

# 超旅游：区域旅游产业发展的新思路

广西师范大学历史文化与旅游学院 陆军

近年来，许多城市举办或承办了具有国际性的论坛、会展、赛事、交易会、节庆等盛事，以非常规旅游的手段促进了区域旅游的发展，诸如南宁的东盟博览会、南宁国际民歌艺术节、北京奥林匹克运动会、杭州 2006 年世界休闲博览会、广州交易会、海南博鳌亚洲论坛、上海世界博览会、云南昆明世界园艺博览会等等，举办的目的是为了提升城市的知名度和竞争力，改善投资环境，树立良好的区域形象，而初衷不是为了发展旅游（当然，也有学者将这种现象称为赛事旅游或节事旅游或商务旅游等等，笔者不同意这一观点），但这些节事、赛事、会展、论坛成功举办却带动了区域旅游发展，这种超越旅游思维，突破常规旅游的樊篱，利用非旅游手段促使旅游发展的现象，作者将其称为“超旅游”。“超旅游”是指超越传统旅游概念范围，突破传统旅游发展思路，通过某种具有区域性事件（区域性或国际性赛事、节事、会展、论坛、博览会、商贸交易会等）所形成的区域产业群（或产业链），带动或促进旅游发展，而不是旅游带动它们发展，反过来旅游又扩大该产业群（或产业链）的发展与影响，形成非常规的区域旅游经济形态。

## 1 研究的缘起与目的

近年来区域旅游发展进程加快，研究区域旅游的学者和文献都比较丰硕，然而，我们也必须看到，虽然通过发展区域旅游能够加快旅游发展，但许多地方或者已经人为地划分旅游圈、旅游带之类的区域旅游区，因为没有能够统领和驱动整个区域旅游区发展的载体而导致区域旅游难以真正实现。于是，为了拓宽区域旅游发展思路，实现突破性地推动区域旅游发展，学者开始用“大旅游”、“泛旅游”等概念来试图突破传统常规的旅游概念，目的都是为了拓宽旅游的内涵和外延，以便能够更好地更高层次地发展区域旅游。不管是用“大旅游”也好，或用“泛旅游”也好，这些概念基本上没有突破传统常规旅游概念内涵，用“超旅游”这个概念也许能够真正突破传统常规旅游概念的思维樊篱，真正实现跳出旅游看旅游，突破旅游发展旅游之目的。超常规的旅游发展，是不以旅游者的需求意愿和行为规律来建立的，而是建立在区域经济发展的基础上的，其发展初衷并非是非是旅游，而是通过举办这样那样的盛事来促进区域经济发展，提高某地的知名度和塑造城市的品牌，这种发展思路很难在一个景区景点中进行，必须在一个比较大的区域中进行，政府主导起到相当重要的关键作用。

传统的旅游发展思路是：一是具有很好的客源基础或市场背景；二是具有优良丰厚的旅游资源，诸

如桂林、北京、深圳等地，二者缺一都发展不了旅游；事实并非如此，超旅游发展思路认为：只要具备良好的区位条件，适合发展某种区域性的产业，不管是否具有良好的客源市场或者优良丰厚的旅游资源，都可以发展旅游，而且都能够促进旅游发展，反过来，旅游又可带动其他产业的发展，取得成功的城市有浙江义乌、广西南宁、辽宁大连等等。因此，通过研究这些非常规旅游发展现象，总结经验教训，为新时期实现旅游跨越式发展，促进区域旅游发展，探讨新的旅游发展模式，完善旅游理论体系，建设有中国特色的旅游理论体系和实践体系，实现“世界旅游强国”之目标具有重要的现实意义。

## 2 影响超旅游发展的因素

超旅游在一个小旅游区或旅游景区景点内是无法实现，它的发展必须是在区域范围内才能实现，因此，超旅游的发展会受到多方因素的影响，通过对北京、南宁、大连、广州、杭州、昆明等这些发展超旅游的城市研究，可以发现，影响超旅游发展因素或者叫做超旅游发展应当具备的条件主要有区位、交通网络、政府行为等三个核心因素。

