

丹东市旅游文化开发研究

辽东学院 郑德平

[摘要] 丹东市是中国最大的边境城市,其文化作为重要的旅游资源是开发中需要进一步挖掘和整理的。典型的边境文化是这个城市最张扬的个性,是旅游业发展不竭的动力。

[关键词] 丹东市,旅游文化,个性

依山濒江濒海的丹东市,是一个只有75年历史的年轻城市,城市的风格受自然地形与气候条件及地域发展影响,城市清新、明快、干净、整洁。

丹东是辽宁旅游业发展的“金三角”的一个重要端点。城市规划的现代设计理念,增添了这座城市的艺术魅力;每年一度的鸭绿江国际旅游节,为这座城市增添了文化魅力。

一、丹东市旅游文化开发的SWOT分析

(一) 旅游文化开发的SWOT分析内涵

SWOT—优势(Strengths)—弱势(Weaknesses)—机遇(Opportunities)—威胁(Threats)这种分析最初是在制定企业或区域发展战略和进行竞争对手分析中经常被使用的一种方法。SWOT分析实际上是将对区域外部条件各方面内容进行综合和概括,进而分析组织的优劣势、面临的机会和威胁的一种方法。其中,优劣势分析主要是着眼于区域自身的实力及其与竞争对手的比较,而机会和威胁分析将注意力放在外部环境(分为两大类:一类表示环境威胁,另一类表示环境机会。环境威胁指的是环境中一种不利的发展趋势所形成的挑战,如果不采取果断的战略行为,这种不利趋势将导致区域的竞争地位受到削弱。环境机会就是对区域行为富有吸引力的领域,在这一领域中,该区域将拥有竞争优势)的变化及对区域的可能影响上,但是,外部环境的同一变化给具有不同资源和能力的区域带来的机会与威胁却可能完全不同,因此,两者之间又有紧密的联系。

(二) 丹东市旅游文化开发的优势分析

1. 地缘优势。丹东是中国通往朝鲜半岛的最佳陆上通道,在交通设施充分现代化(丹东——沈阳,丹东

(二) 强化内部管理,提高服务质量。随着人们生活水平的不断提高,旅游者对旅游住宿设施的要求也随之提高。作为提供中低档次住宿服务的社会旅馆,可以在硬件档次、服务项目上进行适当调整,以适应大众消费的要求。但是,社会旅馆更应在服务质量上满足旅游者的心理需求,尤其是在服务意识、卫生、安全、实用性等方面满足旅游者的基本需求。尽管大多数社会旅馆规模小、档次低,仍应尽快建立和完善符合现代旅游市场发展趋势的各项规章制度和服务规范,并借鉴星级酒店的相关管理办法,不断提高服务质量。

(三) 发挥行业优势,创造规模经济。社会旅馆业应发挥分布面广、又相对集中的优势,建立自己的预订网络,充分利用高度发达的信息技术,实现资源共享、信息共享。在行业内推行多种形式的连锁经营、联合经营、或委托经营,从而实现规模经营,降低经营成本,提高经营效益,逐步改变社会旅馆多、杂、散、乱的现象,树立社会旅馆业新的、良好形象。

(四) 开展网络营销,扩大市场空间。随着旅游电子商务的迅猛发展,社会旅馆要想获得生存和发展的空间,就必须充分利用互联网的优势,使自己的产品突破时间、空间的限制,与旅游消费者建立更加直接的联系,形成更大的客源市场。应该说,在网络营销方面,社会旅馆与旅游饭店和星级酒店相比尚存在较大的差距。当前,社会旅馆业应高度重视网络营销所蕴藏的巨大商机,因为在网络普及率较高的地区,每一个终端都有可能成为自己现实的或潜在的客户。对社会旅馆业来说,网络营销不仅可以大幅度降低营销和推广费用,还可以有效降低技术开发费用和风险。如果社会旅馆业将自己的专业网络与全国性的旅游信息网络乃至国际互联网携手合作,将会形成一个覆盖范围广泛、信息资源丰富、信息传递速度更加快捷的服务体系。毫无疑问,该体系将会使社会旅馆在经营中获得更大的市场空间。

