

“旅游+”视角下永州零陵古城旅游发展研究

周姗姗, 曾 荣

(湖南科技学院 旅游与文化产业学院, 湖南 永州 425199)

摘要:“旅游+”是一种新型商业旅游模式,通过旅游和其他产业的交融式发展开发当地旅游资源,能够促进经济转型升级,实现本地经济可持续发展。零陵古城旅游发展迅速,但仍存在产品缺乏特色、旅游项目较单一、文化内涵不够丰富等问题。建议利用“旅游+”模式结合零陵古城现有旅游资源,将旅游与互联网、科技、文化、教育等产业进行深度融合,寻求零陵古城发展空白点,推动景区向复合型景区快速发展。

关键词:“旅游+”;零陵古城;永州

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.06.271

1 前言

“旅游+”是指充分发挥旅游业的拉动力、融合能力及催化、集成作用,为相关产业和领域发展提供旅游平台,插上“旅游”翅膀,形成新业态,提升其发展水平和综合价值。在此过程中,“旅游+”具有搭建平台、促进共享、提升价值的功能,能有效突破旅游在发展中的狭隘空间,成为推动经济转型升级的引擎。

2 永州零陵古城简介

零陵古城位于湖南永州,项目以潇湘文化、柳子文化为核心,依托首批国家历史文化街区柳子街,按照保护历史文化遗产、延续千年古城风貌的要求进行综合保护开发。作为湖南省“十三五”重点工程、永州市文旅一号工程,零陵古城规划用地约 1480 亩,总投资 70 亿元,建筑面积 75 万平方米。零陵古城于 2018 年 6 月 18 日正式对外接待游客。据零陵古城官方统计,2018 年接待旅游人次达 626.7 万左右,截止到 2020 年 6 月 18 日,零陵古城已开街 2 周年,其累计接待游客超千万人次^[1]。

3 “旅游+”视角下永州零陵古城发展中存在的问题

3.1 粉丝数量薄弱,尚未打响知名度

相比于一般用户,粉丝群体是有着超常消费能力的品牌受众者,具有很强的商业价值,对于企业商家来说得粉丝者得天下。零陵古城的粉丝主要以永州当地居民为主,还有一些粉丝是来自永州周边地区和相邻城市,其地区影响的范围较小,粉丝数量相对较薄弱,知名度还尚未打响。

3.2 产品缺乏特色,景区商品同质化

文化旅游市场繁荣的同时,文创产品的开发也迎来了大规模增长,呈现出百花齐放的特点。文创产品的销售是景区不可忽视的经济增长点,具有创新思想和时代特色的文创产品更能获得游客好感。经过笔者实地调研发现零陵古城目前的特色产品只是让游客吃吃特色饭,购买当地特色美食,体验古装,产品雷同现象较严重,缺乏创新性和时代特色,更没涉及与科技的结合,游客来零陵古城旅游大多停留在表面旅游,缺乏对当地生活真正深入的了解。

3.3 旅游项目较单一,文化内涵不够丰富

对于景区来说,配备丰富多彩旅游体验项目是吸引游客前来参观体验的基本条件之一。零陵古城具有深厚的历史性和文化性,适合开发类型多样的旅游项目,并在景区形成厚重的文化氛围,以此来促进景区和地方的文化传播,这些也是零陵古城景区发展所追求的目标。然而零陵古城目前由于开发力度的问题,依然存在游览项目较单一、文化展示手段不够多样、文化创意不够深入、文化内涵尚需深入挖掘等问题,文旅融合的深度和广度远远不够。

4 “旅游+”视角下永州零陵古城发展对策与建议

近年来“旅游+”成为了传统旅游景区突破发展瓶颈、寻求新营销渠道的重要法宝,并在一些地区开创了成功的案例。因此,将旅游

与互联网、科技、文化、教育等不同产业进行结合,有利于将零陵古城打造成生命力旺盛的复合型景区。

4.1 “旅游+互联网”扩大景区宣传力度

4.1.1 微博营销吸引潜在用户

2009 年微博一经出现便以摧枯拉朽之势席卷中国民众的生活,根据《2020 年中国微博行业分析报告——市场深度分析与投资前景研究》中公布的数据显示,截止到 2020 年 3 月,我国网民规模为 9.04 亿,其中手机网民规模为 8.97 亿。以新浪微博数据为例,截至 2020 年底,微博月活跃用户达到 5.16 亿;其中移动端占比 94%;日活跃用户达 2.22 亿。可以明显看出微博受众群体已经尤为庞大,微博在人们日常生活中的作用已经越来越突出,刷微博也成为人们打发时间、获取资源信息的重要途径。因此,永州零陵古城应充分发挥其官方微博影响力,提高其微博参与度与吸引力,如制作景区人物表情包,制作零陵古城景区壁纸,邀请网红粉丝营销等。