### 2.1 优越的区位优势

区位是影响超旅游发展的关键因素，也是发展何种超旅游类型的决定性因素。发展超旅游的区位必须具有优化区域产业结构之功能，并且在区域内能够形成产业集群，对区域经济发展起到增长极之功效。也就是说，该区位“必须有利于发挥地区优势，有利于产业的统筹协调发展和区域内部的统筹协调发展，使相关产业增加附加值，对提高区域发展水平，形成区际间经济良性互动，促进区域经济发展具有重要意义。”<sup>[1]</sup>以南宁为例，东盟博览会永久性落户南宁，是因为南宁是广西的政治中心，是大西南出海的枢纽，也是东盟各国进入中国的桥头堡，南宁通过举办东盟博览会在区域内它能够起到沟通中国——东盟的纽带作用，在国内能够对大西南甚至是“泛珠三角”的产业起到带动、辐射之功能，在整个中国——东盟自由贸易区南宁凭借其优越的区位优势能够起到优化大西南甚至是“泛珠三角”产业结构。如果将东盟博览会放到西南其他城市或者是北方城市，那么东盟博览会所能起到的作用将会大大削弱甚至无法发挥其应有之功能。

### 2.2 空间联系上的便捷性

空间联系上的便捷性，即区域内各大城市及重要旅游城市和中心集散地之间要有完善、发达的交通网络。这些便捷的交通网络是形成产业集聚效应和实现产业带动、辐射的重要介质，因此，举办超旅游的区域城市必须具有良好便捷的交通网络，保证举办超旅游的各项活动能够畅通无阻，实现物流、人流、信息流、

旅游流等快速传递与波及。如果“区域内各城市、集散地之间没有方便、快捷的交通来串连，客流不能无所阻碍地在区域内流动、循环，区域旅游的全貌和整体优势便体现不出来，对客人而言，他们看到的、感受到的只是区域旅游中的一颗或几颗‘明珠’，而非真正的‘珍珠项链’”[2]，这样的旅游不是真正意义上的超旅游。此外，要实现客人在区域内的快速移动还需要相关产业和部门的支持。比如，北京举办奥林匹克运动会，它所发挥的作用是通过北京与全国各地的海陆空交通网络来实现的。尤其是京津唐地区和长三角及环渤海地区，由于在地域上与北京有着密切的联系，2008年举办奥运会所带来的客流中这些地区将凭借其便捷的完善的交通网络首先分享到这些客流。

### 2.3 政府高度重视

政府行为在超旅游中起到至关重要的作用，因为，实施超旅游发展战略不仅需要整个旅游业全力以赴，而且需要整个社会共同参与。实施超旅游发展战略不是哪一个旅游区、哪一个单位、哪一个企业所能独立完成的，而是需要整个社会各个行业统筹规划、协同发展。同时，超旅游是在区域间进行，“区域内涉及到各级政府各个部门，要协调好各级政府及各个部门，领导社会各个阶层参与进来没有政府根本就无法实现，因此，实施政府主导发展战略就尤为必要”[3]。如无论是北京奥运会还是南宁东盟博览会，不管是海南博鳌亚洲论坛还是杭州世界休闲博览会，政府在其中都起到了主导的作用，而且没有政府的主导行为参与，这些论坛、博览会、节事、赛事等具有超旅游性质的活动根本就无法争取得到或者能够举办。

## 3 超旅游的类型与特征

### 3.1 超旅游类型

超旅游发展的类型与特征是多种多样的，与常规传统旅游发展类型既有共通之处，也有很大的差异，超旅游一般是利用非固定的旅游资源来进行开发的，这种旅游资源是无形的动态的，而非有形凝固的，而且这些资源经过培育是可以成为区域性的乃至国际性的，如果开发成功能够在短期内迅速带来巨大的效益，快速实现区域产业化。归结我国已开发和准备开发的超旅游活动主要有以下几个类型：

#### 3.1.1 节事型

节事型超旅游形态是指利用各种具有区域或国际影响力的节庆活动和体育赛事为主题，以此为契机，在区域内围绕该主题由政府主导对基础设施和服务设施以及公共设施进行投资建设，利用节事活动进行强大

