

# 新县全域旅游发展模式、问题与对策分析

段俊伊

(信阳师范学院商学院,河南 信阳 464000)

**摘要:**大别山革命老区新县,有着优越的自然生态资源优势 and 独特的红色革命基因。当前,新县正在全域旅游的整体框架下科学有序的开发乡村红色旅游资源,实现红色旅游和绿色生态旅游的相互促进,互补双赢。新县旅游业的发展得到了领导的重视、科学的规划、当地群众参与度空前热情,全域旅游已经成为新县最先进、最靓丽的发展名片。通过研究新县全域旅游发展的资源基底和发展现状,总结出新县全域旅游发展存在的问题,找到适合新县全域旅游发展的正确道路,助推全域旅游成为新县经济发展的新增长点、产业结构的新升级动力,带动老区人民脱贫致富。

**关键词:**新县;全域旅游;发展现状;提升策略  
**中图分类号:**F2 **文献标识码:**A

doi:10.19311/j.cnki.1672-3198.2019.14.011

信阳市“十三五”旅游产业发展规划中提出,要把新县打造成为“全国知名的红色生态旅游目的地”。现阶段新县在创建“首批全国全域旅游示范县”的重要机遇背景下,开展国家生态文化旅游融合发展试验区、旅游休闲示范城市、红色旅游示范区等专项旅游功能区建设,实现旅游与相关产业的全域化、智慧化发展。

## 1 新县发展全域旅游的背景及原因分析

### 1.1 优化产业结构

新县2017年一二三产业结构比为24.2:42.4:33.4,产业层次较低、链条短,发展全域旅游,对于推动新县旅游提档升级,引领和带动现代服务业发展具有重要的战略意义和作用。

### 1.2 统筹城乡发展

目前新县有2个4A景区、6个3A景区,主要旅游景区(点)集中在中部与东部,呈现出空间发展不均衡的现象。通过发展全域旅游,有利于统筹协调、优化配置区域内的各类资源;有利于基于旅游者需求推动服务基础设施的创新完善;有利于落实乡村旅游的农村用地政策。

### 1.3 彰显品牌形象

新县红色旅游经过多年的发展已经具备一定的知名度,但是目前相应的旅游产品和旅游产业支撑不足,导致品牌形象不够清晰,通过发展全域旅游,从特色化的旅游景区、情景化的景观节点、主题化的产品体系、精彩性的节庆活动等四个维度支撑新县品牌形象,构建特色鲜明的红色旅游目的地。

## 2 新县旅游产业发展优势分析

### 2.1 生态、地域特色、文化资源丰富,具备开发为优秀旅游目的地的潜质

(1)新县是绿色明珠,天然氧吧。新县地处南北气候过渡地带,四季分明,雨量充沛,生态环境优良,动植物荟萃华北、华中、华东三大区系。新县因靛而绚丽:县城精致秀美,徜徉潢河两岸,既有西湖之风情,又有江南之婀娜。峰峦叠嶂、山幽石奇、飞瀑流泉,美丽乡村异彩纷呈,现有精品旅游景点20余处。新县荣获“全国园林县城”、“中国最佳旅游目的地”、“全国旅游标准化示范县”等多个国字号奖牌,对于今后的发展,新县也提出在“十三五”五期间持续促进生态环境质量实质性提升……新县对生态环境多年的执着守望和坚韧打造,将成为未来新县旅游的极大优势。

(2)新县是古色家园,梦里老家。新县历史遗存丰富,因古而厚重。新县地处中原文化和荆楚文化的交汇交融地带,古村落民居密集分布且独具特色,境内保存有完整的明清古民居,尤其以西河村而闻名于四方:西河湾位于新县周河乡西北部,属典型的深山村,山、水和田园风光相得益彰,古文化和民俗文化交响辉映。这里有全国唯一的齐天大圣庙,庙旁有一玉皇寨。西河兼具丰富的民俗文化,长者们编竹筐、绣鞋垫、用老式纺纱机、写毛笔字,传统文化深深影响着一代代人们,向世人诉说岁月古往的精彩!

