辽宁沿海地区旅游产品整合研究*

王　恒　李悦铮

（辽宁师范大学海洋经济与可持续发展研究中心　大连　116029）

摘　要　辽宁沿海地区（大连、丹东、锦州、盘锦、营口、葫芦岛）六市拥有众多旅游产品，整合这些旅游产品，对加快发展辽宁经济乃至振兴整个东北老工业基地的意义重大。文章分别从旅游产品类型结构、旅游产品空间结构以及旅游产品要素结构三个方面对辽宁沿海地区旅游产品进行了分析，并提出了相应的整合对策。

关键词　辽宁；沿海地区；旅游产品；整合

旅游产品的整合是在富有创造性的策划基础上，根据旅游者的个性、偏好、文化程度、经济能力、消费观念等因素，对旅游产品的类型结构、空间结构以及要素结构进行合理配置，形成一个景观品质、活动内容、空间组合、时间序列的有机整体，为旅游者提供舒适、优质、价格合理的旅游经历。

一、辽宁沿海地区旅游产品类型结构整合

21世纪是一个消费极度个性化的时代，旅游消费者对旅游产品的精品需求愈来愈强烈，国家旅游局把旅游产品的类型分为四种：观光旅游产品，即旅游经营者以提供的意境吸引旅游者通过视觉感官进行文化品味的旅游产品；度假旅游产品，即经营者以良好的生态环境、优质的服务和完善的设施为吸引，满足游客放松身心、恢复活力的需求而设计的高档产品；专项旅游产品是经营者为特定的游客群体利益和兴趣而制作的产品；特种旅游产品即具有较强的参与性、探险性或竞技性的非常规旅游产品。

进行区域旅游产品类型的整合首先要针对市场定位，改变传统单一的产品结构，逐步完善游憩、生态、科考、会议、度假、修学等多样化、多层次的旅游产品体系。比如说以观光为主的地区，应辅以适当的娱乐设施和国人喜闻乐见的人造景观；生活水平的提高和闲暇时间的增加，为大众化度假产品的发展创造了条件，所以针对近距离游客在双休日、节假日出游的度假产品就应当多开辟一些4小时车程以内的项目；探险体育等新的旅游形式已成为旅游的新热点，所以要重视专项产品和生态旅游产品的开发，并有意识地完善为探险旅游提供的向导、设备和技术等服务；民俗旅游、修学考古旅游等独特新颖的产品正日益受到游客青睐，能够体现地方特色，充分展示原始古朴的民族风情的民族旅游产品也会得到深度开发。

此外，在丰富旅游产品结构的同时，也要预先筹划好线路编排的顺序与节奏，既要使游客的旅游活动始终保持在兴奋点上，又要考虑旅游者的生理和心理承受状况，使旅游活动做到有起有伏、有动有静、有快有慢，有观光游览又有参与娱乐，这样才能形成代表区域旅游产品品位的旅

* 项目基金：教育部重大研究项目（05JJD790029）；辽宁省社会科学规则基金项目（L06BKS009）。

游精品。

1.观光旅游产品整合

合理设计旅游线路，对热点、温点、冷点进行有机结合和内容互补，并充填一些正在崛起的新景点，借以增加整体规模和游客逗留时间；丰富参与性活动项目，增加旅游功能，改善服务设施；提升有潜力的观光产品级别，对自然风光优美、历史文化价值高而旅游吸引力较低的景点进行深度开发，从而增加辽宁沿海地区的旅游竞争力。

辽宁沿海地区目前应重点开发的主要观光型旅游产品：盘锦红海岸观光游、锦州医巫闾山观光游、丹东凤凰山观光游、丹东鸭绿江观光游、葫芦岛九门口长城观光游、大连冰峪沟观光游、大连石城岛海上石林观光游。

2.度假旅游产品整合

目前我国国民带有休闲性的度假旅游，是以娱乐和观景为主要兴趣，这种休闲特点决定了旅游度假地应是具备休闲度假、特色观光、会议展示等多功能的旅游区，所以辽宁沿海地区度假旅游应选择一个旅游主体吸引物，以其为中心配置各种休闲娱乐项目，完善其接待功能。

辽宁沿海地区目前应重点开发的主要度假型旅游产品：大连南部海滨度假游、大连金石滩海滨度假游、大连安波温泉度假游、丹东五龙背温泉度假游、营口熊岳温泉度假游、锦州笔架山海滨度假游。

3.专项旅游产品整合

生态旅游作为新潮的旅游类型，正吸引着越来越多的人逐渐远离都市喧哗，走入荒漠原野、森林峡谷等人迹罕至的地区，融入回归自然，以松弛紧张的神经，缓解现代社会带来的压力。自然景观和自然资源保存较好的自然保护区成为人们回归自然进行生态旅游的首选地。

