



大湘南旅游圈建设的定位与地域联动模式选择研究

陈国生^{1,2}, 陈晓亮², 阳 琴², 尹智勇²

(1. 湖南工学院旅游与设计规划研究所, 湖南 衡阳, 421002;

2. 中南林业科技大学商学院, 湖南 长沙 410004)

摘 要: 大湘南旅游圈是区域旅游合作发展的必然要求, 是大势所趋。在构建大湘南旅游圈协调联动机制时, 应该以市场化和国际化为出发点, 通过整合衡阳、郴州、永州三市的旅游资源, 形成特色鲜明的旅游产业体系, 进一步提高区域核心竞争力; 要进一步细分市场, 进一步完善和拓展旅游发展空间, 通过协调联动, 实现湘南三市旅游业的协同发展, 更好地为市场主体服务。

关键词: 大湘南旅游圈; 地域联动模式; 旅游品牌

中图分类号: F592.764

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2015) 03-0090-03

大湘南旅游圈即以衡阳为区域中心、以郴州和永州为重要节点城市、以京珠高速和珠邵高速为两大发展轴线的旅游地域综合体, 充分利用该区域衡山、九嶷山、苏仙岭等都是享誉全国的旅游胜地, 对丰富的旅游资源进行优化组合, 形成以独特的旅游品牌, 通过区域协作实现旅游产业资源利用效率的最大化, 打造具有较强竞争力的旅游圈, 并在国际旅游当中占据一席之地。建立大湘南旅游圈, 实现区域协作, 就应该突出大湘南的旅游特色, 做出准确的市场定位。从近几年的发展来看, 大湘南地区已经初步形成“祈福到郴州、求寿去衡阳、祭祖在永州”旅游品牌, 应该借助湖南省大湘南旅游圈的规划乘势而起, 不断增强旅游以南岳衡山为主导的旅游体系和区域

产业链, 形成点轴式的空间结构, 与省内其他城市实现差异化协调联动、发展共赢。

一、大湘南旅游圈的特色定位

旅游圈的建立是以区域差异化协作为前提的, 因此, 我们必须明确大湘南的旅游特色, 对衡阳、郴州和永州三地市的旅游资源进行整合, 构建以衡阳为中心城市的旅游协作体, 实现衡、郴、永三地的协调联协, 进一步激发大湘南的旅游活力。

(一) 整合资源, 形成大湘南旅游品牌

大湘南地区的土地总面积达 57153 平方公里, 人口占全省的 29%。这里与粤、桂、赣、黔四省相邻, 紧挨珠三角地区, 具有优越的区位优势; 衡阳市还是

收稿日期: 2015-02-27

基金项目: 湖南省自然科学基金项目“旅游圈形成的机理、模式与协调机制研究——以‘大湘南’旅游圈为例”(项目编号: 2015JJ6031)。

作者简介: 陈国生(1965-), 男, 湖南常宁人, 博士, 湖南工学院旅游规划与设计研究所所长, 教授; 中南林业科技大学商学院硕士生导师, 研究方向: 区域经济与旅游管理; 陈晓亮(1983-), 男, 湖南常宁人, 硕士, 湖南工学院旅游规划与设计研究所讲师, 研究方向: 区域经济; 阳琴(1990-), 女, 湖南常宁人, 中南林业科技大学商学院林业生态经济与管理专业硕士生, 研究方向: 区域经济管理; 尹智勇(1991-), 男, 湖南常宁人, 中南林业科技大学商学院林业工商管理专业硕士生, 研究方向: 企业管理。

全国重要的交通枢纽,是沿海经济辐射内陆的第一接纳区域,交通干线纵横。这里地域广阔、生态良好,文化悠远,衡阳佛教文化、郴州生态旅游、永州寻根访古都已经形成了较大的影响力。

