

烟台城市旅游发展定位与形象设计

作者：李志强

从历史上看，山东省烟台市是一座具有丰富旅游资源的名城，但通过对比不难发现，烟台的城市旅游业发展没有体现出应有的资源优势，其城市旅游的影响力也不如周围几个旅游城市。笔者认为，造成上述问题的主要原因是烟台城市旅游的发展定位不准、城市旅游缺少特有的形象概念。

烟台市旅游发展定位

城市旅游发展的定位依据

确定一个城市地区的旅游发展定位应该从两方面考虑：一是中长期内旅客的旅游产品需求；二是本地区发展旅游产业的资源优势。关于旅游者对旅游的需求，许多学者将其分为三个层次：基本层次、提高层次和专业层次。观光游览属于最基本的层次，提高层次是指娱乐和购物，而专业层次则包括疗养、会议、宗教、考察、商业等多种活动类型。对于特定城市来说，旅游活动类型可能是综合性的，但更有可能表现为：在城市不同时期的旅游发展空间上，某一种或几种旅游活动类型居于主导地位，而其他类型的旅游活动居于次要地位。这些居于主导地位的旅游者需求行为演变决定了城市旅游发展模式的市场方向。

发展城市旅游不同于普通的景区旅游建设，除了要具备充分的景点资源外，还必需考虑这个城市的经济发展水平、城市建设、地理位置、历史文化等人文因素，城市旅游的建设是上述各种因素的综合发展。一个城市发展城市旅游需要对照上述条件对自身进行权衡，根据自身条件设计符合自己的城市旅游发展道路。

烟台市城市旅游发展的考量因素

城市旅游大致分为两种类型：一是单一型，也称资源型。这类城市往往是以某种独特的旅游资源，如自然山水、人文遗迹昭著于世，并以此作为旅游吸引物。如广西桂林就是因其美丽如画的山水风光而成为著名的旅游城市。二是综合型，也称混合型。这类城市往往依靠自身的综合实力，如科技、教育、文化、金融、外贸和工商等方面的优势，以及优越的地理位置来吸引八方来客。例如大连、青岛这样的城市具有旅游资源优势又具备很高的经济实力。这类城市旅游的活动形式比较丰富，呈观光购物、娱乐休闲、商

务考察和会议展览等复合状态，并且不受旅游淡旺季的影响。

根据烟台市的城市条件，笔者认为，烟台市的城市旅游定位应致力于满足游客三个层次的旅游需求，成为以旅游业为标志产业的综合性旅游城市。上述定位主要是基于以下几点：

具备发展综合性旅游城市的经济发展潜力 作为胶东经济圈的一极，烟台市是全国综合实力 50 强城市，同时也是全国优秀旅游城市。烟台具有良好城市基础设施和旅游接待能力，2003 年烟台市城市环境基础建设名列全国第二位，所有这些都为烟台成为综合性的旅游城市提供了必需的条件。

具备发展综合性旅游城市的资源优势 烟台市是著名的海滨城市，“山、海、城”一色和“岛、林、泉”相融构成了烟台独特的自然景观，烟台市已形成了以海、岛和山为主的几大自然景区。同时烟台又有着深厚的人文历史底蕴和纯朴的民风，近几年通过对历史古迹的开发，市内人文景观已成规模，张裕酒文化博物馆、毓璜顶公园以及福建会馆等是其中的代表，最近以旧领事馆区为基础的海滨广场又成为烟台一亮丽景观。

具备特定的区位优势 旅游业与其它行业不同，处于同一旅游带的区域或城市双赢效应大于竞争效应。旅游者出行一次，总是尽可能多游览各个景区，因此一个地区成为旅游胜地也推动邻近地区的旅游发展。烟台地处大连—青岛黄金旅游带上，同时又是东北进入山东的必经之地，向内可以幅射到整个山东内陆旅游区。另外，从西方国家发展旅游城市的经验看，海滨旅游区与其它旅游区有很大不同，这就是海滨旅游区很容易成为人们定期度假休养的地方，这也为烟台成为综合性旅游城市提供了条件。

烟台市城市旅游形象设计

如果说旅游发展定位确定了方向，那形象设计就是具体的实施。通过具体的形象设计解决一个基本问题，即城市将在旅游者心目中树立并传播怎样一种形象，这种形象如何成为吸引人们前来旅游的动力源泉。

城市旅游形象设计原则

城市旅游形象设计有两个原则非常重要：一是个性鲜明原则。这个原则体现了形象区分度的要求，必须首要满足。同样是海滨城市要有自己的特点，如果大家都围着“海”字转，所谓的个性反而变成了共性，是无法在旅游者心目中占据独特地位的。可以说，没有了个性鲜明的特点，城市的旅游形象立与不立没什

