

长三角区域旅游一体化探讨

黄子燕

(杭州师范学院钱江学院, 浙江杭州 310036)

作者简介: 黄子燕 (1968-), 女, 江西南昌人, 硕士, 副教授, 主要从事旅游管理研究。

摘要: 从长三角区域旅游一体化发展入手, 分析其存在的问题, 并对解决对策进行了探讨。

关键词: 长三角; 区域; 旅游

中图分类号: F590

文献标识码: A

文章编号: 1008-4894 (2006) 06-0445-03

随着市场经济的深入发展, 我国旅游业掀起了区域合作的热潮。一定程度上推动了区域旅游业的发展, 但是也暴露出一些问题。本文以长三角区域旅游业为研究对象, 对其存在的问题进行分析, 并尝试对其解决对策进行了探讨。

1 长三角旅游区域一体化问题分析

1.1 旅行社无障碍旅游的困惑 实行“无障碍旅游”之前, 旅行社通常的操作模式是“地接费+组团费+组团社毛利=报名费”。从这种模式来看, 涵盖两点: 其一, 组团社负责招揽客源, 而景区地接社负责当地的采购。其二, 直接使游客的报名费被切分为组团社收入和景区地接社收入两部分。实行“无障碍旅游”之前, 由组团社和景区地接社每家平分所得的利润, 而在实行“无障碍旅游”之后, 将会相对集中, 归一家所有。这意味着旅行社可以跨地区进行旅游接待和招揽客源, 从而淡化了旅游市场“地接”和“组团”的概念, 使有实力的旅行社有机会发展, 而靠保护政策生存的旅游企业不得不重新思考出路, 接受挑战, 或者仍旧依靠地方保护主义, 百般阻挠, 阻止变革。

而另一方面, 旅行社资源整合的工作能力将大幅度提升。随着旅行社角色的转化, 有实力和客源充足的旅行社 (或旅游批发商) 在议价能力方面大幅提升, 最终谁拥有了客源, 谁就在整合交通、酒店、景点、车队等方面享有优势。而区域内数量不少缺乏竞争实力的旅行社则往往成为改革的反对者。另外, 走联合之路对很多旅行社来说, 尤其是小社是很好的发展道路, 因为联合体是以旅游产品为纽带的, 都是为了销售同一个产品, 拿到同样价格而走在了一起, 这种联合是很松散的。“联合体内部的成员其实是各自为阵, 每家旅行社都有自己的想法, 因此相互之间的磨合就是关键。一旦没有协调好, 就会出现操作不规范, 内部分配不均等状况, 最后导致解体。[1]2003年6月5日, 杭州两大旅游联合体——”大拇指“和”游遍浙江“举着统一形象、统一产品、统一采购、统一操作的旗号出现, 几乎涵盖了杭州所有的大中型旅行社。但是现在两大联合体的声势越来越小并随后渐渐隐退。[2]

目前, 其他城市的不少旅游联合体在名义上是联盟, 实质上是联合向景区进行侃价。拿到比较低的成本价之后, 旅行社便把服务质量放在一边, 一味地以低价吸引游客, 虽然游客量很大, 但是回去之后, 游客的投诉也很多, 直接影响了整条旅游线路的形象, 根本达不到三赢的效果。而且, 这样的旅游联合体往往不长久。[1]

因此, “无障碍旅游”合作在实际操作中, 仍会遇到一些地方利益的冲突。如何合理地加以解决, 对今后打造“无障碍旅游”将十分关键。

1.2 交通: 一体化的困惑 目前, 除了上海卡与无锡卡能实现消费互通外, 上海的交通卡理论上还能在苏州的公交车、杭

州的出租车上单向使用。这是长三角城际之间的一卡通。[3]除此之外，长三角各城市之间一卡通基本处于“不通”的状态。《长江三角洲地区城市合作（南通）协议》明确提出，长三角地区“一卡通”系统互通将是几个重点课题之首。如今问题不但没有解决，反而分歧越来越大。“事实上，长三角一卡通，一直没有过一个细确的协议，只是大家希望的一个方向。”[2]