衡、郴、永三地各具特色的旅游形成了极强的互补性,将其整合起来,势必会赢得更多人的青睐。对此,刘建平、阎有兵早在2000年就在《湖南旅游资源开发研究》一书当中提出了“湘南旅游圈”的概念;到了2004年,衡阳、郴州、永州、三市共同结盟,共同组织宣传促销、共建旅游线路、共同对接粤港桂澳游客,形成了“祈福到郴州、求寿去衡阳、祭祖在永州”的特色旅游品牌;到了2010年4月13日,衡阳、郴州、永州、株洲四市正式签订旅游合作文本,着力构建湖南乃至中国的旅游亮点,形成了“祈福求寿祭祖圣地,休闲生态多彩湘南”的金字招牌,大湘南旅游圈正式拉开了帷幕。目前,大湘南旅游圈已经写入了湖南省十二五发展规划,大湘南旅游将与长株潭、大湘西共同构建具有湖南特色的旅游体系。

(二)因地制宜,突出大湘南旅游特色

南岳求寿旅游文化。衡山地处衡阳市内,又名寿岳、南山,系我国五岳之一,以“五岳独秀”、“宗教圣地”、“文明奥区”、“中华寿岳”而著称。在我国历史上,一直流传有“福如东海,寿比南山”的祝寿词。衡山是我国南部的宗教文化中心,佛教和道教共同的宗教对地,环山数百里,分布有大小寺庙、道观等200余处,南岳大庙内东西两侧各有8个道观和佛寺,象征着南岳佛道的平等并存,朱陵洞天号称道教三十六洞天之第三洞天,青玉坛福地、光天坛福地、洞灵源福地皆在道教七十二福地之列。衡山景色优美,一年四季气候温和,一年当中有近七个月笼罩在云雾当中,形成了“三层天”的美景,每年12月至次年2月初还有独特的雾淞景观。

苏仙岭祈福旅游文化。苏仙岭位于郴州苏仙区境内,因西汉文帝时仙医苏耽在此跨鹤成仙而得名,唐朝人杜光庭将其列为道教第十八福地。苏仙岭景区内景点众多,桃花居、三绝碑、望母松、白鹿洞、景星观等都是道家福地文化的代表。

永州寻根访古文化。永州是文物大市,跻身于湖南省四大历史文化名城之列,历史文化古迹遍布城乡,仅全国重点文化保护单位就有8处,另有省级文物保护单位26处,县级文物保护单位174处,所有资源实体保存基本完好。在这里,有新石器时代原始人留下的石棚,有名闻天下的舜帝陵,有文学家柳宗元留下的文化胜景;这里被称之为海内外瑶胞的祖居之地,有世界一绝江永“女书”……雄厚的历史加上以雄奇险峻幽、野趣古珍特的独特风韵,构成了以生态与人文并举的永州旅游特色。

民族风情文化旅游。大湘南地区是典型的少数民族聚居地,仅郴州市境内就有汉、瑶、蒙等27个民

族,永州市境内的瑶族人口超过40万,占我国瑶族总人数的三分之一,江华瑶族自治县则是我国最大的瑶族自治县,在这里,我们可以看到原汁原味的瑶族文化,瞻仰千家峒瑶族祖居地和盘王殿,感受历史的古朴,享受零陵异蛇酒、江永“五香”、永州薄荷、道县红瓜子、灰鹅等土特产品。

二、大湘南旅游圈联动发展的市场定位

大湘南旅游圈联动发展的市场定位:对接粤港桂、连接长株潭、辐射大西南,打造湖南新的旅游增长极。

(一)中南部旅游中心

大湘南地区地处湖南南部,与广西、广东两省相邻,衡、郴、永三市均为省级历史文化名城,拥有丰富的自然资源和人文资源。其中,衡阳市是湖南省第二大城市,2014年共接待国内外游客4421万人次,实现旅游综合收入265亿元。从客源来看,来大湘南旅游的国际友人以日本韩国和东南亚各国为主。从整体上来看,湘南三市发展水平相当,经济来往久远,在自然环境和社会发展特征上同属一个地理单元。再加上与珠三角相邻,形成了不容忽视的旅游优势。因此,大湘南的旅游市场开发应该立足湖南,对接珠三角,呼应大西南,从打造湖南新的旅游增长极的战略高度,构建一个以衡阳为首,郴州和永州为次中心,常宁、衡南、江永为重要节点,一体两翼多层的区域性旅游综合体。

