

基于文旅市场一体化趋势对苏北文旅发展新方向的研究

章倩 朴正实

(江苏海洋大学外国语学院, 江苏连云港 222005)

摘要: 自2023年初以后, 国内旅游日益火爆。苏北地区作为江苏省经济薄弱部分, 应当利用国内旅游行业向好的大趋势, 紧跟潮流, 推动地区经济发展。本文为苏北地区旅游业的发展做出优劣势分析以及分析其他旅游热点的火爆成因, 以此来为苏北地区的特色旅游产业提出建议。

关键词: 旅游消费; 苏北文旅; 特色; 合作

自2023年伊始, 国内旅游业形势逐步向好, 跨省跨地区旅游为中国旅游市场注入新的活力, 为了经济的复苏, 国内也出台多项政策, 刺激着旅游消费市场。随着苏北高铁、航空等交通网络体系逐步形成, 苏北文旅成为价值洼地。本文是要通过对经济迅速发展状态下全国文旅市场局势的详细阐述以及未来几年全国文旅市场趋势一体化走向的探究促使各级政府加强对苏北文旅市场的重视, 从而提出建议, 让苏北文旅市场有更多的发展方向与选择。

一、国内旅游现状

近期省内旅游客流占主导, 中远程省际客流大幅减少。“本地人游本地”构成了现阶段国内旅游市场主力军。2023年1-10月省内省际客流占比2019年增加了24.9个百分点(图8)。TOP10省份(广东、山东、四川、河南、江苏、湖北、湖南、河北、浙江、安徽), 承载了全国近六成的省内客流, 占比为57.1%。

省际旅游客流主要集中在相邻省份之间。在2023年1-10月全国TOP100省际旅游客流中, 有74条为相邻省份之间的旅游流动。在占全国七成省际旅游流量的前200条客流中, 相邻省份之间旅游客流有114条。

城市群互为客源地与目的地的特征显著。城市群间游客往来构成省际旅游流“干线”和“支线”网络。强旅游流主要分布在京津冀、长三角、成渝、中原城市群等城市群内部, 形成了旅游客流区域集聚的中心, 构成了全国省际旅游流的“干线”。较强旅游流发生在城市群之间, 如长三角与京津冀、珠三角、中原城市群、长江中游城市群, 成渝与中原城市群、珠三角与长江中游城市群、中原城市群、长三角等城市群之间的旅游客源流动, 构成了全国省际旅游流的“支线”, 是旅游流网络的核心支撑。

无论是城市群内部还是城市群之间的旅游流动, 城市始终是客源地和目的地重构的核心载体和旅游业高质量发展的关键。

二、2023年两大热门旅游景点火爆分析

(一) 淄博

在许多刻板印象中, 夜市烧烤往往伴随着“不卫生”“地沟油”等负面评价, 但淄博烧烤却探索出可持续发展的健康道路。淄博烧烤的走红并非偶然, “一夜成名”的背后是淄博市根植于本土特色的大胆创新, 以及坚守初心的长期探索与积累。多年来, 淄博市一直致力于规范引导夜市烧烤经营。一方面, 设立合理的经营区域, 建立精细化管理机制, 有效规避了占道经营、秩序混乱、影响市容等问题; 另一方面, 持续推广普及环保无烟炉具, 极大减少了油烟污染、扰民等负面影响。这种精细规范的管理不仅保持了淄博烧烤鲜明的本土特色, 还为淄博的美食文化旅游奠定了良好口碑。在互联网的传播推动之下, 淄博市的苦心经营让整座城市迎来了机遇与发展。随着大量游客的涌入, 淄博市还适

时推进一系列创新举措, 扩大了品牌效应。例如, 设立“淄博烧烤”公交线路和“烧烤专列”、定制“烧烤地图”“烧烤驿站”、设立“烧烤节”等等。这些丰富多彩的旅游项目, 不仅让全国各地的游客宾至如归, 也为淄博注入持续发展的活力

(二) 哈尔滨

1. 独特的冬季风光: 哈尔滨以其壮丽的冬季风光而闻名, 被誉为“冰城”。在2023年, 随着人们对冰雪旅游的热爱和追求, 哈尔滨的冬季风光成为了吸引游客的一大亮点。游客们可以在这里欣赏到冰雕、雪景、冰灯等独特的冰雪景观, 感受到冰雪带来的视觉冲击和浪漫氛围。

