

高速公路建设与新兴 旅游目的地发展策略浅析 ——以西康高速公路建设与安康市 旅游发展策略为例

崔晓明 杨涛 (安康学院 陕西 安康 725000)

【摘要】 我国高速公路建设步伐不断加快,高速公路基础设施状况迅速改善。现代化交通环境、国民生活水平不断提高、私家车保有量的高速增长等因素使自驾车旅游迅速发展。本文以西康高速公路与安康市旅游发展为例,研究在新的交通环境下,新兴旅游目的地如何在旅游产品开发设计、基础设施建设、旅游资源开发与保护、旅游形象塑造、旅游商品开发、旅游企业竞争力培育、政府积极参与协调旅游发展等方面促进目的地旅游经济、社会和生态环境和谐发展。

【关键词】 高速公路 旅游目的地 发展策略

一、研究背景

我国高速公路建设步伐不断加快,截至2007年底,高速公路通车里程已达到4.54万公里。随着高速公路基础设施状况的改善,公路技术等级和路面等级不断提高,便利的公路交通网使城市间以及城乡间的时间、空间距离大为缩短,驾车旅行的安全性和舒适性大大提高。

西康高速公路是中国国道主干线、西部大通道包头至茂名公路在陕西境内的一段,全长57公里,其中60%以上是隧道桥梁,总投资44亿元,将于2009年全线贯通。西康高速公路对安康市及沿线区域经济和布局的影响将显著而深刻,我国已实施的新休假制度也为旅游者创造了较为充裕的闲暇时间,届时巨大的旅游流将为安康旅游业创造继西康铁路开通后又一个历史发展机遇,安康市旅游主管部门和旅游企业应该及时做好高速公路开通后的准备工作。

本文以正在建设的西康高速公路和近年来旅游业发展势头良好的陕南名城安康为例,探讨高速公路建设改善旅游目的地交通环境条件下的旅游发展策略,希冀为我国其他城市的高速公路建设与当地旅游业发展策略提供可鉴之资。

二、高速公路建设环境下的目的地旅游产品发展策略

1、针对旅游市场需求设计复合型旅游产品体系

对安康旅游地方性分析和市场调研显示,吸引旅游者前往安康的主要动力在于安康良好的自然生态环境、安宁祥和的小城风韵以及较低旅游费用,适合于人们在紧张的都市生活、繁忙的工作压力之下,渴望返璞归真,徜徉青山碧水之间,放松疲惫身心、休闲度假、修养身心的旅游需求。安康旅游应形成由休闲度假旅游、自驾车旅游、会议公务旅游产品和奖励旅游、安康城市风情旅游、乡村旅游、健康养生休闲旅游和生态旅游等构成的高度复合型旅游产品体系,适应细分旅游市场的不同旅游需求和游客多层次的旅游需求,延长游客在安康停留时间和消费链,促使目前数量增长型、粗放型旅游产品向多样型、复合型、质量型旅游产品体系提升。

2、进一步完善目的地旅游基础设施

安康目前旅游基本设施体系存在主要问题是:住宿设施等级低、规模小、管理水平低、旅游饭店布局不合理;区内交通较为混乱;景区医疗、卫生、通讯、金融服务等设施落后或尚未建立;停车场规划滞后;可供游客参与的购物与夜晚娱乐设施匮乏;旅游道路标牌设施奇缺;游客信息咨询中心未发挥应有作用;旅游信息网络覆盖面低、影响力小、信息陈旧;景区以及城市内公共厕所数量少、环境恶劣等。

为保证西康高速公路通车后旅游配套设施合理地满足旅游者的需求,要对客流、车流及消费需求做出科学的判断,根据旅游者的需求层次适当增加宾馆、饭店等住宿设施数量,提升服务水平和硬件设施。依托本地旅游饭店协会,提高酒店、娱乐部门的服务质量,提供标准化服务。在旅游高峰期对市内的住宿餐饮设施进行科学统筹管理,应对高速公路通车后住宿设施的需求高峰。

区内交通环境要保证使大量到来的旅游者能够进得来、散的开、出得去,以坚实平整的公路、规范清晰的交通标志牌信息系统、安全可靠的停车场、醒目方便的报警电话、集加油、购物、