(五) 倡导个性化服务,提升竞争优势。近几年来,旅游消费正日益走向大众化,而来自社会不同阶层的游客对旅游有着不同的需求。传统的团体旅游正受到自助旅游、结伴旅游、家庭旅游等个性化旅游形式的挑战。正是由于旅游市场消费需求结构的多层次性,为社会旅馆业提供了极具潜力的发展空间。在为游客提供标准化、规范化服务的基础上,社会旅馆更应注重对不同游客提供较具针对性的个性化服务,如在环境、设施、设备等方面,社会旅馆可以利用“船小调头快”的优势,尽可能为有不同喜好的客人提供方便、舒适的服务,使他们真切感受到“家”的温馨。应当说,社会旅馆在这方面的潜能与星级酒店相比,毫不逊色。

[参考文献]

- [1]魏小安,刘赵年,张树民.中国旅游业新世纪发展大趋势[M].广东:广东人民出版社,1999.
- [2]王元.市场竞争与企业对策[M].广东:广东旅游出版社,1997.
- [3][美]查尔斯·汉普登,等.国家竞争力[M].海南出版社,1997.
- [4][美]威廉·瑟厄波德(William Theobald)著;张广瑞,等译.全球旅游新论[M].中国旅游出版社,2001.
- [5]Peter Johnson, Barry Thomas. Choice and Demand in Tourism[M]. Mansell Publishing Ltd. 1994.

——大连的高速公路通车;京义线铁路的恢复通车;丹东——仁川之间的客货班轮)以后,这一优势得到极大的提升。丹东市在制定旅游发展战略时,把丹东建设成为中国通往朝鲜半岛乃至日本列岛的国际大通道(国际大通道的重要节点)。这种地缘政治经济优势,将对丹东在 21 世纪旅游业的全面发展产生极其重大和深远的影响。地缘经济理论认为,一个地区的旅游经济发展,与以下几点有密切关系:(1)周边地区的社会经济总体水平及差异,旅游产业结构不同;(2)自身与周边具有良好的交通网络;(3)具有高效运作的物资流动与人员流动系统。丹东市是中国对朝贸易的最大口岸城市,对朝贸易 80% 的过货量都是经过丹东的;丹东市的赴朝边境旅游是赴朝旅游人次最多的口岸城市,年赴朝旅游人次达到 7 万多人(2002 年)。位于鸭绿江畔的丹东市,隔江与朝鲜特别行政区新义州相望,是我国最大的边境城市——有“万里海疆第一边城”之称^[1]。游一江揽中朝两国风光,这是鸭绿江风景区旅游的一个最重要特点。丹东市位于辽宁省旅游业发展“金三角”地带,鸭绿江风景名胜是其旅游发展的主打品牌。鸭绿江名牌旅游产品的开发与促销和丹东市城市规划建设、文化性的深入挖掘是分不开的。

2. 资源优势。丹东市风景旅游资源丰富,而且种类齐全,江(河)、湖、海、山、泉、岛、林、洞、塘和人文景观居东北之冠。各类旅游风景区的面积达到 1500 KM^2 ,占丹东市国土面积的 10% 以上;这个比例在全省是最多的。丹东市不仅是国家优秀旅游城市,也是“陆上东方丝绸之路”的起点。境内有:国家级风景名胜区——鸭绿江风景名胜区、凤凰山风景名胜区;省级风景名胜区四个——青山沟、大孤山、五龙山、天华山;国家级自然保护区三个——白石砬子、凤凰山、东港国家湿地自然保护区;国家级森林公园两个——天桥沟、大孤山;省级森林公园两个——五龙山、黄椅山等;青山沟青山湖畔有亚洲第一画家村;大孤山天后宫是我国历史最大的天后宫古建筑群;虎山长城是我国万里长城东端的起点;丹东还有许多的古文化遗址;有近代日俄战争、中日甲午海战场,杨靖宇烈士的遗迹、轶事等;丹东是以汉族及满族为主的多民族集聚地,有丰富的民族文化风土民情。五大旅游区(山岳、山水、海滨、沿江、环城旅游区)可满足旅游者的各种爱好。丹东市是辽宁省生态旅游的重点地区^[2],因其自然风光优美吸引着国内外众多的游客。游览自然风光游客的比例远远高于全省平均水平。自然风光的特色之一就是边境特色——中国一侧明显好于朝鲜。