上海到昆山五六十公里，却有两个收费站，遇上车流高峰，要花半小时。长时间的等候，造成能源的浪费，即便是耗去的时间，也十分可观。凡连接长三角省市间的公路大抵都面临如此问题。在欧洲，走高速公路从巴黎到布鲁塞尔是畅通无阻的，从罗马到柏林也是一路顺畅的。不用说城市之间，即便是国与国之间，也无需收费，更不用说过一站收一站了。

长三角地区经济的迅速崛起，苏浙沪三省市的交往日趋频繁，地区间的融合日趋紧密，而交通的分割管理明显滞后。如今在上海工作，住在昆山的人有之；早上出门，到南京、杭州办事，晚上折返的也大有人在。经济的高速发展和生活节奏的加快，对现代交通提出了新的要求。

1.3 扩张：“泛长三角”成长中的烦恼 长三角经济圈发展到了今天，摊子愈铺愈大。许多城市都会认为自己就是长三角的一员。从地理概念上，凡位于长江三角洲地域的城市，都属于长三角经济圈。但从城市经济概念上，加入长三角经济圈“正式户口”的门槛为城市化水平不低于 20%、人均 GDP 相对上海比值不低于 20%、经济联系强度系数不低于 10 等。长三角城市仅包括上海市，江苏省的 8 个市和浙江省的 7 个市，即“15 城市+1”，也即官方认可的长三角。但随着各地融入长三角意识的加深，如安徽池州和江西上饶、景德镇这 3 个本不属于长江三角洲的城市如今也成为其新成员，长三角的“泛化”趋势逐渐明显。从“15+1”到“16+4”到“20+4”，早先“无障碍旅游圈”打造过程中未遇到的，各地经济发展水平落差较大而导致合作受阻的现象也开始出现。如旅游信息电子一体化推进工作就遇到瓶颈，在欠发达地区搭建旅游信息平台时发现当地自身的信息化尚不成熟。长三角地区旅游合作在政策和法规的推行上也遭遇迟缓。[3]

2 长三角区域旅游一体化对策探讨

长三角区域旅游一体化目前仍处在浅层次发展阶段，只有直面所面临的问题，挖掘其潜能，才能使区域合作得到提升。笔者认为可以从以下方面尝试。

2.1 坚持区域旅游一体化战略 长三角是中国最富裕的地区之一，既是中国主要的旅游目的地，又是中国最主要的旅游客源地。在人均国内生产总值方面，上海、浙江、江苏分列全国第一、第四及第六，三地也是全国旅游出游人次最多的地区，每年出游人次超过 1 亿。而三地的恩格尔系数均在 40%以下，百姓出游俨然成了生活“日常消费”。而三地旅游设施建设的突飞猛进，也吸引了更多的商务休闲客。长三角每年接待的海外旅游者占到了全国接待总数的 16%左右，旅游创汇占全国的比例也达到近 20%，接待国内旅游者占全国各地接待国内旅游者总数的近 30%。在全国优秀旅游城市中，长三角占到四分之一；全国 4A 级旅游景区，长三角占据了一半；区域内的旅游景区、星级饭店几乎占了全国的半壁江山。区域内旅游十分红火。2005 年上海接待了国内旅游者达到 8500 万人次，其中 24.9%来自江苏，19%来自浙江，苏浙游客占到上海接待的国内旅游者总数的 44%。同时，上海也是江苏、浙江两省的第一客源地，长三角旅游合作已密不可分。

长三角旅游具备空间上的整体性，文化上的同源性，旅游资源上的互补性优势。空间上，上海的国际机场为三地共同利用，“三小时公路圈”已基本形成。文化上，三地同属吴越文化，思想上、观念上、性情上没有很大差异；但是旅游资源却各有特点，上海是都市游，江苏是园林游，浙江是山水游，有很强的互补性；该地区经济发展水平相当。这些因素使得旅游市场联动、旅游互动容易脱离纸上谈兵的务虚层面。

