

“高铁时代”湖北旅游发展战略的思考

胡芬^{1、2} 张进¹

(1、湖北大学商学院湖北武汉430062;

2、湖北大学旅游发展研究院湖北武汉 430062)

【摘要】高铁建设引领湖北旅游业走进了“高铁时代”。高铁时代的到来使湖北旅游发生“革命性”变化：旅游交通便捷、旅游客源市场广阔以及区域旅游核心地位增强。本文基于“高铁”带来的旅游市场变化，分析湖北旅游业的发展机遇与挑战，提出旅游产业联动、旅游产业集群、旅游产品创新和精品化、区际协调发展、旅游营销强化以及旅游人才建设六大战略，助推湖北旅游业迎接高铁时代。

【关键词】“高铁时代” 湖北省旅游；机遇；挑战；发展战略

2009年12月27日，武汉到广州的高速铁路正式通车，标志着湖北迎来了“高铁时代”。按照铁路建设规划，到2013年，我省将建成世界最大的高速铁路网，东南西北以武汉为圆心形成4小时经济圈。届时，乘武汉高铁4小时内可以分别直达北京、上海、成都和广州，这势必会给我省旅游业乃至经济带来一系列变化。高铁时代给湖北旅游发展带来了千载难逢的机遇，面对旅游交通便捷所带来变化的旅游市场，我们需要把脉湖北旅游业，积极应对高铁时代所带来的机遇和挑战。

一、高铁时代下湖北旅游业的发展机遇

1、旅游交通更加便利

建成后的高铁网络由武汉延伸到全国各地，从武汉与北京、上海、广州及沿海城市的时间缩短。武汉到广州只需3个小时，到北京和上海也只需4个小时，而且连通重庆、九江、南昌、福建、厦门、甚至台湾。湖北省政府为了顺应高铁发展，着力推动省内“城际铁路”建设，加强各市县与武汉交通的便利程度，这样，旅游交通呈现出更加快速、省时、便利的特点。

2、客源市场更为广阔

旅游交通的发展，必然带来旅游客源。高铁建成以前，湖北旅游客源比较分散，国内游客集中分布在河南、湖南等邻近中南地区省份，而华北市场、东北市场、西南市场客源分布较少，且比较分散，市场需求特征不明显，使得湖北旅游无法形成主打旅游品牌。武广高铁开通后，湖北旅游客源凸显出主流现象，以广东、港澳台客人较多。2009年春节黄金周，乘坐武广高铁来汉观光旅游的游客超过5万人次，仅广东游客来汉就突破3万人次。3月份在广东，“高铁樱花游”备受热捧，武汉大学樱花园高峰时期每天接待10万人次，其中广东客人较多。个性化的旅游需求表现强烈，来自不同地区客人的旅游价值诉求不同，面对差异化的市场需求应进行旅游产品和服务的精细化设计。

3、区域核心地位凸显

湖北省地处全国地理中心，如今高速铁路将以武汉为中心向全国辐射，更加凸显湖北的区域核心地位。武汉作为省会城市，在湖北“一城两圈”、“一江两山”的格局中承担“火车头”的角色，其区域核心地位显得更为明显。两个层面的区域核心地位预示了湖北旅游发展必将呈现繁荣景象。

二、高铁时代下湖北旅游业面临的挑战

1、旅游产业合作不紧密，集聚程度不高

虽然湖北省近年来不断调整优化旅游产业结构，搭建产业合作平台，但是旅游产业间的合作仍然不紧密，主要表现在：一是旅游产业合作观念淡薄，由于各旅游企业的不可替代性，旅游产业部门容易形成“自大”心理，不愿意与其他旅游部门合作；二是旅游产业合作机制缺失，产业间的合作必然涉及到利益分配问题，目前省内旅游主管部门和旅游行业没有建成合理有效的合作机制和平台，旅游产业广泛合作缺乏激励机制；三是短期利益的合作导致了旅游质量下降。由于过分追求合作的短期经济利益，导致旅游线路过长、游玩时间缩短，使游客在旅游过程中愉悦感下降。

旅游产业集聚程度是衡量旅游业竞争力的重要标准。湖北旅游产业集聚程度不高，没有形成具有较强集聚程度的旅游产业园区、旅游产业主题街区或专项旅游产业科技园。这样形成了湖北旅游业持续竞争力不强、增长速度不快、市场占有率不高的局面，与全国旅游强省存在差距。

