

皖南国际旅游文化示范区 文化旅游资源整合开发模式

程晓丽, 胡文海

(池州学院资源环境与旅游系, 安徽池州 247000)

摘要: 文化旅游是当今世界旅游发展的主流, 旅游与文化的关联度渗透性日益增强, 如何提升旅游产品的文化内涵, 是世界各地旅游业长远发展的关键问题。皖南国际旅游文化示范区包括黄山、池州、宣城、芜湖、马鞍山、铜陵六市及安庆市的潜山县, 辖34个县市区, 总面积38220km², 总人口1069.6万, 是安徽省最具开发潜力的旅游板块, 文化旅游资源的品位和富集度都很高, 但是在开发过程中存在着开发层次较低、产业链条脆弱、整体旅游形象不明、缺乏王牌产品、整合开发乏力等诸多问题。通过分析示范区文化旅游资源的开发现状及问题, 提出了对文化旅游资源开发进行整合的模式, 即以空间为依托的地域组合模式、以市场为依托的产品整合模式、以营销为依托的形象整合模式、以产业为依托的文化与旅游互动发展模式等。

关键词: 皖南国际旅游文化示范区; 文化旅游资源; 整合开发

文章编号: 1000-0585(2012)01-0169-09

1 引言

文化是旅游的灵魂, 旅游产品的档次和品位在很大程度上取决于它的文化内涵, 厚重的文化底蕴已成为区域旅游经济发展的决定性因素^[1]。从全球旅游业发展的趋势来看, 旅游与文化的关联度渗透性日益增强, 旅游企业之间的竞争已经上升为文化的竞争, 人们期望在旅游活动中实现对文化享受的追求, 旅游目的地要满足旅游者的愿望和需要, 赢得旅游者的特别眷顾与青睐, 就必须充分利用本地的文化特色, 赋予本地旅游产品更多的文化价值和内涵, 以增强其吸引力^[2]。

当今世界经济结构正在经历深刻变化, 旅游业也进入一个大调整大发展时期, 各种新兴的旅游形态日渐崛起, 旅游与文化呈现出多层面、多领域的相互融合态势, 旅游文化产业也日益成为影响经济发展的主要因素, 成为各国政府发展的战略主导方向之一。

我国一些学者对区域文化旅游资源的开发利用及文化旅游产业进行了相关研究, 马晓冬等认为旅游文化资源的开发就是对散点化的旅游文化资源进行挖掘、概括、提炼、升华, 抽象出凝聚区域特色的个性化精神文化主题, 并通过文化风情的营造和文化艺术的物

收稿日期: 2011-06-23; 修订日期: 2011-09-15

基金项目: 安徽省高等学校省级优秀青年人才基金重点项目 (2010SQRW101ZD); 池州学院研究中心重点项目 (XKY201009); 池州学院重点学科《地理学》建设项目 (2011XK03)

作者简介: 程晓丽 (1975-), 女, 汉族, 安徽桐城人, 副教授, 主要从事旅游管理教学与研究。E-mail: xlcheng99@126.com

胡文海 (1964-), 男, 安徽池州人, 教授, 硕士。主要从事人文地理与旅游管理的教学与研究工作。E-mail: wenh1990@tom.com

化、创新,在更深层次上“整合”和“点化”这些旅游文化资源^[3]。梁明珠分析了广州市开发旅游文化资源的潜力和优势,提出了广州市旅游文化资源开发构想框架,并由微观、中观到宏观的探讨,提出了近期操作切入点的选择、旅游线网片开发的思考、整合城市优势和凸现岭南文化特色等方面的建议^[4]。刘冰清等分析了湖南旅游文化资源的独特性,提出了挖掘湖南旅游资源文化内涵的基本思路和湖南旅游文化发展的战略措施^[5]。孙玉梅等通过对山西文化旅游资源开发利用现状与特征的分析,提出了基于山西文化旅游资源合理开发利用的文化产业发展的五种模式,即以旅游产业开发与文化产业互动发展模式,以古建筑和古遗址为主的保护性开发模式,以影视、演艺和民间艺术为主的市场性开发模式,以文化体制机制创新为主的多元投融资模式和以政策为依托的政府引导模式等^[6]。

