

基于创意经济视角的福建旅游产业发展研究

周容霞

(福建江夏学院 工商管理系,福州 350002)

摘要:当今,创意堪称是旅游业生存发展的“金手指”。对福建省旅游业的发展进行SWOT分析,指出福建省旅游业在地理、经济、文化、旅游资源等方面的优势;在旅游产业集群、交通网络、旅游品牌效应、创意人才等方面的劣势及面临的机遇和挑战;提出加强旅游开发创意规划、推进旅游区域全面合作、加快交通网络建设、加强旅游营销创意、加强旅游产品创意、加强创意人才培养引进和大力发展主题乡村创意旅游业等一系列措施和建议。

关键词:福建;创意经济;创意旅游;SWOT

中图分类号:F592

文献标志码:A

文章编号:1672-8580(2011)03-0114-04

目前,在旅游市场日益竞争和需求日益多样化的形势下,创意旅游成为未来旅游业发展的方向。福建作为我国对外开放的东南沿海、台湾海峡西岸省份,旅游资源丰富,发展潜力巨大。福建单靠传统意义上的旅游产业难以支撑起旅游业发展的重任,如何打造创意旅游才是唯一的出路。

一、创意经济理论与发展实践

创意经济并非新生事物,它贯穿于人类文明的进步。1998年,英国政府首次提出了“创意产业”的定义,强调创意产业的核心内容是文化和创意,推崇创新和个人创造力。随之,日本、韩国、美国也纷纷开始认识到创意的时代已经来临……而“创意经济”一词最早是由英国学者约翰·霍金斯在《创意经济》一书中提出的,他认为,创意经济是创意、创意人群、创意活动、创意产业的统称,其核心便是创意产业^[1],显然,这一定义大大拓展了创意经济的内涵。

创意产业被提出来以后,得到了很多国家的高度重视,创意产业也因此获得了长足的发展。据有关资料显示,全球创意产业每天创造 220 亿美元的价值,并以 5% 左右的速度递增,在美国、英国、澳大利亚等发达国家增速尤为明显^[2]。在国内,创意产业的发展如火如荼。深圳、成都、北京、杭州、长沙等地都制定了创意产业的发展规划,并已着手建设各种主题的创意创业园区,创意产业逐年创新高^[3]。

二、创意在旅游业发展中的作用

现代旅游业的竞争已由传统的价格竞争转化为创

新竞争。创新离不开创意,一个好的创意项目对拉动社会经济增长、扩大内需发挥着巨大的作用^[4]。仅以 2005 年湖南卫视主办的“超级女声”这一典型的“创意经济”为例,社科院专家估计“超女”对社会经济总贡献约几十亿元^[5]。同样,旅游业的发展也迫切需要走创意旅游模式。

(一) 旅游需求的发展变化离不开创意思维

随着社会的进步、经济的发展和水平的提高,单一的、静态的观光旅游产品早已不能满足旅游者日益增强的个性化、参与性、体验性的需求,客观上要求旅游地根据自己的旅游资源条件创意、策划出特色突出、个性明显、参与性强的旅游项目和产品。

(二) 旅游资源的创新性开发离不开创意思维

随着旅游产业的不断发展,耳熟能详、家喻户晓的景点的旅游资源早已开发殆尽,剩下的多是特色不太鲜明或开发难度较大的一般旅游资源,这类旅游资源要想在众多同级旅游资源中脱颖而出,求新求变求异是关键。所以,在开发过程中必须更多地依靠独特、新颖的创意,走产品差异化路线,尽可能地避免与其他资源的同质或重叠。

(三) 旅游品牌塑造与市场开拓离不开创意思维

在纷繁芜杂的旅游海量信息面前,如何让游客的注意力集中在某一旅游产品上,创意显得尤为重要。好的旅游创意,不仅可以帮助开发出更具吸引力的旅游产品,而且可以通过新颖的促销理念和手法,使原有的旅游产品重新焕发出青春活力,起到点石成金,事半功倍的效应。从某种程度上讲,创意已经成为旅游营销、

