

基于旅游开发的江苏地域文化划分研究¹

刘畅

(江苏工程职业技术学院 商学院, 江苏 南通 226007)

【摘要】文章以旅游开发为切入点,在说明地区文化内涵的基础上,分析了基于旅游开发视角的江苏地域文化划分——长江旅游区、滨海旅游区、运河旅游区、湖泊旅游区,并进一步分析了江苏地域文化重新划分的现实价值。

【关键词】旅游开发;地域文化;划分

【中图分类号】G127.53 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1671-9891(2016)04-0018-03

doi:10.3969/j.issn.1671-9891.2016.04.005

引言

自改革开放以来,我国旅游业迅猛发展,旅游市场快速增长,取得了巨大成就。随着旅游业的发展,游客已不满足于简单的游山玩水,而把旅游过程中经历的文化体验作为首选因素,并上升到一种对文化的汲取和享受。2009年9月,文化部与国家旅游局共同发布了“关于促进文化与旅游结合发展的指导意见”。同年12月,国务院出台了“关于加快发展旅游业的意见”,为我国旅游业发展指明了方向。江苏是文化大省,地域文化及旅游资源各具特色,这为开发以地域文化为特色的旅游模式,发展文化旅游提供了极好的先天条件。^[1]

1 地域文化的内涵

地域文化从本义上讲就是某地区的特色文化的集合。早在春秋时期《老子》二十五章中“故道大,天大,地大,人亦大。域中有四大,而人居其一焉。人法地,地法天,天法道,道法自然”就有关于地域文化的元素。从当下来看,现在的城市博物馆、非物质文化遗产、古村落旅游等就是对“地域文化”理念的践行。

虽然地域文化越来越受到学者的关注,但是对其概念的表述仍然模糊不清。张林梅(2013年)对地域、地域文化以及地域文化元素的含义进行了阐述。白欲晓(2011年)对地域文化研究的热点、内涵与特征以及地域文化之间的交流融合及其意义进行了探讨。张凤琦(2008年)从地域文化的概念入手,探讨了地域文化概念的模糊性及其与文化概念的差异性。吴康、吴忠友(2009年)从近年来的文化热到区域文化的作用做了大致的阐述,提出区域文化即是地域文化。^[2-4]基于以上研究,笔者认为地域文化是指在一定空间范围内,特定人群文化的起源、发展、功能、行为、信仰、习惯、社会组织及其所反映出的人文地理特征、文化发展形态等。

¹收稿日期:2016-09-22

基金项目:南通市社科基金“南通市19个中心村镇集聚能力研究”(项目编号:2016BNT015)阶段性研究成果;江苏工程职业技术学院人文社科课题“发展文博特色旅游,提升城市品牌研究”(GYKY/2015/19)阶段性研究成果。

作者简介:刘畅(1980-),女,辽宁西丰人,江苏工程职业技术学院商学院讲师,硕士。

2 基于旅游开发的江苏地域

文化划分

江苏省旅游资源丰富,但是旅游发展存在很大的差异性,经济发展极不平衡。张恒(2013 年)根据区域实际调查及统计年鉴查阅,整理归纳出江苏省 13 个地级市区域旅游竞争力评价的结果,如表 1 所示。

整体来看,江苏区域旅游竞争力具有以下特征:江苏南部优于江苏北部,沿江地区优于沿海地区。其中,苏南地区最好,苏中次之,苏北地区相对较差。同通过对以上文献研究及江苏省旅游资源分类分析,结合新时期江苏“创业创新创优”三创精神,以旅游拉动整个江苏经济快速协调发展,需要创新江苏省地域文化区分的新思路,即以水文化为主导,打造长江旅游区、运河旅游区、滨海旅游区和湖泊旅游区等四个旅游区。

表 1 江苏省 13 个地级市区域旅游竞争力评价得分及排序

地区	区域环境竞争力		旅游产业竞争力		区域旅游竞争力	
	得分	位序	得分	位序	得分	位序
南京	0.2251	2	0.5580	2	0.7831	2
无锡	0.1909	4	0.4306	3	0.6215	3
徐州	0.1672	6	0.2277	8	0.3949	8
常州	0.1976	3	0.3084	4	0.5060	4
苏州	0.2323	1	0.5722	1	0.8044	1
南通	0.1622	9	0.2410	7	0.4032	7
连云港	0.1603	10	0.2235	9	0.3838	9
淮安	0.1535	12	0.2160	10	0.3695	10
盐城	0.1688	5	0.1798	11	0.3486	11
扬州	0.1648	8	0.2563	6	0.4211	6
镇江	0.1664	7	0.2736	5	0.4400	5
泰州	0.1541	11	0.1472	12	0.3013	12
宿迁	0.1394	13	0.1199	13	0.2593	13

2.1 长江旅游区

长江旅游区主要包括南京、镇江、扬州、无锡以及南通。长江流经江苏境内全长 418 千米,流经南京、镇江、扬州、无锡、南通。自古以来,滔滔江水以其特殊的自然地理和人文地理环境孕育了长江两岸独特的文化氛围。江苏境内的长江文化是一个时空交织的多层次、多维度的文化复合体。因此,该区域主要的文化特征为:南北杂糅,东西并存,多元多姿。

南京不仅是江苏的省会城市,也是全省的政治中心。苏州、无锡位于长三角城市群的中心地带,毗邻上海,具有明显的区位优势。镇江、扬州有帝王梦,有人文情,有信仰心。南通号称近代第一城,民国时期引领了中国城镇建设的道路。就旅游资源而言,该区域的旅游资源数量和质量堪称第一,无论是旅游产业的规模还是接待旅游者人次,都远远高于其他城市。