2 皖南国际旅游文化示范区文化旅游资源开发现状

2009年7月16日,安徽省政府批准设立了“皖南国际旅游文化示范区”,这是继“合芜蚌自主创新综合配套改革试验区”、“皖江城市带承接产业转移示范区”之后,又一个推动区域经济协调发展的重点示范区^[7]。示范区地理范围上包括黄山、池州、宣城、芜湖、马鞍山、铜陵六市及安庆市的潜山县,辖34个县市区,总面积38220km²,总人口1069.6万。示范区东临我国最富庶的长江三角洲,与上海、南京、苏杭等城市景观相接,具有明显的互补性;向西则沿长江黄金水道连接庐山、洞庭湖、张家界等著名景区,东西联接可构成我国的热线旅游经济圈,具有良好的区域经济基础和广阔的客源市场,是最具开发潜力的板块。示范区的设立能充分发挥文化在皖南旅游发展中的内核作用,有力地推动旅游与文化的融合,为皖南旅游发展提供了更大的空间和平台。目前安徽省已经制定出台了示范区总体规划,加大了对开发的力度,“十一五”以来,对文化旅游类项目的中央投资达到13268万元,占全省同期比例的43%,在绿色旅游、红色旅游、文化文物保护、基础能力建设方面均取得了一定的成绩,示范区开发整体呈现出良好的发展态势,其文化旅游资源的开发方面存在着以下特点:

2.1 文化旅游资源丰富,开发利用潜力巨大

由于历史渊源和地域特征,皖南国际旅游文化示范区形成了自己特有的文化区系,旅游资源的品位和富集度不仅在安徽省,而且在全国、全世界都属罕见,是安徽旅游的精华所在。区内拥有世界遗产项目2项,世界地质公园2处,国家重点风景名胜区7处,国家森林公园9个,国家自然保护区3个,国家重点文物保护单位22处,国家历史文化名城2处,其中黄山、九华山、天柱山、齐云山、西递、宏村等在国内外均享有较高的知名度,显示了区域旅游资源的强度效应,特别是以黄山为中心的世界遗产和徽文化旅游区、以九华山为中心的佛教文化旅游区、以天柱山为中心的禅宗文化旅游区、以“铜都”铜陵、“钢城”马鞍山和“创新之城”芜湖为代表的工业旅游区、以泾县为中心的红色旅游区都在这里集聚。

表1分区域列出了各地文化旅游资源的情况,可见文化旅游资源呈现出类型丰富、数量众多、品位较高的特点,尤其以历史文化、宗教文化、民俗节庆、建筑文化、饮食文化、节庆文化、产业文化等旅游资源见长。伴随着社会经济的快速发展以及人们对文化旅游消费需求地不断释放,对文化旅游资源进行开发无疑有着广阔的空间和巨大的潜力。

2.2 文化旅游效益初现,文化产业链条脆弱

皖南国际旅游文化示范区资源优势明显,已形成了良好的开发态势,文化旅游及相关

产业附加值逐年上升，旅游人数和旅游收入均呈现快速增长的态势，显示出较好的经济效益

表 1 皖南国际旅游文化示范区文化旅游资源分区比较
Tab 1 Comparisons of cultural tourism resources divisions in International
Tourism Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province