收稿日期:2010-12-22

作者简介:周容霞(1983-),女,湖北天门人,主要研究方向为管理学、统计学。

网络出版时间:2011-5-23 网络出版地址:<http://www.cnki.net/kcms/detail/51.1676.C.20110523.0941.017.html>

形象策划、品牌塑造最关键的因素。

三、福建省发展创意旅游业的 SWOT 分析

在国际和全国旅游业总体扩张的背景下,认清我省创意旅游业发展的现状,明确创意旅游的目标定位,对于推动海西旅游事业跨越式发展具有重要意义。

(一)存在的优势(strengths)

1.优越的地理环境

福建省位于长江三角洲与珠江三角洲沿海链接地段,与台湾隔海相望,境内峰岭耸峙,丘陵连绵,河谷、盆地穿插其间,山地、丘陵占全省总面积的 80%以上,素有“八山一水一分田”之称。独特的区位地理环境和优美的自然环境,是福建发展创意经济的基础条件,也是吸引各类人才、获得投资的一个重要因素。

2.日益增长的经济基础

改革开放 30 多年来,福建省的经济呈现持续快速增长势头。“十一五”期间全省地区生产总值年均递增 11%左右,预计到 2010 年底,福建全省地区生产总值将达到 1.3 万亿元左右,全省财政总收入有望达到 1800 亿元^⑥。农业生产稳中有升、工业经济支撑有力、服务业步伐加快,三次产业协同带动推动了经济的快速增长,为福建省发展创意旅游业提供了可靠的经济基础。

3.深厚的文化底蕴

旅游产业的发展需要赋予更加丰富的文化内涵,才能增强旅游景点的竞争力和吸引力。福建以其特色鲜明的古越文化和宋八闽文化、闽南、闽东、客家等区域文化,以及儒家文化、佛教文化、道教文化、建筑文化、茶文化,多角度地展示其丰富的文化底蕴,也为创意的开展提供了载体。

4.丰富的旅游资源

福建省依山傍海,气候宜人,旅游资源十分丰富。经过多年的开发与建设,福建已经逐步形成以丹山碧水、闽越文化、生物多样为特色的闽北旅游,以历史文化、妈祖圣地、海蚀奇观、畲族民俗为特色的闽东旅游,以侨乡特区、港口名城、台胞祖地、宗教文化为特色的闽南旅游以及以红色圣地、客家文化为特色的闽西旅游。

(二)存在的劣势(weaknesses)

1.旅游产业集群程度偏低

福建省风景名胜虽多,但资源禀赋的差异很大而且景点较分散,从闽东、闽西、闽南、闽北到闽中,几乎每个市(县)都有景点。但除了福州、厦门、泉州、武夷山四大旅游中心城市旅游收入相对稳定,大部分一般景点吸引力较弱。而省会城市福州,其作为政治、经济、文化和交通的中心,却没有一定规模和影响力的旅游产品,造成游客在福建停留时间短、旅游消费低的局面。另外,受行政区划的限制,拥有旅游资源的各地区企业缺乏自我积累、自我发展的能力;竞争不足和竞争过度同时存在,市

场秩序比较混乱,没有形成全省旅游市场一盘棋的发展战略,造成我省旅游产业集群程度整体偏低。

2.交通网络不够完善

近年来,福建省交通建设快速发展,交通基础设施得到明显改善,各设区市到省会福州四小时交通经济圈已形成。但交通网络与国内旅游经济发达地区的相比差距明显。主要表现在:交通网络辐射力不强、导致很多景点无法开发,比如闽北松溪的湛庐山、浦城的浮盖山;道路状况差,影响景点知名度,比如泰宁县的“大金湖”;进出通行能力差,严重影响旅游客源。福建省的地理状况和交通网络的不完善很大程度上制约了福建旅游业的发展。