辽宁沿海地区目前应重点开发的主要生态型旅游产品：老铁山—蛇岛国家自然保护区生态游、双台河水禽国家自然保护区生态游、大坨子海珍品自然保护区生态游、丹东天缸山自然保护区生态游。

4.特种旅游产品整合

随着人们生活水平的不断提高和改善，国内外的旅游者对旅游的要求越来越不满足于旅游资源感官上的刺激和享受，相反越来越注重旅游资源深层次的内涵。顺应旅游产业这一发展趋势的需要，辽宁沿海地区要积极增加旅游产业的文化含量，必须大力发展具有辽宁沿海地区特色的人文旅游。

辽宁沿海地区目前应重点开发的主要生态型人文产品：营口金牛山猿人洞穴考古游、锦州辽沈战役红色旅游、葫芦岛兴城古城游、葫芦岛碣石访古游、大连大黑山宗教旅游、旅顺近代战争寻踪游。

二、辽宁沿海地区旅游产品空间结构整合

旅游产品空间结构是指点（目的地、客源地）、线（交通线）、面（区域）的空间组合关系，其实质在于把众多不同类型、各具特色的旅游点或旅游区合理地联接起来，构成纵横交错、多层次、多系统的完整网络，使景区中各部分既有联系又有差异，形成完整的空间统一体和合理的旅游网络。对区域旅游产品空间布局的模式一般有三种，即增长极模式，点－轴模式和圈层模式。

1.增长极布局模式

增长极布局模式的特点是重点开发某个旅游地，使其成为主要旅游企业、接待服务设施集中的区域旅游中心，该中心同时也是旅游者的集散地和开展旅游活动的依托基地，即增长极，再通过增长极的极化作用，为旅游的空间扩散做准备。应该看到，增长极的选择、培育受主观因素影响较大，尤其是那些脱离实际情况、一厢情愿选择的增长极，虽然大量投资但往往仍不能实现预定目标，因此增长极既要有一定的旅游资源、基础设施、经济实力以及相对客源地而言适合的

区位条件，也要具备吸引投资、聚集资金、人才和大量相关服务企业的能力，以确保进入良性循环的发展阶段。

辽宁省大连市旅游“金三角”地区的极化效应很大，对大连北三市和长海县乃至整个辽宁沿海地区的经济、文化、社会的发展都有推动作用。这种旅游增长极的“极化”、“扩散”作用在辽宁沿海地区的其他地区表现得也很突出。

辽宁沿海地区旅游资源非常丰富，很多地区都亟待开发，地方政府也纷纷将旅游开发作为重头戏。然而，旅游开发绝不能一哄而上，出现重复建设、资源浪费的恶性循环。必须依据客观情况谨慎选择增长极进行旅游开发，并依托这些旅游中心向外“扩散”，实现整个辽宁沿海地区旅游业的全面发展。

2.点－轴布局模式

点－轴布局模式即有意识地选择交通线作为区域开发纽带和客流运行通道的生长轴，重点开发区域中心旅游地和位于生长轴附近的旅游地。点轴布局模式中，点无疑居于主导地位，是旅游线路完善及激活其旅游功能的关键，确定旅游节点级别时，应主要看其旅游交通地位、自身旅游吸引力及综合服务功能，一般将具有优越地理位置及强大吸引物的行政、经济中心或旅游城镇设为一级节点，将一定区域范围的旅游接待服务中心设为二级节点，为某一景区服务的旅游接待中心则设为三级节点。生长轴实际上是依托城镇的旅游产业开发带，生长轴的选择往往要结合交通、客流分布与资源特点等，所确定的整个区域最重要的资源开发、旅游线路干线，应成为一级发展轴线，沿途无优势资源而只在带动、沟通全区旅游开发上起作用的交通线，应成为二级发展轴线。

点－轴布局模式要求辽宁沿海地区旅游系统的开发既要注重各个旅游增长点、旅游中心、旅游城市的建设，更要注重旅游通道、旅游带的建设，形成旅游产业带。构筑以大连为一级节点，以丹东、营口、盘锦、锦州、葫芦岛为二级节点，以沿海地区其他中、小城市为三级节点；以黄海大道为主的众多公路网和海上航线为发展轴线的辽宁沿海地区旅游带。