2、旅游产品创新力不足，品牌效应不强

湖北省旅游资源存量丰富，景观类型多种多样，堪称旅游资源大省，但却缺少品牌旅游区域、名牌旅游产品以及知名旅游企业，关键在于旅游创新力度不够。首先是缺乏旅游产品创新观念，其次是不能很好地整合优秀旅游资源、创新旅游产品。湖北旅游产品在新旅游产品概念、产品层次、产品特色、产品功能、产品类型、开发模式、推广方式等七个方面的创新能力还有待进一步提高。高铁时代的到来，使旅游市场需求发生了根本性的变化，亟需创新旅游产品、打造品牌旅游产品，迎合新的旅游需求，吸引更多客源。

3、内部交通不完善，集散压力较大

高铁为湖北旅游发展提供了方便的外部交通，但是目前省内旅游交通体系还不能适应旅游业的快速发展。首先是重要旅游集散城市的内部交通拥堵现象十分严重，影响了旅游城市形象。例如武汉作为全省一级旅游集散地，内部交通不顺畅、集散压力大、交通拥堵常导致旅游者晚点误时。其次是各大景区旅游交通不便，一些景区可进入性较低，不仅令游客“望而却步”，良好的旅游资源无法展现在游客面前，而且不利于景区建设，导致资源浪费。

4、旅游营销能力不强，区域旅游知名度不高

湖北省近年来组织参加了各种旅游展销会、博览会和旅游推介会，但是营销效果不明显。究其原因，湖北旅游仍然没有树立起品牌形象，区域旅游知名度和美誉度不高；旅游市场营销策划能力不强，缺乏具有轰动效应的营销项目；旅游市场营销手段单一，推广方法非常有限。

5、旅游专业人才短缺，影响旅游业健康发展

近年来，湖北省大力开发旅游，将旅游业定位为全省战略性支柱产业，但缺乏一批素质高、能力强、创意丰富的旅游管理技术人才。

高铁时代，湖北旅游目的地地位逐步呈现，但旅游接待能力和水平还明显不适应，比较突出的是地接导游数量明显不足，并且质量不高，持导游资格证的约有1.5 万多人，办理导游证的却只有近8000 人。在武汉5000 多名持证导游中，仅2000 人在一线从事导游工作，而有武汉地接经验者不足500 人，这与到2013年建成武汉高铁旅游圈的旅游专业人才需求相差甚远。

三、高铁时代下湖北旅游业的发展战略

面对高铁带来的良好机遇，湖北省需要切实推进旅游业全面发展，使旅游业真正成为湖北经济发展中的支柱产业，并最终推动湖北经济又好又快发展，现提出以下六大旅游发展战略。

1、旅游产业联动战略

旅游产业联动是指以区域内旅游产业之间互动来实现共赢为目的的合作过程，包括以旅游产业为载体的客流、物流、资金流、信息流等各种要素流的关联，也包括交通运输网络和通信网络等基础设施的互通共享，实现要素在区域空间和产业时序上的优化配置，从而推动经济协调发展。旅游产业外延很广，不仅包括住宿业、酒店业、旅行社、景区，还包括交通运输业、餐饮业等相关产业。这些产业间通过一系列的措施实现无障碍的旅游合作，便能为游客提供快捷、便利、高质的服务，还可以充分优化旅游内部要素，达到共生共长的效果，推动旅游产业整体向前发展。在高铁时代背景下，湖北省旅游产业实现旅游产业联动战略，必将能够凸显旅游产业整体优势，实现又好又快发展。

（1）旅游产业联动模式。景区、旅行社、旅游交通、娱乐场所、餐饮业等相互间“搭配合作”，形成“景区+ 旅行社”、“景区+ 旅行社+ 旅游交通”、“景区+ 旅行社+ 旅游交通+ 娱乐场所+ 餐饮……”的发展模式，推动它们之间的合作，使得各方利益达到最大化。例如景区与旅行社联动发展，签订互惠条款，实现无障碍合作，而游客会因为旅行社与景区这种联动合作得到最大的旅游价值。