3. 客源稳定。丹东的客源市场主要为辽宁中部城市群地区(辽宁的游客约占 47.%)^{*}、京津唐地区(12.3%)、东北腹地吉林(3.8%)、黑龙江地区(3.3%)四个重点客源市场;韩国(丹东与仁川之间每周有三次客货班轮,每年大约有 4 万人次韩国人来往于丹东与韩国之间)、日本、东南亚和港澳台地区。而且,随着交通条件的改善、对外交流的扩大,俄罗斯的市场也在不断打开。见游客的地区构成图表。

国内细分市场(segment market)已经形成——主要构成为公务员、企事业单位的管理人员、专业技术人员、服务及销售人员的细分市场。区域选择目标市场的基础和前提是市场细分。选择一定的细分市场作为目标市场,蕴含着这样一种战略思想:不满足于在整体市场上好歹占一席之地,而是追求在较小的细分市场上拥有较大的市场占有率。

4. 产业优势。所谓竞争优势是指一个企业超越其竞争对手的能力,这种能力有助于实现整个旅游产业的主要目标——赢利,同时也为了确保产业的可持续发展(社会、环境、产业)。近几年来,丹东市旅游基础设施逐步完善,兴建了一批食宿、交通、通讯等设施,为旅游业的发展创造了良好的条件。现有旅游业从业人员 15 万多人,有各类旅行社 50 多家,涉外饭店 20 多家,其中星级酒店 15 家。有各级风景名胜区、森林公园、自然保护区共计 16 处,其中国家级 7 处,文物保护单位 107 处。由于丹东所处的地理位置,赴朝旅游成为丹东旅游产业的牵动性项目^[3]。2002 年赴朝旅游的人数达到 7 万人,占朝鲜入境旅游人次的 40% 左右,成为中国赴朝旅游的最大口岸城市。因而,丹东也是辽宁旅游“金三角”的一个重要端点。

(三) 丹东市旅游文化开发的弱势分析

1. 交通仍是“瓶颈”。作为辽东半岛的东端,沈阳—丹东的高速公路已经贯通,丹东—大连的高速公路已经动工,应该说辽宁旅游“金三角”基本上有高速公路贯通。但是,丹东重要的国内客源市场吉林、黑龙江的游客很多需要从沈阳方向转过来,对于这两个省东部地区的游客来讲相对来说是不方便的。如果丹东——通化的铁路开工建设的话,这个问题就会相对缓解,如果丹东——通化方向的高速公路开通的话,东北东部地区的客源市场潜力就会极大地增强。此外,朝鲜——京义线铁路开通的话,北京——汉城的国际列车开通,就会使得丹东的国内客源市场范围进一步扩大。丹东与国内的航空线路还是太少,特别是与国外的航线还没有(当然这要取决于丹东市周边形势的变化及丹东对外交往的扩大)。丹东的港口建设,丹东与国外的海上客货运输(目前只有到达仁川的客货班轮)。

2. 服务设施需提高。有些景区的开发建设缺少市场因素的可行性分析,就求成,开发设计缺乏新意和特色,形式雷同;有的景点只提供简单的食宿服务,娱乐设施不足;旅游购物商店缺乏,没有特色旅游纪念品;景区(点)服务设施的标识没有形成体系,缺少景点信息。

