
环太湖城市旅游经济发展探究

——以浙江省长兴县为例

叶婉颖 裘洁洁¹

(浙江海洋大学 东海科学技术学院, 浙江 舟山 316000)

【摘要】: 在全球经济发展的大环境下,旅游业一度快速发展。作为现今的一项朝阳产业,旅游业已经被列入世界第三大产业之一。以长兴县为例,从地理文化优势、旅游发展劣势等方面分析了环太湖城市发展旅游经济的利弊,提出了发展长兴县旅游经济的对策。

【关键词】: 环太湖城市 旅游经济发展 探究 长兴县

1 独具一格的地理文化优势

长兴县,地处浙江省北部,太湖西南岸,是苏、浙、皖三省交界处,一直以来都有“三省通衢”的美称。长兴矿产资源十分丰富,被称作“建材之乡”,同时有闻名海内外的太湖四珍:银鱼、白虾、鲢鱼、大闸蟹。“栖鸟团风择木,游云渡水远山。落日行人自急,孤城韵角偏闲”,这是我国四大名著《西游记》的作者吴承恩对长兴风景的赞美。

1.1 景点资源优势

作为拥有“中国十大文化休闲旅游县”称号的长兴,依山傍水,地理位置优越,是国家园林城市、中国最美乡村旅游目的地。长兴不仅有1700多年的建城历史,更拥有一大批著名旅游景点,如仙山湖风景区、十里古银杏长廊、陈武帝故宫、城山教寺、旧石器时代七里亭遗址、赵孟頫艺术馆、太湖图影西溪湿地等。其中新四军苏浙军区纪念馆和大唐贡茶院被列为国家重点文物保护单位,拥有我国第二大扬子鳄自然保护区的中国扬子鳄村,更有被誉为世界上最完美的保护区的金钉子地址公园。从古至今,长兴旅游景点资源呈现“由无到有、由有到优”的发展趋势,构成了目前旅游业发展的独特景观,为旅游经济的发展奠定了坚实的基础。

1.2 交通资源优势

长兴县位于长三角腹地,道路宽阔,对外交通发达。104、318国道,宁杭高速公路、申苏浙皖高速公路穿境而过,长三角内多数城市与长兴均在90分钟交通圈内,同时可以直达西藏、北京等城市。长兴具有良好的轨道交通资源,同时拥有长兴站和长兴南站,一年运送旅客超过10亿人次。在2017年《湖州市综合交通运输发展“十三五”规划》中,规划建设湖州至长兴轨道交通,推动湖州与长兴共同发展,保障内外交通转换通畅。长兴目前拥有三座公交枢纽站和一个长途汽车站,城内大多使用绿色环保新能源纯电动公交车且实行站内换乘,乘坐公交可以使用支付宝或云闪付,满足了游客的多样化出行。而作为“黄金水道”长湖申线源头,长兴水运也在空前发展中。

¹**作者简介:** 叶婉颖(1998-),女,浙江长兴人,浙江海洋大学东海科学技术学院学生;裘洁洁(1979-),女,浙江定海人,讲师,硕士研究生,研究方向:大学生思想政治教育。

1.3 生态环境资源优势

在“国际花园类城市”金奖的大背景下,长兴一直朝着“国家生态县”这个目标发展,全面推进生态环境建设。五年来,长兴紧紧围绕创建国家生态县的总目标,坚持“治旧控新、监建并举”,深入开展生态环境综合整治“十三项工程”和“清水入湖”二年行动,扎实推进县、乡镇、村三级联创和绿色系列创建,目前农村生活垃圾集中收集处理率达到85%,中心城区污水集中处理率达到83%,森林覆盖率达到46%,饮用水源地水质合格率达到100%,大气环境质量持续改善,空气优良天数逐年上升,完成了各个城区规划内的环境整治。

1.4 旅游设施资源优势

近年来,在省、市政府的帮助下,长兴县将旅游业作为重点经济产业,全力推动旅游业大发展,用于旅游景区及基础配套设施建设投入近15亿元,成功打造了两个4A级景区和多个国家级湿地公园。同时推进乡村旅游和景点建设结合、第一产业和第三产业结合等整体营销方式,将基础设施变成旅游经济发展的推力。同时每个景区景点都拥有大型停车场和公共厕所,专门有人负责管理看护,与此相对的大型超市、医院都匹配落实到位,公共场所安全设施配备完全,满足游客“衣食住行”各个方面的要求。