文化旅游资源类型	芜湖	宣城	马鞍山	铜陵	潜山县	池州	黄山
历史文化旅游资源	人字洞遗址、乌霞寺、芜湖古城、大清监狱、繁昌窑遗址	新四军军部旧址、皖南事变烈士陵园、陈山遗址	牛渚城遗址、太白楼、李白墓园、朱然墓	古铜矿遗址	薛家岗文化遗址、胭脂井、山谷流泉摩崖石刻	徽池古道、七星墩新石器遗址、古石城遗址、樺根关太平天国古战场遗址、尧舜遗迹	蒋家山新石器遗址、徽泾古道、徽浮古道、花山迷窟、古徽城遗址、方腊洞、皖南苏维埃政府旧址、中共皖南特委旧址
宗教文化旅游资源	广济寺、清真寺、圣雅阁教堂、天主堂	广教寺、水东天主教堂	采石广济寺、小九华地藏王殿、采石天主教堂	大通天主教堂、大士阁（九华山头天门）	三祖寺、佛光寺、梅城基督教堂	九华山（佛教四大名山之一）、镇国寺、明王禅寺、观音寺、珍珠寺	齐云山（道教四大圣地之一）
民俗文化旅游资源	芜湖梨簧戏	皖南花鼓戏、徽剧	当涂民歌、姑溪龙舟会	元宵灯会	黄梅戏	傩戏、青阳腔、龙灯、十番锣鼓、坐唱	徽州婚俗、徽剧、目连戏、叠罗汉、抬阁
建筑文化旅游资源	方村、湾沚	江村、查济、龙川、黄田	蛾眉亭、然犀亭、丹阳古镇、姑孰古镇	大通古镇	占庄、黄泥	东流古镇、南溪古寨、石门高沙济、严家古村	西递、宏村、唐模、屯溪老街、新安碑园、多景园、棠樾牌坊群、太平桥、万年桥、余庆堂戏台
饮食文化旅游资源	江鲜宴、芜湖小吃、傻子瓜子	徽菜、宁国红楼宴、宁国山核桃	黄池酱菜、采石茶干	铜陵冰姜、大通茶干	天柱剑豪、天柱石耳、瓜篓子、	九华素斋、九华佛茶、九华黄精、天方茶叶	徽菜、黄山毛峰、太平猴魁、祁门红茶、黟县香榧、徽州贡菊
节庆文化旅游资源	美食文化节、动漫文化节	文房四宝旅游艺术节	国际吟诗节	青铜文化节	黄梅戏艺术节	九华山庙会、池州国际傩文化节、石台茶叶节、东至菊花节	黄山国际旅游节、黄山名茶节
产业文化旅游资源	奇瑞汽车工业园、和平生态公园	中国宣纸集团、宣城市宣笔厂	马钢工业园	“点石成金”铜文化、永泉农庄、凤凰山牡丹园、铜都森林公园	金紫山森林公园、水吼农业观光园	东至县玩具工业城、贵池农业科技示范园、安徽天方茶叶集团	歙县老胡开文墨厂、屯溪区黄山植物大观园、歙县上丰花果山村落生态旅游区、黄山市徽州区蜀源生态旅游区、黄山市黄山区芙蓉观光农业开发实验区

资料来源：根据《安徽导游基础知识》（2010）相关资料整理。

益和社会效益。2010 年,示范区生产总值达 3590.04 亿元,占全省总量的 29%;旅游总收入 527.78 亿元,占全省 45.85%;接待国内外旅游人数 6941.06 万人次,占全省 42.29%,后两项指标接近全省一半,旅游效益逐渐显现出来(表 2)。

但与自身的资源优势相比,示范区文化旅游开发的层次还较低,主要表现在资源开发深度不够,忽视对文化内涵的挖掘及产品形象的展示,目前文化旅游产业基本上是以旅游景区、宾馆饭店为主,缺乏参与性、体验性、互动性的旅游产品;吃、住、行、游、购、娱六要素没有很好的结合,难以延长旅游者的逗留时间;景区之间缺乏协调沟通,形成多足鼎立、各自为政的局面,重复性的投资和建设较多,相互之间争夺客源却又削弱市场;自然景观与人文景观的融合度较低,没有形成集观光、休闲、度假、购物、商务、会议、美食、文化、健身等多种服务相结合的多功能、高层次的综合文化旅游产业链。

表 2 皖南国际旅游文化示范区各市(县)GDP 与旅游收入情况(2010 年)

Tah 2 GDP and Tourism Receipts of each city (county) in International
Tourism Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province (2010)

项目 地名	GDP (亿元)	旅游总收入 (亿元)	占当年本地区 GDP 比例 (%)	占全省旅游收入 份额 (%)	接待旅游者数量 (万人次)
安徽省	12263.40	1151.00	9.39	—	15349.00
黄山市	309.30	202.10	65.34	17.56	2544.70
池州市	300.80	138.10	45.91	12.00	1545.00
宣城市	525.70	43.10	8.20	3.74	646.70
芜湖市	1108.63	76.00	6.86	6.60	800.00
马鞍山	811.01	36.31	4.48	3.15	755.26
铜陵市	466.60	22.80	4.89	1.98	410.00
潜山县	68.00	9.37	13.78	0.81	239.40
皖南示范区	3590.04	527.78	14.70	45.85	6941.06

资料来源:根据皖南国际旅游文化示范区有关市县 2010 年国民经济和社会发展统计公报整理(截至 2010 年底),部分数据依据现有数据计算所得。

2.3 整体旅游形象不明,示范区整合开发乏力

形象是旅游区的生命,在当今激烈的旅游市场竞争中,形象塑造已成为旅游目的地占领市场制高点的关键。皖南国际文化旅游示范区每个城市都有自己的文化名片,各个城市经过提炼概括形成的旅游形象经过近些年的营销宣传也都产生了一定的影响,如芜湖市旅游形象定位为“皖江明珠,梦幻之都”、池州市旅游形象定位为“生态池州,佛国九华”、宣城市旅游形象定位为“中国文房四宝之乡”等等,但从表 3 归纳的各个区域的形象定位来看,单个城市树立起来的旅游形象是单薄的、片面的,并容易同相邻地区相贴近。

