

珠三角旅游合作对京津冀旅游协同发展的启示

李华中 杜鹃 段亚敏

摘要：区域旅游合作发展是当前旅游业发展的趋势，珠三角旅游业发展所积累的经验对于京津冀旅游协同发展具有重要的借鉴意义。本文以珠三角旅游业发展现状分析为基础，以珠三角旅游业发展的过程为分析对象，从合作规模不断扩大、政府间紧密合作、发挥区域优势、打造旅游品牌和强化营销与推介等五个方面总结了珠三角旅游合作发展的经验，提出京津冀旅游协同发展应进行阶梯发展的战略规划，加强京津冀三地政府间的合作，充分发挥京津冀的区位优势，打造京津冀旅游品牌，强化区域互动与营销推介。

关键词：珠三角 京津冀 旅游协同发展

珠三角是我国改革开放的先行区，珠三角 9 市总面积占比不到广东全省的 1/3，但 2020 年人口比重占到了 61.97%，经济总量占到了 80.83%，人均地区生产总值达到了 115459 元，人均可支配收入达到了 54809 元；“十三五”时期，珠三角地区累计实现地区生产总值 40.03 万亿元，且地区生产总值保持了年均 7.47% 的增长速度，人均可支配收入的年均增长速度为 8.39%。与经济增长和人民富裕相对应的是珠三角旅游业的快速发展，珠三角旅游业的发展又与珠三角地区和泛珠三角地区广泛而深入的合作密不可分。

一、珠三角旅游业发展现状

旅游业是珠三角重要的产业，2019 年珠三角旅游总收入 10086.68 亿元，占全省旅游总

收入的 66.54%，国际旅游收入 1327.82 亿元，占全省的 93.64%，国内旅游收入 8758.86 亿元，占全省的 63.75%；2020 年受到新冠肺炎疫情影响，珠三角旅游总收入下降为 3739.75 亿元，占全省的比重反而上升为 79.73%，国际旅游收入 152.86 亿元，占全省的 94.20%，国内旅游收入 3586.87 亿元，占全省的 79.21%。“十三五”时期，珠三角旅游业实现 3.84 万亿元总收入，其中国内旅游收 3.32 万亿元，国际旅游外汇收入 770.2 亿美元。

二、珠三角旅游合作的经验

（一）旅游合作规模不断发展

珠三角的发展经历了“小珠三角”“大珠三角”“泛珠三角”三个时期，旅游合作政策与重点也随之发生变化。“小珠

三角”经历了 4 市 13 县，7 市 21 县到最终 9 市的过程；“大珠三角”由广东、香港、澳门三地构成；“泛珠三角”包括珠江流域地域相邻、经贸关系密切的 9 省和香港、澳门，简称“9+2”。“珠三角”概念地域的不断扩大对珠三角地区旅游合作产生了显著的影响，旅游合作的定位和区域不断扩大，旅游一体化的规模不断发展。

（二）政府间的合作与推动

珠三角在政府间全力推动旅游合作发展方面做出了卓越的努力，如 2005 年泛珠三角 30 余市达成旅游合作共识，2006 年泛珠三角 9 省区签署旅游市场合作协议，2009 年签署了旅游合作《罗浮山宣言》，2011 年《泛珠三角区域深化旅游合作协议》签署，2012 年《全面推进泛珠三角区域旅游协调发展合作协议》签署，2014 年提出推进珠三角旅游一体化进程和加大港澳

基金项目：本文系河北省文化艺术科学规划和旅游研究项目《中国三大城市群旅游业发展差异分析及京津冀旅游协同策略研究》(HB21-YB032) 阶段性成果。



合作，2020年《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》提出到2035年实现宜居宜业宜游的国际一流湾区全面建成目标。这些文件的签署，为珠三角的旅游一体化发展奠定了基础，也奠定了珠三角区域旅游的快速发展。

（三）充分发挥区域优势

首先，经济优势是珠三角最显著的区位优势。珠三角2020年人均生产总值为11.55万元，多于长三角地区的7.94万元；2020年珠三角人均可支配收入达到了5.48万元，同样高于长三角地区的4.64万元。由此可见，珠三角地区的经济实力和人民消费能力均处于较高的水平，为旅游发展与合作奠定了良好的

经济基础。

其次，珠三角背靠香港、澳门，可以通过香港、澳门面向整个东南亚，此外还有深圳这个国际化大都市的卓越吸引力，都为珠三角旅游发展奠定了良好的基础。2019年珠三角接待过夜旅游者2.92亿人次，其中入境游客3428.84万人次，由此可见珠三角的区位优势为旅游业所带来的收益。

