

辽西地区打造面向京津冀旅游目的地的对策

于倩倩, 潘百涛

(辽宁省农业科学院农业规划设计研究院, 沈阳 110161)

摘要: 辽西地区旅游资源丰富, 对于京津冀又极具区位优势, 但依然存在市场定位不清、缺乏品牌建设、宣传力度不足、基础配套设施不完善等问题。对此提出了相应解决对策, 立足京津冀旅游的实际需求, 做好战略布局与定位, 加强对旅游的规划建设, 全面完善基础设施, 加速标志性重大项目建设, 打造高等级景区和精品路线, 以文化助力辽西旅游业发展, 创建精品品牌体系, 不断提高宣传、推广方式及范围, 助力辽西面向京津冀地区旅游目的地建设。

关键词: 辽西; 京津冀; 旅游

中图分类号: [S-9]; F590.1 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2025)04-0228-06

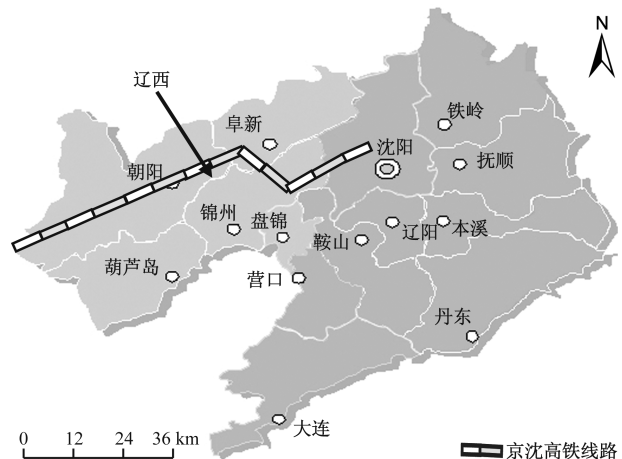
辽宁省委、省政府在“十四五”期间提出构建“一圈一带两区”的新发展格局, 其中明确表示要强化辽宁与京津冀合作, 推动建设辽西融入京津冀协同发展战略先导区, 打造面向京津冀旅游度假后花园, 该举措既顺应了国家区域协调发展和振兴东北的战略部署, 又为辽西地区旅游业发展探索了路径。辽西地理位置优越, 旅游资源丰富, 发展面向京津冀地区的旅游业将有效促进辽西文化旅游转型升级, 打通东北旅游振兴发展新渠道, 实现与京津冀旅游业协同高效发展, 开启辽西旅游发展新局面。

1 发展现状

辽西地区是指辽宁省西南部地区(包括锦州、阜新、朝阳、葫芦岛和盘锦大部分地区), 总面积约为 55 000 km², 占辽宁省面积的 37.3%^[1](图 1)。辽西毗邻京津冀地区, 既有沿海又有内陆城市, 近年来, 由于京沈高铁全线通车, 辽西北部的阜新和朝阳两个城市已经成为京津冀经济圈中极其重要的节点城市。

1.1 辽西地区旅游业政策导向

近年来, 辽西经济综合实力不断提升, 与京津冀的产业对接合作广度与深度持续拓展, 2022 年出台的《辽宁省推进“一圈一带两区”区域协调发展三年行动方案》中明确表示要深化与京津冀资源要素双向流动, 着力引进创新资源, 共同培育优势产业集群, 建设面向京津冀地区的旅游目的地, 辽宁省



基于审图号为辽 S(2023)027 号标准地图绘制, 底图无修改

图 1 辽西地区的地理位置

“十四五”文化和旅游发展规划中也明确提出要将辽西旅游大环线融入“京津冀”协同发展战略先导区^[2]。

1.2 辽西地区旅游业总体情况

辽西地理位置独一无二, 自然资源和人文旅游资源丰富且各具特色, 多年来在各级政府政策的加持下其旅游产业已然有了长足进步, 各地经济形势不断变好。2023 年辽西地区总 GDP 为 3 812 亿元, 约占全省比例的 13%, 其中各城市地区生产总值和增速情况如表 1 所示, 其中旅游收入贡献值较高。现共拥有 A 级以上景区 246 个, 占辽宁省总数的 42.6%, 年接待游客 10 456 万人次, 旅游总收入为 588 亿元, 各城市市旅游人次和旅游总收入如图 2 所示。