4.1.2 微信营销提高用户黏性

2020 年 1 月 9 日,微信发布了《2019 微信数据报告》,该报告公布了多项微信年度数据,其中 2019 年微信月活跃账号数为 11.51 亿,较去年同期增长 6%。微信已经逐渐成为了我国大众聊天的首选,永州零陵古城在微博营销的基础上可以通过微信营销提高其用户粘性,如通过零陵古城微信公众号进行个性化文章宣传,零陵古城微信小程序开启一键式搜索景区,将微信公众号和小程序进行关联使用,最大程度地便捷零陵古城的用户体验。

4.2 “旅游+科技”提高景区产品特色

4.2.1 VR 技术带你领略不一样的视觉体验

VR 技术在旅游业中的应用被看作是一种全新的旅游体验模式,它将改变人们的旅游方式,拓宽人们的旅游认知,成为未来旅行、观光的一种重要手段^[2]。零陵古城在 VR 技术方面的应用可以从以下几点考虑。一是通过 VR 技术拍摄景区宣传视频,视频内容的选取可以从景区的四季、景区一角到景区最著名景点的选取;二是通过 VR 技术对一些已经遭到破坏的文物进行虚拟修复,游客带上 VR 眼镜后便可穿梭到零陵古城的前世今生;三是利用 VR 技术设计文创体验,为体验者提供不一样的视觉体验。

4.2.2 智能讲解机 2.0 让你倾听不同的声音

智能讲解机可以随时随地为每位客人提供信息讲解,然而随着人们生活娱乐方式越来越丰富,对景区的信息讲解也提出了更高的要求,传统智能讲解机由于存在旅游规划路线不完整、导航功能差、反应时间长等问题已不能更好的满足人们需求。因此,零陵古城可从“高分评价路线”“搜的一下”与“好声音”三个方面完善传统意义上的智能讲解机功能。一是“高分评价路线”,零陵古城可根据以往游客在参观完景点后对景点进行评价汇总开发高品质线路,游客游览时可根据评分进行选择游览,真正做到花最少时间观赏到最美

风景。二是“搜的一下”,在景区 WIFI 全覆盖情况下,当游客在游览途中遇到不熟悉景点时可快速上网,输入关键词查询景点详细信息。三是“好声音”,针对社会不同群体选择不同声音进行讲解,努力使讲解过程生动有趣,增加不同年龄层次游客对景区的喜爱程度。

4.3 “旅游+文化”打造特色旅游文创品牌

文创产品是指以文化为基础、以创新为核心,对原生产品进行新一轮的改造和重组,展现产品的文化内涵并加以销售。常见的文创产品可以分为旅游纪念品、动漫游戏类、影视音像类、传媒出版类、书画艺术类、工艺美术类六种^①。零陵古城在进行文创产品的开发与设计时,可将以下几点纳入考虑范围:一是赋予旅游产品美好的寓意;二是创建自己的特色文创品牌;三是充分体现当地文化特色;四是以消费者需求为中心。零陵古城在“旅游与文化”融合方面,应致力于创新开发有自己特色的独特文创产品,形成品牌,强化形象,加强推广。

4.4 “旅游+教育”丰富景区文化内涵

教育旅游可以增添永州零陵古城的历史文化厚重感。零陵古城作为历史文化名城、各景点都具有浓厚的历史文化气息,非常适合开展多种类型的学生研学旅行活动,利用成熟线路开展研学旅行是零陵古城多项“旅游+教育”的举措之一,零陵古城在“旅游+教育”融合方面积极开展研学旅行,以文化为核心,积极拓展永州及周边城市的研学旅行市场,对零陵古城旅游发展是具有非常积极的促进作用的。做大做强零陵古城研学旅行品牌,提炼特色,可以丰富景区文化内涵,提升零陵古城的知名度与文化厚重感。

5 结束语

“旅游+”作为一种融合度很高的新型旅游发展模式受到国内各

地区的广泛关注,对旅游景区来说,要想在旅游发展新形势下获得长足发展需要克服传统景区的弊端,改变落后的营销观念、放弃售卖毫无特色的旅游商品、努力挖掘当地资源进行发展创新、利用互联网科技结合当地文化打造精品景点,不断推进地区经济、文化的可持续发展。零陵古城作为永州旅游发展的龙头景区,将旅游与互联网、科技、文化、教育等产业进行深度融合发展,并带动周边其它景区的联合发展,可以实现地区旅游的大圈层式开发,促进永州“全域旅游”的真正实现。

参考文献

- [1]曾荣,余媛媛.基于 IPA 分析法的零陵古城游客满意度提升研究[J].湖南科技学院学报,2019(10):81-85.
- [2]姜攀.基于数据挖掘的智能旅游导航系统研究[J].现代电子技术,2018,41(7):147-151.
- [3]陈一鸣,殷志华,沈俊杰.旅游文创产品开发探讨——以外桐坞村为例[J].现代商贸工业,2018(4):17-19.

作者简介:周姗姗(2001-),女,汉族,湖南永州人,湖南科技学院旅游与文化产业学院在读学生;曾荣(1987-),女,汉族,湖南祁阳人,湖南科技学院旅游与文化产业学院讲师,硕士,研究方向:旅游市场营销,旅游专业英语。