

关于开放景区效益与提升策略思考

肖美娟

(云南旅游职业学院 云南昆明 650221)

摘要:随着我国开放景区数量的不断增加,与其明显的社会文化利益相比,其经济效益显得更加复杂。从我国的实际情况出发,对开放式景区的概念、性质、特点和分类进行了阐述,对开放式景区的经营方式进行了归纳,在此基础上,从研究角度、研究内容等多个角度对开放景区的经济效益进行了分析,同时对今后的发展趋势进行了预测,希望对开放景区的可持续发展起到推动作用。本文提出了一种基于经济分析的旅游开发模式,即通过对旅游景区的外部性内化,使旅游景区的经济效益得到更好的评价。

关键词: 开放景区; 效益与提升; 策略思考

前言: 本文以开放景区经营效益评估为研究对象,围绕旅游景区经营收益评估及提升对策展开研究。首先,对旅游地经营效益评估的相关理论与方法进行了梳理,从收益指标体系的构建、数据的采集与分析等几个方面,然后,针对旅游地经营收益评估中存在的几个重点问题,即:收益评估的量化、绩效评估的科学性、客观性等,给出了相应的改进与完善意见。针对旅游行业中存在的问题,研究如何提高旅游资源的开发利用效率。

一、开放景区概述

(一) 概念及性质

“开放式”旅游地应该有三个方面的内涵:首先,它要符合“风景名胜区”的理念,并处于市区或近郊。二是免费入场。三是为旅游者带来一种无拘无束的精神体验。杭州的西湖风景区和大连的星海公园就是这一类型的风景区。开放式风景名胜区是指公共服务性质的风景区。公益性景区,也被称为公共资源型景区,是指以自然风景,文物古迹等为基础,由政府部门或社会组织以国家名义,以公共福利,科研,生态教育,文物保护和经营等多种职能为基础,由政府部门或社会组织代表国家行使管理权的景区。

(二) 特征

与以营利为目的的商业性景点相比,开放式的风景区不仅是为了提供观光服务,更是为了市民的审美、教育和科研。因而,旅游景区的最大特点就是具有社会公益性质。就开放旅游景点的目标来看,主要是本地人和附近的城镇居民。就拿杭州的西湖来说,“由于西湖景点是免费的,许多杭州人就喜欢在假日一家人去那里玩。”相对于收费的封闭式风景区,开放式风景区更注重休闲游憩的功能。以户外休闲、休闲度假、科普教育为主要目的。从区位上讲,露天旅游景点多处于市中心或近

郊,交通十分便捷。不同类型的湖泊坐落在城市市区或郊区,地理位置优越,历史地理人文性和公共性明显,旅游观光价值较高,是本地居民和旅游者首选的旅游目的地。另外,交通便利,既方便的公共交通也是开放式景点的一个特点。这直接关系到旅游者能否“进出自如”,在实行“免票”之后,将极大地影响到景区运营的成败。

(三) 分类

开放式风景区的形式多种多样,种类繁多。至今没有一个统一的标准。本文将旅游景点划分为不同类型,不同类型之间并非相互排斥,而是互相渗透,互相促进。根据其特点对其进行了分类。是自然开放的风景区。它可以划分为山地型,森林型,湖水型和泉水型。有代表性的有济南的大明湖,南京的玄武湖和鞍山的玉佛山。二是以人为本的开放性旅游地。它有很多种类,如古建筑,古典花园,博物馆等。有代表性的有南京的中山陵,大连的旅顺历史博物馆和著名的建筑。三是综合性的、开放式的风景区。杭州西湖景区是以自然景观为主,人文景观具有很高的价值,两者相结合,构成了复合式的旅游景点。根据旅游景点的行政级别划分。首先是国有经营的风景区。如世界遗产、国家风景名胜区和国家级自然保护区等,都是世界或国家一级的独占资源。以保护生态环境为主,对其进行合理地开发和建设,并给予一定的资金支持和监督。其次是对景区进行多元化的经营。在教育方面,以休闲为主,以公共利益为主,而经济利益是有效保护资源,促进区域经济发展的关键。在发展旅游资源的过程中,主要采取企业经营和政府监督相结合的办法,并积极引入各类资金进行旅游开发。根据与城市的远近,将其划分为不同的区域。相对于普通的旅游景点,开放的景区以城市居民的休闲游憩和教育为主要目的,不适合建设在离市区较远的地方,所以根据它们与市区的远近,