的宣传营销城市，使得该城市的知名度、美誉度迅速提高，从而优化投资环境，吸引大量人流进行消费，促进该区域经济的发展。待这些节事结束后将举办节事时所遗留的设施转化为旅游景区或景点或旅游设施，从而实现从商贸向旅游转变。大量实践表明，成功的节事活动能够极大地持久地拉动区域产业发展。比如辽宁大连、山东潍坊、广西南宁、广东广州等等区域性城市原本旅游资源并不丰富，旅游资源的美誉度、知名度、珍稀度也很低，如果采取常规的旅游发展思路开发观光旅游、度假旅游、主题园之类进行开发的话，可想而知，其旅游发展不会得到多大的进展，甚至可能是连连亏本。但是通过举办国际性的服装节、风筝节、民歌艺术节、交易会等在短短的时间内成为国内外著名的旅游城市，并且都带动了其周边市县的旅游发展，形成了环渤海旅游圈、大南宁旅游圈等等，实现了区域旅游的超常规发展。

### 3.1.2 会展型

会展型超旅游形态就是借助国际上已具有相当影响力或者由国际组织或民间组织形成的能够吸引大量客流的国际性会议或展览会，以此为核心，构建相应的产业链，形成区域产业群，成为一个区域经济发展的新的增长极，通过该会展，吸引强大的客流、物流、信息流和资金流，从而带动区域旅游发展的一种旅游形态。世界各个国家或地区通常利用举办这些会议和展览的机会，把会展活动和旅游活动有机结合在一起，使参加会展的代表(客商)和参观会展的受众在会展活动之余的兴趣转移到当地的旅游资源上来，从而为当地旅游业创造更大的需求并带来巨大的效益。如今，会展业的高度发展已为旅游业带来无限的商机和广阔的发展空间。参与会展活动的各主体对会展目的地构成了一个潜力巨大的旅游市场，许多国家和地区已成功的将这些潜力巨大的旅游市场转化为现实的旅游市场，取得了显著的业绩。近几年来，北京、上海、大连、广州、昆明、南宁等城市多次举办了大型的国际会议或展览，如南宁东盟博览会、昆明世界园艺博览会、广州的交易会以及即将举办的 2008 年北京奥运会、2006 年杭州世界休闲博览会、2010 年上海世界博览会等等，这些会展在展览会期间所吸引的巨大客流以及其后续波及效益，极大地带动了当地的旅游业发展，也以此带动了当地区域间的房地产业、休闲产业、商业、城市旅游、农业、工业、服务业等产业的发展和优化。

### 3.1.3 休闲产业型

休闲产业型超旅游形态是指利用现在迅猛发展的休闲产业市场，为了满足市民和游客的需求而大力发展休闲产业，使休闲产业独立地成为该区域新的经济增长点，以此促进和拉动该区域的旅游发展。桂林和杭州就是著名的例子。透视传统著名的国际旅游目的地桂林、苏杭、北京等发展旅游的历程，不难发现，传

统的以旅游为主导产业发展区域旅游经济已经很难再有新的突破，必须根据市场的变化而采取新的发展策略，现在我国已逐步进入休闲时代，国民闲暇法定时间已达 114 天，休闲消费必将是未来消费方向，在这种前提下，苏杭、桂林、北京等传统旅游目的地开始突破旅游思维，纷纷通过发展休闲产业来带动和促进旅游发展，突破传统旅游的樊篱，加大力度发展休闲产业。比如杭州利用 2006 年举办世界休闲博览会之机，建设了休闲产业园、休闲产业带和众多的休闲景观以及相应的休闲行业。而桂林在近 5 年里，也紧紧地抓住机遇，大力发展休闲度假旅游，借助“显山露水、拆墙显绿”大规模的城市改造之机，加大了城市休闲基础设施和环境建设。发展了保健康养业、文化娱乐业、餐饮业、体育休闲业，并加大力度开发了桂林城郊乡村旅游、桃花江休闲度假旅游区、愚自乐园、两江四湖环城游憩带以及大桂林旅游圈辖县的阳朔乡村旅游、阳朔西街、阳朔世外桃源、印象·刘三姐、兴安乐满地休闲度假世界和乐满地休闲娱乐主题园、荔浦龙怀世界华商大会商务休闲景区、龙胜温泉休闲度假区等，促使桂林的休闲旅游得到了迅猛的发展，极大的促进桂林旅游的发展。

