

doi: 10. 3969/j. issn. 1008-6439. 2009. 06. 006

“后三峡时代”三峡游船旅游创新发展构想*

王 宁

(重庆工商大学 旅游与国土资源学院,重庆 400067)

摘 要:在“后三峡时代”,长江三峡旅游必将转变为以长江三峡和库区为背景、以游船为主体的观光休闲和度假休闲旅游。因此,开发游船休闲旅游,完善游船体系,构建多层次、多样化游船产品体系,打造游船目的地,发展游轮经济,是三峡游船旅游发展的必然选择;这就必然要求我们尽快实现发展思路创新、管理创新、经营创新、产品创新以及保障创新。

关键词:后三峡时代;游船旅游;游船目的地;游船休闲

中图分类号: F590. 7; F127 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-6439(2009)06-0031-06

Development Scheme for Three Gorges Tour Ship Tourism Innovation at Post Era of Three Gorges

WANG Ning

(School of Tourism and Land Resources, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: At the post era of Three Gorges, the tour of Three Gorges of the Yangtze River is inevitable to become a tourism based on sightseeing and recreation on ships under the background of Three Gorges and reservoir areas, thus, development of touring ship recreation tourism, perfection of touring ship system, construction of multiple levels and variety of touring ships, building touring ship destination and development of touring ship economy are necessary choice for Three Gorges touring ship tourism development, which certainly requires rapid realization of development idea innovation, management innovation, business innovation, product innovation and insurance innovation

Key words: post era of Three Gorges; touring ship tourism; touring ship destination; touring ship recreation

从 1979 年至今,三峡旅游几起几落,历经了自然扩张、超常发展、战略转型三个发展阶段。传统的长江三峡旅游是以游船顺江而下,以“旅带游”的方式,产品以观光产品为主。随着三峡工程的建设 and 竣工,三峡库区四期蓄水水位的完成,高峡平湖的形成,整个长江三峡旅游的资源特色、产品与旅游方式、市场需求、市场格局、交通格局、竞争态势等都发生了根本性的变化。三峡成库

后,三峡旅游以水上游船“旅行”为特征的峡谷观光旅游中的“旅”与“游”出现分离,形成“双向往复,水陆并举,两极辐射,三区联动”的方式和战略格局。同时随着国际国内旅游市场需求的变化,长江三峡旅游也随之进入了新的战略转型发展阶段。我们把长江三峡旅游面临着的这种战略新格局时期,称为“后三峡时代”。

* 收稿日期:2009-09-03;修回日期:2009-09-22

作者简介:王宁(1964—),男,重庆合川人;教授,硕士,2003年调入重庆工商大学,现任旅游与国土资源学院副院长,主要从事三峡游船旅游与游轮经济研究;Tel: 023-62768634, Email: cqjulis@163.com。

一、“后三峡时代”三峡旅游的变化趋势及其特征

1. 旅游资源的变化及其特征

随着库区的形成,三峡原有的“雄奇险峻”与“险急峡江”这一最大特点将削弱,一些景点如巫山小三峡景观的独有性也将随之消失,三峡旅游原资源品质的下降导致产品质量下滑。

但与此同时,水位上涨又将使干流拓宽、水流变缓,昔日的险急峡江将变成拥有长 640 多公里、面积约 1 084 平方公里广阔水域的高峡平湖。不仅如此,随着库区水面沿支流向三峡腹地进一步延伸,将使三峡地区的旅游空间范围扩大,形成更多高品质的旅游资源,为游船休闲度假、水上运动旅游提供了优势资源和理想场所。

