

Thinking on Strategy of Zhengzhou's Tourism Development

Shaoli Xu

Henan Academy of Social Sciences, Zhengzhou Henan
Email: xushaoli1962@163.com

Received: Jun. 8th, 2018; accepted: Jun. 22nd, 2018; published: Jun. 29th, 2018

Abstract

Through analyzing and grasping the problems of tourism development in Zhengzhou, the article clearly defined the strategic position of Zhengzhou's tourism development. Then the strategic ideas for the development were put forward as follows: starting from the project construction, taking the industrial transformation and upgrading as the main line, focusing on the brand building, and driven by institutional mechanism innovation, it is necessary to mine and integrate tourism resources so as to promote cultural tourism integration and development, and speed up the transformation of tourism industry from sightseeing to tour, leisure, entertainment, vacation, business, exhibition and some other modes. Finally, some suggestions are given to the near future.

Keywords

Zhengzhou, Tourism Development, Strategic Position

关于郑州旅游发展的战略思考

许韶立

河南省社会科学院, 河南 郑州
Email: xushaoli1962@163.com

收稿日期: 2018年6月8日; 录用日期: 2018年6月22日; 发布日期: 2018年6月29日

摘要

通过对郑州市旅游发展存在问题的分析和把握, 明确了郑州旅游发展的战略定位, 提出了郑州市旅游发展的战略思路, 以项目建设为抓手, 以产业转型升级为主线, 以品牌塑造为核心, 以体制机制创新为动力, 挖掘整合旅游资源, 推动文化旅游融合发展, 加快旅游产业从观光型向观光、休闲、娱乐、度假、商务、会展等复合型转变, 并提出了近期行动的几点建议。

关键词

郑州, 旅游发展, 战略定位

Copyright © 2018 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

郑州市作为河南省乃至中国中西部重要的旅游集散地和旅游目的地, 有丰富的山水资源, 如嵩山、黄河等, 旅游发展环境不断优化, 旅游产品不断完善, 旅游市场不断丰富, 旅游业正在呈现出蓬勃的发展态势, 对以航空港综合经济实验区为引领的郑州都市区建设发挥巨大的推进作用。

郑州旅游发展目前仍然存在一些不足和问题, 大部分旅游景区文化资源价值都很高, 但均未转换成极具吸引力的旅游产品, 已开发的黄河风景区、嵩山地质公园、雪花洞旅游区、桃花峪旅游区等自然风光类景区缺乏鲜明特色。文化类景区产品竞争力与其八大古都、华夏文明发源地的历史底蕴不相称, 大多仍停留在观光层面[1], 文化活化程度低, 缺乏体验性和参与性, 城市缺乏文化游赏体验氛围, 呈现出“古城不古、空有说头、没有看头”的现状, 此外, 民俗文化体验活动也较为欠缺。郑州现有的旅游产品体系过于陈旧, 以文化遗产类观光产品为主导, 类型单一, 休闲度假的发展仍较滞后, 与快速兴起的休闲度假旅游市场极不相称; 城市旅游吸引物匮乏, 城市整体缺乏旅游的氛围, 突出体现在缺乏适应城市旅游需求的特色化的休闲娱乐街区、综合性的文化娱乐和购物产品、精品化的演艺活动和节庆活动, 郑州旅游产品亟待转型。在此情况下, 有必要对郑州市旅游发展战略和定位进行新的认识和调整。

2. 郑州旅游发展战略思路

郑州要紧紧围绕打造大枢纽、培育大产业、发展大都市、建设国家中心城市的战略定位, 依托综合交通枢纽的区位优势, 积极融入国家“一带一路”发展战略, 使郑州的文化旅游服务于中国, 服务于世界; 使郑州的而休闲类旅游, 重点服务于中原, 服务于河南, 服务于郑州市民。要以具体的项目建设为抓手, 以产业转型升级为主线, 以品牌塑造为核心, 以体制机制创新为动力, 挖掘整合旅游资源, 推动文化旅游融合发展, 加快旅游产业从观光型向观光、休闲、娱乐、度假、商务、会展等复合型转变, 使旅游要素由散状布局向大旅游产业集聚发展转变, 实施乡村旅游富民工程, 发展城市休闲游憩、文化娱乐、会展商务游、城郊生态游等新型旅游产品, 使旅游产业成为郑州发展的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。

2.1. 突出特色, 核心是打造品牌

传承弘扬中原优秀传统文化, 推动历史文化、民俗文化、自然景观与现代城镇发展相融合, 打造历史文化和时尚文化创意、地域风貌和人文魅力相得益彰的美丽城市, 提升与拓展郑州的武术健身旅游产品、生态休闲旅游产品、娱乐购物旅游产品、文化观光旅游产品, 重点彰显中原古文化、根文化、武术文化、中岳文化、黄帝文化、黄河文化。