（2）旅游产业联动策略。针对湖北旅游产业发展现状，实行旅游产业联动有待政府大力实施新举措、新政策。一是降低门槛，消除联动壁垒，给予合作对方优先权、优惠价、优质服务，不能只顾眼前利益。二是互惠共赢，针对自己的合作伙伴，达到利益均衡，实现共赢目的，吸引更多的旅游企业参与。三是信息共享，旅游产业具有信息的高度依赖性，信息就是利益，任何有价值的信息都会给旅游企业带来利益，实行产业联动后，促进信息共享，以达到互相增利、共免损失。四是实行混合并购，旅游产业需要扩大规模，开拓市场，如果进行混合并购，不仅能够做大做强，而且能够实现更加紧密的合作。五是联动发展的财税制度，政府应该成为旅游产业联动发展的主要推动者，出台一系列的扶持措施和政策，鼓励湖北旅游产业进行联动发展。其中，财税制度是直接推动景区、旅行社等旅游产业联动的措施，有利于提高旅游产业联动的积极性。

2、旅游产业集群化战略

旅游产业集群是指某彼此关联的旅游供应商在地理上形成集合体，以期提高区域旅游产业的规模效应和创新能力，形成区域旅游产业的竞争优势。高铁时代下，旅游产业集群能够形成产业发展优势，但交通便捷带来的巨大商机却使刚性的旅游供给面临挑战，短期内要应对突然增长的旅游需求，只有实行产业单元的强强联合来形成供给能力的增长和优化。

旅游产业集群化战略包括同类型景区集群化、餐饮住宿业集群化、购物娱乐场所集群化等。在同类型景区集群化中，将湖北旅游市场按空间分布划为鄂东南休闲度假地、鄂东北红色旅游地、鄂西北宗教旅游地、鄂西南民俗风情旅游地、鄂中城市休闲旅游地。这五大块旅游目的地基本形成同类型景区集群化，更清晰地凸显了旅游主题。在餐饮业、住宿业集群化中，要形成集群化的酒店园区、餐饮场所，特别在旅游城市和景区服务区，要形成集群化的餐饮街。购物娱乐场所集群化要形成购物街、主题街、风情街，通过固定的场所产生规模效应，赢得游客的认知度。

3、旅游产品创新和精品化战略

(1) 旅游产品创新。产品创新是旅游发展的重要策略，它能保持旅游产业生机勃勃。湖北旅游业在高铁时代下，最主要的变化体现在客流量的增长和客源市场的转移。据统计，2010 年1—2 月咸宁共接待游客144 万人次，同比增长22%，旅游综合收入6.2 亿元，同比增长35%，其中大量为来自香港、澳门及珠三角等地的游客。旅游客源需求个性更加鲜明，湖北旅游产业必须针对客源需求的特点创新旅游产品。旅游产品创新战略需要“三步走”：第一步分析客源市场变化，找出客源市场需求热点；第二步深度挖掘湖北省旅游资源的特色，特别是文化旅游的开发和重要景区的精细化管理等；第三步，根据客源市场需求，把旅游资源包装成新的旅游产品，延续其生命周期，并将其推向市场。

(2) 精品化战略。旅游业只有通过精品、优品、名品才能繁荣发展。高铁时代下，湖北旅游业只有走精品化道路，才能高效利用高铁所带来的发展机遇。湖北旅游发展的精品化战略需要从三个方面努力：一是确立优质旅游资源进行重点打造，湖北旅游资源十分丰富，确立对世界遗产地——武当山和明显陵、自然基因库——神农架、雄壮美丽的长江三峡等优势资源进行重点打造，深度挖掘荆楚文化、三国文化、宗教文化、土家文化和武汉知音文化等具有地域特色的旅游产品。二是整合资源，将旅游产品开发较成熟、客源市场初具规模的区域确定为优先发展项目，通过文化内涵挖掘、服务质量提升、活动策划以及品牌形象打造，形成一批精品旅游产品。三是形成产品体系，通过创新、提高、整合等手段打造精品，同时要培植旅游储备产品体系，形成梯度发展，不断保证旅游产品质量。

4、区际协调发展战略

高铁连通若干省份与区域，使得湖北与外部联系更加紧密，加之旅游的异地性特征，区域协调成为湖北旅游业整体发展的必由之路。

(1) 走省际合作和区域间合作道路。建立省际、区域间旅游“大篷车”，实施线路合作、信息共享、互发团队、投资联动等举措，谋求在合作中赢得旅游强省的战略地位。2010 年3 月29日，鄂湘粤三省旅游局已启动联手构建旅游通道，打造“广州—张家界—武汉—长江三峡”旅游线路，主题口号为“湖广游，一家亲”，这是省际合作的良好开端。高铁的建设，虽然形成了东西南北以武汉为圆心的4 小时经济圈，但我们还需要进一步加强同周边省份合作，例如鄂渝川、鄂赣皖、鄂豫等的跨省合作。