收稿日期: 2024-08-28

基金项目: 辽宁省 2023 年决策咨询和新型智库委托研究课题(16)

作者简介: 于倩倩(1994—), 女, 辽宁大连人, 硕士, 助理研究员, 研究方向为农业休闲旅游、农业规划设计与咨询; 通信作者潘百涛(1978—), 男, 辽宁沈阳人, 硕士, 研究员, 研究方向为农业设施工程和规划设计。

表 1 辽西各城市 2023 年地区生产总值(GDP)及增长情况

排名	城市	GDP/亿元	增长/%
1	盘锦	1 382	1.7
2	锦州	1 253	5.4
3	朝阳	1 044	5.3
4	葫芦岛	912	6.0
5	阜新	602	4.6

1.3 京津冀地区旅游需求

京津冀地区经济发展迅速,居民生活水平不断提高,旅游需求不断提高,其市场规模也将不断扩大。京津冀地区做为我国重要的旅游客源市场和旅游需求的核心增长区,对其社会和人口特征进行分析后,认为最有潜力的市场主要有:①老年市场,我国的老年人口数量巨大,京津冀地区的老年人不仅群体大且文化素质高,具备现代的生活理念和强劲的经济能力,外出旅游已成为其生活中不可或缺的一部分。②学生市场,学生旅游市场发展迅速,已成为一个新兴市场,京津冀地区各类高等院校集聚,现共有高校约 270 所,市场潜力庞大。③自驾游市场。高收入、高学历的年轻群体是假日旅游消费市场的主力军,京津冀地区上述群体的汇聚区,在旅游方式选择上自由度较大的自驾车旅游则更受青睐^[3]。从旅游需求的变化趋势来看,京津冀地区旅游密度逐渐攀升,这无疑将会增大人们对旅游空间的需求,尤其是对绿色、生态以及滨海等空间的需求,而京津冀地区潜在的旅游空间将不能满足上述需求^[4],这给极具区位优势辽西地区旅游业发展带来前所未有的机遇。

2 资源禀赋优势

2.1 自然资源丰厚

辽西坐拥温泉、非遗、文化、自然景观等旅游资源,自然景观优美,山海资源丰富,现共有国家级自然保护区 12 处、风景名胜区 2 处、森林公园 6 处、地质公园 3 处、4A 以上旅游区(点)40 处、海洋公园 5 处。历史遗迹众多,少数民族风情绚丽,文化沉淀深厚,现共有世界文化遗产 1 处、全国优秀旅游城市 6 座、国家级农业示范点 8 处、文物保护单位 21 处及工业示范点 3 处,还有丰富的红色旅游资源^[5],为打造京津冀文旅休闲“后花园”打下了坚实基础。

辽西地区山岳、森林等丰富的自然资源构造了著名的凤凰山、海棠山等,还有医巫闾山森林公园等 6 处国家级森林公园,其地处东北、华北植物区系的交驳位置,森林景观独特且丰富。另外,辽西环渤海,锦州、葫芦岛和盘锦都是沿海地区,其海滨滩涂景观壮阔,海岸线长 917 km(约占辽宁省大陆海岸线总长约为 40%),具有辽东湾最大的岛屿——菊花岛,且优质的海滨浴场遍布整个辽西地区,葫芦岛地区的夏季海滨旅游发展迅猛,近郊游客人次不断攀升。盘锦地区拥有世界第二大湿地保护区,也是世界上保存程度最好的芦苇沼泽湿地,以珍稀鸟类丹顶鹤、碱蓬草为典型代表的滩涂湿地秀丽景色令人流连忘返。最值得一提的还有辽西地区的珍稀化石资源,随着“辽宁古果”“中华龙鸟”的

