

江苏省区域旅游国际化发展战略初探

朱梅,魏向东

(苏州大学 旅游系,江苏 苏州 215021)

摘要:学术界对旅游国际化的研究已然起步,而从省级区域自身发展的整体高度来研究旅游国际化的文献十分鲜见。以江苏省为实例进行研究,其区域旅游国际化战略的目标为建设以一至两个中心城市为核心、以一系列中小城市为支撑的区域国际旅游城市群,今后应分三步实现该目标,战略路径为由点及面、分区分时发展、重点突破、全面推进,并通过九大战略实现其区域旅游国际化。

关键词:区域旅游国际化;发展战略;江苏

中图分类号:F592.7

文献标识码:A

文章编号:1672-447X(2011)02-0030-04

最近江苏省站在持续推进旅游业快速发展、基本实现社会现代化的战略高度,在国内率先提出要推动区域旅游国际化进程。上世纪90年代中期以来,国内不断有城市提出要实现旅游国际化,然而以区域为单位提出此类目标在全国应属领先。目前江苏省内南京、苏州、无锡和扬州等城市国际性因素表现突出,旅游业发展态势强,具备了向国际旅游城市迈进的条件,并进行了相关的建设开发。江苏省区域旅游国际化建设工程已然启动,本文拟对其战略目标、路径、步骤及措施等问题作一些粗浅的探讨。

一、相关研究综述

目前旅游国际化类文献资料数量有限,现有的研究大多围绕城市展开,鲜有以区域为研究单位的。在城市旅游国际化方面,较有代表性的研究有:周玲强对国际旅游城市作了界定,是相关文献中较为全面的定义;^{[1]P1-24}崔凤军、李志刚、罗明义从不同的角度对国际旅游城市应具备的条件做了探讨;^{[2-4]246,121-123,5-8}周玲强、崔凤军和林巧认为国际旅游城市是国际城市的一个重要分类;^{[1-2,5]P1-34,246}王富玉、于希

贤、刘晓伟、张婷、汪宇明、吴光锡结合具体案例地做了城市旅游国际化的发展战略、形象塑造、影响因素、社区旅游、SWOT等分析;^{[6-11]P66-69,36-59,402-405,36-42,199-200}邓卫、罗明义、邢珏珏等从理论上探讨了国际旅游城市的基本规范、战略及竞争优势的影响因素;^{[12-13]P22-28,712-719,5-8}周玲强、林巧、李志刚、阎友兵构建了国际旅游城市的相关评价指标体系。^{[15,3,14]P1-34,121-123,88-91}

作为城市旅游国际化的高级阶段,我国各区域旅游国际化发展尚不成熟,区域旅游国际化研究几近空白。区域旅游国际化必须通过区域内城市的旅游国际化来实现,其理想发展模式应当是:区域内各城市旅游经济联系日益密切,依托一定的文化渊源、行政环境和交通条件,共同构成一个相对完整的旅游城市“集合体”,即旅游城市群;随着旅游国际化进程的推进,区域内出现一至两个国际性因素突出的中心旅游城市和多个副中心旅游城市;最终区域整体旅游经济功能凸现,具备一定的国际知名度和辐射力,形成“结构有序、整体优化、共建共享”的国际旅游城市镶嵌体系。目前江苏省内13市旅游经济发展层次鲜明,既有实力强劲的老牌旅游城市,如南京、苏州、无锡,也有山明水秀的风景旅游城市,如扬州、镇江,又有重要的交通枢纽城市,如

收稿日期:2010-04-07

基金项目:江苏省旅游局基金资助项目(AS103703)

作者简介:朱梅(1983-),江苏大丰人,苏州大学旅游系助教,研究方向为城市旅游;

魏向东(1963-),江苏海安人,苏州大学旅游系主任,教授,博士,研究方向为旅游文化与地理。

徐州、连云港,为实现区域旅游国际化提供了有利条件。

二、江苏区域旅游国际化 战略目标、路径与实施步骤

1. 战略目标

试将江苏省区域旅游国际化发展战略目标描述如下:在科学发展观的指导下,以国际旅游市场为导向,以特色旅游资源为基础,以区域旅游合作为依托,以塑造国际旅游城市为突破点,确定“旅游产品特色化,产业服务标准化,城市环境现代化,营销交流国际化”的国际化战略重点,形成以一至两个中心城市为核心、以一系列中小城市为支撑的区域国际旅游城市群,最终成为中国首屈一指的国际旅游目的地。该目标要求江苏继续保持“以水为主,以山水组合见胜”的资源优势,依托独特的地域文化开发个性化旅游产品、打造鲜明的旅游文化符号、渲染特色化的旅游氛围,提升旅游人才、旅游企业和职能部门的接待服务水平,全面构建符合国际水准的旅游服务网络,优化各城市的经济、社会和生态环境,提高区域旅游的国际关注度。