2 长兴县旅游经济发展劣势与问题

2.1 旅游文化开发力度较小

长兴县主推乡村旅游和山水旅游,景点方面也是大同小异,与其他地区相比,并无吸睛之处,也并未形成一系列的品牌景观效应,不能更好的显示出当地旅游文化的特色。长兴拥有丰富的历史文化资源和现代景观资源,但对此的开发和投入力度不够,营销方式简单且缺少趣味性,无法进一步创新。长此以往,将阻碍长兴旅游产业的可持续发展。

2.2 当地旅游服务意识淡薄,缺乏有效管理

一项产业的发展壮大,不仅需要各个行业部门之间的配合,更需要有一致的服务意识。但是在目前,长兴县主推仍是乡村旅游。作为游客的服务者大多数都是长兴本地人,他们都是由传统农业转业而来,接受文化教育的程度不够,服务观念落后,无法较快的适应身份转变,旅游服务意识淡薄,并未将顾客视为“上帝”,也导致了許多本地旅游事故的发生。现如今,很多旅游项目无序建设现象突出,旅游服务质量与大城市有很大差距。在管理方面,从业者知识水平有限,缺乏服务意识和管理标准,在一定程度上限制了长兴县旅游业的发展。

2.3 旅游业产业结构不合理

目前国家大力提倡发展第三产业,但长兴县未能很快的完成产业转型,旅游业在第三产业中所占比例较小且重视程度不够。在长兴县的旅游产业结构中,大多数企业和旅游机构都是私人创办私人经营,缺乏国家和政府投资,旅游规模单一,旅游产品不够丰富。“城区弱、乡村足”的发展模式未能将旅游资源和旅游结构很好的结合在一起。在当前产业转型的良好态势之下,产业问题将会更加突出,结构问题更加严重。

2.4 旅游经营人才缺乏,科技力量较弱

对于旅游产业不发达的城市,旅游业就业的门槛低,收益高,工作休闲,成为大多数人的选择。低学历人群大量就业导致各级旅游景点的管理者都缺乏相应的知识储备和工作技能,不能很好的应对突发状况和危险事件,旅游企业效益不高,无法带动长兴本地旅游业向高端化和有序化发展。科技的投入对旅游业发展也是至关重要。目前长兴还没有大型的科技园区和景点,在一些景

点也没有高科技景观,无法给游客带来视觉享受,不能满足不同年龄段游客的需要,从而制约旅游业的良好发展。

2.5 宣传力度不够

与周围的旅游城市相比,长兴县的旅游业起步较晚,旅游业在市民心目中的地位较低。由于人力、物力的限制,长兴目前并不存在家喻户晓的旅游产品或旅游景观,知名度较低,社会参与度不高。政府和旅游企业在宣传力度的投入上也见效甚微,因此旅游业发展缓慢,不足够成为拉动第三产业经济发展的龙头。

3 长兴县旅游经济发展措施

3.1 加大资金投入,深入挖掘旅游文化资源

长兴旅游文化资源浪费严重,景点单一,旅游产品单一,缺少特色化项目和景观,旅游成效日益降低;来长旅游人数也逐年减少。为此,长兴政府和旅游企业应该联合起来,加大对旅游文化资源挖掘的资金投入。对于收入较低的旅游景点及时处理淘汰,兼并类似景点,大力支持 4A、3A 级景区的发展,实施重点旅游项目的保护和推广。突破传统旅游业的固有模式,对原有的旅游文化资源进行创新和改造,并且与新挖掘的文化资源结合起来,如将长兴东方梅园与灯光秀组合起来。利用地域特色,着重推进“太湖游”、“红色游”等特色旅游套餐,推动长兴的“山、水”融入“地、域”,加快小众化、特色化景点景区开发,从根本上解决旅游资源稀缺问题,努力实现各项旅游产业共同进步和发展。

