

渭河流域城乡一体化旅游发展研究

段兆雯^{1,2},李世平¹,张兆琴²

- (1. 西北农林科技大学 经济管理学院,陕西 杨凌 712100;
2. 西安外国语大学 人文地理研究所,陕西 西安 710061)

摘要:为促进陕西旅游业的进一步发展,完善旅游产品的结构,运用空间相互作用理论、增长极理论以及空间一体化理论,分析了渭河流域旅游经济的发展现状及其存在的问题。分析认为,应以乡村农耕文化旅游资源为基础,开发渭河流域关中农耕文化,构建沿渭河进行整合开发的文化旅游区;以市场需求为导向,使渭河流域形成“一城、一轴、多中心”的旅游发展空间结构,极力打造集文化、休闲、娱乐一体的渭河农耕文化旅游品牌。

关键词: 关中;城乡一体化;渭河流域;农耕文化

中图分类号: F127

文献标志码: A

文章编号: 1671-6248(2011)01-0053-05

统筹城乡发展,是中国全面建设小康社会的关键。旅游业作为新兴产业,能够极大地推动经济的增长。同时,旅游产业也是欠发达地区具有比较优势、率先实现对外开放和跨越式发展的产业。陕西渭河流域旅游资源丰富,旅游产品类型多样,但旅游发展总体尚处于初级阶段。在城乡一体化的大背景下,为了提升渭河流域区域旅游业的竞争力,确保旅游业在城市和乡村地区的可持续发展,本文从空间相互作用理论、增长极理论、区域旅游空间、一体化旅游入手构建了城乡旅游一体化的发展模式。

一、理论基础

(一) 空间相互作用理论

空间相互作用理论认为,2个地理区域间通过货物、人口、货币和信息等流动,相互依赖、相互作用^[1]。同一区域的城市和乡村属于不同地域单元,虽然在空间上紧密联系,但是城市与乡村各种资源的禀赋、经济发展水平、人口职业结构要求、资金以

及信息拥有量等存在差别,并在某种程度上形成互补,从而诱发城市和乡村之间货物、人口、货币和信息等要素不断流通和往来,对城市和乡村的不断融合起到重要作用。

(二) 增长极理论

1950年,法国经济学家弗朗索瓦·佩鲁在《经济空间:理论与运用》一书中首次提出增长极的概念。在区域旅游发展过程中,增长极包含了三大涵义:第一,作为旅游经济空间上的推动型“制高点”;第二,作为旅游地理空间上的产业集聚中心;第三,作为旅游流集散单元。由于区域旅游发展的地区不平衡现象普遍存在,所以区域旅游经济始终呈现从不平衡到相对平衡的发展趋势。旅游发展的早期阶段中,在开发条件的限制下,各地区总是集中力量优先培育高等级的增长极。在区域旅游空间的拓展阶段,有必要以重要节点为中心,有意识地选择交通线作为区域开发纽带和客流运行通道的生长轴,并沿着生长轴的方向进行旅游开发。在旅游增长极的基础上形成旅游发展轴,同时整合周边旅游资源,实现

收稿日期:2010-06-07

作者简介:段兆雯(1975-),女,陕西西安人,西安外国语大学讲师,西北农林科技大学管理学博士研究生。

区域旅游空间重组,最终形成一个代表区域旅游整合体的新型空间战略格局^[2]。

(三) 区域旅游空间一体化理论

区域旅游空间一体化理论认为,区域内各个地区为达到区域旅游发展的最佳状态,力争实现区域旅游基础设施建设一体化、旅游产品开发一体化、区域旅游形象一体化、旅游市场营销一体化、旅游服务一体化等理想状态的空间表现形式。在区域旅游空间一体化的过程中,区域内各个地区的旅游要素结构的空间组织和布局得到优化,这样既有利于保护各个地区的旅游优势,提升区域整体旅游特色,又能避免同质化恶性竞争,促进区域旅游业在一体化基础上的差异化发展^[3]。

