

高铁时代怀化民族文化旅游产业发展对策研究

吴述裕

(怀化市委党校, 湖南 怀化 418000)

摘要: 高铁开创了“快旅慢游”的旅游新时代。沪昆高铁的开通给怀化的文化旅游业发展既带来了新的机遇,也带来了新的挑战。怀化必须立足实际,科学应对,紧扣高铁时代的旅游特点,整合域内文化旅游资源,培育文化旅游核心品牌,加大旅游营销宣传力度,发展民族文化创意旅游产业,大力增强中心城市旅游集聚功能,才能在高铁时代的文化旅游竞争中赢得主动。

关键词: 高铁时代;文化旅游;机遇;挑战;对策

中图分类号: F590 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2014)10-0037-06

高铁作为一种快捷、安全、舒适的交通方式,不仅极大地缩短了人们的空间距离和旅行时间,也改变和增强了人们外出旅游的方式和意愿。随着沪昆高铁的即将开通,怀化将迎来高铁时代,而且是武陵山片区最先进入高铁时代的地区,这给怀化的旅游业发展带来新的机遇。怀化民族文化旅游资源丰富,如何抢抓机遇,进一步整合开发民族文化旅游资源,发展民族文化旅游产业,是当前面临的重要课题。

1 高铁时代的到来对怀化文化旅游业的影响

中国已经进入高铁时代。随着2015年沪昆高铁的开通运行,怀化也将进入高铁时代。高铁时代的来临将会极大地改变旅游业发展的空间布局,给怀化的文化旅游业发展带来深刻的影响,使怀化文化旅游业发展既面临难得的机遇,也面临严峻的挑战,将面临不进则退的局面。

1.1 高铁的开通将给怀化文化旅游业带来良好的发展机遇

怀化作为火车拖来的年青城市曾经有过两次大的发展机遇,一次是20世纪70年代湘黔、支柳铁路的相继开通,使怀化成为连接华东和西南重要交通枢纽。第二次是2008年沪昆高速的开通,使怀化成为武陵山片区南部吉首、铜仁、怀化等地区最先开通高速的城市。然而,怀化都没有能够很好地抓住机会,提升自己的文化旅游产业。现在,高铁的开通将为怀化旅游业的发展带来新的机遇,这一机遇主要表现在:

1) 高铁形成的“同城化效应”有助于拓展怀化文化旅游的客源市场。高铁通常指时速在200km以上的铁路客运专线。高铁运行的高速度不仅提高了城市之间的通达性,而且其运行的高频次也实现了高铁的“公交化”,形成中心城市对周边城市的辐射和扩散效应,发达的“高铁公交”拉近了城市间的距离,节约了旅游时间,使游客心理产生距离认知感,使游客的出行变得更加频繁和便捷,就如同生活在同一城市,这便是高铁的“同城化效应”。^[1] 高铁开通后怀化到长沙2小时,到武汉3小时,到广州4.5小时,到昆明5小时,到上海6个小时,到北京8小时。而按现有铁路的运行时间,怀化到达上述中心城市的时间分别在6、9、13、15、20和21小时以上。因此高铁的开通使华东、华中、华南和西南进入怀化的旅行时间大大缩短,极大扩展旅游目的地的市场半径,扩大怀化旅游的客源市场。

2) 高铁形成的“集聚化效应”有助于推进怀化旅游集散中心建设。安全、舒适、便捷与高效的优势使高铁成为很多人出行的首选方式,并促进了人流、物流、资金流、信息流在沿线城市的快速流动与聚集,形成了巨大的“集聚化效应”,有利于沿线城市打造文化旅游综合体,为旅游业的发展创造了有利条件。怀化是湖南的西大门,大西南的桥头堡,武陵山片区重要中心城市,是连接中东部与西南地区的重要交通枢纽,湘黔、支柳及渝怀铁路在此交汇,沪昆和包茂高速在此相接,人口流动性大,是湘黔边境重要的商贸物

收稿日期:2014-07-17

基金项目:2014年怀化市民族研究课题(HMY2014-0048)

作者简介:吴述裕(1964—),男(苗族),湖南靖州人,怀化市委党校马列教研部主任、副教授,研究方向:民族文化。

流中心。沪昆高铁开通后,怀化又成为沪昆高铁沿线除省会城市外的重要节点城市,其交通枢纽地位将会叠加和放大。高铁带来的人流“井喷”将促使怀化加大资金投入力度,完善旅游服务配套设施,加速旅游资源整合,为打造文化旅游综合体,建设成为重要的旅游集散中心提供难得机遇。