进行区域旅游开发合作的最终目的之一就是树立区域旅游的整体形象,鲜明、深刻、具有地域特色的整体旅游形象能够形成极大的旅游吸引力^[8]。示范区作为一个旅游整体,其历史文化积淀深厚,如何对现有的城市形象进行综合,提炼出能充分反映区域旅游特色及地域特征的整体旅游形象是当前资源开发过程中迫在眉睫的艰巨的任务,只有形成了一个整体旅游形象,才能把示范区旅游产品的整体优势体现起来,形成合力,对拉动旅游客源市场起到有力地促进作用。

皖南国际旅游文化示范区从空间范围上来看包括长江以南的整个皖南地区的黄山、池州、宣城、马鞍山、芜湖、铜陵六个市全部以及江北的安庆市的潜山县，空间上具有不连续性，地跨不同的行政区域，示范区内文化旅游资源尚未实现整合开发。

表 3 皖南国际旅游文化示范区各市（县）旅游形象定位

Tab 3 Tourism image orientation of each city (county) in

International Tourism Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province

市（县）名称	芜湖	宣城	马鞍山	铜陵	潜山	池州	黄山
旅游形象	皖江明珠，	中国文房	山水诗都，	中国铜文	黄梅故里，	生态池州，	黄山之麓，
定位	梦幻之都	四宝之乡	休闲新城	化之都	禅宗文化	佛国九华	徽韵古城

资料来源：根据皖南国际旅游文化示范区有关市县旅游网站整理。

3 皖南国际旅游文化示范区文化旅游资源整合开发模式

皖南国际旅游文化示范区丰富多样、各具特色的文化旅游资源在开发的过程中依然存在着开发层次较低、产业链条脆弱、旅游形象不明、缺乏王牌产品、整合开发乏力等上述问题，主要原因还是在于没有形成整体开发的理念，必须因地制宜地采取“区域经济一体化”的思路，实现区域旅游资源的优化配置、相互补充、共同整合，使区域旅游资源布局更加合理、产品类型更加丰富、主题更加鲜明、形象更加突出，在具体实施过程中可对文化旅游资源的开发可采取以下几种整合模式。

3.1 以空间为依托的地域组合模式

当前旅游产业已经从景区和城市间的竞争转向为区域间的竞争，区域合作是提升综合竞争力的重要举措，也是实现互惠互利、互促共赢的有效形式。因目的地地域文化的整体性，文化旅游开发时只有进行整体开发才能充分展现地域特色，并保持文化的长久传承^[9]。而区域旅游合作需要政府的努力，没有政府的介入和相关政策支持，合作就缺乏必要的基础和条件^[10]。

安徽省政府应充分利用宏观调控职能，统一规划、合理布局，打破地域界限，将全区旅游资源置于一个棋盘上，由以行政区为主转变成以资源区为主，重新组合与调整现有的资源格局，在总体布局上不仅要体现以黄山为中心的思想，更要体现区域整体思想，对黄山、太平湖、九华山、黟县、齐云山、歙县以及芜湖方特为代表的沿江发展轴进行统筹开发，形成“两区一带一环”的格局：“两区”即黄山与徽文化旅游区、九华一天柱山宗教文化旅游区，“一带”为徽杭古道休闲旅游带，“一环”为皖南高速公路旅游环。扩大以“两山一湖”为核心的旅游资源开发开放，并利用现有的旅游品牌辐射带动产生叠加效应，同时各旅游区也要自觉与示范区开发建设融为一体，以局部利益服从整体利益，形成一个大资源，建成一个大景区，可借鉴长三角旅游一体化发展模式，实现旅游规划一体化、旅游基础设施建设一体化、旅游公共服务一体化。

3.2 以市场为依托的产品整合模式

文化资源转化为文化旅游产品有较大的难度，关键在于寻找合适的转化载体，要有创新思维^[11]。文化旅游资源整合时要按照资源的内在联系，遵循“求同存异”的原则，突出特色，优势互补，组合出跨越行政区域的系列化、精品化、特色化的文化旅游产品。区域合作实行旅游资源整合的根本目的，就是要实现整个区域旅游业的优势互补，提升整体

