
襄阳市旅游集散中心构建策略研究

崔俊涛¹

(湖北文理学院, 湖北 襄阳 441053)

【摘要】: 在国内学者的研究以及国内旅游集散中心建设运行实践基础上, 探讨了襄阳市旅游集散中心构建的必要性, 基于全域旅游的视角对旅游集散中心构建及其功能进行了分析, 最后提出了促进旅游集散中心在旅游发展中发挥更大作用的相关对策。

【关键词】: 旅游集散中心 全域旅游 襄阳

引言

旅游集散中心最初出现在巴黎、伦敦、威尼斯、法兰克福等发达的西方国家, 主要目的是“为自助游旅游者提供的旅游服务中心”, 是为短线游客提供便捷的旅游服务的公共服务平台。旅游集散中心在区域融合、资源共享、互惠互利等方面发挥了重要的作用, 是实现全域统筹、服务提升、产品升级、末端带动的有效途径, 是整合旅游产业体系与公共服务产业体系联动的重要推手。

基于此, 本文在国内学者的研究以及国内旅游集散中心建设运行实践基础上, 探讨襄阳市旅游集散中心建设问题。

1 建设襄阳旅游集散中心的必要性

襄阳旅游实施“旅游二次创业”以来, 既取得了不菲的成绩, 形成了特色文化旅游、生态休闲旅游、红色旅游、乡村旅游、体育旅游、研学旅行六大旅游产业体系, 也积累了一些结构性的矛盾。新形势下, 有必要尽快建立自己的城市旅游集散中心系统, 带动襄阳市旅游业的快速发展。

1.1 内涵发展, 提高质量的要求

经过了连续几年的持续快速发展, 襄阳旅游已经初步形成了相对完善的全域旅游开放发展格局。与此同时, 襄阳旅游发展也还面临着不平衡的矛盾, 如旅游交通、厕所、停车场、游客集散中心和咨询中心等旅游公共服务体系严重滞后于旅游产业发展的实际需求。其中旅游产业发育度与旅游公共服务的不足是最亟待解决的结构问题。具体表现在: “互联网+全域旅游”新时代下, 旅游运营日趋智能化和复杂化, 客观上要求必须拥有一个以完善的旅游信息集成平台作为连接各行各业与旅游的纽带。而旅游集散中心是综合性旅游服务部门, 具备实时更新的动态信息数据库, 旅游咨询、线路旅游、酒店预订以及个性化服务等方面的功能, 能有效实现互联网与旅游业的融合, 是襄阳内涵式发展的必然选择。

1.2 整合旅游要素, 壮大旅游产业的必然要求

¹作者简介: 崔俊涛(1969-), 男, 湖北襄阳人, 博士, 研究方向: 旅游发展与规划。

基金项目: 襄阳市科技研究开发及成果转化资助项目(2016)73号。

2018年,襄阳市政府提出“全景式打造、全产业融合、全季节体验、全方位服务、全社会参与”的旅游发展新模式,以全域旅游发展理念,实现对旅游资源进行全域整合和全域覆盖。那么,最有效的方案,就是落地于全域旅游平台的搭建,而全域旅游平台,旅游集散中心则是重头戏,通过集散中心这个资源整合平台串联交通资源,连接襄阳各个特色旅游景点,快速高效的孵化多种服务体系和产品体系,逐步形成全新的供应链生态。同时,在这些产品和服务架构基础上,必然会吸引更多的资本参与,激发出全新的、个性化的产品和服务,实现“单客经济”。

此外,移动互联网环境下集散中心的建设必然会带来襄阳旅游供应链的重构。通过整合旅游要素,将会把襄阳旅游产业和其他传统产业推向一个全新的共享经济时代,供应链上服务组织、旅游产品和服务方式将会被重组,也会创造一个巨大的价值空间。

1.3 壮大襄阳城市旅游的必然要求

随着汉十铁路、郑万高铁等高铁的即将启用,以高速铁路为依托的“1~2小时经济朋友圈”即将形成,区位升级刺激市场扩张,战略上将改变襄阳市旅游格局和发展方式。这就客观要求襄阳旅游必须顺势而为,按照线性多向流动与节点汇聚的空间布局原则,顶层设计重构全域旅游大骨架,积极融入“高铁经济圈”,主动对接高铁客源资源,从过境服务功能提升到全面配套的现代化综合服务功能。

在这个形势下,襄阳旅游势必要发挥城市的聚集和整合作用,否则仍然单纯依赖景区单点突破而忽视城市中心旅游配套的“外围强,中心弱”发展格局,很容易导致襄阳旅游的边缘化。那么,打造一个组织和集散功能的吸引核,对内盘活资源,对外承接各类资源是大势所趋。

2 襄阳旅游集散中心体系构成

2.1 “半小时主城、2小时襄阳”的运输服务体系

襄阳旅游集散中心的核心功能是承担车辆机务维修驻站、停放和机务保障,为旅客提供多种车型的运力保障,方便游客快捷、舒适、集体直达旅游目的地。按照游客的空间流动方向规划旅游交通线路,对外依托高铁、高速公路、民航构建“快进”交通网络,对内承接各大旅游景区,构建“快出”交通网络,打造立体“半小时主城、2小时襄阳”快捷、高效的集散交通网络,满足游客出行需求。

2.2 信息咨询三平台

集散中心信息咨询系统是面向旅游管理部门、旅游企业、旅游者而搭建的服务平台。为旅游管理部门搭建电子政务平台,满足管理部门行业监管需求;为旅游企业搭建B2C电子商务平台,便于旅游企业开展营销宣传、产品介绍等业务;为旅游者搭建信息咨询平台,能让游客快速查阅旅游服务相关信息和资讯,包括旅游线路、旅游景点、旅游费用、旅游行程、精品线路推荐等。