3)高铁形成的“快旅化效应”有助于推进怀化文化旅游的转型升级。高铁被誉为20世纪后期最具革命性的交通工具,引起人们出行方式的重大改变,给旅游业带来重要影响,开启了“快旅慢游”的高铁旅游新时代。由于“快旅”,旅客的“在途”时间大为缩短,旅客的游玩时间相应增加。为此,旅游城市必须深入挖掘、整合旅游资源,开发新的旅游产品,增加与游客的互动,延长旅游产业链条,千方百计吸引游客,使原来走马观花式旅游变为参与式、互动式、体验式旅游。在这方面当地民族文化以其地域性、独特性备受游客青睐,最具开发潜力。怀化是侗、苗、瑶、土家等多民族聚集地,民族文化资源丰富独特,开发价值巨大。因此,高铁带来的“快旅慢游”为我们挖掘整合民族文化旅游资源,开发新的旅游方式,推进文化旅游产业的转型升级创造了良好条件。

1.2 高铁的开通也将给怀化的文化旅游业带来严峻的挑战

高铁在给沿线城市旅游业发展带来机遇的同时,也会带来挑战。它会加剧节点城市之间的旅游竞争,对旅游产品和服务的要求将会更高,甚至会形成好的更好、差的更差的马太效应,使有的城市仅仅成为游客的“过境地”。对缺乏优质旅游资源和旅游品牌的中小城市来说,这种挑战将会更加严峻。怀化即属此种情况。

1)高铁形成的“过道效应”有可能使怀化仅仅成为游客的过境地。对于旅游业来说,交通是把双刃剑:快捷的交通可吸引更多的客源,但是高铁开通后,旅游时间成本大大降低,游客观光后有可能当天就回家或赶往其他的景区,既减少了旅游逗留的时间,又减少了旅游消费的时间,形成旅游“过道”效应。^[2]这样,旅游资源禀赋高、影响力大的城市迅速集聚人气,而资源禀赋低、影响力小的城市仅仅成为过境的通道,导致各地旅游发展不平衡的差距拉大。就怀化来说,由于没有知名的旅游品牌和旅游景点,对游客的吸引力不大,很多游客乘高铁到怀化后,再转乘其它交通工具前往吉首、凤凰或铜仁的梵净山等知名旅游景区,而没有在怀化旅游消费,怀化仅仅成为中转过境的地方。这是高铁开通后怀化旅游业必须面对的

一个严峻挑战。

2)高铁形成的“博弈效应”将会加大怀化与其他节点城市之间的旅游竞争。高铁使节点城市及不同城市群之间的联系更加紧密,缩短了旅游的时空距离,提高了旅游的通达性,推进了沿线区域城市客源市场和旅游资源的整合,在给节点城市旅游业发展带来新机遇的同时,也加剧了沿线城市之间的旅游竞争,形成“博弈效应”。面对高铁“快旅”时代的到来,各地都迅速做出反应,树立“高铁时代”新旅游观念,打造“高铁旅游”新主题、新概念,制定高铁时代新旅游发展战略规划,抢占旅游制高点,努力使自己的旅游业发展抢先一着,快人一步,在新一轮竞争中胜出,加剧了沿线城市之间的旅游竞争。怀化虽然是沪昆高铁沿线的重要节点城市,但旅游业的发展基础不是很好,影响力也不是很大,与沿线同级城市如邵阳、凯里等相比,优势不明显。因而竞争将会更加激烈,差距有可能进一步拉大。