3.圈层布局模式

圈层布局以中心城市为核心，各旅游地分布在由内向外扩展的圈层中。圈层布局的区域应具备以下条件：具有规模大、辐射强的中心旅游地；中心地位于区域中心或附近位置、其他旅游地在区域内大致均匀分布；城镇体系基本形成，交通发达，不仅要形成旅游接待网络，还要形成资金、人才、信息、物资的流通网。

辽宁沿海地区各城市旅游圈层布局应以各自中心吸引物为中心，从区域自然、经济、文化、交通出发，合理配置中心周边旅游地的互补资源，构筑中心区、边缘区、腹地区三圈组合的都市旅游空间开发结构。在建立各城市旅游圈的基础上，构建一体化的辽宁沿海地区旅游圈层结构(表1)。

表1 辽宁沿海地区旅游圈层结构

旅游圈	旅游亚圈	城市旅游圈
辽宁沿海地区旅游圈	渤海沿岸旅游圈	葫芦岛市旅游圈
		锦州市旅游圈
		盘锦市旅游圈
		营口市旅游圈
	黄海沿岸旅游圈	大连市旅游圈
		丹东市旅游圈

此外，辽宁沿海地区各城市在旅游空间布局整合过程中应实施相应的战略。各城市应该以全市的旅游资源为基础，通过规划共绘、交通共建、市场共拓、产业共兴，优化配置旅游等各类资源，构筑各城市交通圈、旅游圈、经济圈，形成核心景区、近郊景区与远郊景区三个层次。通过整合，各城市应该形成相应的空间线路系统，增加旅游线路的数量，提高旅游线路的质量。

三、辽宁沿海地区旅游产品要素结构整合

旅游活动是建立在以游为中心的食、住、行、游、购、娱这六类旅游者行为之上的，20世纪90年代初，国家旅游局经过认真研究，提出了行、游、住、食、购、娱的“六要素说”，《中国旅游业发展九五计划和2010年远景目标纲要》也以这六个要素来概括旅游业的发展，衡量旅游生产力的水平。

其中，行的基本要求是大交通通达，小交通顺畅，进一步的要求是在小交通方面，要达到行游合一，很多路不仅是交通路，同时也应该是景观路和文化路；住宿要努力达到体系化，即在已有的规模上形成合理的档次结构和布局体系，进一步要使旅游者在住的过程中感受到文化的享受，使住宿体系也成为目的地的吸引物的组成部分；食的要求是特色化、精细化、品牌化，体现旅游地文化的吸引力；购物的发展需要结构性的优化，也需要更深地挖掘当地的文化内涵，这也是资源深化利用，不断提高当地土特产品的附加值的有效途径；娱乐的发展首先是要考虑集中性的娱乐场所，开发一些民族化、地方化、民俗化的项目。

整体产品的总体价值遵循水桶原理，取决于其最低水平要素，任何一个环节的薄弱都会使其他环节的效益下降。因此，旅游产品的要素结构整合一定要树立起大旅游或区域旅游的观念，鼓励食、住、行、游、购、娱各相关要素协调发展、齐头并进，任何一方的发展滞后，都会影响到整体旅游产品的质量和效益。同时，旅游产品的开发者和经营者还要有意识地尽量延长旅游者的逗留时间、提高消费水平，如根据市场需求和产品特色，将半日游拉长为一日游或过夜游，使食、住、娱等要素也能参与到旅游开发中来，充分享受到旅游业的关联带动作用。

1.旅游交通

区域旅游的良性发展有赖于空间旅游结构的优化，而空间旅游结构的优化在旅游资源与旅游产品特色互补基础上有赖于交通网络的完善和城市体系的健全。因此，在辽宁沿海地区的旅游发展中，应优先优化区域交通网络和城市体系，实现“路随景走”和“景随路动”这样一种旅游与城市建设的有机协调、良性互动。

辽宁沿海地区交通运输发达，滨海铁路西部有沈山线、中部有沟海线，南部有长大线，东部有沈丹线；滨海公路四通八达，通车里程13 214km，占全省公路总里程的45%；航空运输发展迅速，滨海地区港口密集。

根据旅游开发的迫切需要，本着交通先行的原则，辽宁沿海地区目前必须抓住国家振兴东北老工业基地的历史机遇，积极争取国家对辽宁沿海地区交通的资金投入，加强旅游交通网络公路建设，优先建设几个旅游交通枢纽和几条旅游主干道，改善各城市与主要景区之间、各景区之间的陆路交通条件。因此要按照点－轴布局模式开发整合规划，重点建设好发展轴线，构建以大连、丹东和锦州三大中心为交通枢纽，连接六大城市旅游圈的区域交通网络，及以葫芦岛、盘锦和营口为节点的观光、度假旅游专线。同时积极发展航运交通，优化海上旅游通道，构筑水、陆、空一体化的辽宁沿海地区旅游交通体系。