再次，珠三角的广州、深圳和香港均是全国性的交通枢纽，发达的交通体系为珠三角旅游合作发展提供了有益的帮助。2019年国内首条城际地铁“广佛地铁”的开通，为珠三角的交通网线增添了浓墨重彩的一笔；

轨道交通线网的“内通外联”为珠三角旅游合作发展增加了助力，而“一张网、一张票、一串城”的湾区轨道交通新模式，在引领大湾区城市群协同发展的同时也必将对旅游合作发展提供更多的助力。

最后，珠三角得天独厚的地理位置，使其拥有世界一流的港口。据统计，2015年珠三角湾区地区生产总值达到1.3万亿美元，是旧金山湾区的2倍；进出口贸易额约1.5万亿美元，是东京湾区的3倍以上；区域港口集装箱吞吐量达7200万标箱，是世界三大湾区总和的5.5倍。世界一流的港口也促进了旅游业的发展，目前大珠三角区域已经

拥有广州、深圳、香港 3 座邮轮码头，构成了具有极强辐射能力和产业影响力的“3 小时邮轮经济圈”，促进了邮轮旅游的合作与发展。

（四）打造区域旅游品牌

2001 年广东省就提出了以珠三角为核心和基础，打造凸现区域性乃至国际性的旅游精品和旅游品牌的策略，有效推动了珠三角旅游业发展；2006 年中珠澳（中山、珠海、澳门）组成旅游联盟进行联合推广，正式迈出了珠三角地区“旅游一体化”试验的第一步；2015 年《广东省人民政府关于促进旅游业改革发展的实施意见》中提出了打造旅游合作品牌的战略。珠三角是珠三角旅游的最大品牌，而珠三角区域内各种具体品牌的打造与实施，对于促进珠三角旅游发展提供了良好的助力，为珠三角旅游合作提供了新的方式。

（五）强化营销与推介

自 2005 年开始的“广东国际旅游文化节暨泛珠三角旅游推介大会”已经成为泛珠三角共同推介旅游资源、打造共同旅游品牌的盛会，对于提升珠三角旅游发展与合作起到了不可忽视的作用。再如 2018 年“有福之州·幸福之城”福州旅游推介会，2019“锦绣潇湘”湖南文化旅游推介，2020 年佛山南山镇金秋旅游推介会等地域性的旅游推介等活动为珠三角和泛珠三角旅游增添了活力。此外，

像 2009 年广东省旅游局主办的 2000 名广州游客分赴佛山、肇庆、江门等 8 市旅游的“珠三角城际旅游大联动”，迈出了珠三角地区旅游一体化试验的第一步，推动了珠三角旅游合作发展。

三、京津冀旅游协同发展策略

（一）进行阶梯发展的战略规划

珠三角地区“小珠三角”“大珠三角”“泛珠三角”的合作发展模式为京津冀旅游协同发展提供了良好的借鉴。京津冀旅游协同应该制定阶梯发展的战略规划，在当前以及未来一定时间内将精力放在京津冀旅游内部各要素的协同、促进与激活，当京津冀旅游协同发展到一定的程度时分别启动环渤海区域旅游协同、东北亚地区旅游协同战略，推动京津冀旅游协同规模与内涵的不断扩张，促进京津冀旅游协同的持续发展。

（二）加强京津冀三地政府间的合作

京津冀旅游协同发展需要三地政府之间展开深入的合作。首先，应当进行旅游协同发展的顶层设计，为京津冀旅游协同发展搭好框架；其次，充分发挥三地旅游部门的牵头作用，通过协商、交流、活动推动促进京津冀旅游协同的展开；再次，充分发挥市场作用，有效推动京津冀旅

游资源的整合与共享、旅游要素的流动与优化、旅游合作的深入与拓展；最后，重视旅游人才的培养，充分发挥人才资本在产业发展中的能动作用，为京津冀旅游协同发展注入活力。

（三）充分发挥京津冀的区位优势

发挥自身优势是京津冀旅游协同发展的要义。京津冀的区位优势体现在便捷的交通网络、庞大的市场规模、丰富的智力资源和强劲的创新驱动、开放程度的不断推进以及首都旅游的虹吸效应等五个方面。

第一，便捷的交通网络体系。京津冀是全国物流、人流的枢纽，对于推动南北方、东西部物流、要素流和人员等的顺畅流动具有不可忽视的地位，京津冀地区密集的轨道交通网络、航空枢纽机场群、高速公路网络等所构成的交通网络体系为京津冀旅游协同发展提供了交通便捷的基本保障。

