

大城市边缘山地旅游创新系统初步研究 ——以深圳市凤凰山为例

樊峰, 陈烈

(中山大学南校区规划设计研究院, 广东 广州 510275)

摘 要: 大城市边缘山地旅游对大城市居民有很大的吸引力, 大城市边缘山地旅游创新系统的提出是为了增强山地旅游的竞争优势, 实现山地旅游的可持续发展。本文对大城市边缘山地旅游创新系统的内涵及其构成进行了阐述, 同时对相关的几个问题进行了讨论。

关键词: 大城市边缘山地; 旅游创新系统; 旅游创新环境

中图分类号: F590

文献标识码: A

随着我国城市居民收入水平的提高、闲暇时间的增多以及大城市发展中“城市病”的出现, 旅游特别是闲暇时间到城市边缘旅游地休闲和度假已成为城市居民普遍接受的一种放松方式。这种现象引起了我国一些学者的注意, 如吴必虎提出了环城游憩带(ReBAM)理论^[1], 刘志林、柴彦威对深圳市民周末休闲活动的空间结构进行了研究^[2]。十多年来, 大城市边缘的旅游景观如雨后天春笋般出现, 特别是以风景山体和大型水库等自然景区的开发日益受到市民的青睐, 但由于开发模式受模仿心态和消费示范作用的影响, 旅游景观竞争日益加剧, 如何创新以增强景观的竞争优势就成为开发商和地方政府急需解决的问题。在学术界, 钟海生通过分析科技创新和旅游业发展的关系, 详尽地研究了旅游科技创新体系^[3], 戴光全则对旅游资源创新的必要性、理论基础及内涵进行了研究^[4], 卞谦等人以桂林市为例, 对技术创新与制度创新等在旅游业发展中的应用进行了探讨^[5], 国内还有一些学者对旅游工艺品、旅游商品、旅游人力资源管理及市场营销等各方面的创新进行了研究^[6~9], 而邹慧萍、汪应洛在吸收美国 Michael Hammer 的管理思想上, 为实施旅游企业的再生工程, 建立了灵活快速的旅游生产服务系统(ATSS), 给人们提供了一个全新的旅游开发创新思

路^[10]。本文试以深圳市凤凰山旅游开发为例, 对大城市边缘风景山地旅游创新系统进行初步探讨。

1 基本概念

大城市边缘山地旅游是指位于大城市边缘区^[11]的山地由于其独特的地形、动植物、文化古迹、民情风俗、水体等旅游资源, 辅以较齐全的旅游基础设施和专用设施, 以吸引大城市居民前来观光、娱乐、运动、度假等活动的综合性旅游。大城市边缘山地旅游是为了满足城市居民回归自然、休养生息的旅游需求而建的, 既给城市居民节假日、双休日提供了好去处, 又有利于边缘区地方经济的发展。大城市边缘的山地旅游具有以下特点: ①山地自然景色优美、植被覆盖率高、空气清新、很多山地具有文化历史典故, 对大城市居民有一定的吸引力; ②离城市近, 可进入性好; ③客源市场明确, 就是为了大城市居民的旅游需求而开发; ④位于城乡交接地带, 城乡居民混居、外来人口较多; ⑤所在区域经济发展水平较高; ⑥山地旅游资源遍在性, 若城市周围有较多山地, 则旅游竞争较为激烈; ⑦山下用地较为紧张, 常存在旅游用地与山下镇村的工业用地、居住用地的矛盾。

为了增强边缘区山地旅游的竞争优势, 实现山

收稿日期: 2002-02-27。

基金项目: 广东省重大科技兴海项目“滨海旅游资源的开发研究”(A200009G02)部分研究成果; 深圳市宝安区技术服务项目“深圳市宝安区凤凰山旅游风景区规划咨询”(0201288427003)。

作者简介: 丁焕峰(1970—), 男, 讲师, 湖北孝感人, 中山大学规划设计研究院博士生, 研究方向是区域可持续发展研究与规划、区域旅游开发与规划。E-mail: dhfz@163.net, Tel: 020-84110016, 3922164128。陈烈(1942—), 教授, 博士生导师。//www.cnki.net

