

对于厦门本岛旅游现状的分析和展望

来焯焯

(厦门大学 福建 厦门 361005)

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2019.11.768

旅游是厦门市的一张名片，是厦门市经济支柱之一。厦门本岛作为厦门市核心区域，与游客的关系更为密切，曾厝垵、厦门大学、鼓浪屿、五缘湾等具有代表性的地点常年吸引大量游客前往。本人在厦门本岛生活近三年，通过对厦门本岛旅游现状的分析，提出自己的观点和展望。

一、关于厦门本岛

厦门本岛，福建省第四大岛屿，位于福建省沿海，厦门市东南海域厦门湾内，本文在研究过程中，将厦门本岛和鼓浪屿做为整体进行研究，其主要原因是鼓浪屿和厦门岛之间的关系较为密切，鼓浪屿难以脱离厦门本岛而独立存在，因此进行合并研究。

从1840年清政府签署《南京条约》开始，厦门成为通商口岸，封闭的中国大陆像一个突然被戳破的气球，大量的人、物、文化涌入所谓的通商口岸。厦门自然成了闽南文化的汇合交融的地方。同时外来文化的进入，使得在厦门传统的闽南文化又蒙上了一层西洋风味。厦门本岛的大量历史建筑和鼓浪屿上的别墅群很好地体现了这一点。

人文底蕴、海洋文化、年轻活力，厦门的这些名片成了吸引游客前来的元素。而相比岛外诸区，岛内在这些方面体现的更为明显，也更加受游客的欢迎，其中“厦门大学”“曾厝垵”和“鼓浪屿”这片三角地带更是游客来厦必去之处，成为厦门市代表性景点，年接待大量游客。

可以说，厦门和旅游是分不开的，但是在厦门本岛中出现了过度开发的鼓浪屿和曾厝垵以及游人堆积的厦门大学，显然说明在厦门本岛急需对旅游行业有一定的改善和升级。我们应当秉持堵不如疏、禁不如导的心态对此现象进行研究和分析。

二、本岛的旅游现状

旅游：“旅”是旅行，外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即达到这些目的所作的旅行。二者合起来即旅游。对于一个城市而言，旅游分为三个阶段：1、能吸引2、留得住3、能想起。首先要能够吸引游客前来，要有足够的城市魅力和特色，当游客前来；要能够留住他们，有优质的城市配套、交通体系、住宿条件以及优质的文化、美食、人文等，让游客能够在城市中获得享受的感觉；在游客离开的时候，则需要让他们记住这个城市，或是优质的伴手礼、优质的服务或者一些有代表性的产品、节目、节日等，给予他们再次前来的动力和理由。那么对于厦门本岛而言，这些方面做的如何呢？

1. 吸引力

厦门本岛的吸引力是不弱的，不仅被国内游客熟知，更是在国际上受到好评，主要是因为鼓浪屿、曾厝垵、厦大等标志性景点拥有不可替代性，同时整个城市的年轻化给予了这个城市更好的包容性和流行性，网红文化、小确幸、文艺等元素常常出现在厦门本岛各个角落。这使得厦门本身极受游客欢迎和喜爱，这是厦门本岛天生的优势。

2. 留得住

(交通)但是厦门本岛本身面积较少，人口众多，这使得本岛的交通存在一定的问题，影响了游客一定的体验感。这其中主要有两个原因，车多、路窄。由于本岛占地面积较小，建筑密集，在城市规划中难以对现有道路进行拓宽，这使得像中山路、演武路等传统堵点会一直存在并难以改善。处理方式一般都是规划单行道、禁行区、管理违章停车从而使得交通秩序得以改善，从现实状况来说，沙坡尾的堵点通过单行道设置得到了很好的改善，中山路则通过高峰期增派警力和鹭江道的分流得到了一定的改善与缓解。

而车多的问题则应该受到重视。厦门本岛中拥有大量出租车、网约车存在，以滴滴出行为例，在厦门本岛的卡罗拉、雷凌车型基本都是作为网约车存在，而同时还有使用私家车跑网约车的存在，使得岛内网约车数量非常多。本人在乘坐网约车的时候了解到大量司机对于此现象较为反感，抱怨接单量少、产生效益低。而这些网约车一旦在同一时间前往指定地点，就会使原本就脆弱的交通体系更受考验。2019年12月31日这一天，本人从中山路回厦门大学，在没有公交车的前提下，只能选择步行和自行车，原因就是当天跨年夜整个思明区的交通体系是崩溃的，大量的网约车、出租车都在运行却没有办法产生实际作用。

因此，厦门本岛应该规范网约车运行体系，限制网约车车辆，让网约车的数量处于最高效而不至于增加过多交通负担的前提下，产生最大的经济效益。同时厦门市也正在规划新的地铁线路，在立体交通体系建成之后，厦门本岛的一些传统堵点应该会有一些缓解。而非机动车作为缓解交通压力以及低碳出行的代表性工具，或许可以作为厦门本岛今后的发展对象。本岛中有大量的共享自行车，但是岛内道路起伏较大、且没有专属非机动车道，并不适合自行车骑行，本岛可以在道路中规划专属骑行道并且推广符合标准的电瓶车，这不仅方便出行，也符合本岛的文化氛围。

