



焦作市打造大旅游产业的思路构想

作者: 张金山 2007-10-6 16:01:57

焦作市打造大旅游产业的思路构想

作者: 中国社科院旅游研究中心硕士/焦作旅游局局长助理 张金山

上世纪末,焦作市面临整个城市经济迫切需要转型的问题,为此从1999年开始强力实施“旅游带动战略”,短短七年间,焦作旅游飞速发展,旅游总收入从1999年的1.48亿增加到2005年的47.75亿,增长了32倍,相当于GDP比重不到1%,迅速增加到2005年的8.4%,焦作旅游迅猛发展,促进了整个城市经济转型的进程,被誉为“焦作现象”。

一开始焦作是依托境内的太行山山水资源来发展旅游业,并已经将“焦作山水”塑造为知名的旅游品牌。从旅游产品的自身性质来说,山水旅游市场是相对容易启动的市场,焦作也正是通过精心建设云台山、青天河、神农山、青龙峡和峰林峡五大园区,借助其独特的山水资源而迅速发力,进而快速占领客源市场。

然而这样相对单一的产品结构也存在问题,五大园区存在同质性,据焦作旅游局的相关同志介绍,来焦游客以一日游和两日游居多,很多游客在游览云台山或者某单一园区之后便行离开,这导致的明显问题就是由于游客滞留时间短,旅游业对其他相关产业的带动作用便打折扣,旅游业的产业波及效应有限,还停留在门票经济的时代。2006年中国社科院旅游研究中心副主任戴学锋在焦作考察后就指出:照此模式发展,焦作旅游业有蜕变为景区景点业的危险。

焦作五大园区由于存在同质性,市场营销各自为战,不但缺乏相互间的统一协调,并且存在相互竞争性关系。按照旅游目的地生命周期理论判断,焦作旅游业目前正处于快速发展阶段,在此阶段各大园区协调发展更显重要,只有齐心协力才能增强在全国乃至世界范围内的竞争力。张家界正是通过塑造整体旅游目的地形象,在整体形象的包装下不断推出新亮点,从而大大增强整体竞争力。各自为战的状态也会削弱旅游业的综合带动效应,不利于大旅游产业格局的构建。

所幸焦作市政府和相关管理人员已经敏锐发觉存在的问题,2006年12月下旬,焦作市召开了第九次党代会,市委书记铁代生在题为“以科学发展观统领全局,奋力走在中原崛起前列”的工作报告中,提到焦作目前存在旅游业带动作用还不够明显,信息、中介、物流等现代服务业发展较慢的问题。焦作市第九次党代会代表宋春玲指出:焦作目前与旅游产业发展好的地方相比,还存在很多问题。比如吃、住、行、游、购、娱旅游链条的断链,基础设施建设落后,旅游门票经济未向产业经济转变等问题。”

针对旅游业存在的问题,政府工作报告要求:树立大旅游、大产业的观念,……将“山、水、拳、文、商”有机地融为一体,构筑起以旅游业为龙头、现代服务业为支撑、产业层次较高、布局更为合理的服务业发展新格局。

为打造焦作大旅游产业格局,全面提升旅游业的带动作用,迫切需要将焦作的山水资源、太极拳资源和人文资源进行整合,本人认为政府提出的八条精品线路连线开发和景区游览相关产业的培育是资源整合的基础,而资源整合的关键环节在于旅游市场营销层面的资源整合,通过进行整体旅游形象定位,将焦作的众多旅游资源进行打包、整体上市,积极开展形象营销,在客源市场塑造焦作丰满的旅游目的地整体形象,从而才能全面提升焦作山水人文资源的吸引力。关于如何进行形象定位和开展形象营销工作,在“浅析资源型城市旅游形象定位及营销策略——以焦作为例”的论文中有详细阐述。

国际上著名旅游地都有独特的形象,如威尼斯是水城,慕尼黑是啤酒城,巴黎是浪漫之都,曼谷被称为天使之都。国内著名旅游目的地也注重形象建设:如威海:人类最适宜居住的地方,哈尔滨:冰雪世界,杭州:休闲之都等等。这些城市正是通过塑造整体形象实现了资源的最大化整合,构建了地区的大旅游产业格局,并使目的地在国际国内旅游市场中占一席之地,保持旅游业长盛不衰。

对焦作来讲,“焦作山水”已经培育为重要的品牌,“太极圣地”是迫切需要重点培育的品牌,而整体旅游形象是能够囊括这些分支品牌的品牌。分支品牌形象与整体形象之间是众星拱月的关系,从长期来讲,整体形象一般保持相对静止,而分支品牌形象往往随着阶段旅游热点炒作和旅游需求的

变化而不断变换，从而使旅游目的地绚丽多彩，永葆勃勃生机。

对焦作来讲，为打造大旅游产业，总体旅游形象定位和整体形象营销是市旅游局的重要工作，而分支品牌形象的塑造是分属景区的工作，在共同的品牌形象营销过程中，在整体旅游形象的包装下协调配合，才能塑造形象饱满的目的地形象，为大旅游产业格局的搭建贡献力量。

浏览次数：611

在线评论

评论者：

标题：

内容：

[联系我们](#) [业务流程](#) [招贤纳士](#)

地址：北京市西城区月坛北小街2号 邮编：100836

电话：010-68053991/85195613 传真：010-68053991 电子信箱：casstourism@163.com

本网站所有文章均为中心研究人员撰写，如需转载请与本中心联系