

# 区域旅游合作下以西安为中心构建大关中旅游区（圈）研究

作者：西北农林科技大学 杨广虎

**【摘要】**本文从以西安为中心的大关中旅游区（圈）建立旅游资源特色、客源市场、基本框架、主要思路、当前存在问题等方面做了比较全面的论述，提出在区域旅游合作下，建立以西安为中心的大关中旅游区（圈），是区域经济发展的客观要求，是西部大开发旅游发展的探索和实践的迫切需求，是旅游市场发展的必然趋势和区域合作的必然要求。在国家政府主导下，按照区域合作以及企业内部客观需求，健康、持续、快速构建以西安为中心的大关中旅游区（圈）。

**【关键词】**区域旅游合作；大关中旅游区（圈）；旅游产业发展

## 一、以西安为中心构建大关中旅游区（圈）的基本框架

“大关中经济区”区域设想为以西安为中心，包括陕西省的汉中、延安、铜川、商洛、宝鸡、安康、渭南（包括华阴市）榆林和咸阳以及甘肃省的天水、平凉、庆阳三市，山西省的运城，临汾两市（包括永济市）河南的三门峡 15 个地级市。并提出了突出西安龙头地位，分大西安，大西安都市圈、关中本体城市群，大关中城市群四个层次。目前由陕西的 9 市和周边 8 市共 17 个城市组成，未来健全后可发展到 21 个城市。具体详见下图：

从宏观上看，这个基本框架比较合理可行。城市和旅游景点分布，以及交通联结都相对合理。这是一个以西安为中心按照地理位置向外辐射的一个框架图。但是，考虑到旅游业市场内在产品间的有机联系，以及交通距离等因素，建议将榆林，洛阳西两市划到松散层，因为从“红色旅游”上讲，延安、榆林密不可分，而考虑到一直以来运行经营良好的精品线路“古都七日游”的因素，西安与洛阳暂时也无法分开，因为这条线路市场操作相对成熟，满足了游客的需求，有利于增加一些延伸性服务等旅游附加产品。依托华山，函谷关等周边旅游已经事实形成了跨区域的联合。按照旅游业的行业特点，优先要发展以西安为中心，半径为 400 公里的区域，然后逐步扩散、辐射。也可以以旅游产业的不同类型，譬如景区、旅行社、宾馆饭店、旅游车队进行产业联合，也可以进行常规的线路整合，还可以进行“大关中”旅游品牌的统一整合，形式可以灵活，重在探索和创新。同时，配合大西安，大西安都市圈、关中本体城市群，大关中城市群四个层次经济统一的整体协调发展，包装旅游特色产品，分阶段、分步骤积极推进大关中旅游稳步前进。

## 二、以西安为中心构建大关中旅游区（圈）的对策研究

### 1、理顺行政体制

理顺行政体制，逐步消除制度性障碍，主要要处理好中央政府和地方政府、地方政府和地方政府之间相关的旅游政策和制度之间博弈的矛盾。初期以政府为宏观



主导，引导合作，培育旅游产业，改变政府职能，由行政管理向服务社会向科学管理渐渐迈进。努力克服市场失灵所造成的不良影响。在建立大关中旅游区初期，政府应给予一定的法律、政策支持，并能建立科学的旅游区域合作机制。政府定期召开联席会议，各旅游企业信息能互通有无，实现跨地区的集团和连锁经营，打好“大关中旅游”的品牌。同时，政府应做好“大关中旅游”的前瞻性规划，积极给予引导。西安政府在这个方面应该走在前面，体现自己的“领头羊”作用，积极推动这一旅游区的高速发展。在理顺体制之后，加大政府主导，编制《大关中经济区发展规划》，内容包括比较详细的旅游规划。对西部地区乃至全国都具有极其重要的战略意义，形成中西部结合的中心地带和中西部共同发展的平台，是构筑西部地区新的重要增长极，深入实施西部大开发战略的突破口。也更加有利于整合跨区域资源，发挥各城市比较优势，促进和带动区域经济的腾飞，实现共同繁荣的局面。同时，各地市政府应该加大区域经济协调发展力度。我们要从推进区域经济协调发展的高度，进一步强化“共生共荣、优势互补、错位发展、互惠共赢”的理念，统一思想认识。建立“政府推动、企业为主、市场配置、长期合作、滚动发展”的机制，以产业合作为基础，以企业为主体，政府在体制、政策、环境上提供保障，为企业提供优质服务，促进两市资金、人才、技术等要素的良性流动和优化配置，发挥企业在区域经济合作中的主体地位。建立区域合作的长效机制，保障区域合作的稳步推进和顺利开展。还要建立大关中经济区党政领导会晤机制，适时就重大事项进行磋商，寻求共识。有关部门之间要互通信息，加强对口部门和行业的对接，形成有效的信息通报和协调处理机制，及时解决合作中的问题，并结合新的发展实际，不断丰富和完善合作的内容和形式，使关中—天水经济区的合作迈上新的台阶。