古文化给新县带来独特的市场价值,这些古色乡村资源为新县乡村旅游开发提供了良好的基础,营造了绝佳的乡村休闲、乡村度假、乡村生活氛围,容易引起都市人稀有的热情、淳朴之心理共鸣。厚重的古文化为新县旅游提供了巨大的精神动力和取之不尽、用

之不竭的文化素材。

(3)新县是红色胜地,将军故里。新县是全国著名、河南唯一的将军县。革命战争年代,鄂豫皖革命根据地首府就是坐落于新县,刘邓大军千里跃进大别山的落脚地,黄麻起义的策源地。新县走出了许世友、李德生、郑维山等43位共和国第一代授衔将军,培育了50多位省部级领导干部,献出了高敬亭、吴焕先等5.5万名优秀儿女的宝贵生命。这些宝贵的精神财富,是人们学习体验的重要资源,新县被中宣部命名为全国爱国主义教育示范基地。

新县的红色胜地以田铺乡的许世友将军故里而闻名:许世友将军卓著的战功、豪饮直言性格、忠国孝母的情怀和富有传奇的一生,深受世人敬仰,前来拜谒将军的社会各界人士络绎不绝,许世友被誉为毛主席山东战场的先锋。这里既是缅怀革命先辈,接受革命传统教育的地方,又是观赏自然风光,体验大别山淳朴民风民俗的理想场所。

### 2.2 广大的客源市场,能够扩大新县旅游的知名度,带动消费增长和经济发展

近年来,红色资源得以重点保护开发,红色旅游影响力不断提升,新县的红色景区极大吸引着周边城区的青少年学生和历经战争年代的老一辈革命家。河南是全国人口第一大省,客源市场雄厚。新县由于自身区位优势,处在交通网络发达、经济圈重叠的有利位置,交通网络发达,具有良好的可进入性。新县的旅游景区特色融合性广,很多景点兼具红色、绿色、民俗、历史等多重元素,新县可以利用爱国纪念日活动和重要民俗节事活动的影响,开展目的地营销和事件营销,推动红色旅游市场的吸引力集聚。

### 2.3 符合产业结构的演进方向,有利于推动新县产业结构的优化升级

“十三五规划”明确对新县的全域旅游工作提出要求:要按照“五位一体”总布局和“四个全面”战略布局,以推动全域旅游为主线,加快推进供给侧结构性改革,将旅游业培养成为经济转型升级的重要推动力、生态文明建设重要引领产业、展示国家综合实力的重要载体。新县的旅游产业的转型升级,完全契合国家关于旅游业的发展定位和要求,吻合了国家对于革命老区兴办旅游产业扶贫的重要思想。新县大力发展旅游产业,为产业结构的优化演进,转型升级提供了强有力的支撑作用。

## 3 新县全域旅游发展的现状

### 3.1 新县旅游产业供给现状

旅游产业供给量级不断提升,产业规模不断壮大,景区、酒店、旅行社等的服待进一步完善:(1)2011—2017年,新县旅游收入呈现逐年上升趋势,2016年全县实现旅游综合收入14.1亿元,相比2011年5.16亿元增长173%;(2)截至2017年12月,新县共有A级景区7家,其中4A级景区2家、3A级景区5家;(3)截至2017年12月,新县共有星级酒店7家,其中四星级酒店2家,三星级酒店5家;(4)截至2017年12月,新县共有旅行社5家。

### 3.2 新县旅游产业需求现状

从近年来新县与全国其他将军县相比看出:游客对新县旅游的需求及消费不足。2011—2017年,新县

旅游人次呈现逐年上升趋势:(1)2015年,全县共接待游客254.8万人次,实现旅游综合收入12.18亿元,同比增长分别为12.3%、15.7%,旅游业增加值对GDP的贡献率超过10%;(2)2016年,全县接待游客287.3万人次,实现旅游综合收入14.1亿元,同比增长分别为12.76%、15.8%,旅游业增加值对GDP的贡献率超过10%;(3)2017年,全县接待游客468.92万人,实现旅游综合收入23.25亿元,同比增长分别为63.2%、64.9%,旅游业增加值对GDP的贡献率达到了19.8%。对比湖北红安、安徽六安、安徽金寨、江西兴国等其他将军县排名第四。百度大数据实时搜索指数,新县指数不及湖北红安、安徽六安、安徽金寨等将军县。