2. 旅游交通格局的变化及其特征

库区形成前,三峡旅游主要依靠游船水运交通,是重庆、宜昌两点进入的单一的交通方式。随着库区渝—涪(陵)、渝—万(州)、万(州)—开(县)、渝—忠(县)及渝—宜(昌)高速万州—奉节段多条高速公路的相继开通,渝—宜(昌)高速巫山段和奉(节)—巫(溪)高速公路可望在 2010 年前通车,库区干线公路不断向纵深延伸。同时,达(州)—万(州)铁路的开通以及万州—宜(昌)铁路、安(康)—张(家界)—常(德)铁路的开工建设,万(州)五桥机场的通航及巫山神女机场的规划立项,长江各支流水运条件的改善,使三峡旅游的交通格局表现出“东西横连、双向往复,南北纵贯、水陆空并举,多点进入,水运交通旅游化”的特点。

3. 旅游空间结构的变化及其特征

库区形成前,由于受到交通及可进入性的制约,三峡旅游是以长江干流为主线、沿江两岸多个景点为吸引物和停靠点的串珠式旅游,其空间布局表现为沿江两岸一线多点,是单一的“点、线”结构。库区形成后,随着各支流水运条件和陆地交通的改善,库区腹地及库区周边区域可进入性提高,三峡旅游空间范围扩大,形成了“坝区+峡区+库区”、腹地延伸、周边区域联动、“点、线、面”结合的多层次结构^[1]。

4. 旅游市场需求的变化及其特征

根据我们 2004 年和 2006 年两次对三峡旅游者的调查统计数据,三峡旅游的观光游客虽然仍

占多数(2004 年为 71.43%,2006 年为 57.14%),但观光游客的比例已开始大幅度下降,两年间减少了 14.29%。在此期间,休闲度假游客和商务会议游客的比例则逐年上升,2006 年休闲度假游客占 22.17%(2004 年仅为 18.3%);商务会议游客占 3.94%(2004 年仅为 1.79%)。说明目前长江三峡观光休闲与度假休闲旅游的发展趋势已越来越明显,三峡旅游正在从传统的观光型向观光休闲型和度假休闲型转变,由单纯的观光向休闲型、生活形态延伸^[2]。旅游者在旅游活动中更加强调旅游的舒适性、体验性和参与性,更加注重旅游质量。

5. 旅游产品与旅游方式的变化及其特征

三峡旅游从被动观光向主动选择转变,其产品正在由单一的直通式为主的观光型产品,向集观光、休闲度假、水上运动、商务会议、科考探险等于一体的复合型产品转变。三峡旅游的方式也正在从传统的一线贯通串珠式旅游,即“船上住、水上看、岸上游”模式,向“一片游”、“分段游”转变;从单一的乘船游向水陆结合的模式转变。

6. 旅游市场格局与区域旅游竞争态势的变化及其特征

三峡旅游市场格局的变化表现在大坝、高峡平湖旅游升温,短线精品游和分段游(宜—奉—宜、万州—宜昌)市场上升,两端(重庆—奉节、武汉—宜昌)趋于边缘化。近三年来重庆游客接待量有所下滑,而宜昌游客接待量有所上升,万州作为新的入口,游客接待量逐年上升,形成三足鼎立局面。区域旅游竞争变化表现出多元化、大融合、联动发展的态势。宜昌提出“两坝一峡”(葛洲坝、三峡大坝、西陵峡)联动发展战略;重庆则实施“7+4”(长江三峡沿线 7 个景区+库区腹地 4 个景区)精品战略,统一由重庆交旅集团整合经营。

7. 游船功能的变化及其特征

前三峡时代,三峡游船以交通运输为其主要功能,即将客人从一个点运送到另一个点或运载客人在各目的地间往返航行的旅行功能,同时在旅行的过程中附带完成三峡观光游览活动,属于典型的以“旅带游”的交通观光模式。随着三峡旅游的变化,游船的交通运输功能逐步弱化,游船已不再仅仅是长江三峡旅游的交通手段,而变成了长江三峡

