

城镇化进程对旅游经济发展的影响

叶珂

浙江盛途国际旅行社有限公司 浙江 杭州 310000

摘要: 随着中国社会经济的不断增长,人民的生存条件得到提高,同时对生存条件也有了较多的需求。在这一情况下,中国城市化建设加快,将与旅游行业相结合,促进旅游经济的蓬勃发展。旅游行业作为国家重要发展的行业之一,对国家发展有一定的负面影响,也将促进城市化发展步伐。同样的,城市化发展也将对旅游业造成负面影响。

关键词: 城镇化进程; 旅游经济; 经济发展

1 城镇化的涵义

所谓城市化过程,是在对发达国家或者是区域内的先进社会生产力、经济技术和该区域的传统产业持续优化和提升的基础上,整个区域社会也由以往的传统农业田园类型逐步转变成了现代都市型,生产方式也由农业向工业和服务业过渡的又一个阶段。这种变化既包括了人群、职业的变化,以及行业结构调整,同时也包括了中国国土和区域人口结构的变迁。简言之,中国城市化过程最直观的体现就是农业地区发展过度到都市和向城市人口发散的乡村区域。

2 我国城镇化进程对旅游经济发展的影响分析

2.1 提供客源保障

旅游行业发展需要相对固定的顾客作保证,只有满足相当规模的旅游者群体,旅游行业才能得到不断成长,并维持较好的利润能力。城市化过程中,一种很重要的特点就是人员转移,使原来比较疏散的人员显得比较聚集起来,以此增加了人口数量,为旅游行业的开发创造充分和一定的人力资源保证^[1]。

2.2 刺激消费愿望

城市化是中国社会经济高速发展下的必然产物,随着中国人民物质生存条件的日益提高,中国人民的物质生活水平也获得了提高。在中国人民物质生活水平日益提高的时代背景下,中国人民的生活需要由单一化向多元化过渡。除了对物质追求之外,人们也开始更加重视精神需要,并由此使得社会的消费结构出现了巨变。而旅游产品正是在人类精神需要日益增强下的新产品,它将根据人类的个性化、多元化需要,进一步激发消费者的消费欲望。

2.3 吸引资金投入

城市化进程下,由于城市规模的不断扩大,人口数量增多,进一步加剧了市场需求。这无疑地给金融市场提供了更多投资机遇^[2]。一方面,中国城市化工程吸纳了

大量巨大的资金投入在中国经济建设中;另一方面,城市化进程也为中国旅游业的蓬勃发展吸引了巨大资本,随着城乡居民对出游要求日益增强,将赋予旅游市场更多的发展空间,以便吸引更多投资商加入到乡镇旅游市场发展,使旅游资源得以进一步开发与利用,从而提升旅游行业的整体品位。

2.4 拓展城市功能

城市化发展下,政府按照城市化发展计划,进一步增加对基本建设的投入,进一步改造城乡环境,丰富城镇功能,城市居民可以享受优质的饮食服务、住宿功能、休闲娱乐等服务,使服务质量得以提高。城镇化基础设施建设标准的提升,为旅游经济的成长奠定了强大的基础,这也是旅游经济成长的重要保证。同时,随着城市化推进下的经济转向进程加快,大量资本进入了旅游领域,基础设施的品质使得城镇设施不断完善,旅游经济成长也得到了有效保障^[3]。

2.5 优化旅游环境

旅游文化产业的快速发展离不开优越的条件保障,城市化进程下,城市设施的水准日益提升,人口容量不断扩大,除去一定的居民人群后,外来人口流动率也日益增多,城市功能进一步扩大,各项业务进一步提升。各个城市在发展经济的同时,也更加重视民生建设,更加重视生态环境建设,也是中国城市化发展的主要内容,也使其的开发条件得以更加完善,建立更加健全的生态保障制度。

3 城镇化进程下旅游经济发展遇到的问题

3.1 城镇化发展不均衡造成旅游经济发展不协调

虽然我国的城镇化进程推动下,旅游经济发展获得了一系列成就,取得了一系列建设成果,但是在城镇化进程下,我国的旅游经济发展也遇到了一些新的问题^[4]。其中,城镇化发展不均衡,造成旅游经济发展不协调,就是一个重要问题。

当前,我国的城镇化发展是非均衡化的发展,一是地理空间上的发展不均衡,南北城镇化发展有偏差,东西城镇化发展严重错位,这种空间上的城镇化发展不均衡,造成了我国旅游经济的分布状态、旅游经济的投资力度不均衡,在空间上也呈现出高度的不对称现象。东部地区拥有良好的城镇化水平,在旅游经济投入有着较大的优势,而广大中西部地区存在城镇化发展水平较低、旅游经济发展落后的问题。