3. 旅游开发没特色。丹东城市及旅游景区(点)的开发不同其他地方,丹东处在边境的位置,任何形式的开发都离不开特色。一些地方的盲目开发,导致景区的品位较低,缺乏吸引力,最后只能是走向毁灭。丹东

* 《2000 年丹东市旅游发展统计资料》

市锦江山一些所谓的主题园开发就是一个典型的败笔。

有些旅游产品需要重新定位。产品是有生命周期的,对于旅游产品的开发要结合市场的调研,勿盲目效仿跟随。注意产品的生命力及其特色,是保证旅游业可持续发展的重要前提。

4. 景区管理水平不高

(1) 城市管理水平不高。丹东市精心打造的沿江景观路是世界上最长的一条边境滨江景观路,吸引了来自各地游客的目光。丹东的城市环境卫生一直是中外游客赞赏的重要内容。如今,城市环境卫生脏乱差的现象比比皆是。尽管政府出台一些措施,但是没有多少成效。关键就是管理措施不到位或者是管理措施难以持续。

(2) 景区管理水平不高。丹东市一些重要的景区如凤凰山、青山沟、虎山长城的卫生环境较差。许多外地游客对此反应较为强烈。就其原因来讲,景区内人员的管理素质太差,需要政府出面解决管理人员的培训问题,采用旅游淡季培训,旺季上岗的作法。

(四) 丹东旅游文化开发的机遇分析

1. 朝鲜半岛的和平。丹东市拥有面临朝鲜半岛的地缘优势,时刻拥有跨越式发展的各种机遇。朝鲜半岛和平一旦来临,作为朝鲜半岛的前沿和了望哨,丹东旅游业的发展将面对朝鲜半岛这个潜在的大市场(整个朝鲜半岛将成为世界第七大经济实体)。

2. 老工业基地振兴。辽宁老工业基地的振兴是与西部大开发的战略具有同等重要性的。国家对这里的资金技术投入,势必掀起经济的新热潮,带动整个东北地区的发展。旅游业为主的相关行业必然受益,并对工业基地的振兴起到一个促进的作用——促进人才资金物质的流动。

(五) 丹东旅游文化开发的威胁分析

1. 朝鲜半岛的核问题。朝鲜半岛核武开发的问题由来已久,是世界及周边地区关注的焦点问题。丹东作为朝鲜半岛的最前沿,周边环境的稳定自然是旅游业发展最大的威胁。赴朝旅游发展已有十多年,然而,由于种种原因,赴朝旅游经历了大起大落的变化。致使这项业务的开展始终不能在正常的轨道上进行。对于旅游业来讲,地区政治局势的稳定对于旅游业的影响是很大的,“9.11”后的美国及世界一些地区的旅游业遭受重创就是明显的例子。

2. 重大疫病突然爆发。SARS的肆虐流行给2003年中国的旅游业造成1000多亿元的经济损失。以赴朝旅游为龙头的丹东旅游业受此影响是很大的,朝鲜只是在近期解除了对中国的禁令。朝鲜新义州铁路货运口岸于7月10日下午解除对中国方面人员SARS防控措施,新义州口岸SARS查验人员已撤离。7月13日,中俄朝国际联运列车开始恢复运行路线。当日该联运列车抵达新义州站后,经新义州口岸检查无发烧病人,运行至平壤。当日上午由中方出境65人,大部分为朝方人士。7月14日上午,朝鲜新义州铁路交接所员工一行6人乘面包车经鸭绿江公路口岸进入中国丹东境内。这是自4月21日朝方停止铁路交接所人员由江桥公路口岸进出境以来,朝方人员首次入境。目前由于种种原因丹东与新义州之间还只是开展“一日游”的项目。