汽车维修于一体的综合性加油站等交通设施确保公路沿线的通讯畅通。编制清晰、准确的、集交通线路、旅游景点、食宿设施于一体的安康旅游交通图,便于自驾车旅游者做好行程计划安排,通过旅游服务呼叫热线向各客源市场发布安康旅游景区的旅游预报(包括各旅游景区客流量、舒适度以及天气状况和住宿情况),可起到很好的宣传效果。在车站、饭店以及各主要景区、景点、交通要道等旅游者集散地,向游人提供免费取阅的旅游资料或配置触摸式旅游信息设备。建设于进入安康的各交通要道的区域游客信息中心、设于旅游局或市内各大宾馆的城市游客信息与服务中心和设于景区入口处的旅游区游客中心等三级网络,向游客提供及时、准确的服务。

要建立权威性旅游网站,除景点介绍、旅游线路和产品推广、酒店、票务预订以及游记外,还应及时准确地向旅游者提供综合的旅游交通图、路况、气象等信息和互动性在线咨询,这些对自主设计新线路的驾车旅游者非常重要。

3. 创新旅游资源开发模式、注重资源特色开发与资源保护

当旅游活动从传统观光向休闲度假和体验旅游发展时,旅游资源已经不局限于名山大川等自然资源,也跳出了古迹寺庙遗址等传统人文旅游资源的范畴,一些社会资源、经济活动、产业活动、民情民风等均可转化为旅游资源,成为吸引游客的旅游产品,如乡村旅游、工业旅游、科技旅游、节庆旅游、红色旅游、会展旅游、太空旅游等。旅游需求的动态性和旅游供给的区域特色导致旅游业在资源外延上具有无限性,存在于各类有形物质载体和无形活动内容之中,可以通过创意将其转化为旅游集成单元,融入到旅游产业链之中。

安康旅游资源的优势和特色表现在其保存较为完好的绿色生态环境和青山碧水的资源赋存中。已开发利用的瀛湖、香溪洞、南宫山等景区需要进一步提高其旅游资源价值和文化底蕴,即将开通的高速公路沿线的绿色生态旅游资源、各县区独具特色的自然、人文旅游资源挖掘潜力很高,而安康本地丰富多彩之民俗文化,如民居、语言、饮食习惯、婚俗、节庆、宗教信仰甚至安康人悠闲、自在的处世哲学和以陕南民歌为代表的民间艺术等,都可成为旅游资源进行开发。

良好的生态环境是安康旅游可持续发展的基底,要坚持“保护第一、科学开发、永续利用”的指导思想,把握发展与保护的辩证关系,培育旅游企业、旅游者和社区的生态旅游伦理,杜绝旅游资源和环境恶化,走旅游可持续发展之路。

4. 提高旅游者满意度,塑造独特旅游形象

旅游目的地形象决非一个简单的旅游形象口号,而是一个高度复杂的综合系统,如形象定位及口号、行为形象、传播感觉符号系统、风情形象以及形象营销策略等。要成功提炼安康旅游形象口号,以廉洁高效、公正热情的政府形象、提供高质量服务与旅游设施的旅游企业形象和热情、好客、文明的“安康人”形象来塑造和谐的安康旅游形象。以青砖灰瓦、绿树繁花的色调和逍遥自在、怡然自乐的情调打造休闲、平和、市井、和谐的汉江水域风情,以格调统一的安康景区标识、旅游纪念品、交通用具、户外广告、建筑物的色彩和风格、旅游企业形象等传达安

康自然、生态、美丽、健康的陕南小城的视觉景观形象。

在西康高速公路通车前,要集中对重点客源市场如以西安为中心的关中区、陕北区等以及毗邻省市,提前通过旅游形象广告策略、公共关系策略、网络媒介策略、亲情人脉营销和节事活动策略,采用政府主导、企业运作、统一策划,对主要客源地集中宣传和营销,给目标市场留下深刻的印象;对细分市场进行不同规模、不同主题的宣传营销,通过参加旅游贸易洽谈会、参加国际性和全国性的旅游组织、邀请主要客源市场的旅游组织和旅行社负责人来安康参观、联谊等形式进行安康旅游形象和产品的营销。