(2) 走区域内部协调发展道路。湖北省作为一个旅游业发展整体区域，其内部有若干个小区域。近年来，湖北内部区域划分比较清晰，有“两圈一带”（武汉城市圈、鄂西生态文化旅游圈、长江经济带）、“一江两山”（长江、武当山、神农架），这些小区域间需要内部协调发展、优化组合，提高湖北整体旅游市场竞争力。高铁时代下，首先打造以武汉为龙头、地级市为节点带动湖北旅游发展的结构模式。武汉市是整个湖北省旅游集散和服务中心，其地位不容忽视，应优先发展武汉城市旅游，突出武汉“中部旅游集散中心”和“全国旅游交通一大枢纽”的战略地位。鄂西以襄樊、宜昌、恩施为重点旅游节点，鄂东南以黄石、黄冈为重要旅游节点、南部以咸宁为重要旅游节点、鄂北以孝感为重要旅游节点。形成武汉为顶端、各重要旅游节点组成的塔形旅游城市网络，重点突出，梯形发展。这样才能形成湖北旅游整体优势。

5、旅游营销强化战略

旅游发展离不开旅游营销，湖北旅游发展需要强化旅游营销能力。特别是高铁时代的来临，湖北省要实施全方位旅游营销策略，提高区域旅游的知名度和美誉度，吸引八方游客。强化旅游营销需要从以下方面努力：一是加大旅游营销投入，为大手笔地开展旅游营销工作提供资金支持，确保旅游营销上水平、上档次。二是组织高能力的旅游营销团队，由一些善于做旅游营销且能力强、创意足的实战营销人员组成团队，专门从事旅游营销工作。三是旅游营销手段要多样化，不要拘泥于电视广告、报纸、宣传画等传统营销手段，要具备现代旅游营销观念，走营销手段多元化道路，利用互联网、影像等高科技电子声光手段，

做好旅游推介营销、事件营销、整合营销、节庆营销、会议营销，申请举办具有国际影响力的国际赛事、国际会议、国际展销节等。四是提升旅游营销策划能力，就是要策划出具有市场轰动效应的旅游营销项目，通过营销项目聚集人气，带动客流、物流、信息流来到湖北。

6、旅游人才建设战略

高铁时代，湖北旅游发展关键是人才建设战略。旅游人才建设战略具体措施如下：一是努力吸引大学生从事旅游工作，目前省内很多高校设立了专科、本科、硕士等层次的旅游专业，旅游部门应通过相关优待政策提高旅游从业者的工资水平、工作地位，使大学生在旅游岗位上获得发展和施展才华的机会。二是引进旅游高级管理及技术人才，确立旅游人才引进战略，制定相关奖励和优待政策吸引海内外旅游人才，为高级管理人才和技术人才提供优厚的待遇、良好的工作条件。三是加强导游人才建设，建立新的导游管理机制、研究导游薪酬回报方式、提高导游工作地位、加强导游培训，使导游热爱服务工作、坚守导游岗位、提高旅游服务技能，针对地接导游短缺问题，可以放宽导游进入条件，吸引有志从事导游工作的社会人员加入导游行列，对其组织培训工作；也可以建立导游志愿者行动计划，导游志愿者可来自包括退休老人、政府企业员工、学生等各个职业上有志于旅游服务的人员。导游志愿者计划不仅有利于弥补地接导游的严重不足，还可以提高旅游服务质量。而这些都需要政府旅游部门加快对导游志愿者行动机制、政策的研究。

面对机遇和挑战，湖北旅游业需要内外兼修，从战略层面多角度地提升旅游产业的竞争力，才能促使湖北旅游的潜在优势得以有效发挥。

【参考文献】

[1] 湖北省旅游局：应对高铁时代，满足游客期待[EB/OL].<http://www.hubeitour.gov.cn/xwdt/html/72/6755.html>.

[2] 马勇、刘名俭：湖北旅游产业差在哪里[J]. 政策，2003（8）.

[3] 湖北省旅游局：应对高铁首期武汉地接导游供需见面会成功举行[EB/OL].<http://www.hubeitour.gov.cn/xwdt/html/72/7020.html>.

[4] 冯卫红、苗长虹：旅游产业集群:旅游地理学研究的微观领域[J]. 人文地理，2008（3）.

[5] 马勇：2007 湖北省旅游发展研究报告[M]. 北京：科学出版社，2008.