3.知名旅游品牌效应不强

福建旅游资源非常丰富,但知名旅游品牌的辐射能力、空间扩展能力有限,观光型旅游产品占很大比例,旅游产品同质化和同构化现象严重。目前只有 5 个比较完善的品牌,即闽北武夷山、厦门鼓浪屿、莆田湄洲妈祖文化、泉州崇武惠女风情和泰宁水上丹霞,品牌效应有待于继续提升。闽东白水洋、福州县石山等品牌才刚刚起步。

4.创意氛围不浓厚

创意经济是创新和研发领域中的一种经济类型,其形成和发展需要一个优良的创意氛围。尽管福建福州、厦门、泉州、漳州、莆田等地区已形成各具特色的创意产业布局空间,培育了大批软件龙头企业,建立了一大批创意产业园区,但创意氛围的浓郁程度仍远不及大连、北京、杭州等地。另外,福建省因各设区市地区差异和经济发展不平衡,创意氛围和创意经济发展差异显著。

5.创意人才缺乏,从业人员素质不高

我省创意人才极度匮乏。一方面,福建的高等院校和科研院所为数不多,对创意人才的重视和培养起步太晚,使得我省创意人才不管是在量上还是在质量层面都明显滞后于创意产业的扩张;另一方面,旅游业从业人员的文化水平普遍偏低,在很大程度上制约了高水平旅游产品的设计、旅游所购买产品的创新、计算机的普遍应用和服务水平的总体提高等方面。能否拥有大量的各类创意人才,将成为我省夺取创意产业发展至高点的决胜因素。

(三)面临的机遇(opportunities)

1.海西的先行先试

继国家海峡西岸经济区的发展战略之后,国务院于 2009 年 5 月出台的《关于支持福建省加快建设海峡西岸经济区的若干意见》提出要培育“海峡旅游”品牌,打造“我国重要的自然和文化旅游中心”,为福建省的创意旅游业的发展提供了新的历史发展机遇。

2.优惠政策的陆续出台

“十一五”期间省政府提出给与旅游企业、旅行社一定的财政支持和奖励,甚至对星级宾馆、饭店的用水、用气等给与一定的价格优惠。2010年5月,省政府正式出台《运用价格杠杆促进福建省旅游业发展的若干意见》,为营造旅游业的诚信价格环境,全省开始了一场声势浩大的旅游价格专项整治行动。同年7月出台《关于进一步推动旅游产业发展的若干意见》。这些优惠政策的实施,都在一定程度上刺激了旅游收入的增长。

3.两岸关系的日益缓和

继 ECFA 签署之后,两岸的经济联系和两岸关系日益密切,必将为福建省旅游业的发展带来新的契机。福建作为许多台湾同胞的故乡,凭借对台区位优势、浓郁的妈祖文化和丰富的历史文化,无疑将吸引更多的台湾游客。

4.人民币的渐进升值

人民币持续小幅渐进升值,使得本币计价的旅游资源升值,提高了国内旅游的吸引力。同时,人民币升值加速了我国旅游业的竞争模式向以质量求生存的非价格竞争模式的转变,从而推动了全国各地对旅游资源的整合与创新策划,加快了创意旅游产业的形成和旅游产业整体竞争力的提高,进而加速了旅游产业的升级^[7]。

(四)面临的挑战(threats)

1.国内知名旅游地优势显著

据美国《新闻周刊》的评选结果显示,网民投票选出的代表中国的文化形象主要有北京故宫、长城、苏州园林、孔子、兵马俑等,这些举世闻名的旅游胜地对游客的吸引力是福建远不可及的。另外,内地与香港、澳门更紧密贸易关系的全面落实,在给福建旅游业的发展带来新的机遇的同时,势必也会带来一定的挑战。