2. 战略路径

江苏省提升区域旅游国际化发展水平的战略路径可以概括为:“由点及面,分区分时发展;重点突破,全面推进”。城市是区域旅游国际化的切入点和落脚点,由点及面即从城市开始,以建设国际旅游城市为首要任务,条件成熟后再由城市推广到周边地区;区域的广阔性和复杂性,使得江苏省旅游国际化战略必须分区分时发展,即第一时间推进一级竞争力地区(苏州、南京)的旅游国际化,时机、经验成熟后再推广至二级竞争力地区(无锡、扬州、镇江、常州),最终推广至三级竞争力地区(南通等7市);省内各市旅游国际化水平的层次性和差异性,使得旅游国际化战略必须重点突破,即选取一至两个基础较好的城市进行试点;区域整体旅游国际化通过区域内各城市的旅游国际化来实现,所以在试点城市取得一定效果后应逐层、逐级推广,最终实现旅游国际化战略在省内的全面推进。

3. 实施步骤

为了有计划、有步骤、有重点地实现战略目标,江苏省区域旅游国际化进程应分解为三个步骤:第一步为5年内实现苏州和南京基本旅游国际化,即以苏州和南京作为试点城市,在5年内基本形成较为完善的现代旅游功能和城市环境。以苏州和南京作为突破点,主要是考虑到两市是省内旅游国际竞

争力最强的两个城市,城市经济发达、功能完善,最为接近国际化水准。第二步为15年内实现苏州和南京的旅游国际化,实现无锡、扬州、镇江和常州的基本旅游国际化。也就是说,一方面切实按照国际旅游城市的标准体系进行苏州和南京的城市建设,使其成为省内的国际旅游中心城市;另一方面把两市的经验推广至无锡、扬州、镇江和常州等4个旅游国际竞争力较强城市,使4市基本实现旅游国际化,并培育两至三个国际旅游副中心城市。第三步为25年内实现南通、连云港、徐州、淮安等7个旅游国际竞争力一般城市的基本旅游国际化,并培育一至两个苏北地区的国际旅游副中心城市。通过“三步走”战略,江苏将云集不同类型和等级规模的旅游城市,构成具有相当国际辐射力和影响力的旅游区域。

三、江苏区域旅游国际化战略

为了实现江苏区域旅游国际化的战略目标,除了在空间布局上要履行城市化进程中的空间集聚战略,选择重点城市,全力突破外,还应考虑九大战略。

1. 城市旅游同步发展战略

城市要实现旅游国际化,首先应清楚认识城市与旅游的共生共荣关系,紧扣城市发展与旅游开发相结合的主题,在发展国际旅游业的同时,提升城市环境品质。旅游产业综合性强,涉及领域广;旅游资源与产品具有公共性,不为某个部门或企业独有;旅游活动具有跨地域性,需要一体化的市场;城市各项环境优化更是涉及大量行业与部门。这些特点客观上均要求政府积极协调,打破条线分割的管理机制,实现管理系统的内部融通,形成管理合力,从发展国际旅游城市的高度,统筹协调旅游国际化进程中交叉凝滞的诸多因素。在宏观协调的基础上,政府还应主导城市旅游公共服务体系,包括咨询、投诉处理、交通、信息化服务、救助、志愿者等服务。此外,国际旅游城市建设是一个系统工程,建设步骤繁多,建设面广杂,必须树立规划先行的理念。

2. 全球化进程中的跨文化营销战略

全球化时代世界已成为地球村,国际间的联系与交流日趋频繁。发达国家十分重视旅游产品的营销,目前世界境外游客人均宣传促销经费平均为5美元,而江苏各市预算不到2美元。近30年来江苏省各城市一直处于“国际营销投入低、国际游客增长快”的状态。江苏省实行区域旅游国际化,必须紧跟国际客源市场动向,根据市场需求配置旅游资

源,这样才能真正地融入世界旅游经济分工体系。各市国际旅游接待服务和营销系统应以跨文化营销为视角,包括住宿、餐饮、讲解、商业、娱乐和信息服务,以及市场定位、营销方式和营销对象选择。在形成独特文化品牌和国际旅游比较优势的同时,消除异质文化间的隔阂与冲突,营造宾至如归的旅游环境。

