

伊犁河谷旅游资源整合开发研究

王东红

(伊犁师范学院 生命与资源环境系,新疆 奎屯 833200)

【摘 要】近年来伊犁河谷旅游业虽取得了很大的发展,但与相邻地区相比,差距明显,文章拟通过对伊犁河谷旅游资源的概念性评价和旅游资源整合条件分析,提出旅游整合开发的思路构想,为区域旅游业竞争力的提升和经济一体化的实现有所裨益。

【关键词】伊犁河谷;旅游资源;整合开发;思路构想

【中图分类号】F592.745 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1891(2009)01-0064-04

1 问题的提出

伊犁河谷旅游业发展显著,旅游业创汇稳步增长,但旅游资源还没有得到充分发掘,旅游产业的带动作用还没有得到充分发挥。如 2007 年旅游总接待 495 万人次,旅游总收入为 6.8 亿元,占 GDP 的 4.5%,占新疆旅游总收入的 4%^[1],而仅为同期乌鲁木齐市旅游收入的 8%,差别悬殊,不能不让人深思,究其原因,主要表现在旅游资源的开发程度较低,景点“散、小、乱、差”,资源的低水平重复配置,部分景区在空间和经营管理上分散,旅游资源和产品的整体形象不突出,在开发过程中缺乏区域旅游和大旅游的理念,并缺乏统一规划管理和有效的地域整合开发措施,旅游资源开发和旅游产品营销各自为政,划地为牢,形成开发无序、竞争无序和管理无序,从而导致本区整体竞争力不强,甚至下降,致使不能发挥其旅游整体效应和空间上的“正的近邻效应”,在此背景下,提出整合旅游资源,提升景点和景区档次,打响品牌,增强竞争力尤为迫切。

2 伊犁河谷旅游资源概念性评价

伊犁河谷位于新疆西部天山北麓,西部与哈萨克斯坦交界,边界线长 400 多千米,包括伊宁市、霍城县、新源县等 8 县 1 市,总面积为 5.6 万 km²,人口 259.61 万人,境内有哈萨克、汉、维吾尔等民族。伊犁是新疆旅游大区,旅游资源类型多样,数量丰富,根据《中国旅游资源普查规范》,伊犁河谷旅游景点

共 143 处^[2](表 1)。丰富而独特的旅游资源主要体现在以下几个方面:(1)受惠天山,风光秀丽,素有“中亚湿岛”和“塞外江南”的美称。(2)生物富集,自然保护区广布,是亚洲内陆不可多得生物多样性天然基因库,区内植物有 3000 余种,珍惜野生动物 60 余种,建有国家级和自治区级动植物保护区 7 处。(3)民俗风情,异彩纷呈,被专家学者誉为“东方人种博物馆”和“东西方文化荟萃之地”^[3],各民族在饮食、服饰、居民建筑、婚葬、节日、礼节、娱乐、禁忌、民间歌舞和生活交际等构成了自己特有的体系,伊犁河谷民俗旅游资源在于独特——各民族内的民俗事象为本民族所专有;在于质朴——来自民间的泥土味,俚俗味;在于神秘——不为外人所了解;在于体现传统——民间文化的积淀;在于氛围——其他环境无法创造。(4)文化遗存源远流长,伊犁土地肥沃,水草丰茂是优良的牧场。(5)东西要冲,历代为兵家必争之地,也是丝绸之路新北道之重镇,伊犁河谷集于冰峰雪岭、冰川、冰川谷地、森林、草原、风景河段、瀑布、温泉、宗教建筑、古城及古城建筑、岩画、民俗风情等一体多元文化。伊犁河谷被评为中国十大新天府之一,雪岭云杉被评为中国最美的十大森林之首,可以说,整个伊犁河谷就是一幅优美的自然景观、历史文化景观和浓郁古朴的民俗风情立体画卷般的风景长廊。为该区域旅游业的发展奠定了坚实的基础。

表 1 伊犁河谷旅游资源基本类型

类型名称	基本类型/个	旅游景点处及典型代表
地文景观类	7	14 处 蛇绿岩套、乌孙山、吉仁峡谷
水域风光类	5	21 处 果子沟、赛里木湖、白石沟瀑布
生物景观类	5	30 处 桦木沟、那拉提、四爪陆龟保护区
古迹与建筑物	18	47 处 夏塔古城、伊犁将军府、格登山碑
消闲求知健身类	5	19 处 林则徐纪念馆、八卦公园
购物类	3	12 处 霍尔果斯口岸、塔西来普开市场

