

文旅融合背景下西藏旅游路线开发现状研究

张艳飞 鲍彩莲

(辽宁对外经贸学院区域旅游研究中心 辽宁大连 116052)

摘要: 旅游路线的开发建设已逐步成为西藏经济发展的重要组成部分。然而在开发建设的过程中存在着一些阻碍因素,因此西藏旅游路线想要正常开发,就需要发挥西藏独有的魅力,提升西藏经济的快速发展。本文研究的有关西藏旅游路线的开发具有实际的意义。

关键词: 旅游路线; 开发 对策

一、文旅融合概述

(一) 文旅融合的概念

文旅融合是指文化、旅游产业相融合渗透,逐步突破原有的产业界限,彼此之间交叉融合演变成新的共生体的现象与过程。

文化和旅游如同生异共体一样,文化和旅游之间有着密不可分的内在联系,文化是旅游的核心要素,旅游是文化的传播者。两者能够有机结合和深度融合是文化和旅游相互繁荣发展的客观需要,也是文化和旅游发展过程中的必然选择。

(二) 文旅融合的意义

文旅融合进一步推进了共赢理念。文化产业和旅游产业这两大服务产业,虽然内在存在很大差异,但也是彼此之间不可分割的一部分。文化是旅游的内在“触动者”,旅游是文化的外在“承载者”,文化可以进一步激发旅游的内在美,旅游亦可以进一步的延伸文化的价值。旅游是文化“带动者”的重要形式、文化“传承者”的重要枢纽。文化产业和旅游产业在相互融合、交差发展中达到共赢的发展理念,产生成倍增长的融合效应。

文旅融合亦进一步强化了融合体理念。文化产业和旅游产业融合发展成为一体,是一个资源共享、要素共享、生产链共享的长久发展过程,逐步实现发展理念、生存载体、现代新型市场深度融合,形成强强一体的组织体制机制、管理体制、政策措施,做到“你就是我,我亦是你”。

二、西藏旅游路线开发现状

随着西藏旅游路线的开发,前往西藏旅游的人数正在形成成倍的增长趋势,西藏旅游局为了进一步的带动西藏的经济发展,现已开发的以拉萨为中心的八条黄金旅游专线,在此基础上为更加丰富旅游路线,还开发了拉萨旅游区、藏西旅游区、藏西南旅游区、藏南风景区。形成了各自鲜明特色的西藏旅游格局,深得众多海内外游客的欢迎,在2021年,西藏全年累计接待海内外游客高达4153.44万人次,同比增长18.5%;实现旅游总收入高达441.90亿元,同比增长20.6%。旅游路线的开发为西藏带来丰厚的经济来源。

西藏旅游路线的开发不仅仅八条专线供旅游游玩,还开发了由政府支持的新的旅游线路及特种旅游服务,现已开发以拉萨-林芝-山南-拉萨东环线 and 拉萨-日喀则-阿里-日喀则西环线两条环线,及汽车探险、徒步旅游和科学考察旅游等特种旅游,并且推出了拉萨雪顿节、羌塘赛马艺术节和山南雅砻文化艺术节、海内外节日结合藏历新年假日等旅游项目。这些项目深得国内人民的欢迎,在2022年春节假日期间,西藏接待国内外游客高达43.83万人次,同比增长40.7%,旅游总收入更是达到3.15亿元,同比增长46.5%。

三、西藏旅游路线开发过程中存在的问题

(一) 旅游商品开发注重程度不高

随着西藏旅游路线的开发,旅游商品也在不间断的发展着,不过商品的开发相对于旅游路线的开发被重视的程度并不是很高,相关旅游部门及旅游企业不愿投入大量的时间与资金进行旅游商品的开发设计,将旅游商品的开发时间缩短或者干脆进行模仿其他已上市旅游商品。再加上目前的旅游商品开发不仅没有中小型企业

规模生产基地,宣传力度也跟不上旅游商品上市步伐,市场影响要素更是不受关注。另外,旅游商品的设计风格千篇一律、艺术性不强、外包装太过简单化,跟旅游商品本身不匹配显得过于廉价,商品层次结构不强突显老化等现象尤为突出。另外旅游商品开发与西藏文化未能做到有机结合,西藏独特的文化不够突显。

