

区域整合模式下川黔渝“旅游金三角”开发对策

彭祖平,王鑫,易鹏飞

(中共泸州市古蔺县委员会 宣传部,四川 古蔺 646500)

摘要:区域旅游资源联动开发是旅游产业发展的趋势之一。通过对四川、贵州、重庆结合部地区旅游资源存量情况、开发利用状况、发展规划目标等相关情况的调查,对川黔渝“旅游金三角”的地理范围进行界定,对区域内的旅游资源分布情况和旅游产业发展存在的问题进行分析,提出建立区域旅游发展协调机制,优化区域旅游空间布局,构建川黔渝“旅游金三角”品牌,整合优势资源打造精品旅游线路,加快旅游基础设施建设等区域旅游整合开发对策。

关键词:川黔渝;区域经济;区域旅;金三角;旅游产业

中图分类号:F207;F59

文献标志码:A

文章编号:1672-8580(2011)05-0096-05

区域旅游资源整合是指在一定区域范围内,各地区的旅游要素相互吸引、凝聚、协同、融合,进行系统化的调整、充足、优化,实现区域内不同开发主体之间的互动,提高资源有效配置,优势互补,构建一个具有较强竞争力的旅游地域综合体^[1]。国内专家、学者对区域旅游整合发展演化模式、京津冀区域旅游发展、长三角旅游联动开发、泛珠三角旅游资源整合、东北区域旅游发展等区域旅游资源整合联动开发的理论和实例展开了研究,形成了一批具有较高学术水平和影响力的成果。而川黔渝结合部旅游资源十分丰富,地理位置相近,资源类型既相似又互补,具有较高的开发前景和较好的资源整合基础。从理论和应用相结合的角度,学者、研究员首次提出整合川黔渝结合部旅游资源打造川黔渝“旅游金三角”已近十年,但受行政区划、地方利益博弈等因素影响,该区域的旅游资源并未得到充分整合利用。

母泽亮的^[2]研究地域覆盖四川、重庆、贵州、云南 3 省 1 市,侧重于对旅游资源和联合开发的前景进行分析,从宏观层面提出了旅游联合开发的对策;邱继勤^[3]侧重从区域旅游联动开发的理论角度对川黔渝三角旅游区进行研究,对区域旅游联动开发的必要性和可行性进行了简要分析,概要式提出了川黔渝旅游联动开发的建议;邓志强^[4]侧重于从打造红色旅游产业集群角度研究川黔渝旅游资源整合,其研究地域范围为巴中、

广安、重庆市区、雅安、遵义,对红军长征四渡赤水历史文化研究较少;朱竑^[5]以资源同质化明显的川黔渝结合部地区如何整合资源、扬长避短、错位发展做了论述,侧重于以川黔渝结合部地区为案例分析同一区域同质化旅游资源开发模式。

本文论述的川黔渝“旅游金三角”是按照区域旅游整合的模式,对川黔渝结合部 6 个地级市旅游资源的有效整合而形成一体化的旅游发展区,其地域覆盖面扩大到宜宾、永川、万盛、遵义市区,研究地域范围更广,区域内旅游资源更丰富、互补性更强;拟就川黔渝“旅游金三角”的范围作界定,对区域内的旅游资源概貌和旅游产业发展存在的问题进行分析,提出对其较为详尽的区域旅游整合开发对策。

一、川黔渝“旅游金三角”概貌

(一)范围界定

川黔渝旅游“金三角”位于四川、贵州、重庆结合部,由核心区域和扩展区域组成,其核心区为泸州市合江县、古蔺县,遵义市赤水市、习水市,重庆市江津区;其扩展区域为泸州市除古蔺、合江外的其他区县,宜宾市区及江安县、长宁县、兴文县,遵义市区及仁怀市,重庆市永川区、万盛区。

(二)概貌

川黔渝“旅游金三角”横跨 2 省 1 市,总面积近三万平方公里。区域内有重庆江津四面山,万盛黑山谷,

收稿日期:2011-04-25

基金项目:泸州市哲学社会科学研究规划课题

作者简介:彭祖平(1969-),女,四川江阳区人,主要研究方向为区域经济、旅游管理。

网络出版时间:2011-7-27 网络出版地址:<http://www.cnki.net/kcms/detail/51.1676.C.20110727.1142.001.html>