二、丹东市旅游文化发展的主要对策

作为中国最大的边境城市,丹东是一个典型的“三沿城市”(沿海、沿江、沿边)应以地域的自然人文资源为基础,逐渐形成具有自己个性的旅游文化。

(一) 开发旅游文化品质——创建旅游品牌。随生活水平的提高,人们越来越讲究文化生活的品质,无论是饮食文化、服装文化还是展示艺术,没有优秀特质及民族地域文化精神含量的粗俗文化终会被消费场所淘汰。也就是说,没有人文魅力、时代设计观念和创新意识的文化节日是难以吸引观众的注意力的。保证原有文化的品质与活力,需要用新的人文观念去设计,不断吸收世界最优秀的文化品质,以确保自身文化的良性发展。其中最重要的理念是关注、认真、讲究、务实、创新、关注边境文化、民俗文化的挖掘。一个文化品牌,如果做得不够细、深、精、透从而失去发展的良机。旅游业的大发展取决于市场意识的强弱,直接表现为经营的品牌化趋势。我们已进入品牌时代,品牌的应用领域已经由最初针对产品的一种标志符号,上升到包括区域等在内的系统概念。以旅游地为载体的区域品牌管理正成为世界的一种潮流。

(二) 关注不同文化互动——弘扬边境文化。不同民族的文化,也许有相近的自然资源,但由于文化思路与习性的不同和差异,便产生了众多的文化思路与习性的不同和差异,便产生了众多的文化现象。对于优秀的民族文化,我们应多关注它们的发展与效益关系。另外,一个文化品牌可能会与其它的文化品牌带来互惠互动的势态。例如,一个城市的人文与自然风光的独特魅力,可能会招来众多的游客去观赏,接着便是对餐饮文化的促动和对其它文化节目的增设与发展提供了良好的时运,以形成升级式的互动格局。

由于处在边境的地位,丹东旅游业的发展不能受到周边国际环境的影响。赴朝旅游、赴韩旅游在某种程度上受到了国际关系变动的影响,这也我们今后要关注的一个重要方面。让国际关系的变化有利于丹东旅游业的发展,让丹东市旅游业的发展促进区域国际关系的变动朝着有利的方向改变,促进旅游文化的健康发展,促进区域旅游文化的互动。

(三) 以优秀文化带新兴——展示地域风采。用已深入人心的、多年形成的优秀文化品牌带动发展中新

中国“非市场经济地位”问题研究

安徽工程科技学院 张芳 邹俊

[摘要] 近年来,随着我国对外贸易的不断扩大和发展,我国出口产品遭受国外反倾销的数量呈不断上升趋势,其中重要原因是,我国在“入世”15年内应对反倾销时仍将受到“非市场经济地位”制约。本文以非市场经济地位问题为研究对象,参照国际上对“非市场经济国家”的界定,分析非市场经济地位对我国对外贸易的影响及其产生的根源,进而提出解决这一问题的对策。

[关键词] 反倾销,非市场经济,替代国

近年来,随着对外贸易的不断扩大,中国遭受国外反倾销的案例越来越多,截至 2004 年 2 月,中国遭受反倾销的总数已达到 600 多起,从而给中国的对外贸易带来了极大的不利影响。究其原因,主要是我国在国际上还是“非市场经济国家”。当一些国家对产品进行反倾销调查时,它们不是以该产品在中国国内的实际成本和价格来计算其正常价格,而是以那些无法反映我国真实价格水平的“替代国”数据来计算,因此很容易被裁定为倾销。例如,1993 年欧盟开始对中国彩电进行反倾销调查的过程中,选取新加坡作为“替代国”,而新加坡的劳动力成本是中国的 20 倍以上。在这种不公平的参照下,我国彩电被征高额反倾销税,使我国在欧盟的市场份额丧失殆尽。因此,研究中国的“非市场经济地位”问题意义重大。