3)高铁形成的“散客化效应”对怀化文化旅游提出了更高要求。相对于普通的铁路来说,高铁因具有安全、舒适、快捷、准时及公交化特点而适合散客出行。但是因为票价相对较高而难以成为普通民众出行的首选。如长沙到北京的快速旅客列车硬卧为343元,而高铁最低为649元,长沙到上海为硬卧272元,高铁最低468元,长沙到广州硬卧182元,高铁最低314元,分别高出52.8%、58.1%和58%。因而选择高铁出行的游客经济状况通常都比较好,相应地这些人对旅游的品质要求也比较高,更愿意以“散客化”的方式出行。梁雪松对沪杭高铁乘客出游方式和消费需求的影响研究表明:在接受调查的乘客中有89.1%的旅客认为高铁特性是吸引自己选择乘坐高速铁路的重要原因;有超过92.3%的人把快捷方便舒适作为选择乘坐高速铁路的理由;还有为体验高速铁路而来的乘客占了81.9%以上;作为一个休闲体验项目而来的占34.6%;为提高出行效率而来的占79.7%;为提高生活品质而选择高铁的占了46.8%;单位组织集体活动的只占13.2%。^[3]因此,如何针对高铁游客的消费需求开发新的旅游产品,设计新的旅游线路,提供优质旅游服务,是怀化文化旅游面临的突出问题。

2 怀化文化旅游业发展现状及问题

文化旅游是通过旅游实现感知、了解、体察人类文化具体内容之目的行为过程,是使旅游者获得富有文化内涵和深度参与旅游体验的旅游活动,他通过旅游的形式使游客实现对异国异地传统文化的鉴赏、

探寻、体验。在文化旅游中,文化是关键,旅游只是形式。一个地方的文化旅游业能否发展壮大,取决于当地民族文化资源的禀赋及其开发程度。因此探讨文化旅游首先必须分析文化资源禀赋及其保护开发情况。怀化自古以来就是多民族聚居区,境内居住着汉、侗、苗、瑶、土家等 40 多个民族,创造了丰富多彩的民族文化,为发展文化旅游提供重要资源基础。2012 年怀化制定了全面推进旅游强市战略,2013 年接待国内旅游者 2 403 万人次,实现旅游总收入 148.8 亿元,接待入境旅游者 50 141 人次,实现创汇 1 100.7 万美元。旅游业呈现出快速发展的良好势头。但是由于传统文化资源分布不平衡,开发起步晚、起点低、力度不大,与周边相比还有较大差距,与高铁时代对旅游也的要求不相适应。主要表现在以下方面:

2.1 文化旅游资源丰富,中心城市供给不足

怀化是自古以来就是多民族聚居地,境内有以汉、侗、苗、瑶、土家为主的 40 多个民族,有通道、靖州、新晃、芷江、麻阳 5 个民族自治县,少数民族人口 210 多万人,占全市总人口的 40%,其中侗族占全国人口的 1/3。民族文化旅游资源非常丰富,物质和非物质文化遗产众多。从物质文化遗产来看,全市仅全国重点文物保护单位就有 17 处,如通道有马田古楼、芋头寨、坪坦风雨桥、恭城书院、兵书阁与文星桥、白衣观;会同有高椅古村;洪江区有古商城;洪江市有高庙遗址、芙蓉楼、黔城古城、安江农校纪念园;芷江有天后宫、抗日战争胜利洽降旧址;中方有荆坪古村;溆浦有向警予故居;沅陵有龙兴讲寺。此外还有省级 40 处,市级 39 处,县级 197 处。从非物质文化遗产来看,有国家级“非遗”项目 12 项,省级 22 项,市级 85 项,县级 212 项。这些“非遗”项目均属民族文化遗产,如通道侗族芦笙舞、大戊梁歌会、侗族琵琶歌、侗戏、侗锦、侗族大歌;靖州苗侗芦笙节、苗族歌鼗;会同傩戏“杠菩萨”;沅陵传统龙舟赛、辰州傩戏、沅水号子;溆浦花瑶挑花、目连戏;辰溪的辰河高腔等,同时还有众多的民族风俗习惯和节日歌舞。^[4]但是这些文化资源大多分布在怀化的南北两翼,而怀化中心城市的文化积淀不深,可供开发的文化旅游资源稀少。在全国重点文物保护单位中怀化市区为空白,在省级非物质文化遗产中也只有怀化上河阳戏一项。加上怀化是在 20 世纪 70 年代湘黔、支柳铁路交汇通车后才逐渐形成的山区城市,经济发展水平不高,文化投入有限,文化产业不强。因此,传统文化旅游资源的“先天不足”和文化旅游建设的“长期滞后”,使得怀化中