2.旅游住宿接待

辽宁沿海地区近两年加快了宾馆、饭店设施建设的步伐，新建的宾馆、饭店设施从硬件来看，有了明显提高，但从软件来看还非常薄弱，服务质量亟待提高，已建成和在建宾馆、饭店的接待能力还远远不能满足增势迅猛的旅游客源市场的需要。

因此，辽宁沿海地区应该加大对宾馆、饭店设施进行新建和改造的力度，并适应现代旅游业对饭店的要求，高、中、低档饭店按比例发展，重点扩大低星级饭店，适度发展三星级中档饭店。建立以星级系列饭店为主体，以特色饭店为补充

的规模适度、档次组配合理的旅游饭店网络，为游客提供住宿、购物、旅游、交通，乃至邮电、银行、贸易、文化等综合性服务。

3.旅游餐饮设施

从目前情况来看，以各城市宾馆、饭店内餐饮设施为主体，众多中小型餐馆相补充的旅游辽宁沿海地区餐饮业格局已基本形成，然而总体水平尚不能适应辽宁沿海地区旅游蓬勃发展的需要，主要表现为地方特色风味不突出，一些中小餐饮场所卫生状况偏差、服务质量较低、游客满意度不高等。

因此应加强餐饮业管理，全面提高旅游餐饮硬件和软件建设及服务水平，进一步深入开发辽宁沿海地区的传统餐饮文化，建成各城市的风味小吃一条街，形成特色浓郁、设施先进、服务一流、层次多样、管理规范的辽宁沿海地区旅游餐饮体系。

4.旅游娱乐设施

随着旅游消费水平的提高，旅游娱乐在旅游消费中的比重逐步增大，对提高旅游地的经济、社会效益起着重要作用。目前旅游娱乐在辽宁沿海地区旅游业的发展中还较为薄弱，各城市虽有了一定数量的娱乐场所，但质量参差不齐，存在着设备简陋、活动层次低、娱乐类型少、项目单一等问题，不能满足游客需求并适应旅游业发展的需要。

因此，各城市旅游圈应合理布局文体娱乐网点，建设适合游客多样化消费需求的、与景区氛围相协调的娱乐场所及设施，如将城区广场建成集知识性、趣味性、艺术性、参与性于一体的文体活动场所，建立高、中、低档比例协调的文体娱乐设施；积极组织推出旅游者和当地居民喜爱的大众型文化娱乐活动，以及具有特色的旅游节庆活动，开办具有辽宁沿海地区特色、观赏性和参与性强的旅游展示项目，如大连国际服装节，兴城海会等。总之，一定要体现旅游娱乐的“三发展”趋势，即向新颖化、多样化、高品位发展，向健身、休闲、娱乐相结合的综合型发展，向传统、地方、现代娱乐项目相结合的多样化方向发展。

5.旅游商品购物

一般来说，旅游商品的开发、生产与销售，是旅游业发展深度与广度的重要标志之一，研究、开发、生产有本国、本地文化特色的旅游纪念品，通过产业政策引导、重点项目扶持和技术改造充分发挥旅游对传统工业和农业的带动作用，其意义已远远超出了其本身的商业特性；一件好的旅游产品，其实就是一位无声的“旅游形象大使”，然而近年来各地在发展旅游产品时缺乏创新意识，产品趋同，千店一面，要么南方的产品在北方景区里吆喝，要么海边的工艺品在山区的小店里叫卖，让游客抱憾而归，旅游满意度也因此打了折扣。

开发辽宁沿海地区旅游商品的关键在于搞好旅游市场调研，了解和掌握辽宁沿海地区及周边主要消费者的经济水平和需求，并经过分析总结出规律，把辽宁沿海地区独有的自然、人文旅游资源，融入到旅游商品的设计和开发中，充分体现辽宁沿海地区的本土特色，此后还要根据旅游者的具体需要和购买力，以及辽宁沿海地区实际的生产规模，协调产销之间的关系，多种题材、多种原料、多种规格、多种包装，系统、有序、有目的地进行旅游商品的设计、开发和生产，切忌盲目开发。

在加快旅游商品开发和生产的同时，还要培育规范、成熟的旅游销售市场，建立统一的营销及管理机构。可采用集中式的直接销售(即在几个主要的中心旅游功能区建立销售网点，进行集中式直接销售)，扩大横向销售(即与辽宁沿海地区各饭店、旅行社加强协作，扩大宣传范围，组织理想的推销网)，中介形式销售(即开展交通运输公司、超级市场、邮电等行业经营旅游商品的业务)。