

推动东北旅游业高质量发展的思考

□ 余志远

东北旅游一体化发展有利于释放融合互补效应,在“大盘子”内以更宽广的视野进行各区域项目的错位开发,实现差异化发展

东北三省既是我国重要的资源基地,又是我国的老工业基地,长期以来为全国的经济做出了重要贡献。然而,由于全球经济转型和科技的进步,以传统产业为主的东北三省不得不面对产业结构失调并制约经济增长的难题。在这种形势与背景下,东北三省或许应把优化产业结构作为振兴东北经济的主攻方向。而在新的产业结构中,旅游业或可作为东北振兴的重要担当,更可通过旅游发展重塑东北形象,吸引外来投资,发展新兴科技产业。哈尔滨为东北旅游发展作出了良好示范,让人们对于东北旅游发展充满期待。而当热潮来临的时候,我们仍要保持冷静,需要清醒地认识到,东北旅游发展依然面临着诸多挑战,如何推动东北旅游业高质量发展成为政、产、学、研共同思考的问题。

塑造“新东北”旅游形象

东北旅游要突破“老东北”带来的刻板印象。当前仍有不少人,尤其是南方人或许受到部分影视剧的影响,刻板地认为东北是苦寒之地、冰天雪地,是老工业基地,旅游资源贫乏,经济落后,到处是棚户区,老百姓喜欢穿着大花棉袄围坐在火坑边。实际上,东北拥有丰富的旅游资源,几乎囊括了全国8大主类、23个亚类和110种基本类型,拥有森林、山川、草原、湿地、冰雪、湖泊、江河、海洋等自然资源,野生保护动植物也很多,历史遗存丰富,满族、蒙古族、朝鲜族、回族、鄂伦春族、锡伯族、达斡尔族、鄂温克族、柯尔克孜族以及赫哲族等少数民族民俗旅游资源具有独特的吸引力,红色旅游、工业旅游、边境旅游等专项旅游同样发展迅速,哈尔滨、长春、沈阳、大连等都是比较繁华、各具特色的现代化国际大都市。

哈尔滨的火爆出圈,在一定程度上也得益于自媒体的助推——一部把哈尔滨塑造为“北境之王”的混剪短片,配上《权力的游戏》中符合年轻人调性的音乐,使得哈尔滨在冰雪世界里熠熠生辉。风景如画的浪漫改变了很多人对这座城市的原有想象。有游客回顾自己几天里在哈尔滨吃喝玩乐的经历,表示这座城市彻底打破了她之前对东北的刻板印象。这些在某种程度上提醒我们,东北旅游宣传要改变“老东北”的形象,让全球游客领略到一个保留着传统文化底蕴又焕发现代光彩、充满活力的“新东北”。在“新东北”旅游形象塑造过程中,一定要凸显东北厚重的历史和文化,因为文化旅游、怀旧旅游是当今及未来非常重要的旅游产品。另外,要破除传统风光片式制作的思维禁锢,应结合现代时尚与年轻人的审美偏好进行旅游宣传片的创意设计。

东北旅游还要突破“冰雪旅游”所带来的形象遮蔽。现实中,不少人想到东北旅游的第一反应就是冰雪旅游。尽管冰雪旅游是东北旅游产品体系中最具竞争力的产品,但它并非东北旅游的全部。夏季的东北,气温适宜,清爽宜人,是避暑旅游的好

去处。在2023年文化和旅游部、国家发展改革委联合发布的《东北地区旅游业发展规划》中,提出要大力推进“避暑+休闲度假”发展,建设一批生态康养旅居、避暑度假旅居名城名镇。另外,红色旅游、工业旅游、边境旅游等也可作为东北旅游大力发展的方向。