#### 3.1.4 论坛型

论坛型超旅游形态是指利用国际政府组织或国际非官方组织持久地定期举办的国际性或区域性各种论坛，并将论坛会址永久性地固定在某地，借助该论坛所吸引的巨大人流而促使该区域成为著名的旅游胜地的一种非常规旅游形态。这种超旅游形态需要的条件非常苛刻，而且是否能够取得成功取决于该论坛的影响力和国际参与度。海南博鳌亚洲论坛就是如此。博鳌是海南省琼海市的一个平凡小渔镇。由于 2001 年博鳌亚洲论坛落户于此，并成为永久性会址，加上博鳌亚洲论坛连续几年来所取得的巨大成功而使得该镇一跃成为世界闻名的旅游目的地，并且借助博鳌亚洲论坛，海南的旅游由此得到了巨大的飞跃，使得海南成为国际会议度假的旅游胜地，论坛还极大的带动和辐射了全省的旅游、房地产、商贸、娱乐业、度假业等第三产业的迅猛发展。

#### 3.1.5 商贸型

商贸型超旅游形态就是通过建设区域性商贸集散基地或生产基地，或者定期举办商业贸易会，形成巨大人流，这些人流往往是收入高的商人，消费能力强，对促进区域高层次的旅游发展具有巨大的潜力。比如浙江义乌市作为全国最大的小商品集散基地，每天至少都有 4 万人次到该地进行商品交易，义乌市本身旅游资源丰度和美誉度及可观赏度并不高，如果按照常规的旅游进行开发，显然很难达到预期效果，但是，通过发展小商品贸易所带来的人流，义乌市及其周边的旅游市场得到了极大的发展。

## 3.2 超旅游特征

超旅游是旅游业发展到一定阶段的产物，具有几个明显的产业特征：

### 3.2.1 政府主导

超旅游是在区域间才能实现的，发展超旅游必须要有强大的协调、信用、资金支付的组织才能完成，这个组织不是一般的企事业单位能够完成的，必须由政府层面来解决，因此，政府在发展超旅游行为中居于主导角色。从争取举办（建设）权、落实举办（建设）的各种任务、协调各部门之间关系、建设各种基础设施和服务设施、营造良好投资环境等等都离不开政府的主导。这是超旅游最大的特征之一。比如举办北京奥运会、东亚运动会、国际性的休闲博览会、东盟博览会、博鳌亚洲论坛、广州广交会等等都是由有关政府部门来落实与实施的。

### 3.2.2 高投入高产出

超旅游由于能够迅速提高区域知名度，短期内带来巨大的效益，并且能够容易以此形成一个产业集群，成为带动区域经济发展的一个新的经济增长极，因此，引起各级政府的高度重视。然而，它也是一个大风险，高投入的一个产业，要举办或建设好超旅游需要配套许多投入高、回报周期长的基础设施和服务设施。诸如北京奥运会、南宁东盟博览会、博鳌亚洲论坛等，政府在基础设施和服务设施上都是倾全市乃至全省财力进行投资的，但是政府却以此契机达到了改善投资环境、争取到众多投资项目、建设了众多产业园，形成新的区域经济增长极和拉动区域经济之目的。如 1996 年云南为了迎接世界园艺博览会就投入了 200 多个亿元。

### 3.2.3 强大的产业集聚效应

“弗郎索瓦·佩鲁的增长极理论认为：区域经济发展必须形成增长极，通过增长极效应的拉动，实现整体推进”[4]。由于超旅游具有超前拉动的产业与市场特征，加之超旅游只能在区域中心城市进行，能够对周边卫星城市进行辐射，因此能够有效发挥中心城市和旅游业的复合增长极以及带之形成的扩散及所具有的强大支配、创新及连带效应。如北京举办奥运会不仅能够拉动京津唐地区经济的发展，而且能够对环渤海和长三角地区都有着极大的辐射作用。

