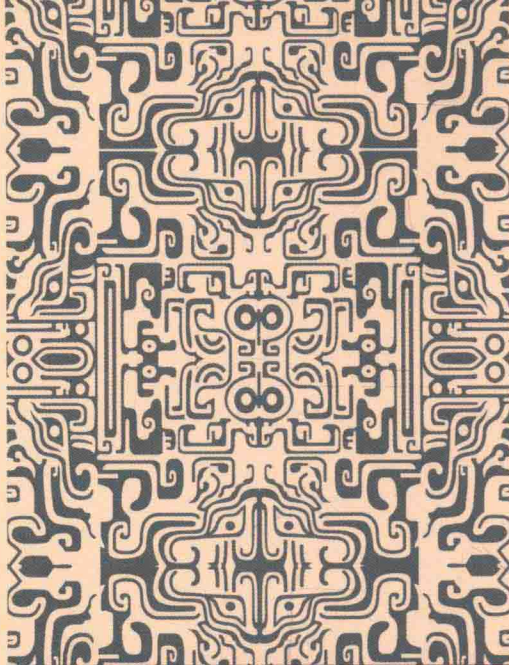


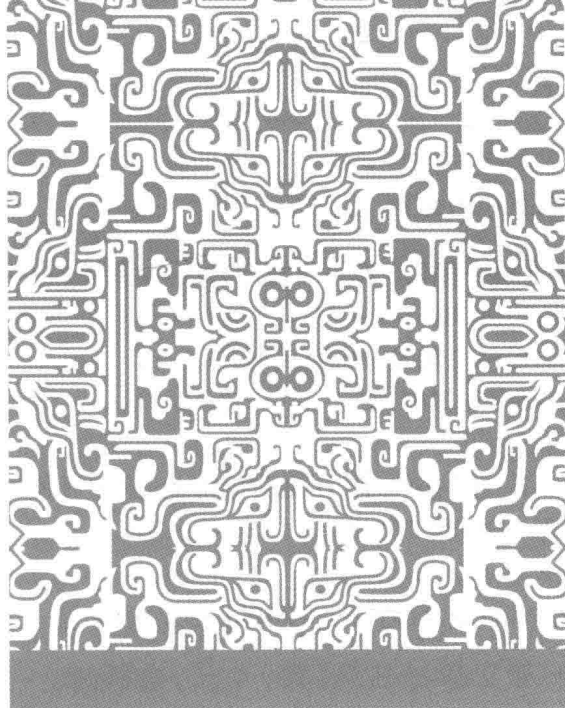


XUCHANGSHI LUYOUYE
ZHENGHE YOUHUA YU SHENDU KAIFA LUJING
YANJIU

刘阳炼◎著

许昌市旅游业 整合优化与深度开发路径研究

 郑州大学出版社



河南省高等学校人文社会科学重点研究培育基地许昌学院魏晋文化研究中心
河南省非物质文化遗产研究基地许昌学院非物质文化遗产研究中心

系列学术成果

刘阳炼◎著

许昌市旅游业 整合优化与深度开发路径研究

 郑州大学出版社

郑州

图书在版编目(CIP)数据

许昌市旅游业整合优化与深度开发路径研究/刘阳炼著. —郑州:
郑州大学出版社, 2015. 10

(许昌历史与经济文化建设研究丛书)

ISBN 978-7-5645-2104-2

I. ①许… II. ①刘… III. ①地方旅游业-旅游资源开发-
研究-许昌市 IV. ①F592.761.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 304562 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人: 张功员

全国新华书店经销

洛阳和众印刷有限公司印制

开本: 710 mm×1 010 mm 1/16

印张: 18.25

字数: 331 千字

版次: 2015 年 10 月第 1 版

邮政编码: 450052

发行部电话: 0371-66966070

印次: 2015 年 10 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5645-2104-2 定价: 35.00 元

本书如有印装质量问题, 由本社负责调换

许昌文史资源丰富,应该抓住发展机遇,促进资源整合与旅游开发。要坚持组团开发,优化布局,打造一线、两山、三点、四区、五组团文化旅游的基本格局。

目前许昌旅游发展层次浅,且旅游产品亟待深度开发,应该确立社区参与、有所不为、跨越发展等深度开发原则,建议采用体验旅游、区域联动、后发赶超等开发手段。

在旅游产品深度开发战略上,因地制宜,因类而异。三国文化旅游开发采用有形展现战略,集中建好曹魏故城遗址公园;以城镇为依托开发乡村旅游资源,有选择地建设旅游小城镇;周定王陵等景区知名度低,可采用非优区突变开发战略;采用名片亮化战略,建设曹魏文化、钧瓷文化、生态文化旅游形象;采用“城乡异体”战略,打造休闲产品,培育休闲市场。