么区别。二是文化先行原则。文化是旅游的核心要素，也是构成旅游地持续吸引力的重要源泉，一个城市旅游形象的树立必然要注重文化内涵深层次的挖掘。

烟台市城市旅游形象设计标准

全方位开发旅游资源，塑造海滨城市新形象 在对海洋资源的开发利用上，每个城市都有不同的特点，烟台也不例外。烟台的海滨特点是城连海、海连岛，除广阔的海滨浴场外，在市区外不远海面上散布着大大小小的几十个岛屿，这些岛屿至今也没有一个成规模的开发出来。如果将这些海岛资源很好的开发利用，必将大大提升烟台的城市旅游形象。烟台另一个优越的旅游资源是其良好的生态环境。烟台境内植被良好，森林茂密，山体景观、生物景观丰富多变。烟台又是有名的果蔬产地，渔产品异常丰富。在当今提倡环保的背景下，发展生态旅游也是提升城市旅游形象的很好切入点。如果把这些转化为发展生态旅游的资源优势，那又是烟台城市旅游中个性鲜明的特色旅游。

倡导自然和谐和人文关怀，体现天、地、人、海和谐统一 在崇尚自然的今天，城市旅游却被赋予更多的人文因素。城市旅游不同于野外探险，城市旅游是人与自然的交流，更是人与人的交流。旅客来到这个城市除了观赏优美的风景外，还要体味城市带来的精神体验。作为“中国最佳魅力城市”，烟台的城市魅力应更多的融入人文因素，提倡一种人在山水间，景美人更美的境界，在突出山水美景的同时，展示了烟台市民良好的精神面貌。烟台具有良好的文化历史底蕴，民风纯朴。烟台人沉稳好客，热情而宽容，如山如水般的品质都是烟台人文精神的体现，如果这一切能够发扬光大，烟台的城市形象一定会上一个新台阶。

追求城市发展，做到与城市旅游形象的完美结合 一个形象的创立和深入人心需要一系列的甚至是全方位的软硬件配套建设。由于城市旅游形象和城市形象两个概念并不完全等同，旅游业的发展和城市长远规划与建设的协调也是形象定位所要密切关注的一个重要问题。人们关注一个旅游城市，首先第一印象应该是对城市的概念，其次才是对景区的感觉，旅游城市的形象设计应完全融于城市的长远发展过程中。旅游因城市兴旺，城市因旅游而发展。烟台的一些新优势产业正在形成，现在烟台是果蔬之乡、葡萄酒名城。也正是有了这些产业优势，一些重要的产业发展会议在这里定期召开，商务会议成为了烟台旅游产业的组成部分。虽然商务旅游是烟台旅游产业的一部分，但与一些优秀旅游城市相比，这部分比重还有很大的差距，这需要城市竞争力的进一步提高。特别是烟台是韩日重要的贸易城市，胶东贸易加工集散地的地位加强可以更进一步促进烟台的商务旅游发展。

进一步发展烟台城市旅游的策略

烟台的城市旅游发展应当着重做好以下几点：

明确城市旅游发展定位，确定合理的旅游产业结构 烟台有发展综合性城市旅游的能力，但目前烟台的旅游资源更多地用来满足旅客的第一层次需要。要想提升烟台旅游的服务水平，必须将烟台城市旅游的发展于综合性城市旅游的层次，大力开发第二、第三层次的旅游产品，满足游客娱乐休闲和商务考察等旅游需求。

加强城市形象建设，促进旅游产业可持续性发展 烟台市的城市形象建设过程中应突出本身良好的自然环境和和谐的人文环境，城市的管理和规划要合理设计旅游产品，建设和保护良好的城市生态环境。同时还要提升旅游服务水平和管理水平，加强对外交流，努力提高城市的现代化水平和知名度，以城市的发展促进旅游业的发展。

建设有鲜明特色的旅游景区，将自然资源优势转化为旅游产业优势 烟台有极丰富的自然旅游资源，但特色突出的景区或景点并不多。在今后的资源开发中，烟台在突出海域城市共性的同时，要着力建设几处国内闻名的旅游景点，充分体现烟台的旅游特色，只有这样才能将更多的游客吸引到烟台来。

参考文献：

- 1, 熊元斌, 黄浩, 论城市旅游的特点及发展趋势, 武汉理工大学学报, 2001 (9)
- 2, 赵伟兵, 论城市旅游形象定位, 桂海论丛, 2003 (6)
- 3, 李芸, 区域旅游的竞争及其联动发展, 南京师大学报, 2002 (2)
- 4, 李蕾蕾, 城市旅游形象设计探讨, 旅游学刊, 1998 (1)