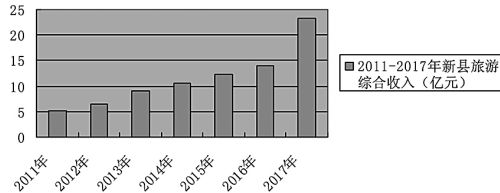


图1 2011年—2017年新县旅游业综合收入

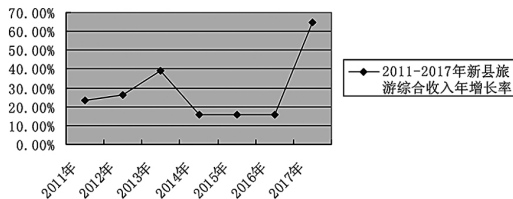


图2 2011年—2017年新县旅游业综合收入年增长率

### 3.3 旅游产业融合现状

特色产业发展势头良好,“旅游+”产业融合有待进一步加强。在新县旅游的逐步发展和产业深化过程中,应充分利用新县丰富的产业资源,与旅游业充分融合发展,形成多样化的产业旅游:(1)旅游+农业及加工业:新县是著名的板栗之乡、银杏之乡、茶叶之乡、油茶之乡和中药材、山野菜富产地,现今在大力培育茶叶、油茶、有机蔬菜等绿色生态农产品生产基地建设,打造豫南地区重要的农副产品加工区;(2)旅游+医药制造业:新县本土企业羚锐集团是一家以医药为龙头的集团化企业,依托羚锐集团,新县大力发展医药制造业,并将医药制造业定位为全县产业集聚区主导产业;(3)旅游+智能制造业:新县以骏诚科技、毅辉智能为窗口和载体,积极推进电子产业集群、装备制造产业集群建设;(4)旅游+教育培训业:新县积极推进大别山干部学院、河南省检察职业学院大别山分院建设,带动第三产业发展,教育培训正在成为新县促进新型城镇化的新型业态。

## 4 新县全域旅游发展的问题

### 4.1 资源开发模式相对单一

(1)资源开发模式单一。新县虽然旅游资源丰富,但相对于周边地区,“红”不过湖北红安,“绿”不过安徽金寨,且当前资源开发模式单一,区域同质化现象严重,大多数乡村资源处于原始状态,没有形成有特色、有影响的旅游产品或项目;(2)文化资源有待深入挖掘。新县历史悠久,文化积淀深厚,多样,但目前多数文化资源没有得到深入挖掘、整合和利用。多数文化的开发停留在表面,单调不吸引人,没有体现出文化资源应有的旅游价值。

### 4.2 产品结构不优

目前,在新县已经开发的景区中,休闲度假产品、新型产品供不应求,个性化的产品严重缺乏:(1)现有旅游产品以观光型为主。观光型产品内容和形式单调,缺乏文化感染力,不能满足现代人们的好奇心和兴趣;(2)休闲度假产品较少。新县的生态环境对都市人具有强大吸引力,但目前仅有正在开发中的裸心季旅游度假区,不能满足人们对休闲度假的需求;(3)夜旅游产品几乎没有。“白天看庙,晚上睡觉”的旅游方式不能迎合游客的需求,急需开发夜旅游产品。

### 4.3 旅游业态品质不高

餐饮、住宿、购物、娱乐等与游客直接相关的行业精品欠缺,影响游客停留时间与旅游消费,行业溢价率低。(1)农家菜是新县美食的主要特色,但缺少精品,质量与口味参差不齐。农家乐餐饮点存在经营理念滞后、产品同质化竞争严重等问题;(2)新县目前住宿业设施构成比例不协调,高端少,低端多,无特色民宿,现有的住宿设施不能留住消费能力较强的中高端客群;(3)新县境内资源丰富,但缺乏质量标准体系及精品意识,开发手段单一,没有形成系列精品品牌。

### 4.4 旅游公共服务供给不到位

新县整体综合实力较弱,基础设施建设任务重,旅游公共服务体系建设缺乏全盘系统的思考:(1)全县的一级旅游集散中心正在规划建设中,全县的旅游集散体系尚未构建;部分城乡自驾游和生态骑行的服务体系还需强化,交通畅达度有待进一步加强;(2)新县目前主要依托旅游景区的游客中心提供信息咨询等服务,尚未形成全县层面的旅游信息咨询服务体系;(3)旅游安全预警仍需进一步加强,安全信息发布等功能有待完善,常态化的旅游安全教育有待强化。

### 4.5 综合管理体制尚待优化

现有旅游发展保障机制力度不够,缺少政策支撑,问题表现在:(1)旅游部门职能有限,旅游协调机制较为薄弱,跨部门沟通与协作有待进一步加强;(2)旅游管理体制衔接不顺畅,景区的开发管理职能交叉、重复、空缺等体制性矛盾突出,协调难度大;(3)在具体旅游工作实施中,各搭各的台,各唱各的戏,突破旅游规划、改变旅游规划情况屡见不鲜,不利于新县旅游行业整体发展。