积极推动一体化发展

东北三省地缘相近且文脉相通,不仅在地理上紧密相连,而且在人文和历史等方面也有密切联系,这为区域旅游的一体化发展提供了坚实基础。在此背景下,将东北旅游纳入一体化发展框架有助于提升其品牌形象,并扩大其品牌效应。此举还能释放融合互补效应,有利于在“大盘子”内以更宽广的视野进行区域内项目的错位开发,实现差异化发展。事实上,东北地区已经逐渐建立跨区域旅游合作平台和协同机制,成立了振兴东北旅游合作联盟,创新推出了诸如“关东风情旅游带”“白金三角”精品跨区域旅游线路,并开展跨区域旅游联合营销。尤其值得一提的是,今年7月1日,《关于促进东北三省一区旅游业协同发展的决定》正式施行。该决定以更宽视野和更高站位对东北旅游进行了谋划,将东北三省及内蒙古自治区纳入旅游一体化框架,这是东北三省一区开展的首部协同立法项目,将为东北旅游业高质量发展提供法治保障。该决定提出,要大力推进东北三省一区旅游在资源整合、规划编制、市场开发、旅游宣传、旅游交通、信息化建设、市场监管等各个方面展开有效合作。

笔者认为,受到资源禀赋、投融资能力、旅游人才建设等多方面因素的制约,东北三省发展旅游宜精打细算,因地制宜,科学研判的基础上量力开发,还要清醒地认识到,发展旅游在增加收入、提高就业机会的同时,也可能会面临物价上涨,以及旅游业易受外部环境影响等问题。东北旅游在实施一体化战略过程中,应着重思考并把握好以下几对关系。

一是点与域的关系。未来,东北旅游会在一体化战略下形成整个区域性的精品线路,由此而提升、放大东北旅游形象。精品线路的设计必然着重考虑各地区优势互补的精华资源与产品,形成旅游市场对“点”的关注。而从旅游经济贡献的角度来说,区域旅游发展不仅要锦上添花,更要雪中送炭,要从全域的视角统筹考虑,这就需要把旅游发展的资源和政策更多地倾向于那些经济相对落后、发展条件受限但具有独特旅游价值的地区,更有利于实现旅游业的普惠性和包容性增长。

二是轻与重的关系。要从全域的视角考虑旅游发展,但不能忽视重点的作用,不能眉毛、胡子一把抓,在把握东北旅游整体性推进的同时,要注重关键节点的精细操作和联动效应发挥。在一体化发展框架下,东北旅游需要不断壮大极核功能,通过其强大的吸引力和辐射力,带动周边

地区旅游资源的开发和旅游市场的拓展。例如,东北三省在长期的旅游发展过程中,已逐渐形成以大连、沈阳、长春、吉林和哈尔滨为极核的旅游产业都市圈。这几个城市作为旅游产业都市圈的极核,不仅有着独特的旅游资源,也与各自周边旅游资源进行有效的联动,共同推动东北旅游发展。

三是纵与横的关系。东北旅游一体化战略重在贯彻落实,绝不能停留在宣示层面,增强各地政府及旅游企业间的合作意愿是关键。合作意愿可以分为纵向促动型与横向协同型两种模式。纵向上,应积极争取将东北旅游一体化发展战略上升到国家层面,由国家层面成立东北旅游一体化发展领导小组,负责东北旅游一体化发展的顶层设计与统筹协调,进而更加快速推进东北旅游一体化发展。横向上,由上级政府促动转变为东北地方政府及企业间的自主合作,由“要我合作”向“我要合作”转变,并积极构建东北旅游一体化发展的考核与激励机制。

