

鸢鹭湖生态旅游度假区旅游产品深度开发对策

吴鸿燕, 赵希勇 (东北林业大学经济管理学院,黑龙江哈尔滨 150040)

摘要 以鸢鹭湖生态旅游度假区为研究对象,在文献收集和实地调研的基础上,结合鸢鹭湖生态旅游度假区的旅游资源、市场环境等因素,联系国际旅游发展趋势,分析旅游产品深度开发中存在的问题,分别从产品创新策略、品牌策略、营销策略等角度探讨旅游产品深度开发对策,旨在提升鸢鹭湖生态旅游度假区旅游产品竞争力和吸引力,并为国内同类型度假区旅游产品创新提供参考。

关键词 旅游产品;开发策略;生态旅游

中图分类号 S-9 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2015)20-174-04

Countermeasures for Deep Development of Tourism Products in Cilu Lake Eco-tourism Resort Area
WU Hong-yan, ZHAO Xi-yong (School of Economic and Management, Northeast Forestry University, Harbin, Heilongjiang 150040)
Abstract With Cilu lake eco-tourism resort area as the research object, based on documentary collection and field investigation, combined with tourism resources, market environment factors, and international tourism development trend, the existing problems in the depth development of tourism products were analyzed, from product innovation strategy, brand strategy, marketing strategy to explore tourism products depth development countermeasures, so as to improve competitiveness and attractiveness of Cilu lake eco-tourism resort tourism product, and provide reference for domestic same type resort tourism product innovation.
Key words Tourism products; Development strategy; Ecological tourism

随着互联网技术的发展与应用,人们的消费习惯和消费模式发生了翻天覆地的变化,以欣赏自然风光为主的旅游方式渐渐不能满足人们多样化的需求,休闲度假、养生健身、修学科考等深度体验的旅游产品成为旅游消费发展方向。而旅游产品的开发也由理论研究随之进入了具体领域的研究方向:从旅游产品生命周期理论到旅游服务质量管理理论等理论研究^[1-3];从对观光旅游的研究战略研究逐渐扩展到对乡村旅游、民俗旅游、森林旅游、体育旅游、海边旅游、度假旅游等旅游产品的开发创新管理问题的研究^[4-12],再到针对具体的云南、四川、桂林、杭州、上海等旅游产品开发战略研究^[13-17]。然而对新兴乡村旅游景区的研究相对于其他领域却略显不足。因此,加强对鸢鹭湖生态旅游度假区旅游产品的深度开发和创新升级,对于增加景区吸引力和竞争力,确保其永续经营、持续发展具有积极的影响,并可对今后其他乡村旅游产品的深度开发提供示范作用。

1 研究地现状

1.1 自然概况 鸢鹭湖生态旅游度假区位于吉林省东辽县金洲乡,位于“大东北”旅游圈的中心地带,距长春市 86 km。景区占地面积约 100 km²,是一个交通便利的集休闲、度假、

旅游于一体的综合性旅游度假区。经过 3 年的开发建设,鸢鹭湖生态旅游度假区已被评为国家 AAAA 级旅游景区,并初步建成鸢鹭湖水利风景区、鸢鹭湖湿地公园、红叶岭森林公园、归勒赫哈达围场、户外基地、福善水上乐园、现代农业生态园七大旅游功能区。其中,鸢鹭湖水利风景区被评为国家级水利风景区,鸢鹭湖湿地公园被评为国家级公园试点,红叶岭森林公园被评为省级森林公园。

1.2 旅游资源现状 根据《旅游资源分类、调查与评价》(GBT18972-2003)^[18],鸢鹭湖生态旅游度假区旅游资源类型较为丰富。景区共有七大主类、12 个亚类和 18 个基本类型,共 68 个资源单体。从旅游资源等级看,景区普通等级的资源占 62.7%,三四等级旅游资源比重也相对较少,仅占 36.3%,缺乏一二等级的旅游资源(表 1)。

1.3 旅游市场现状

1.3.1 旅游市场概况.自鸢鹭湖生态旅游度假区开业以来,对其旅游总人数和旅游总收入进行统计分析。2012 年,景区共接待游客 18 632 人,获得旅游总收入 928 932 元;2013 和 2014 年旅游总人数和总收入都得到了大幅度的提高(表 2)。这表明景区发展较快,但是当前人口基数小仍然是景区