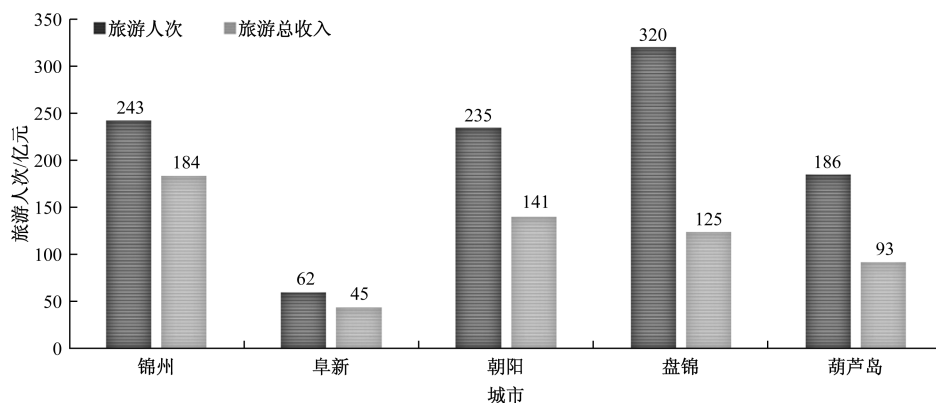


图 2 2023 年辽西各市旅游人次和总收入

表 2 辽西地区国家级景区数及在辽宁省占比

地区	自然保护区/处	风景名胜区/处	森林公园/处	地质公园/处	4A 级以上旅游区/处	海洋公园/处
辽西	12	2	6	3	40	5
辽宁	19	9	29	6	144	10
比例/%	63	22	21	50	28	50

发现,朝阳地区一跃成为享誉世界的中生代古生物化石的集合地,当地古生物化石种类多、分布广,是世界最大的古生物化石宝库,当地的人文类资源同样不可忽视,古人类文化、辽金文化、清朝文化等历史文化源远流长^[6]。

2.2 区位优势明显

辽西地区位于华北平原、东北平原和蒙古高原的交会处,连接着不同的地理板块和经济区域,不仅是环渤海经济圈和东北亚经济圈的集中点,也是连接渤海与东北内陆的黄金走廊,由于辽西处于京津冀经济区和东北经济区结合部,具有接受双向辐射的优势,更是京津冀连接东北的重要通道。其地处交通要塞,具备密集的公路、铁路网和航空港,锦州、朝阳两座机场通达全国 27 个城市,有锦州和葫芦岛两个港口,区内还有京哈、秦沈等 12 条干支线,高铁时代的到来进一步凸显了辽西地区的交通区位优势,使得京津冀地区进入辽西走廊仅需 1~2 h,可充分带动其旅游业的发展。

2.3 组合特征极具优势

辽西地区旅游资源密度适宜,以锦州、葫芦岛为中心点,周围距离大体都在几十千米范围内,功能类型互补,功能齐全,兼具山、水、城、岛、塔、园、泉、寺资源,葫芦岛以海滨的蓝色旅游类型为主,锦州以辽沈战役的红色旅游类型为主,盘锦以红海滩、珍稀鸟类资源的绿色旅游类型为主,朝阳以三燕古都和古生物文化的古色旅游类型为主,而阜新则以佛教和蒙古族风情的宗教民族文化旅游类型为主^[7]。各板块在地域上聚集且良好分布,在旅游功能上互补,在旅游资源类型上丰富多样。

2.4 旅游及产品价格“惠”字当头

辽西地区整体经济发展情况落后于辽宁省和京津冀地区平均水平,整体生活的消费价格指数不高,整体旅游消费价格及配套的产品价格也相对适中,这无疑吸引大众旅游者的利好面。但辽西在面向京津冀旅游目的地的建设过程中还存在很多短板,加快推进辽西旅游业的发展是推动辽西和辽宁省振兴发展必须解决的现实课题。