第二，庞大的市场规模。京津冀人口在 2020 年达到了 8955 万，占全国总人口的 6.34%；GDP 总量为 8.64 万亿元，占全国 GDP 总量的 8.56%；2020 年京津冀地区人均 GDP 为 9.65 万元，人均可支配收入 4.64 万元，人均消费支出 2.90 万元。从数据中可以看到，京津冀具有庞大的市场规模，而庞大的市场为旅游发展奠定了良好的基石。

第三，丰富的智力资源和

强劲的创新驱动。人才是产业发展的第一资源，创新是产业发展的第一源动力。京津冀地区是中国人才智力资源最密集的区域之一，众多高校、科研院所、创新组织坐落其中，为京津冀旅游协同发展提供了良好的人才、智力支撑与强劲的创新驱动。

第四，开放程度不断推进。京津冀地区目前拥有21个国家级开发区、10个综合保税区、211个省市级开发区，这些开发区的设立是完善对外开放总体战略布局的重要组成部分。仅2018年京津冀地区实际利用外资就达到了222亿美元，而21个国家级经开区吸收外资约占到了近1/3。随着京津冀对外开放格局的不断扩展，京津冀旅游发展的空间也将越来越广阔。

第五，首都旅游的虹吸效应。首都的卓越地位，造就了其对周边地区人才、资金、资源的吸收，形成所谓的“虹吸效应”。虹吸效应对区域经济协调发展是不利的，但是，首都旅游的虹吸效应可以为京津冀旅游协同发展提供有效的助力，通过发挥首都人文、政治、历史等旅游资源的作用，构建旅游协同发展的策略，激活旅游协同的市场，推动京津冀旅游协同的实施。

（四）打造京津冀旅游品牌

旅游品牌的打造是珠三角旅游发展成功的重要内容，京津冀旅游协同发展也必须重视旅游品牌的打造。京津冀协同发展会

议所规划的京东休闲旅游示范区、京北生态（冰雪）旅游圈、京西南生态旅游带、京南休闲购物旅游区、滨海休闲旅游带，将会对京津冀、周边地区旅游产生良好的推动作用，而京津冀世界级旅游目的地品牌和国际精品旅游线路的打造，无疑将全面提升京津冀地区的旅游接纳能力。

（五）强化区域互动与营销推介

京津冀旅游协同发展必须强化营销与推介，增强区域的互动。首先，坚持开展旅游推介活动，开展一系列有特色、有内容、有吸引力的旅游产品推介活动，推动京津冀旅游协同发展；其次，充分发挥京津冀数字基础设施的建设优势，推动京津冀旅游一体化信息平台的建设，以快速、准确、完善的信息服务提升京津冀旅游协同发展；最后，关注并提升对新兴旅游方式的服务能力，如对自由行、房车游、换房游、低空游等新兴旅游方式进行规划和引领，提供更好的服务，促进新兴旅游方式与京津冀旅游的协调发展。

四、总结

旅游业是当今世界第一大产业，旅游业在促进经济发展、提供就业机会、带动产业发展方面具有独特的优势，旅游业成为世界各国共同关注的战略性新兴产业。当前，旅游区域合作成为

旅游业发展的大势所趋，京津冀旅游协同发展是京津冀协同战略的重要组成部分，也是京津冀旅游发展的必然方向。珠三角在旅游合作发展过程中所形成的合作规模不断扩大、政府间紧密合作、发挥区域优势、打造旅游品牌和强化营销与推介的成功经验，为京津冀旅游协同发展提供了有效的借鉴。以京津冀旅游发展的现实为根本，以珠三角旅游合作经验为借鉴，京津冀旅游协同发展必将取得更好的成绩。■

参考文献：

- [1] 广东省统计局. 广东统计年鉴(2021)[Z]. 中国统计出版社, 2021.
- [2] 湾区价值震惊世界, 东莞港潜力巨大[EB/OL]. <https://new.qq.com/rain/a/20210403A064XS00.2021-04-03>.
- [3] 梁佼佼. 珠三角区域旅游发展现状及对策研究[J]. 山东农业工程学院学报, 2017, 34(6).
- [4] 贺营营. 珠三角区域旅游合作对中部旅游合作的启示[J]. 老区建设, 2014, (3).
- [5] 单晨, 陈艺丹. 京津冀旅游协同发展网络时空演化及影响因素研究[J]. 新疆财经, 2021, (2).
- [6] 高晶, 崔莹, 刘文静. 京津冀生态旅游协同发展的策略研究[J]. 当代旅游, 2019, (8).
- [7] 高丽敏, 王丽娟, 周航. 京津冀旅游协同发展趋势与对策分析[J]. 科学与管理, 2019, 39(4).

（作者单位：河北地质大学自然资源资产资本中心）

责任编辑：张莉莉