### 3.2.4 区域性与差异互补性明显

超旅游选择的载体必须具有明显的差异性和区域性，并且能够在区域内形成互补性。也就是说不管是超旅游选择的主题还是超旅游所落户的区域都是具有区域性的和差异互补性。正是这种区域性与差异互补性造就了超旅游所能够形成的产业集聚效益。比如南宁东盟博览会、北京奥运会、博鳌亚洲论坛等等都是具有很强的区域性的。而浙江义乌小商品集散地之所以能够成为全国最大的小商品集散地，是因为它处于长三角地区，那里生产的各种小商品没有一个集中的地方进行交易，义乌正好利用这个区域差异和互补的特点，建立起了全国最大的小商品集散基地，一举取得成功。

## 4 超旅游发展的经验与创新的途径

结合超旅游需要具备的条件和超旅游的特征，超旅游要得到更大的发展，需要总结成功之经验，在此基础上进一步创新发展。

### 4.1 政府主导，市场运作，企业经营，社会参与

政府主导主要体现在按照科学发展观，在选择适合本区域发展的超旅游载体，在区域合作机制，基础设施，投资环境营造，宣传促销，公共关系等方面进行主导，而不是政府承揽一切事宜。市场运作就是根据区域经济发展和竞争优势来选择适合本区域发展的项目，将政府举办的超旅游载体（博览会、论坛等）改官办为民办。企业经营就是具体的项目运作则由企业按照市场规律和现代企业要求进行独立经营运作，自负盈亏，独立核算。社会参与就是在政府倡导下，社会共同参与，营造一个平安、文明、向上、守法的旅游投资环境。比如海南博鳌亚洲论坛会址——博鳌，所有的设施、项目全部由企业按照市场来运作，这样不仅仅减轻了政府的财政负担，而且真正达到了通过发展超旅游促进了区域经济发展的目的。云南昆明世界园艺博览园也是如此，博览会结束后所有的项目全部转为企业化管理，还将园艺博览园成功地经营成为一个主题公园。

### 4.2 选择具有区域影响力强，主题鲜明，能形成产业集群的项目

从中国目前所申请得到的或者已举办的超旅游活动来看，北京奥运会、昆明世界园艺博览会、杭州世界休闲博览会、南宁东盟博览会、广州交易会、博鳌亚洲论坛、浙江义乌小商品交易基地等等都是具有很强的区域性或国际性的，具有区域发展潜力，并且能够形成区域产业。并且这些超旅游活动经过多年的实践，

证明是它能够给地域产业产生很大的变革甚至是根本性变革的，能够产生新的区域产业或者对区域的产业结构调整、重组起到积极作用。譬如南宁东盟博览会不仅大大的提高了南宁的知名度，优化了南宁的投资环境，促进了南宁房地产、商贸、休闲、旅游等产业的壮大发展，而且，借助它的产业集聚效应，南宁成为广西乃至大西南产业结构调整、区域旅游一体化的辐射源和核心动力源，使得南宁在短短的两年时间里成为国际性的旅游集散中心和新的旅游目的地，也是广西乃至大西南的商流中心。

#### 4.3 按照科学发展观，用超旅游观点发展旅游

旅游业发展以及区域旅游的整体发展应树立和落实科学的旅游发展观，即坚持以人为本，树立全面、协调、可持续发展观，促进旅游业的健康发展。传统的旅游发展思路是旅游具有综合带动功能，因此其他产业必须围绕着旅游来发展，把旅游作为一个主导产业来发展，新时期区域旅游发展的思路恰恰相反，是区域旅游围绕着某一产业来发展，作为某一产业链的一部分，通过发展某一产业来拉动旅游的发展，辐射旅游的发展，从而促使旅游去带动第三产业的其他产业或者第一、第二产业的发展。