要依托“嵩山”、“少林”、“黄帝”、“黄河”等国际品牌旅游资源, 实施高层次资源整合, 进行市场化、商业化开发, 打造少林、寻根(老家)两大国际知名旅游品牌产品, 提升具有国际旅游城市标准的软硬件设施。深入挖掘郑州“商都”、“河魂”的城市文化内涵, 构建特色鲜明的旅游产品体系, 联

动打造具有国际吸引力的古都文化旅游目的地，依托郑州国际化、现代化立体综合交通枢纽的优势，积极融入国家“一带一路”发展战略，主动作为，先动先行，努力构建“互联互通，旅游先通”的大旅游、大发展的现代旅游产业体系，建立多层次、全方位、多渠道的国际交流机制，促进丝绸之路沿线的区域旅游合作，将“天地之中、功夫之都”的旅游品牌融入郑州国际商都的城市形象，按照世界、国内、中原三个层次定位打造旅游品牌，整合构建大旅游产业集群，积极发展乡村旅游、休闲度假旅游、康体养生旅游新型旅游业态，把旅游产业培育成国民经济的战略性支柱产业、改善民生的重要富民产业和人民群众更加满意的现代服务业，使郑州成为国际国内知名的旅游目的地城市。

2.2. 创新城市，焦点是产业联动

郑州是中国八大古都之首，是华夏文明发源地中心城市。传承保护和创新发展古都文化、功夫文化和根亲文化，强化城市文化设计，突显中原历史文化特色，以鲜明的旅游品牌和形象对郑州的城市特色进行精准的创新定位。通过旅游产业转型升级和旅游质量提升，创新打造具有中部历史文化特色的新型旅游核心吸引物，使郑州成为中国最佳旅游服务城市和区域旅游中心城市，推动郑州国家中心城市建设。

旅游是关联性较强的产业，在推进新型城镇化、新型工业化、农业现代化过程中同步布局发展旅游产业[2]。应以“旅游+”大旅游产业发展思路，充分发挥旅游产业关联性强的特点，大力贯彻旅游+产业发展思路，推动旅游业与农林业、商业购物、休闲游憩、文化娱乐、体育运动、康疗、养老、交通、旅游地产等相关产业整合，实现全域旅游产业的提质增效和创新升级。提升旅游产业综合竞争力，通过打造一批旅游产业集聚区，实现多产业共同发展。

2.3. 生态优先，基础是服务民生

郑州旅游要牢固树立和践行生态文明理念，严守生态保护红线和基本农田保护红线，构建森林、湿地、农田和城市四大生态系统，合理布局旅游、生活、生态空间，构筑主城区绿色生活圈、城市周边生态隔离圈、外围森林防护圈。突出西部山地、黄河沿岸和南水北调中线工程沿岸等生态空间主体功能，加强南水北调中线工程沿岸的生态保护及黄河湿地的保护修复工作。打造西部山地生态屏障，推进沿河沿路的生态廊道建设，构建绿城特色的生态网络布局。

以最佳旅游城市和最佳娱乐城市标准为指导，一体化完善郑州社会公共服务设施和旅游公共设施，特别是为适应信息时代、休闲度假时代要求，在信息化、标准化基础上强化特色化、精细化、人性化和个性化服务。系统提升城市交通体系建设、城市景观建设、城市绿地系统建设、城市水系建设、城市市政设施改造和城市土地利用调整等现代化城市建设，方便游客和市民的畅游游览活动。加快建设完善旅游交通网络，完善急需提升的旅游公共服务设施，尽快开通郑州市区观光巴士，把全域旅游发展理念和手段融入城市和区域整体发展，提升城市游憩和城市文化产品开发。完善郑州旅游集散系统；旅游公共信息服务、旅游标示服务、旅游公厕服务等旅游公共项目建设；以旅游基础设施和旅游服务设施建设实现公共服务体系的新突破，促进旅游设施与社会公共设施的共建共享，为市民和外来游客营造便利的游憩条件。

3. 郑州旅游战略定位

3.1. 形象定位：天之中、河之魂、族之根

依托“嵩山”——天之中、“黄帝”——族之根、“黄河”——河之魂旅游形象，打造郑州旅游形象，通过嵩山世界文化遗产天之中，开展文化、地理、武术、宗教等天中文化旅游，打造中岳文化的个性吸引力。通过华夏始祖黄帝，打造华夏民族之根旅游，吸引海内外华夏子孙寻根问祖，增强民族的凝