一、“非市场经济国家”的界定

1. “非市场经济国家”的界定。在美、欧一些国家的反倾销法中,“非市场经济国家”通常是指那些实行公有制经济和计划经济,企业的生产、销售和产品价格由政府决定,货币不能自由流通的国家。由于国家完全垄断经济,控制全部商品价格,因此出口产品价格完全不真实,进口国在反倾销中很难按其市场价格来计算倾销幅度,需要寻找第三国数据作为“替代国”,以此来确定倾销幅度。西方国家所认为的“非市场经济国家”一般都指社会主义国家,如欧盟理事会 514/94 号条例中列出的“非市场经济国家”包括:蒙古、朝鲜、中国、前苏联、越南等国。中国加入世界贸易组织时,根据《中国加入世界贸易组织议定书》规定,其他成员方 15 年内在对华反倾销调查中仍可视中国为“非市场经济国家”,继续采用“替代国”办法。在现今 WTO 成员国内,只有爱沙尼亚、摩尔多瓦、罗马尼亚和中国等少数国家仍被视为“非市场经济国家”。

2. 中国在取得“市场经济地位”中的进展。虽然我国在市场经济改革中取得很大成就,通过渐进式的改革建立了社会主义市场经济制度,但目前国际上尚没有普遍承认中国的市场经济地位。中国入世协议规定

兴的文化品牌^[5]。用成熟的品牌牵引新创的文化品牌,以形成阵势,完善自己,创出一城一域的文化风格,让原有的旅游资源在现代人文理念的率导下,放出地域文化的神采,形成特有的品格。作为辽宁旅游“金三角”的一个重要端点,应该具有自己区别其他两个重要端点城市的不同文化特色——这个特色不是自封的,而是在有意识的开发建设中逐渐形成的。比如丹东滨江景观路的建设不仅改善了丹东的整体形象,也有利于边境文化的建设和挖掘。

(四) 增扩文化的风景区——丰富文化载体。发展与旅游文化相关的文化项目。增设反映不同文化内容的博物馆,多设画廊、茶室、咖啡屋、音乐厅、戏剧院、大型广场、滨江路、步行街等优雅的文化交际场所,使这些文化亮点成为城市夜生活及休闲消遣的主文化结构,从而丰富眼下单一色的练歌房、桑拿浴。信息文化报告厅、篝火晚会、文化厅、文化节、艺术展览与商业相依共存,知识发展经济,经济弘扬文化。只有良性的运转,才能使旅游文化显出无限的活力来。

(五) 人文环境整体设计——强化以人为本。人文寓于人居之中,人居环境又展示了人文精神,人居环境与自然呼应,自然环境衬托着人文。整体的、发展的、有创意的观念设计,便是一个城区的精神符号,它代表着人的意志与向上的精神力量。并将这座规划有序的城市照得更加辉煌。人们几年前还不敢相信绿茵小草给城市带来的优越,如今在人们的心目中却已成为城市花园中不可缺少的色彩。回归自然的同时跳跃人文的精神魅力,这便是现代设计中的精要。

(六) 弘扬现代文化性格——张扬城市个性。从以现代建筑为主体的丹东城市风貌中便可以看出这座边境城市文化中现代、开放的热望便是它的地域文化理念。具有海一样的胸怀才能兼收并蓄世界不同文化的精华,只有山一样的气质,才能安定自若地展示自己亮丽的风采。说丹东年青,是因为它有着对理想追求的无限热望,说丹东现代,是因为它敢于用创新的思路去设计自己的未来,拥抱美好的明天。

[参考文献]

- [1] 郑辽吉, 丹东市旅游形象设计, [J] 丹东师专学报, 2001(4): 56 - 57
- [2] 梁明珠, 广州旅游文化资源开发总体构想框架, 经济地理, 2002 年 10 月, 628 - 632
- [3] 郑辽吉, 鸭绿江国家级风景名胜区分层次开发研究, 社会科学辑刊, 2003: 2, 105 - 108
- [4] 郑辽吉, 城市规划建设要以人为本, 增强旅游功能, 丹东师专学报, 2003, 53 - 55
- [5] 郑辽吉, 城市旅游信息系统对树立城市旅游形象的作用, 丹东纺专学报, 2002(4): 54 - 56