库区一种独特的旅游形式或旅游项目,其目的地功能凸显,“旅”与“游”分离。

表 1 前三峡时代与后三峡时代的对比

	前三峡时代	后三峡时代
资源状况	险急峡江、壮美峡谷。	高峡平湖。
空间结构	沿江两岸一线多点,单一的“点、线”结构	坝区+峡区+库区,腹地延伸、周边区域联动,“点、线、面”结合的多层次结构。
交通格局	水上为主,一线贯通,两点进入。	东西横连、双向往复,南北纵贯、水陆空并举,多点进入。
市场需求	观光需求为主,单一层次,被动观光。	休闲型、生活形态延伸,多层次、多样化需求,主动选择。
旅游方式	单一的乘船一线贯通串珠式全程旅游,以“旅”带“游”。	“一片游”、“分段游”,水陆结合复合模式。
旅游产品	单一的直通式为主的观光型产品。	集观光、休闲度假、水上运动、商务会议、科考探险等于一体的复合型产品
市场格局	岸上垄断、水上过度竞争,突出的二元结构。	多元化、大融合。
游船功能	交通运输,以“旅”带“游”。	交通运输功能弱化,目的地功能凸显;“旅”与“游”分离。

二.“后三峡时代”的三峡游船旅游

1. 三峡游船旅游与三峡旅游的关系及其战略地位

“三峡旅游作为一个总体产品,旅行社、游船、岸上设施、库区景点四位一体,共同形成这个产品。库区景点是依托,岸上设施是基础,旅行社是龙头,而游船是主体”^[3]。由于三峡库区地域环境和地质地貌的特殊性,游船成为三峡旅游不可缺少的、最主要的和最重要的旅游载体,游船旅游方式是三峡旅游的主体方式,游船实际上成为长江三峡旅游的标志。游船旅游产品既是独具特色的一个单项产品,又是长江三峡总体旅游产品的重要组成部分。

2 三峡游船旅游的变化趋势

从需求变化看,长江三峡游船旅游显示出三大发展变化趋势:一是海外旅游者中收入较高、时间充裕的中老年旅游者对三峡游船旅游中以舒适、休闲与度假为特征的大型高档游船的旅游需求呈逐年快速上升趋势;二是国内发达地区正在形成的有充裕时间和中高收入水平的城市中老年旅游者,他

们对三峡游船旅游中以舒适、休闲与度假为特征的大型中、高档游船的旅游需求也呈快速增长的态势;三是国内目前正在形成的以快速、简便、观光、探险、改变枯燥工作环境和追求体验为特征的中等偏上收入水平的中青年旅游者,对三峡游船旅游中的水上快速游艇及陆上高速交通的需求呈快速上升趋势。未来三峡游船旅游必将朝着“一大、一小”,即大型豪华游船和小型豪华游艇两个方向发展。此外,随着人们收入水平提高,私家车保有量增加以及库区腹地公路网络的形成,自驾游客必将大量增加,滚装游船也将在库区出现。

从游船经营市场看,三峡库区游船旅游市场的变化趋势表现为:

(1)投资主体多元化。游船的投资主体既有国有资本,也有民营资本和外资。现在国有资本投入比重有所下降,民营和外资比重加速上升。以三峡地区游船业 10家主要游船公司为例,根据笔者的统计,2005年,国有资本所占比例约为 57%,民营资本和外资占 43%;目前,国有资本所占比例下降到

42%，而民营资本和外资比例上升到了58%。尤其近几年下水的新型豪华型游轮，除“长江系列”外，其他如“世纪系列”、“凯字系列”游轮都是民营资本和外资投资建造的。

(2)经营机制民营化。三峡库区游船旅游已是过度竞争的行业，国有企业固有的管理体制和经营方式已不能适应市场竞争的需要，完成改制的游船公司基本都实行民营化经营。部分国有企业除自主经营外，也采用租赁经营或“船+（旅行）社结合”的联合经营模式^[4]，市场配置资源的基础性作用逐步显现。