旅游竞争力^[12]。

通过整合可将示范区内的徽文化旅游资源、文房四宝旅游资源、佛教文化旅游资源、红色旅游资源、绿色旅游资源、名人故里旅游资源以及大量的非物质文化遗产加工成相应的旅游产品,并把这些旅游产品组合成若干条主题突出特色鲜明的文化旅游路线。一条合理的旅游路线能有效刺激旅游者的出游愿望,一般而言,旅游线路上参与组合的要素越多,组合变化程度越大,旅游资源的吸引力就越强,旅游线路的价值就越高^[13]。

依照这一原则,示范区在进行文化旅游线路设计时,可在突出特定主题的前提下,科学合理地连接相关景点,充分挖掘徽文化、佛文化、道文化内涵,按照不同的主题推出徽文化深度体验游、文房四宝之乡游、李白皖南游踪之旅、皖南生态文化考察游、戏曲文化游、佛教文化游、皖南红色之旅、名人故里游等等,如表4所示,多样化主题的旅游路线不仅可以满足不同类型文化旅游者的需求,而且可以提高区域旅游的经济效益和社会效益。

表4 皖南国际旅游文化示范区文化旅游专题线路设计

Tah 4 Designated theme line design in International
Tourism Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province

线路名称	线路设计	主要特色	客源市场
徽州文化考察游	歙县—屯溪—休宁—黟县	考察徽州文化的多种表现形式,感受其历史文化价值	普通旅游者
文房四宝之乡游	歙县—绩溪—泾县	考察文房四宝的一些制作工艺和产品形式以及沿线的风土人情	普通旅游者和书法爱好者
李白皖南游踪之旅	马鞍山—当涂—敬亭山—泾县—铜陵—秋浦河—九华山—黄山—歙县	该线路诗味十足,文化品位很高	普通旅游者和文学爱好者
绿色文化考察游	牯牛峰—清凉峰—升金湖	了解生物圈、生态系统、生物多样性、保护区、国家公园、珍稀濒危物种等陌生的名词以及各种复杂的自然保护问题	青少年旅游者
戏曲文化游	歙县—青阳—贵池—安庆	欣赏戏曲表演,了解戏曲知识	戏曲爱好者
佛教文化游	九华山—天柱山	了解佛教文化知识	普通旅游者和香客
皖南红色之旅	黄山—绩溪—旌德—泾县—宣城—芜湖	缅怀革命精神,接受革命教育	普通旅游者和青少年旅游者
名人故里游	黄山—九华山—绩溪	了解皖南历史名人,增长历史文化知识	普通旅游者

3.3 以产业为依托的文化产业与旅游产业互动发展模式

旅游产业要持续健康发展,必须高度重视对文化资源的利用,提升旅游产业的文化内涵和品位。文化产业在产业价值链中占据高端,对其他产业具有很强的渗透力和辐射力,并能产生巨大的经济效益。实践证明,旅游产业和文化产业的互动与整合有利于区域文化、经济、社会的协调发展,并从根本上推动旅游产业与文化产业的大发展^[14]。通过旅游文化产业发展,不但可以增强人们对文化的认知和理解,促进文化的发掘和传承,而且

可以实现文化资源的保值增值甚至是创新,为文化的发展提供强大的后劲,两者在融合中达到相互提升和共赢^[15]。2011年3月公布的《我国国民经济和社会发展的“十二五”规划纲要》明确提出要推动文化产业成为国民经济支柱性产业,这一战略目标的确立为加快文化旅游发展,促进文化与旅游融合提供了难得的机遇。当前正处在产业结构转型和发展方式转变的关键时期,采取旅游产业与文化产业互动发展的模式有利于挖掘地方文化、完善产业结构。

旅游文化产业发展的核心是景区景点,同时也离不开饭店、旅行社、旅游交通和旅游商品等相关行业,通过完善和延伸产业链条,大力发展文化体验、休闲度假、影视演艺、会展创意、传媒出版等多个领域,结合示范区资源特点,可推出包括木雕、砖雕、石雕、竹雕、歙砚、徽墨制作的“徽州六绝”旅游表演项目;推广“徽韵”、黄梅戏、傩戏等专场文艺演出;开办森林休闲、体育健身、康复疗养等专项旅游;创作影视剧本、发展动漫产业等等,让旅客获得更多的文化体验,愿意花费更多的时间和钱财。

