

DOI:10.12361/2661-3263-05-09-116096

文旅融合趋势下旅游景区的提升发展研究

徐薇薇 张 龙

武汉东湖学院, 中国·湖北 武汉 430212

【摘要】近些年来,我国旅游业大力发展,凭借就业机会多、综合效益好等优势成为国民支柱产业之一,全国各地都兴起了旅游开发的热浪,越来越多的景区被开发,旅游市场竞争也越来越激烈。相关工作人员有必要思考如何帮助景区树立良好的形象,吸引更多的游客来旅游,并利用小成本增加经济收益。基于此,本文对旅游文化传播对景区形象提升影响的研究,对于促进旅游业发展以及提升地区经济等都具有非常重要的现实意义。弘扬优秀文化成为现阶段我国旅游的灵魂,即将旅游作为文化的载体。旅游不仅是一种经济形式,而且应当是一种文化。文旅融合展现出文化和旅游的天然联系,两者之间没有边界。

【关键词】文旅融合趋势下旅游景区的提升发展研究

Research on the Promotion and Development of Tourist Attractions under the Trend of Cultural Tourism Integration

Xu Weiwei, Zhang Long

Wuhan East Lake University, Wuhan, Hubei, China 430212

[Abstract] In recent years, our tourism development vigorously, by virtue of more employment opportunities, comprehensive benefits and other advantages become one of the national pillar industries, all parts of the country rose to the tourism development of the heat wave, more and more scenic areas were developed, the tourism market competition is becoming more and more intense. It is necessary for relevant staff to think about how to help the scenic spot establish a good image, attract more tourists to travel, and use small costs to increase economic benefits. Based on this, the study on the influence of tourism culture communication on the image improvement of scenic spots has very important practical significance for promoting the development of tourism and improving regional economy. The carrying forward of outstanding culture has become the soul of Chinese tourism at present stage, which is about to take the traveling as the carrier of culture. Tourism is not only an economic form, but also a kind of culture. The fusion of culture and tourism shows the natural connection between culture and tourism, and there is no boundary between the two.

[Keywords] The promotion and development of tourist attractions under the trend of cultural and tourism integration

引言

跨界融合是指不同产业或同一产业的不同行业在发展过程中相互渗透、相互融合,最终融为一体,进而催生出新业态和新产业过程。文旅产业跨界融合就是要找到文化产业与旅游产业融合的契合点,从而扩展产业面,进而构建现代文旅产业体系,实现二者相互促进、相互融合发展。随着我国综合实力的不断提升,文化软实力的作用更加凸显,作为助推国民经济发展的新要素,也能够成为旅游产业高质量发展的“左膀右臂”。文化产业与旅游产业的融合发展符合新时代的发展诉求,同时也有助于推动文化事业发展,提升文化产业与旅游产业发展质量。为此,国家提出了“宜融则融,能融尽融,以文促旅,以旅彰文”的工作思路,为我国文化产业与旅游产业融合发展指明了方向。站在新的历史起点,在跨界融合的现实背景下,我们有必要对如何推动文化产业与旅游产业深度融合相关问题进行探讨和分析,进而提出合理化建议。

1 跨界融合视域下文旅融合的必要性及可行性

从文化产业与旅游产业二者关系看,旅游产业是文化产业发展的重要载体,而文化产业则是旅游产业发展的核心和灵魂。文化产业与旅游产业融合涵盖文化产业、公共文化服务、文化遗产与旅游产业的融合,在融合过程中会衍生出很多新业态、新产

品和新服务。因此,在跨界融合背景下,文旅融合具有其必要性和可行性。

1.1 文旅融合的必要性

为经济转型提供新的增长点。总书记指出,当前我国正处于经济转型的关键期,更加注重经济高质量发展。为了更好地转换经济增长动力,调整经济结构,有必要挖掘新的经济增长点。有助于推动经济增长方式转变。很长一段时间,我国经济增长主要依靠资本和要素投入,相应的也就造成了经济发展的高污染、高耗能、高成本问题。因此,在新的时代背景下,必须推动经济新常态由原来的粗放式经济发展方式向集约型经济发展方式转型。而文化产业和旅游产业都属于绿色朝阳产业推动旅游产业转型升级,提升旅游产业发展质量,推动经济方式向集约型转变。从经济结构优化和调整的角度看,随着文化产业与旅游产业的深度融合,有助于培育新的消费热点,挖掘广大人民群众的消费潜力,从而刺激消费。随着消费规模的不断扩大,有利于优化我国单纯依靠出口的经济发展模式。在文旅产业的深度融合下,有助于新业态、新产业的发展,进而更好地吸引社会资本投入到相关领域,激发投资活力。在文化产业和旅游产业融合过程中新技术、新材料将会被广泛应用,文化与旅游及相关产业在信息技术的支持之下,会促进共享经济发展,打造新的经济增长平台。此外,

文化产业与旅游产业的深度融合本身就是第三产业的内部深度融合,随着文旅产业规模的不断壮大,将会扩大低碳经济规模,优化经济结构。文化产业与旅游产业优势互补,在融合发展过程中会进行一系列的创新产品和服务,例如低碳交通工具、低碳旅游模式、低碳旅游产品等等,这些产业的发展将会优化产业结构,实现多个低碳产业齐头并进,融合发展。

1.2 文旅融合的可行性。旅游产业与

文化产业具有天然的互补性和强关联性。文化产业能够为旅游产业的发展提供动力和价值引领,而旅游产业的发展也能够为文化传播提供载体和产品。因此,文化产业与旅游产业融合具有其内在的必然性和可行性。