2.2 运河旅游区

京杭大运河是中国文化地位的象征之一,在江苏境内全长 594 千米。历史上,在隋、唐、元、明、清时期京杭大运河都有

不同程度的延伸及扩宽工程,以满足江南一带手工业及农业的不断发展,货物运输的需求不断加大。中华人民共和国成立后,政府也对京杭大运河进行过多次疏浚。从古至今,京杭大运河不仅沟通了中国南北地区之间的经济,同时也架起了南北文化发展与交流的桥梁,辐射带动了沿线地区工农业经济的发展。运河沿线城市大都是历史文化内涵丰富的名城、重要的工商业基地和旅游城市。江苏境内主要有徐州、宿迁、淮安、扬州、镇江、常州、无锡和苏州。因此,该区域的文化特征是:兼收并蓄,南北贯通,古朴典雅。

徐州是整个苏北地区经济、文化、交通及信息中心,地理位置优越,然而旅游业的发展却不温不火。常州从经济地位上来看为苏南经济重镇,但是自然旅游资源匮乏,旅游资源品味度不高。运河旅游区的开发拓展,不仅可以带动两地经济文化的发展,更可以通过旅游业提升城市知名度。运河纵贯南北,旅游发展较为发达的城市可以带动徐州、常州等欠发达地区,提高旅游竞争力。

2.3 滨海旅游区

在所有旅游地区中,滨海地区具有最大的游客访问量。然而从江苏的旅游竞争力排行来看,南通、盐城、连云港这些滨海城市的滨海旅游却相对薄弱。事实上,海岸带对人类活动至关重要,沿海旅游观光带的建设和可持续发展,不仅能够带动地区经济的增长,创造更多的就业机会,改善交通和基础设施建设,同时能够提供给旅游者原生态的自然体验和新奇的旅游享受,促进身心健康。因此该区域的文化特征为:边缘文化,南北融合,江海情怀。

从具体城市来看,南通虽然滨江临海,紧邻苏南,位于上海一小时都市圈范围内,但旅游资源条件一般。连云港旅游资源丰富,花果山享誉海内,但旅游基础设施建设相对落后。近年来,盐城的旅游业有了一定程度的发展,湿地公园、麋鹿自然保护区等吸引了大批游客。总体来看,该区域旅游特色鲜明,但是旅游竞争力和营销手段薄弱,较苏南城市相比,经济发展相对落后。

2.4 湖泊文化旅游区

江苏全省有大小湖泊近 300 个,有大中小型水库、塘和坝等 1100 多座,太湖、洪泽湖为全国五大淡水湖。星罗棋布的湖泊不仅成就了江苏“水乡”的盛名,更孕育了江苏“鱼米之乡”的文化,给江苏带来各种经济、文化上的实惠。环太湖周边地区旅游业非常发达,旅游资源丰富,而洪泽湖、骆马湖周边旅游业发展缓慢,旅游资源条件一般,经济发展相对落后。因此,当地政府急需调整发展思路,积极改善地域环境,大力发展特色旅游业。

3 “一横二纵两点”的地域划分

新模式

地域文化发展战略与规划的制定,有助于地域文化开发活动系统全面有步骤地进行,有助于调动旅游利益主体的积极性,促进产业健康有序发展,并使得地域文化的开发处于一种系统有序的状态。根据以上对江苏地域文化旅游资源的重新划分,将江苏地域文化旅游资源进行整合,形成“一横”(即长江文化旅游区)、“二纵”(即运河文化旅游区和滨海文化旅游区)、“两点”(即太湖文化旅游区和洪泽湖文化旅游区)的区域文化旅游格局。随着文化旅游的发展,江苏应在传统地域文化旅游资源分类的基础上,将游客感知、游客评价、地域文化与城市发展有机结合,加强引导和协调,整合城市优势,开发以文化主题内涵为主线的旅游产品,突出文化旅游的品牌建设,从“点一线一面”三个层面进行文化旅游开发,从而带动城市、经济以及非物质文化的全面发展。

4 结束语

旅游业的发展与地域文化的支持相辅相成，地域文化不仅为地方旅游事业发展提供智力支持和文化氛围，而且通过与旅游业的相互融合，产生巨大的经济效益和社会效益，直接推动地方知名度的提升及城市建设的发展。地域文化与旅游业之间的相互作用与互动发展是一种客观事实，具有广泛的实践基础和实践需求。通过地域文化促进旅游业，从而推动地方经济的发展应该成为我国地方经济发展和城市品牌提升的重要战略选择之一。

参考文献:

- [1]文化部，国家旅游局. 关于促进文化与旅游结合发展的指导意见[EB/OL]. (2009-09-16) [2009-09-22]http://www.china.com.cn/poli-cy/txt/2009-09/16Zcontent_18533690.htm.
- [2]侯建娜，杨海红，李仙德. 旅游演艺产品中地域文化元素开发的思考——以《印象刘三姐》为例[J]. 旅游论坛, 2010(3):284-287.
- [3]喻学才. 苏锡常都市圈区域文化与旅游资源的整合研究[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2002(3):132-137.
- [4]席岳婷. 西部名城旅游开发 ASEB-SWOT 矩阵分析法的应用[J]. 甘肃理论学刊, 2006(4):74-77.
- [5]张恒. 江苏省区域旅游整合研究[D]. 青岛:中国海洋大学, 2013.