表 1 鸢鹭湖旅游度假区主要旅游资源等级比例

旅游资源等级		代表资源	数量	比例/%
普通等级			43	62.7
优良等级	三级	蒙古顶子山、鸢鹭河、皇家鹿苑、盛京围场、琵琶演奏、三道沟墓地、粘豆包、龙泉酒、鹿制品、柞蚕制品、东辽葫芦画、东辽鱼骨画、东辽平安葫芦、东辽县吉剧团、东辽渭津小剧团、开斋节、古尔邦节、满族服饰、朝鲜族服饰	19	27.4
	四级	低山丘陵地貌、鸢鹭湖、二人转、东辽满族剪纸、红枫林、关东民俗	6	8.9

注:资料来源于鸢鹭湖生态旅游度假区旅游发展总体规划文本。

发展的制约因素。

表 2 2012~2014 年景区旅游人次和旅游收入统计

年份	旅游总人数	增速 %	旅游总收入 (含餐饮)//元	增速 %
2012	18 632		928 932	
2013	35 466	90.35	1 721 604	85.34
2014	62 615	76.55	3 133 693	82.02

基金项目 黑龙江省教育厅人文社会科学项目(12514027)。
作者简介 吴鸿燕(1993-),女,云南昭通人,硕士研究生,研究方向:旅游资源开发与规划。*通讯作者,副教授,博士,硕士生导师,从事生态产业及生态旅游研究。
收稿日期 2015-05-21

1.3.2 客源市场分析。从客源市场分析,旅游市场辐射小是景区客源分布的一大特点。据统计,辽源市游客数量占总游客量的 76.0%,长春市占 6.0%,东丰县占 5.3%,西丰县占 9.0%,其他占 3.7%(表 3)。从辐射范围来看,景区的主要客源依赖于短距离的中小城镇;从辐射强度来说,远距离的大中城市游客仅占 9.7%。这表明旅游产品市场幅度狭小,高档次的成熟的旅游市场尚未得到开发。

2 旅游产品开发现状

自 2012 年景区开始进入建设发展初期以来,鸛鹭湖生态旅游度假区逐步实现由观光游向休闲度假游方向转型。目前已建成红叶岭森林观光游、湿地观光游、农业观光游、民俗观光游等多种产品类型,为旅游者提供更多可选择的旅游产品。“生态乡村游,四季农家乐”作为景区打造的旅游形象,逐渐获得游客支持。

表 3 2013 年景区游客来源统计

人数来源	人数//人	比例//%
辽源市	26 954	76.0
长春市	2 127	6.0
东丰县	1 880	5.3
西丰县	3 191	9.0
其他	1 312	3.7

3 旅游产品开发存在的问题

3.1 产品开发尚处初级阶段 虽然鸛鹭湖生态旅游度假区的观光、休闲、民俗等旅游产品已经初步取得成效,但是总体上仍处于初期建设阶段。景区观光型旅游产品停留在较低层次的观赏阶段,而休闲农业则以简单的“吃农家菜,住农家屋”为主,更高档次的产品还未得到开发,尚不能满足游客休闲度假的需要。综合来说,景区旅游产品的开发尚处初级阶段,需要更深度的产品开发。

3.2 旅游资源缺乏独特性,旅游产品较为单一 从旅游资源等级上看,该景区的旅游资源等级相对较低,缺乏独特性和稀有性,导致景区旅游产品的吸引力不足。从旅游产品开发现状上看,产品的开发尚且处于旅游地生命周期理论的初期建设阶段,景区主要以观光型旅游产品为主,而对于层次要求更高的休闲度假旅游产品的开发仅停留在初期建设阶段。因此,鸛鹭湖生态旅游度假区的旅游产品结构较为单

一,需要进一步进行深入的开发利用。

3.3 参与性项目开发少,旅游产品吸引力不足 目前景区开发以湿地观光、红叶岭观景等观赏型的旅游产品为重点,而参与性较强,体验性较高的水上娱乐活动和户外健身探险等体验型项目却没有充分开展起来。特别是景区独特的满清狩猎文明、关东民族风俗和东北农村风俗等特色文化旅游资源,只是在原有文化遗址处建立标志性的地标建筑,缺乏对其文化进行深入探索和利用,游客在旅行中仅仅只是象征性地拍照,缺乏对其文化的研究和参与,文化参与性旅游产品的魅力没有得到发挥,致使 95% 以上的游客选择半日游、一日游。游客的消费潜力无法完全释放,旅游业刺激消费、拉动内需的功能被削弱,旅游综合效益无法实现。

