第 27 卷 第 4 期　　武 汉 纺 织 大 学 学 报　　Vol.27 No.4
2014 年 08 月　　JOURNAL OF WUHAN TEXTILE UNIVERSITY　　Aug. 2014

浅析“大武汉城市圈”游憩产品的联动反应

吕翠华，俞　静，黄镇宇

（江汉大学文理学院 管理学部，湖北 武汉 430056）

摘　要：联动是旅游业扩大影响、增强活力的必然选择。“大武汉”城市圈是武汉及周边若干城市组成的一个经济联合体。基于武汉环城游憩带乡村游产品发展的角度，分别从区位、客源市场、经济环境、交通环境、空间布局和政策环境六个主要影响因素来考察“大武汉城市圈”游憩产品的联动反应，旨在更好地探讨“大武汉城市圈”游憩产品的未来开发方向。

关键词：大武汉城市圈；游憩产品；联动反应；环城游憩带

中图分类号：F392.7　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**2095－414X(2014)04－0043－04

一、引　言

联动是旅游业扩大影响、增强活力的必然选择。旅游产业联动是指在一定地域范围内，各旅游地打破行政区所划的界限，根据旅游资源的内在关联性和地理空间的邻近性，在联合与协作的基础上，实现旅游产业的横向、纵向的耦合与互动，进而实现旅游产业一体化发展，对外树立共同旅游形象，强化整体旅游吸引力。影响旅游业联动的因素很多，本文基于武汉环城游憩带(ReBAM)乡村游产品发展的角度，分别从区位、客源市场、经济环境、交通环境、空间布局和政策环境六个主要影响因素来考察“大武汉城市圈”游憩产品的联动反应，旨在更好地探讨“大武汉城市圈”游憩产品的未来开发方向。

二、区位联动优势

目前研究的武汉环城游憩带，其范围多数指以黄鹤楼为中心，半径在 100 千米之内，除去城市中心区（汉口、汉阳和武昌），以蔡甸区、东西湖区、黄陂区、新洲区、江夏区、汉南区、鄂州以及孝感、仙桃、荆州、咸宁、黄石、黄冈的一部分为主体的区域，如图 1 所示。

图 1　武汉 ReBAM 行政区域组成

表 1　武汉 ReBAM 市县区位优势排名（前 10 名）[1]

排名	县市名	区位指标	所属地级市
1	武汉市	1.000	武汉市
2	孝感市	0.936	孝感市
3	鄂州市	0.909	鄂州市
4	云梦县	0.898	孝感市
5	黄冈市	0.877	黄冈市
6	孝昌县	0.835	孝感市
7	大冶市	0.828	黄石市
8	汉川市	0.809	孝感市
9	咸宁市	0.804	咸宁市
10	嘉鱼县	0.787	咸宁市

根据文献[1]，武汉 ReBAM 市县区位优势排名如表 1 所示。可以看到，就湖北省内而言，武汉 ReBAM 内各市、县有很强的区位优势，有很好的条件实现区位联动、强强联合。

三、客源市场联动

武汉 ReBAM 客源市场潜力巨大。由于种种原因，像国内的其它环城游憩带的发展对远距离的游客吸引力不是很大一样，目前游客的主体仍然定位于以武汉城市居民为主体，以周边居民为补充。武汉市区人口总数为 970 万，庞大的人口基数使武汉市具备了成为全省最大客源地的先天条件。在未来景区建设的前期及成熟阶段，它仍将是最大的客源地。

随着交通条件的改善，武汉城市圈其它 8 市的居民也构成了武汉环城游憩带的主力军。高铁、动车等高速列车的开通，时间距离的缩短，武汉环城游憩带的辐射

作者简介：吕翠华（1975–），女，讲师，硕士，研究方向：休闲游憩.