(二) 旅游路线开发资金投入不足

西藏旅游路线的开发需要大量的资金投入,目前资金的来源主要由西藏政府、企业、个人投资。西藏政府可支配资金有限以及当地企业及个人投资对旅游路线的开发建设认识薄弱,再加上旅游路线开发建设的领导人,即没有考虑利用批发商、大型零售商作为三方融资平台,也没有向旅游投资商发行旅游债券解决资金短缺问题,还没有正确诱导民众投资支援旅游路线开发建设,更没有向银行贷款及吸引外来投资商的加入等方法增加资金来源的供给。资金供应不足,施工时建设材料供给不足拖延施工进度,西藏旅游路线开发建设不能持续性的实施,甚至施工队被迫停止施工等待建设材料的到来等问题日益显著。

(三) 开发路线设计不够合理

旅游线路设计中冷热点搭配不当显得尤为突出。在旅游线路设计中冷、热旅游景点分配不合理,有的景点只设置热点,旅游者刚开始会对景点有好感度,但是渐渐地不能使游客心里上获得最大的满意度,造成了不必要的资源浪费,这些都是热点的弊端,它会使游客身心疲惫;有的景点只设置冷点,游客前往游玩的少之又少,甚至有的冷景点在地图上被忽略;有的景点冷热都有,但是西藏本身的特色表现得并不突出,缺乏身为西藏的美太过大众化;有的景点只能儿童及青年一代人群游玩,缺乏老年人群游玩的活动项目,不能满足老年游客的心理满足感。在游玩景点周围更是缺乏购物的好去处以及缺乏对客源市场的调查研究分析,突出旅游线路创新不够新颖、针对性不强等根本性问题。

(四) 旅游路线开发从业人员专业性不强

目前西藏的旅游路线设计优秀人才较少,具有高学历是旅游路线设计方面的人才少之又少。绝大多数从业人员设计出的路线不够新颖太过大众化。不仅如此,现有的从业人员中也只有一小部分是旅游路线设计专业毕业的,一些新人毫无经验可言。另外,在旅游路线设计专业的从业人员中具有实战工作经验的人员也不多,只是具备专业性的理论性知识。整体来讲,西藏地区旅游路线开发设计从业人员专业性不强。

四、西藏旅游路线开发对策

(一) 加大旅游商品开发力度

第一,西藏旅游路线开发后,旅游商品开发要得到重视,应该形成一定的旅游商品规模。可以建立西藏独有特色文化的纪念品、工艺品的生产基地,改变纯手工坊制作的传统手工工艺品旅游商品生产风格,形成一定量的规模经营方式,加强对旅游商品定点企业的扶持建设。不仅如此,还要建设具有品牌的进出口允许证明的中小型的旅游商品公司,逐步拓宽销售渠道促进西藏旅游商品的快速发展。

第二,开发知名品牌旅游商品。应该从传统化模式走向现代化

模式,突破原有开发思路,引进新潮独特符合西藏文化特色的新旅游商品思路。在旅游商品开发设计之初不要急于求成,要有充足的时间用于旅游商品的开发设计,加强开发设计的旅游商品的独特风格,更要提高商品的档次及商品的艺术性,加大对商品外包装的注重程度,形成一整套的良好品牌形象。此开发过程,让旅游商品不仅仅是一件艺术品,也要是一件生活不可缺品,逐渐开发具有层次化的旅游商品,使其逐步走进人民家庭中。步步递进地满足人民的日益增长的日常生活需求,形成进出口国知名的良好品牌形象。从根本处解决商品单一、结构老化等旅游商品问题。

第三,旅游商品开发应与西藏文化底蕴有机结合。其一,可以从西藏藏传佛教故事等方面着手,进一步整理深入挖掘,形成一整套完整的具有精湛印刷技术、色彩相适宜的专著书籍,更要有供游客闲暇时间游玩观赏、价格美丽的小读物。其二,可以将西藏著名景点风光印刷在船票、机票的后面,并适当给予优惠。其三,可以在印刷在邮票上供收集邮票爱好者购买等,适应不同层次的消费群体。其四,应该把宣传西藏佛教风光的拍成小短剧、优美歌曲制成光盘,供国内外游客留念,起到加大旅游商品开发的作用。

第四,旅游商品应该开发多种多样的具有艺术性的旅游商品,同时培育和建设一批具有区域特色、辐射性强的旅游商品,形成覆盖全省、全县的商品物资购物营销安全网络,建成广阔型、标准统一化、多元素、高效性的市场统一旅游商品体系。