地旅游的可持续发展,达到山地旅游的经济效益、社会效益和生态效益的统一,就必须以全新的思路来开发山地旅游,建立山地旅游创新系统。所谓大城市边缘山地旅游创新系统(Mountain Tourism Innovation System on the Fringe of Metropolis, MTIS)就是指为了开发大城市边缘区的山地旅游,由各级地方政府、旅游开发企业、旅游地居民、旅游科研机构和游客组成的,为创造、使用和转让旅游知识、技术和旅游新产品(服务)而相互作用的网络系统。MTIS 的构成主要有主体要素、对象要素及环境要素等,其中主体要素包括大城市边缘内的旅游开发企业、旅游科研机构、地方政府和游客,对象要素包括制度创新、技术创新、管理创新和营销/形象创新等,环境要素包括体制、机制、政府或法制调控、基础设施建设和保障条件等支持系统。

2 MTIS 构建: 一个理论框架

从大城市边缘山地旅游创新系统的对象要素来看,我们认为大城市边缘山地旅游创新系统主要由四个部分构成: 旅游发展战略创新(Tourism Development Strategy Innovation, TDSI),旅游技术创新(Tourism Technology Innovation, TTI),旅游制度创新(Tourism Institution Innovation, TII),旅游形象/营销创新(Tourism Identity / Marketing Innovation, TIMI)。而旅游创新环境(Tourism Innovation Milieu, TIM)则是把大城市边缘山地旅游创新系统对象要素和主体要素有机结合在一起的有效载体(见图 1)。

旅游发展战略创新(TDSI)是大城市边缘山地旅游创新系统构建的前提。大城市边缘山地旅游只有在创新性发展战略的指导下,创新旅游规划才会有健康持续的发展。所谓 TDSI 也就是结合大城市边缘山地旅游资源、经济社会等条件和山地周围发展环境和机会,正确定位,明确目标,发挥比较优势、强化竞争优势,创新技术—制度环境,调动各主体的积极性,以求得旅游发展战略的适宜性、可行性、可接受性,实现大城市山地旅游快速发展。TDSI 主要内容包括旅游发展定位创新、战略评价指标体系创新、战略发展动力创新、战略空间创新、战略决策机制创新、战略实施创新以及投融资、社会保障等政策创新。TDSI 过程是一个理性思维的过程,有其一定的规律性,归纳一下,大致有六个主要步骤。首先,确定本山地旅游发展使命和目标。第二,本山地旅游发展环境分析。本山地所在大区域的 C—PEST,分

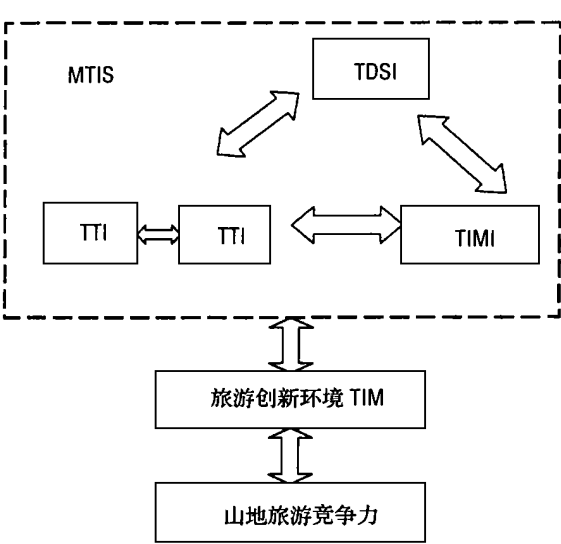


图 1 大城市边缘山地旅游创新系统结构框图

Fig. 1 the structure framework of MTIS

析区域旅游竞争系统^[13]。第三,认识自己。摸清本山地旅游资源、地理区位、经济水平、社会文化、科教实力、人力资源等情况。第四,制定和选择创新战略。借助 SWOT 等工具进行战略分析,正确定位,选择适宜的、可行的和各方可接受的创新发展战略。第五,实施战略。这包括制定实施方案,成立实施组织,进行思想发动,分配资源等。第六,战略控制。对战略实施过程的业绩进行评估,实时进行校正。

旅游技术创新(TTI)是大城市山地旅游创新系统构建的基础。技术创新理论是人们在熊彼特创新理论的基础上经过长期研究逐步形成的,在旅游业中,就是运用现代科学技术的创新成果来武装旅游商品、旅游线路、旅游服务、旅游管理、旅游规划及旅游营销等方面。具体说来,旅游技术创新重点体现在以下几个方面:旅游资源、旅游产品和旅游线路创新,就是运用高科技来开发新的旅游项目、旅游产品,多样化且具创意的旅游线路设计等,如山地森林探险旅游、野营、运动旅游、高科技模拟旅游娱乐项目和游乐设施,P. Pearce^[13]对游客旅游意境地图的研究发现,在旅游地设计一些能打动游客的人造旅游产品很有必要;旅游规划和咨询技术创新,主要体现在山地旅游开发前,由旅游科研机构使用最新的规划理论和规划技术框架,在创新性发展战略的指导下,创新规划以引导山地旅游的后续开发;旅游资源的高科技保护,对山地旅游自然生态环境、动植物资源、山体和人文景观资源等的保护,减少旅游资源

