

临沂市旅游开发战略研究

邢鹤龄

(临沂大学商学院 山东 临沂 276000)

[摘要]近年来,旅游业对促进区域经济发展的战略作用日益凸显,是推动城乡一体化建设的重要手段。临沂市拥有丰富的旅游资源,市场潜力巨大,但目前在旅游资源开发方面存在深度不足、精度不够等问题,在今后的旅游资源开发方面应注重以点带面,山城互动,升级旅游产品,通过“旅游+”文旅融合发展,实现旅游发展成果共建共享。

[关键词]临沂旅游;旅游开发;发展战略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.1487

一、临沂市旅游发展概况

临沂市旅游资源丰富多样,类型组合较好,现行旅游资源分类体系中8种资源类型均有分布,自然与人文旅游资源相得益彰,资源丰度与密度较好,具有较强的吸引力和独特的文化内涵¹。近年来,临沂市大力发展旅游,沂蒙山旅游区、地下大峡谷·萤火虫水洞旅游区先后成功创建国家5A级景区,沂蒙山地质公园被联合国教科文组织评为世界地质公园,滨河景区被评为国家首批水利风景区,通过整合孟良崮等红色资源,积极创建启动沂蒙精神纪念地国家5A级旅游景区,成功打造乡村旅游沂蒙样板。据临沂市文化和旅游局公开数据显示,2019年,临沂有全国休闲农业与乡村旅游示范县、示范点6个,省级旅游强乡镇42个、特色村86个,创建7个“中国乡村旅游模范村”、8个“全国乡村旅游重点村”。优美的生态山水、灿烂的历史文化、丰富的红色文化、独特的地貌温泉以及发达的商贸物流体系,不同类型的旅游资源,在空间和时间上有良好的组合度,发展健康养生、文化产业、教育研学等方面有较强的优势,有很强的发展潜力。

新型冠状病毒肺炎引起的全球性疫情对于旅游行业造成了巨大的冲击,但是在中国政府有力的抗疫举措下,社会经济正在迅速回暖复苏,国民旅游需求不断释放,旅游消费逐渐升温,旅游行业细分市场再升级,线上旅游消费持续渗透,散客化时代全面到来,非标准住宿成为新亮点。未来旅游市场中,文化体验、休闲康养、乡村旅游、自驾旅游、生态观光、红色研学、亲子娱乐等特色主题旅游将成为旅游热点。

二、临沂市旅游开发存在的问题

目前临沂市旅游已经初步形成多层次、多样化市场,但目前仍以短途旅游市场为主,目标客源市场集中在省内和周边省市,呈现出县域市场热、市区市场冷,高端团队数量少,经济型团队居多等特点²。国际化水平较低,入境游客少,游客停留时间短,人均消费低等问题。核心旅游资源作为旅游发展的原动力,是临沂市旅游发展的引擎,临沂旅游资源类型丰富多样,但丰富的旅游资源的挖掘得尚不充分,核心旅游资源没有充分转化为核心旅游产品。在旅游开发上主要存在以下几方面问题:

1. 资源总量丰富,精品供给不足。旅游景区发展不平衡,5A旅游景区总量偏少,区县资源分布不均,区域发展差距较大,初步开发形成了蒙山旅游度假区、汤头温泉度假区等旅游度假区,但综合开发水平不高,缺少国家级旅游度假区。每年举办多彩多样的旅游节庆活动,但缺乏全国性知名的节事。

2. 产品结构齐全,开发深度不足。以蒙山为代表的山水观光,以竹泉村、压油沟为代表的乡村文化体验和红色文化旅游呈现出良好的发展态势,但主题游乐类、休闲度假类旅游景区数量偏少,存在结构性短缺,各种类型旅游景区开发不平衡,基本上还是传统旅游产品,缺乏新兴的产品类型,休闲农业、民俗村落、山水生态、红色研学资源的开发并没有完全对接市场需求。

3. 商贸物流发达,要素体系欠缺。作为北方商贸物流之都,商贸物流产业发达,但是旅游特色商品的开发、销售和旅游商务服务一体化建设仍需完善³,食、住、行、游、购、娱

六要素发展不均衡,现有交通网络布局,与国内主要经济圈衔接密度不够充分,外联渠道需进一步拓宽,旅游商品的开发落后,流于形式,未充分体现本土文化特色,单一化、同质化严重,成为旅游业发展的瓶颈。

三、临沂市旅游开发对策

1. 解决好点与面的关系。继续做深做强蒙山旅游区,充分发挥龙头引领带动作用,以点带面,以山带水,以文带城,大力发展红色文化和历史文化旅游,开展爱国主义教育和思想政治教育,加快培育4A级重点旅游品牌景区形成多极支撑,以便构建复合型市场,形成各具特色的吸引力。

2. 处理好山与城的关系。要从蒙山景区单核拓展为蒙山和主城双核驱动。突出中心城区作用,加快建设成为特色鲜明、吸引力、服务力强的水城商都和旅游休闲度假城市。推进特色旅游小镇建设,构建要素完备设施完善的旅游集散中心和服务基地。按照城乡融合的理念,大力推进乡村旅游创新发展,打造诗意乡村、山水乡村等特色品牌,构建乡村旅游休闲度假新高地。

3. 实现旅游产品升级。立足本土实际,深挖地域文化特色,通过主题化、特色化的组合,打造精品旅游产品,放大现有价值,实现现有旅游产品的品质升级。推进旅游的供给侧结构性改革,以项目为载体,提炼主题形象、主打产品,加快培育新产品、新业态,优化产业结构,打造一村一品,以更好的满足日益变化的旅游消费新需求。创新项目、产品、业态,结合网络新媒体、直播带货等新的营销手段,打造新的消费新热点,防止千城一面、千景一味,形成各具特色、生动活泼的全域旅游大格局。

4. 发挥“旅游+”整合功能。加强文旅融合和智慧化管理,通过相关发展要素重新配置组合,形成全产业链的旅游经济形态,实现融合联动。通过旅游资源共享、交通设施共享、旅游基础设施共享、环境共享等⁴,既使游客更加深入地体验社区风土人情,也使社区居民能充分享受到旅游发展带来的便利设施、公共服务、知识资源等实实在在利益,将旅游发展成果惠及利益相关者,构建和谐共处的旅居生活方式,使游客能满意、居民得实惠、政府有税收、市场添活力的可持续发展大格局。

参考文献

[1]李春燕,林存华,郭利京.基于SWOT分析的区域旅游竞争战略与对策——以山东临沂为例[J].市场周刊(理论研究),2012(02):41-43.

[2]徐莹.沂蒙地区红色文化资源的开发与利用研究[J].中国资源综合利用,2015,33(07):39-42.

[3]王丽霞,赵凤卿.全域旅游模式下的乡村旅游开发困境与对策[J].北京印刷学院学报,2020,28(02):122-125.

[4]成竹.基于共生理论的滇越国际旅游合作研究[D].云南大学,2015.

作者简介:

邢鹤龄(1987-),女,汉族,山东日照,南首尔大学博士研究生在读,就职于临沂大学商学院,研究方向:市场营销、旅游规划、乡村旅游。