

# 丝绸之路文化与旅游产业

董建国

(中国人民大学 丝绸之路经济发展研究中心, 北京 100872)

[摘要] 丝绸之路旅游随着其整体申遗成功而备受关注, 但就其发展现状而言, 仍存在着诸多问题。只有在机遇面前合理应对存在的问题, 才能使其真正成为国际著名旅游品牌。

[关键词] 区域合作; 市场定位; 品牌优势

[中图分类号] F592.3 [文献标识码] A [文章编号] 1005-3115(2009)16-0017-04

## 一、丝绸之路旅游资源状况

丝绸之路从诞生那天起, 就随着人类的足迹逐渐扩散到世界各地, 先后诞生了草原丝绸之路、沙漠丝绸之路、西南丝绸之路、东北亚丝绸之路和海上丝绸之路。这五条丝绸之路从中国的东部沿海到西部的山地、盆地、高原, 跨越了三大自然阶梯, 跨度达 4000 多公里, 沿线奇山秀水、草原牧场、戈壁冰川、雪域高原等景观应有尽有, 几乎囊括了中国目前所有的旅游资源类型, 资源等级高, 历史遗存丰富, 文化积淀厚重, 形成了大批知名度高、品质优秀、文化内涵深厚的旅游资源和品牌。因此, 研究和开发丝绸之路不能只局限于沙漠丝绸之路。丝绸之路是一种象征和载体, 是全球最好的旅游产品, 能够展示出人类的团结友谊和共同愿望。

丝绸之路在中国境内涉及 20 多个省市的 100 多个城市(包括沙漠丝绸之路、草原丝绸之路、西南丝绸之路、东北亚丝绸之路和海上丝绸之路)。中国七大古都中的四个分布在丝绸之路沿线, 99 个历史文化名城中 29 个在丝绸之路沿线。5000 年的华夏文明进程中, 其政治中心至少 4/5 的时段在丝路沿线转展、延伸, 在丝绸之路沿线留有各个时期大量的文化遗存。丝绸之路沿线 2000 多个旅游景点, 其中世界级 16 个, 国家级 200 多个, 列入中国旅游胜地 40 佳景区的有 5 个, 列入世界自然文化遗产的有 5 个。丝绸之路沿线旅游资源数量多、分布广、质量高、潜力大, 集中了人文和自然资源的精华, 是中国旅游资源的富集区和文化富矿。

丝绸之路从公元前 500 年开通, 到 16 世纪逐步衰落, 前后经历了 2000 多年的辉煌历史, 由于它丰

富的历史文化内涵以及巨大的开发价值, 在人类社会不断进步的今天, 越来越引起世界的关注。文化遗产保护和旅游业是相辅相成、相促进的两项事业。真实、完整、永久地留存不同时期、不同品类、不同地区丰富的文化遗产, 是旅游业兴旺发达的基础和保障, 是文明延续的依托, 更是全人类社会可持续发展的长远需要和根本利益所在。丝绸之路旅游资源开发起步于 1994 年 10 月世界旅游组织在乌兹别克斯坦召开的首届丝绸之路旅游国际研讨会和 1996 年在中国西安召开的丝绸之路旅游论坛, 这两个重要会议在丝绸之路沿线引起了广泛关注, 对丝绸之路旅游业兴起具有里程碑意义, 成为推动丝绸之路旅游业快速发展的催化剂和发动机。自此, 丝路沿线各地都以不同的形式提出将丝路旅游业列为其主导产业或支柱产业, 由此出现了大抓旅游的局面, 丝绸之路热和申遗热成为丝绸之路沿线城市的一大亮点, 都把丝绸之路文化作为名片, 并通过这张名片来提升城市文化内涵, 重塑城市形象, 拉动当地旅游, 有效地推动和促进了丝绸之路沿线旅游业的迅速发展。

## 二、喜忧参半的丝绸之路旅游业

丝绸之路中国段旅游业虽然得到了迅速发展, 但总体还处在旅游开发的初级阶段。由于丝绸之路沿线的一些地方政府和旅游主管部门以及社会企业观念不到位, 基础设施不完善, 对外开发不足, 加之人才缺乏和交通不利, 使丝绸之路旅游的可进入性大为减弱。丝绸之路沿线经济发展的不平衡, 致使丝绸之路旅游发展水平也各不相同, 旅游资源开

