

打造“万里茶道山西段”精品旅游带，推动山西产业转型

乔南¹

万里茶道是继丝绸之路衰落之后在欧亚大陆兴起的又一条重要的国际商道。习近平总书记 2013 年 3 月在俄罗斯演讲时指出 17 世纪的万里茶道是联通中俄两国的世纪动脉。万里茶道作为“丝绸之路”的辅助路线，历史上在中蒙俄贸易中起到过举足轻重的作用，带动了周边经济、政治、文化的交流与发展。当代，随着“一带一路”战略的实施，山西不仅拥有承接东西，连接南北的重要地理区位。而且在历史上是“一带一路”大商圈的重要组成部分、占据“万里茶道”国际商路的核心位置。万里茶道山西段是指该商道在山西境内的主要行进路线。彼时，山西由于其居中的地理位置，及活跃于该商道之上的晋商而成为万里茶道的必经之路，境内除多座城镇为该商道上的重要节点外，还保留了大量与之相关的历史遗存，承载了万里茶道的深厚文化内涵。

发展无污染、节能型的旅游产业是山西由“黑色工业”向“绿色工业”转变的首选出路。旅游业不仅可有力促进我省与“万里茶道”沿线各省区之间的合作交流，更可以提高我省对接“一带一路”建设的效率。打造我省“万里茶道山西段”精品旅游带的建议如下。

一是组建旅游协调管理机构。“万里茶路之西路、大西路”旅游

1 作者简介：乔南（1978-），山西人，山西财经大学晋商研究院副教授，博士。

合作主体主要是各地市政府和旅游企业，为了更好地协调关系、分配利益，建议省旅游局设立“万里茶路之西路、大西路旅游建设”办公室，专门负责战略实施的协调管理工作，办公室下设相关旅游协调管理组，作为沿线旅游合作的协调管理机构，由省旅游局牵头，各地市旅游、交通、环保等相关部门参加，主要职能是组织协调“万里茶路之西路、大西路”旅游业“一盘棋”发展，制定沿线地方旅游合作的具体办法，协调利益，为合作发展提供指导。

二是高起点开发旅游资源。聘请专家学者对沿线旅游资源进行普查，摸清家底，掌握高品位旅游资源的分布特点与开发价值，为整合开发提供科学依据。对已开发的旅游资源进行评估，通过深入挖掘旅游资源的文化内涵，实现旅游资源与“万里茶路”文化元素的深度融合，形成旅游的新亮点。对尚未开发的旅游资源，尤其是高品位旅游资源，应按国际旅游产业的标准开发，力争打造成世界级的旅游精品。在旅游资源开发的同时要注重保护资源和环境，“万里茶路”山西段途经雁北，沿线部分区域生态环境脆弱，因此要在保护资源和环境的基础上开发。

三是加快制定总体规划。尽快制定我省“万里茶路之西路、大西路”精品旅游带总体发展规划，为旅游带开发提供科学依据。首先，聘请国内外知名专家学者重新考察西路、大西路的具体路线，为旅游开发奠定基础。第二，聘请国内外知名旅游规划公司按打造国际旅游精品线路的目标，对旅游带进行“高起点规划”。从全局和长远利益出发，将“万里茶路之西路、大西路”精品旅游带规划与“万里茶路”

有关专项规划合理对接，明确该项目沿线各地的旅游定位，有效衔接跨行政辖区的旅游线路，建设互补性的旅游精品，避免重复建设和同质化恶性竞争，提升旅游带总体吸引力。

四是打造精品旅游线路。重点打造以下精品旅游线路：大西路精品旅游线路，包括根祖文化旅游线路、关庙文化线路、茶路生态之旅线路、盐湖之旅线路、沿黄（河）渡口旅游路线；西路精品旅游线路，包括革命圣地朝圣之旅线路、太行大峡谷自驾游线路、太行水乡之旅路线；专项旅游精品线路，包括茶路专项列车游、茶路探险游、茶路科考游、古村落探险游、大院文化游、佛教探秘游等特色专题旅游线路。

五是塑造精品旅游形象。我省“万里茶路之西路、大西路”精品旅游带要在国内乃至世界旅游市场中脱颖而出，就必须塑造具有“山西文化新窗口、山西旅游新名片”的精品旅游形象。围绕山西特色的茶路文化（如根祖文化、宗教石窟文化、黄河文化、生态文化、大院文化、关帝文化和晋商文化等），打造茶路系列文化旅游产品，以文化为依托，塑造出具有山西特色的茶路文化旅游形象。由山西省旅游局牵头，委托知名设计公司，对我省“万里茶路之西路、大西路”精品旅游带进行旅游形象标识设计，塑造独特鲜明的旅游品牌形象；明确“万里茶路西路、大西路”精品旅游带的形象宣传口号，统一内外宣传口径。严格杜绝一些品质差的旅游产品乱贴茶路标签。

六是加大宣传营销力度。整合新旧媒体资源，集中力量在省内外宣传我省“万里茶路之西路、大西路”精品旅游带的拳头产品，并利

用公关营销、事件营销、民族节庆活动等手段，对精品旅游带进行全方位的形象传播。围绕我省“万里茶路西路、大西路”精品旅游带的旅游主题，编辑出版有关书籍，拍摄有关影视片，打造音乐、演出、动漫、网游等有关文化产品，提升国内外知名度。根据不同客源市场和不同的游客群体，采取差异化的市场营销手段。鼓励和支持国内旅游企业积极参加省外的“万里茶路”旅游宣传促销活动，为其国外组织入境旅游包机和专列来我省“万里茶路之西路、大西路”沿线旅游开通绿色通道。积极举办相关活动、“万里茶路”旅游专题宣传月和推广周等活动，推进与有关兄弟省份的交流与合作。