心城市旅游产品供给不足,严重制约了怀化文化旅游业的发展。

2.2 文化旅游开发各自为政,缺乏顶层设计

如前所述,怀化的文化旅游资源主要分布在县市,中心城区匮乏。各地在发展文化旅游时都立足于自身的资源优势,设计和主打自己的文化旅游品牌,甚至在开发中形成“各吹各的号、各唱各的调”的状况,如沅陵打造龙舟文化,溆浦打造屈原文化,辰溪打造剿匪文化,麻阳打造盘瓠文化,芷江打造和平文化,新晃打造夜郎文化,中方打造生态文化,洪江时打造稻作文化,洪江区打造古商文化,会同打造炎帝文化,靖州打造飞山文化,通道打造侗文化,而怀化主城区所在的鹤城由于缺乏传统文化资源没有自己的主打文化旅游品牌,使怀化主城区的文化旅游产品供给严重不足,进而对市县文化旅游的影响力和辐射力大打折扣,致使其旅游的整合功能弱化,带动能力不足,甚至出现各县市不是主动融入怀化,而是主动融入周边的情况。比如沅陵对接和融入张家界,麻阳对接融入凤凰,新晃对接融入贵州,通道对接融入桂林。这些县都是怀化民族民俗文化旅游的重点县,进入这些县旅游,怀化不是惟一通道,甚至也不是最便捷的通道,这种状况表明怀化文化旅游开发规划上的不足,需要进行顶层设计和规划整合。

2.3 文化旅游缺乏知名品牌,旅游形象模糊

打造知名旅游品牌,塑造良好旅游形象是文化旅游发展的根本所在。旅游品牌是建立在旅游资源或旅游地域的独特性之上、能给旅游者带来独特精神享受的旅游产品。它不仅是旅游业的核心竞争力,也体现了一个地方的旅游形象。因此,在文化旅游资源的开发过程中,旅游形象的塑造具有举足轻重的作用。如果一个旅游地的形象模糊混乱,则很难对潜在的旅游客源群体造成吸引效应,同时还会使现实的旅游者经历平淡,降低其回头率。而个性鲜明、亲切感人的旅游地形象是形成庞大旅游市场的源泉,并可以在旅游市场上形成较长时间的垄断地位。现代旅游产业的竞争一定程度上就是旅游品牌的竞争。与周边相比,怀化文化旅游的突出问题是缺乏知名品牌,旅游形象模糊。多年来,怀化虽然也在努力培育自己的旅游品牌,比如我们力推芷江的和平文化旅游、洪江的古商文化旅游、通道的侗文化旅游、沅陵的沅水文化旅游及新晃的夜郎文化旅游等,但是,与湘西的凤凰古城和德夯苗寨、贵州的镇远古镇和西江苗寨相比还有很大差距,后者已经成为全国知名的旅游目的地,而怀化离此目的形象相去甚远。

2.4 文化旅游开发深度不够,产业链条较短

就文化旅游来说,文化是其内在规定,旅游是其外在形式,其价值的实现程度取决于二者的融合程度,取决于文化资源的市场转化程度和市场开发程度。如前所述,怀化民族文化资源丰富,但市场化深度挖掘不够,市场转化率较低,丰富的文化资源优势尚未得到充分发挥,文化与旅游未能达到深度融合。从总体上看,我们的旅游仍偏重于走马观花式的自然观光,旅游者消费能力低,缺少文化体验类、休闲娱乐类产品,旅游形式单一,游客只能作为“旁观者”,而不能作为“参与者”和“体验者”,满足不了其自我表现欲求。文化资源深度挖掘和综合利用不够,缺乏原创性,比如少数民族中的民族饮食、民族歌舞、民族节日、民族服饰、民族演艺等具有浓郁民族特色和创新性的旅游产品较少,缺乏附加值高的高端文化旅游产品。在开发中创意不够,内涵不足,增值空间不大,产业链普遍较短,使游客可看不可玩,无事可乐,无物可购,有钱难留,旅游市场收益不高,文化旅游资源的潜在优势未能得到充分发挥。

2.5 文化旅游服务体系不全,软硬件约束较大

文化旅游业是综合性很强的产业,涉及吃、住、行、游、购、娱各个环节,不仅需要整合文化资源,凸显文化特色,更需要建立配套完善的综合服务体系。比如对游客市场的调查和分析,文化旅游信息的收集、咨询与发布,旅游气象预报服务,旅游安全保障与应急处理,旅游交通服务,宾馆、酒店及旅行社的建设与管理等等,涉及旅游公共信息服务体系、旅游安全保障体系、交通便捷服务体系、旅游惠民便民服务体系、旅游行政服务体系、旅游人才保障体系等方面。从这些方面来看,怀化差距明显,既没有建立完善的旅游信息服务集群,也没有形成完善的旅游服务中心,宾馆酒店的档次不高,市区交通拥挤、停车场严重匮乏,市域内环交通不够通畅,旅游线路设计不够科学合理,旅行社的地接服务不到位,熟悉本地民族文化资源的导游不多,等等,特别是针对高铁开通后有可能出现的游客“井喷”现象,还缺乏应有的准备。总体来讲,怀化文化旅游发展的软、硬条件约束比较大。