3.4 旅游市场辐射小,景区品牌未建立 鸛鹭湖度假区的客源主要为短距离的周边中小型城市,即主要以周边基层层次的旅游者为主要的发展客源,而未开发远距离的大中型城市的档次较高的旅游市场。这不仅反映出景区的市场辐射范围和强度小,从侧面直接反映景区的知名度不高,旅游景区的品牌尚未建立,产品效益未得到充分发挥,未被大多数旅游者认知。加强景区产品深度开发,建立品牌营销,扩大市场吸引力是景区当前的一大任务。

3.5 基础设施滞后,专业型人才紧缺 鸛鹭湖生态旅游度假区作为国家 AAAA 级旅游度假区,在建设初期取得了不可磨灭的成绩,但是从整体上来说,景区的基础设施仍然较为滞后,专业性人才也极为紧缺。在旅游交通方面,虽然可以沿着伊辽高速公路进入景区,但是下高速以后的乡村道路较为狭窄,在旅游旺季时极易发生堵车现象,且辽源市内每天只有 2 趟到金州乡的短途客车,这严重制约了散客旅游的积极性;景区的内部交通也较为不便,内部景点之间没有相互连接的旅游观光大巴,阻断了景点之间的联系,而且景区内的游步道和自行车赛道利用率较低,维修不及时,导致大量的特色资源闲置。在餐饮住宿方面,只有十几个蒙古包作为游客的用餐场地,没有一家星级饭店或者达到星际饭店水平标准的餐饮企业,这些是景区今后发展的又一阻碍。因此,景区应利用“顶层设计”的方式对景区进行整体规划^[19](表 4)。

表 4 鸛鹭湖生态旅游度假区旅游产品基本情况

旅游产品形式	现状	评价
基础设施	道路:1 条伊辽高速公路,3 条乡级公路,2 趟公交车 厕所:仅 6 个旅游公共厕所 停车场:停车场多数为沙化地面	道路已经得到逐步完善,但是在大型设施建设方面,特别是公共厕所和停车场等大型公共设施方面仍有待加强
服务设施	餐饮和住宿:景区内餐饮住宿接待场所仅有 5 处;无一家可以与星级饭店媲美的酒店或者乡村农家饭店 购物:暂无大型购物商店	景区内的服务设施建设较少,且档次低,不能满足游客需求
观光型产品	景区目前已经开发森林观光、湿地观光、农业观光等产品	发展较为快速,已初步建成观光型景区
休闲度假型产品	开展了休闲垂钓、户外拓展、CS、山地自行车赛道;滑雪、马拉爬犁、雪地摩托等产品	较低档次的旅游服务和较低层次的精神感受,仅停留在悦目悦身的基本层次
民俗旅游产品	建成八铺炕、渔荷莊、鸛鹭湖渔村、苏力德蒙古部落、关东作坊等民俗产品	产品开发起步较快,但仍处于初级阶段
专项定制产品	无	有待进一步开发

4 旅游产品深度开发对策

在对鹭鹭湖生态旅游度假区的旅游资源、市场环境、发展现状等基础情况进行分析的基础上,从旅游产品的组合、多样性、创新、营销、品牌的角度,利用优良的自然资源和多彩的人文资源,结合现代农业、生态林业等产业,发展乡村休闲和现代农业体验,走出一条适合鹭鹭湖旅游度假区的旅游深度开发的道路(图1)。

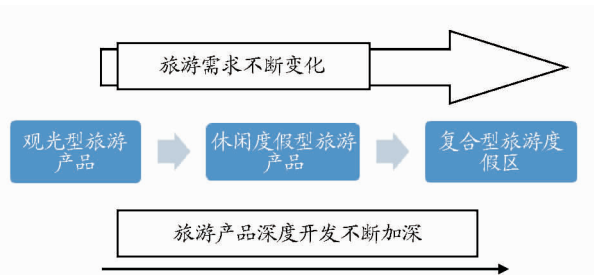


图1 鹭鹭湖生态旅游度假区发展道路

4.1 促进旅游产品创新,加强旅游产品组合 创新是提升旅游景区竞争力的必要手段。旅游产品组合就是指依托旅游吸引物,促使吃、住、行、游、购、娱等的再一次创新^[20]。景区应充分利用现有旅游资源,整合景区的现有旅游资源,实现旅游产品的再一次创新组合。