(3)市场竞争国际化。长江三峡库区游船涉外旅游市场争夺的重点在境外一级市场，随着国外资本的不断进入，有外资背景的企业依托外方的海外营销网络在境外市场占有一定优势。但随着境外游客的持续下滑，这些有外资背景的企业也纷纷转入国内市场的争夺，导致长江三峡库区游船市场出现国内市场国际化的竞争态势^[5]。

(4)市场经营效益出现分化。目前，有外资背景的豪华涉外游轮经营效益良好，市场前景乐观，充分说明乘船旅游三峡这一特色产品对于国际旅游市场中以自然观光和休闲度假为目标的游客具有很强的吸引力，而这也成为开拓国内高端旅游市场的借鉴。但针对国内游客市场的普通游船长期处于亏损状态，说明这部分游船在旅游市场转型的背景下，面临减少数量、提高质量的压力，必须调整目标旅游市场和重新设计产品。

从游船功能变化看，游船原有的交通运输功能弱化，而作为实现旅游的载体和目的地功能进一步凸显。同时，游船水运交通旅游化的趋势日益明显。

三峡游船旅游产品将成为远洋型邮轮的一种替代性产品。但由于内河游船旅游与海洋邮轮豪华旅游有着本质的区别，未来三峡游船旅游不应是海洋邮轮的直接“克隆”和照搬，而应是地域文化、自然造化、高峡平湖特征的情景交融和体验式黄色文明、健康型绿色生态和享受型蓝色文明的有机嫁接。

在“后三峡时代”，长江三峡旅游必将转变为以长江三峡和库区为旅游吸引物、以游船为主体的观光休闲和度假休闲旅游。游船本身将成为一个目的地，并将成为整个长江三峡旅游目的地的一部分。当然，“后三峡时代”并不是对前三峡时代的否

定，而是创新，是方式上的一种改变和增加，是游船业发展的延伸，是三峡旅游的一种新型业态，是对三峡旅游的促进。“后三峡时代”的长江三峡旅游是在原三峡旅游基础上的传承，而非颠覆性简单替代和整体变脸式的置换。

三、三峡游船旅游创新发展构想

1. 发展思路创新

从库区区域经济发展角度出发，寻求三峡旅游创新发展突破点，应优先发展游船，打造游船目的地，打造三峡库区“游轮经济”。

(1)树立“游轮经济”意识

长江三峡旅游的特点是以船为主体，长江三峡旅游经济就是游轮经济。应首先树立“游轮经济”意识，即围绕游船旅游，以游船旅游休闲消费活动为主体，带动造船、港口、码头、运输、维修、保养、燃料加注、水上娱乐、滨水地产、物流及餐饮配送等相关服务业的发展，从而形成长江三峡游轮经济，促进库区经济发展。因此，应将打造游船目的地、构建游船体系放在长江三峡游船旅游发展的首位。

(2)打造游船目的地

“后三峡时代”的特点决定了三峡旅游的主体产品是以游船为主导的观光与观光休闲产品。游船旅游必须注重其产品的活动性、参与性、体验性和休闲性，才能增强游船的吸引力，满足市场的需求。适应市场需求的变化，就必须打造游船目的地，强调游船在三峡旅游中的主导作用。游船的功能定位必须目标化，在硬件上按目的地要求和游船星级标准设置，包括游船的外部装修、内部布局设计和与之相匹配的设施配置，使之功能齐全、设施先进、更具现代水准，符合休闲旅游要求。在软件方面，应严格按照星级游轮的服务和管理标准，加强游船服务和管理人员的岗位培训，强化服务意识、服务技能和管理能力，严格管理、规范服务、提高服务质量。在活动项目和内容上，要按旅游六大要素和游客需求进行设计。

(3)完善游船体系

着力构建游船体系，其应由游船、特种游船和游艇三大类组成，最终形成由豪华游船、舒适型游船、标准型游船、快速游船、城市观光游船、滚装游船、私家豪华游艇、公共型游艇、运动型游艇等构成的三峡游船体系，满足不同旅游者需求。但三峡游

