

武汉高铁旅游完善对策之探析

■ 张 军 中国科学院广州地球化学研究所
匡耀求 中国科学院广州地球化学研究所

高铁的开通成为武汉市旅游强有力的推动要素,改变了武汉市原有的旅游状况,同时也对武汉作为城市旅游目的地的各个方面产生了影响,带来了新的挑战。本文分析了高铁开通对武汉市旅游地位带来的深刻转变,指出了武汉高铁城市旅游中出现的各个方面的问题,并针对问题提出了解决方案,使武汉市作为高铁旅游目的地能够进一步完善并具有更为强劲的发展潜力。

一、高铁开通对武汉城市旅游带来的深刻变化

自2009年起开始运营的武广高速铁路,给武汉市的城市旅游带来了深刻的、具有历史意义的转变。在接下来的几年里,武汉市的城市旅游呈现“井喷式”发展。2010年,武汉市旅游人数达到8852.34万人,同比增长39.18%;2011年旅游人数达到1.18亿人,同比增长24.98%。已投入运营和即将相继建成的四纵四横高速铁路(京广、京沪、京哈、杭深、沪蓉、沪昆、徐兰、青太)都是以武汉为圆心向全国辐射,而且高铁发车频率非常高。以武广线为例,广州到武汉高铁“公交化”密集发班,发车时间最长间隔20分钟,最短

间隔9分钟。这使武汉在湖北省,甚至整个中部地区旅游业的龙头带动作用更加凸显。

在一地的旅游发展条件中,旅游资源和旅游区位是至关重要的因素。高铁开通之前,武汉位居华中交通中心,区位条件虽好,但离我国三大旅游客源地长三角、珠三角和京津地区较远,对这些旅游客源地的游客吸引力不足;而在旅游资源方面,武汉市同国内著名旅游城市相比,资源特色不够突出,市内著名景点如黄鹤楼的游客主要为外地人,其他景点如归元寺、东湖的游客为当地游客与外地游客间杂,新景点如江滩公园等以当地居民观光休闲为主。高铁开通之前,武汉是典型的过路型城市,而非旅游接待地,该地的旅游客游量及旅游业收入也与这种情况相吻合。2008年,武汉市旅游业总收入占武汉市GDP的9.08%;2009年占11.01%,这一比例明显低于我国主要旅游目的地的一些城市。

高铁开通成为改变武汉城市旅游地位的关键外部因素,使武汉市城市旅游中的需求关系发生了转变。高铁不仅提升了武汉的旅游区位优势,更使武汉成为了高铁旅游4小时经济圈的中心,国内许多与湖北省不相邻的重要

客源地如长三角、珠三角、环渤海地区都进入了4小时旅游圈的范围。高铁的可到达性和其“公交化”密集发班方式更适合北京、上海和广州等地游客的周末出游,改变了人们的出行方式,让湖北渐渐成为珠三角等发达地区的“后花园”。据相关数据显示,2009年春节期间,武汉市共接待旅游团队351个,同比增长160%,这一数据表明,自1998年以来,武汉第一次出现游客量“进”大于“出”的现象,说明武汉市旅游市场性质有了历史性的转变。再以2012年武汉市“十一”黄金周为例,由于国庆和中秋双节叠加,假期时间延长,游客出游意愿增强,又值郑武高铁正式开通运营,加之武广高铁公交化运营常态化及多个方向增开动车临客,使游客量明显增加,全市纳入统计的47个景区共接待游客851.24万人次,同比增长29.49%,全市实现旅游总收入34.56亿元,同比增长50.43%;旅行社地接团3492个12.47万人次,同比分别增长4.46%和8.28%,全市住宿设施平均客房出租率达到73.94%。由此可见,武汉城市旅游因交通条件的改变而发生了变化。高铁带来的交通条件的改变加之休假时间等因素的影响使客流量大量增加,武汉由

本文第一作者为中国科学院大学在读博士研究生

过路型旅游城市转变成旅游接待地。

二、武汉高铁旅游中之问题分析

近年春节黄金周和梅花节、樱花节、清明节的高铁旅游高峰来看,武汉市作为旅游目的地,在各个方面都暴露出不少问题,这些问题表现在以下几个方面:

第一,旅游目的地综合管理方面。据新华网报道,2010年武汉樱花节期间,每个周末到武汉赏樱花的旅游团达300多个,约4万人,创外地游客历史之最。但旅游接待方面的各种问题也随之而来,市内交通成为高铁旅游的短板。在黄金周、樱花节、梅花节等旅游高峰阶段,造成了“行易游难”的局面,旅游大巴在路上一堵就是几个小时,许多团队为了赶回程的高铁不得不放弃了赏樱的行程。武汉市内居民也因为樱花节带来的拥堵,日常生活受到影响,叫苦不迭。除此之外,旅游旺季住宿困难、就餐困难、景区停车困难、返程订票困难等问题也十分突出。旅游接待能力也是一个问题,旅行社和相关服务行业工作水平不高,致使游客投诉增加。除此之外,从武汉市各大旅行社的接团数据来看,武汉高铁旅游表现出的季节性太强,除樱花节、黄金周等几个旅游旺季之外,其他时间到访人数不多。

第二,旅游景点建设方面。在旅游旺季,一些景点拥挤不堪,如三月樱花盛开,武汉大学和东湖周边客流量严重超过承载力,为游客和当地居民生活带来极大不便。

武汉市传统的旅游景点在旺季期间人满为患,而近年来对新开发的景点如武汉新天地、武汉欢乐谷和楚河汉街等的宣传力度不够,未能及时整合到传统景点中来。除此之外,传统景点只能满足观光旅游。高铁旅游的游客中相当一部分为年轻人,单一的观光旅游难于满足他们的需求。景点的管理也存在问题,在门票定价方面,市内一些景点定价随意,且门票价格与其提供的服务不匹配。武汉市近年整修和开发的新景点又因营销力度不够而未能吸引更多的游客。同时,武汉现有旅游产品缺少本地独特的地域和文化特色,这样的产品很难实现同目前高铁客流量相匹配的质量的升华。

第三,旅游目的地的营销方面。首先是旺季和淡季期间缺乏营销。到目前为止,高铁带来的客流量还处于一种自然发展状态。在“五一”、“十一”、春节和樱花节期间游客爆满,其他时间客流量又明显不足,缺乏通过营销手段进行的科学的调节和引导;其次是景点之间缺乏整合营销,传统景点和新建景点之间缺乏有效整合,不利于武汉市旅游景点的平衡发展;再次是武汉市景点缺乏同武汉周边城市以及高铁沿线旅游城市的联合营销,使武汉市高铁旅游带动整个武汉城市圈和全省的旅游产业经济链的功能发挥不够;最后,缺乏针对港澳和境外的旅游营销。各方面数据表明,同我国出境旅游相比,我国入境旅游贸易2009年出现逆差,而且这种逆差有逐年扩大趋势。武汉市在利用高铁带来的机遇,加强境外游营销方

面还有待加强。

第四,高铁系统的旅游服务方面。正因为高铁的开通为武汉市旅游打开了新局面,高铁系统本身的管理和服务就成为决定武汉市旅游发展的关键因素。对此,高铁系统如何在满足日常的运输功能之外针对高铁旅游的特点提供相应的服务就显得十分重要。这方面的问题首先表现在时间安排上。目前高铁的“4小时经济圈”虽然缩短了乘客的旅行时间,但对外出旅游的高铁乘客来说,这样的时间却不如夕发朝至的在途安排方便、实惠;其次,对于高铁的定价,武广高铁定价偏高是国内民众的共识,且在春运以外的高铁运行“淡季”又没有浮动票价。

第五,目的地综合管理能力方面。城市旅游是一个关联性很强的产业,任何一个部门出现问题都有可能影响整个旅游地的发展。因此,要解决以上的问题,最为重要的一点是武汉市相关管理部门应加强组织与协调工作,对武汉市的旅游重新定位,这对武汉市的城市综合管理能力是一个巨大的考验。

三、武汉城市旅游动力机制完善与优化对策

(一)强化武汉旅游目的地管理

要在城市规划和建设中最大限度地考虑游客的需求,如东湖风景区附近的交通、食宿及停车设施等,城区内有专门针对旅游者设计的市内交通图和景点示意图等;在交通管理方面要尽量考虑游客在高铁火车站与市内景点的顺利对接,在樱花节这样的旅游

旺季,尽量合理安排市内公共交通,采取关键路段非旅游车限行等措施,缓解风景区交通压力;武汉市的旅行社应提高地接能力,提高市内窗口行业服务质量,使武汉市作为旅游目的地的形象有较大的改观;同时,还需加强武汉市政建设,在市容市貌方面再下功夫,让外地游客看到一个美丽的江城。