2.3 中介服务功能

通过旅游集散中心这一中介机构,由旅行社、景点、酒店各旅游行业的派驻机构为游客提供导游预约、景点门票代售、票务预订、住宿预订、订餐办理等“一条龙”服务。

2.4 综合商业服务功能

未来的襄阳高速高铁经济必将是潜力无限的黄金产业,所带来的人流、物流、资金流具有巨大的商业开发价值,为商业化运

营提供机遇。旅游集散中心则是这个产业链中商机最大的亮点,其蕴含的商业价值应当被挖掘和发挥出来,不应单单是“快速位移”通道,也应该是高附加值的多功能的商业组合体。而城市商业综合体是商业发展的顶级模式,因此,打造集散中心城市商业综合体这一商业经营平台,积极参与市场活动,创造市场价值,实现旅游集散中心经营与旅游、物流、商业零售等相关产业的融合发展,将成为未来襄阳旅游经济新的经济增长点。

3 襄阳旅游集散中心构建策略

3.1 完善体系,优化布局

襄阳市旅游集散中心的布局应着眼于鄂西生态文化旅游圈及国内外客源市场的实际情况和旅游需求特点,以“快进和快出”为工作目标,全局优化与重点突出相结合的均衡布局,超前发展。建议重点打造襄阳市区旅游集散分中心为引擎和核心,以旅游线路上各县旅游集散分站为支撑,以各景点的旅游服务中心为补充的三级网络结构,构建高效运行的襄阳旅游集散中心网络组织体系。即,按照“市场导向,统筹推进,远近结合”的原则,抓住集散中心健康发展的核心问题,率先发展市区旅游集散中心,将之打造成为综合性的旅游集散枢纽。通过合理的旅游线路组织和交通转换设施建设,辐射旅游资源丰富的保康、南漳等地,进而延伸其他县区。

3.2 旅游交通的整体优化

欲实现集散中心的游客集散功能,首先要解决旅游客流的交通组织问题。

目前襄阳市高速公路通车里程达到 599km,“两纵两横一环”的“井”字型高速公路骨架网基本形成,实现了“县县通高速”。一二级公路总里程达到 2715km,其中一级公路总里程达到 646km,二级公路总里程达到 2069km,实现所有县市通一级及以上公路密集的交通网络系统的建设为构建襄阳市旅游集散中心系统奠定了坚实的物质基础,提供了发展的机遇。那么,欲发挥集散中心对襄阳旅游的支撑作用,就需在运输服务的能力和水平上拔高提升,其中加强运输方式之间的衔接和协调是重中之重。具体措施是:一是建立客运服务一体化机制。在政策层面对襄阳市客运方式的布局进行统一规划、统一协调,确保各客运之间的衔接顺畅和信息传递与处理的及时;二是建立旅游交通的共融和共享机制。构建旅游交通数字化综合指挥中心和统一的旅游客运信息系统,统计分析客流量,合理安排运力,实现信息共享,促进旅游交通方式的优势互补,满足旅游市场的小批量、多频度的运输要求。

3.3 构建旅游集散中心网络公共服务支撑平台

作为一个集旅游、集散服务、咨询等功能为一体的旅游公共服务平台,应首先在市区旅游集散中心构建高效的平台化智慧运营体系。包括两个平台体系,面向旅游企业构建综合型公共服务平台,以互联网和信息化平台为依托和手段全面汇集整合景区和交通的信息资源,及时进行信息和业务上的衔接,带动集散中心内各旅游企业和组织共同参与,形成资源共享和高效的智能化的服务体系,对旅游信息发布、景点开放、客流引导、服务配置等进行智能管理,实现旅游业务的高效联动等方面具有重要意义。面向游客构建云平台 and 手机 APP 系统。尽管 APP 的市场开发目前还是处于空白阶段,但在移动购物的便携性等方面有着广阔的市场前景,已经取代了电脑成为电商领域中运用最广泛的媒介。因此,集散中心融合餐饮、住宿、交通、景区(点)娱乐、购物等领域,开发掌上公交、网上预订和线上支付、手机查询等系列 APP 产品,可有效提高服务便利性,便于游客智能感知各类旅游信息、及时安排和调整工作与旅游计划,让游客能够更有效地和景区、酒店之间进行实时沟通。

3.4 通过共同利益和规则建立 BOT 伙伴关系

BOT 这种投资与建设方式被一些发展中国家用来进行其基础设施建设并取得了一定的成功,引起了世界范围广泛的青睐。综

合考虑其他建设方式,采用 BOT 融资建设模式比较适合襄阳的实际。一方面,集散中心是个综合性的、大型的、持续的建设工程,政府财力有限,融资压力大,允许私营实体参与能吸引大量的民营资本解决建设资金的缺口问题;另一方面,在 BOT 模式中,政府和投资者共同分担 BOT 项目风险,项目公司承担建造、财经等风险,政府承担政治和法律风险,其中不可抗力风险双方都必须共同承担。将企业发展纳入到集散中心建设中,为企业发展提供经济和政治后盾,又对企业施加其影响力和控制权,将会有利于集散中心的健康发展。

参考文献:

- [1]薛莹.论上海旅游集散中心的形成与发展[J].旅游科学,2004(02):16.
- [2]吴必虎,等.中国国内旅游客源市场系统研究[M].上海:华东师范大学出版社,1999.
- [3]叶红征.旅游市场步入散客时代[N].华东旅游报,2004-12-09.