3 存在的问题

3.1 旅游市场定位不清,缺乏战略布局

当地旅游产业发展缺乏有效的具体规划^[8],整个旅游市场还是处于“听天由命”的状态,发展缓慢,没有清晰的市场定位,近年来国家和省市层面的旅游战略规划不断涌现,但针对部分联合区域,县级市以及村镇的具体规划不足或实施程度不够,

缺乏清晰的发展思路和建设计划,导致其“纸面化”现象频现。

3.2 景区规模化程度不足,缺乏精品路线

经营主体“小、散、弱”,产业化程度低,发展后劲不足,缺少大投资、大项目、大景区、大策划和龙头企业带动。另外辽西的旅游路线还是以景区观光为主,种类单一,对周围大量优质的乡村资源缺少连带,如可以利用锦州和葫芦岛的海滨优势,通过滨海公路进行一体化观光和体验,但目前这些特色都没在旅游线路中体现,整体上缺乏精品旅游路线、旅游产品、明确的旅游主题,都是简单的观光、农家乐等,同质化现象严重。

3.3 文化挖掘程度不够,缺乏品牌化打造

辽西地区文化特色鲜明但目前创新驱动不足,忽视了文化内涵的挖掘和创意的运用,旅游文化和旅游特色资源开发、基础条件的利用不充分,尤其是朝阳、阜新和锦州一带历史文化浓厚,最早可以追溯到距今 10 多万年前的旧石器时代,但却开发不足,缺乏独特的景区文化魅力和吸引力,参与性、娱乐性活动又少之又少,旅游内涵不够丰富。而品牌的建设少不了品牌文化的引领,进而导致当地品牌化建设行程缓慢,品牌文化、品牌意识、品牌形象、品牌营销策略、品牌服务质量等都有待加强,尚未形成品牌塑造、品质优化、品位提升的核心竞争力^[9]。

3.4 乡村旅游的规划建设不足,区域联合发展不和谐

辽西地区独特的自然资源、红色文化等极适合发展针对京津冀大城市圈游客群的乡村旅游,但目前此类旅游的开发建设严重不足,整体旅游区域发展失衡,2023 年盘锦市旅游人数达 320 亿人次,而阜新市却只有 62 亿人次,不足盘锦市旅游人数的 1/5,在乡村旅游方面则更甚,景区地缘上联动性不足,不仅在空间上较为分散,其资源的开发各自为政,依然处于点状发展状态,单独的小景区游览浪费了时间也消耗了游客精力,辽宁锦州义县大定堡乡的明长城遗迹,蜿蜒百余千米,横跨锦州、朝阳和葫芦岛,保存完好,景色壮丽,至今仍有墩台 33 座,但由于缺乏共生旅游的概念,开发宣传程度不足以明长城遗迹悠久的乡村旅游资源价值未被提炼并充分发挥出来。

3.5 基础设施不完善

辽西地区的旅游资源主要依靠的海滨和丘陵,对道路等基础设施要求较高,而目前其设施配套仍

处在滞后阶段,主要体现在以下几个方面,一是景区道路等级低、连接性差,一些自然资源丰富的景区往往交通条件不佳,游客很难直接通过客运到达景区,旅游大环线尚未形成;二是景区食宿条件不佳,“停车难”问题一直存在,“半日游”现象明显,消费链无法延长;三是配套设施不健全,卫生间、垃圾站数量和质量有待加强,游客服务中心服务除了售票,其他功能性服务几乎为“零”;四是科技赋能不足,公共文化和旅游服务设施建设的信息化、数字化、智能化发展水平更是不高。