发目前还集中在少数几个城市,点、线、面相结合的旅游网络体系还未形成,总体上呈现出“一流资源,二流开发,三流交通,四流经营,五流管理”的状况。丝绸之路沿线的每个国家和地区都在做着自己的旅游,但没有把此作为完整的旅游产品推广和营销,缺乏对完整的丝绸之路品牌和形象的建设。丝绸之路是一个特殊的品牌和形象,对我们全人类来说都是一个象征。因此,沿线政府和民间私营部门应共同合作,把丝绸之路建设成为一个“一站式”的目的地。丝绸之路沿线地区应联合解决丝绸之路旅游中存在的以下问题。

一是旅游产品内容较为单调。沿线各地的旅游产品大多数属于观光产品,“白天看庙,晚上睡觉”的模式仍相当普遍,且不少地方的旅游产品功能雷同,缺乏特色;休闲类、娱乐消遣类、公务与商务类、专题类的旅游类产品明显不足。

二是旅游配套服务设施与旅游商品供给不足,结构较差。主要表现在满足旅游业发展的交通、住宿、饮食等各类设施不能实现有效的供给;在结构上高、中、低档次未实现合理的配置;基础设施配套和旅游服务明显滞后,旅游商品的生产与供给也表现出种类少、开发能力不足、特点不明显、大同小异的情况。

三是旅游组织管理力度不够,水平不高。旅游业作为一个关联度较强的综合性产业,已经不再将观光作为主要内容。现代旅游业是一个涉及多个产业、行业的大旅游业,需要政府及其各个管理机构的有力配合、有效管理与组织协调,但丝绸之路沿线除部分城市在支持本地旅游业方面扮演了积极有力的角色,实现主动协调配合与组织外,多数区域的旅游业管理水平明显不高,各个旅游企业间也未能相互支持与配合,旅游市场无序,恶性竞争现象屡见不鲜。

四是丝绸之路旅游虽然都被看好,沿线各省市分别以各自所辖区域为中心,制定并逐步实现与当地比较相适应的旅游规划。目前应该从整个丝绸之路经济建设出发,以区域间的协调发展来规划旅游业的持续发展。各省市大多数基层政府虽然意识到了旅游业在区域经济发展中将可能起到的重要作用,但相当一部分政府机构对本区域资源的有效开发和旅游业的发展还没有一个明确、清晰的认识和

把握,不少地区还存在着资源开发的盲目性和破坏资源较为严重等问题,资源优势远没有变成经济优势,旅游业的综合效益没有得到应有的发挥。

### 三、给中国旅游业一个准确定位

中国的经济发展已经进入了一个新的阶段,这个阶段是一个进行战略性改组和结构调整的阶段,是产业结构优化升级的阶段。中国的旅游业是伴随着中国经济粗放式、超常规发展而发展起来的,也同样面临着产业结构调整、市场结构调整、组织结构调整问题。中国经济结构调整和全球金融危机给旅游业结构调整创造了良好的机遇和条件,正是这次全球金融危机给了中国惨痛的教训,也正是这场经济危机才真正显现出第三产业在经济发展中的作用以及旅游业在第三产业的发展 and 增长中的龙头作用,使旅游业成为经济结构调整中的新经济增长的源泉和动力。因此,要对旅游业的传统认识进行变革。过去把旅游业简单定义为非生产性质,现在需要重新认识。旅游产品的营销工作是生产活动,这种活动是创造价值、增加社会财富、实现就业、摆脱贫困的系统工程,也属于社会劳动的重要组成部分,是社会分工的需要,应该明确旅游产业性质是生产性的,其活动是社会分工的不断深化。中国的旅游业与过去相比呈现快速发展状态,但与发达国家相比还处在初级阶段,这与中国政府给旅游业的定位有直接关系,也正是这种定位影响和限制了中国旅游业健康、持续、快速发展。

目前中国对旅游业的定位和对机构的设置基本上突出表现为以经济功能为主的发展阶段,但从管理关系的角度来说,反映了从传统的计划经济向市场经济过渡的特点。旅游部门传统上是外事部门,1965年归属于外交部,1983年才正式成立了国家旅游局。多年以来,一直是主管外交的副总理主抓旅游业,这种管理关系本身有一个历史演进的过程,但是还没有能够准确地反映出旅游以经济功能为主要的发展阶段。

旅游业的产业功能一般要经历以下三个阶段:第一个阶段是经济功能阶段。任何一个国家旅游业的起步阶段主要功能都是经济功能。在这个阶段,旅游的创汇和创收作用突出,在区域经济的发展中作用更加突出。第二个阶段是以经济功能为主、多