在线路上,创新特色产品,打造经典线路是旅游产品创新的基础。夏季可以凭借森林公园、湿地公园、户外基地等现有的旅游产品,设计出以“鹭鹭湖湿地公园-红叶岭森林公园-水利风景区-户外基地-归勒赫哈达围场”为主打的经典线路。冬季以打造鹭鹭湖冰雪游为特色,增加冰上滑雪、马拉爬犁、冰钓等体验性与参与性较强的项目,丰富冬季活动,并增加“寻宝”、“万人赶集”、“千人大席”等户外活动和棋牌、射箭、钓鱼等文化娱乐活动,促进旅游产品优化组合,实现旅游产品价值的最大化。在产品包装上,设计独具特色的旅游产品包装是产品创新的首要前提。目前,景区的旅游产品包装主要以单一的图片展示为主,为了吸引更多的旅游者,可以结合文案、图片、PPT、邮件、博客、微信等对景区的旅游产品进行包装,使旅游产品更具吸引力。

4.2 树立品牌形象,打造一流景区 景区只有明确自身“生态乡村游,四季农家乐”的旅游形象,打造乡村旅游品牌效应,才能把自身的资源优势转化为经济优势。作为国家AAAA级的旅游度假区,应集中力量努力塑造整体形象,打造吉林生态旅游的典范,扩大景区的影响力。尤其应注重整体产品观念,使乡村旅游产品的理念深入人心。

在景区产品深度开发过程中,可以经过专家的专业规划,合理设计,结合当地特色,打造适合游客需求的旅游产品,打造知名品牌。让游客产生一种“游在鹭鹭湖,吃在鹭鹭湖,住在鹭鹭湖”或者“春季鹭鹭湖湿地公园、夏季鹭鹭湖森林公园、秋季红叶岭户外基地、冬季鹭鹭湖滑雪盛宴”的品牌,让更多的人了解景区。

4.3 利用市场营销策略,拓宽营销渠道 市场营销是实现旅游产品价值的有效途径。当前,我国生态旅游景区(点)产品主要是经过旅行社来完成的时代已经逐渐发生改变。因

此,在进行景区的宣传时,除了与旅行社合作外,景区在移动互联网时代建立自己的网站,加强与当地的新闻媒体、大型电视频道、社交平台、独立网站、专业论坛、聊天工具等新闻媒体的合作;同时,还可以抓住学校、企业、政府机关等市场,建立与企业、政府的长期联系,定期为其提供野外拓展训练的场所等,拓宽景区营销渠道。最后,利用自身丰富的现代农业资源,抓住当前消费者注重健康的心理,结合网络上热火朝天的减肥事件进行事件营销^[21],开展生态旅游活动。

4.4 深入挖掘文化旅游资源,实现旅游产品多样化发展 在景区旅游产品深度开发过程中,应充分挖掘旅游资源的文化内涵,对其外延进行大胆探索,改变以观光旅游为主的发展思路,发展专项旅游产品,实现多样化发展。首先,景区可以凭借本身作为满清狩猎文明的发源地,关东文化的散播地的优势,大力开展满清文化和关东文化旅游。为了让游客更深入地体验不同的民俗文化,开发一系列“狩猎场景再现”、“关东民俗体验”等项目。同时,大力开展文化民俗歌舞大赛等节庆活动;建立现场制作陶艺、剪纸等工艺旅游品表演,丰富景区的旅游产品,提升旅游产品品位。其次,定时定点分时间段地邀请大型演出团来景区表演,增设家庭喜爱的亲子娱乐设施,利用现代农业的高科技技术,建立青少年劳动教育基地、DIY农业基地、“斗地主”基地等参与性和体验型的旅游产品,不断更新旅游项目,提高景区景点的吸引力,延长游客的游览停留时间,释放游客的消费潜力,刺激游客消费,以获得最大的旅游综合效益。

