

湖南红三角旅游业可持续发展的思路与对策

彭晓玲

(湖南科技职业学院, 中国 湖南 长沙 410004)

【摘要】红三角旅游区在湖南红色旅游发展格局中处于龙头地位, 韶山、花明楼和乌石三地旅游合作的协调发展事关湖南红色旅游发展大局。在对红三角旅游区旅游产业发展与旅游景区建设的实地调研与利益方座谈会的基础上, 明确红三角旅游应该以红色旅游为主攻方向, 构建多彩红三角旅游目的地形象; 实施政府主导的环境优化、项目建设的区域带动、以点带面的地区联动、时序推进的持续发展和市场需求的多色互动等五大发展战略; 按照“一个中心、三个板块、九大景区”的总体布局, 做好总体规划、搭建信息平台、建设旅游产业园、理顺管理体制、开发专题产品、举办旅游节事等战略性举措来促进红三角红色旅游可持续发展。

【关键词】红色旅游; 旅游产业; 可持续发展; 发展战略; 湖南

【中图分类号】F590

【文献标识码】A

湖南省是“红色旅游”大省, 资源十分丰富, 其中尤以红三角旅游区①最为典型。近年来, 韶山、长沙、湘潭联手推出的“伟人故里游”红色之旅活动, 形成了极具竞争力的旅游品牌, 取得了较好的社会效益和经济效益。红三角旅游在湖南乃至全国红色旅游发展格局中处于龙头地位, 韶山、花明楼和乌石三地旅游合作的协调发展事关湖南红色旅游发展大局^[1]。

1 红三角旅游发展现状分析

1.1 红三角旅游发展现状

1.1.1 游客量快速增长。“红三角”旅游区游客接待总量从2003 年的285 万人次飞速增长至2008 年的556 万人次, 年均增幅为14.4%。其中, 特别显著的是刘少奇故里花明楼景区的游客人次从2007 年的112 万增至2008 年的206 万, 增长率为83.9%。

1.1.2 产业基础更加牢固。为纪念毛泽东主席诞辰110 周年, 政府投入6 亿多元用于韶山市区与景区的建设。目前, 韶山已有5 大景区54 个景点对外开放。尤其是毛泽东文艺馆、韶山红太阳广场以及“一号工程”中毛泽东遗物馆、毛泽东广场改建工程、停车场改建工程等一批项目的建成, 加速推进了韶山旅游业的发展。花明楼通过20 多年的建设, 现已有故居、纪念馆、铜像广场和花明德育园4 个景点。彭德怀纪念馆的游客接待中心和旅游商品市场也已建成并投入使用。随着韶山高速公路的通车、乌石道路改扩建项目的完工和“长一花一灰一韶”高等级公路的动工, “红三角”正朝着建设高品质旅游区的方向发展。

①红三角旅游区是指以毛泽东故里韶山国家级风景名胜区为核心, 包括刘少奇故里宁乡花明楼镇和彭德怀故里湘潭乌石乡在内的红色旅游协作区域。

湖南省旅游局招标项目: 湖南“韶山—花明楼—乌石”伟人故里红三角旅游专项规划。

收稿时间:2010 - 03 - 06; **修回时间:**2010 - 05 - 18

作者简介:彭晓玲(1968—), 女, 湖南安化人, 硕士。主要研究方向为区域旅游、旅游资源规划与管理。E-mail: px15581898@163.com。

1.1.3 整体形象较大提升。《2004—2010 年全国红色旅游发展规划纲要》提出全国重点建设30 条“红色旅游精品线路”和100 个“红色旅游经典景区”的项目中，均包括“红三角”三大核心景区以及“韶山—花明楼—乌石”线路。另外，韶山为国家级风景名胜区是中国首批优秀旅游城市。“红三角”的三个核心景区均达到国家4A 级旅游景区的标准，韶山核心景区与花明楼刘少奇纪念馆正着手创建国家5A 级景区的工作。红三角“伟人故里”的旅游形象已经深入人心。

1.1.4 社会效益更加突出。“红三角”三大核心景区分别被授予过“全国爱国主义教育基地”、“全国优秀爱国主义教育基地”、“全国百家爱国主义教育示范基地”、“全国中小学爱国主义教育基地”等多种荣誉称号。“红三角”旅游已经成为企事业单位党员干部、共青团员，特别是青少年的“爱国主义、集体主义、社会主义”教育之旅、学习之旅、精神之旅，其占游客总数的77.5%，处于主导地位^[2]。

1.2 红三角旅游发展中存在的主要问题

1.2.1 景区项目雷同，静态内容居多。“红三角”对红色旅游资源的开发主要以革命遗址为主，对革命遗址类旅游资源的依赖性较大，资源开发深度不够，旅游以参观游览为主，展示方法单一，缺少特色，趋同化倾向较为严重，“老三样”（故居、纪念馆、铜像广场）仍是三个景区的主体项目。而且从近年新建项目及景区规划来看，差异化发展趋势并不明显。