赤水四洞沟、十丈洞,习水国家生态示范区,仁怀茅台酒镇,遵义会议旧址,泸州老窖国宝窖池群,合江佛宝原始森林,古蔺黄荆老林、兴文石海洞乡、长宁蜀南竹海、宜宾五粮液十里酒城等重点旅游区,旅游资源十分丰富,景区(景点)分布密集、类型多样。

川黔渝“旅游金三角”内的景区(景点)按资源类型可分为以水光山色、流泉飞瀑、生物景观为主的自然类旅游景区,如十丈洞、四面山、蜀南竹海、黄荆老林;以历史遗迹、民族风情为主的人文类旅游景区,如李庄古镇、佛宝古镇、太平古镇、夕佳山古民居、遵义会议旧址;以工业旅游、观光农业旅游为代表的社会类旅游景区,如五粮液酒城、泸州老窖旅游区、郎酒名酒名镇、茅台酒镇、张坝桂圆林。

(三)资源类型及分布

区域内16个主要风景旅游区中国家级重点风景旅游名胜区4个,占总数的25%;4A级景区11个,占总数的69%;按资源类型分,自然类景区9个,占总数的56%,人文类景区4个,占总数的25%,社会类景区3个,占总数的19%;按景观类型分,以森林、瀑布、山水景观为主的景区占56%,其他景观占44%^①。

从地理分布来看,自然类景观遍布整个区域,基本形成一轴(万盛黑山谷—江津四面山—合江佛宝—贵州赤水—长宁竹海)布局,人文类旅游景区沿遵义—仁怀—古蔺—叙永—江安—宜宾—泸州—永川—合江—习水—遵义形成一个不规则的“半月”,社会类旅游资源(主要是名酒文化旅游资源)呈宜宾(五粮液)、泸州(泸州老窖、郎酒)、遵义(茅台)三角分布。

(四)开发利用现状

受经济发展状况、交通等基础设施条件、政府主导思想、企业市场行为等多重因素影响,区域内旅游资源开发总体处于初级阶段,目前仅有赤水(含四洞沟、十丈洞等)、蜀南竹海、石海洞乡、四面山、遵义会议旧址等景区相对成熟,佛宝原始森林、黄荆老林、习水旅游区等景区开发处在起步阶段,叙永丹山、画稿溪等景区开发依然迟滞。

因各大景区所属行政区域不同,受行政区划、地方利益博弈等因素影响,各景区开发利用和旅游文化活动开展存在各自为营、各行其道、互相争夺客源现象,一定程度上造成内耗,制约了区域旅游产业整体腾飞。

二、区域旅游发展存在的问题及资源整合的可行性

(一)区域旅游发展存在的问题

1.资源类型同质,产品替代性强。区域内旅游资源以自然资源为主,比重超过50%,其次是人文资源和社

会资源。各主要景区中,以山水、森林、瀑布、丹霞、桫欏群景观为主的景区比例超过50%,红色文化旅游资源占比也较高,区域旅游资源同质化问题较为突出,可替代性强,且区位靠近、类型相似、产品雷同,存在较大竞争关系。

2.资源开发滞后,资源整合不够。川黔渝结合部地区地处西部,多为山区或丘陵地貌,经济发展水平低,自我投资能力小,交通基础设施建设落后、资源开发利用不足,行政区划跨省、市造成资源整合难度较大,未能有效整合区域内部资源打造精品景区,全国重点旅游区数量少,景区基础设施条件差,旅游产品单一,综合接待能力较低。

3.目标市场趋同,内部竞争激烈。由于川黔渝结合部地区地理位置相近,资源禀赋相似,不得不面临趋同化的市场,一是客源地趋同,均以成都、重庆、贵阳及周边区域为主要客源地;二是客源群体趋同,均以都市度假休闲游客群为游客主体。在未有有效整合区域旅游资源,建立和完善区域旅游协调发展机制、利益分配机制情况下,为争夺市场和客源展开竞争在所难免。

4.合作层次不高,实质合作不多。官方、学者初步提出建设川黔渝旅游“金三角”的基本概念已近十年,有学者就如何整合区域资源共建一体化旅游区展开了少量研究,相关市县区在基础设施建设等方面有一些初步合作,但就如何整合资源、塑造区域旅游品牌、推动涉旅项目建设全面对接和调整利益分配等方面开展的实质性合作极少。目前,川黔渝结合部地区旅游产业合作大多属于单个企业与企业之间出于业务发展和利益需要而展开的小规模、低层次、随意性的合作。