许昌是中原腹地的历史文化名城,这里曾经是东汉末年汉献帝建都之所,也是曹操统一北方、统治北方的政治、经济、军事、文化中心。基于这种地缘优势,许昌学院长期致力于打造魏晋文化研究特色。2007年许昌学院成立了魏晋文化研究所,2012年3月成立了魏晋文化研究中心,同年10月被河南省教育厅批准为“河南省高等学校人文社会科学重点研究(培育)基地”。在许昌学院科研处和相关教学院部的支持下,魏晋文化研究中心充分挖掘各种资源,整合研究队伍,汇集了中国古代史、中国古代文学史、中国古代哲学史、中国古代艺术史等学科的教学、科研人员,彰显魏晋文化的研究特色。

许昌学院魏晋文化研究中心设立了魏晋隋唐史研究、魏晋文学与艺术研究、中原传统文化研究、许昌历史与文化建设研究等四个主要研究方向。魏晋隋唐史研究既是魏晋文化研究中心的主要研究方向,也是学校重点学科中国古代史学科的主要研究方向。在研究人员的共同努力下,魏晋文化研究取得了丰硕的研究成果。自2012年以来,中国古代史已获得了两项国家出版基金重大特别委托项目、两项国家社科基金规划项目及多项省部级人文社科研究项目;出版学术专著十余部,发表学术论文三百多篇,其中有五十余项成果先后获得河南省社会科学研究优秀成果奖、河南省教育厅人文社科优秀研究成果奖、许昌市社会科学优秀研究成果奖。

此次出版的丛书依据主题内容分别命名为“魏晋隋唐历史文化研究丛书”和“许昌历史与经济文化建设研究丛书”。“魏晋隋唐历史文化研究丛书”由《土族、士人与魏晋隋唐政局研究》《魏晋南北朝时期士人思想演变研究》《魏晋隋唐政治制度史研究》《魏晋南北朝社会生活习俗研究》《魏晋隋唐文学艺术思想研究》组成。这五部著作的选题侧重于魏晋隋唐时期的历史与文化,主要涉及这一历史时期的土族士人、政治制度、思想文化、社会生活等方面的内容。“许昌历史与经济文化建设研究丛书”由《颍川历史与非

物质文化研究》《颍川士族与魏晋隋唐历史文化研究》《许昌乡村休闲旅游研究》《许昌市旅游业整合优化与深度开发路径研究》《许昌市三国文化旅游产业联动开发路径研究》组成。这五部著作的选题侧重于许昌历史和现代文化建设,这也是积极落实学校“面向地方、服务社会”的办学指导思想、努力服务于地方经济文化建设和社会发展的实践。郡县制时代,许昌是颍川郡的首府,颍川郡的辖区比现在的许昌市大,当时的世家大族虽然在籍贯上属于颍川郡,多数已超出了现在许昌市的辖区,故在涉及许昌历史的两部著作冠以颍川之名。许昌现在的经济文化建设与三国文化有着密切联系,这也是将与旅游相关的三部著作列入后一套丛书的原因。

本次出版的“魏晋隋唐历史文化研究丛书”和“许昌历史与经济文化建设研究丛书”得到了许昌学院领导和科研处等部门的关心和支持,也得到了郑州大学出版社的领导和责任编辑的帮助。“魏晋隋唐历史文化研究丛书”的出版费用由许昌学院科研处魏晋文化研究专项经费资助,“许昌历史与经济文化建设研究丛书”的出版费用由许昌学院魏晋文化研究中心和历史文化学院的中国古代史学科建设经费、旅游学院的专业建设经费资助。在丛书出版之际,一并表示真诚的谢意。

许国林

2014年12月

目录

第一章 文化资源旅游整合优化的系统机制	1
第一节 文化资源的特点和旅游功能	3
一、文化资源的特点	3
二、文化资源的旅游功能	5
第二节 文化资源旅游整合优化的产业背景	6
一、旅游资源整合优化的概念	6
二、文化资源旅游整合优化潮流	7
三、文化资源旅游整合优化趋势	9
四、文化资源旅游整合优化途径	9
第三节 文化资源旅游整合开发的转化互动	10
一、文化资源整合和旅游产业转化的机制	11
二、文化资源开发与旅游发展互动关系分析	13
三、文化旅游与相关产业的关系模型	15
四、文化旅游资源开发的几个阶段	16
第二章 许昌市文化资源旅游整合优化分析	19
第一节 许昌市文化资源的类型和分布	21
一、文化旅游资源的一般分类	21
二、许昌市文化资源类型	21
三、许昌市文化资源分布	24
第二节 许昌市文化资源旅游整合优化基础	31
一、许昌市文化资源旅游整合优化的资源基础	31
二、许昌市文化资源整合优化 SWOT 分析	34