#### 4.4 重视超旅游载体的无形资产，建立多元筹资机制，加强超旅游载体的市场功能开发

鲜明的主题、特色内容、固定时段，商业项目、集聚的人流气氛，是超旅游载体的可以利用的重要的无形资产。

同时，由于发展超旅游需要投入高额的资金，因此需要建立的多元筹资机制：1.广开赞助门路，完善投资回报机制；如众多著名财团赞助北京奥运会等。2.专营权转让和广告场地租赁。指定产品专营权的转让和广告场地租赁，有着较为丰厚的收益，可为发展超旅游筹集较多的资金；3.票务经营多样化，改进票务分档预售、折惠的方式，同时开发票务的衍生产品，如按票号抽奖赢奖、旅游或购物等等；4.大力开发旅游纪念品，超旅游载体的吉祥物、标志物、会标以及景点的微缩模型等都能制成形式多样的旅游纪念品。5.开发产业项目，做足旅游贸易展览生意。围绕超旅游载体主题，吸引投入建设各种产业园、经济开发区或产业项目，以此来强化超旅游载体的市场功能开发。

## 5 结论与讨论

超旅游是一种突破常规旅游的区域旅游产业发展形态，它既不是大旅游也不是泛旅游，而是超越旅游来带动（促进）旅游发展，跳出旅游发展旅游的新区域旅游发展理念，它是一种区域经济产业，不具有旅游

的意义但又具有旅游性质，它的主要服务对象不是旅游者但这些对象又可能成为旅游者，不会因为受到旅游者的影响而发生影响，也不会因为受到旅游资源的制约而使其发展客体受到制约，它既是受到该区域经济产业的带动反过来又能带动或联动其他产业促进该区域经济产业的发展，因此，对于超旅游的理论诠释、超旅游与常规旅游、超旅游与其他产业的关系以及所处的地位与作用，以及超旅游促进区域旅游发展，建立区域旅游特别是无障碍区域旅游机制等等，这些问题都有待进一步深入探讨。此外，超旅游必须是在政府主导下进行的，具有极大的政治意义，那么，政府在超旅游中的角色扮演、决策以及政府主导哪些内容等因素也有待深入探讨。

同时，超旅游的发展是建立在具有优势区位条件的区域内才能实现的，如何利用区域产业优势来发展超旅游，实现区域旅游产业超常规发展，需要从区域所处的地理空间及其区域范围内及区域周边的产业优势来确定，选择适合区域本身发展的产业集群，比如东盟博览会落户南宁是最好的选择，如果是中部城市或北方城市承办该博览会显然不是那么恰当，因此，利用产业布局理论，对于发展超旅游需要哪些条件，哪些区域适合发展那种类型的超旅游还需进一步解析。

超旅游对于形成区域特色产业，在提升区域知名度，加快区域经济发展合作化进程，提高区域经济综合实力和竞争力，拉动区域经济发展等积极影响方面起到了极大的推动作用，其意义远远比常规旅游所起的作用大得多。然而，对于这种超旅游的现象研究以及超旅游在区域产业所起的作用、影响、超旅游如何成为一个产业并且能够带动（促进）产业发展，超旅游对区域经济的辐射力、波及范围、如何成为一个区域经济发展的增长极等等问题都是值得研究的课题。

总之，加大力度研究超旅游（非常规旅游），对于突破常规旅游思维，跳出旅游论旅游，突破旅游发展旅游，扩大旅游的外延，突破性地促进区域旅游发展，实现我国成为“世界旅游强国”之目标具有十分重要意义。

#### 参考文献：

[1]沈中印，论大旅游视野下的产业互动与整合[J]，商场现代化，2005，（453）：184。

[2]杨萍，区域旅游基础性研究，学术探索，2003，（5）：63~64。

[3]乔力，李茂民，高连营，“大旅游”概念与21世纪旅游业的发展[J]，山东社会科学，2000，（5）：43。

[4]刘元晨, 杨秀丽, 构造大旅游圈的理论基础及现实意义—构造辽宁中部城市大旅游圈的理性思考[J], 理论界, 2005, (6): 81。