船的发展必须进行总量控制、宏观调控,避免因一哄而上造成对资源的破坏、同构恶性竞争和供大于求的闲置浪费。应重点发展适应未来休闲度假需求的大型豪华游船;稳步发展舒适型游船;控制发展普通游船;淘汰 2 星级以下的游船;适当发展城市观光游船;利用现有汽车滚装船进行技术改造,谨慎发展滚装游船;积极快速发展游艇。

2 管理创新

(1)建立长江三峡游船业协调平衡机制

由于三峡旅游跨地区、跨部门的特点,应从行业主管部门着手,理顺关系,明确职责范围,避免政出多门。交通和旅游部门应加强沟通、协调与合作,进行综合管理、共同执法。可以设立一个由政府主导、相关部门和骨干企业参与的有实质性权威的长江三峡游船业促进发展管理部门,负责游船业的宏观调控、市场行为和行业自律及监督约束。

(2)地方立法、规范市场

渝、鄂两地政府应当联手以地方立法的形式,共同制订《三峡游船旅游管理条例》,规范三峡游船旅游市场。并通过国家旅游局颁发统一的涉外游船、国内游船二大类别游船档次标准,对现有各类游轮进行规范评星,将不适合旅游接待的低档游船淘汰出局。同时提高新建游船的门槛,实行市场准入制,对游船增量进行宏观调控,推出政府主导与市场调节共同发挥作用的长江三峡游船总量调控手段。

(3)发挥行业协会的作用

充分发挥行业协会如游船协会等在三峡游船旅游中的协调功能,发挥其行业自律、质量标准与业务规范制定,甚至在员工从业资格认定员工培训计划制定,以及帮助并参与进行行业规范的服务体系和质量管理体系的建立与完善等方面的作用。

3. 经营创新

(1)分阶段逐步进行整合经营

要解决三峡游船旅游分散经营、各自为政的问题,必须进行整合经营、统一营销。只有这样,才能避免互相抵消力量,才能形成合力。但是,由于参与三峡旅游的各游船公司其主管部门和其所有制类型各不相同,因而应分阶段、逐步进行。第一步,可以进行经营行为和利益的整合,即把游船公司及其所属旅行社组建成一个集销售、组团、接待、旅游

客运服务为一体的专业化、契约式“长江三峡游船旅游联合体”,在长江三峡游船业促进发展管理部门统一管理下,在行业协会统一协调下,进行一体化经营,统一对外宣传促销、统一价格销售、统一游船调度、统一收入,并按各自成本及作用按比例合理分配利益。从而形成利益共同、经营行为协调一致的良好局面。第二步,经过一段时间的磨合,待时机成熟后,再进行资产整合,组建三峡游船旅游(控股)集团公司。但不能实行简单的市场化运作,应以利益为纽带、以资本为形式,创新投资体制,整合各方资源。

(2)适时调整经营战略,积极参与市场竞争

游船业应当跳出游船的圈圈,不要只局限于三峡库区的游览营运,应积极主动介入库区景区景点的开发,使库区尤其是库区腹地的旅游资源与游船产品对接。目前库区一些新的景区景点的开发、旅游服务配套项目的建设正是游船发展的契机。比如可以考虑将停封的游船机动地停靠在一些可停靠游船的景区,充当别具一格的水上酒店,或者出租作为某些特殊事项的专门载体,这对于游船公司来说是实实在在的经营成本的节省。这既解决了闲置资产的问题,也解决了库区新开发景点旅游服务接待能力不足的困难,也可借机进入景区景点开发这一领域。