1.2.2 消费结构单一，产品附加值低。红色旅游发展的“标准”模式是：游客进入景区，听取讲解人员简单的解说，参观完毕就离开。游客在景区的消费仅仅涉及购买门票和简单的饮食安排，形成了红色旅游消费的单一性，导致经营效益低下^[3]。通过对湖南省内旅行社推出的23 条红三角多日游旅游线路的调查发现，当日住韶山的4 款（占17.39%）、住长沙的9款（占39.13%）、住张家界的7 款（占30.44%）；当日离湘的3 款（占13.04%）；其余19 款在旅游区仅消费一个中餐，且在旅游景区逗留的时间非常有限。

1.2.3 景区之间旅游屏蔽效应明显，吸引力有待增强。由于张家界市场吸引力和竞争力比较强，加上自身产品缺陷使得“红三角”旅游容易成为张家界旅游的“配赠品”。此外，受项目趋同、交通不便及整体营销乏力等原因影响，区域内韶山对花明楼、乌石也形成了一定的“屏蔽”效应，导致两地旅游者的数量、停留时间远远不及韶山。在对省内23 条旅游线路调查发现，核心吸引物为韶山和张家界，其中没有线路涉及乌石彭德怀纪念馆，花明楼刘少奇纪念馆也仅在游览韶山前后增加一个旅游点而已，停留时间一般为2—3 个小时左右。“韶山—花明楼—乌石”领袖故里游目前更多停留在概念化阶段。

1.2.4 交通网络不完善，带动效应不明显。在红三角旅游区中，韶山、花明楼外部交通便利，内部交通较为完善。彭德怀故居所在地乌石与韶山和花明楼相比，相对比较偏僻，路网建设明显滞后，是目前旅游发展的瓶颈所在。如韶山灌区南灌区嘛唧渡槽净高不足3.1m，45 座以上的大客车不能通过，造成很多旅行社在设计旅游线路时不得不放弃乌石。红三角区域内部交通网络的不完善，严重阻碍红色旅游三极的形象，也制约了区域内其他旅游景区点的开发与建设。

1.2.5 管理体制不顺畅，各方利益显冲突。红三角旅游开发中管理体制的问题在韶山风景名胜区内尤为突出。一是在韶山行政范围内，湖南省韶山管理局管理故居、铜像广场、滴水洞、毛泽东图书馆、韶山宾馆等景区（点），其他景区归韶山市人民政府管理，两者在对韶山风景名胜区的开发管理、项目建设和旅游投入等多方面存在较大的分歧。二是韶山管理局管辖掌握韶山最重要的核心吸引物，造成韶山冲内旅游发展火爆，韶山市区游客稀少，冷清的局面。三是韶峰景区位于湘乡市与韶山市的交界地带，韶山管理局、韶山市、湘乡市“三方割据”，各自为政，在对景区的整体开发和建设上不能很好地统一和协调，难以形成整体优势，造成红色旅游资源利用率低。

1.2.6 区域协作有名无实，市场促销效率低。2004年12 月，韶山毛泽东纪念馆、刘少奇纪念馆、彭德怀纪念馆和韶山宾馆等4 馆负责人员在长沙签订合作协议，首次开展跨区域合作，向长沙50 家知名旅行社推介伟人故里“金三角”红色旅游产品，由此，拉开了“三地四馆”联手，做大做强湖南红色旅游品牌的序幕^[4]。但是，三地区域合作仍停留在政府号召层面，实质性的

旅游合作并未开展。

2 红三角旅游可持续发展的思路与模式

2.1 旅游可持续发展思路

红三角区域红色旅游资源品质很高，特色突出，是红三角旅游的核心吸引物，已经成为国内红色经典旅游目的地，具有强大的市场影响力。今后的发展思路主要是：通过综合旅游规划和旅游目的地管理手段的有机结合，统筹旅游发展的经济、社会、生态环境效益，将红三角区域打造成为国内外极具影响力的最佳红色旅游目的地。具体来说，用三年时间将“伟人故里，本色湖湘”打造成为具有强大国内影响力的旅游品牌，用5年时间将“红星闪耀中国，主席故乡韶山”打造成为具有国际影响力的旅游品牌，使红三角区域成为全国乃至世界以红色文化为依托，融绿、蓝、古、俗、闲等多种旅游产品相融合的国际著名的文化休闲度假旅游目的地，成为湖南红色旅游学术研究中心、信息资源发布中心和先进文化的传播课堂，培育和发展成区域内的主导产业。至2015年，旅游接待总人数达到865万人次，其中境外游客量达到43.30万人次，旅游业收入30.28亿元；至2020年，旅游接待总人数达到1100万人次，其中境外游客量达到110万人次，旅游业总收入达到或超过55.05亿元，占区域GDP的比重上升到50%。通过红色旅游对区域社会经济的拉动作用，带动人流、物流、资金流、信息流，扩大招商引资，增加就业岗位，促进劳动力转移，加快社会主义新农村建建设，促进整个社会和谐发展。