力越来越强，对周边省市的城市旅游者吸引力越来越大，广东、湖南和江西等地的旅游者纷纷涌入武汉。

此外，武汉作为湖北省的省会城市，不但是文化交流的中心，也是经济贸易、科学考察的中心，每年吸引大量的外地游客。这些游客游完武汉，顺便进行武汉市环城游憩，但需要引导和宣传。

表2给出了武汉城市圈旅游产业客源市场有关情况统计（数据来自互联网）。

表2　武汉城市圈旅游产业客源市场

城市	人口数量（万人）	旅客周转量（百万人公里）	人均周转里程（对本市，百公里）	人均周转里程（对总体，百公里）
武汉	1012	65494	64.72	19.48
黄石	260	1313	5.05	0.39
鄂州	109	929	8.52	0.28
孝感	528	2300	4.36	0.68
黄冈	740	5401	7.30	1.61
咸宁	288	2671	9.27	0.79
仙桃	155	3378	21.79	1.00
潜江	103	922	8.95	0.27
天门	167	1236	7.40	0.37
合计	3362	83644	24.88	24.88

由图和表可见，武汉城市圈旅游产业客源市场丰富，潜力很大，但目前分布较不均匀，与合理共赢格局相差深远。

作为省会和中心城市的武汉，其人口数量、旅客周转量、人均周转里程等遥遥领先，皆在武汉城市圈相应总量的一半或一倍之上，过于集中，这必然会造成市场压力和经济效应的严重失衡。就人口数量、旅客周转量、对总体人均周转里程而言，排名第二的是黄冈；但就对本市人均周转里程而言，排名第二的为仙桃，这部分地印证各地区旅游产业发展的不平衡性。这些问题，都是以后武汉城市圈旅游产业发展需要特别加以注意并努力解决的。

四、经济环境联动

近年来，作为华中中部核心区域，武汉城市圈经济发展迅速，第三产业增加值逐年提升，为圈内游憩产品联动提供了良好的经济环境。表3列出了2009-2012年间武汉城市圈第三产业增加值变化情况，数据来源于湖北省统计局官方网站。

由表可见，四年来武汉城市圈的9个城市，第三产业增加值大都呈稳步上升趋势，天门和潜江发展速度相对慢一些。武汉的第三产业增加值，无论绝对值和增长速度，都雄踞首位。其次是黄冈和孝感两市，不相上下。

与整个湖北省的第三产业增加值相比，武汉城市圈总值2009年占69.11%，2010年占70.44%，2011年占68.06%，2012年占68.78%。可见，在整个湖北省，乃至整个华中地区，武汉城市圈旅游产业发展具有得天独厚的良好经济环境联动条件，应当对此加以充分利用，促进武汉城市圈游憩产品的快速发展。

表3　武汉城市圈第三产业增加值表（单位：亿元）

城市	2009年	2010年	2011年	2012年	年均增加值
武汉	2269.42	2812.90	3303.48	3833.05	3054.71
黄石	238.40	241.58	279.59	310.05	267.41
鄂州	91.93	112.49	140.07	154.73	124.81
孝感	249.20	268.56	309.39	351.59	294.69
黄冈	227.75	287.18	348.25	395.23	314.60
咸宁	143.18	177.39	224.05	255.96	200.15
仙桃	91.19	98.93	119.79	137.53	111.86
潜江	71.73	90.41	105.34	121.26	97.19
天门	76.98	62.56	74.47	87.83	75.46
合计	3459.78	4152	4904.43	5647.23	
湖北	5006.20	5894.44	7206.13	8210.94	

五、交通环境联动

武汉城市圈旅游产业的联动发展，要求不断推进武汉城市圈各种交通线路的一体化发展，建立综合交通运输网络，强化旅游交通在旅游产业联动中的轴心和纽带作用，确保旅游客源在各旅游城市之间无障碍流动。

近年来，湖北省陆续建成武麻、汉英、汉孝、和左、青郑、汉蔡和汉洪等8条从武汉出城的高速公路。2009年9月，国家批复了武汉城市圈城际轨道交通网规划，湖北省正式开建武汉至周边二线城市的多条城际铁路。武汉与黄石、鄂州、黄冈、孝感、咸宁、仙桃、天门、潜江等8个周边城市形成“一小时交通圈”，这有利于促进城市圈空间集约化发展，实现区域经济联动发展和空间发展的同城效应，为“武汉1+8城市圈”“两型社会”飞速发展提供了强大的动力。

