游合作,其中城际交通方面主要研究城际交通的发展对城市间旅游的影响^[1-5],多研究公路、航空、铁路交通网的完善对城市间旅游发展的促进作用,以及交通的便捷性对旅游线路组织、旅游产品开发方面的影响;从区域旅游合作的角度出发研究城市间共同打造大尺度空间旅游目的地,如何通过旅游资源整合、旅游产品组合、政府政策合作等方面来实现整体目的地打造的目的,如对京津^[6-8]、深港^[9-11]、川渝^[11-12]、武汉城市圈^[13-15]以及其他城市^[16-22]。基于城际旅游研究过少的现状,本文从城

际旅游的概念、发展阶段、空间作用机制等方面出发进行基础性理论研究。

1 城际旅游概念

从空间范围来看,城际旅游是开展城市之间的空间竞争行为。城际旅游以成员之间便利、通达的空间联系为基础条件,以内部市场互换为基本任务,进而实现成员间互为旅游目的地和客源地。在双方进行客源交换时存在空间竞争,尽量吸引更多客流进入,流出更少客流。但合作是竞争的基础,只有双方开展合作方能进行竞争。

从参与城市来看,城际旅游是一种城市旅游营销的新模式。通过主动寻求与其他城市建立固定营销合作关系,在多方主体参与下,以多样的营销手段促进合作体内旅游市场互动,形成稳定的客源市场。有别于传统的营销模式,城际旅游形成了政府、企业、媒体、民众等共同参与的互动格局。

从发展目的来看,城际旅游是区域旅游合作内涵的延伸,通过增强合作城市间的市场互换使彼此成为对方稳定的客源市场。随着城际旅游的深入发展,合作成员内部市场互动在保持其重要性的同时,成员城市间互为旅游目的地、客源地、集散地、服务中心,这将进一步增强成员整体对于外部市场的拓

* 收稿日期 2011-04-26 修回日期 2011-05-19 网络出版时间 2011-11-10 15:03

资助项目:重庆师范大学校立基金(No.08XWQ34)

作者简介:武光,男,讲师,博士研究生,研究方向为旅游管理。

网络出版地址: http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20111110.1503.201106.75_016.html

展能力,通过优化成员间旅游产业要素配置,实现旅游产业更多方面的合作,建立成员群体的整体竞争优势。

根据以上分析,可以发现城际旅游结合了区域旅游合作、旅游目的地营销,如图 1 所示。因此,笔者认为城际旅游是以具备较强的客源输入输出和集散服务功能的旅游城市为合作平台,在政府、企业、媒体等多方主体的推动下,以城市旅游营销为基本功能,以市场互换为基本任务,并凭借城市(区)的积聚与辐射功能,带动城市间和各自辐射范围内的旅游资源与产业要素的优化配置,实现旅游业共同发展的区域旅游合作的新模式。

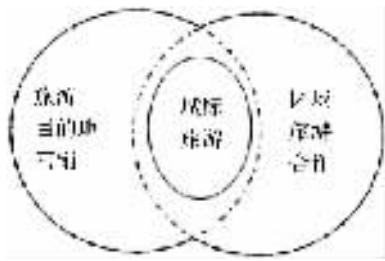


图 1 城际旅游与旅游目的地营销、区域旅游合作

2 城际旅游发展阶段

根据城际旅游不同时期的发展内容,可以将其发展历程分为 3 个阶段,即初创期的城市旅游营销模式、整合期的旅游市场互动模式以及高潮期的旅游产业联动模式,具体见图 2 所示。

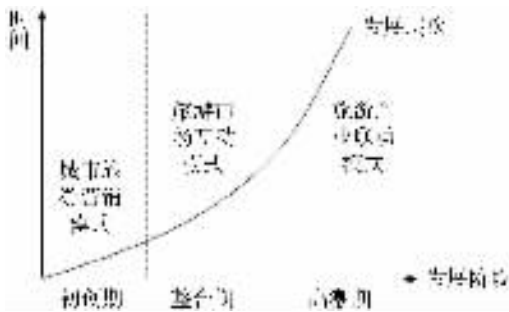


图 2 城际旅游发展阶段

2.1 初创期——城市旅游营销模式

城际旅游模式源于城市旅游营销理念,虽名义上为城市间合作,但实际上是城市的一种旅游营销手段或理念。这一阶段,城际旅游定位为组织城际间旅游互动,实现旅游客流的双向流动。由于存在着一方积极推动,另一方附和参与的情况,双方的工作重点仅限于互相营销,提升各自城市对彼此市民

的吸引力,在其他旅游产业要素方面几乎不存在合作行为。通过重庆的城际旅游实践来看,这一阶段中积极城市短期内会不断寻求新的合作城市,从而很快形成一个以其为中心的合作城市网络。