损耗; 旅游管理创新, 就是运用较新的管理技术, 如新的营销理念和新技术对山地旅游进行营销和形象设计, 新的市场调研技术进行市场研究, 重视信息系统、人力资本在旅游业中的应用; 旅游基础设施的高技术应用, 如交通工具的专业定制化, 山地缆车、索道的应用, 废弃物的回收处理技术等; 旅游解说系统的高新技术运用, 如光声电技术、景点解说中考古证据、历史资料、生物学地质学成因等应用; 旅游山地灾害及其防治技术。大城市边缘山地旅游可以充分利用大城市知识、技术资源, 实施有特色的旅游技术创新。

旅游制度创新 (TII) 是我国大城市边缘山地旅游创新系统构建的关键。TII 是引入一种全新制度机制以提高旅游体制的效率, 安排和协调各主体利益关系, 形成创新的激励机制和环境, 有效刺激与规范主体的行为, 进而有效地创造、引入、改进和扩散新的知识和技术, 保证山地旅游创新取得更好的绩效。与技术创新相比, 制度创新对经济增长的作用更具决定性^[14], 对大城市山地旅游来说, 制度创新具体体现在以下几个方面: 建立一个有效的旅游综合管理机构, 目前很多城市边缘山地旅游管理比较乱, 旅游局、规划局、国土局、经贸局等单位都在管, 这不利于山地旅游的宏观管理; 旅游政策创新, 大城市边缘山地旅游开发投资大, 有很大的风险性, 这就需要在各级地方政府、旅游开发企业及当地居民间的责权利方面合理配比政策、现代旅游企业制度、投融资政策、工商税收政策等方面大胆改革创新; 创新资源配置规划, 山地所在区域各产业与山地旅游业的配合; 各主体共同创建适合创新的文化环境、交流和信任机制等。

旅游形象/营销创新 (TMI) 是大城市边缘山地旅游创新系统的新内容。旅游形象/营销在现代旅游地开发中越来越受到人们的重视^[1], 在目前旅游信息如潮水般涌来的情况下, 旅游者的注意力就成为一种稀缺资源, 良好的旅游地形象和有效的营销就成为一个旅游地开发能否取得成功的关键。信息技术的发展使得信息流对旅游者的指向作用日益明显, 如此相联系的旅游形象策划和促销就成为旅游地提高竞争力的有效手段^[12]。大城市边缘山地旅游的主要客源市场在大城市, 这就决定了旅游形象、营销的主要目标市场较为明确, 可以利用大城市发达的传媒系统, 同时为了实现山地旅游的可持续发

展, 社会营销和生态绿色营销就成为山地旅游营销的必然选择^[9, 14]。

旅游创新环境 (TIM) 是把大城市边缘山地旅游创新系统对象要素和主体要素有机结合在一起的有效载体和主要形式。旅游创新环境也就是运用网络理论, 将各主体要素和对象要素有机地联系在一起, 使各主体相互作用、相互激发, 促进资源 (信息、技术、人才、资金等) 的流动, 创造一种适于创新的文化社会环境, 从而产生具有进一步价值和作用的事物和行为, 如新事物、新成果等。构建和完善旅游创新环境, 政府应起主导作用, 如创新发展战略的制定、培养创新型的高技术性人才、建立良好的创新激励机制和多层次的交流机制等。