3.4 以营销为依托的形象整合模式

区域旅游合作要将区域整体形象作为旅游吸引因素来推动市场,根据安德森理论,在无法限定和改变认识主体的前提下,形象成为客体本身各个属性的总和,而整体形象要比单个形象更丰满,更方便人们的认知和了解^[16]。

示范区文化旅游资源开发必须进行形象地整合,形成特色鲜明的整体形象,并通过宣传营销把整体形象传递到全球范围的潜在旅游者的面前。结合地方文脉特征,可将示范区整体旅游形象定位为“风雅皖南,梦里徽州”,围绕此形象加快“三区一园”的建设目标,“三区”即世界一流的旅游度假区、全国生态文明建设的示范区、文化旅游改革创新实验区,“一园”即全国人民心目中的大公园。同时还要加快旅游基础设施建设,建立跨行政边界的信息共享机制,加强与周边景区的合作,建立共同的市场平台。

进一步拓展客源市场,将江苏、浙江、上海、广东等周边省市作为一级市场,将福建、北京、山东以及江西、湖南、湖北等省市作为二级市场,将港澳台、日韩及马来西亚等地区和亚洲国家,美国、德国、法国、英国等西方国家,以及澳大利亚等大洋洲国家作为三级市场。

综上所述,针对皖南国际旅游文化示范区开发过程中的突出问题,结合示范区的具体情况,在具体开发过程中要综合示范区整体优势,以皖南文化为灵魂,从空间、市场、营销、产业等方面对文化旅游资源进行整合,在具体实施过程中,空间整合是基础,形象整

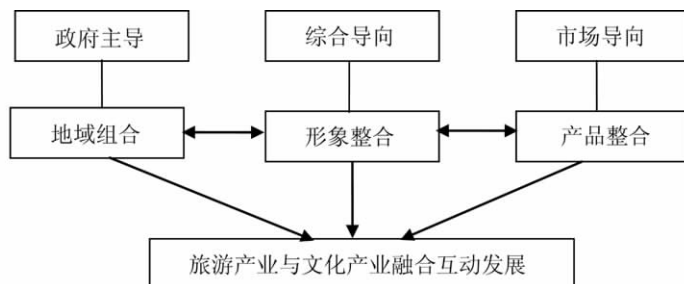


图1 皖南国际旅游文化示范区文化旅游资源整合开发路径

Fig.1 Way of cultural tourism resources integration in International Tourism Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province

合是核心,在此前提下做好市场整合和产业整合(图1),开发出多层次、全方位的文化旅游产品,并根据国内外不同的市场需求,加大宣传营销的力度,真正把示范区建设成为“安徽旅游文化产业发展的试验区”、“中国区域旅游文化合作的示范区”和“全球知名的旅游文化展示区”。

4 结论与讨论

通过对皖南国际旅游文化示范区文化旅游资源开发现状、问题与整合开发模式的分析,有以下结论和思考:

(1) 皖南国际旅游文化示范区是安徽省旅游资源分布最集中、品位最高的地区,示范区的设立对文化旅游资源富集地区的文化旅游开发进行了有益的探索,建立皖南国际旅游文化示范区本身就是一种区域旅游开发模式。

(2) 文化旅游是未来旅游的主导形式,也将成为21世纪最具吸引力的旅游产品之一^[17]。随着文化旅游者规模逐渐增加,文化旅游的收入比重越来越大,发展文化旅游成为许多城市和区域的发展战略^[18]。在国内外文化旅游蓬勃发展的大潮中,皖南国际旅游文化示范区的文化旅游发展既面临种种挑战,又有着广阔的发展空间。

(3) 皖南国际旅游文化示范区未来文化旅游资源开发需采取整合开发模式,以政府为主导实现旅游资源空间地域整合,以市场为导向实现文化旅游产品的整合,以政府主导、市场导向、企业参与等综合导向来实现文化旅游形象整合,真正实现旅游产业与文化产业融合互动发展的终极目标。

(4) 皖南国际旅游文化示范区在文化资源开发利用过程中,还应处理好文化旅游资源开发与保护的关系,推进示范区可持续发展,真正达到经济、社会、文化效益的全方位提升,实现人与自然、社会的和谐统一。