2.2 整合期——旅游市场互动模式

随着城际旅游进一步发展,合作各方都认识到培育彼此稳定客源市场的重要性,开始通过建立相关的协商机制,共同组织城际旅游互动活动和一定层次上的旅游产业合作行为,进而由营销上的合作而成为更多方面的旅游合作。各方以合作城市间互为旅游目的地、客源地的市场互换为基本动力,通过积极推动城际旅游互动活动,促进旅游业共赢发展。依托城市(区)的辐射作用,带动周边区域旅游经济共同发展。在此基础上,进一步共享对方的旅游资源、产品与市场,进一步推动互为集散地、旅游服务中心的共赢局面,共同开拓外部旅游市场。

目前重庆市与成都市所开展的城际旅游处于这一阶段。自 2007 年成渝城际旅游开展以来,由政府牵头,旅游企业承办组织了丰富多彩的城际旅游互动活动,取得了极大的成功,大大推动了成渝间的旅游市场双向流动。而 2008 年以“川渝亲上亲,周末大串门”成都推介会之后,成渝之间的“周末大串门”城际旅游互动活动实现常态化,每个周末都会有成渝两地的市民借此活动到对方景区游玩。2009 年“和谐号”动车组的开行使得成渝间交通的通达性进一步改善,成渝城际旅游已实现周末化、休闲化、市场化和规模化。

2.3 高潮期——旅游产业联动模式

实现合作城市内部旅游市场的互动、进行初步合作开拓外部市场,仍是旅游合作的较低层次。为进一步促进实现旅游目的地、客源地、集散地、区域旅游服务中心的高效互动,实现区域内旅游资源和旅游要素的优化配置,带动城市间流通、商贸、文化、信息等方面的交流与互动,就必须实现更深层的旅游合作,这样城际旅游便由单纯的市场互动进入了产业联动。在此阶段,合作城市进一步弱化行政藩篱,建立统一协调的市场管理机制、利益分配机制、组织协调机制,促进旅游产业要素的自由流动和整合优化配置,实现区域内各方合作主体在旅游产业上的合理分工与协作,实现合作主体在旅游产业及相关产业上的融合,构建完善协调的旅游产业链条,进而构建起合作城市旅游产业对外的整体竞争优势。

3 城际旅游空间作用机制

城际旅游的空间作用是基于旅游资源条件、旅游市场、旅游经济空间联系等条件下空间的自组织过程,是城际旅游空间相互作用的产物。城际旅游的空间作用通过中心城市与边缘城市的空间互动而发生作用。中心城市具有极强的积聚和辐射功能,城市旅游业比较发达,旅游服务体系比较完备,它发挥着旅游目的地、客源地、集散地、区域旅游服务中心的复合功能,处于区域范围内旅游业发展的核心地位。边缘城市相对于中心城市,是指区域内核心的辐射区域,边缘城市旅游经济较为落后,旅游基础配套服务功能不够完善,但通常又是区域内的优质旅游资源密集区,需要依靠中心城市辐射带动。中心城市通过城际旅游,吸引大量的客流、信息流、资金流等进入区域范围内,在城市积聚并辐射到周边地区,带动区域旅游业共同发展。根据城际旅游空间的积聚与辐射形式,其作用机制可分为中心辐射、城市联动、网络发展等3种。

3.1 中心辐射

由于区域内旅游资源和旅游经济发展的均衡和不匹配,区域内中心城市的旅游产品、旅游服务功能和区位优势十分突出,为充分发挥辐射效应,实现促进区域旅游业的均衡发展与合作共赢,中心城市以城际旅游这一城市旅游营销方式为手段,吸引合作

城市的潜在旅游客源变为现实的旅游者,建立稳定的客源市场,从而带动中心城市及其周边区域旅游业的整体发展(图3)。

由于这一阶段主要为中心城市推动区域内旅游业发展,因此其他城市主要向中心城市流出旅游流,而从中心城市获得的客流注入较少。客源城市—目的地城市—城市周边的旅游流单向流动关系是这一模式的主要特征,而中心辐射机制也只存在于城际旅游模式初期的城市旅游营销模式阶段。

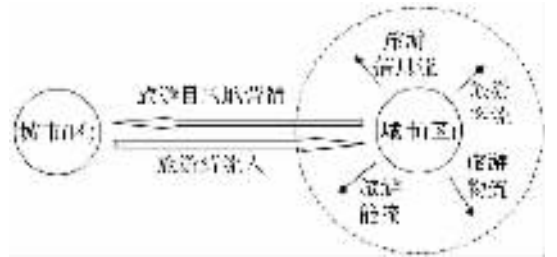


图3 中心辐射空间作用

3.2 城市联动

该机制是一种双向复合型空间作用体系,开展城际旅游的两个城市分别是各自区域范围内的中心城市,双方具有大体相同的规模等级和辐射强度,合作表现为两者之间的联动。城市等级相当、地位平等,相互之间以便捷的主干交通网络为纽带联结,形成了市场互换和旅游产业要素在两者之间的优化配置(图4)。