## 2、以市场为导向

发展“大关中旅游”应既要以市场为导向，还要消除恶性竞争。必须尽快搭建信息服务平台，分享信息并谋求共识和共同发展。这种区域合作，并不是政府搭台做媒，强行拉入，而是为了提高共同抵御风险的能力，创造“大关中旅游”新形象的需要。因此，应按照国家有关政策，实现“旅游同线、市场共享”，既要考虑资源的独特性、差异性又要体现推行联合性上，遵循市场规律，以优质服务和实际行动去赢得市场。二〇〇七年七月二十一日，首届大关中发展论坛与会代表在西安发出了《建设大西安 整合大关中带动大西北倡议书》，提出了以下倡议：积极构建大关中城市群。加快西咸一体化步伐，建设大西安，将关中经济区向东西南北扩展，把关中周边城市纳入大关中城市群，使大西安为中心的大关中城市群真正成为大西北的龙头，并进一步成为亚欧大陆桥经济带的核心。尽快搭建大关中合作平台。建议陕西省政府、国家发改委和国务院西部办，在西安成立大关中合作组织，定期召开政府间联席会议，规划大关中交通网络和基础设施建设，推动大关中产业整合和企业合作，使大关中经济区在西部率先发展。努力办好大关中发展论坛。将大关中发展论坛经常化，不断深化大关中发展研究，为大关中发展提供咨询服务，广泛调动社会力量，宣传大关中发展前景，使大关中像珠三角、长三角和环渤海那样享誉海内外。

## 3、创新经营理念

创新经营理念，打破时空限制，大胆思路，改变旅游产品单一的结构，全新打造新的旅游产品和重头产品，主要打造以下旅游产品：

(1) 重点打造一个旅游区，即西安大关中旅游区，突出西安的带动作用。包装好五条精品线路：

陕北革命红色经典游：主要包括景区：枣园、宝塔山、白云山等。以延安为中心，突出革命胜地的悠久历史。



秦晋豫关中华夏古都黄河寻根游：主要包括景区有：城墙、碑林、华山、普救寺、鹳雀楼、五老峰、华山等。以华山为中心,突出尧、舜、禹寻根文化和源远流长的黄河文化。

关中宗教游：主要包括景区有：终南山楼观台，大小雁塔，法门寺，崆峒山，麦积山等。以楼观台、法门寺和“长安八大寺院”为主,突出道佛祖庭和文化,带动其他。可以远到武当山。

关中秦岭南北风光民俗游：主要包括景区有：金丝峡、王顺山，翠华山，太白山，南湖，瀛湖等。现以翠华山、太白山为主,打造“秦岭中央公园”。

关中周秦汉唐文化游：主要包括景区有：宝鸡青铜博物馆，秦兵马俑博物馆，华清池，大唐芙蓉园，白马寺，龙门石窟。主要以兵马俑、龙门石窟两个世界级的文化遗产和国家 5A 旅游区为主，进行带动。

先期主要做好以上五大旅游特色拳头产品，各种线路组合切合实际，要满足自驾游、登山休闲、观光娱乐等不同游客的多方需求，具体运做要实际调研，各方协调，共同落实，少炒作概念、多实际可行的操作。当然，可以考虑全新组合，打造天水—宝鸡为主的秦文化和祭祀文化游，包括天水的伏羲庙，宝鸡炎帝祠，延安的黄帝陵等。开发关中农林野生科林游（包括卫星发射基地、昆虫博物馆、楼观台珍稀动物保护中心、野生动物园等）