(5) 皖南国际旅游文化示范区地跨不同的行政区划区,在空间上又不完全是连续的,其文化旅游资源的整合开发具有一定的挑战性,需要政府、企业的不断实践,需要学术界给予更多的关注。本研究只是对整合模式进行了初步探讨,还需要从体制、机制、大企业、大项目、线路、营销、基础设施等具体措施上予以保障,对整合机制、政策层面设计等问题还有待于进一步深入研究。

参考文献:

- [1] 王勇强. 试论中原文化旅游资源的开发. 河南科技大学学报: 社会科学版, 2010, 28(6): 84~86.
- [2] 李志亮. 试论郴州历史文化旅游资源的整合与利用. 中共乌鲁木齐市委党校学报, 2007, (1): 51~57.
- [3] 马晓冬, 翟仁祥. 论旅游文化资源及其开发——以苏北地区为例. 人文地理, 2001, 16(6): 89~91.
- [4] 梁明珠. 广州旅游文化资源开发总体构想框架. 经济地理, 2002, 22(5): 628~632.
- [5] 刘冰清, 陈国生. 论湖南旅游文化资源的开发与利用. 经济地理, 2006, 26(3): 534~537.
- [6] 孙玉梅, 秦俊丽. 山西省文化旅游资源的特征与文化产业发展模式. 地理研究, 2011, 30(5): 845~853.
- [7] 安徽省人民政府. 关于批准设立皖南旅游文化示范区的通知. 皖政秘[2009]163号, 2009-07-09.
- [8] 柏杨. 安徽皖南国际旅游文化示范区发展战略研究. 新乡学院学报: 社会科学版, 2011, 25(4): 79~82.
- [9] 朱生东, 章锦河, 杨效忠. 徽州文化旅游整体开发模式研究. 地域研究与开发, 2010, 29(2): 86~89.
- [10] 葛立成, 邹益民, 聂献忠. 中国区域旅游合作问题研究——基于主体、领域和机制的分析. 商业经济与管理, 2007(1): 70~74.
- [11] 黄成林. 安徽省旅游业竞争力研究. 合肥: 安徽人民出版社, 2006. 157.
- [12] 王迎涛. 我国区域旅游资源整合研究进展与发展建议. 地域研究与开发, 2009, 29(1): 68~72.

- [13] 喻荣春. 赣州“红、绿、古”色旅游资源整合发展策略探究. 企业经济, 2007, (5): 120~122.
- [14] 张海燕, 王忠云. 旅游产业与文化产业融合发展研究. 资源开发与市场, 2010, 26(4): 322~326.
- [15] 明庆忠, 张瑞才. 推动文化产业与旅游产业融合提升. 人民日报, 2009-08-14(10).
- [16] 王世金, 白永平, 石惠春. 河西走廊地带旅游资源整合开发思路. 经济地理, 2007, 27(2): 327~331.
- [17] 朱桃杏, 陆林. 近 10 年文化旅游研究进展——《Tourism Management》、《Annals of Tourism Research》和《旅游学刊》研究评述. 旅游学刊, 2005, 20(6): 82~88.
- [18] 窦志萍. 昆明文化旅游开发探讨. 旅游研究, 2009, 1(5): 24~28.

Pattern of integrated development of cultural tourism resources in International Tourism and Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province

CHENG Xiao-li, HU Wen-hai

(Environmental Resources and Tourism Department, Chizhou College, Chizhou 247000, Anhui, China)

Abstract: Cultural tourism is the mainstream of modern tourism development. Since the interrelationship between tourism and culture is increasingly close, how to improve cultural meaning of tourism product is of vital importance to the long-term development of tourism industry all over the world. International Tourism and Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province consists of six cities of Huangshan, Chizhou, Xuancheng, Wuhu, Ma'anshan and Tongling, as well as Qianshan county of Anqing city, and covers an area of 38220 square kilometers with a population of 106.96 million. It is listed as the one of the most potential tourism areas in Anhui for its abundance and high-quality in cultural tourism resources. However, many problems have emerged in the zone, to name but just a few, development at a lower level, weak industry chain, unclear tourism images and lack of typical cultural products. By analyzing the present situation and problems in the development of cultural tourism resources in this demonstration zone, the authors put forward patterns for the integration of cultural tourism resources, which involve regional integration pattern centered on space, product integration pattern based on market, image integration pattern on the basis of marketing, and interaction and development pattern between culture and tourism on the basis of industry.

Key words: International Tourism and Culture Demonstration Zone of Southern Anhui Province; cultural tourism resources; integrated development