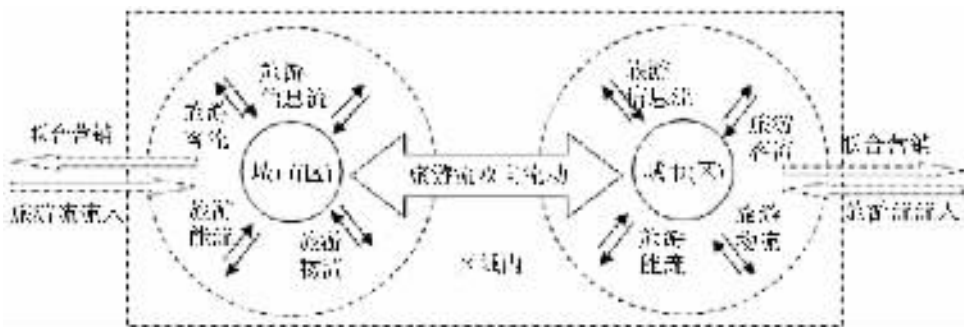


图4 城市联动空间作用

该机制在中心辐射机制上发展而来,主要特征表现在旅游流在两核之间的双向流动关系。两个中心城市共同发挥集聚和辐射作用,带动周边区域共同发展。随着城际旅游模式的不断发展,城际旅游双方城市政府和企业等各方主体都进一步认识到旅游产业合作的重要性,除促进旅游客流双向流动之外,逐渐开始实现旅游产业上更深层次上的合作,实现客流、物流、信息流、要素流在两个城市间的流动。

该机制逐渐使双方城市走向旅游产业要素自由流动、实现优化配置,网络内进行合适的产业分工、产业互补,达到旅游产业整体水平提升的合作共赢局面。由于各自旅游业发展水平都已较高,具有强烈的对外空间扩张需求,双方则会寻求建立整体竞争优势、共同开拓外部市场。随着合作层次的不断加深,旅游经济效应形成对旅游产业深度合作的强力支撑,合作双方产业协同效应日渐突出,旅游经济

一体化趋势明显,从而步入产业联动阶段。

3.3 网络发展

随着参与城际旅游合作城市的不断增加,集聚辐射结构不断复合,由两个城市联动变为多个城市联动,形成中心突出、多极联动、点圈互连的网络型空间架构。网络中每个城市旅游经济规模相当,旅游吸引力强度相当,网络以快速交通线进行联结,相互可以实现市场的交换与共享,实现产业要素资源的优化整合,形成整体的旅游目的地(图5)。

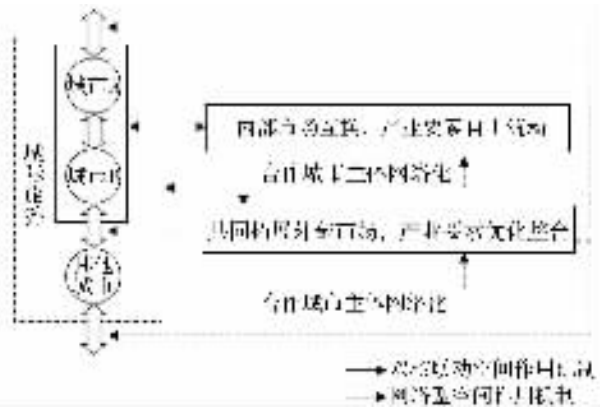


图5 网络发展空间作用

网络型是在中心辐射和城市联动的空间机制基础之上演化而来,城市旅游网络的形成受合作主体主观推动的影响,可能形成在城市联动模式的初级发展阶段基础上,也可能形成在城市联动模式高级发展阶段基础上。因此,网络型空间作用机制包含了城市联动运行,一定阶段下的网络型机制中可能包含着更高合作层次的城市联动机制,并在其推动下向着合作的更深阶段快速健康发展。

4 研究展望

城际旅游是一个全新的概念,随着城际旅游实践的深入发展,研究也会进一步深入。其中在理论方面,城际旅游的内生机理、发展模式、理论框架都将成为未来的研究重点。而在实践方面,城际旅游的合作内容、合作形式、协调管理、利益分配等问题将会进行更加具体的研究。

参考文献:

[1] 宋军令. 河南旅游交通的发展趋势初探[J]. 河南商业高等专科学校学报, 2008, 21(1): 79-82.
[2] 吴丽云. 交通对京津旅游圈的影响[J]. 江西科技师范学院学报, 2009(3): 48-50.