3.现代化进程中的产业结构优化战略

目前省内不少城市第三产业贡献率偏低,旅游产业偏离度较大,城市产业结构和旅游产业结构均不太合理,与国际著名旅游城市差距较大。产业结构重心由第一产业向第二产业和第三产业逐次转移的过程,标志着城市经济发展水平由低到高的发展阶段,而省内不少城市目前的经济重心仍停留在第二产业上。另外,各市旅游产值结构与就业结构严重偏离,使得行业运行风险较大。因此,各市在未来旅游国际化进程中必须实施产业结构优化战略,大力发展以旅游业为主的第三产业,保持城市旅游经济的高度开放,打破行业壁垒和地方保护,实现城市产业结构和旅游产业结构的合理化、高度化和均衡化,达成与世界旅游经济的融通。

4.个性化时代的旅游产品创新战略

融入国际旅游经济圈,关键是要有具备国际竞争力的旅游吸引物,旅游产品创新是江苏省增强在国际市场上旅游吸引力的基本保证。另外,旅游产业的核心是产品,旅游产品创新对改善全省旅游环境、引导旅游者消费、促进旅游业可持续发展等方面具有重要影响,是个性化时代江苏顺利实现区域旅游国际化的必备战略。江苏省在旅游资源与产品开发方面基础良好,今后应进一步创新产品开发指导思想,丰富产品形式,扩充产品外延和内涵,开发适销对路的旅游纪念品,整合形成符合现代需求、重点突出、独具地域文化特色的多元化旅游产品体系。

5.信息化时代的点对点服务战略

旅游信息服务体系的完善性和经营接待散客旅游的能力,是衡量城市或区域旅游业成熟度的重要标志。在散客旅游日益兴起的背景下,城市旅游信息服务系统建设尤为重要,国际著名旅游城市大多具有完备的游客信息服务系统,营造出宽松、便利的旅游环境。城市旅游信息服务体系建设,主要表现在旅游咨询服务机构设置和旅游信息标识设置两方面。江苏省各城市尚未构成网络状旅游咨询服务体系,游客服务能力十分有限;各市信息标识系统尚不健全,不能完全满足国际旅游开展需要。因此,实现江苏区域旅游国际化,必须加强各市旅

游信息服务网络建设,使国际游客在任一空间点上都能得到便捷的信息服

6.城市旅游中的人才优先战略

江苏省各市旅游从业人员和市民是区域旅游国际化任务的承担者,他们的素质关系到各市建设国际旅游城市的成败。目前省内旅游从业人员国际化服务水平较低,受教育状况、专业技能、外语能力均不容乐观。各市市民对待国际游客的态度很友好,但对于江苏大力创建国际旅游城市的战略不甚了解。要解决以上两个问题,必须开展相关教育与培训。教育不是一蹴而就的,其展开与见效需要一定的时间,而江苏区域旅游国际化工程已然启动,因此各市应坚持“人才优先”原则,加强职业培训教育,提升在岗旅游人才素质;优化学校教育,培养旅游人才;普及全民教育,营造良好的旅游社区环境。

7.市场经济浪潮中的主体培育战略

企业是市场的主体,尤其对于高度市场化运作的旅游行业来说,发展一批高素质、有实力的旅游企业至关重要。目前江苏省各类旅游企业实力普遍薄弱,尚不足以担当起区域旅游国际化主力军的角色。以旅行社为例,目前省内国际旅行社业务量偏小,不少海外旅游团来自上海的组团社,为此应鼓励省内企业开办国际旅行社,加强自主组团能力,制定奖惩政策,调动旅游经销商招揽海外客源的积极性,培育和引进国际旅游经营人才。此外,饭店、景区、购物等单位也都面临着国际化的种种压力和挑战,不一而足。要实现旅游市场主体培育战略,必须以制度创新培育旅游强势市场主体,制定相应的优惠政策,实施旅游品牌创建奖励机制,鼓励省内外企业参与旅游企业改组,培育、引进一批竞争力强的旅游集团,改变大部分旅游企业小、散、弱、差的状况,壮大旅游业市场主体。

8.目的地竞争中的合纵连横战略

面对省内外日益激烈的旅游市场竞争,江苏省必须向内统筹向外对接,实施合纵连横战略,既要确立合理的省内市际旅游合作关系,又要积极构建长三角旅游国际化合作的新格局。就对内统筹而言,近年来在各地政府主导下,部分城市签署了多项市际联动协议,显现了分区旅游合作的趋势。当下江苏省应顺势明确、深化旅游合作分区战略,正式构建由宁镇扬泰、苏锡常、徐宿淮和连盐通组成的旅游合作分区体系,形成多个增长极相互映射。在省内旅游密切合作的同时,江苏还应积极向外寻求对接,加速推动长三角旅游国际化合作网络建设。目前长三角旅游圈建设已从单纯的概念阶段进入到环环相扣的细节推动阶段,而上海和浙江的杭