（2）统一促销，一致对外，注重“关中大旅游”品牌和形象的培养。初期可采用政府支持一点，各旅游企业拿一点，找专门的旅游专家咨询和旅游营销策划机构的办法共同推进市场发展。也可企业自行联合推广产品。应该实现营销的一体化，立体化，信息化。采取各种形式的票务打折等营销手段和拓展网上业务，抓好散客、自驾游，旅行社组团和社会单位团队旅游。在区域旅游合作初期，可以探索进行“关中大旅游”区内知名旅游品牌带动的方法，先做大做深知名旅游品牌，以此为基础进行带动。例如华山，经过“金庸华山论剑”之后游客全年突破百万人，形成了山西运城和河南三门峡地区旅游企业“黄河金三角”的支撑点，很好的起到了带动周边的作用。依托秦兵马俑国际知名度，许多周边以形成了以西安为中心的“秦文化旅游”、“古都旅游”“红色旅游”等知名线路，促进了周边旅游的共同发展。还有，有时候可以打破区域，探索性的主动攻击市场。例如，2003年9月27日世界旅游日，华山加入五岳联盟。其口号是“五岳联盟，天下称雄”；主旨是：弘扬五岳文化，塑造五岳精神，传播五岳形象，强化五岳品牌；以概念营销为理念，以品牌共享为基础，以营销合作为主导；建立卓有成效的五岳旅游合作机制，致力打造中国旅游第一品牌，在中国旅游界刮起“五岳旋风”。泰山雄、华山险、衡山秀、恒山奇、嵩山奥。五岳作为万山之宗，古往今来一直被视为中华民族的象征，中华文化的缩影，甚至天下华人的图腾。她们各具特色，各有千秋，素有“五岳归来不看山”之美誉。但五岳至今仍处于各自为战的状态，因此建立“五岳联盟”有利于把五岳各自的资源优势很好地整合起来，强强联合，既可增强五岳整体实力，又可提高各自的竞争能力，促进五岳的共同发展。五岳联盟成立后主要在五岳整体形象的设计与推广、大型主题活动策划与实施、国际性和全国性专业旅游促销活动整体联动及其他重大旅游营销战略等方面寻求合作和互惠互利。如共同在媒体征集“五岳徽标”设计图案，以“五岳联盟”整体形象参与中国国际旅游交易会和中国国内旅游交易会，轮流举办中华五岳旅游节，联合举办五岳论坛，联合制作五岳旅游宣传品，在中心景区互换广告位，在北京、上海、广州、重庆联合设立五岳旅游产品专卖店，联合开展五岳征文和风光摄影大赛等。这种概念性的炒作起到了一定的作用，目前还在积极深度推进。还有，川陕将联合开发“三国文化旅游”线路，八地市共建三国文化旅游营销联盟等等。实践证明，资源合作，市场共享，共同营销是区域旅游合作的必然。还有学习、借鉴河南“栾川模式”和云台山发展的经验，在认真分析之后，创新营销理念，最终取得市场成功。

#### 4、加大基础设施建设步伐

加大基础设施建设步伐，提高服务质量，深挖历史文化，增加参与性娱乐项目，创造优美的旅游大环境，实现可持续发展。2002年9月3日，由国家旅游局、国家计委、国务院西部



开发办联合编制的,描绘中国西部旅游开发蓝图的“西部旅游投资规划”已正式启动。规划的编制将明确西部旅游开发的总体思路,清理西部地区的主要旅游线路、产品,确定支撑这些线路、产品的重点项目,在此基础上形成“西部旅游投资项目指导目录”。规划将作为今后有关部门支持西部地区旅游开发的重要依据,通过国家投资导向和市场推介等多种方式,拓展投资渠道,多方融资,吸引更多社会投资,加快西部重点旅游项目建设。现在随着包茂高速西柞段的开通,“亚洲第一、世界第二的秦岭观光隧道”成为新的旅游热点,西安汉中高速,宝鸡天水高速等开通,大大改善大关中旅游区的交通和可进入性,可以继续利用中央扩大内需,利用国债和贴息、无息贷款等资金加快旅游硬件建设,提高服务质量。同时,各旅游企业应该加强管理,科学经营,不断提高服务质量,适应时代发展,增加各种参与性、体验式和新型的娱乐项目,例如滑雪,攀岩、实景《长恨歌》大型演出等等,保证游区卫生干净,创造优美舒适的旅游大环境。

#### 【参考文献】

- [1] 吴必虎.区域旅游规划原理[M].中国旅游出版社,2001,5.
- [2]李树民.杜江等.区域旅游合作研究文献综述[J]北京第二外国语学院学报:旅游版,07,(11).
- [3] 刘德谦.关于区域旅游合作的思考[J].旅游学刊,2008,(3).
- [4] 张宝道.建设大西安为中心的大关中城市群(一)[J].经济观察,2006,(6).
- [5] 杨广虎.关于大关中旅游区(圈)的建立[N].中国旅游报,2007,12.21.
- [6] 杨广虎.建立大关中旅游区.西安市人民政府 《西安内参》,2007,17.
- [7] 关中——天水经济区呼之欲出.华商报[N],2008,3.17.

#### 作者简介

杨广虎(1974.4—),男,汉族,宝鸡人,中共党员,高级经济师。2004年9月至2008年在西北农林科技大学经管学院农业推广专业农村与区域发展研究方向学习。持有国家旅游局颁发的旅游区(点)总经理旅游岗位资格证书。