二是我国的城镇化发展在市场要素方面也存在着不均衡,导致旅游经济要素的发展不协调。城镇化的发展是一个集聚了人力资本、土地资本、生产要素、技术要素的发展过程^[5]。当前,我国的这些要素集聚存在大城市集聚能力强,中小城市集聚能力弱,东部沿海城市集聚能力强,中西部地区集聚能力弱的发展特征。这种城镇化的发展特征,使得东部沿海地区城镇化发展的各类集聚性发展要素相对完善,而广大中西部地区存在各种城镇化发展要素的缺失和不完善。这些因素最终导致旅游经济发展不协调。

3.2 城镇化发展中旅游经济的宣传滞后

当前,在城镇化发展过程中,旅游的宣传也具有很大的滞后性。城市化的发展是带动旅游经济发展,促进旅游宣传扩大的有效机遇。然而,我国的许多城镇在旅游经济的建设和发展过程中,存在宣传能力落后、宣传水平不足等问题。

一是旅游经济没有构建适应现代城镇化发展条件的宣传体系,没有实施有效的宣传战略,构建明确的宣传路径,安排全面的宣传资源投入宣传。这些都使得在旅游经济的发展中宣传滞后,自身的旅游优势得不到充分的推广^[1]。

二是在旅游发展中没有构建体系完善、结构丰富、内容要素覆盖全面的现代化、互联网式宣传矩阵,特别是对于青年群体所关注的网络化宣传、多媒体宣传、融媒体宣传等宣传要素,无法建立起有效的应用路径和应用模式,从而导致旅游宣传中宣传能力不足,宣传水平低下,宣传范围覆盖较窄,宣传要素的精准性、匹配性不足。

3.3 城镇化发展中旅游经济的品牌化建设不足

城市化发展进程中,旅游企业的品牌化建设缺失严重,是当前中国旅游产品发展的重大缺失。部分地方政府在旅游产品建设与开发过程中重视品牌、重投资,但却未能形成合理的品牌化策略,也没有制定好旅游产品发展规划,因而未能形成良好品牌标识,也未能促进当地特色的品牌形象建设。根据中国人民大学创意文化产

业发展研究所数据,2020年全国文化产业和旅游产品创新品牌"TOP50"榜单中的文化企业产品总值达到了6982.28亿元,比二零一八年仅上升了百分之二十二点一。这也使得在城市化的进程中,一些文化旅游产品的发展产生了无序化,同质化,碎片化现象^[2]。没有体系化的旅游经济模式,散乱分布在广大城市建设过程中,导致旅游品牌宣传能力不足,旅游品牌发展的合力不足,旅游发展能动性受到严重削弱,使得旅游经济的发展无法有效地助推城镇化的前进。

总而言之,正是旅游经济的品牌化建设缺位,使得旅游经济呈现出无序发展,无特色化发展,最终导致旅游经济的可持续性发展能力不足,发展动能受到抑制,无法使旅游经济发挥规模经济效应,助推经济转型升级。

3.4 城镇化发展中旅游经济产业链挖掘不足

城镇化发展过程中,旅游经济产业链的挖掘不足是旅游经济发展过程中重要的问题。旅游经济的发展是一个集人力资源配置、资金投入、技术配合、战略配套、应用开发等为一体的精密型产业链。在旅游经济中,配套的旅游交通、旅游居住、景点文化挖掘、旅游服务人员的全面培训等是一个完整的产业链。然而,一些地区在城镇化发展过程中,对于旅游经济的延伸性和带动性认识不足,单纯地将旅游景区的基础设施建设作为旅游经济发展的核心,而忽略了其他旅游产业链中的软件配套设施的全面优化与完善,导致旅游经济产业的产业链配套能力不足,产业链的带动性相对较低,产业链上的各产业组成部门联动性缺失,这些都使得旅游经济的产业链发展完善不足,产业链的配套性不够,延误了旅游经济的全面有效转型^[3]。

4 城镇化进程下旅游经济发展的策略

4.1 推进旅游经济与城镇化协调发展

一是在区域发展协调上,应当进一步实现旅游经济发展要素的区域协调分配,实现我国旅游经济在南北地区、东西区域之间的资源高效配置,增加对广大中西部地区在旅游资源建设方面的投入力度,持续加大对这些地区在旅游人力、资本、技术等方面的投入,实现旅游经济可持续发展,形成高效协调、全面发展的互动格局,有助于推动城镇化发展下的旅游经济高效发展。

二是提升旅游经济发展要素的均衡与协调性,增加旅游经济发展中各类人力配套、资本配套、土地配套、生产要素配套、技术要素配套的均衡化,实现各类管理技术、管理要素、宣传要素的全面助推,使旅游经济和城镇化全面融合^[4]。

4.2 加强对旅游经济的宣传

一是打造城镇化发展下的高效型旅游经济宣传体系,成立专门适应现代经济模式市场经济宣传需要的专门化机构,形成固定的资金投入,以新媒体为主阵地,实现多元化媒体宣传矩阵的构建。