3.6 宣传工作有待提升

目前,辽西旅游的宣传力度和方式都比较单薄,宣传渠道单一且分散,大部分景点都没有官网或官微,只有第三方门票售卖平台上几张图片和简短的介绍或者是依靠口口相传,受众群体少,导致旅游项目缺乏吸引力,例如锦州市北镇的梨花节,梨花盛开时景色秀美,但在宣传上只针对梨花大肆介绍,对整个地区的文化内涵、旅游资源只字不提,导致整个文化节效果不明显,更未对整个区域起到宣传带动作用。

4 对策与建议

辽西旅游业需以“文化+”和“旅游+”等方式进行高质量发展^[10],挖掘当地文化资源,加快培育新业态、丰富产品类型、拓宽产品内容,从而提供多元化、高层次的文旅产品,以地缘上的“近”、区位上的“优”,形成面向京津冀旅游目的地打造上的“融”、发展上的“势”,满足京津冀地区旅游群体体验辽西风土人情、文化习俗等多样化需求,构建“辽西文化走廊线”。依据辽西地区交通体系、地理格局、景区分布和城乡空间布局确立“环线联动、核心引领、集聚辐射”连线、串点、带面的总体思路,发展面向京津冀地区的辽西旅游大环线。

4.1 总体战略布局与定位

立足辽西历史文化优势,开发以历史文化为核心的业态产品,有针对性地进行规划、打造辽西文化走廊,创建辽西文化和旅游融合发展试验区,推进辽西文化旅游大环线开发建设,打响文化和旅游品牌,助力建设北方现代文旅产业融合发展带。确定发展中心和多个发力点,根据自身情况逐点击破,同时打破区域壁垒,跨区合作,各取所长。根据目前辽西旅游业发展的基本情况、各所属城市的资源特色和空间分布,以多城市联动模式,发展“五点一线”战略框架,根据锦州和葫芦岛极具优势的地理位置和旅游资源为基础,以其为中心,向阜新、朝阳

及盘锦辐射,同时上述3个城市利用自身特色反向带动锦州和葫芦岛,避免内部恶性、同质化竞争,实现“双核联动、三面辐射”发展模式(图3)。整合利用旅游资源,将辽西旅游目的地发展定位为一个针对京津冀地区旅游的大景区,同时实现与京津冀旅游业的协同发展。根据区域资源特色定制区域旅游主题,建立区域产品群,实现区域优势互补,激发区域整体合力共赢的协同效应。

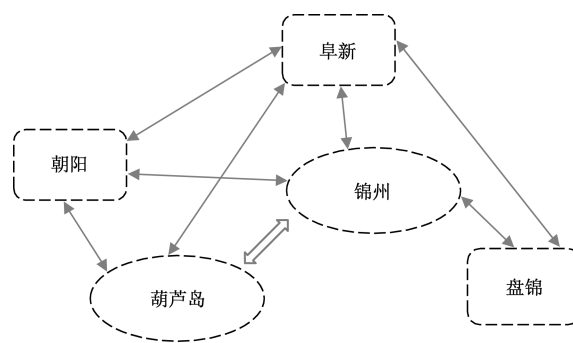


图3 辽西地区面向京津冀地区的双核联动、三面辐射旅游发展模式

4.2 加速标志性重大项目建设,打造高等级景区和精品路线

立足辽西面向京津冀地区旅游产业发展的新目标,建设一批代表辽西甚至辽宁省旅游产业的重大项目。优化其产业结构及产品体系,推进产业协调发展从而形成产业发展新格局。同时,以重大项目的成功运营,提升辽西旅游产业的整体水平,塑造辽西旅游新品牌、新形象。