实现高质量发展的策略

(一)差异化开发

旅游的本质是寻找差异性的体验,而为旅游者提供差异化的旅游产品则是旅游企业的核心竞争力。东北三省地缘相近、文脉相通,地理、人文、历史等方面的紧密联系为东北旅游一体化发展提供良好基础的同时,也使旅游发展面临同质化、低水平和重复建设等问题。因此,迫切需要东北旅游走差异化发展之路,实行各大区域间以及区域内部的错位开发与差异化开发。辽宁省宜以大连为核心,致力于开发浪漫的滨海旅游资源。同时,以沈阳为中心,推动具有地域特色的历史文化旅游蓬勃发展。吉林省宜以长春和吉林市为中心城市,大力发展冰雪旅游、会展旅游、红色旅游和工业旅游等多样化旅游项目,东部地区则应着重开发以长白山为核心的生态度假旅游、民俗旅游和边境旅游等。黑龙江东部地区,凭借其得天独厚的中俄边境地理位置,可积极探索与推广边境旅游项目;南部地区则充分发挥哈尔滨的辐射作用,利用丰富的冰雪旅游资源和夏季良好的气候优势,打造哈尔滨“冰城夏都”品牌;北部地区则依托大兴安岭丰富的森林资源,大力发展森林养生旅游精品。

(二)精品化提升

东北旅游发展取得了一定成绩。但同时我们也看到,目前一些旅游项目建设仍比较粗糙,与南方同类旅游项目相比在精品化建设方面存在着较大差距。旅游产品的精品化提升要做好三个方面的工作。一是旅游市场定位的精准化。要瞄准客源市场,洞悉游客需求,把握他们的旅游消费心理和行为特点,设计符合他们体验需求的旅游产品,创造令他们满意的新兴业态。

二是旅游景观设计的精致化。旅游项目建设中,要秉持工匠精神,以精湛的技艺和专业的态度,根据地

理环境、文化背景等因素,精心设计、布局和装饰,结合当地的特色文化和自然资源,开发出丰富多样的旅游活动和体验项目。

三是旅游服务的精细化。要精心培训员工,确保其专业素质和服务水平,更为重要的是,拿出东北人的真诚和热情,为游客提供贴心、暖心、温馨的服务。

(三)纵深化发展

东北旅游已构建比较完备的旅游产品体系,可为旅游者提供多样化的旅游选择。然而,其旅游资源的深度挖掘与利用尚显不足,旅游开发的深度有待进一步拓展。面向未来,需要大力推动东北旅游向纵深方向发展,深入挖掘地域文化精髓,创新旅游产品形态,丰富旅游体验层次,提升旅游产品吸引力。东北旅游的纵深化发展主要体现在以下几个方面:一是支持冰雪旅游的持续创新。尽管冰雪旅游在全国“遍地开花”,但冰雪旅游产品只有置身于真实的冰雪世界里才有可能释放它最大的魅力。因此,冰雪旅游是东北旅游最具特色的核心产品。为此,做大做强、做优做精冰雪旅游是东北旅游发展的重要突破口。要将冰雪资源与民俗、艺术、体育、温泉、科技等其他资源、产业进行深度融合,开发更加多元、创意特质更为突出的冰雪旅游产品,构建丰富的冰雪旅游产品体系,延伸冰雪旅游产业链条,用冷资源撬动热经济。

二是推动文化和旅游的深度融合。坚持以文塑旅、以旅彰文,积极推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上深度融合。旅游项目的开发与建设需要深入挖掘地方性的文化元素,包括地方人、地方事、地方物和地方文化,并与创意开发相结合。通过展示地方特色和特有的文化、人文历史等,使旅游目的地与其他地方产生明显的差别,从而激发更多游客的兴趣和好奇心。

三是探索产品开发的拟剧化提升。有学者指出,旅游目的地的建设的本质是提供故事的场景,将原本不起眼的空间转变为有吸引力、独特的场所。旅游拟剧理论认为,旅游目的地就好比一个剧场,旅游目的地的产品供给好比向游客奉献一场戏剧故事,它们让游客地实现现实中的烦恼、沉浸在由目的地提供的戏剧角色和人物中,游客甚至也像演员一样在其中扮演着各种情节需要的角色。因此,以旅游拟剧理论为指导,推动旅游目的地的舞台化布景、旅游从业者表演行为规划和剧本设计,是旅游产品深度提升的重要方向。