3 高铁时代民族怀化文化旅游产业发展的对策

沪昆高铁的开通使怀化的文化旅游业既面临难得的机遇,也面临严峻的挑战。机遇稍纵即逝,挑战长期存在。怀化应该抓住这一难得的历史机遇,充分挖掘整合民族文化旅游资源,发展民族文化创意旅游,培育文化旅游品牌,强化旅游市场营销,健全旅游

服务体系,加强文化旅游协作,增强怀化中心城市旅游集散功能,才能在高铁形成的旅游业博弈中赢得主动。

3.1 整合域内文化旅游资源,增强中心城市旅游集聚功能

怀化的民族文化旅游资源虽然丰富,但都分布在县市,中心城区人文景观少,没能提供有效文化旅游产品,旅游集散带动功能不强。为了更好地吸引高铁游客,必须对域内民族文化旅游资源进行整合,增加中心城市的旅游产品供给,增强怀化作为武陵山片区重要旅游集散中心的辐射力和影响力。为此,可借鉴云南昆明建设“七彩云南”和“民族文化村”及云南景洪建设“傣族风情园”的模式,在怀化城郊规划建设“民族文化旅游产业园”,园区内可再设侗族风情园、苗族风情园、瑶族风情园,发展民族演艺业,使产业园不仅集合再现民族文化元素,也成为民族文化产业的孵化基地。对此,怀化市政府已有初步规划,在2011年中国·怀化“三古”文化旅游节上,与省旅游局签署了共同推进中国·怀化大湘西文化旅游产业园建设合作备忘录,与上海申华控股股份有限公司签署了建设中国·怀化大湘西文化旅游产业园合作协议,规划10年投资70亿元,在距怀化市区4km的西南部、舞水河以北建立占地10530亩的大湘西文化旅游产业园。产业园分为四大片区:湘西民族文化及少数民族文化博览片区、世界和平及儿童主题游乐园片区、新城综合体片区和湘西·中华文化体育公园片区,如果打造成功,将会使怀化加速成为大湘西重要的旅游目的地之一。一旦文化旅游产业园吸引来大量旅游人流,将有利于怀化成为大湘西重要的游客集散中心,从而增强怀化的旅游集散功能。

3.2 加强民族文化的传承保护,保持文化旅游业可持续发展

文化旅游业能否持续发展,取决于文化资源是否有特色以及特色资源能否得到有效的传承和保护。对于民族文化来说,旅游是一把“双刃剑”。一方面,旅游的发展能推动当地经济的发展,改善群众生活,使群众看到民族文化的“好处”,增强传承保护民族文化的“动力”。另一方面旅游也会形成民族的“文化同化”,消解文化的民族特色,并造成“旅游性破坏”。因此,为了保持民族文化旅游业的可持续发展,必须加强对民族文化的传承和保护。当前首先要做好民族村寨的保护。民族村寨是民族的自然村落,是民族文化的重要载体,也是民族文化旅游的亮点。民族村寨以其和谐的村落布局、独特的建筑风格、浓郁的民族

风情受到游客的关注。通道芋头侗寨、靖州地笋苗寨、溆浦龙潭瑶寨就分别体现了怀化侗族、苗族和瑶族的文化特色,也正是这些特色吸引了八方游客。其次要抓好民族非物质文化遗产的传承。如果说民族村寨是民族的物质文化遗产,那么体现于民族村寨中的民族歌舞、民族节日、民族习俗、民族艺术等则是民族的非物质文化遗产。这些非物质文化遗产同样是民族文化旅游的重要资源,比如通道侗族大歌、大戊梁歌会,靖州苗族歌鼗、苗侗芦笙节就极具旅游开发价值。在民族文化保护中要坚持以政府为主导,以各族群众为主体,以文化遗产为对象,构建全社会广泛参与的多层次、多渠道保护体系,在保护中开发,在开发中保护,实现民族文化保护与旅游良性互动。