第三节 许昌市文化资源旅游整合优化模式	43
一、许昌市文化资源旅游整合优化的基本原则	43
二、许昌市文化资源旅游整合模式	46
三、许昌市文化资源旅游优化开发模式	48
第四节 许昌市文化资源旅游整合优化思路	50
一、坚持可持续的综合组团开发	50
二、优化布局,有序开发	51
三、加强重点项目建设,开发龙头产品	54
四、创新体制,促进旅游经济发展	59
五、实施跨越式赶超开发战略	62
 第三章 现代旅游业深度开发的动力机制	67
第一节 旅游市场需求活力有效释放	69
一、旅游发展水平提高	69
二、社会和个人受教育水平提高	73
三、闲暇时间增加	75
四、释放社会压力需求	78
第二节 旅游消费层次水平飞跃提升	79
一、短线旅游增加	80
二、休闲旅游增加	81
三、家庭旅游增加	82
四、消费结构更加理性	83
 第四章 许昌市旅游业深度开发战略分析	85
第一节 许昌市旅游业深度开发基础	87
一、市场基础	87
二、资源基础	88
三、产业基础	90
第二节 许昌市旅游业深度开发原则	92
一、社区参与的原则	92
二、可持续发展原则	93
三、有所不为原则	95
四、系统协调原则	96

五、依托发展原则	97
六、跨越开发原则	98
第三节 许昌市旅游业深度开发途径	102
一、战略任务分析	102
二、深度开发途径选择	103
第五章 有形展现开发战略——以汉魏遗址公园为例	129
第一节 旅游产品有形展现方法开发概述	131
一、有形展现方法原理	131
二、有形展现开发案例分析	132
第二节 汉魏遗址公园开发区条件分析	134
一、区域基本情况	134
二、开发条件分析	144
第三节 汉魏遗址公园有形开发构想	146
一、公园开发定位及原则	146
二、产品开发构想	150
三、功能布局构想	163
四、经营管理模式	165
第六章 许昌市旅游非优区突变开发战略——以周定王陵为例 ...	169
第一节 非优区突变理论概述	171
一、旅游资源非优区	171
二、非优区突变	172
第二节 周定王陵景区非优区现状分析	175
一、周定王陵景区概况	175
二、旅游发展的 SWOT 分析	178
三、周定王陵景区现状非优评价	180
第三节 非优区突变开发战略与项目策划	183
一、周定王陵非优区突变开发战略	183
二、周定王陵旅游项目策划	190
第四节 旅游形象建设与营销策略	195
一、景区形象建设	195

二、形象营销策略	196
第七章 许昌市假日休闲开发战略——以大鸿寨为例	201
第一节 许昌市城乡假日休闲开发	203
一、许昌市假游资源类型和分布	203
二、许昌市假游发展现状与特征	206
三、许昌市假游发展的不足之处	208
四、许昌市假游开发途径	209
第二节 大鸿寨山地生态休闲开发	212
一、大鸿寨山地生态休闲资源分布	212
二、大鸿寨山地生态休闲资源评价	213
三、大鸿寨山地生态休闲产品设计	215
第八章 许昌市旅游小城镇建设战略	221
第一节 许昌市旅游小城镇建设基础	223
一、理论基础	223
二、资源基础	224
三、社会基础	224
四、市场基础	225
第二节 许昌市旅游小城镇旅游资源评价与产品开发	226
一、旅游小城镇资源评价	226
二、小城镇旅游产品开发	228
第三节 许昌市旅游小城镇建设模式分析	232
一、许昌市旅游小城镇在建设中的问题	232
二、许昌市旅游小城镇建设模式比较	234
第四节 许昌市旅游小城镇体系建设构想	238
一、许昌市旅游小城镇分布格局分析	238
二、许昌市旅游小城镇体系建设构想	244
三、小城镇空间体系构想的特点和动态拓展	249
第九章 许昌市旅游名片工程建设战略	251
第一节 许昌市“曹魏故都”旅游形象重构战略	253
一、“曹魏故都”形象重构理论支持	253