在加快城际铁路建设的同时，武汉城市圈还将高速公路、港口、机场等为重点，大力推动区域综合交通运输体系一体化。截至目前，武汉城市圈高速公路总里程达到1696公里，占湖北省的50.5%。还有黄石至咸宁、武汉机场二通道、硚口至孝感等500多公里高速公路项目陆续开建。武汉城市圈“承东启西、接南纳北”的高速公路骨架网络基本形成。

依托武汉、黄鄂黄（黄石、鄂州、黄梅）、天仙潜（天门、仙桃、潜江）、咸宁、孝感和麻城六大综合交通枢纽，

形成环形放射的三大交通圈，由中心至外围依次是：

（1）以城市快速路、轨道交通和过江通道为主体构筑的武汉主城区核心交通圈；

（2）以岱黄、汉麻、汉英、青郑、汉洪、汉蔡、汉孝等连接主城区和外围新城的出口高速公路、机场高速以及外环高速公路等构筑的连接武汉市新城的紧密交通圈；

（3）由武汉与八城市之间的对接通道、八城市之间的互联环线、武汉外环高速公路以外重要枢纽的集运输线路及综合运输通道之间的重要连接线等组成的外围辐射交通圈。

以六大枢纽、三大交通圈实现城市圈内部的交通网络化。

对外，凭借至河南郑州方向、至安徽合肥方向、至江西南昌方向、至湖南长沙方向、至川渝方向、至陕西西安方向的六大综合运输通道建设，形成与周边城市群快捷联系通道，以高效率的运输保障服务于城市圈的旅游业发展。

六、空间布局联动

武汉城市圈 9 市农业旅游资源丰富，共占湖北省旅游市场近八成的份额，市场发展空间巨大。因此，从旅游开发的空间布局上来看，武汉环城游憩带乡村游产品的布局需要站在大武汉城市旅游圈的角度宏观考虑，开发出受游客欢迎的旅游产品，这就需要武汉城市圈九大城市之间通力协作，在旅游产品，尤其是乡村游产品的开发方面形成合力。

在空间范围方面，乡村休闲游从远城区不断向主城区近郊推进；在发展模式方面，已经形成了独具武汉特色的乡村休闲游发展模式，如景区带动开发模式（黄陂区木兰生态旅游区等）、农业园区开发模式（东西湖区的石榴红村、黄陂区的刘家山村等）和古村开发模式（锦里土家风情谷、李集泥塑村等）；在产品体系方面，已经形成集乡村观光、乡村美食、农家娱乐、民俗游览、农事体验等多种形态的产品体系；在产品组合方面，已经发展出农村新貌观赏游、生态观光休闲游、乡村农业科普游、民风民俗鉴赏游和农事采摘体验游等一系列精品路线[2]。

七、政策环境支持

《国务院关于加快发展旅游业的意见》（国发［2009］41 号文件）明确要求：“实施乡村旅游富民工程。开展各具特色的农业观光和体验性旅游活动。”2010 年，中央一号文件明确指出“积极发展休闲农业、乡村旅游、森林旅游和农村服务业，拓展农村非农就业空间。”以往不起眼的乡村旅游，如今正成为国内旅游消费的一大亮点。对于今后乡村旅游的发展，《全国乡村旅游发展纲要（2009—2015 年）》提出：到 2015 年力争实现乡村旅游接待人数 7.71 亿人次，收入 1145 亿元，直接就业 989 万人，间接就业 3680 万人，旅游从业农民人均年纯收入增长 5%。

为了更好的发展乡村旅游，为了扶持农家乐的发展，湖北省政府专门出台政策，从 2009 年起至 2011 年，每年从省级就业专项资金中安排 3000 万元，3 年共安排 9000 万元，每年扶持 3000 个农家乐经营户，3 年共扶持 9000 户，对新开办并依法办理开业登记的农家乐经营户，达到一定标准的，每户给予 1 万元的资金补贴。在政策推动下，全省乡村旅游农家乐迎来发展的高峰期。