3.2 加强对旅游从业人员的培训,建立旅游管理系统

一个城市旅游业的发展离不开良好的服务基础,而良好的服务是吸引旅客的重要手段。从政府和企业的角度来看,各级政府可以适当出资举办培训会和研讨会,对旅游业从业人员开展文化和专业知识的培养,同时进行规范化和有效管理。企业可以建立评分升级薪资制度和激励鼓励制度,以最简单的方法来提高从业人员服务的积极性和责任心。实行游客投诉制度,从游客的角度来看待行业问题并积极整治,规范县内旅游业从业标准。从管理者的角度来看,首先需要严格制定管理标准和管理规范,明确管理者和从业者的自身职责,从服务的底层做起,从根本上提高服务意识。其次可以与其他行业或部门联合管理,制定部分规章制度相互约束,共同进步,推动长兴县旅游产业链的良性发展。

3.3 发挥政府作用,推动旅游产业合理布局

在旅游业的产业升级中,政府的作用至关重要。首先需要发挥政府的行政作用,调整目前长兴旅游产业结构中的不合理部门,重新规划旅游产业结构。加大对旅游企业、机构的国有资金注入,收归国有,不能任其随意发展。其次需要发挥政府的规划作用,加大对旅游行业的监管,杜绝“强制消费”、“恶意消费”等现象发生,明确今后长兴县旅游业的发展方向,合理布局,将旅游业作为重点产业,加大投资;最后发挥政府的领导作用,积极发展乡村旅游和现代旅游,推动旅游业和农业、制造业等产业结合起来,打造“休闲旅游”名片,如联合长兴县每年开展的“杨梅节”、“蜜桃节”等活动,可以让游客自主采摘,自主售卖,将农产品以旅游产品的形式销售出去,形成观光型农业,在推动旅游业转型升级的同时带动农业发展,打造属于长兴的旅游特色。

3.4 强化人才引进制度,加大科技投入

任何产业的发展壮大离不开人力和科技。要突出长兴县的旅游特色,必须要有良好的人才引导。作为一个初步发展的旅游城市,高素质旅游从业人才不可或缺。只有专业人才的统筹管理,才能提高整个行业的规范化水平,同时在专业型人才的带领下,培养一批基层服务人员和管理人才,优化基层服务人员结构。加快产业发展。一方面,旅游景观中各种科技因素能快速吸引游客,提高景区等级,另一方面科学技术可以运用于旅游产品,如采用机械化加工具有长兴特色的西瓜、水蜜桃等,也可以形成一系列种

植、采摘、观光、旅游的产业链,形成“科技旅游”,通过科技带动旅游业发展,同时达到旅游业与农业、制造业等产业的融合,增强旅游业在第三产业中的竞争力。

3.5 加大宣传力度,促进旅游产业发展

3.5.1 突出政府的宣传力量。

各级政府可以推出“建设旅游强县”的口号,利用政府网站、微信公众号等方式向社会民众发出号召,进一步宣传旅游业发展的重要性。同时举办各种特色优惠活动,或与其他县市展开旅游合作,突出长兴旅游特色。

3.5.2 发挥旅游企业、机构的宣传作用。

各式各样的旅游企业可以联合起来,利用广告、长兴县内甚至浙江省内电视、电台、广播等方式宣传长兴旅游。

3.5.3 重视社会民众的号召力。

游客、群众是外界与本地旅游业沟通的桥梁,人民群众可以利用现在发达的互联网和新媒体设备,通过微信、微博等宣传渠道,向世界各地介绍长兴美景美食,自发成为长兴旅游的代言人。

参考文献:

- [1]冯春丽. 从无到有从有到优的长兴旅游——县域旅游产业发展实例研究[J]. 当代社科视野, 2010(11).
- [2]孙艺兵. 改革开放三十年与环太湖地区经济社会发展[M]. 苏州:苏州大学出版社, 2008.
- [3]付振兴. 环太湖旅游地域系统分析与旅游业发展探讨[D]. 北京林业大学, 2013.
- [4]殷璐烜. 关于加快旅游产业发展的哲学思考[J]. 经济师, 2008(4).
- [5]郑胜华, 张芳. 浅谈浙江省旅游产业整合的现状及其对策[J]. 首都经济贸易大学学报, 2003(1).