[3] 张辉, 张晓明. 城际铁路对促进南昌九江旅游合作发展的影响及对策分析[J]. 城市发展研究, 2010, 17(5): 120-124.
[4] 张辉, 张晓明. 城际铁路时代南昌九江区域旅游深度合作研究——兼议双核联动与旅游产业集群发展模式[J]. 生产力研究, 2010(7): 139-141.
[5] 胡良平. SWOT分析城际铁路对天津旅游发展的影响[J]. 经济研究导刊, 2010(6): 144-145.
[6] 穆瑞丽, 黄志英. 京津冀旅游合作的依据分析与机制构建[J]. 商场现代化, 2008(2): 232-233.
[7] 范晓梅, 柳瑞武, 雷丹. 论京津冀都市圈区域旅游合作空间结构的重构[J]. 商业时代, 2010(19): 110-111.
[8] 赵黎明, 邢雅楠. 基于偏离-份额分析法的区域旅游合作研究——以北京、天津为例[J]. 社会科学家, 2010(5): 87-90.
[9] 董观志. 加快深港共建世界级国际旅游圈步伐[J]. 特区经济, 2008(5): 12.
[10] 董观志. 新时期深港旅游合作发展战略研究[J]. 特区经济, 2010(5): 12.
[11] 孔玲, 陈杰云. 论川渝区域旅游合作竞争优势的构建[J]. 乐山师范学院学报, 2010, 25(9): 23-25.
[12] 武光, 王清雨, 张海龙. 重庆与四川旅游合作研究[J]. 重庆师范大学学报: 自然科学版, 2008, 25(3): 81-85.
[13] 陈宝玉. 武汉城市圈与鄂西生态文化旅游圈的旅游合作机制探讨[J]. 武汉交通职业学院学报, 2009, 11(3): 27-30.
[14] 邓祖涛, 陆玉麒. 武汉城市圈旅游合作初探[J]. 特区经济, 2008(8): 186-187.
[15] 胡瑞俊, 杨臻. 武汉城市圈区域旅游合作与策略选择[J]. 企业导报, 2010(6): 144-146.
[16] 颜泳红, 田定湘, 汪朝辉. “泛长株潭”区域旅游合作的阻碍因素及对策分析[J]. 湖南工业大学学报: 社会科学版, 2008, 13(6): 110-112.
[17] 谢万忠. 广西北部湾“4+2”城市旅游合作存在的问题与对策研究[J]. 广西财经学院学报, 2008, 21(2): 87-90.
[18] 尹发秀. 宁镇扬区域旅游合作的战略思考[J]. 商业营销, 2009(7): 102.
[19] 张利华. 基于SWOT分析的宁镇扬旅游合作研究[J]. 重庆工学院学报: 社会科学版, 2009, 23(10): 57-59.
[20] 韩玉刚, 吉文帅. 基于城市体系的中部6省区域旅游合作研究[J]. 资源开发与市场, 2008, 24(2): 190-192.
[21] 房晨月. 长春吉林两市旅游合作发展研究[J]. 学术论丛, 2008(44): 68-69.
[22] 熊貽德. 赣厦两地旅游合作的优势及建议[J]. 中共南宁市委党校学报, 2007(5): 35-38.

Research on Development and Space Mechanism of Inter-city Tourism

WU Guang¹ , ZHANG Hai-long¹ , CHEN Lu² , ZHANG You-ming¹

(1. School of Tourism ,Chongqing Normal University ,Chongqing 400047 ;2. Davost Intelligence Group , Beijing 100028 , China)

Abstract : In recent years , with the rapid development of inter-city transportation , it is more convenient for inter-city tourism. This paper studied the concept of inter-city , development stage and spatial mechanisms. The inter-city tourism provides theoretic support for further development and guidance. The concept of inter-city tourism , including the tourism destination marketing , regional tourism cooperation in two aspects ; the stage of development of inter-city tourism can be divided into three phases which is start-up period , consolidation period and the height period , which is mainly organized in the start-up period urban tourism marketing model , the consolidation period of the main part of the tourism industry cooperation and inter-source the tourism market for interactive mode , the height of the tourism industry is mainly tourism industry cooperation linkage ; space mechanism for inter-city tourism can be divided into three kinds , namely a central city dominated by one-way movement of the center of tourist flow of radiation to two cities as the leading city of the combined movement of two-way linkage , linkage to a number of cities largest tourist destination in the formation of network development.

Key words : inter-city tourism ; market interaction ; industry linkage ; space mechanism

(责任编辑 游中胜)