二、渭河流域旅游发展现状

渭河发源于甘肃省渭源县鸟鼠山,是黄河的最大支流,在关中平原蜿蜒 502 km,自西向东流经陕西的宝鸡、杨凌、咸阳、西安、渭南。在陕西境内先后接纳黑河、涝河、沔河、泾河和石川河后,经由潼关县港口镇注入黄河,流域面积达到 $6.75 \times 10^4 \text{ km}^2$,几乎覆盖了整个关中地区。渭河流域集中了陕西省 64% 的人口、56% 的耕地、72% 的灌溉面积和 82% 的工业总产值,对陕西省经济的发展起着举足轻重的作用。渭河流域内旅游资源丰富、旅游产品种类繁多,除了声名远扬的文物古迹外,还拥有高品质的自然生态旅游资源、宗教文化旅游资源、农业旅游资源等,各类旅游资源相互交融,经过数千年的发展演化,已形成了独特的农耕旅游文化,在此基础上形成了中国传统文化的核心价值观,具有极高的旅游开发价值。目前,渭河流域在发展旅游业方面取得了较大的成绩,形成了一些有利于旅游业发展的条件,但在发展过程中仍然存在以下几个方面问题,由此制约着旅游产业主导作用的进一步发挥。第一,旅游产品方面的问题。渭河流域的旅游产品以人文景观为主,结构单一。观光游产品处于初级型和粗放型阶段,原有的景点负荷过重,开发深度有限,新景点管理及开发呈粗放状态,品位不高,缺乏参与性和趣味性,观光过程乏味。度假产品类型不齐全,活动项目不丰富,难以长期吸引游客。观光农业产品内容单调,只是看农作物和养殖产品,尚未上升到“游”的程度。第二,旅游市场方面的问题。游客市场相对狭窄,市场容量较低,游客回游率低,游客停留时间较短。游客消费结构不尽完善,交通、住

宿等硬性消费比重较高,娱乐、游览等软性消费较低。第三,旅游投入方面的问题。旅游投入不足,特别是市场开发经费的投入与国内同类旅游城市相比严重滞后,使得旅游市场开拓能力低,除了兵马俑、华清池等名牌产品外,其他旅游品牌的宣传、开发与其资源优势严重不符。第四,旅游业管理体制方面的问题。旅游行政管理部门纵向之间以及其与同级相关部门之间存在着责、权、利的不一致,使得属地化管理和专业化管管理不能有效实施,相关部门发展旅游的合力优势尚未形成。

三、促使渭河流域旅游发展的动力因素

(一) 宏观环境因素

中央提出统筹城乡一体化发展的战略思路,从本质上讲,就是缩小城乡之间的经济差距^[4]。城市和乡村之间通过资源和生产要素的自由流动,使城乡地域系统内部各子系统之间相互作用,相互协作,优势互补,以城带乡,以乡促城,实现城乡经济、社会、文化持续协调发展^[5]。

2009 年 6 月,国务院批准设立关中-天水经济区,标志着西部大开发战略进入了一个新的阶段,也体现了国家致力于跨区域协同发展的意图。根据“关中-天水经济区发展规划”,经济区的范围包括陕西西安、咸阳、铜川、渭南、宝鸡、商洛部分区县、杨凌农业高新技术产业示范区和甘肃天水市,该经济区的定位是西北部内陆地区的“龙头区”。渭河流域所包含关中地区的 5 个市(区),正是关中-天水经济区框架中的重要组成部分。渭河流域内各个地区旅游资源丰富,且各具特色,地理上又彼此相邻,旅游业早已成为该区域发展势头最强劲的产业之一。

(二) 市场需求因素

陕西省内各城市旅游经济存在较大差异。西安作为首位城市,在省域旅游业发展中占据绝对的主导地位。根据《陕西省统计年鉴》,2009 年渭河流域 5 市(区)旅游收入及游客统计情况如表 1 所示。从经济学的角度分析,各地区间如果存在较大的经济发展差异,则会产生一种宏观的市场势力,这种势力在一个整体的经济体系中将造成社会福利部分的无谓损失,使总收益降低^[6-7]。各地区内长期存在着过大差异,尤其是外围城市或边缘地区旅游发展长期滞后,则不利于该区域旅游总体竞争力的提高,会暴露出许多问题,如旅游产品类型欠丰富、专项旅游产品缺乏

吸引力、区域旅游形象单一、给人以“有旅无游”之感等^[7]。因此,陕西省有必要实施区域旅游合作,以丰富区域旅游产品体系,扩充旅游市场空间,推动区域经济的发展,提高区域旅游发展的总体竞争力。