2.2 功能定位与空间布局

发展功能定位应该是城镇建设与旅游开发相结合，有重点显特色。韶山重点打造成为以红色旅游为核心吸引物，以韶山风景名胜区、红色旅游产业园和黑石寨生态休闲度假区为重点项目，融红色文化与生态休闲的红色旅游城市；花明楼打造成为以刘少奇故居为核心吸引物，以炭子冲乡村民俗旅游区、大夫堂乡村休闲区和芙蓉寨森林生态休闲区为重点项目，融乡村休闲与民俗风情的农业特色旅游小城镇；乌石打造成为以彭德怀故居为核心吸引物，以军体乐园、乌石寨乡村旅游区为重点项目，融乡村休闲与湖湘文化的军体特色旅游小城镇。

红三角旅游发展的空间布局为“一个中心三个板块九大景区”：一个中心指红色旅游中心城市韶山；三个板块指中心城市韶山、北翼宁乡花明楼镇、南翼湘潭乌石镇；九大景区指韶山的韶山风景名胜区、红色旅游产业园、黑石寨生态休闲区，花明楼的刘少奇纪念馆景区、炭子冲乡村文化区、大夫堂乡村休闲区，乌石的彭德怀纪念馆景区、军体特色乐园、乌石寨乡村休闲区（表1）。

此外，红三角旅游除了强调内部的合作、分工与一体化外，还应根据旅游线路、旅游交通、资源互补、游客需求等多方面因素，综合考虑区域内部与外部的合作，如长沙的岳麓山、灰汤，衡阳的衡山，湘潭的齐白石故居、隐山风景区、九华工业园，湘乡的大东山景区和水府庙景区，真正做到以红三角为长株潭旅游的核心增长极，带动周边区域景区的联动，达到做强做大红色旅游产业的目的。

表1 红三角旅游功能定位与空间布局

Tab.1 The tourist function location and spatial layout of Red Tri- angle

区域	交通纽带	功能定位	空间布局与具体内容
韶山板块	沪昆高速公路;宁(乡)花(石)高速;320 国道;湘黔铁路;沪昆高速铁路;韶山机场。	红三角红色旅游核心增长点;红色游客集散中心;以领袖故里为特色的红色旅游城市。	深化“老三样(故居、铜像、纪念馆)” ;打造“现三样(韶峰、滴水洞、纪念馆)” ;创造“新三样(红色经典节目、山地休闲度假、旅游集散中心)” ;建设一个红色旅游产业园。
花明楼板块	长(沙)花(明楼)灰(汤)韶(山)高等级公路;京珠高速西线。	红三角北部区域红色旅游核心增长点;乡村风情特色红色旅游小城镇。	巩固一居一馆一场(故居、铜像、纪念馆);创新一村一街(炭子冲乡村旅游、特色旅游商品街);培育一堂一寨(大夫堂、芙蓉寨);建设一个红色旅游开发区。
乌石板块	沪昆高速公路南线;宁(乡)花(石)高速;320 国道。	红三角南部区域红色旅游核心增长点;军体特色旅游小城镇。	创新一居一馆一场(故居、铜像、纪念馆);建设一山一水(乌石峰、楠木冲水库);培育一村一园(乌石寨,红色军体乐园);建设一个红色旅游开发区。

2.3 旅游发展模式选择

结合红三角旅游产业发展现状、发展思路、功能定位、空间布局以及国内外旅游产业转型升级的基本经验,提出政府主导、项目带动、以点带面、时序推进和市场战略等5项旅游可持续发展模式。

2.3.1 政府主导发展模式:充分发挥政府的主导作用,创造良好发展红色旅游的外部环境,主要包括提高政府支持和管理力度,提高区域旅游协作力度,加大旅游设施建设与投资等^[5]。

2.3.2 项目带动发展模式:引导和整合全社会力量,加大旅游业投资力度,特别是目前的大项目、大投入、大产出经济发展理念的影响,通过项目落地,带动产业转型升级^[6],主要包括韶山红色旅游产业园、花明楼乡村旅游开发区、乌石军体旅游开发区等。

2.3.3 以点带面发展模式:以重点城镇和重点项目为先导,通过集聚扩散作用来带动全局,主要包括红色旅游核心吸引物打造、特色旅游城市与城镇建设、区域旅游产业集群打造等。