种功能共同发挥阶段。随着旅游业的进一步发展,其经济功能逐步演化成多种功能。在这种情况下,各个国家对旅游的关注点就不同了,客观要求也在变化,这一点从机构设置上可以看得很清楚。如日本的观光局设在运输省,这种机构设置与日本从发展中国家进入发达国家的历史因素有关。设在运输省主要是从产业发展的角度着眼,是以旅游供给条件的完善和协调为出发点的。英国原来把旅游管理部门设在劳工部,也就是说英国政府对旅游的主要关注点是旅游的就业功能,近几年又转至文化部;法国把旅游管理部门设在文化部,他们更看重的是旅游的文化功能和自身文化资源的开发;美国没有旅游局,因为美国是市场经济高度发达的国家,但在白宫设有一个旅游委员会。从各个国家不同的机构设置可以看出各个国家对旅游的关注点。目前,发达国家基本上达到了以经济功能为主、多种功能共同发展的状况。第三个阶段是注重生活质量阶段。旅游发展的最终目的是提高人民群众的生活质量,这也是旅游发展到成熟阶段的一个标志。

从产业功能的角度来看,中国旅游业大体上还处在以经济功能为主的阶段,也就是说处在旅游发展的初级阶段。但是沿海一些发达地区已经提出了以经济功能为主、多种功能并进的目标,实际上已经开始向第二阶段跨进。但是从长远来看,旅游业发展最主要的着眼点和最根本的目的就是生活质量。旅游业是一个能够富民、繁荣社会的产业,它可以提高资源综合利用水平,使一些发展传统产业条件很差的地区兴旺发达;旅游业又是资源节约型和可持续发展型的产业,旅游景区、景点如果开发利用得当,经营管理科学,将会提高资源的品位和价值。旅游基础设施同时也是城市建设的重要组成部分和投资环境的组成部分。因此,要让文化来支撑丝绸之路城市旅游,将旅游融入城市文化,让游客在游览中感受城市的脉搏,感受城市的底蕴和个性。其实质就是把旅游发展全方位地融入丝路整个城市发展的全过程,把旅游业作为城市发展新的内在动力和支撑产业来打造,进而充分发挥旅游业对整个城市发展的品牌效应,推进城市全面、协调、可持续发展。

#### 四、联合打造丝绸之路旅游品牌

2000 年的历史赋予了丝绸之路丰富的文化底

蕴,它不只是一条单纯的商道,还是一条纽带,是一个有着厚重历史积淀的文化载体。因此,应当深入挖掘埋藏在数千年历史中的故事和文化内涵,通过落地转化,让历史时尚,让文化鲜活,让自然变得可解读,让所有的诱惑变成可贸易的产品。这是丝绸之路沿线和全人类的财富,也是发展丝绸之路旅游的源泉。丝绸之路横贯欧亚大陆,联结着欧亚两大洲人民的友谊。它打破了国与国之间的界线,成为当今世界最具价值的品牌和商标。它所包含的品牌价值是不可估量的,我们应当充分利用这种优势,坚持以丝绸之路历史为背景,以丝绸之路文化为本源,以丝绸之路旅游为节点,以丝绸之路城市为依托,以区域为整体,以新、奇、险、乐为旅游产品特征,力求实现丝绸之路文化理念的落地转化,将历史与现代进行有机结合,打造一流的世界级旅游精品;致力于打破行政管理障碍,在开放和开发中创新旅游管理体制和运行机制,结束目前丝绸之路旅游浅层次产品竞争,把提升文化内涵放在首位,全方位地加强丝绸之路区域无障碍合作。

丝绸之路旅游开发与合作还存在着各种硬件和软件方面的制约因素,如国际丝绸之路旅游通关手续繁多、信息沟通不畅、地域壁垒较大、联合发展不够、服务质量不高、旅游安全性不强、联合促销少而单调,都需要在联合开发中予以重视和解决。鉴于目前丝绸之路沿线各国和地区对发展丝绸之路旅游以及联合开发的积极性、迫切性和参与性普遍提高,为使丝绸之路旅游联合开发走向实质性行动,充分发挥和调动沿线 40 个国家的 200 多个旅游城市的合作开发积极性和主动性,在联合国和世界旅游组织的推动下成立了国际丝绸之路旅游合作委员会。该机构的宗旨是积极促进丝绸之路旅游合作与开发,努力推动丝路旅游发展的繁荣与兴旺;主要职能是协调丝绸之路旅游合作与开发的相关事宜,开展丝绸之路沿线国家和地区以及城市的旅游双边及多边谈判,确定丝绸之路旅游双边和多边国家政府合作意向和项目,排除丝绸之路旅游合作的物理和非物理障碍,推动丝绸之路旅游合作谈判、项目、计划等的落实,促进丝绸之路旅游研究,加强丝绸之路旅游联合促销,制订旅游合作相关准则等。主要成员是联合国亚太经社理事会、联合国教科文组织、联合国开发计划署以及世界银行和亚洲开发银行等。尽