3 实证分析: 深圳市凤凰山旅游创新系统实践¹⁾

深圳市凤凰山位于深圳市边缘区——宝安区福永镇和西乡镇的交界处。为了创新性地完成凤凰山风景区旅游总体规划, 我们在 MTIS 思维的指导下, 从以下四部分对本规划进行了系统的研究和规划: 凤凰山旅游风景区开发可行性研究、凤凰山风景区总体规划、凤凰山风景区核心景区详细规划和凤凰山风景区市场营销规划 (见图 2)。凤凰山上的奇石、幽谷、岩洞以及良好的生态环境等自然旅游资源, 文天祥爱国历史事迹、凤凰古庙佛教文化及文人骚客的诗章及各式石刻等历史文化资源和宝安区的社会经济条件, 以及我们的市场调研、竞争者仙湖弘法寺和赤湾天后庙调查及 SWOT 分析, 使我们认为凤凰山旅游风景区应突出其自然和人文历史的有效结合, 应以有别于深圳市人造景观为主的开发模式, 满足市民日益增长的生态旅游、回归自然的旅游需求, 因此将其定位为城市郊野生态公园, 理念口号定为“碧血丹心文天祥、回归自然凤凰山”。建议管理者采取先进的光电声再现文天祥的爱国事迹、切实保护凤凰山的自然资源、使用先进的管理技术进行现代化的旅游山地管理模式探讨、充分发挥区镇政府及凤凰村委村民投融资的积极性、有效协调旅游用地和村镇工业用地的矛盾等等制度创新和技术创新措施。并在旅游总体规划中专门设定市场营销和形象策划专题规划, 系统地对凤凰山旅游风景区的形象系统和营销战略战术进行设计 (见表 1)。所有

1) 是陈烈教授主持的《深圳市宝安区凤凰山旅游风景区总体规划咨询》研究项目的一部分。参加总体规划的还有刘复友、乔森、沈静、孙艳、吴锦、丁焕峰等, 特此致谢。Jemic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