3.3 发展民族文化创意旅游产业,拉长文化旅游产业链条

文化旅游创意产业是创意产业和文化旅游的融合产物,而民族文化旅游创意产业是指立足民族文化创意人的智慧和天赋,借助于各种新技术新方法对民族文化进行创新,创造出新型的旅游产品、旅游服务和旅游项目,促进民族文化和旅游业有机融合和增值的新型产业。^[5]怀化是侗族、苗族、瑶族、土家族等多民族聚居融合之地,丰富多彩的民族文化资源提供了丰富而独特的文化创意素材,为发展民族文化旅游创意产业提供了重要的创意源泉。随着高铁的发展,必将带来高端旅游者和自助旅游者的大量增长,游客在目的地的停留时间也会延长。同时,交通的便利也会增加游客的旅游频率,游客会多次到同一地方进行游玩,由原来的观光旅游转变为休闲度假深度旅游。为顺应这种趋势,必须加大文化创意旅游开发。近年来,怀化在文化创意旅游方面做过一些创意策划,相继提出古城古镇古村落文化体验游、抗战文化纪念游、夜郎文化体验游、稻作文化体验游,打造沅水特色文化旅游产业带等。但在民族文化创意旅游开发方面还做得不够,亟需加强。比如,利用通道大戊梁歌会、靖州杨梅节开展民族节会旅游,利用民族特色饮食、民族特色婚俗开展民族风情游,民族文化休闲游等。在旅游活动中增强趣味性和游客的参与性。总之,民族的节庆、礼仪、家庭、宗教仪式等民俗风情,民族的文学艺术、绘画艺术、民间歌舞等民族艺术都可以通过文化创意而进行新的设计和包装,开发出新的旅游产品和旅游服务,满足文化旅游需求,获取新的价值。

3.4 培育文化旅游核心品牌,加大旅游营销宣传力度

在高铁开通后,交通将更加便捷,旅游的通达性

将更好,旅游目的地的选择将更多,文化旅游的竞争也将更激烈。怀化要想在高铁形成的旅游新格局中求得发展,就必须内强品牌外树形象,就必须加强旅游品牌建设,加大旅游营销力度。首先是加强文化旅游品牌建设。近年来怀化在培养文化旅游品牌方面做了不少工作,如以芷江受降坊为主的“和平文化”旅游,以洪江古商城为主的“商道文化”旅游,并成功引进凤凰古城文化旅游投资股份有限公司、上海申华控股股份有限公司等战略投资者进行开发,收到一定成效。但是在民族文化旅游品牌建设方面相对滞后,当前可考虑在侗、苗、瑶三个少数民族中各重点扶持建设一个文化旅游品牌。一是以通道皇都侗寨群为基础打造侗寨文化旅游品牌,二是以靖州地笋苗寨为基础打造苗寨文化旅游品牌,三是溆浦山背村花瑶梯田为基础打造花瑶村寨文化旅游品牌。其次,在打造品牌的基础上还要加大旅游的营销力度。面对高铁发展带来的新一轮的客源市场重组,怀化应迅速判断和识别机会市场,对客源市场进行重新定位和细分,并对重点目标市场加大形象宣传,创新市场营销手段:比如针对高铁游客的特点开发个性化旅游产品,根据省内、省外不同区域客源市场组织专题旅游推介会;建立和完善怀化旅游网站,发挥互联网的宣传营销功能;充分利用中央和省级媒体和各种旅游节会推介怀化文化旅游产品,形成立体宣传营销体系。

3.5 健全公共旅游服务体系,为文化旅游业发展提供保障

高铁开通后,作为高铁沿线的重要节点城市,怀化将会迎来文化旅游的黄金期,游客的大量进入无疑对怀化的公共旅游服务体系提出了更高要求,建设一个便捷、高效、安全、完善的公共旅游服务体系迫在眉睫。一是加快建旅游交通服务体系,构建“高铁+高速公路”的高速交通系统,缩短沿线地区景区之间的时空距离,形成“2小时旅游圈”。同时完善公共交通的旅游服务功能,建设由集散中心、集散分中心、集散点组成的集散中心体系,完善旅游交通引导标识系统,建设一批自驾车旅游服务区、自驾车营地,完善自驾游服务体系。二是加快建设旅游公共信息服务体系,开展旅游气象服务,完善以旅游资讯网站为中心的在线旅游信息服务集群,以各类旅游咨询中心为基础的现场信息服务窗口和以旅游服务热线为基础的旅游信息声讯服务系统。加强旅游重要信息发布,拓宽旅游公共信息发布渠道,不断扩大旅游公共信息服务的覆盖面,提高服务水平。三是加快建设旅游便民服务体系。完善城镇旅游功能,推进惠民休憩环境建