聚力。通过黄河母亲河，打造郑州黄河文化之城、大河之魂个性旅游特色，配套相应的旅游支撑项目及旅游活动。提升郑州国家中心城市软硬件设施，依托“天之中”、“族之根”、“河之魂”旅游形象定位，构建现代旅游产业体系和特色鲜明的旅游产品体系，以全域旅游的发展理念促进郑州与丝绸之路沿线的区域旅游合作，联动打造具有国际吸引力的中原历史文化旅游目的地，和“一带一路”重要旅游节点城市。

3.2. 功能定位：“一带一路”文化旅游交流集散中心

依据国家发改委《促进中部地区崛起规划》中对郑州市全国性交通枢纽城市的战略定位，依托逐渐完善的航空、高铁、高速公路等立体交通网络，完善市民与游客分享的配套旅游基础设施及旅游服务设施。根据郑州在“一带一路”国家战略中的定位，进一步完善旅游服务体系，发挥区位和交通优势，进而打造成“丝绸之路经济带”上的“国际文化旅游交流集散中心”。

在目前“丝绸之路经济带”陆路货运交通的基础上，尽快筹划开通国际旅游列车。未来“郑欧旅游列车”的开通，经乌鲁木齐、中亚，直至德国汉堡，会覆盖欧洲、中亚 20 个国家 105 个城市。这不仅是一条“多彩的旅游线”，同时也是一条“东西方文化交流线”。再加上郑州机场开通了 180 多条空中航线，覆盖除非洲之外全球主要经济体，这都为郑州“一带一路”文化旅游交流集散中心城市的建设，提供了一个难得的发展机遇。

3.3. 产业定位：区域旅游产业核心

河南是中原历史文化积淀深厚的核心区域，深入挖掘突显中原历史文化的华夏文明源地的特色，满足人民群众日益提升的旅游市场需求，实现郑州旅游产业的转型升级和质的提升，是目前摆在我面前的重要责任。依托郑州丰厚的旅游资源与区位优势，打好文化产业、娱乐休闲产业两张牌，文化重点突出华夏文明源地的特色，娱乐休闲重点完善文化娱乐、都市游憩娱乐体系。积极规划建设新的旅游项目，着力构建休闲娱乐、康体度假、修学体验等高端旅游产品体系，完善复合型旅游产品，发展商务会展、自驾车旅游、文化创意旅游产品等新业态，大力推动文化娱乐，整合构建大旅游产业集群，完善城市旅游公共服务硬件设施，提升旅游软件服务质量，打造中部区域的旅游产业核心城市，河南省旅游产业发展的核心。

3.4. 文化定位：华夏“源文化”传承区

文化是一个国家软实力的体现，河南是中华文化的主要发祥地，中原文化是东方文化的渊源，是中华文化的核心。河南省“老家河南”、“华夏之源”的总体形象，郑州是其主要的展示表现区，郑州紧临黄河，又是黄河文化的典型代表，是“华夏文化的传承创新区”，发挥古文明、古文化优势，彰显“中原文明”的文化品牌，将是郑州发展的重点任务之一。

人文始祖黄帝故里就在郑州。中国有八大古都，郑州商都被益为古都之首。以“中华民族源文化”为主线，发挥根源文化优势，大力开发寻根敬祖、武术探密、宗教朝圣等专项旅游，以“名城、名山、名寺、名人”为依托，健全现代旅游市场体系；提高“依法治旅”水平，优化旅游环境，迅速与“一带一路”国际旅游市场接轨。把郑州建设成为宏扬传统文化的示范区，中华根源文化传承创新区。

4. 几点建议

4.1. 重视市民郊游活动，加快构建环城游憩线路

乡村振兴是目前党中央的重大战略举措，环城游憩带是大城市郊区发展的共同特点，郑州旅游应以特色观光休闲产业园、沿黄现代渔业带及“浮戏人家”建设为重点，推进郑州“美丽乡村”建设示范，

加快发展一批环城乡乡村旅游示范村,推动乡村旅游特色化、规模化、产业化发展。牢固树立“以农为本,以乡为魂”的发展理念,全面提升城郊乡村旅游发展质量和服务水平,着力打造城郊旅游升级版,使乡村旅游成为促进城郊经济发展、农业结构调整、农民致富的重要力量,成为建设美丽乡村的重要载体。

郑州要利用其区位和环境特,吸引外地人游郑州,同时要提倡郑州人游郑州,为适应城市居民的户外休闲游憩需求,建议完善增加环城旅游公交和城郊观光巴士,形成各具特色的户外环城休闲游憩线路。建议重点开发环城七条旅游路线:

- 1) 黄河水陆综合旅游线:古柏渡-河心洲-万亩黄河湿地-鸿沟-汉霸二王城-桃花峪-黄河游览区-黄河花园口。
- 2) 中岳武术文化旅游线:郑州市区-少林寺-武术馆-武校-太室山。
- 3) 黄帝文化观光寻根旅游线:轩辕故里-始祖山-黄帝宫-黄帝城-炎黄二帝像。
- 4) 自然奇景旅游线:嵩山地质景观-红石峡-河洛交汇处-黄河中下游分界线-悬河花园口。
- 5) 生态旅游线:嵩山-浮戏山-黄河湿地-雁鸣湖。
- 6) 民居民俗文化旅游线:康百万庄园-少林武术村-樱桃村-枣乡风情园-泰山村。
- 7) 古战场-军事设施旅游线:汉霸二王城-浮戏山古城堡-官渡古战场-八龙潭防空洞。

4.2. 强化市区旅游步行街区的建设

以建设郑州古商都历史文化休闲区为抓手,打造全景展现郑州历史,适应都市休闲娱乐需求的休闲步行街区,建议在商城保护区范围外,建设城隍庙民俗街、庙前广场、文庙、民间艺术交流中心、东城门楼、商都遗址博物馆、创意文化基地以及秦岭-淮海路美食街区、中原西路农家乐街区、郑东新区商务休闲街区、古玩城古玩街区、国香茶城茶文化街区特色休闲娱乐街区。创新开发丰富多彩的旅游休闲项目,进行环境整治,提升郑州古都氛围,促进郑州商城遗址保护与郑州城市建设的协调发展。

结合旅游步行街区的建设,完善步行街区绿道慢行系统,在市区有条件的道路,完善自行车道和步行道,沿黄河湿地的主要河道的一侧设置自行车和步行景观通道。在郑东新区、古商城、滨河休闲街区、城隍庙-文庙文化街区、火车站等休闲场所设置步行系统,注重两侧文化休闲景观和商业休闲氛围的打造。

4.3. 培育河南旅游重心, 打造中岳圣山

郑州旅游重点应该以嵩山为核心,充分发挥嵩山旅游龙头带动效应,扩大产品影响力,提高产品竞争力和产出能力,以世界文化遗产为品牌,强化、提升、完善旅游内容和吸引力,加大建设力度,高水平展示文化内涵,全面提升建设水平和文化品位;强化旅游宣传,提升旅游形象,打造中岳圣山王牌产品,带动郑州区域的旅游发展。将少林、嵩山联合打造,形成河南省旅游品牌的龙头老大,使五岳独尊的嵩山成为“中国圣山”,在打造“中岳圣山”的同时,还要积极支持登封创建中国少林功夫国际旅游目的地。

4.4. 突出河南文化特色, 建设“华夏之源”主题公园

从全国宏观上来看,河南历史文化资源的真正优势是“根源”文化,历史文化优势集中在远古;河南是中华文明之源、华夏文化之源、姓氏之源、武术之源、血缘之根、文字之源、商业之源等等;我国的三皇五帝九圣人都在河南[3]。古老的“源”文化可以说是河南历史文化的特色所在。但“源”文化的劣势是文化价值与旅游价值不对等,源文化的特点是:历史比较久远,在旅游上表现为无形的多,有形的少;地下的多,地上的少;看不见的多,看见的少;传说的多,有记载的少;历史文化旅游资源可观赏性差,开发难度大。因此如何使河南省人文资源优势转化为旅游优势,使无形变有形,使“有说头没

看头”变为“有说头有看头”，需要进行文化主题公园的建设。

为了发挥河南省文化旅游资源的优势，增加体验旅游，建议在郑州与开封之间中牟区域，选择合适位置，规划建设“华夏之源”主题公园，主要体现河南文化的深厚和华夏文化之源的主题形象。增加郑州旅游娱乐内容，使游客能够在娱乐之中体验中原文化的博大精深。

致 谢

感谢国家自然科学基金资助项目(项目编号：50902110)。

参考文献

- [1] 同济大学城市发展战略与管理研究院, 郑州市旅游局. 郑州市旅游发展总体规划说明书[Z]. 内部资料, 2003.
- [2] 郑州市旅游局. 郑州市十三五旅游产业发展规划[Z]. 内部资料, 2016.
- [3] 许韶立, 侯鸿昌. 河南旅游发展报告(2017 年) [M]//魏一明, 张占仓, 主编. 河南发展报告(蓝皮书). 北京: 社会科学文献出版社, 2018.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2169-2556, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ass@hanspub.org