2009 年，湖北省旅游局根据湖北省人民政府办公厅《关于印发湖北省旅游名镇创建评定暂行管理办法的通知》（鄂政办发[2008]51 号）及省发改委、省建设厅、省旅游局《关于开展湖北旅游名村创建工作的通知》（鄂发改社会[2009]186 号）精神，颁布了《湖北旅游名村创建评定标准及办法（试行）》文本。据不完全统计，2009 年全省农家乐经营户已接近 19000 家，其中地方自评星级以上农家乐达 800 余家，被省评定为四星级农家乐的 13 家；农家乐户平年收入达 6 万元、吸纳就业 5 人。根据荆楚网的报道，2012 年全省农家乐经营户 2.3 万余家，直接从业人员 26 万多人。

湖北省结合各地乡村旅游发展实际，推出乡村旅游发展的示范县（市、区）、示范镇（村）、示范农户，不断丰富乡村旅游产品，促进全省乡村旅游健康有序发展。并将湖北旅游强县（市、区）的创建与旅游名镇的创建、旅游名村的创建及星级农家乐的创建结合起来，开展县、镇、村、户“四级联创”，进一步完善旅游产业发展体系。实施“1211”乡村旅游富民工程，即通过三到五年努力，打造 10 个旅游强县（市、区）、20 个旅游名镇、100 个旅游名村、10000 个星级旅游农家乐。建立“四级联创”工作领导小组，市州、县（市、区）按照省里的模式，由政府领导任组长，将旅游、发改、城建、财政、交通、商务、卫生、农业、林业、水利、环保、扶贫、国土资源、文化文物、新闻出版、电力电信、民族宗教等部门列为创建成员单位，办公室设在旅游部门，同时进一步明确各部门创建职能，形成创建工作合力。2010 年 6 月，中共湖北省委、湖北省人民政府在《关于加快培育旅游支柱产业推进旅游经济强省建设的决定》中提到：计划到 2015 年，全省旅游名镇达到 40 个以上，旅游名村达到 200 个以上，星级“家乐”达到 2 万家[3]。

八、结论

通过以上分析，可以得出一个基本结论：“大武汉城市圈”打破了各旅游地行政区划界限，根据丰富旅游资

源的内在关联性和地理空间的邻近性，在联合与协作的基础上，实现旅游产业和旅游产品的横向、纵向的耦合和互动，进而实现旅游产业和旅游产品一体化发展，对外树立共同旅游形象，强化整体旅游吸引力。武汉城市圈为武汉旅游业的发展带来了新的机遇和挑战。当然，圈内旅游产业联动的真正实现还有一个过程，不仅需要政府牵头，而且也需要旅游企业广泛参与进来。随着社会的发展，我们要清楚地意识到未来会出现许多新的对武汉城市圈旅游产品联动有反应的能动因素不断加入进来，这就需要做进一步深入的研究。

参考文献：

[1] 陆峰，陈洁．武汉城市圈城市区位与可达性分析[J]．地理科学进展，2008，27(4): 68-74.

[2] 邓爱民．武汉市乡村休闲旅游产品的体系深度拓展研究[J]．农业经济问题，2011，（10）.

[3] 武汉“1+8”城市圈乡村游发展研究课题组．武汉城市圈乡村旅游发展研究报告[EB/OL]. http://www.docin.com/p-774515412.html.

Brief Analysis of Linkage Reaction among Tourism Products in "Large Wuhan City Circle"

LV Cui-hua, YU Jing, HUANG Zhen-yu

(Management Department, College of Arts & Sciences of Jianghan University, Wuhan Hubei 430056, China)

Abstract: Linkage is an inevitable choice for tourism industry to expand its influence and enhance its vitality. "Large Wuhan City Circle" is an economic union composed of Wuhan and several cities around it. In the view point of rural tourism product development in recreational belt around metropolis of Wuhan, the linkage reaction among tourism products in "Large Wuhan City Circle" is inspected from six major influence factors such as the location, tourist market, economic environment, traffic environment, space layout and policy environment respectively. With this study, the future development direction of Tourism products in "Large Wuhan City Circle" would be planned better.

Key words: Large Wuhan City Circle; Tourism Products; Linkage Reaction; Recreational Belt around Metropolis (ReBAM)