设,完善公共服务设施的旅游服务功能,推进通信、景区停车场、无障碍设施、旅游厕所等旅游便民服务设施的建设。四是加快建设旅游行政服务体系。推进信息服务、交通便捷服务、安全保障服务等方面的区域间和境内外协作,为跨区域和出入境旅游提供安全、便利、优质的旅游环境;完善旅游服务质量引导、监管、评价和改善机制,保护游客合法权益。

3.6 加强区域合作,注重与周边地区的文化旅游对接

区域合作是区域旅游经济发展的大趋势,可以实现旅游资源共享,优势互补,共同开拓市场,避免恶性竞争,促进旅游业的持续、协调发展。在区域合作中每个旅游地不再是一个孤立的单元,而是“唇齿相依”,每个旅游地不能离开区域品牌的共同塑造而独立生存。特别是高铁开通后,拉近了各旅游地之间的空间距离,使得游客“用脚投票”的趋势更加明显,资源禀赋好、项目吸引人的景区景点越做越强,而档次较低的景区景点逐渐被淘汰。因此,必须通过区域合作与联动,实现旅游资源的优化配置,形成规模效应,互惠共赢。怀化旅游资源虽多,但是周边同类产品众多,而且开发起步早,在全国知名度高,如张家界、湘西的凤凰和德夯苗寨、铜仁的梵净山,黔东南的镇远、西江苗寨、郎德侗寨等都已成为全国知名的旅游目的地,这些地方不仅有美丽的自然风光,也有浓

郁的民族文化特色。怀化要加强与这些著名旅游景区的合作,共同规划旅游线路、整体推销旅游产品,加强旅游协作。在北面要加强与张家界和凤凰的旅游协作,西面要加强与铜仁和黔东南的协作,南面要加强与广西桂林、龙胜三江的协作。比如湖南通道、绥宁和广西三江联合申报侗寨世界文化遗产就是一种好形式,一旦成功将发挥极大的规模效应。当然在合作中要突出怀化的差异性和特色,突出“中国最大的古城古镇古村落群”的历史文化特色,并在其中融入民族文化元素,这样就可以充分体现怀化文化旅游的独特性,进而在文化旅游的区域合作中实现互惠共赢。

参考文献

- [1] 张岳军,张宁. 高速铁路对沿线城市旅游的影响效应与作用机制研究[J]. 铁路运输与经济,2013,35(9):84—88.
- [2] 孔勤. 高铁时代湖南旅游面临的机遇与挑战[J]. 湖北经济学院学报,2011,8(10):47—48.
- [3] 梁雪松. “高铁”对居民出游方式和消费需求趋势的影响研究——基于沪杭高铁的调研[J]. 2011,10(1):95—96.
- [4] 中共怀化市委宣传部. 怀化符号[M]. 长沙:湖南人民出版社,2013:113.
- [5] 王兆峰. 湘西民族文化旅游创意产业发展研究[J]. 中央民族大学学报 2011,38(6):93—101.

Research on the Development Countermeasures of Huaihua Ethnic Cultural Tourism Industry High-speed Rail Era

WU Shu-yu

(Huaihua Municipal Party Committee Party School, Huaihua Hunan 418000, China)

Abstract: High-speed pioneered the "travel fast slow swim" the new era. Opening of shanghai-kunming high-speed rail for cultural tourism development, Huaihua not only brought new opportunities, also brought new challenges. Huaihua must be based on actual, scientific response, closely related to the tourism characteristics of High-speed Rail Era, and integration of cultural tourism resources in the domain, cultivating core cultural tourism brand, increase the intensity of tourism marketing, creative tourism industry the development of national culture, vigorously strengthen the function of tourism center city agglomeration, ability in the era of high-speed rail to win the initiative of cultural tourism competition.

Key words: high-speed rail era; cultural tourism; opportunities; challenge; countermeasures