5.设施建设滞后,瓶颈制约严重。区域内叙永、古蔺、合江、赤水、习水等旅游集散小城市(景区)未通高速公路(高等级公路);在各主要景区中,仅有蜀南竹海、石海洞乡、重庆野生动物世界等少数景区建设了旅游快速通道,赤水旅游区、古蔺原始森林风景区、合江佛宝旅游区、习水旅游区等景区公路等级低、路况差,严重制约了旅游资源的开发和利用。

此外,景区旅游项目包装不够,产品开发不足,宾馆酒店、餐饮、旅游用品商店、娱乐休闲场馆、会议展览设施等涉旅基础设施建设滞后,也使景区综合接待能力受到极大制约。

(二)构建川黔渝“旅游金三角”的可行性分析

1.旅游资源体系完整。区域内以赤水四洞沟、长宁蜀南竹海、兴文石海洞乡、江津四面山、万盛黑山谷等为代表的自然资源型景区;以遵义会议旧址、聂荣臻元

帅陈列馆、古蔺县红军长征四渡赤水博物馆为代表的红色文化旅游资源;以五粮液十里酒城、茅台酒镇、泸州老窖国宝窖池群、郎酒一二郎镇名酒名镇为代表的名酒文化旅游资源;以夕佳山古民居、太平古镇、尧坝古镇、佛宝古镇等为代表的古镇旅游资源及民族民俗文化、工业旅游资源十分丰富,景区门类齐全、体系完整,具有较大的开发利用价值,为整合区域资源,打造精品旅游线奠定了坚实的资源基础。

2.基础设施突飞猛进。目前,交通是制约“金三角”地区旅游资源有效整合的重要瓶颈,但随着川黔高速纳黔段、宜(宾)泸(州)渝(江津)高速、成自泸赤高速、遵(义)赤(水)高速、宜(宾)习(水)等干线高速公路的建设,川黔渝地区对外交通条件将得到全面改观,为川黔渝结合部地区旅游产业大开发、大发展创造良好条件。

3.资源整合空间巨大。川黔渝结合部地区旅游资源十分丰富、聚集度较高,其生态旅游、红色文化旅游、名酒文化旅游三大旅游资源景多质优,经过优化整合,能有效转化为名气大、品位高的旅游产品和精品旅游线路,如整合五粮液、茅台、泸州老窖、郎酒旅游资源,即可开发以名酒文化为主题的“中国白酒金三角之旅”,成为国内乃至世界上为数不多的以酒文化为主题的精品旅游线路。

4.市场开发前景广阔。旅游产业是朝阳产业和无烟产业。川黔渝结合部地区旅游资源丰富,周边聚集了成都、重庆、贵阳等大城市,旅游客源地广、人多。

三、构建川黔渝“旅游金三角”的对策

(一)建立区域旅游发展协调机制

1.合理利益分配机制。目前,各级地方政府和行政区依然是区域活动的主要组织者和组织单元,地方利益成为各地区发展的主要动力。区域之间的利益分配不合理不仅严重影响利益流失地区参与旅游合作的积极性,出于追求局部利益和短期利益的需要,各地区也会竞相发展预期收益丰厚的旅游产品或旅游项目,从而使区域旅游产品趋同化,这极大地制约了区域旅游的协调发展^[6]。

川黔渝“旅游金三角”跨2省1市,涉及多个行政区域,要促成区域旅游资源的有效整合,必须建立与旅游资源共享和以旅游产业合作为主体的区域经济一体化合作相对应的投资—开发—利益共享机制,合理分配合作开发旅游产品的收益,以实现旅游资源的可开发利用^[7]。如可建立游客资源信息互通或共享机制,共同争取、分享进入“金三角”内的游客资源。如游客到赤水旅游后,赤水旅游企业可向其推荐周边古蔺、合江、