可以将其划分为市区内的开放式景点（如杭州的西湖）和城郊开放式的（如大连西郊的森林公园）。

二、开放景区运营模式

（一）全免费模式

所谓的“全免费”，就是指景区全面开放，不收费，不附带任何商业性的经营服务等。它立足于全民素质教育，以纪念、传承，教育为主。现在，全国所有的公共博物馆和纪念馆，都是由国家统一管理的，大部分都是免费的，中国博物馆，中国博物馆，李大钊烈士纪念馆，都是免费对外开放的。

（二）“免费+付费”模式

对某些景点来说，完全免费可能会造成一定的经济损失，所以对某些景点的门票实行减免，达到免费和收费景点的合理比例。例如杭州西湖景区管理委员会辖区内的103个公园，其中84个免费，19个收费；济南大明湖西旧城收费，东区不收门票；南京玄武湖内环及内环五大片区实行全免等。

三、开放景区效益与提升的策略

（一）景区规划建设

景区的规划建设是旅游资源开发与利用的关键。要想提升旅游者的满意度，就必须在风景名胜区的规划与建设中，凸显其自身的特点，强调其可持续发展，同时要重视环境保护与文化保护。首先，要设计出具有鲜明特色的风景线路，形成具有鲜明特色的旅游线路，强化并拓展其特色；其次，对旅游地进行必要的辅助设施的建设，以提高旅游者的感受。比如，增加接送站，换衣间，休息区，自动饮水机，充电站等，为客人提供更佳的服务。四是要重视环境保护与人文保护，对风景名胜区的自然环境与人文遗产进行保护。创建绿色旅游景点，兑现“绿色账单”，加大环境保护意识，引导旅游者爱护生态环境。

（二）旅游产品开发

开发多样化的旅游产品，是提升旅游者满意程度，提升风景区经济效益的一个重要途径。发展多样化的旅游产品，以吸引各类旅游者。首先，要发展多元化、多元化的旅游产品，使之成为一种文化产业。比如康养之旅，亲子之旅，文化之旅，休闲之旅等等。与此同时，不同年龄、性别、兴趣和收入水平的游客有着不同的市场需求。其次，将地方文化、历史与传统相融合，开发具有地方特色的旅游产品；比如，走在古山路上，体验民间风情，在深山古村里“打卡”，欣赏醉人的樱花海等。通过这种方式，可以提升旅游景点的品牌效应，提升旅游景点的知名度，从而增加旅游收入。

（三）服务质量提升

提高旅游服务质量，对提高旅游者的满意度，提高旅游地的经济效益具有重要意义。要想提高企业的服务水平，就必须从增强员工的服务意识、改进服务规范、改进工作程序、制定科学的管理方式等几个方面着手。首先，要健全旅游景点的招聘、培训体系，增强旅游从业人员的服务意识，做到“知客”，为游客提供贴心的服务。其次，要健全服务规范与程序，针对不同的业务，制定相关的服务规范与程序，强化品质监管，保证服务的持续稳定与一致性。最后要对游客流量进行科学、合理的管理，采用网上预约、排队叫号等方法，提升服务水平，为游客提供优质的服务。

（四）营销推广

对旅游地进行市场促销，是提升旅游者满意程度，提升旅游地经济效益的一种重要途径。因此，如何对景区进行有效地品牌宣传，提升其知名度与美誉度，吸引更多的旅游者前来观光，就成了一个亟待解决的问题。首先，针对不同类型的旅游者，采取适当的营销手段，如：旅游网站，微信营销，直播营销，校园宣传，当地媒体，户外广告等。其次，要在市场营销战略上进行创新，做好创意宣传，做好宣传工作，打造宣传“IP”，从而提升旅游景点的品牌影响力。要根据自己的特色，积极参与各类旅游会议及活动，以提升其知名度与美誉度，进而增加其收入。

结语：综上所述，开放景区经营要注意规划、产品开发、售后服务及市场营销，以提升游客满意度，提升景区效益。旅游地管理者应当重视旅游者的需要，重视提高服务品质与品牌效应，进行管理方法与市场战略的创新，构建可持续的旅游地，从而促进中国旅游业的良性发展。

参考文献：

[1]王丽华；赵敏；宋书楠.开放景区经济效益及外部性研究[J].辽宁经济,2018,(09):22-25.

[2]李群绩；刘俊雅；全华.国有景区免费开放的综合效益研究——基于利益相关者视角的分析[J].价格理论与实践,2021,(03):146-149.

[3]刘倩.景区免费开放“一小步”迈向世界级旅游城市“一大步”[J].桂林日报,2022-02-24(001).

作者简介：肖美娟 女 198202 湖南，讲师，研究生，研究方向旅游教育。

课题编号 2023YLZY14

云南旅游职业学院院级课题《云南免费开放景区效益分析及提升策略研究——以昆明海埂大坝为例》阶段性成果