表 1 2009 年渭河流域 5 市(区) 旅游收入及人数统计

类别	西安市	宝鸡市	渭南市	咸阳市 (含杨陵区)
旅游收入/亿元	297.4	78	51.43	60.2
旅游收入占陕西省旅游总收入的比重/%	38.7	10.2	6.69	7.83
国内游客人数/万人次	3 939.3	1 297	1 112.53	1 256.8
国内游客人数占陕西省国内游客总人数的比重/%	34.4	11.38	9.75	11.01
境外旅游人数/万人次	67.3	13	9.05	10.5
境外旅游人数占陕西省境外旅游总人数的比重/%	46.4	8.96	6.24	7.24

(三) 产业因素

按照旅游经济理论,旅游产业具有收入效应、创汇效应、就业效应、产业关联效应和区域平衡效应等。旅游产业的发展又会直接或间接地为区域经济发展注入财富,推动产品价值的实现,促进国民经济的良性循环,推动经济增长。正是旅游产业庞大的乘数效应,使得旅游产业成为许多区域经济发展的支柱产业^[8]。

四、渭河流域的空间结构

综合陕西省的宏观地理区位、自然资源条件以及未来社会经济发展态势分析,渭河流域关中农耕文化区可以生态保护为重点,以西安市为核心,中心城市为节点,快速骨架交通体系为依托,构建渭河流域城镇发展轴和关中农耕旅游文化区体系,形成“一城、一轴、多中心”的空间结构,如图 1 所示。其中,“一城”为西安市及其近郊精品旅游区,“一轴”是以渭河两岸沿线为发展轴,“多中心”是以咸阳、宝鸡、渭南、杨凌为中心的沿渭河田园观光带、古村镇文化旅游带和山岳民俗度假带。通过轴线式发展,利用渭河沿岸宽阔区域,建设田园休闲场所,并以此辐射沿岸村庄,开展富有当地特色的休闲项目,实现城乡旅游之间的优势互补,打造集文化、休闲、娱乐为一体的渭河农耕旅游文化品牌。

(一) “一城”发展思路

“一城”即以超大城市西安为核心,发挥其旅游核心城市的作用,承担旅游组织、接待、集散和辐射

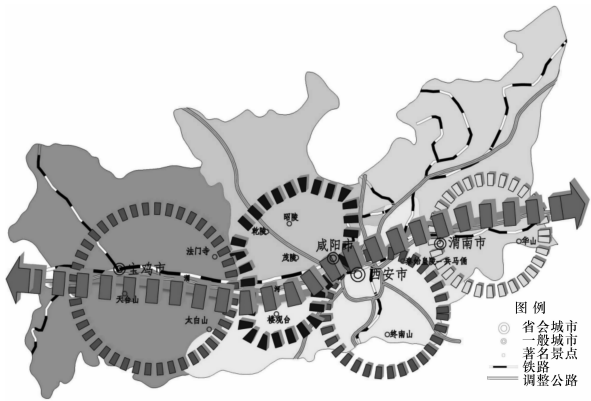


图 1 渭河流域城乡一体化旅游发展布局

中心的功能,以自身优势向周边城市扩散,进而推动渭河流域区域旅游发展。第一,在西安城区内构建包括明城墙内城区、城墙外沿环城路各景点在内的都市游憩商业区,通过提供西安特有的城市风貌、商业文化、商业氛围、商业建筑景观、各种服务设施等吸引源源不断的旅游者前来购物、娱乐、观光、休闲和游憩。第二,在西安市区南部和东部积极打造集观光、度假、休闲、现代都市农业为一体的生态观光度假旅游区。其中市区南部包括户县、长安区、蓝田县,这些地区自古农业生产条件优越,资源丰富,景观多样,应以观光、休闲、体验、教育、度假为主,重点发展观光采摘园、教育农园、租赁农园、垂钓乐园、高科技园等体验、休闲性项目。而市区东部,即临潼区,应以石榴种植区为基础,依山就水,加强基础设施建设,在赏花、摘果、游园的基础上不断丰富项目内容,提升文化品位,使城乡旅游资源紧密结合。

(二) “一轴”发展思路

“一轴”是以渭河两岸沿线为主轴线,通过对渭河沿岸旅游产业进行合理布局,培育沿岸旅游点,形成旅游产业聚集带,实现现代都市和传统乡村的结合,最终带动渭河流域广大农村的旅游、经济、社会等事业的全面发展。第一,在渭河源头可开展“行走文化”旅游,挖掘秦汉时期先后修建的郑国渠、漕渠、龙首渠、六辅渠、白渠等遗迹项目,使旅游者不仅能领略关中平原的田园风光,还能了解古人建造的稳定关中农业发展基础的水利灌溉网。第二,在渭河两岸实现旅游业要素的整合协调及优化配置。如在渭河北岸,依托其优良的农业条件和丰富的民间文化优势,建立生态农业观光园区并开展民俗节庆旅游和以游客体验为主的观光副业游^[9]。在渭河南岸,可以建立集各地民间风情、民间文化、建筑、饮食、