2010 年上海世博会将加快长三角旅游一体化向纵深发展，面对世博会期间的 7000 万人次的集中游客量，平均日住宿 40 万人左右、高峰期人流量 60~80 万人的交通运输压力，依赖上海现有资源以及未来合理增加的配套设施远远不能满足，世博经济定会惠及周边城市。为此，长三角应为上海强大的后盾支持。

旅游产业是开放的。正如国家旅游局副局长顾朝曦所说：“旅游区域合作具有旺盛的生命力，以景点、线路或城市为单位的

竞争、经营思路已经赶不上趟了。”[6]

2.2 制定科学的区域旅游一体化发展规划 区域规划是以跨行政区的、以经济联系密切地区为对象的规划，是国家总体规划在特定经济区的战略部署和具体落实，也是政府调控和管理地区经济的重要手段。随着我国市场经济制度的不断完善，区域间经济联系日益密切，市场机制主导下的区域合作不断加强，迫切需要通过编制区域规划来指导和协调地区经济发展。以大区域进行统一规划的构想，也已经成为中国经济发展的重要思路。无论是长三角的区域规划，还是京津冀的都市圈构想，都体现在“十一五”规划纲要中。1905年7月，国家旅游局批复将三省市编制的《长三角区域旅游发展规划》作为重点项目，纳入全国“十一五”旅游发展规划的编制计划中。这对于长三角旅游业的发展是一次难得的机遇。

所以三地应当坚持科学发展观，站在全区域的高度，制定并服从区域旅游区划。

2.3 突破阻碍区域旅游一体化发展的相关因素 突破心理障碍，三地应该有容忍肥水流入外人田的宽宏肚量，允许三地异地开办旅行社，允许外地车辆在自由进出本地。允许导游跨地区带团、旅行社跨地区组团，给予来自其它地区的旅行社和导游人员“同等待遇”等等。

突破交通障碍，把长三角作为一个整体来看，实现区域交通一卡通，实行燃油税制度，取消公路收费站。开启汽车异地租赁业务，方便游客。

充分发挥上海领事馆多、国际会议多的优势，宣传三地旅游；延长上海落地签证时间，方便游客游了上海后，还可以有时间到江苏、浙江转转。

突破信息障碍，三地在现有基础上，继续完善旅游集散中心和咨询服务中心建设，开行至“长三角”地区主要城市及景区（点）的旅游线路，提高服务质量。实现114类的咨询电话联网，以消除旅游者的旅游咨询及投诉的时空障碍。

2006年在杭州举办的“世界休闲博览会”使杭州蜚声中外。也惠及长三角区域的旅游。未来几年，长三角旅游还将面临几大机遇，2008年北京奥运会和2010年上海世博会。只有充分整合区域资源，发挥区域整体接待优势，才能真正实现三赢。

参考文献：

[1] 旅游联合体重出江湖[J/OL]. 杭州旅游网 <http://www.gotohz.com/lyxx/showarticles.jsp?id=4805>

[2] 一卡通为何“卡”住[J/OL]. 新浪网 <http://www.sina.com.cn/c/2006-01-02/14537879001s.shtml>

[3] 长三角驶入区域旅游一体化快车道[J/OL]. 天津市经济委员会 http://www.tjec.gov.cn/disp_xinx.iasp?lm=qyj&jtext=%C7%F8%D3%F2%BE%AD%BC%C3&recno=47570

[4] 薛莹. 20世纪80年代以来我国区域旅游合作研究综述[J]. 人文地理, 2003, 18(1): 29-34.

[5] 刘耿大, 毕吕贵. 苏浙沪旅游市场一体化与上海旅游业定位[J]. 北京第二外国语学院学报. 2004(3): 42-47.

[6] 江悦安, 雷·安波希, 杨东松翻译. 旅游作为区域可持续发展的工具：一把双刃剑——以中国西南地区旅游发展为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2003, 14(2): 46-51.