2. 冰雪文化体验: 哈尔滨是中国冰雪文化的发源地之一, 有着丰富的冰雪文化底蕴。游客可以在这里体验到传统的冰雕、雪雕技艺, 参加冰雪节、冰雪赛事等, 感受到冰雪文化的独特魅力和激情。

3. 创新营销策略: 2023年, 哈尔滨的旅游部门运用新媒体和社交平台, 进行了一系列成功的营销活动。例如, 与知名网红或KOL合作, 通过直播、短视频等形式推广哈尔滨的旅游资源。这些创新策略吸引了大量年轻游客, 使哈尔滨成为网红打卡地。

4. 政策支持: 2023年, 哈尔滨市政府出台了一系列支持旅游业发展的政策。例如, 为旅游业提供税收优惠、简化旅游签证手续、加大对旅游业的投资等。这些政策为哈尔滨旅游业的发展提供了有力保障。

二、苏北地区旅游业的优劣势分析

优势分析:

(一) 地域相邻交通便利

徐州、连云港、宿迁都是苏北地区的城市, 在地理位置上正好处于黄金三角的三个顶点, 稳定而密切。徐州的地理位置比较特殊, 位于江苏省的西北角, 素有“五省通衢”之称, 是国家重要的交通枢纽。连云港位于中国东南沿海的中部, 被称为“亚欧大陆桥东方桥头堡”。而宿迁自古便有“北望齐鲁、南接江淮居两水中道、扼二京咽喉”之称。三个城市之间都占据了相对重要的地理位置, 交通条件有明显的优势, 同时, 徐州、连云港、宿迁之间的地理距离比较近, 基本为1个多小时的车程, 有利于其旅游业的抱团发展。

(二) 各地旅游资源有良好的互补性

徐州地区有“两汉文化看徐州”的美誉, 汉文化是徐州打出的旅游文化牌。目前, 徐州已经开发了驮蓝山, 土山彭城王墓, “放鹤亭”“乾隆行宫”“燕子楼”等文物景点, 其中, 构造各异的汉墓, 栩栩如生的汉画像石, 惟妙惟肖的汉兵马俑, 并称“汉代三绝”。除了汉文化, 徐州还有丰富的战争文化, 从三国相争、楚汉争雄

一直到淮海战役近两千年的丰厚战争历史,形成了特有的战争主题文化。此外,徐州还拥有山水文化和生态园林文化,每年春天,徐州的“十里杏花村”吸引各地的游客前来观赏。

连云港市是“中国优秀旅游城市”,依山傍海,山海相拥,港城一体。连云港的山水海滨文化是吸引游客最大的亮点,如连岛海滨浴场。同时,山水文化还包括拥有西游文化的花果山、因孔子登山而得名的孔望山、渔湾和赣榆抗日山。

宿迁是西楚霸王项羽和美人虞姬的故里,同时,它还拥有得天独厚的生态旅游资源,如嶂山森林公园、京杭大运河,此外,生物景观洪泽湖湿地自然保护区也是宿迁市的生态景观。

沿海滩涂文化资源独特。连云港依山傍海,盐城拥有我国最广阔的沿海滩涂湿地资源,漫长的海岸线上分布着丹顶鹤、麋鹿两个国家级自然保护区、一个在建的中华鲟自然保护区、亚洲最大湿地之一的大丰滩涂湿地以及世界上最大的岸边沙洲——东沙。

徐州、连云港、宿迁区域内旅游资源丰富且错落分布,具有差异性和互补性。要增强三市的旅游市场竞争优势,就必须整合这些资源。

劣势分析:

(1) 景点知名度和吸引力不足: 相比苏南地区,苏北地区的旅游景点知名度和吸引力相对较低。这可能与景点宣传力度不够、缺乏特色和创新有关,导致游客难以了解或缺乏兴趣。

(2) 旅游配套设施不完善: 苏北地区的一些旅游景点在配套设施方面存在不足,如酒店数量和质量、餐饮选择、交通便捷性等。这可能会影响游客的旅游体验,降低其满意度。

(3) 景点周边环境差: 部分景点周边环境脏乱差,存在污染问题,这不仅影响游客的观光体验,还可能对景点的形象和声誉造成负面影响。

旅游服务质量和水平有待提高: 苏北地区在旅游服务质量和水平方面还有提升空间,包括导游服务、旅游信息咨询、投诉处理等方面。提高服务质量有助于提升游客满意度和忠诚度。

(4) 缺乏统一规划和协调发展: 苏北地区在旅游开发方面可能缺乏统一规划和协调发展,导致各地旅游资源无法得到充分利用和整合。这可能会影响整个区域的旅游竞争力和发展潜力。