5. 重视旅游商品开发

开发具有安康特色的旅游商品,如富硒绿茶、绞股蓝制品、富硒营养食品和药品、土特产、丝绸商品、根雕、盆景园艺、汉江石、食品、图书、安康名人书法作品、安康民歌、文化的音像制品等,突出其文化内涵、地域特质、美学价值和实用价值,优化旅游商品的购物环境,打造安康旅游商品的品牌,提高其附加值,充分利用目前安康市内已有数家大型现代化购物中心的优势,努力营造舒适、优雅的购物环境并提供优质的服务,并使购物场所集购物、观光、娱乐、休闲等功能为一体,使旅游商品生产和销售成为增加安康旅游总收入、扩大社会就业率、挖掘、保护传统文化的有效路径。

6. 发展区内旅游,使旅游的社会地位与经济地位并重

旅游业在促进目的地经济社会发展方面发挥的重要作用已经为社会普遍接受,在促进社会就业、陶冶国民情操、提高国民素质和生活质量,促进社会和谐,促进国民经济健康、可持续发展方面也发挥着越来越重要的作用。随着我国新的休假制度的实行,人们将会有更多的短期闲暇时间,周末近郊休闲旅游具有广大的市场,旅游业要抓住时机,在区内交通环境不断改善的条件下,推动环城游憩带建设,大力开发城市—县城—近郊乡村周末短期度假旅游产品,可很好地解决旅游淡季时大量旅游资源和设施闲置的问题,更可提高城市文化层次和市民素质,丰富市民的文化休闲生活,促进城乡旅游和谐发展。

7. 培育大中型旅游企业,增强目的地旅游产业竞争力

高速公路建设加快了一大批新兴旅游目的地的发展,但这些地区的旅游企业普遍存在企业规模小、经营产品层次低、抗风险能力低、专业旅游管理人才匮乏、市场竞争能力和市场开拓能力差、企业地域化现象突出、无法形成规模化经营和专业化经营、缺乏旅游产品品牌等问题。要提高旅游业效益,就必须以必要的手段对目的地旅游企业进行整合,改善旅游投资环境,在市场机制的作用下,以资本为纽带,对旅游企业结构进行优化,引进新鲜血液,形成合理的旅游产业集群和企业规模比例结构,增强当地旅游产业的竞争力和旅游产业效益。

8. 政府要发挥对旅游业发展的引导作用

政府要运用相关宣传、经济、法律等手段,在确定区域旅游产业定位、制定相关旅游政策和区域旅游规划、推广旅游形象、营销旅游产品、构建旅游信息平台、策划举办大型旅游节事活动、为旅游者提供有效旅游信息、开发建设配套旅游设施、创造



良好旅游投资环境、吸引外来投资以改善区内旅游投资不足和旅游设施落后状况、进行旅游业宏观管理、促进旅游产业结构优化、形成旅游产业集群、培养旅游人才、保护旅游者权益等方面发挥其积极的、不可替代的作用。

9. 开展陕南区域旅游合作

西汉高速、西康高速、川陕高速、十天高速和西康铁路复线等高速公路和铁路建设必将极大改善陕南旅游交通条件,山清水秀的陕南旅游开发面临着前所未有的历史机遇。旅游产业关联度高、对其他产业发展带动力强,乘数效应明显,有良好的社会、经济和环境效益,对和谐陕西的构建具有重要的意义,是实现陕南绿色产业突破发展的重要途径之一。在陕西省委、省政府“陕南绿色产业突破发展”和“和谐社会”思想指导下,发展陕南区域间互为补充的差异化旅游产品体系思想,开展区域旅游合作,构建“大陕南”无障碍自驾旅游区是陕南绿色旅游产业突破发展的重要途径。安康、汉中两市可在旅游市场调查、区域旅游形象定位、旅游线路开发、旅游市场营销、区内客源互送等方面突出区域间优势互补和进行旅游要素整合,并在合作成功后联合商洛市开展全面旅游合作,提升陕南旅游的整体形象和市场吸引力,联合提升旅游产业的综合实力,凸现陕南旅游的知名度和美誉度,打造区域旅游品牌竞争力,推动陕南旅游业飞跃式发展。