江津、泸州、习水等地旅游景点,供游客选择,根据游客意愿安排游览行程外景区(景点)。

2.建立旅游组织协调机构。跨行政区域情况下的以地方利益为重和条块分隔的地方体制下,只有建立职能化的旅游组织协调机构,负责统筹规划、联系沟通、信息服务、政策法规咨询等方面的工作,才能推动和引导区域旅游合作实质性开展^[7]。可考虑建立由政府主导的“‘3+3’川黔渝“旅游金三角”旅游产业一体化发展联盟”^[8]和由企业主导的“川黔渝‘旅游金三角’旅游行业协会”,以充分整合区域内政府、市场两方面力量,共同推进区域旅游产业协调发展。

(二)优化区域旅游空间布局

1.一轴一环的旅游景区布局。“金三角”区域旅游一体化建设可以区域干线公路建设为支撑,以宜宾(五粮液酒城)—长宁(蜀南竹海)—赤水(四洞沟、十丈洞)—合江(佛宝)—江津(四面山)—万盛(黑山谷)为旅游发展轴,以泸州(泸州老窖国宝窖池群)—永川(野生动物世界)—江津(四面山、聂荣臻元帅陈列馆)—万盛(黑山谷)—遵义(遵义会议旧址)—仁怀(茅台酒镇)—古蔺(黄荆老林、太平古镇)—叙永(画稿溪、丹山)—兴文(石海洞乡)—宜宾(五粮液酒城)—李庄古镇—泸州(方山)旅游为环线,形成“一轴一环”旅游景区(城镇)布局体系。

2.一中心四节点的旅游依托城镇体系。旅游节点的优化布局是区域旅游协调可持续发展的基础,可以泸州为区域旅游组织中心,宜宾(泸州)、江津(重庆)、遵义、叙永为四川、重庆、贵阳、毕节方向游客进入旅游区的节点城市,泸州、宜宾、遵义、重庆为重要的综合性旅游消费中心,古蔺(酒文化)、赤水(生态文化)、长宁(竹文化)、仁怀(酒文化)为休闲度假主题小城市,并建立以旅游景区所在地重点集镇为补充的旅游城镇体系。

(三)构建川黔渝“旅游金三角”品牌

1.品牌重铸,塑造旅游品牌新形象。旅游品牌是一个区域旅游的形象,其特征具有唯一性、独特性和不可模仿性。区域旅游产品的品牌整合,就是在充分挖掘产品生产者的核心实力、深入了解产品消费者价值取向的基础上,努力寻找两者之间的交集并合理配置或重组生产资源,以发现或重塑品牌的过程^[7]。川黔渝区域旅游一体化发展应依托本地区生态资源优势,利用红军长征四渡赤水主战场红色文化优势和名酒聚集的优势,重点培育打造生态旅游名片、红色文化旅游名片和名酒文化旅游名片。

2.形象重塑,打造精品旅游景区。旅游区的品牌和形

象整合有利于增强区域旅游吸引力,促进旅游者的认知。区域旅游形象是旅游目的地的产品和服务在人们心目中形成的总体影响和评价^[9]。川黔渝“旅游金三角”区域旅游形象设计应通过对川黔渝结合部地区区域历史文化、自然资源的全面分析,突出地域特征及其所代表的文化内涵,并在此基础上抽象出有别于其他旅游区,易识别、易记忆、易传播,具有感染力,集宣传口号、视觉特征、行为涉及为一体的完整的区域旅游形象系统^[9]。

3.营销整合,宣传推广打组合拳。川黔渝结合部地区地域相连、资源共生、产品互补,并互为客源市场、目标市场、竞争市场,且受行政区划限制和地方利益博弈影响,各地旅游营销策略、营销手段各不相同,没有树立一致性的对外形象。打造川黔渝“旅游金三角”,可建立川黔渝“旅游金三角”品牌推广和市场营销联盟,研究确定区域旅游形象,并进行营销传播、品牌建设,市场开拓,充分整合区域内旅游资源,有针对性地推出适合目标客源群体的旅游套餐,以延长游客在区域内旅游时间和游览线路,实现捆绑销售。同时,可以川黔渝“旅游金三角”的名义,利用报纸、电视、网络、手机报等媒体和户外广告、街头宣传等进行促销^[9],适时根据市场变化推出相应旅游套餐。

(四)产品整合,打造精品旅游线路

目前,以行政区划为单位开发的旅游线路与产品较为普遍,而基于区域联合的跨区域精品旅游线路与叫得响的旅游品牌为数不多,这一状况很难满足旅游市场快速发展的需要。因为区域旅游品牌是区域内自然与人文旅游资源、旅游产品、旅游线路的集合^[10]。因此,区域旅游合作要依靠旅游精品项目的共建与打造来推动,要使旅游精品项目成为整合区域旅游资源的有效载体和最佳平台,并通过资源共享与品牌共建,将资源优势互补关系转换为产品优势和产业优势^[11]。