推动已有风景名胜区、生态旅游示范区和乡村旅游示范村等各多种类型景区快速高质发展,做大做强景区规模,因地制宜地配套相关基础设施和服务,完善景区的综合功能。在自媒体时代,发展噱头一定要强劲,不能“闷声干”,而要“喊出来”,在现有水平上努力创建国家5A级景区,申报世界物质文化遗产,通过高等级旅游景区的创建、实力产品创新和服务吸引游客目光,重点推荐基础设施配套齐全、特点鲜明、优势突出、服务质量上乘且距离京津冀地区更近的景区,不断提升知名度,进一步推动辽西地区旅游产业提质升级。抓住季节性景观、节假日契机,在保障成熟旅游产品的稳定供给的基础上精准打造特色、一体化旅游产品及路线,如果辽西地区依赖某地单一的旅游资源是无法长足发展旅游业的,只有联合区域内其它旅游地资源,创造出独特的旅游产品和精品路线,才能在旅游产业的竞争中脱颖而出。

4.3 以文化助力辽西旅游业发展,创建精品品牌体系

坚定文化自信,增强文化自觉,用好用足文化文物旅游资源,促进辽西“文化基因”解码。突出旅游创新,根据西部地区实际旅游资源打造旅游品牌,增强品牌意识,加强品牌营销策略和服务质量,提高品牌的知名度和竞争力,进而达到品牌国家化目标。以辽西积淀丰富的文化资源进行旅游开发,比如朝阳的历史、古生物化石文化,创建以三燕文化、古生物化石、民风习俗为核心的“辽西历史文化”品牌。避免同质化和复制化,结合朝阳的宗教文化,葫芦岛的沿海文化、关东民俗文化,世界文化遗产的九门口长城、辽沈战役的红色经典文化等内容开展自身的特色化旅游,塑造多层次、整体化的品牌体系以提升产业的盈利能力及吸引力。深入挖掘文化遗产背后蕴含的意义,加大对红山文化的考古调查和发掘工作,为牛河梁红山文化遗址“申遗”,提供学术研究支撑的同时也是打响相关品牌的一个完美契机。同时不忘美食文化的融入,将“沟帮子熏鸡”“盘锦河蟹”等特产结合到旅游路线中,以此强化品牌体系。此外,应注重并加强研究旅游新产品的开发,使当地旅游资源的文化内涵不断提高,创建品牌,完善品牌并不断提升其品牌内涵价值。

4.4 加强对乡村旅游的规划建设,助力区域协同发展

针对京津冀地区人群工作压力大的问题,适宜在辽西全方位开展乡村旅游,让游客慢下来、松下来,充分享受田园生活,同时“乡村味道”的美食也要融入其中,抓住游客心也抓住游客的胃。在发展辽西地区乡村旅游上,应围绕乡村振兴发展的目标,统筹规划顶层设计,对乡村旅游资源进行整合、规划,提升旅游资源整体价值。研究并启动多个乡村振兴示范乡镇(村)、美丽乡村,对已初具规模的乡村旅游项目申请省级或国家级特色小镇或田园综合体,以全域旅游发展理念为契机,引领景区“以点带线联面”放大乡村旅游的辐射效应,并基于现有各级各类乡村旅游示范村,建设如葫芦岛市西沟村、朝阳市白音爱里村等特色乡村旅游村镇。此外,作为抗日战争和解放战争的主战场,辽宁锦州、葫芦岛的不少乡镇拥有丰富的红色旅游资源,如锦州市的牯牛屯村、大台山旅游风景区的绥中抗日义勇军纪念馆、锦州市苹果廉政文化教育基地等,对上述红色旅游资源进行规划,以具有一定知名度的

红色旅游景点为切入点,规划辽西红色乡村旅游路线,带动整个辽西地区红色旅游业发展。

4.5 全面完善基础设施

按照统筹规划、优化配套的原则,突破交通、食宿、卫生等景区设施建设瓶颈,不断完善旅游服务配套。打通“最后一公里”的外部交通,确保景区道路、桥梁等设施安全可靠,同时提供足够停车位,满足游客停车需求。加强卫生管理,提供足够多的垃圾桶、卫生间设施和清洁人员,保证景区整洁性,建立游客服务中心,提供旅游咨询、投诉处理、失物招领等服务并提供专业导游服务,增强景区的吸引力和承载服务能力。