三、结论

高速公路建设极大地促进了目的地旅游业的发展,而国人旅游需求的迅速增长也加快了旅游目的地高速公路的建设。旅游目的地在不断改善的交通环境下,需要政府、旅游企业及其他利益相关主体共同努力,在旅游目的地营销、区域旅游合作、旅游人才培养、旅游产品体系设计、旅游资源开发与保护、旅游形象塑造、旅游产业竞争力培育、旅游商品开发、区内旅游产品开发和市场营销等方面进行旅游目的地开发和建设,适应不断升温的自驾车旅游市场的需求,争取获得旅游目的地经济效益、社会效益和生态效益的和谐发展。

【参考文献】

- [1] 欧越男、谢光秋:高速公路建设与发展旅游经济的可行性探讨[J].交通与运输,2005(12).
- [2] 余蓉、苗维亚:浅谈自助旅游及其市场体系的培育[J].商业研究,2006(6).
- [3] 王慧敏:旅游产业的新发展观:5C模式[J].中国工业经济,2006(6).
- [4] 崔晓明、张红:安康旅游形象定位设计[J].安康学院学报,2007(1).
- [5] 杨涛、崔晓明:西康高速开通在即,安康旅游如何紧抓机遇[D].安康日报,2008-1-10.

(责任编辑 彭为红)

我国海洋权益及维护海洋

陈万平

【摘要】 本文依据《联合国海洋法公约》的规定,分析了我国海洋权益面临的现实问题,探讨了我国维护海洋权益的策略:临时安排与搁置争议、共同开发是维护海洋权益的基本方针;加大科技和资金的投入是维护海洋权益的重要保障;加强对争议海域的实际控制是维护海洋权益的主要途径。

【关键词】 《联合国海洋法公约》 海洋权益 共同开发 实际控制

海洋权益是海洋权利和海洋利益的总称,包括领土主权、司法管辖权、海洋资源开采权、海洋空间利用权、海洋污染管辖权、海洋科学研究权以及国家安全权益和海上交通权益等等。海洋权益是国家权益的重要组成部分,海洋权益的实现是解决我国人口、资源和环境问题的重要出路,是我国经济腾飞国力强盛的必由之路。了解我国海洋权益的现状,积极有效地维护我国的海洋权益,对于我国有着重要的意义。

一、《联合国海洋法公约》与海洋权益

《联合国海洋法公约》(以下简称《公约》)1982年通过并于1994年开始生效。它所建立的海洋法律制度第一次对海洋权益进行了全面而系统的规定,从而使各国开发和利用海洋走上了规范化的道路。截至目前,已有155个国家和实体批准了《公约》,我国于1996年5月15日批准了《公约》。

《公约》几乎涉及海洋法所有方面的问题,主要内容有两方面:一方面是对传统的基本海洋法律制度,如领海、毗连区、大陆架和公海等进行了细化和完善;另一方面是制定了许多崭新的海洋法律制度,例如专属经济区、用于国际航行的海峡、群岛国、岛屿、国际海底区域、海洋科学技术和海洋环境保护等制度,极大地拓展了沿海国在海洋上的管辖范围,沿海国可以将管辖海域范围从传统国际海洋法所规定的3海里或12海里扩大到200海里专属经济区和大陆架,而且宽大陆架国家还可以主张超出200海里范围的大陆架。《公约》实质上是对海洋归属和管辖的一次重新调整,是海洋资源和权力的一次再分配,是当代国际社会关于海洋权益和海洋秩序的基本文件,标志着新的国际海洋秩序的建立。

《公约》的生效,意味着人类进入了全面开发和管理海洋的新阶段。《公约》唤醒了沿海国家开发和维护海洋资源的意识,进而引发了争夺海洋岛屿、海洋国土、海洋资源和海洋通道的新的争斗,使世界热点集中到海洋上,不仅霸权主义国家继续谋求海洋霸权,广大发展中国家也在海洋问题上日益觉醒,尽可能大地圈占海域。但由于大多数国家彼此相邻或相向,沿海国家的利益往往与其相邻或相向国家的利益交织在一起,矛盾的焦点集中在主