3 伊犁河谷旅游资源整合条件分析

3.1 旅游资源整合必然性

3.1.1 旅游资源的普遍共生性决定了伊犁河谷的旅游资源需要整合。该区域内得天独厚的旅游资源是实现整合发展的基础,受地域分异规律影响,该区域旅游资源类型、数量、质量、结构分布都有显著差别,资源关联性、互补性极强,功能多样,且一部分具有垄断性地位,众多不同类型的旅游资源共存共荣,相互依存,互为条件,大旅游、大产业的浪潮使得该区域每个旅游地不再是孤立的单元,而呈现出愈来愈强的各种共存共生的关系,为了旅游发展和保护共同优势,实现区域内旅游一体化共生,这就要求全面考虑区域旅游资源整体优势的基础上,对资源结构重组和优化配置,而旅游资源在自然禀赋以及文化内涵上的连续性、共生性,必定会打破行业部门,行政区域的界限,客观上具有区域联合,统筹发展的必要,在空间形态上聚集,在形象内涵上统一。构筑多层次的功能互补的旅游产品体系“提质增效”,实施资源与线路联动开发,形成规模优势和经济效益,以推进本区经济、社会的协调发展^[4]。

3.1.2 各县市谋求旅游发展的共识是实现整合发展的保证。旅游业作为强关联度,高乘数效应以及较低的市场准入度,对于伊犁河谷启动经济增长具有重要的意义,基于这种产业发展观上的共识,该区域各县市都把发展旅游产业作为经济发展的重要战略,有力整合县市各种优势旅游资源,这种谋求旅游大发展的趋势,必定为该区域旅游合作的耦合联动提供重要的保证。

3.2 旅游资源整合必要性

3.2.1 旅游资源经过整合能够强化旅游主题,使旅游形象更加鲜明。知名度高的旅游产品无不具有鲜明的市场形象,消费者对产品的认识也是由产品的市场形象开始的^[5],区域旅游产业的发展需要依托旅游资源打造旅游目的地主题和形象,将单体旅游资源的形象整合成整体形象过程。该区域旅游资源类型多样并且广泛分布,也就是说,该区域能够开发多个类型,多个主题的旅游产品,但是这种“丰富”的主题会不利于其旅游形象的树立,并且各县市纷纷出台了各自的多个旅游主题,宣传口号众多,导致了旅游发展理念主题不突出,个性不鲜明,这已成为制约其旅游深层次发展的瓶颈性因素,旅游形象和品牌成为旅游发展重要的竞争工具,只有经过整合,统一塑造一个更具吸引力区域整体形象,才能实现区域营销资源共享,营销队伍共享,销

售渠道共享和市场共享,实现旅游客源空间拓展,降低区域内交易成本。

3.2.2 区域旅游资源经过整合能够增强整体实力。该区域旅游产品普遍存在着单一,档次较低,基础设施落后,旅游服务设施滞后,又属于经济欠发达地区,面对旅游产业的开放性、关联性、互补性和高投资,任何一方的单一开发都显得杯水车薪,难于使优势资源得到有效配置,造成资源不可避免的闲置与浪费,无法从根本上改变旅游产业“弱、小、散、差”的现状。只有加强区域旅游整合,形成区域品牌,能够优势互补,增强产品的功能和扩大吸引力,实现共同发展和利益“共赢”。

4 伊犁河谷旅游资源整合开发思路构想

4.1 指导思想

“共赢”思维是区域旅游资源整合的关键,必须树立“大旅游、大发展和大区域”的观念,提倡区域协作精神,根据旅游市场发展规律,实现资源共享,优势互补,整体规划,营销,统一管理,按照产业化、规范化和品牌化的战略要求,开发互补的旅游产品群,以提升“大那拉提景区”核心竞争力为目标,从空间、产品和品牌,交通和基础设施以及管理体制上进行重新组合以实现旅游资源优化配置的聚集效益,共同致力于区域旅游做大做强,使各县市获得更大、更长远利益和旅游业可持续发展。