4. 产品创新

构建以游船观光休闲为主的多层次的三峡游船旅游产品体系。首先,应确立以游船观光休闲为主导的三峡游船旅游的主体产品。在产品的开发设计上向纵深发展,除原有的全程游线路产品外,还应突破传统,开发设计如分段游、短线游、库区某地一日或数日游、库区周末度假游、库区游船自助游、库区自驾车游等突出旅游时间的可间断性的线路产品。并深度挖掘产品内涵,加强三峡游船旅游全过程(序曲、发展、高潮、尾声)体验经历和情景故事设计;挖掘三峡文化内涵,将这些非物质类资源载体化,并渗透到自然山水、融入游船旅游中去,给游客留下想象空间,形成游船旅游的特色,这是三峡游船旅游的核心竞争力所在。最终形成以游船观光休闲为主,集游船休闲度假、商务会议、文化交流、运动探险、水上娱乐于一体的多层次、多样化三峡游船旅游产品体系。

表 2 三峡游船旅游产品体系构建

产品类型	主题	内容	游船种类	运行模式	运行区间
主题休闲 度假游	水上休闲 生活	甲板活动、船上休闲、 岸上观光	大型豪华游船 + 小型豪华游艇	干线 +腹地	重庆—宜昌
商务会议 观光休闲游	商务会议 观光休闲	甲板活动、船上休闲 岸上观光	大型舒适游船 +小型豪华游艇	全程游览 分段游览	重庆—宜昌、万州— 宜昌、奉节—宜昌
主题观光游	体验观光	岸上观光、甲板活动	大型标准游船	全程游览 分段游览	重庆—宜昌、万州— 宜昌、奉节—宜昌
分段巴士游	自助游三峡	船上观三峡	水翼船、快艇、 水上巴士	分段游览 区间转换	重庆—宜昌
水陆并进游	自驾体验	自驾游三峡	客滚游船	水陆并进 区间转换	重庆—宜昌
两江观光游	都市两江 水上夜游	观山城夜景、船上 主题文化活动	城市观光游船	主城环绕	主城区两江
特种体验游	特种体验	观光、休闲 度假、运动娱乐	豪华游艇	自选	依城靠景、特定水域

5. 保障创新

(1) 基础设施保障

三峡游船旅游基础设施建设的布局,必须突破传统三峡水运交通范围,以区域大旅游的观念来整合旅游资源,构建游船旅游基础设施体系,形成由游船母港、枢纽港、游船旅游专用码头、景点码头等两大类、四个层次港口和码头构成的库区游船旅游交通骨架,有效地支撑游船旅游和游轮经济发展。需要解决两个层面的问题:一是库区游船旅游重大基础设施建设,即将游船旅游重要节点或重要通道与重点景区相联系的交通设施;二是景区内部游船旅游码头和泊位设施的布置,实现各重点景区的良好通达性和良好的内部游船交通环境。

(2) 人才保障

市场的竞争归根到底是人才的竞争。由于体制的制约、分配制度的不合理、用人机制缺乏激励等问题,企业的凝聚力不够,造成了游船业人才的流失。游船业下一步的发展,应提高对人才的认识高度,把人才作为资源来看待。一是应通过建立激

励机制和合理的分配制度,吸引人才、留住人才、使用人才,增强凝聚力;二是应促进游船业内部企业的联合,发挥人才资源优势;三是积极主动与地方旅游院系合作培养所需人才。如此,才能实现游船业的持续发展。

参考文献:

- [1] 阚如良. 论三峡工程对三峡旅游的时空影响 [M] / 徐红罡. 事件旅游及旅游目的地建设管理. 中国旅游出版社, 2005.
- [2] 王宁. 长江三峡游船旅游行为及市场特征研究 [J]. 西南民族大学学报, 2007(2): 166-170.
- [3] 魏小安. 产业发展新论 [M]. 中国旅游出版社, 2002: 219-220.
- [4] 王任祥. 三峡旅游船社结合新型业态模式研究 [J]. 水运管理, 2002(11): 23-25.
- [5] 重庆市工商联旅游商会. 长江三峡旅游业调研报告 [R]. 2007: 5.

(编辑:夏冬;校对:朱德东)