4.5 进一步加强基础设施建设,引进旅游管理专业人才 由于鹭鹭湖生态旅游度假区的基础设施落后,娱乐设施不全,致使景区的供给矛盾比较突出,紧张的床位,紧缺的人才等严重影响景区的旅游环境承载力,制约景区旅游的发展,影响景区品牌形象的提升。第一,应加快景区内外部交通设施建设,特别是开通辽阳市直达旅游景区的旅游巴士,为更多的散客旅游提供方便;第二,加强对景区内的游步道和自行车赛道的利用,经常进行道路维修,保障景区内部交通的通畅和舒适;第三,根据景区的游客数量和发展预期,增加酒店和餐馆的数量,从而提高游客接待率;第四,为了实现长期可持续发展^[22],景区应该大量引进旅游管理专业的人才,加强对景区内部员工的培训,从而提高员工的服务质量和服务技能,满足游客需求。

参考文献

- [1] BUTLER R W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources [J]. Canadian Geographer, 1980, 24 (1): 5 - 12.
- [2] 保继刚, 楚火芳. 旅游地理学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 1999: 106 - 108.
- [3] 李志勇. 低碳经济视角下旅游服务效率评价方法 [J]. 旅游学刊, 2013 (10): 71 - 80.
- [4] 徐清. 浙江省乡村旅游产品深度开发的研究 [J]. 浙江农业科学, 2009 (2): 235 - 238.
- [5] 黄炜, 陈昕. 民俗旅游产品创新中的顾客价值需求研究——以湘西自治州为例 [J]. 旅游学刊, 2013 (12): 64 - 70.
- [6] 张雪婷. 少数民族地区民俗旅游产品游客体验质量要素体系构建研究——以凤凰为例 [J]. 旅游论坛, 2009 (4): 497 - 503.

[7] 李松志,谢海华. 九江市郊马尾水森林公园旅游产品开发探讨[J]. 林业经济问题,2011(3): 262-265.

[8] 卢双珍. 云南磨盘山国家森林公园生态旅游的SWOT分析及发展策略[J]. 安徽农业科学,2008(13): 5607-5610.

[9] 赵金岭. 我国高端体育旅游消费群体特征分析[J]. 商业经济研究,2015(3):127-130.

[10] 邱瑛. 促进大连旅游文化建设的对策研究[J]. 对外经贸,2014(3): 60-63.

[11] 杨振之. 论度假旅游资源的分类与评价[J]. 旅游学刊,2005(6): 30-34.

[12] 徐飞雄,谭伟明. 国内度假旅游产品开发研究综述[J]. 绵阳师范学院学报,2010(10):10-17.

[13] 桑启启. 云南旅游产品开发问题分析[J]. 经济视角(上),2012(5): 16-17,47.

[14] 许峰. 成都国际旅游营销的市场细分与定位研究[J]. 旅游学刊,2008(2): 36-40.

[15] 胡雨凯. 产业转型背景下的桂林高端旅游市场开发策略分析[J]. 旅游论坛,2011(5):74-77.

[16] 陆林,朱申莲. 杭州城市旅游品牌的演化机理及优化[J]. 地理研究,2013(3):556-569.

[17] 孟明浩,顾晓艳. 近年来国内关于城郊旅游开发研究综述[J]. 旅游学刊,2002(6):71-75.

[18] 方世敏,邓丽娟. 红色旅游资源分类及其评价[J]. 旅游研究,2013(1): 30-40.

[19] 刘金祥. 注重顶层设计与摸着石头过河的有机统一[J]. 金融经济,2014(3):16-17.

[20] 张梅. 体验济时代旅行社产品的创新[J]. 漳州师范学院学报:哲学社会科学版,2006(4):15-20.

[21] 肖新桥. 当前滑雪旅游事件营销的探析[J]. 中国商论,2010(20):41-42.

[22] 滇丹. 乡村旅游产品文化品味的提升问题思考——以云南省楚雄州咪依噜风情谷为例[J]. 旅游研究,2010(1):53-56.

(上接第81页)