4.2 空间布局

空间是事物发展的承载体,而旅游地系统也就是旅游发展的物质载体^[6],依据陆大道“点——轴系统理论”,由点到线到面渐进发展,突出开发区重点,实施板块整合,以优势旅游资源整合开发为先导,逐渐建成精品旅游景区(点),通过景区(点)整合形成旅游线,旅游线整合形成伊犁河谷旅游圈。根据旅游资源分布特征,景区地域组合条件,交通、区位条件和社会经济条件,其旅游资源整合开发的空间布局构想为3个旅游中心区,3个重点片区,3条环线通道(表2),形成点线面相结合的区域旅游一体化共生体系。以旅游景区为核心,以旅游节点城市为依托,以交通干线为骨架,以产业发展为纽带,辐射带动沿线各景点的发展,形成点、线、面有机结合,协调发展的多层次、多功能的区域旅游地系统。

4.3 伊犁河谷特色旅游资源及产品的多向度整合开发,创新区域线路,提升区域核心竞争力

旅游者对消费形式的个性化、多样化的需求,必定会刺激旅游资源整合开发多向度发展,该区域旅游资源开发一定要遵循多样化和特色化相统一的原则,以大自然原生性为依托,突出民族特色和

表2 伊犁河谷旅游资源整合开发空间布局

旅游中心区	重点旅游区	支撑景区	功能	旅游通道
1.以那拉提为中心北起唐布拉克区,南到库尔德宁,西北至果子沟	大那拉提草原森林生态观光度假区	唐布拉克、恰西喀拉峻、托克拉苏、夏塔森林冰川等	休闲度假、会展、漂流、森林沐浴、探险和温泉保健	草原森林交通环线
2.以伊宁市为中心,辐射周边伊宁县、霍城县和察布查尔县	历史文化民俗风情	惠远古城、林则徐纪念馆、汉家公主纪念馆等	民俗风情体验、商务休闲农事活动体验	历史文化与民俗交通环线
3.以霍尔果斯口岸为依托向西开放桥头堡	边境商务	中哈国际合作中心、中亚五国等	会议会展、购物和边境旅游等	国际、边境商务交通环线

地域特色,满足旅游者多样化的个性需求,将某些不成熟的旅游产品或市场竞争力较弱的旅游资源依据某种产品开发理念整合起来,形成新的旅游产品,改善市场形象,提升市场竞争力^[5]。整合的核心是确定旅游资源开发的“主题”,以行政区为主转变成以资源为主,以区域内旅游资源为背景,以历史文化为线索,交通为纽带,针对区域内外市场特点,重新组合与调整现有的旅游资源格局,寻求最佳资源配置,创新旅游产品和线路的整合,进一步丰富区域旅游内涵,形成集聚效应。一要在对旅游市场和整个区域资源分析的基础上,结合区域旅游资源内在和外在精神价值,将该区域打造成“丝路绿洲、中国西部和中亚国际生态度假胜地”。二要在服从服务区域旅游主题品牌的基础上,结合各地的情况,推出系列个性鲜明,互补性强的旅游精品,重点推出自然生态旅游、民俗风情旅游、历史文化旅游、冬节冰雪旅游和跨国边境旅游。三要根据景区实际,构建内涵式精品旅游线路,着力打造以伊宁市、霍城县和新源县为内核,北接赛里木湖,南连特克斯县,东西相贯环状放射型的大区旅游线路,同时,要创新设计多条自驾车越野游、科普游、探险游等个性化的旅游线路,丰富旅游线路的内涵,通过多点多级形式的联系,促成民族文化、草原文化、乌孙文化、丝绸文化,丰富的物产及美食文化在该绿色生态核心区域内的融合交汇,形成多元特色旅游文化群。

4.4 整合伊犁河谷旅游形象,搭建旅游整合平台,实现区域旅游联合促销

旅游形象是旅游者对某一旅游地的总体认识和评价,它不仅是一种资源,更是同其区域进行旅游竞争时的强有力工具^[7],根据安德森理论^[8],在无法限定和改变认识主体的前提下,形象成为客体本身各个属性的总和,而整体形象要比单个形象更丰满,更方便人们的认识 and 了解。统一塑造一个更具吸引力的区域整体形象,树立品牌,整合营销理念的区域联合促销。