2.旅游区域竞争日益激烈

旅游业作为国民经济新的增长点,已被许多省、市、县旅游产业作为支柱产业加以重点发展。尤其是与福建相邻的广东、江苏、浙江、上海等地旅游业增长势头强劲,在旅游接待竞争力、旅游服务质量、区域联合等方面都明显高于福建,变化多样的旅游项目不断推出,给福建省旅游业的发展带来巨大的压力,同时也分流了以福建为目的地的潜在游客。

3.环境保护压力丝毫不减

国务院《关于支持福建省加快建设海峡西岸经济区的若干意见》明确提出把“建设生态优美之区”作为海西跨越发展的重要目标之一。如何贯彻环境保护与旅游开发并举方针,妥善处理旅游业发展和环境保护的问题,是旅游业开发与发展建设中应该特别注意的问题。

4.不可测因素不容忽视

受2008年全球金融危机的影响,福建省旅游市场2009年1~9月份接待入境旅游者约200.1万人次,比

上年下降3%,实现外汇收入约16.43亿美元,比上年下降2.6%^[8]。受2009年的甲型流感、今年的强台风“凡亚比”、“鲑鱼”的影响,全省入境和国内旅游市场明显削弱。

四、福建省发展创意旅游业的建议

目前福建创意旅游产业的发展面临着优势与劣势共存、机遇与挑战并存的局面。福建应充分发挥优势,利用机遇,将劣势转化为优势,将挑战变为机遇,促进福建旅游产业经济的进一步发展。

(一)加强旅游开发创意规划,推进旅游区域的全面合作

加强旅游创意规划的征集和评审工作,开拓创新思维,打破行政区域限制,加强区域联合,实现优势互补,谋求共同发展。积极借鉴江浙沪区域联合的经验,加快省际间和省际内区域联合的步伐,一改旅游业发展各自为政,低水平竞争的局面,构建全省无障碍旅游区。闽东旅游区应着重加强与浙江、江苏、上海等省市的合作;闽西客家文化旅游区应重点开展同广东省的合作;以厦门为龙头的闽南旅游区应主动加强同台港澳之间的合作;以武夷山为中心的闽北旅游区应大力开展与江西、安徽、浙江等省份著名景区之间的合作;闽中旅游区则应充分发挥福州的集散地优势,积极开展同周边各旅游区之间的协作^[9]。

(二)加快交通网络的建设,完善创意旅游安全保障体系

打破制约福建旅游业发展的交通瓶颈,提高可进入性。在发展公路、航空运输的同时,加快铁路建设,加强道路运输管理,提高服务质量,形成更安全、便捷的旅游通道。进一步完善通乡、通村交通网络,提高公路的覆盖面和通达深度,提供可靠、便捷的交通条件,提高基础交通产业服务水平,营造一个安全可靠、健康和谐的旅游环境^[10]。完善创意旅游安全保障体系建设,加强旅游安全设施建设,重视景区安全管理,落实安全责任。另外,通过塑造富有创意的交通安全警示牌、交通安全广告等来提醒游客提高交通安全意识。

(三)加强旅游营销创意,提高品牌知名度与吸引力

福建要想在众多旅游品牌中脱颖而出,加强旅游营销创意是关键。第一,营销宣传口号要有创意。2008年大连的“奥运在北京,购物在大连”的旅游宣传口号就是很成功的例子。第二,以举办国际服装节、全国食品展销会等活动进行创意营销。第三,以申报国家重点风景名胜区、国家优秀旅游城市等活动为创意亮点,从产品、服务和管理等角度塑造福建旅游精品和名品,实施品牌带动战略,提高福建旅游知名度。

(四)加强旅游产品创意,提高产品质量与服务品质

一要加强科技创新,增加旅游产品科技含量;二要

深度挖掘各地区现有旅游资源,凸显旅游的产品和服务的“新、特、优”;三要丰富旅游产品和服务的内涵,开发更多旅游精品;四是要进一步提高省内星级酒店、各家旅行社的服务接待水平,扩大接待规模和能力,努力为游客呈现集旅游饮食、购物、娱乐于一体的特色鲜明的服务体系。