四是实现旅游体验的最优化。要充分把握现阶段旅游者消费心理,今天的旅游者已不满足于传统的走马观花,而是追求深度体验;不满足于视觉审美上的单一需要,而更期待获得多感官刺激的身体体验与互动参与。在科技日益昌明的时代,更要提倡利用科技手段,为游客创造全方位、立体化的沉浸式旅游场景,以满足他们新的消费需求。

(作者单位:东北财经大学旅游与酒店管理学院)

是在乡村旅游市场运营、投资分析等关系到乡村旅游发展的根本问题以及乡村旅游发展的产业链延伸等方面,都有既切合实际、又立足长远的规划创新。

最后,有效平衡专业教学与实践指导之间的关系。专业教学使用的教材需要强调理论属性,实践指导目的的著述需要突出发展实践的鲜活,本书兼顾了这两方面的需求,在成熟的体系和鲜活的思想之间尽量做好平衡。先通过规范的概念梳理、类型总结为其提供基本知识,再以《洛宁县乡村旅游发展规划》为实例提供有针对性的指导。既涵盖了乡村旅游规划编制中的要素构成,也概括了乡村旅游的运营模式,并且在概括的基础上,准确地梳理了乡村旅游规划的落地保障,这对当下乡村旅游规划实践具有重要的指导意义和借鉴价值。

此外,本书中针对相关的论述,或辅以案例佐证,或者直接源于案例分析,这是很好的写作方式。可以说,这是乡村旅游规划领域的一本实操指南。

(作者单位:安徽师范大学)

随着我国经济社会发展和人民消费需求升级,度假旅游正在逐渐成为观光旅游之后的主流休闲形式。2020年,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出,推动文化和旅游融合发展,建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区。2021年,文化和旅游部发布《“十四五”文化和旅游发展规划》,指出支持旅游度假区提升旅游基础设施和休闲度假品质,培育一批国家级旅游度假区的发展方向。2023年,文化和旅游部印发《国内旅游提升计划(2023—2025年)》,进一步明确提出建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区。近年来,国家政策与规划的密集出台,为国内旅游度假区高质量发展、旅游产业转型升级提供了顶层战略指导。

在此背景下,各地建设国家级旅游度假区、省级旅游度假区的热情不断高涨,目前国家级旅游度假区数量已达85家。在实践工作中,对度假资源进行分类和开发利用评价,是推进度假区开发建设和实现目的地高质量发展基础性工作。因此,需要在重新审视度假旅游、度假资源概念内涵的基础上,对度假资源进行科学分类与评价,为度假目的地的高质量发展和构建国家级旅游度假区、世界级旅游度假区夯实基础,同时实现度假资源可持续利用和度假区高质量发展。

度假旅游、度假资源概念与内涵

度假旅游(Vacation tourism)理念起源于西方,由于自然资源禀赋差异,形成了滨海、温泉、山地、滑雪等各具特色的休闲度假目的地。度假者希望以一种异于日常的生活节奏和方式来寻求自然、归真、康健的身心状态,度假地也逐渐成为现代人的休闲游憩、疗养以及“候鸟式”旅居空间。在这种情境下,相较于传统观光旅游活动,度假者在同一目的地停留时间较长,少则1个晚上(周末两日1晚),多则10天、数月不等,以达到休闲、放松、疗愈等综合性度假目的。在此背景下,度假旅游地需要同时具备观光、休闲、体验、康养等复合功能,才能留住过夜游客。

目前,关于旅游资源的定义众说纷纭,难以统一。国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T18972-2017)对旅游资源的定义是:“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和现象”。这一定义主要针对观光旅游资源,更强调单体资源的观光属性和开发价值。那么,在文旅融合时代背景下,如何界定度假资源?笔者认为,从以人本理念出发,度假资源是指能够满足度假者需求,为度假者提供观光、休闲、娱乐、康健等多种功能的旅游资源。度假资源本质上仍然是旅游资源,具备旅游资源的一切属性和价值,观光属性仍是度假资源的基础。但与观光型旅游资源不同的是,观光型资源更强调单体客观存在属性,度假资源更强调功能体验属性、多元聚合属性,度假资源能够更好地满足当前我国休闲度假市场消费者的新需求。