(二) 突出武汉旅游景点特色

武汉地处两江之滨,又是千湖之省的首府,水滨之城的特色非常明显,武汉需要在旅游规划和开发中突出这一特点。武汉市也不仅春天有樱花,武汉市梅园的很多品种在全国都独有,春节期间的梅展吸引了越来越多的游客,夏天的荷花规模也很大,一年四季武汉都有花可赏。除了观光,武汉市还有外地游客喜欢的龙虾、大闸蟹等季节性特产。建议武汉市针对以上资源特点,安排不同季节的节事活动,丰富旅游产品。同时,武汉城市文化丰富且历史悠久,相关的旅游资源较为集中,如武汉长江两岸汉口与武昌遥相呼应,两岸有古代(黄鹤楼、晴川阁等)、近代(辛亥革命、租界等近代建筑)和当代(长江大桥)等旅游景点,加上与江滩公园相连的江汉路、武汉新天地等,是这座城市历史发展的高度缩影,也是这个城市旅游的亮点。

(三) 拓展武汉旅游营销的渠道

要以武广、京武高铁终点站的客源地为目标进行宣传,提升武汉市旅游形象,同时拓展武汉旅游营销的渠道。在春节期间,应加大对武汉市远郊景点的推介,在樱花开放季节期间,则对武汉大学以外的樱花景点进行宣传,加大空间较开

阔景点如江滩公园、红楼等的宣传力度,做到有效疏导人群。另外,在旅游产品组合中,应缩小观光旅游的比例,加大休闲活动的成分,增加游客在景点的停留时间,如联合旅行社推销夜游长江的旅游项目,推出白天游长江的旅游项目。同时,黄鹤楼、归元寺等景点也可在旅游旺季开发夜间旅游项目,有效疏导人群,减轻高峰期交通负担。最后,武汉市相关辛亥革命的旅游景点对于台湾游客来说具有相当的吸引力,应该认真进行策划,针对港澳和入境旅游人员的偏好进行营销;而对于欧美地区的客源来说,可以利用高铁的优势,吸引已经入境的北京、上海和广州等地的游客进入武汉乃至长江中游的旅游圈。

(四) 完善武汉高铁系统的旅游服务

高铁体验本来就是广东及其他省市来武汉旅游的一个很大的吸引点,武汉高铁应针对高铁游客,尽可能安排夕发朝至的列车,这既方便他们的时间安排,又可节约了他们来回两夜的住宿花费,对选择高铁的工薪阶层的游客是非常实惠的,而安排不仅在定价方面,针对不同旅游季节推出旅游优惠票价,以吸引高铁游客。并可针对武广高铁沿线著名景点多这一特点,推出几天之内有效的旅游车票,方便游客沿途下车游览;还可设计高铁车厢面对车外观光的座椅,方便游客沿途观光。

(五) 搞好武汉旅游目的地规划建设

武汉市旅游决策管理部门既要应对高铁旅游出现的各种问题,拿出优化对策,也要对武汉高

铁旅游业的发展制定长远规则。当前,需要成立专门的工作小组,着力完善旅游高峰期交通预报系统,提高应对旅游突发事件的能力,也协调好旅游旺季期间旅行社与各大景点之间,旅行社与饭店、宾馆之间,节假日期间市内交通管理部门之间的关系,提高旅游服务质量。同时,武汉市旅游决策部门也应针对武汉高铁旅游的特点,并以4小时经济圈内的旅游经济为主要目标,制定一个应对高铁旅游发展需要的近、中、远期规划,在规划中除了旅游景点建设,旅游线路延伸、旅游项目开发外,还应最大限度地使武汉市旅游设施的建设与城市建设同步,把武汉市加快建设成为一座新型的旅游城市。▲

参考文献:

- [1] 王玉洁.武广高铁时代武汉旅游发展的五个转变.[M]中国旅游报.2010:4.
- [2] 彭华.旅游发展驱动机制及动力模型探析[J].旅游学刊.1999:39.
- [3] 王欣、邹统钎.高速铁路网对我国区域旅游产业发展与布局的影响.[J].经济地理.2010:1189.
- [4] 许守任、王睿智.我国入境旅游贸易促进策略选择——基于国际游客感知视角.[J].对外经贸实务.2012:86.
- [5] 赵玮、李艳芳.高铁时代的湖北旅游区位优势.[J].特区经济.2012:177.
- [6] 龙江智、保继刚.城市旅游驱动力的转化以及实践意义[J].地理研究.2005:274-281.