4.6 不断提高宣传、推广方式及范围

在新媒体时代,利用除了电视、广播、报纸、政府官方网站宣传等传统方式进行推广,微信、抖音、快手等自媒体平台的宣传也拓宽了宣传和营销的渠道,要有效利用旅游明星、网红等名人宣传,为旅游地带来吸引力,在人员选择上要侧重北京、天津及河北籍贯的明星,这样才能起到充分带动作用,也可通过各大自媒体平台开展辽西地区针对京津冀旅游的专场直播、大型演出、推荐会等。

不仅要使游客请到辽西来,更要使辽西特色旅游资源和文化走出去,在京津冀地区不定时举办“辽西旅游产品线路走进京津冀地区”的区域战略营销活动,推介辽西地区重点文化旅游资源,让大家近距离感受锦州面人、黑山皮影、辽西土陶等文创产品的魅力,同时创建一个其专属的旅游宣传口号,让京津冀地区因此记住辽西,爱上辽西,不断通过各种方式提高辽西这一面向京津冀旅游目的地的知名度。

参考文献

- [1] 周凤杰. 辽西地区发展乡村旅游问题与对策研究[J]. 渤海大学学报, 2006, 28(6): 93-95.
- [2] 张雪, 郭文鑫. 辽西融入京津冀协同发展的产业路径探索[J]. 辽宁经济, 2022(10): 17-21.
- [3] 牛亚菲, 耿建忠. 京津冀都市圈休闲旅游开发研究[J]. 资源开发与市场, 2007, 8(23): 753-755.
- [4] 张敏, 苗润莲, 胥艳玲, 等. 京津冀都市圈生态休闲农业的功能定位及关键问题探析[J]. 安徽农业科学, 2013, 1(41): 174-176.
- [5] 朱斌. 辽西旅游需求分析与旅游发展比较优势研究[J]. 社会科学家, 2009(10): 90-97.
- [6] 孙永平, 张婷婷. 基于古生物化石资源的辽西地区旅游开发研究[J]. 安徽农业科学, 2010, 38(31): 17759-17760.
- [7] 杨翠霞, 杨颜冰, 刘晖. 基于 ArcGIS 的辽宁省乡村旅游

- 重点村空间分布特征及影响因素[J]. 大连工业大学学报, 2024, 43(2): 136-140.
- [8] 孙悦. 全域旅游背景下乡村旅游促辽宁扶贫振兴的路径研究[J]. 市场周刊, 2023(34): 26-29.
- [9] 吴晓东, 王准. 辽西自然旅游资源品牌形象整合传播策略研究[J]. 渤海大学学报, 2020(3): 157-160.
- [10] 邓爱民, 李鹏. “双循环”新发展格局下旅游业发展路径与策略[J]. 经济与管理评论, 2021(5): 21-30.

Countermeasures for Tourism Destinations in the Western Liaoning Region towards the Beijing-Tianjin-Hebei Region

YU Qianqian, PAN Baitao

(Liaoning Academy of Agricultural Sciences Institute of Agricultural Planning and Design, Shenyang 110161, China)

Abstract: The western part of Liaoning province is rich in tourism and leisure resources, and has great geographical advantages for the Beijing-Tianjin-Hebei, but there are some problems such as unclear market positioning, lacking brand construction, insufficient promotion, incomplete infrastructure and supporting facilities and so on. Based on the actual needs of tourism in the Beijing-Tianjin-Hebei region, a strategic layout and positioning was made to strengthen the plan and construction of tourism, comprehensively improve infrastructure, accelerate the construction of landmark major projects, create high-level scenic spots and boutique routes, using culture to support the development of tourism in western Liaoning, creating a boutique brand system, continuously improving publicity and promotion methods and scope to assist the construction of tourism destinations in western part of Liaoning province towards the Beijing-Tianjin-Hebei region.

Keywords: western part of Liaoning province; Beijing-Tianjin-Hebei; tourism