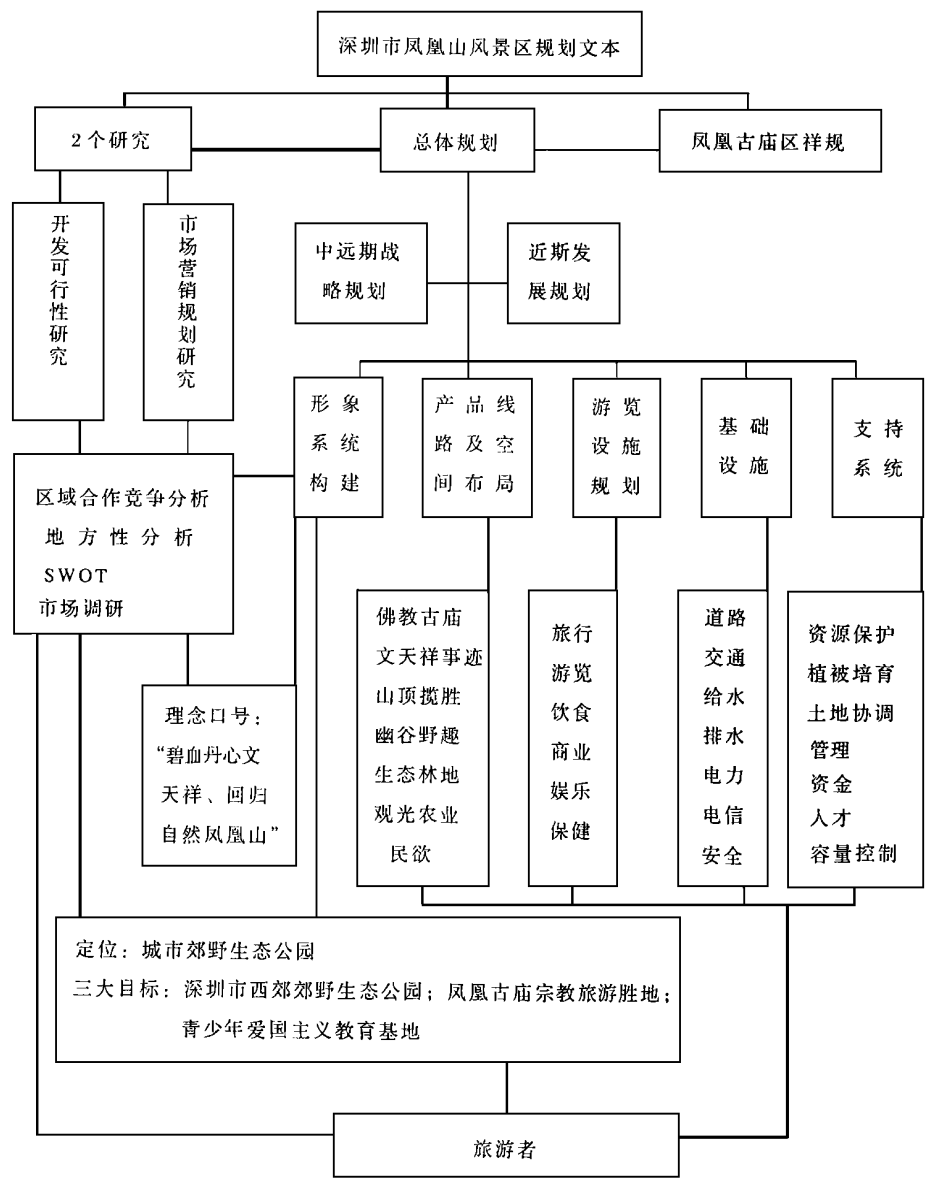


图 2 以 MTIS 为指导的凤凰山风景区总体规划框架图

Fig. 2 The structure framework of phoenix mountain

表 1 凤凰山风景区 MTIS 构建表

Table 1 MTIS of Phoenix Mountain

MTIS 项目	规划创新点
TDSI	在深圳市凤凰山旅游资源及条件分析、地方性分析、SWOT 和市场调研的基础上, 对风景区旅游项目进行策划创新(七大旅游景区), 将凤凰山风景区建成集生态旅游、宗教文化、爱国主义教育于一体的深圳市郊野生态公园。其形象理念口号是“碧血丹心文天祥、回归自然凤凰山”。
TTI	创新规划; 规模预测及容量测算技术创新; 适应市民游览的一日游线路组织; 文天祥公园光电声技术的应用; 风景资源保护和多方案植被培育的生物地学技术; 重视旅游信息系统的建立; 进行现代化的山地旅游管理模式探讨。
TII	成立风景区管理机构, 统一管理; 协调旅游用地和工业用地的矛盾; 充分发挥区镇村及村民投融资的积极性, 采取募捐、政府投资和股份制相结合的方式; 有效进行税收等方面的扶持政策。
TIMI	在市场调研的基础上进行市场细分、目标市场和市场定位; 对风景区形象理念系统、人地感知系统和人际感知系统及其形象整合进行创新研究; 创新性的市场营销组合战略。
TIM	营造一种创新环境, 促使各主体信息流通, 达成开发凤凰山旅游资源的共识, 调动各主体的积极性。其最终目的是增强风景区的旅游竞争力, 实现山地旅游的可持续发展。

这一切创新思考都是为了一个目的,也就是为了增强凤凰山旅游风景区的竞争力,实现凤凰山旅游资源开发的可持续发展。为了达到这一目的,就需要营造一种创新环境,促使各主体信息流通,达成开发凤凰山旅游资源的共识,调动各主体的积极性。

4 讨论

1. 山地旅游创新系统与区域旅游合作与竞争问题

山地旅游创新系统提出的主要目的就是增强山地旅游的竞争优势,提升山地旅游的竞争力。区域旅游合作一般包括合作主体、合作对象及合作效益^[13],区域旅游合作也是为了增强区域旅游的整体竞争力,实现区域旅游的可持续发展,大城市边缘山地旅游处于以大城市为中心旅游区域中,必须擅长于与区域中的其它旅游地进行合作,实际上合作也是一种创新思维,应纳入旅游创新系统之中。现代市场经济除注重合作之外,更要注重竞争,更为关键的是寻找竞争和合作之间的平衡点。经过长期研究人们认为^[13],旅游地竞争力除了旅游资源禀赋外,旅游需求也相当关键,于是人们特别注重旅游竞争系统的研究,如M. Porter的竞争优势理论、J. Tribe的C-PEST理论及龚文章等人提出的区域旅游竞争系统。旅游创新系统与旅游竞争系统并不是矛盾的,二者是统一的,旅游竞争系统的每个元素也存在一个创新问题,只有有效发挥创新系统的功能,才能提升竞争系统的效能。旅游地之间、旅游开发各主体之间既合作又竞争,其平衡点就是各主体之间博弈均衡的结果。

2. 山地旅游创新系统与山地可持续发展问题

山地旅游的二重性较为明显,一方面山地旅游能够给人们提供休闲娱乐的地方,促进社会经济和文化的发展,另一方面,大量游人的到来加剧了山地生物、环境的损耗,地方文化和地方特色有时也遭到消退。一个旅游山地需要持续的竞争力,不能以暂时的旅游流量增加来损害山地的可持续发展问题。这就需要以创新思维注重旅游地承载力、生物多样性、文化多样性保护和山地旅游中游客教育功能的发挥。除了高新技术对旅游资源的保护外,更重要的是注意管理创新,增强对游客旅游活动的管理和教育、严格控制敏感景区的游客流。在这里,地方政府应起主导作用,旅游规划的制定、旅游创新环境的构建,对山地旅游开发者对旅游地开发强度和景点