川黔渝精品旅游建设应突出地域优势,线路设计应充分注重整合区域内优势资源,延伸旅游景区链条,从提高旅游景区综合接待水平、旅游综合服务水平、营销与创新等方面入手,在统一的旅游形象、品牌统领下,分主题打造和推广川黔渝特色旅游项目和资源组合。

1.打造“川黔渝生态旅游环线”。在区域旅游资源优化组合中,可以原始森林群落、瀑布群、丹霞地貌群落为依托,针对都市人群打造以回归自然、畅享天然氧吧、看山观瀑为主体的生态休闲度假旅游线路。核心区域内形成以赤水(四洞沟、十丈洞)—古蔺(黄荆)—习水(习水国家森林公园)—江津(四面山)—合江(佛宝)生态旅游环线;拓展区域形成长宁(蜀南竹海)—叙永

(丹山、画稿溪)—古蔺(黄荆)—习水(习水国家森林公园)—万盛(黑山谷)—江津(四面山)—泸州(方山)生态旅游环线。

2.打造“红色文化精品旅游线路”。以红军长征四渡赤水和遵义会议为红色文化旅游主要营销点,有效整合遵义会议旧址—仁怀四渡赤水纪念地—中国工农红军四渡赤水太平渡陈列馆、土城陈列馆—泸州起义纪念地等红色文化旅游资源,重点面向学生群体设计包装以爱国主义教育为主题的旅游套餐^[12],打造一条红色文化精品旅游线路。

3.打造“中国白酒金三角——名酒文化体验游环线”。可充分整合“茅台酒镇”、五粮液“十里酒城”、泸州老窖“国宝窖池群”、郎酒名酒名镇、古蔺酒街、“美酒河”景区等以酒为主题的旅游资源,突出赤水河美酒河优势,打造一条以参观体验、运动休闲、商务考察为主题的中国名酒文化旅游精品线路。

4.打造旅游套餐。在推荐川黔渝“旅游金三角”原生态旅游精品线、四渡赤水红色文化精品旅游线路、名酒文化精品旅游线路基础上,整合泸州、宜宾、遵义、江津等地区旅行社资源,打造3~5家国内知名的大型旅游企业,由其根据不同客源市场的需求设计包装多条精品旅游线路,采取套餐套票优惠形式运营^[13],实现景区互融,资源共享,利益共享^[14]。

(五)加快旅游基础设施建设

1.加强区域干线通道建设。加快宜宾—兴文—叙永—古蔺—仁怀高速公路,泸州—赤水—仁怀高速公路建设,尽快形成宜宾—泸州—重庆—遵义—仁怀—古蔺—叙永—宜宾金三角高速公路环线;建设长宁—江安—纳溪—泸州—合江—赤水—习水—古蔺旅游公路,建设合江—佛宝—四面山—万盛旅游公路,建设赤水—黄荆—古蔺旅游公路,建设兴文—叙永(丹山、画稿溪)—古蔺桂花—黄荆—红龙湖—古蔺旅游公路,尽快打通区域内旅游快速通道,实现区域旅游景区无障碍互通。

加快铁路、机场等设施建设。目前,可以宜宾、遵义、重庆为铁路中转站,承担进出旅游区的重要平台,远期可将泸州打造为铁路客运换乘中心;加快建设隆昌—泸州—黄桶(贵州)客货双线铁路,叙永—大村(古蔺)铁路升级为国铁Ⅰ级并延长至仁怀,新规划建设泸州—赤水—仁怀—遵义铁路,实现区域内重要旅游城市全部通达铁路客运。加快泸州机场、宜宾机场迁建工作,将两地机场定位为旅游机场,增开到国内各大城市、重点旅游城市航线,以打造快捷的空中旅游航线。