农耕特色的休闲民俗文化园区,为那些利用周末走进乡村的游客提供全方位服务。第三,拓展区域渭河水面,开展水上旅游项目。

(三)“多中心”发展思路

“多中心”为以咸阳、宝鸡、渭南和杨凌为中心的沿渭河田园观光带、古村镇文化旅游带和山岳民俗度假带。咸阳除了发展历史文化旅游外,还可利用传统医学和足疗产业这类独特优势进行旅游开发,同时可在礼泉县现有的万亩果园基础上开展果园观光、采摘等活动,实现城乡旅游资源互补。宝鸡应着力宣传和打造佛骨圣地法门寺、秦岭主峰太白山、青铜器之乡古周原、炎帝故里天台山、草原风光关山这五大品牌,以省内游客为目标人群,在发展农家乐的基础上,重点发展已经初步成型的乡村旅游,同时结合丰富的自然、历史文化旅游资源,积极探索新的乡村旅游模式。渭南应着重选取华阴为发展点,以避暑度假、休闲观光为主题,结合传统文化进行田园风光旅游业的开发。而华阴可依靠西岳华山得天独厚的自然资源及省级历史文化名城资源,通过策划、创意打造新概念旅游。杨凌是中国农耕文明的发祥地,区内旅游资源独具特色,拥有世界上最大的胚胎克隆羊基地和收藏国内外各类昆虫标本100万种的亚洲最大的昆虫博物馆以及无土栽培技术和智能化温室大棚的新天地农业科技示范园等。所以,杨凌应以农业文化为底蕴,以农业科技为手段,以各类农业产业园区为指导,以宾馆、酒店等服务业为载体,以文物旅游为辅助,以现代农业高新技术示范运用为主线,积极开发科技教育旅游、农业观光旅游、休闲度假娱乐游、会展和节事活动游等旅游产品序列,同时大力开发专项旅游与特种旅游产品。

五、促进渭河流域城乡一体化旅游发展的策略

渭河流域关中农耕文化区的形成,必须进一步优化旅游产品结构、消费结构和客源结构,完善各级旅游中心城市功能,达到旅游国际国内品牌从单一化向多极化转变,观光客源市场向多元化客源市场转变,推动旅游产业从外延增长向内涵增长的转变。

(一)坚持政府主导型发展战略

渭河流域的旅游业尚处于初级阶段,要使旅游业健康发展,政府的扶持是不可或缺的。各市(区)政府应破除以自我为中心的“单赢思维”,强化整合意识和协作精神,从政府层面共同研究确定旅游合

作战略、方针与机制,协调解决旅游合作中出现的重大问题,共同建立“结构有序、功能互补、整体优化、共享共生”的区域大旅游结构体系。

(二)加强区域内旅游合作

市场需求是旅游业发展的根本动力,各市(区)在开拓旅游市场时,应采用以政府与企业联合为主体的推荐-捆绑营销新模式,培育共同的客源市场,积极打造、开拓客源新市场。这样既有利于打造各地区特色旅游品牌形象,提升竞争力,又有利于促进区域旅游市场持续良性发展,节约大量的营销成本^[10],使区域内多方受益。通过鼓励区域间旅游企业加强合作,提供打破行政区划、实现无障碍旅游和统一标准、“一站式”便捷的设施和服务^[11],如建立信息互动平台、旅游企业互送客源、建立联合优惠体系、设立绿色通道等,逐步消除区域间旅游壁垒和旅游障碍。

(三)共同培育精品旅游产品

各市(区)应通过区域旅游协会、区域旅游合作研讨会等形式,全面认识区域整体特色和独特优势,整合省内重要旅游资源,形成功能各异、优势互补、错位竞争的格局,构建区域城乡旅游发展互补空间。对于具有同质性的旅游产品,强化其共性,逐渐形成旅游精品产品。如依托西安大雁塔景区,宝鸡法门寺文化景区,铜川玉华宫遗址,咸阳彬县大佛寺、武功县报本寺、长武县昭仁寺等丰富的宗教文化旅游资源,建设国际知名的宗教文化旅游产品;对于差异性较大的旅游产品,则组合出一些资源种类丰富、景观反差大的精品旅游线路^[12]。