文旅融合背景下度假资源三维度分类

笔者认为,在文旅融合背景下,度假资源主要包括三种类型,即环境资源、文化资源、体验资源。度假区的创建和度假旅游目的地的高质量发展需要深入挖掘、充分整合三种类型的度假资源,构建组团化、主题化、特色化发展格局,形成度假区吸引力和竞争力。

环境资源。环境资源主要是指度假区的自然生态环境,重点包括气候资源、自然景观、负氧离子、植被覆盖等,是度假区开发建设的基础条件。尤其是气候资源,更是度假区能否成为度假旅游胜地的先决条件。良好的自然生态环境能够为度假者提供亲近自然、休闲游憩、康健疗养的场地空间,因此,自然、生态、纯净的度假环境资源是度假区开发建设的基础和前提。

文化资源。文化资源主要是指能够为度假者提供异地生活方式体验,营造度假地浓郁文化氛围的资源,主要包括民俗风情、节庆活动、文化元素符号等。随着国内度假旅游消费市场的变化,文化资源在度假地发展中扮演着越来越重要的角色,成为度假区高质量发展不可或缺的关键资源。独具地方文化特色和本土风情的度假地能够让度假者体验不同于日常的生活情趣,为度假者提供逃离现实、放松身心的独特空间,为度假者停留和重游提供情感维系。

体验资源。体验资源是指能够保证度假者开展多样化体验活动所需要的资源,包括山地资源、湖泊资源、温

文旅融合背景下 度假资源分类与开发利用评价

泉资源、海洋资源、服务资源等。体验资源直接与度假产品开发相关,是推进度假目的地高质量发展的支撑性和关键性资源。如利用山地资源开发的避暑产品、滑雪产品,以温泉资源为基础的疗养产品,以海洋资源为核心的3S产品,以品质假日酒店为依托的度假型住宿产品等。我国度假体验资源类型多样,具有较强的康娱性、可塑性,形成了多元化的度假主题。

度假资源开发利用五维度评价

结合度假资源概念、内涵、分类,在度假区建设与提升实践中,可以重点从资源复合性、资源主题性、功能突出性、要素关联性、文化衍生性五个维度进行度假资源开发利用评价,为度假地高质量发展提供科学指导和开发建议。

资源复合性评价。与观光旅游资源单体价值突出的特征不同,度假资源强调资源类型的多元复合属性。只有优质的度假环境资源、特色突出的文化资源、独特的度假体验资源等形成组合优势,才能打造出丰富多样的度假旅游产品,从而为过夜游客提供全方位独特度假体验,满足休闲、放松、康养、娱乐等综合性度假需求。

资源主题性评价。度假区资源的主题性评价和深入挖掘也是进行度假资源开发利用评价的关键环节。独特的主题度假资源能够更好地助力度假区形成自身特色和优势,与区域和全国同类型度假旅游目的地形成差异化发展,进而塑造全新的主题形象和度假品牌,在全国乃至世界范围内不断扩大度假区知名度和影响力。

功能突出性评价。从度假旅游市场需求视角来看,度假者希望借助度假目的地良好的环境和度假资源,获得身心的放松与调节,从而实现休闲娱乐、康健疗养、身心恢复等度假目的。因此,对度假资源进行功能性评价显得尤为重要。我国早期开发建设的度假区,其资源功能属性较为明显和突出,如温泉型度假资源的疗养和保健功能,山地型度假资源的避暑养生功能,滨海型度假资源的沙滩理疗功能等。但目前也存在一些度假地其资源功能优势并不突出,在这种情况下,则需要结合市场需求,对资源的功能属性进行综合衡量和评判,突出功能优势,形成独特的市场吸引力。