(二)国际旅游面向东南亚市场

大湘南地区虽地处同陆腹地,但属于泛珠三角地区。南岳衡山为我国中南部佛教与道教共同的宗教中心,借助道教文化对日、韩两国的影响和佛教在东南亚各国的影响,每年都有大量的港澳台、东南亚、日本和韩国游客前来观光旅游、朝圣求寿。这也是我们提出面向东南亚开发旅游市场的原因所在。

(三)以国内市场为主导,多元细分

随着我国国民经济的发展,人们的闲暇时间日益增多,经济收入越来越多,休闲旅游成了更多人享受假期的最佳选择,这是经济发展的必然,也是人们生活质量逐渐提高的表现。据湖南日报报道,2014年1至9月,衡山一个景区就接待游客640.6万人次,实现旅游总收入44.1亿元,同比分别增长18.5%、14.7%。^[1]综合衡阳、郴州、永州三地统计信息,我们可以发现以下特点:国内旅游之风日渐兴起,且省内客源占三分之一强,而省外客源则以珠三角、长三角和北上广等经济发达地区为主。与其他地区不同,到湘南来旅游的人除了欣赏山水风景外,少数民族人文风情、宗教文化也是其关注对象;游览的方式多为家庭式的自驾游,这就对大湘南地区的旅游环境和服务体系提出了更高的要求。综合2010-2014年的数据来看,一日游比重呈现出了逐年增长的趋

陈国生,陈晓亮,阳琴,等:大湘南旅游圈建设的定位与地域联动模式选择研究

表 1 大湘南旅游圈的空间结构模式

要素	层次	地域名称或范围
点	一级旅游中心	衡阳
	二级旅游中心	郴州、永州
	三级旅游中心	衡南、常宁、宜章、临武、桂东、资兴、祁阳、东安、双牌、道县
	一级旅游轴线	京珠高速、岳临高速、衡昆高速、二广高速、厦蓉高速
	二级旅游轴线	衡阳——郴州、衡阳——永州、郴州——永州
轴		衡阳——苏仙岭——东江湖——飞天山——莽山、衡阳——阳山古村——仰天湖、衡阳——东江湖——龙景峡谷——兜率岛、衡阳——舜皇山——九嶷山、衡阳——九嶷山——阳明山、衡阳——金洞国家森林公园、衡阳——浯溪碑林——柳子庙——舜皇山
	核心层	衡阳市区、衡南、衡东、衡阳县
	边缘层	除核心层以外的衡阳市地域、郴州全境、永州全境
圈	内圈	腹地层
		长沙、岳阳、张家界、怀化、邵阳、娄底、湘西
		辐射层
		桂林、韶关、赣州、广州、深圳等
		扩展层
外圈		湖南省大湘南以外地区
	国内层	省外火车、飞机直达的城市与地区
	国外层	飞机直航到达的国家和地区

势,这表明衡、郴、永三市击边市场潜力巨大。面对这一新形势,我们必须改变单一的、包价式的旅游线路营销模式,而应该将旅游市场需求进行细分,以人性化、活动化为指导思想,有针对性地设计出一系列主题鲜明、丰富多彩的旅游产品,实施多样化的营销模式。

三、大湘南旅游圈协调联动的地域模式

根据大湘南旅游业发展的现状与发展趋势,应该从大湘南乃至湖南省自然、文化、交通和区位优势,来考虑城市周边旅游资源与市场优势,形成“城市——区域”与“市场——资源”共轭发展的区域性经济综合体,不断强化衡阳在湘南地区的中心地位和辐射功能,与郴州和永州实现联动协同发展,共同提升大湘南的旅游竞争力。