表4 不同油菜品种产量及产量构成因素

品种	株高 cm	有效分枝 高度//cm	第1次有效 分枝数//个	单株有效角 果数//个	每角粒 数//粒	千粒重 g	产量 kg/hm ²
6718	154.2cde	18.6g	11.8cde	781cd	19.3abc	3.5c	2 386.5bc
3176	151.0de	22.8f	12.6bcd	952a	20.6a	3.1de	2 532.0ab
6701	165.2abc	19.2g	10.6f	789cd	19.5abc	3.0e	2 434.5bc
3174	174.1a	38.0c	12.8bc	865b	18.6c	3.4cd	2 241.0cd
1672	172.2a	20.6fg	14.4a	816bc	19.8abc	3.7abc	1 948.5e
169X	168.4ab	40.0c	13.4ab	835bc	20.3ab	3.5c	2 484.0ab
盛湘油9号	156.6bcde	29.0e	10.8ef	739d	18.2c	4.0a	2 143.5de
创杂油5号	162.8abcd	34.6d	12.0cd	771cd	18.4c	3.9ab	2 532.0ab
鼎杂油4号	169.0ab	44.0b	12.8bc	782cd	18.8bc	3.7abc	2 434.5bc
蜀油168	168.8ab	43.0b	11.6def	818bc	20.5a	3.6bc	2 679.0a
华湘油13号(对照)	145.8e	49.0a	10.6f	783cd	18.7bc	3.7abc	2 241.0cd

注:同列不同小写字母表示差异达显著水平($P<0.05$)。

3 小结

(1) 在该试验中,研究各油菜品种抗逆性,主要观察记载了其早苔早花情况、抗倒性和抗菌核病的能力。各油菜品种中,只有早熟性强的6701出现明显的早苔早花现象,6718、3176这2个品种出现较轻的早花早苔情况,其他品种均无早苔早花现象。油菜植株抗倒性较强的品种有6718、3176、1672、169X、创油杂5号、华湘油13号(对照)、鼎油杂4号和蜀油168,表现一般的是3174、盛湘油9号,抗倒能力差的品种为6701。

(2) 在该试验中,各品种油菜植株菌核病平均发病株率为72.7%。其中发病最为严重的是6701,表现较抗病的是169X、1672、华湘油13号(对照)、鼎油杂4号和3176。菌核病发病严重的原因:据南县气象资料分析,2014年4月份正值油菜落花与青熟季节,平均气温17.7℃,与历年平均相近,高0.6℃,日照比历年少35.2h,相对湿度73%;5月上旬平均气温20.9℃,与历年相近,低0.2℃,降雨量增加15.6mm,日照少2.7h,相对湿度65.1%,在该种环境条件下有利于菌核病的发生,而且试验地为常年进行棉-油两熟种植区,也加重了油菜菌核病的发生。

(3) 各个油菜品种的产量大小顺序依次表现为:蜀油168、3176、创杂油5号、169X、6701、鼎杂油4号、6718、3174、华湘油13号、盛湘油9号、1672,其中蜀油168、3176、创杂油5

号、169X、6701、鼎杂油4号和6718的产量均高于对照,分别比对照增产19.5%、13.0%、13.0%、10.8%、8.6%、8.6%和6.5%,盛湘油9号和1672产量均低于对照,分别比对照降低4.4%和13.1%。

(4) 根据各个油菜品种的全生育期、抗病性与抗倒性、实际产量等情况综合考虑,蜀油168、3176、创杂油5号和169X这4个品种产量高,全生育期适中(242~244d),抗病性较好,并且抗倒伏性强,适于当地推广应用。6701、鼎杂油4号和6718等品种,还需进一步试验示范,根据当地的实际情况酌情推广。

参考文献

[1] 赵成松,赵仁渠,李强生,等. 空间条件对双低油菜农艺性状的影响[J]. 空间科学学报,1996,16(S1):132-135.

[2] 孙华,张建栋,陈培峰,等. 不同施氮水平对双低油菜苏油4号产量与品质的影响[J]. 江西农业学报,2010,22(1):27-29.

[3] 杨美,石磊,徐芳森,等. 不同硼水平对双低油菜华双4号产量和品质的影响[J]. 植物营养与肥料学报,2008,14(6):1118-1122.

[4] 许才康,孙华,张建栋,等. 种植密度对双低油菜苏油4号产量和品质的影响[J]. 上海农业学报,2010,26(1):102-104.

[5] 田志宏,刘碧波,陈诗波,等. 双低油菜主要经济性状与产量的相关分析[J]. 河南农业科学,2003(9):20-22.

[6] 季兴华,刘俊. 苏中地区优质双低油菜品种比较试验[J]. 种子世界,2014(11):30-32.

[7] 王晓兵,刘俊. 苏中地区优质双低油菜品种比较试验[J]. 农业科技通讯,2014(11):97-100.

[8] 聂丽群,徐一兰,高建彬,等. 南县油菜新品种引进及适应性试验初报[J]. 湖南农业科学,2012(17):16-18.