涵,具有很强的文字感染力和广告宣传效果,该区域旅游形象设计应兼顾其旅游资源的吸引向性,同时要有前瞻性、全面性和客观性。综合区域地脉、文脉和周边竞争关系以及客源市场需求分析的基础上,该区域主题形象为“丝路绿洲—中国西部和中亚国际生态度假胜地”,合理的旅游形象设计不仅有利于整个伊犁河谷旅游资源的整合,也有利于区域营销资源共享,同时强调营销整合中的统一计划,营销沟通的统一口径,建立统一的旅游信息平台,要对区域内各旅游信息进行汇集、整合和发布,通过集中展示区域内经整合的旅游资源,旅游接待设施和旅游产品,引入组团式采购,实现更多的旅游“乘数效应”,最后要构建立体促销传播体系,根据市场需求变化和特点,运用市场细分的原理,找准目标市场,制订有效的市场策略,积极探索多种营销方式,力求以最少的投入取得最佳的效果。

4.5 以战略联盟思想整合旅游支撑体系,实现区域利益“共赢”

战略联盟一般是由具有共同利益关系的单位之间为了一定的目的通过一定的方式组成联盟共同体,旅游业的吃、住、行、游、购、娱六大要素决定了它必须是一个资源共享的产业^[9],建立战略联盟要破除以自我为中心的独赢思维,确立起共同利益基础上的共赢思维,共赢思维是区域旅游一体化的关键,首先要通过联盟整合一批旅游企业,如旅行社、旅游餐饮企业、旅游景区、旅游娱乐公司等,组建为大企业、旅游企业的大集团。彻底改变该区域旅游企业小、乱、差的状况,在旅游项目、线路的安排,旅游信息的共享方面相互合作,以获得规模经济效益和增强市场竞争力。其次组建联合管理机构,对区域内旅游资源的开发经营进行日常管理和协调各方面的关系。最后促使旅游要素与旅游资源的有机整合,实现旅游要素一体化经营,形成开发、销售、服务一体化,形成完整的区域旅游产业体系,使区域内的旅游业真正“上规模、成体系、出品牌”^[10],开创伊犁河谷旅游业发展良好趋势,同时对旅游基础设施、服务设施,旅游政策法规,旅游环境

保护和旅游人力资源等的整合开发也不能忽视。

5 结语

随着旅游业形势的发展,2005年伊犁河谷启动了“把伊犁打造成新疆重要的、在全国有影响休闲度假旅游胜地”工程;2008年启动了用3到5年时间

把伊犁打造成为“中国西部和中亚生态度假基地”。借此契机,本区域将在围绕自然生态游、历史文化游、民俗风情游和跨国边境游等主题内容上加大对区域旅游资源整合力度,使该区域尽快实现旅游一体化互惠共生的多赢模式。

注释及参考文献:

- [1]伊犁州旅游.伊犁州欲打造中国的“旅游名州”[EB/OL].<http://www.yltour.com>, 2008 01 03.
- [2]中科院新疆地理研究所.伊犁地区旅游资源普查及旅游业发展规划[C]. 1999.
- [3]伊犁州旅游局.伊犁河谷旅游发展布局[N]. 中国旅游报纸,2008 04 04.
- [4]保继纲.旅游地理学[M]. 北京: 高等教育出版社,1999:45-47.
- [5]王欣.旅游资源整合新论[J].桂林旅游高等专科学校学报,2005(04):41.
- [6]宋力,郭城.黄山地域空间研究[J].城市规划, 2002,26(12): 49-54.
- [7]吴必虎.一种旅游形象分析的技术程序[J]. 经济地理, 2001, 21(4):496.
- [8]周晓红.现代心理学:多维视野中的社会行为研究[M].上海:上海人民出版社,1997:20-21.
- [9]颜纷岩.浅谈旅游资源整合[J].山东农业管理干部学院学报,2005,18(1):65.
- [10]孙钢.中国旅游业:世纪之交的攀登与思考[M].北京:中国旅游出版社,2003:293-384.

Research on Integration and Development of Tourism Resources in Yili River Valley

WANG Dong-hong

(Department of Life and Resource Environment, Yili Normal College, Kuitun, Xinjiang 833200)

Abstract: In the last few years, the tourism development is quite rapid in Yili river valley, but tourism development gets behind with others areas by a long way. On the basis of appraising conceptually Yili river valley tourism and analyzing objectively and really integration condition of tourism resources, this paper puts forward some indispensable and practicable thoughts on integration and development of tourism resources in Yili River Valley.

Key words: Yili river valley; Tourism resources; Integration and development; Thoughts