要素关联性评价。度假旅游是在同一目的地的较长时间的深度体验活动,因此,度假资源与目的地服务要素的关联性和依赖性较强。度假酒店、餐饮、购物、娱乐、游泳池、小剧场、酒吧、茶吧、营地、体育场馆、艺术场馆、交通、服务等相关要素都是形成度假区竞争力的关键组成要素。度假资源与度假要素应形成科学合理的空间结构,距离上适中,既能够保证度假环境的相对完整性和静谧自然的状态,又能够使度假者得到完善的度假要素服务和深度异地生活方式体验。

文化衍生性评价。充分挖掘度假资源的文化衍生价值,推动度假理念渗透、文创产业发展、品牌宣传推广,打造文创商品、特色书店、文化场馆、文艺展演、创意基地等系列文化项目和产品,有利于推动度假地文化和旅游深度融合,引领度假文化潮流,最终形成具有文化内涵的知名度品牌形象。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院,北京联合大学旅游学院,中国科学院地理科学与资源研究所)

一本乡村旅游规划领域的实操指南

——评《乡村旅游规划实务——以洛宁县乡村旅游发展规划为例》

□ 陆林

作为助力乡村振兴的重要途径之一,乡村旅游当前之所以受到越来越高的关注,不仅因为乡村旅游在我国旅游经济大局中所占的份额举足轻重,更因为其在我国社会经济发展中独特的地位和作用。发展乡村旅游规划可以吸引物质、人才、信息和资金从城市流向乡村,保留住“乡村性”和“乡愁”,为乡村现代化和乡村振兴找到一条有别于工业化的发展道路,而一个好的乡村旅游规划是乡村旅游高质量发展的重要保障。正是基于此,浙江乡村旅游研究院院长于永福组织精干力量编写了这本《乡村旅游规划实务——以洛宁县乡村旅游发展规划为例》。

本书较为系统、全面地梳理了乡村旅游规划概念和发展历程;阐述了乡村旅游规划原则和分类;介绍了乡村旅游规划内容和工作程序,以及乡

村旅游规划管理。以河南省洛宁县乡村旅游发展规划规划(文本、图集、说明)为案例示范,具体阐释了如何以乡村旅游规划为引领发展乡村旅游。本书的问世,不仅丰富了乡村旅游规划的理论建设和实践探索,更提供了乡村旅游规划的创新文本和示范案例。

首先,“是什么、做什么、怎么做、谁来做”的逻辑贯穿始终。全书不仅对乡村旅游规划的概念、来龙去脉进行了详细介绍和梳理,更重要的是抓住了影响乡村旅游规划发展的核心问题。比如乡村旅游规划概念、乡村旅游规划发展、乡村旅游规划分类、乡村旅游规划内容、乡村旅游规划发展战略、乡村旅游规划空间布局、乡村旅游规划编制、乡村旅游规划管理、乡村旅游规划实例等。乡村旅游规划作为一个发展系统,其所

涉及内容非常复杂,本书以《洛宁县乡村旅游发展规划》为实例,有助于读者了解乡村旅游规划编制全过程,为一方区域发展乡村旅游打好扎实基础。

其次,在总结规律的基础上力求创新。总结普遍认可的观点和规律是教材的基本宗旨,但如果局限于此则难以形成不同版本教材的特色。本书在梳理、吸收已有成果的基础上,坚持推陈出新。全书在行文过程中,遵循类型划分、问题剖析、要点概括的一般路径,使繁杂的内容得以条缕析;同时又结合乡村旅游规划的实际,在重要问题上不断有新的思想和观点提出,如,在乡村旅游总体研判、乡村旅游产业构建、乡村旅游市场运营、乡村旅游主体培育、乡村旅游投资分析、乡村旅游要件保障等方面都有独到的见解和新的诠释,特别