(一)《大湘南区域旅游发展规划》构建了以衡阳为区域中心的大湘南旅游圈核心层

根据衡阳商务网的官方消息,经湖南省旅游局考察团的实地考察,衡阳市被划为《大湘南区域旅游发展规划》中唯一一个区域中心。^[2]再加上衡、郴、永三市近十年的努力,大湘南旅游圈已经初步形成,行政壁垒正在打破,“一个区域中心、两个主要节点、两大发展轴线”(以衡阳为区域中心,以郴州和永州为主要节点,以京珠高速和珠邵高速为发展轴线)的发展格局正在形成。经过整合,以衡阳南岳文化为中心,以郴州祈福文化、永州寻根访古文化为两翼的大湘南旅游圈核心层格局初部形成。外围层次结构如表 1 所示。

以上我们以衡阳为核心,由近及远分别对应大湘南地区及省内市场、国内市场、国际市场分别构建

了宗教文化旅游、访根寻古旅游、民族风情旅游路线及中远程的长线旅游带,做到了衡、郴、永三市的差异化定位,与长株潭地区和大湘西旅游圈实现了特色互补。

(二)强化联动意识,突破行政区划,加强区域协作

当前旅游业的竞争已经不再只是单个企业或单个城市的竞争,而是区域一体化协作的竞争。因此,大湘南地区的旅游业想在激烈的市场竞争中不断提升自己的份额,就必须突破行政壁垒限制,走区域一体化发展的道路。建立大湘南旅游圈就是要一体化运作,而其关键就是要强化联动意识,逐渐淡化传统的行政区的概念,不断加强大湘南地区的经济联系,实现区域联合协作。也就是说,传统的各地市各自为政,自扫门前雪、重复建设的做法已经不适应当前形势的发展。因此,衡阳、郴州、永州三市要密切合作,着眼于大湘南旅游业的共同发展,充分发挥各自的资源优势、区位优势和人脉优势,实现“1+1+1>3”的效果。

通过与北京、西安等国内旅游中心城市的互补组合,实现联合促销,共同发展;与长沙、张家界、岳阳等省内旅游热点城市合作,实现省内旅游资源的大整合、大协调,打造更加给力的潇湘旅游文化产业链。比如“三湘四水”游就是整合了长湘潭、大湘西和大湘南的旅游资源,形成了一个旅游线,联合宣传促销,各景区相互输送客源的联动格局。相信如果能借鉴山东的做法,推出“三湘四水旅游卡”,建立大湘南乃至湖南省的旅游信息服务体系,实现省内主要景点无障碍旅游,将会使大湘南旅游圈收到更大的实效。^[3]

(下转第 97 页)

(上接第 92 页)

参考文献:

- [1] 朱章安,徐德荣.三种文化与旅游深度融合 南岳焕发“第二春”[EB/OL].http://www.hn.xinhuanet.com/2014-10/06/c_1112719472.htm,2014-10-06.
- [2] 衡南县商务局.衡阳成大湘南区域旅游发展规划唯一区域中心[OL/EB].<http://hengyang.hunancom.gov.cn/swdt/>

516024.htm,2014-11-26/2015-01-26.

- [3] 陈志军,杨洪,刘嘉毅,等.湖南入境旅游市场竞争态势演化、成因机制及政策研究——旅游客源地和目的地两个维度[J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2014,(2).

[责任编辑:石芬芳]

On Orientation of Broad Southern Xiang Tourism Circle and Selection of Regional Linkage Mode

CHEN Guo-sheng^{1,2}, CHEN Xiao-liang², YANG Qin², YIN Zhi-yong²

(1.Research Institute of Tourism and Design, Hunan University of Technology, Hengyang421002, China;

2.Central South University of Forestry and Technology, Changsha410004, China)

Abstract: The building of a Broad Southern Xiang Tourism Circle is the natural result of collaborative tourism development. The paper proposes that to establish the linkage mechanism of the tourism circle, the decision makers should take marketalization and internationalization as the starting point and integrate the tourism resources of Hengyang, Chenzhou and Yongzhou city to form a distinguished tourism industry system and improve the core competitiveness of the region; It also suggests that the market should be further segmented to create more opportunities for tourism development. They should coordinate tourism development of the three cities to provide better services for the tourists.

Key words: Broad Southern Xiang Tourism Circle; regional linkage mode; tourism brand