二是打造开放式、丰富性、内容要素全面的互联网宣传矩阵,以流媒体宣传、传统媒体宣传,共同构建现代化宣传体系,以大数据匹配、精准化宣传,实施精准宣传模式开发,打造覆盖全面、宣传精准、匹配精确的旅游宣传策略,实现旅游经济广宣传、广覆盖。例如,传统文化相对丰富的城市可以专门在市级层面拨发资金,成立专门的城市旅游经济宣传机构,主动与新媒体平台对接,进行新媒体宣传矩阵的资源投入,将传统城市旅游元素,广泛地植入抖音、快手等互联网宣传平台中,以促进当地旅游业全面宣传^[5]。

4.3 提高旅游经济的品牌化建设能力

一是要逐步培养旅游经济发展中的品牌建设意识。增强旅游经济发展中主管部门和旅游经济从业人员的品牌化建设意识,设定不同旅游经济发展战略,增强旅游品牌化建设创新思维的开发。

二是要因地制宜,根据旅游经济发展的个性化特色,设置有差别的、非同质性的特色化旅游经济品牌。例如,针对历史资源丰富的旅游景区,可以开展历史品牌旅游经济建设;针对民俗文化,可以开展具有民俗品牌、青年调性的旅游经济品牌文化建设;针对自然风光,可以建立高效全面的自然风光品牌文化建设。总之,要发挥长处,利用资源禀赋优势,打造可持续发展的品牌,助推品牌调性提升。

三是注意旅游经济发展过程中,品牌化建设的特色化,避免同质化、碎片化发展,形成一体化的品牌建设要素,将旅游景区及其产业链上的各个发展要素都统一融入品牌特色,形成品牌商标,构建品牌服务体系,实现旅游品牌的无缝植入^[1]。

4.4 深挖旅游经济产业链

一是要构筑资源配置、资金投入、技术配合、战略要素搭配的旅游经济产业链,加强各产业链组成元素之间的协调性,形成常态化的旅游经济产业链组织,构建一体化的旅游经济产业管理模式。

二是在城镇化的助推下,推动旅游经济与城镇化的融合与延伸,充分发挥旅游经济融入城镇化发展中的带动作用,提高旅游经济带动城镇化发展的能力,实现旅游经济发展,旅游产业兴旺,城镇化助推三者之间的循环发

展。以旅游发展、工业生产、人员流动和产业配套建设为基础,构建产业元素完整、联动性较强、关联性较高的旅游经济配套型产业链,提升旅游经济对城镇化建设的带动性。例如,在农业旅游资源丰富的地区,通过积极联动,协调各方力量,对外进行广泛的旅游宣传,可以建立以农业旅游为主题,以观光农业旅游模式为链条,以乡村养老环境旅游模式为依托的康养产业链式旅游模式,形成旅游、养老和康养一体化发展的循环发展模式,深挖旅游经济产业链,促进旅游业的全面发展^[2]。

4.5 整合并系统规划旅游资源

在高度城市化背景下,要想更深入发展旅游经济,就必须根据城市化进程和建设发展模式,剖析影响旅游经济社会发展的多种原因,并深度发掘旅游资源文化内容,如土地资源、历史人文资源等,全力建设中国特色的旅游资源系统。另外,必须合理考虑城市化的支撑环境,在旅游资源与城市化需求间维持必要的吻合性,以此建立完备的资源链,提高旅游资源的发展密度,拓展旅游企业的成长空间。此外,有关单位也应当进一步发掘和合理开发利用的景观与生态景观,使其观光功能发挥起来,让城镇化发展成为旅游企业迅速成长的坚实基础^[3]。

结语

综上所述,城市化发展与旅游经济的发展相互影响、互相制约。城市化步伐加大,将对旅游经济的发展提供便利,旅游经济的迅速发展也将促进城市化的发展。所以,旅游的发展必须立足于城市化的发展,确保城市化与旅游发展的协调发展,并合理运用为城镇化发展所提供的便利,正确定位,因地制宜,积极重塑旅游经济,为旅游的发展作出系统性规划,以达到城镇化发展与旅游经济的协调发展。

参考文献

- [1]何唯.城镇化进程对旅游经济发展的影响探析[J].中国市场,2021(26):10-11.
- [2]宋丹莉.城镇化进程对旅游经济发展的影响[J].中国商论,2020(16):81-82.
- [3]郭正欣.乡村旅游规划在生态环境保护下的策略研究[J].中国房地产业,2020(5):28.
- [4]李海清.中国城镇化进程对旅游经济发展的影响[J].房地产导刊,2019(9):7.
- [5]潘文.中国城镇化进程对旅游经济发展的影响[J].农村经济与科技,2019(7):99-100.