(人文)游客前往某一个城市，往往是对目的地的文化、历史有一种向往，

其中阐述这些元素的，应当是本地人。本文并没有对于外地人和本地人的偏见，只是在旅游之中，本地人能够产生极大的影响力，但是厦门本岛的本地人元素偏弱。大量的游客前来，享受当地特色和美食，本质上是外地人服务外地人。以曾厝垵为例，虽然有大量的美食商家，标榜“正宗”“古早”“明星造访”，实际上每个商家都是正宗恰恰说明了其不正宗。因此曾厝垵的“踩雷”事件也常常出现在网络平台上。鼓浪屿上的“原住民”这一元素存在感也比较弱，基本存在于“民宿”“海鲜加工”和“特色美食”，而占据更大篇幅的则是大量的纪念品商店、餐饮店。

厦门的本地人元素较弱，也有客观因素的影响，2017年，厦门市常住人口411万人而全市户籍人口242.53万人，其中思明区、湖里区两地户籍人口占全市55%，可以说，外来人口与本地户籍人口本身就已经存在分庭抗礼的现象，排除掉本地人口的老龄和学龄人口，外来人口确实拥有更强的影响力，产生如此的现状也就不难理解。

要解决当前问题，应当确立行业领导者，规范整体行业，以沙茶面为例，本岛各处都可以发现各种各样的沙茶面店铺，但除了蓝氏钟楼沙茶面，其他的店面基本没有形成品牌或是依靠口碑相传来维持品牌。而蓝氏钟楼沙茶面也并没有很好的独立性，大量的街边小店也会出现“蓝氏”“钟楼”等信息，整个行业给人一种混乱的感觉，给游客一种较差的感受和体验。这种行业的管理和规范，既需要政府机构牵头，也需要行业内部人士的参与。通过对行业的管理升级，形成一个合格规范的行业，避免混乱的局面出现，既可以使沙茶面更加吸引游客，也是一种保护沙茶面制作这一文化的方式。

3. 能想起

厦门本岛一直以来都与文艺、小资、网红等标签很接近，例如苏小糖、赵小姐的店、张三疯奶茶等品牌常常成为打卡圣地，但是这些标签只拥有吸引力，却往往无法被带走。当一个游客要离开厦门，除了日光岩馅饼、牛轧糖和茶叶等食品和手机相机中留下的照片和视频，并没有其他和厦门本岛文化相关的纪念品与伴手礼。虽然像茶、馅饼等特产中包含着厦门人的生活智慧，但是发掘的并不完全，文艺方面虽然总被强调，但是从伴手礼层面来说就只有明信片可以作为代表。其原因主要是缺乏本土文化创意产品。从对曾厝垵、厦门大学和鼓浪屿三地的文创产品研究之后发现，三地基本的文创产品没有太大的差异，例如钥匙扣、冰箱贴、文化衫、镜子、怀表等几乎使大同小异，不具备太大的吸引力，而同时，类似于苏小糖、赵小姐和张三疯等又通过营造网红氛围吸引大量流量，使得厦门的伴手礼从文化产品转变为牛轧糖、芒果干和茶叶，这些产品随着网络电商的发展，已经逐渐失去了其代表性，使得厦门本岛能让人想起的力量已然不足，更多的动力来源于个人本身的情感。

三、本岛旅游业的展望

厦门本岛相较于其他的旅游城市，有两个得天独厚的优势，一是靠近海洋，拥有海洋资源；二是靠近大学城，拥有年轻的特点。

有水的地方就有船，例如浙江乌镇的乌篷船、桂林的竹排，而厦门本岛临近海洋，船只却基本只有渡轮和小渔船，作为一个港口城市，拥有发展邮轮业的得天独厚的资源，且源源不断地客流可以很好地支撑起一个行业的发展。例如可以发展城市海岸线观光、环鼓浪屿航线以及两岸航线，使得游客的步伐可以从陆地上解放出来。同时可以举办帆船等水上项目的国际赛事。现有的厦门国际马拉松效果极好但是无法利用水上资源，利用水上项目的比赛来更大程度上的使用水上资源或许能给厦门本岛贴上一张新标签。

厦门本岛由于有厦门大学等一系列学校的存在，使得其变成了一个年轻而富有活力的城市，且其会一直年轻下去，一个年轻的城市，会更容易接受新兴的事物。这使得网红、流行文化在厦门拥有极好的发展土壤。在未来的城市形象营造中，年轻人也会成为不可忽视的因素，例如“爱情”“分别”“相聚”等元素也许可以融入城市的规划之中。

四、总结

本文着重讨论了厦门本岛的旅游现状以及未来发展的可能方向和动力，三年以来的生活经历，让我对这个城市有了一定的情感，也确实发现了一些客观存在的问题。厦门是一个美丽而包容的城市，一个包容的城市吸纳了大量的游客，也同时需要对游客有一定的分流。厦门大学从不限流到限流再到设置专门的游客服务中心，说明了这个城市的旅游行业依然有很多可升级可进步的地方。相信将来的厦门，会越来越美丽，成为年轻、网络和文化的集大成者。

参考文献

- [1] 厦门经济特区旅游条例[N]. 厦门日报, 2019-10-29 (B02).
- [2] 陈咏梅, 赵莹. 生态视角下邮轮母港旅游发展评价——基于厦门的实证分析[J]. 技术经济与管理研究, 2019 (04): 117-121.
- [3] 李渊, 李成清, 王蓉. 校园旅游视角下的公共空间使用绩效的影响因素分析——以厦门大学思明校区为例[J]. 建筑与文化, 2019 (03): 55-59.