(5) 旅游季节性限制: 由于气候和地理条件的影响,苏北地区的旅游可能存在一定的季节性限制。在旅游淡季,游客数量减少,旅游收入下降,可能对当地旅游业的发展带来挑战。

三、策略建议

在疫情以后,为了回暖各地经济,全国各地对于客源的争夺空前激化,尤其是区位和文化相近的旅游城市之间的竞争异常激烈,如成都和重庆、武汉和等地之间的竞争。这就要求苏北地区旅游在管理过程中能够准确分辨本地旅游发展的主导因子,发现不同类型城市发展旅游的比较优势及其转化方式。因此从差异中找差距,从差距中谋发展成为当前苏北各地城市发展中的最突出的问题。

①连云港拥有江苏最长的基岩海岸线和最大的海港、海岛,是知名海滨旅游城市。其海域环境优美,海岛众多,海洋资源丰富,为游客提供了丰富的海滨旅游体验。在这里,游客可以欣赏到美丽的海景,感受海风的吹拂,品尝到新鲜的海鲜美食,还可以进行各种海上运动和娱乐活动。因此打造独特的海滨景区成为旅游

业的发展之重。

②徐州是久负盛名的历史文化名城: 徐州自古为兵家必争之地,拥有丰富的战争文化资源。这里发生过众多重要战役和历史事件,如楚汉战争、淮海战役等。可以打造战争与历史特色主题景点,弥补国内旅游产业在这一块的不足,并且提高徐州本地知名度,吸引游客。

③宿迁相比徐州、连云港两地,在旅游产业方面略显薄弱,因此在发掘自身的旅游主导因子之外更需要加强与徐州、连云港两地的合作。关于宿迁本地旅游特色发展,需要深入挖掘运河文化、西楚文化、酒文化、湿地文化、红色文化等文化资源,发挥“旅游+”融合功能,打造“项王故里 中国酒都 水韵名城”三张城市名片。以中国酒都(宿迁)文化旅游节等重点文旅节庆活动为引爆点,以新媒体为突破点和载体,以精准整合系统营销为手段,大力推进市场营销推广。文旅吸引力进一步增强,文旅产业实力进一步提升。

深谙本地各类特色旅游因子固然重要,与此同时,旅游产业的发展仍然有许多共同点可以借鉴。

①创新营销策略: 旅游部门运用新媒体和社交平台,进行一系列营销活动。例如,与知名网红或 KOL 合作,通过直播、短视频等形式推广本地的旅游资源。此外,各地文旅部门还可以通过周边城市的合作,推出一系列旅游线路和产品。

②旅游设施完善: 政府在旅游设施和服务方面进行投入和改进。从酒店、民宿到交通枢纽,都需要得到显著的提升和改善。为游客提供更加便捷、舒适的旅游体验,增加游客的满意度和忠诚度。

③国际化发展: 随着中国与世界的交流日益频繁,积极开展国际合作,引进国际先进的旅游管理经验和资源,推动旅游业的国际化发展。有着“亚欧大陆东方桥头堡”之称的连云港更是可以利用这一优势。

四、结语

一时走红不难,想要“长红”不易。不论是今天的哈尔滨还是昨天的淄博,都面临着将短期“流量”转化为长期“留量”的现实课题,但也都用生动鲜活的实践说明了这样一个道理: 及时回应需求、用心用情待客才能赢得网民的真心点赞和游客的“用脚投票”。

参考文献:

[1] 汪静. 江苏省旅游业绿色生产率时空演化及影响因素——基于资源环境约束视角[J]. 生产力研究, 2021: 53-56

[2] 吕倩, 刘青青. 数字经济时代苏北文化遗产地旅游高质量发展研究[J]. 西部旅游, 2023(07).

[3] 叶婧, 詹昊天, 王颖异. 苏北乡村“互联网+旅游”融合发展实例分析[J]. 南方农业, 2020(24).

基金项目: 本文系江苏省大学生创新项目“基于文旅市场一体化趋势对苏北文旅发展新方向的研究”, 项目编号: SY202311641645002

作者简介: 章倩(2004.4-), 女, 汉族, 安徽安庆人, 江苏海洋大学外国语学院朝鲜语系 1221 班学生。

通讯作者: 朴正实(1974.07-), 女, 朝鲜族, 辽宁铁岭人, 江苏海洋大学外国语学院朝鲜语系教师, 博士, 讲师, 研究方向: 中韩比较研究。