二、“曹魏故都”旅游形象要素分析	256
三、“曹魏故都”旅游形象设计要略	260
第二节 鄢陵花木旅游体验参与开发战略	267
一、鄢陵花木旅游开发的可行性	267
二、鄢陵花木旅游开发的不利因素	268
三、鄢陵花木旅游开发途径选择	269
第三节 神垕古镇钧瓷文化旅游活化战略	272
一、陶瓷文化旅游发展趋势	272
二、神垕镇钧瓷文化旅游现状	272
三、神垕镇钧瓷文化旅游开发构想	276

第一章



文化资源旅游整合优化的系统机制

第一节 文化资源的特点和旅游功能

文化资源是一种动态、开放形态的资源,其开发和发展的过程,实质上是文化资源不断转化为文化产品、文化服务的价值实现过程。审视文化资源,并开发利用,在当前我国大力发展第三产业的形势下,显得尤为重要。有些文化资源在科研、教育、考古方面有着很高的价值,有些在旅游方面具有很高的开发价值。但是,文化资源优势并不能天然地转化为产业发展的优势,文化资源的个体特征,开发模式的创新、创意,是决定文化资源开发的形式、内容及开发利用效果的关键。

一、文化资源的特点

(一) 资源的可变性和持久性

各种各样的文化资源,都是以符号或意象的形态来表达的,承载着一定的内容,具有相对稳定的特性,但也有发展变化的特性。^① 对文化历史的理解、开发、利用,必然会随着时代的变迁、社会的变革、人类的进步,不断得以衍生和发展。特别是在经济全球化趋势越来越明显的今天,一个文化系统自我禁锢,封闭自处,缺少与外界的交流,就必然会因为生命力的丧失而逐渐弱化,直至消亡。因此,不能消极、僵化地对待文史资源的开发利用问题。

大多数文化资源的价值是在人类审美过程中释放的。文化资源,特别是优秀的文化资源,是一种可以无限开发利用的资源,价值是无穷的,可以满足人们世代的需求,是全人类的共同财富,具有持久性特征。^② 一部分历史文化不为当代人所认识和看重,一定时间以后,它的价值就会被后人发现和重新评价。还有一部分历史文化,在人类认识的过程中,价值会逐渐得以提升。随着社会的发展,人们对高层次消费的需求增加,不仅需要了解一种或一个地区的历史文化,而且有一种体验目标历史文化的欲望和冲动。

① 丹增. 发展文化产业与开发文化资源[J]. 求是, 2006(1): 44-46.

② 胡兆量. 文化资源论[J]. 城市问题, 2006(4): 2-7.

我们今天不断地去探索 and 了解古代和异域的历史文化,其实就是历史文化持久性的体现。

(二) 资源的传承性

文化资源具有很强的传承性。历史文化是有生命的,一旦形成,它便会在特定的人群中凭借自己的方式世代相传延续,通常以意识语言或物化符号的形式通过后辈的活动遗传下来。传统的价值观、思维习惯、情感模式和行为规范,通过传承过程将其沉淀、保存和流传下来。在生活和生产过程中,继承者的独创性思维和实践能力可能突破前人,地方和民族的文化习俗等不断添加新的主题和创意,体现了文化历史在继承过程中既有传递性,又有独创性,是一种可以延伸的资源。

(三) 资源的隐潜性

文化资源的隐潜性^①,是指历史文化在物质形态和价值表现上,被人们发现、利用和开发,需要一段相对较长的时间。很多宝贵的文物深埋于地下,难于开发,产品转换也就无从谈起。有些文化产品,不像物质产品那样可以马上被人们所感受,其价值往往深含于一段历史当中,需要慢慢领略、细细品味,而且局限于那些文化知识层次较高的市场群体。

文化资源的隐潜性还表现在它的后发影响。文化资源的价值很难度量,但是其影响是客观存在的。文化资源或来自于重大历史事件的策源地,或历史进程的里程碑,或本身就是一段活生生的历史。这些历史的载体,凝聚着古人的智慧与劳动,饱含鲜明的民族风格和地方特色。特别是垄断性较强的文化资源更存在不可量化的价值。一段深刻的历史文化,给人激情和力量,具有强烈的冲击力、震撼力和感召力,能够升华思想,激扬精神,陶冶情操,润物无声。

(四) 资源的区域性

在不同的时代和不同的地理空间,产生和发展的历史文化肯定是有差异的。但是优秀的文化,无论是地方的还是民族的,都能为人们所喜爱。然而,人们的审美标准和欣赏情趣也有个性差异,有地区性和民族性的差异。不同地区,不同民族,对历史文化有不同的理解和认同。例如对狼的认识,中国人认为狼凶残,西方人认为狼有团结精神,还把狼作为城市的图腾和男

^① 宋长海,张婷.关于人文旅游产品开发的思考[N].中国旅游报,2006-06-19(7).