2.加强景区基础设施建设。进一步完善蜀南竹海、兴

文石海洞乡、赤水旅游区、江津四面山、万盛黑山谷等较为成熟景区的旅游基础设施建设,提升其综合接待水平,将其培育成为区域内的旅游拳头产品^[1];重点加强区域内黄荆老林、佛宝原始森林、叙永丹山风景区、叙永画稿溪风景区、习水三岔河风景区、泸州方山风景区、江安夕佳山古民居、古蔺太平古镇红色文化旅游区、二郎镇名酒文化旅游区等开发滞后景区的基础设施建设,加快进出景区旅游通道、景区内旅游道路、宾馆酒店、娱乐休闲设施建设;加快新景点打造,培育区域旅游新亮点,延伸区域旅游景区链条,做大做强区域旅游。

四、结语

川黔渝结合部地区资源富集,交通基础设施日臻完善,景区开发不断加快,旅游综合接待能力在不断提高,但要建设一个协调发展的一体化旅游协作区,实现区域旅游的可持续发展和整体起飞,还要经过长期的探索和建设。

注释:

①资料参见中国旅游网。

②“3+3”川黔渝“旅游金三角”旅游产业一体化发展联盟”指由泸州、宜宾、遵义和永川、江津、万盛6个城市旅游部门牵头成立的以区域旅游产业一体化发展为目标,统筹协调区域旅游发展相关问题的非正式议事机构。

参考文献:

[1] 段圣奎.区域旅游整合发展演化模式分析[J].东南亚纵横,2009,(6):51-54.

- [2] 母泽亮,王昕,黎佳.川渝黔滇旅游联合开发可行性及对策研究[J].西部论坛,2005,(6):27-30.
- [3] 邱继勤.区域旅游联动开发探讨——以川、黔、渝三角地区为例[J].西南师范大学学报:自然科学版,2004,(4):674-678.
- [4] 邓志强,杨晓霞,王文.跨区域构建红色旅游产业集群研究——以川黔渝为例[J].黑龙江对外经贸,2010,(5):76-78.
- [5] 朱竑.川黔渝金三角生态旅游区的构建——兼论同一区域同质旅游资源的开发[C]//地理教育与学科发展——中国地理学会2002年学术年会论文摘要集.北京:2002.
- [6] 孟爱云.基于竞合的东北区域旅游发展问题探讨[J].黑龙江社会科学,2009,(3):71-73.
- [7] 王丽丽.京津冀区域旅游发展中存在的问题与对策[J].现代商业,2009,(8):70.
- [8] 陶卓民,卢亮.长江三角洲区域旅游形象设计和开拓研究[J].经济地理,2005,(5):728-731.
- [9] 刘昱.通过BAB旅游电子商务模式整合河南省旅游资源[J].河南工程学院学报:社会科学版,2010,(2):27-29.
- [10] 梁明珠,陈小洁.论政府在区域旅游品牌构建中的作用[J].暨南学报:哲学社会科学版,2006,(3):56-59.
- [11] 邓燕萍.推进“泛珠三角”区域旅游合作的策略探析[J].求实,2006,(5):45-47.
- [12] 杨尚梅.关于发展三峡地区红色旅游的思考[J].重庆三峡学院学报,2010,(6):1-5.
- [13] 唐雁凌.“武汉城市圈”旅游整合营销传播研究[J].黄石理工学院学报:人文社会科学版,2010,(6):10-13.
- [14] 贺小荣,王妮妮.利益相关者管理:旅游企业战略管理的新领域[J].中南林业科技大学学报:社会科学版,2009,(1):88-93.

责任编辑:万东升

On the Development Strategy of “Tourism Golden Triangle” in Sichuan, Guizhou and Chongqing under Regional Integration

PENG Zu-ping, WANG Xin, YI Peng-fei

(Propaganda Department, CP Committee of Gulin County, Gulin 646500, China)

Abstract: Joint development of regional tourism resources is one of the trends in tourism industry. Through the survey of the stock of resources, development and use status, the development plan objectives and other relevant circumstances of the tourism in Sichuan, Guizhou, and Chongqing, this paper defines the geographic scope of “Tourism Golden Triangle” within the regions and analyzes the distribution of resources and problems in the development of tourism industry. This paper finally puts forward to establish regional tourism coordination mechanisms, optimize the spatial layout of regional tourism, and build “Tourism Golden Triangle” brand, integrate superior resources to create high-quality tourist routes and speed up tourism infrastructure facilities.

Key words: Sichuan, Guizhou and Chongqing; regional economy; regional tourism; Golden Triangle; tourism industry