管联合国等国际组织和丝绸之路沿线各国在促进丝绸之路旅游交流方面做了很多努力,但繁琐的国际旅游通关程序、人为的非物理国界壁垒等还是制约丝绸之路旅游发展的主要因素之一,严重影响了国际丝绸之路旅游的发展。对此,联合国丝绸之路区域合作项目三期工程中提出了丝绸之路多次出入境签证制度,重点是推动丝绸之路旅游便利化,其核心是丝绸之路旅游只需单一签证即可多次往返,这样可以大大促进丝绸之路旅游产业的发展。其次是对丝绸之路全线自然和文化遗址(包括海上丝绸之路)进行了全面考察论证,按照原始性、完整性和连续性以及遵循人类文化的普遍价值的原则认真筛选出遗产资源,按计划和一定程度进行申报,这项工作已经展开。

### 五、丝绸之路旅游发展前景

从中国的发展总体格局看,21 世纪上半叶旅游业仍然将继续保持较高的增长速度,并将于 2010 年成为支柱产业之一。据世界旅游组织预测,2010 年全球旅游者将达到 10 亿人(次),国际旅游年收入将达到 1.5 万亿美元。在这一增长过程中,亚太地区将是世界旅游强劲增长区,届时将形成欧洲、美洲、亚洲三足鼎立的新局面。其中,中国在此前后旅游业总收入将超过 1 亿万亿人民币,国际旅游外汇收入

至少在 380 亿美元以上,成为世界旅游业大国;到 2020 年前,旅游市场份额占全球的 8.6%,并成为世界最大的旅游产业出产国。

从这一发展态势看,中国旅游业发展宏伟目标的实现,无疑需要丝绸之路旅游扮演重要角色,需要丝绸之路沿线旅游业有一个较大的增长速度和最终产出实现规模;从区域产业发展的趋势判断,也需要丝绸之路沿线充分利用其旅游资源优势,逐步使旅游业成为丝绸之路沿线的支柱产业,促进整个丝绸之路区域国民经济的发展。

如果丝绸之路沿线旅游业能够充分和有效地利用自身的旅游资源优势,用 10 年左右的时间,在总体上改变“一流资源,二流开发,三流交通,四流经营,五流管理”的状况,那么,丝绸之路沿线旅游业有望在 2010 年前后占有中国旅游市场份额的 5% 以上,在 2020 年前后占中国旅游市场额的 10% 以上,逐步接近中国占有资源优势的地位。旅游业是现代社会经济中综合性很强的新兴产业,旅游业可持续发展对于一个国家或地区的经济发展和社会繁荣产生着巨大的推动力;旅游是一种跨国界的文化和经济活动,是一种无形贸易和注意力经济,是一个典型的公众广泛参与的时尚活动,蕴育着巨大的发展潜力。因此,丝绸之路沿线联合起来打造丝绸之路旅游品牌,无疑将为全人类的幸福生活做出贡献。

### 草原丝绸之路学术研讨会在陕西召开

由中国中外关系史学会、华东师范大学海外中国学研究中心、陕西师范大学西北民族研究中心和陕西榆林学院联合主办的草原丝绸之路学术研讨会近日在陕西榆林学院召开。与会者围绕草原丝绸之路的历史沿革与重要作用、研究的视野与方法以及历史上榆林与草原丝绸之路的关系等问题进行了探讨。

与会者指出,草原丝绸之路南达中原,北与蒙古和西伯利亚相接,西至中亚、东欧,是横跨欧亚的草原通道。这条通道在历史上早就出现,魏晋南北朝时期随着北方民族的融合得到进一步发展,到元代趋于繁盛。草原丝绸之路之所以

能发展、繁盛,是因为中原地区与草原地区之间、东西方之间在经济文化上互有需求。一些学者认为,自从“丝绸之路”这一概念提出以后,众多海外学者也致力于该领域的研究。在借鉴海外学者研究成果时,要注意其人文和价值关怀,科学对待“欧洲中心论”影响下的研究成果。有学者强调,研究草原丝绸之路应该把欧亚作为一个整体来看待。还有一些学者指出,处于农耕与游牧“绳结区域”的榆林在历史上与草原丝绸之路关系密切,草原丝绸之路对于榆林的政治、经济、文化诸方面影响很大,榆林地区可以结合当地的历史文化资源规划发展战略。