(四)构建旅游交通网络体系

区域旅游交通网络体系的构建是区域旅游合作和发展的前提条件。因此,在原有交通路线的基础上重新进行交通规划,加大合作区域内交通建设,提高区域间交通的通达度,完善通往主要旅游客源地的各种交通通道的便捷度;深化现有交通资源的优势,推行公交“一卡多地制”工程,同时将城际公交结束时间与市内公交结束时间实行零距离对接。

(五)实施城乡旅游产品差异化

对城乡旅游产品应实施差异化定位,在乡村旅游开发过程中要紧紧围绕满足城市居民回归自然、返璞归真的主题需求,利用渭河流域的历史文化、自然条件和农业生产文化,打造精品农耕文化旅游品牌,开发中应选择部分有特色、成规模的村落和果菜园进行开发,尽量保持原貌,不能盲目地模仿其他类

型旅游产品的开发模式,坚决避免开发中出现商业化、城市化倾向。

六、结 语

渭河流域内旅游业发展正处于起步阶段,乡村旅游发展能否跃上新台阶,城市旅游产业能否实现优化升级,城乡旅游一体化发展扮演着重要的角色。通过分析渭河流域旅游业的发展现状,揭示了其存在的问题,并提出了建立渭河流域关中农耕旅游文化区构想及其实现策略,对实现区域城乡旅游一体化发展具有指导和实践意义。

参考文献:

[1] 陈慧琳. 人文地理学[M]. 北京:科学出版社,2004.
[2] 牟 红,杨 梅. 区域旅游合作联动的空间组织:以重庆区域旅游合作为例[J]. 企业经济,2006,27(4): 117-118.
[3] 毛 焱,梁 滨,刘承良. 区域旅游时空战略:基于空间组织系统的理论分析[J]. 湖北经济学院学报, 2010,8(1):68-71.

[4] 姜作陪. 资源配置:城乡统筹发展的关键[J]. 福建论坛:人文社会科学版,2005,25(2):23-28.
[5] 石忆邵,何书金. 城乡一体化探论[J]. 城市规划, 1997,21(5):36-38.
[6] 平狄克,鲁宾费尔德. 微观经济学[M]. 高 远,朱海洋,范子英,译. 北京:中国人民大学出版社,2000.
[7] 肖光明. 珠三角城市旅游经济空间差异与协调发展战略研究[J]. 地理与地理信息科学,2009,25(6): 72-77.
[8] 王 娟. 中国省域旅游产业竞争力综合定量评价[J]. 人文地理,2006,21(3):78-82.
[9] 刘笑明,李同升. 区域观光农业空间布局研究:以西安市为例的研究[J]. 西安石油大学学报:社会科学版, 2005,14(1):15-20.
[10] 曾光敏,吴良生. 珠三角旅游营销圈的形成与运作探析[J]. 赣南师范学院学报,2010,31(1):122-125.
[11] 崔晓明,Ryan Chris. 欠发达地区旅游合作研究:以陕南安康、汉中两市旅游合作为例[J]. 河北师范大学学报:自然科学版,2010,34(1):115-120.
[12] 丁艳平. 关中天水经济区旅游共生系统的构建研究[J]. 特区经济,2010,28(1):171-173.

Research on development of urban-rural integrated tourism in the Weihe River District

DUAN Zhao-wen^{1,2}, LI Shi-ping¹, ZHANG Zhao-qin²

(1. School of Economics and Management, Northwest A&F University, Yangling 712100, Shaanxi, China; 2. Institute of Human Geography, Xi'an International Studies University, Xi'an 710061, Shaanxi, China)

Abstract: In order to promote further development of tourism in Shaanxi Province and then improve the structure of tourism products, the paper analyzes the status and bottle-neck problem of tourism development in Weihe River District based on spatial interaction theory, growth pole theory and spatial integration theory. The analysis shows that the cultural tourism district along the Weihe River is constructed to develop Guanzhong farming-culture based on agricultural and cultural tourism resources. Then a spatial structure of tourism development —— one city, one axis, multi-center is constructed, which can make a brand of Weihe farming-culture tourism with the characteristics of culture, leisure and entertainment.

Key words: Guanzhong; urban-rural integration; the Weihe River District; farming culture