(五)加强创意人才的培养与引进,提高从业人员整体素质

一要明确定位创意教育,整合我市的创意产业教育资源,形成多层次、定位清晰的创意产业教育体系。加强产学研合作力度,培养学生的实践创新能力。二要发挥我省的历史人文优势,积极营造诱发创意的人文环境,为创意人才发挥作用创造良好的激励机制与工作氛围。三要通过海外优秀创意产业人才的引进,引导和带动福州本地创意人才整体素质的提高。另外,要重视提升旅游从业人员素质,积极引进高素质的旅游管理人才,加强导游队伍建设,培养一批服务技能型人才,为创意的发挥提供坚实的基础。

(六)大力发展主题乡村创意旅游业,助推旅游业健康快速发展

福建拥有丰富的乡村旅游资源,发展乡村旅游不失为增加农民收入、加快小城镇建设、推动旅游业发展的明智之举。但由于对乡村旅游缺乏重视,缺乏系统规划、相关政策、经济和技术的支持,目前国内乡村旅游呈现产品结构雷同、档次低的状况,一般的乡村旅游很难带来高收益^[1]。因此,福建省在开发乡村旅游业时要在保持乡土本色的前提下,开发更多具有鲜明创意产业特色的乡村旅游产品、实现乡村旅游区域化布局和

差异化发展。

参考文献:

- [1] 约翰·霍金斯.创意经济[M].洪庆福,等译.上海三联出版社,2006:4-7.
- [2] 李霞,吴凤林.浅谈创意产业[J].中小企业管理与科技,2008,(38):12.
- [3] 李雪玲,高长春.国际创意产业发展启示录[J].上海经济,2010,(1):18.
- [4] Richards G.Creativity:A new strategic resource for tourism [M].Tourism,creativity and development.ATLAS Reflections, October,2005:21-23.
- [5] 董伟.社科院解读:“超女”贡献社会经济至少数十亿[N].中国青年报,2006-01-12(10).
- [6] 福建省发改委.福建省“十一五”旅游产业发展专项规划 [EB/OL]. (2007-08-07) [2010-12-20].http://www.fujian.gov.cn/zwgk/ghxx/zxgh/200708/t20070807_22249.htm.
- [7] 李浩川.创意经济与城市产业结构升级[J].绍兴文理学院学报,2009,(12):23.
- [8] 迈点网福建09年1-9月旅游经济运行情况简析[EB/OL].(2009-11-26)[2010-12-20].http://res.meadin.com/Tourismdata/2009-11-23/09112399707_3shtml.
- [9] 葛扬,贾春梅.在新的历史机遇下推进长三角地区经济社会持续、全面发展[J].南京邮电大学学报:社会科学版,2010,(2):30-35.
- [10] 高科,余晶晶.近二十年中国宗教旅游研究述评[J].西南交通大学学报:社会科学版,2010,(3):59-65.
- [11] 丘磐.论创意经济的政府公共政策导向[J].产业观察,2006,(4):12.

责任编辑:梁雁

The Study of Tourism Development in Fujian based on Creative Economy

ZHOU Rong-xia

(Department of Business Administration, Fujian JiangXia College, Fuzhou 350002, China)

Abstract: Today, creativity is called a goldfinger of tourism industry about its survival and development. By SWOT analysis, this paper has analyzed the development status of tourism in Fujian Province, pointed out its advantages in geography, economy, culture, tourism and other areas, disadvantages in tourist industry cluster, transport networks, tourism branding, creative talents, etc. This paper also analyzes the competition and challenges. Then it has proposed a series of measures and recommendations to enhance tourism development planning, promote the comprehensive cooperation in tourist areas, speed up the transport network, strengthen marketing creative, innovate tourism products, strengthen the introduction and cultivation of creative talents and develop innovative rural tourism.

Key words: Fujian; creative economy; creative tourism; SWOT