2.3.4 时序推进发展模式:按项目优先次序,有层次、有步骤地逐步展开,主要包括吸引物资源提升与改造、重大旅游项目兴建、区域合作项目联动等。

2.3.5 市场导向发展模式:红三角旅游区应该以经济发达地区为主要客源市场,以休闲度假产品为先导的产品结构,在继续大力发展红色旅游的前提下,结合山地休闲、文化休闲和商旅节事等专项旅游来打造产品体系。

3 红三角旅游可持续发展的对策与建议

3.1 做好总体规划,指导红三角旅游可持续发展

在《湖南省红色旅游总体规划》的指导下,邀请熟悉红三角红色旅游发展的旅游专家队伍,举全省旅游智库的智慧编制好《韶山—花明楼—乌石红三角旅游专项规划》。规划在对红三角区域旅游资源进行全面调查评价的基础上,在产品整合、战略举措、市场营销、项目建设、保障体制等方面给予可行的实施意见,指导红三角旅游业的可持续发展。

3.2 搭建信息平台,扩大红三角旅游地的知名度

按照打造“数字化湖南旅游”的总体要求,将红色旅游信息平台作为全省旅游信息化的一个重要组成部分。建立红三角旅游信息化领导小组和专家咨询小组,加快红色旅游信息化基础设施及信息化队伍建设,切实拓展信息技术在红色旅游各生产要

素中的应用广度和深度，建设覆盖旅游咨询、旅游服务、网络营销、电子商务等全方位的红三角旅游信息综合服务平台。

3.3 建设旅游产业园，培育红色旅游产业增长极

韶山作为红三角旅游的核心，一直以来就存在“游客来得多、花的少”的问题。韶山红色旅游产业园建设应该包括旅游“吃、住、行、游、购、娱”六大要素的完善，把旅游开发建设与当地社区居民基础设施建设相协调，突出韶山的红色旅游文化氛围，为韶山以红色文化为依托，以生态休闲、商旅会展的新型旅游产品的开发提供良好的外部环境。

3.4 理顺管理体制，增强红三角旅游发展合力

针对目前红三角旅游区内管理各自为政，景区开发、项目建设和旅游投入混乱，管理体制不顺，各方利益难以平衡的局面，应在省旅游局设立红三角红色旅游开发与管理办公室，管理和协调红三角区域红色旅游的项目建设、市场营销、旅游管理等工作，理顺体制，形成合力。如韶山应在湖南省委、省政府、省旅游局的领导和协调下，协调解决好湖南省韶山管理局、韶山市人民政府、湘乡市人民政府就韶峰景区的争端、韶山风景名胜区旅游开发与管理等问题。

3.5 开发特色旅游产品，提高红三角旅游竞争力

按照旅游“六大要素”的要求，高标准搞好红色旅游景区和线路的基础设施建设，开发好一批具有浓郁湖湘文化特色，在国内外市场上具有强大竞争力的红色旅游产品。把毛泽东成长之路、伟人将帅故里游、党建创新之路、“欢乐假日”生态养生游、湖湘文化探秘游、“伟人故里，忘情山水”游、潇湘圣地风情游、重上井冈山、红军长征游等红色旅游产品和红色旅游文化节事活动打造成为精品项目。如以红色晚会为主题，强调游客的参与与互动，加强媒体宣传，成为充分展示红三角旅游形象、丰富游客活动、吸引八方游客、拉动经济发展的经典节目。

3.6 举办系列旅游节事，打造红色旅游品牌和教育基地

组织举办在国内外有影响有特色的各类会议、展览、招商活动，加深国内外民众对“伟人故里、本色湖湘”和“红星闪耀中国，主席故乡韶山”的认同感；以伟人的诞辰、事件等为题材，结合湖南优秀的传媒资源，制造轰动效应，招徕旅游者，保持社会对红三角红色旅游地的持续关注。重点打造“红色经典晚会”、“中央党校学习基地”、“青少年德育教育基地”，办出规模、办出水平、办出影响，使之成为全国红色旅游标志性的会议品牌。筹办“红色旅游高峰论坛”，使之成为国内游重要影响力的旅游高峰论坛会议。

参考文献：

- [1] 方世敏，罗茜. 打造韶山红色旅游产品的战略思考[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版)，2006，30(5)：77 - 80.
- [2] 林龙飞，唐峰陵. 红色旅游客源市场开发探析[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版)，2006，30(5)：85 - 89.
- [3] 湖南省旅游局. 湖南省红色旅游专项规划[R]. 2006.
- [4] 阎友兵，方世敏，尚斌. 湖南红色旅游发展的战略思考[J]. 经济地理，2007，27(5)：867 - 872.
- [5] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京：中国旅游出版社，2001.

[6] 保继刚, 等. 旅游规划案例[M]. 广州: 广东旅游出版社, 2003.