## 5 推动新县全域旅游发展的建议及结论

### 5.1 强化资金扶持,保障全域旅游硬件设施完善

#### 5.1.1 制定加快全域旅游发展优惠的政策

综合配套财税税收、资金支持政策、旅游基础设施投资优惠政策、吸引外资政策、旅游促销奖励政策。(1)县财政局优先安排旅游发展资金引导市旅游产业发展,落实“旅游税收占地方财政税收10%左右”的创建指标;(2)加大旅游招商引资力度,把旅游招商列入重大招商活动之中,鼓励社会资本投资旅游。

#### 5.1.2 积极设立旅游发展专项资金

利用旅游专项资金,增加产业投资,增加旅游宣传费用。(1)设立新县全域旅游发展专项基金,采用“拨改投”方式,重点支持旅游发展规划编制、旅游市场营销、重大旅游项目建设、旅游服务体系建设、品牌企业创建等;(2)增加县级财政旅游产业发展专项引导资金规模,切实保障“国家全域旅游示范区”创建工作。

#### 5.1.3 发挥旅游优惠政策的杠杆作用

推出税收优惠政策和服务措施,从支持生态保护、开展环境税试点、鼓励民宿、旅游创业就业等多角度、多层次促进古道旅游、乡村旅游、生态旅游发展。

### 5.2 完善交通设施,推动全域旅游交通大格局建设

当前,新县实现了村村通公路、县乡连通公路,但对于全域旅游要求的交通便捷通达性来说还相距甚远。因此,要从外部、内部、特色模式方面入手,完善交通设施建设,推动建成符合全域旅游示范交通建设要求以及满足游客的可进入性的心理预期的交通大格局。

#### 5.2.1 外部交通建设要追求便捷直达,多模式匹配

(1)开通新县发往武汉、合肥、郑州的铁路旅游专列;(2)对京广高铁沿线城市居民及新县周边居民推出周末票,刺激周末出游频率;(3)依托新县附近武汉机场及即将建成通航的信阳机场,作为外省游客来新县的中转站,开通客源地直航航班;(4)对主要自驾车客源市场至新县的高速、国道路段,与相关地区交通部门协商,实行财政补贴,对周末出行来新县的车辆实行收费优惠。

#### 5.2.2 内部交通建设要着力打造“两横七纵五循环”交通大格局

(1)依托东西向的两条省道高速公路和南北向的七条国道、省道高速公路,推进大旅游综合发展环线、大别山旅游区环线、香山湖及长洲河环线交通建设;(2)要提升游客前往旅游景区交通服务质量,运用“客

# 三亚中医药养生旅游决策影响因素研究

郑直 刘春放

(三亚学院管理学院,海南 三亚 572022)

**摘要:**近年来,国内掀起了中医药养生旅游的热潮,三亚风光旖旎、气候宜人,发展中医药养生旅游得天独厚。通过问卷调查,采用 SPSS23.0 软件对数据进行处理研究中医药养生旅游决策的影响因素,并结合分析结果提出发展对策,期望可以为推进三亚中医药养生旅游的实践发展略尽绵薄之力。

**关键词:**中医药养生旅游;旅游决策;影响因素  
**中图分类号:**F2 **文献标识码:**A

doi:10.19311/j.cnki.1672-3198.2019.14.012

## 1 引言

中医药养生旅游是集修养、康复、保健等为一体的新兴旅游形式,当下国内外对于健康旅游、养生旅游的

区分并未有明确界定,二者之间的研究常常混为一谈。2002年南宁中药养生旅游和三亚中医药健康旅游的发展,是我国养生旅游的开始。现如今,在当前旅游消费

“运+旅游”发展模式,增加新县长途客运站旅游集散功能,推出旅游观光巴士、旅游直通车,还可以高速、国道交通主干线为主体,打造新县全域旅游新干线。

5.2.3 特色模式方面要构建完善的慢行交通体系,打造特色休闲绿道

结合新县现有公路网基础,以绿色、生态、环保为理念,形成完整系统的旅游绿道道路网,有效串联辖区内现有及规划景点,打造集休闲、健身运动、观光旅游、体验自然等一体的道路慢行系统,可规划搭建小潢河滨水绿道、连康山及黄毛尖临山绿道、美丽乡村生态绿道,充分体现环保休闲的慢行交通特色。

5.3 扩大开放程度,构建旅游公共服务体系

新县的资本运行模式比较单一,金融、民间、营利组织的闲散资金并没有发挥出投资效益。(1)政府要采取措施吸引民间投资和社会资本,整合力量来推动旅游产业集聚和融合;(2)加强全域创建工作的组织领导和顶层设计。建立全域旅游工作联席会议制度,每季度召开一次全域旅游工作推进会议,出台关于促进旅游业改革与发展的意见,保障创建工作有序推进;(3)推进旅游综合协调体制机制改革创新,设立“1+3”旅游综合管理体制。