州、宁波等城市均提出了旅游国际化目标,为此江苏省应积极促成三地旅游国际化全面合作,打造江浙沪无障碍国际旅游区。

9.环境友好型社会中的可持续发展战略

国际旅游城市必须是可持续发展的城市,这是国际化进程和旅游业发展的本质要求。随着区域旅游国际化战略的深入开展,江苏省各市旅游客流量势必会出现大幅上涨,这将给区域内旅游资源造成相当大的压力。鉴于旅游资源的不可再生性,各市必须实施可持续发展战略,在发展国际旅游的同时,保护和优化生态环境,对文物古迹、民俗风情进行保护性开发,实现江苏旅游业的永续健康发展。一方面最大限度地实现旅游资源的潜在经济效益,另一方面保证旅游业开展带来的环境破坏降到最低程度,做到旅游资源保护增殖与开发利用并重,为区域旅游国际化战略的展开提供绿色优质的环境。

参考文献:

- [1]周玲强.国际风景旅游城市指标体系研究[J].城市规划,1999,23(10).
- [2]崔凤军.中国传统旅游目的地创新与发展[M].北京:中国旅游出版社,2002.
- [3]李志刚,宾宁.建设现代化国际旅游城市标准体系初探——以桂林市为例[J].社会科学家,2003,(104).
- [4]罗明义.论国际旅游城市的建设与发展[J].桂林旅游高等专科学校学报,2004,15(2).
- [5]林巧.国际旅游城市功能体系研究[D].杭州:浙江大学管理学院,2002.
- [6]王富玉.国际热带滨海旅游城市发展道路探析——三亚建成国际热带滨海旅游城市的战略思考[M].北京:中国旅游出版社,2000.
- [7]于希贤,于涌.塑造国际旅游城市形象——论昆明城市建设的继承与创新[J].云南大学人文社会科学学报,2001,27(1).
- [8]刘晓伟.试论提高杭州旅游的国际化程度[J].商业经济与管理,2003,35(1).
- [9]张婷,程道品,黄燕玲,付靖.桂林创建国际旅游城市的战略研究[J].桂林工学院学报,2005,25(3).
- [10]汪宇明,程怡,龚伟,吕帅.都市社区旅游国际化的“新天地”模式[J].旅游科学,2006,20(3).
- [11]吴光锡.厦门建设国际旅游城市的SWOT分析[J].法制与社会,2008,(13).
- [12]邓卫.建设国际旅游城市的基本规范[J].城市经济决策,1997,(1).
- [13]邢珏珏,李亚锦,赵明.我国城市国际旅游竞争优势特征及其影响因素分析[J].经济地理,2005,25(5).
- [14]阎友兵,王忠.国际旅游城市评价指标体系研究[J].湖南财经高等专科学校学报,2007,23(1).

责任编辑:高 煊

A Study on Internationalization Strategy of Regional Tourism in Jiangsu Province

Zhu Mei, Wei Xiangdong

(Tourism Management Department, Suzhou University, Suzhou215021, China)

Abstract: Studies on tourism internationalization have already started, but researches concerning tourism internationalization from the regional perspective are very rare. Taking Jiangsu province as an example, this paper discusses the target of its regional tourism internationalization which is to build an international tourism city agglomeration that takes one or two representative international tourism cities as the core, and is supported by a series of small and medium-sized tourism cities. In order to achieve the target, Jiangsu should take three steps in the future. The strategic route is that it should spread over the whole province from one point, develop different districts or cities according to different schedules, as well as keep focused and at the same time promote on a full scale. In addition, this paper discusses nine strategic suggestions for the internationalization of regional tourism in Jiangsu.

Key words: internationalization of regional tourism; development strategy; Jiangsu

江苏省区域旅游国际化发展战略初探

作者: [朱梅](#), [魏向东](#), [Zhu Mei](#), [Wei Xiangdong](#)
作者单位: [苏州大学, 旅游系, 江苏, 苏州, 215021](#)
刊名: [黄山学院学报](#)
英文刊名: [JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)
年, 卷(期): 2011, 13(1)
被引用次数: 0次

本文链接: http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hszyxb201101008.aspx

授权使用: 黄山学院学报(qkhsxy), 授权号: fa722330-e05c-44ac-9cc8-9f0b01166b2f

下载时间: 2011年6月23日