人的名字。

文化资源具有整体性,它的价值要通过整体来反映,不能脱离它的发生环境和背景。自然背景的整体性是指历史文化有特定的自然背景,譬如河流、湖泊、山地,离开了特定的自然环境,历史文化就失去了它存在的价值。社会活动的整体性是指传统的民俗、民风活动,都是由建筑、服饰、习俗、歌舞、饮食等综合要素构成的。破坏任何一个要素,都有损民俗文化的整体形象。

二、文化资源的旅游功能

异彩纷呈的历史文化资源,是一种社会现象,但经过人们用自己的智慧进行设计和加工后所产生的可视形态,就是旅游产品。这种方式使旅游产品和文化融为一体,为社会所普遍享用,为广大游客的参与提供了可能,渗透在人们的旅游活动中。由于历史文化能够影响人们的审美观念,从而极大地扩充了旅游产品的文化含量。文化资源的旅游功能主要体现在以下方面:

(一) 发展经济功能

历史文化作为人类劳动和智慧创造的结晶,贯穿于人类发展和演化的整个过程,构成了丰富多彩的文化类型及其内涵。作为资源,它不能直接为社会经济发展服务。但是只要通过一定的转换机制,文化资源转化开发为旅游产品,就能发挥自身的价值,为旅游和相关产业带来巨大的经济效益。在我国很多地方,文化资源已成为当地发展旅游业、提高经济发展水平的宝贵资源。

(二) 增长知识功能

文化资源的文化价值,是人类文史资源最为显著的价值本体,体现了这种资源的社会性和人类活动赋予资源的深厚价值。游客无论是参观某地的文物古迹,还是领略当地的民族风情,都会在游览的同时接触到很多异域的见闻,开阔自己的视野,丰富自己的知识。

(三) 教育民众功能

很多历史文化旅游地被开发成教育基地,重现历史,在很大程度上使游客受到启发,悟出很多为人处事的道理,有利于整个社会的和谐发展。我国各地相继推出革命老区红色旅游,一方面可以缅怀革命先烈的丰功伟绩;另一方面可以教育人们要艰苦奋斗,勤俭节约,珍惜今天的幸福生活。圆明园遗址残缺的西洋楼石柱,交织着民族的兴衰荣辱,发人深思,催人猛醒,是进

行爱国主义教育的生动教材。

(四)陶冶情操功能

旅游本身就是一种在一定经济水平之上的文化活动。历史文化的多种存在形式可使游客体会到人类所创造的物质文明和精神文明的博大精深,在惊叹之余,不觉地被古代文明所熏陶。如游览闻名世界的万里长城,游客不仅可以以轻松的心情领略北国风光,还能感受到古代民族抵御侵略的决心,激起爱国情怀。再如欣赏一些歌舞、绘画、书法、戏剧等文化资源形态时,还能够陶冶人们的情操,增强人们的审美意识。

第二节 文化资源旅游整合优化的产业背景

一、旅游资源整合优化的概念

整合(integrate)具有特定含义。李华驹主编的《大英汉词典》对 integrate 词条的注释是“使成整体,使完整;把……结合(成整体),使成一体,使一体化;使结合,使综合变成一体”。^① 总之,“整合”是使事物结合成一体、使事物完整的过程。从事物之间的联系来讲,整合就是通过整理、系统化,合并为一个整体系统的工作。从运动方面来讲,就是在事物的矛盾运动中,按照一定目的把分散事物的各个部分、各属性综合、合并,联合成一个整体系统的过程。^② 在字面意义上,“整合”是调整系统内各要素并加以重新组合,使之达到协调统一。整合是对原有事物的结构进行调整,使原有事物得到发展和完善。同时,整合也是一种创新行为。因为,对一个事物内在结构,或对其内在与外在环境的联系加以调整,都会使事物改变原有形态,乃至原有性

① 石岭. 区域旅游整合开发分析——以荣昌县为例[D]. 重庆:重庆大学,2005,35-39.

② 张锦东. 整合旅游资源,打造旅游品牌[J]. 北京工商大学学报(社会科学版),2000(5):89-91.