2 旅游景区形象的内涵

伴随旅游业的不断发展和进步,景区形象也发挥着非常重要的作用,其不仅是景区发展的重要前提,更是景区市场核心竞争力竞争的关键要素。

2.1 景区景观形象

景观形象,一般包括外貌特点、民俗风情、自然风光、当地特产以及历史文化等多个方面,其是景区整体的重要组成部分之一。其不仅可以吸引旅游者的关注,还能促进地区经济的发展。由此便可以看出,景区形象对于促进景区整体发展具有非常重要的作用。

2.2 景区设施形象

景区设施包括基础设施和旅游服务设施两种,是提升旅游者体验感的关键,同样也是景区形象的重要组成部分。一般情况下,旅游景区基础设施主要包括水、电、交通等这些游客在旅游过程中依赖的设施,所以这也就需要景区相关工作人员加以重视并开发此类资源。而旅游服务设施主要包括饭店、娱乐场所、纪念商品店铺等,以此满足旅游者在景区的生活需求和精神需求。因此,景区设施形象无论对游客还是对景区都具有非常重要的现实意义。

2.3 景区服务质量

同样作为服务业,旅游业想要得到更好的发展就要不断提升相关服务人员的服务质量和效果。通常来讲,景区所包含的服务有很多种,如售检票、车辆调动、卫生保洁以及讲解服务等,其质量不仅会直接对旅游者的身心体验造成不同程度的影响,还会对景区形象造成一定程度上的影响。所以,做好景区服务并提高景区服务质量是非常有必要的。只有这样,才可以不断扩大景区的吸引力和景区的竞争力。

3 旅游文化传播策略

3.1 引导文化传承,加深游客认同感

旅游业作为综合性较强的一个行业,除了产品质量和价格方面的竞争,还需要考虑文化方面的竞争。伴随着社会经济的不断发展以及人民群众生活水平的不断提升,人们越来越注重精神文化。所以,在当前的旅游业发展过程中,旅游文化是吸引游客参与其中的重要因素之一,其不仅可以使游客产生认同感,还会使其在有良好的文化体验后,对景区进行宣传。所以,旅游景区在旅游产品开发上,除了要向游客展示和讲解传统文化内容,更多地可以让游客切身体验文化的魅力。历史如果不深入其中就无法体会其蕴含的独特魅力,当前游客出行愈发重视景区中的文化内

涵和精神给养,因此产品研发策划相关人员可以根据自身景区文化背景优势,采用多种创新型、先进性的科学技术,将人文情怀与现代科技合理融合,这样不仅可以让游客感受到浓厚的文化底蕴,还可以使其在游戏中获得乐趣,进一步提升游客满意度。

3.2 合理挖掘资源,树立景区品牌形象

在旅游业发展的过程中,树立良好的品牌形象也是非常必要的,品牌形象是景区在市场发展过程中必不可少的推动力之一。因此,当地政府部门在发展旅游业的过程中一定要将多元化产品有效整合在一起,然后在使其形成最终的品牌展现在游客面前。一般情况下,旅游景区包含很多的有形消费和无形消费。其中,有形消费包括景区纪念品、食品、住宿等消费内容,无形消费包括生态环境、文化氛围等内容。虽然任何景区的资源都无法做到十全十美,但是开发者却可以扬长避短,挖掘景区具有优势的资源,在保护景区资源、环境、生态的前提下,重视生态环境建设,平衡保护和开发利用的关系,确立合理的开发建设力度,突出旅游景区主题,然后再将其作为突破口,塑造独特的品牌形象,之后再予以宣传,从而在确保资源的可持续利用同时,丰富游客自然体验并促进当地旅游业的发展。

3.3 完善服务设施,优化游客体验

首先,出游离不开衣食住行,住宿一直是众多景区需要重点解决的问题,为完美融合整个景区的建筑风格,要对景区内的酒店以及民宿等进行整体性的设计和提升,将存在质量问题的建筑进行修葺和改建,提升建筑物的美观性。同时在改造中对内部设施也要进行现代化的改制,为更好地满足游客的需要,提升其旅游体验,在住宿方面,要加强对民宿的要求和整改,既要保证美观,又要保证舒适度。其次,美食是人们旅途中必不可少的精神慰藉,不仅能够补充体力更能带来好心情,因此可以利用景区内优越的地理条件和丰富的物质资源,打造具有传统特色的美食部落。地域文化一直是各旅游景区宣传的重要内容,而特色美食更是不同地区的重要文化名片,因此在美食部落的打造上,一方面要增添文化内涵,要保证食品安全、绿色健康、风味俱全,还要有内涵有意义,从而给旅游者带去更好的体验。

结语

在文旅融合发展中,为了更好地保护野生植物,我国先后出台了相关法律法规。旅游景区应加强对相关法律法规的宣传,使游客认识到野生植物保护的重要性。旅游管理部门可通过新媒体来宣传植物保护相关知识,或通过纪录片、网络征文及微信公众号等形式进行宣传。同时要严惩破坏植被及盗采野生植物的行为。管理人员要对破坏植被的现象根据情节轻重进行批评教育或惩罚处理。总之,要通过多种手段加强对植物景观的保护,为旅游业可持续发展提供资源保障。

参考文献:

[1] 阮钰婷,陈白颖. 跨文化传播视角下城市旅游业发展的语言策略:以杭州景区标识语为例[J]. 市场调查信息:综合版, 2021(2): 148-150.

[2] 欧阳少娟. 区域文化生态系统对经济的影响与对策研究:以秦皇岛的旅游文化发展为例[J]. 河北企业, 2010(10): 33-34.