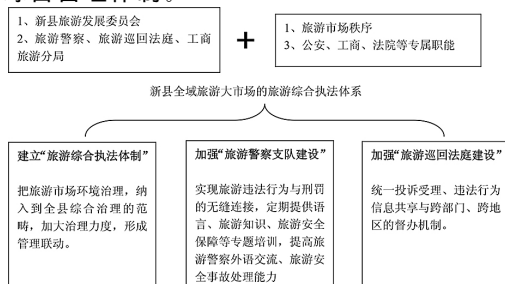


图3 新县旅游综合执法体系“1+3”模式”

5.4 规划全域营销,缔造县域旅游营销新典范

以“山水红城 健康新县·大别山旅游公园”为城市品牌,重点做好红色休闲、生态度假、乡村旅游等专项市场的营销,多层次、全方位推进“美丽新县”营销工程:(1)“宏伟将军县”新县名片。将将军故里作为新县的城市名片。以红色首府景区、许世友将军故里、郑维山将军故里等景区为支撑,联动大别山片区向外做营销推广;(2)“美丽瞬间”新县摄影大赛。联合各大旅游网站,通过预热、拍摄、评选、展示四个阶段比赛活动,将新县的旅游风采向外界传播;(3)“美丽乡村”特色村落评选。邀请游客评选出新县“最想留居”的乡村点,参与者皆可得到免费留宿的奖励,推动乡村田园度假品牌的塑造。

5.5 强化部门协调,完善全域旅游组织人才保障体系

(1)创新旅游管理体制机制。成立由新县党委政府主要领导牵头的全域旅游创建工作领导小组,并设立常态运作的全域旅游创建工作协调办公室,召开新县全域旅游创建动员大会并开展培训,建立全县各乡镇和部门的综合绩效考评体系,编制新县全域旅游示范区创建规划、实施方案、推进意见等文件,明确责任分工,强化涉旅部门组织协调和行动参与。

(2)构建旅游人才保障机制。组建旅游公共服务体系“专家智库”;制定旅游专业人才提升计划,深化智力资源整合,强化旅游教育培训;创新政府与企业间,高校与企业间,政府与高校间,行业间的人才沟通交流机制。

综上所述,旅游产业在新县产业链经济中处于支柱性地位,新县已建设成为国家全域旅游示范县,通过发展旅游产业,实现经济社会的可持续发展,助推革命老区乡村振兴。依托新县丰富的红色文化资源、良好的生态条件,通过“全域旅游”统筹新县城区、乡村旅游建设协调发展,驱动新县相关产业转型升级,将新县建设成为集红色体验、生态观光、乡村休闲、养生度假于一体的全域旅游目的地,引领示范新县全域旅游建设。

## 参考文献

- [1] 河南省新县统计年鉴[Z]. 2011—2017.
- [2] 文平. 河南省文化产业与旅游产业深度融合研究[J]. 河南科技学院学报, 2015, (07): 10-13.
- [3] 冯淑华. 红色旅游文化软实力及其符号化研究[J]. 旅游研究, 2012, (02): 6-11.
- [4] 刘春香. 发展全域旅游, 助推老区振兴—新县探索全域旅游发展纪实[J]. 河南日报, 2017, (10): 25-27.
- [5] 刘蕊, 丁莹. 河南新县红色旅游产品创新研究[J]. 赤峰学院学报, 2013, (05): 10-15.
- [6] 王树茂. 河南新县: “红色旅游+ 助力脱贫攻坚”[J]. 中国旅游报, 2017, (06): 31-32.
- [7] 新县全域旅游创建工作简报[Z]. 2017.
- [8] 新县旅游局局长吴克君在全县旅游工作会议上的讲话[Z]. 2017-3-15.
- [9] Tadahiro Okuyama, Hayato Ishihara. Effects of Improving Public Services for Tourism Developments in Islands: The Case of Remote Islands in Nagasaki, Japan[J]. Open Journal of Social Sciences, 2015, (6): 6-7.
- [10] Stepchenkova S, Kim H, Kirilenko A. Cultural Differences in Pictures of Destination Images: Russia through the Camera Lenses of American and Korean Tourists [J]. Journal of Travel and Tourism Marketing, 2015, 54(6): 758-773.
- [11] Chen H, Chen P, Okumus F. The relationship between travel constraints and destination image: A case study of Brunei[J]. Tourism Management, 2013, (35): 198-200.

基金项目: 2018年海南省省级大学生创新创业训练计划项目(201813892093)。