选址的管理以及三效益(经济效益、社会效益和生态效益)的统一问题等都离不开政府的参与引导。

3. 山地旅游创新环境建设是一个系统工程

创新环境既有基础设施等硬环境的建设,更重要的是适于创新的文化社会环境等软环境的建设,软环境的建设,也就是社会资本^[16]的增加过程。旅游创新系统各主体之间、旅游业与其它行业之间的协调合作问题等都是旅游创新环境建设问题,因此山地旅游创新环境建设中政府虽起主导作用,但也是一个缓慢的系统过程,不可能一蹴而就。

4. 山地旅游创新系统与旅游地生命周期问题

自Butler等人把生命周期概念引入旅游地研究,认为旅游地的发展一般经过几个阶段,即探测、参与、发展、巩固、停滞和复苏等以来,有许多学者对旅游地生命周期进行了修正^[14],一般地,旅游地在不同的阶段发展速度会有不同,同一旅游区内不同景点也并不一定处在同一发展阶段,因此在不同生命周期阶段,山地创新系统的内容与层次会有不同的侧重点^[13]。

参考文献:

- [1] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001.
- [2] 刘志林, 柴彦威. 深圳市民周末休闲活动的空间结构[J]. 经济地理, 2001, 21(3): 504~508.
- [3] 钟海生. 旅游科技创新体系[J]. 旅游学刊, 2000, 15(3): 9~12.
- [4] 戴光全. 旅游资源创新问题的初步研究[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2001, 12(1): 12~14.
- [5] 卞谦, 邓祝仁. 技术创新与制度创新在旅游行业的应用[J]. 社会科学家, 2000, 15(1): 27~32.
- [6] 张文祥. 论我国旅游工艺品的开发与创新[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 1999, 10(2): 38~42.
- [7] 张萌. 旅游商品创新开发的若干思考[J]. 社会科学家, 2000, 15(2): 44~46.
- [8] 王志民. 知识经济下旅游企业人力资源管理创新[J]. 江苏广播电视大学学报, 2000, 11(2): 78~80.
- [9] 龚振. 加强旅游创新发展国际旅游[J]. 经济问题探索, 2000, 2: 119~121.
- [10] 邹慧萍, 汪应洛. 对旅游市场需求的灵活快速反应与管理创新[J]. 系统工程理论与实践, 1996, 10: 56~63.
- [11] 顾朝林, 等. 中国城市地理[M]. 北京: 商务印书馆, 1999, 505~530.
- [12] 龚文章, 杨开忠, 等. 区域旅游竞争研究进展[J]. 人文地理, 2000, 15(3): 22~27.
- [13] P L Pearce. Perceived changes in holiday Destination[J]. Annals of Tourism Research, 1982, 9(1): 105~125.
- [14] 张朝枝. 生态旅游绿色营销的产品策略分析[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2000, 11(4): 34~38.
- [15] 薛莹. 对区域旅游合作研究中几个基本问题的认识[J]. 桂林

旅游高等专科学校学报, 2001, 12(2): 26 ~ 29.

[16] 王辑慈. 创新的空间—企业集群与区域发展[M] . 北京: 北京大学出版社, 2001.

The Primary Research of Mountain Tourism Innovation System on the Fringe of Metropolis ——A Study of Shenzhen City

DING Huanfeng and CHEN Lie

(*Institute of Plan & Design ZhongShan University, Guangzhou, 510275 China*)

Abstract: The Residents of the metropolis are interesting in the natural milieu and human scenery of mountain on the fringe of metropolis. To come true sustainable development and reinforce the competitive advantage of mountain tourism, Mountain Tourism Innovation System on the fringe metropolis is very important. This paper argues that MTIS consists of four parts, which are Tourism Development Strategy Innovation, Tourism Technology Innovation, Tourism Institution Innovation and Tourism Identity / Marketing Innovation. And Tourism Innovation Milieu is the main form and an effective medium that combines elements of MTIS. In the end of the article, the author discusses several subjects such as regional tourism cooperation and competition, mountain sustainable development and tourism mountain life cycle.

Key words: mountain on the fringe of metropolis; mountain tourism innovation system; tourism innovation milieu