(二) 拓宽旅游路线开发资金来源

第一,应该通过批发商、大型零售商作为资金的来源渠道。旅游路线开发的顺利进行,离不开资金的供给,资金融入不应再局限于政府、企业、个体的投资,批发商或者大型零售商拥有较强的渠道能力,能通过引流、会员共享等优惠政策作为条件,通过第三方支付平台拓宽融资市场形成大量的资金流通,供西藏旅游路线的开发建设。

第二,可以向旅游投资商发行旅游债券融资,债券是可以长期融资的一种方式,既能长期获取充足的资金,也能避税,发行债券有利于快速解决旅游路线开发项目施工时的资金不足的问题,实现景区和投资人的双赢。

第三,民间投资是一种融资的新方式,可以通过设立旅游优惠政策促进有能力的民众进行投资,可以参与股权或者向投资者提供景点优惠政策的方法,正确引导群众投资旅游路线的开发建设路线中来,促进旅游路线的持续性建设。

第四,还可以向银行申请贷款。旅游路线开发建设不能持续建设时,应该向银行贷款,先贷取维持路线开发正常施工的资金,供资金流通,贷款是最快速的资金来源渠道,加上政府政策的扶持,贷款会更加容易,资金融入更加便捷。

第五,应该加大引进外来投资者的资金输入的力度,但前提是引进的外资要严格遵循我国法律相关制度的,正当的引入、合理分配参与股权力度,有利于双方实现互利共赢。

(三) 合理设计开发旅游路线

在开发设计旅游路线是需要做到以下几点:

首先,应该搭配冷热景点设计旅游路线。针对旅游路线开发设计不合理的问题,设计一个景区旅游路线时,应该要设置多点热点项目、少点的冷点项目,使旅游者既玩得尽兴,也不会太过疲惫,旅游者会有种流连忘返的愉快感觉,带动西藏旅游经济快速发展。

其次,应该根据沿线旅游活动的规模和强度,游客的需求合理开发设计不同强度,不同类型的旅游路线。例如合理开发生态旅游路线,合理开发文化旅游路线,合理开发养生旅游路线等不仅能发现和挖掘西藏本身的特色,还能满足不同年龄层,不同阶层游客的需求。

生态旅游路线可以引导游客欣赏西藏各个地区的纯自然生态景观。如以珠穆朗玛峰国家级自然保护区为例设计生态旅游路线。

主要以珠穆朗玛峰主峰的生态环境结构为路线设计标准。规划沿线旅游活动的规模和强度,形成适合高原地区、适合年轻人喜爱冒险登山生态旅游路线。

文化旅游路线应该以欣赏民族风情为主,带领游客体验西藏民族风情。以琼结县为例,该县域内雪村这类冷景点就是有保持传统特色较好的村落与庄园。雪村沿村主路两侧民房的建筑风格保持良好。大多数寺庙和庄园的建筑形式仍然存在,壁画装饰仍然可见。该路线适合不喜欢强烈运动项目,喜爱细细品味文化底蕴和历史瑰丽的游客。也可以满足大家族出游的需求。

养生旅游路线应安排游客慢慢地步行,以养生休闲为主题,结合当地习俗日程安排游客参观旅游节、民间演艺等活动。在欣赏西藏风景的同时领略西藏独有的文化魅力,是平淡的旅游项目变得多姿多彩。该路线适合行动不便利的老年人和孩童居多的旅游团。

最后,旅游路线中的购物应该合理安排购物两次以下,物品种类应该多种多样。购物是一次完整的旅游过程所不可缺少的拥有纪念意义的载体,会成为今后珍贵的回忆。所以在旅游路线中售卖的文创用品,都应是当地手工制作,具有鲜明的文化特点,不仅可以自留用作纪念,还可以馈赠友人宣传西藏的美好,更能让游客结束旅游行程后,在家中睹物思西藏,由小小的文创用品可以勾起游客对西藏的回想。

(四) 提升旅游开发设计研究人员的专业性

一方面,要提高招聘质量。相关用人单位应该招聘本科以上学历高学历专业人才,学历越高越好,对旅游路线设计越有利;除了学历要求,还应该招聘旅游路线设计相对应的专业人才,知识和技能方面就越强,工作时能更好的适应,能更好的提升旅游开发设计研究人员的专业性。同时,为了吸引更多的人才,相关企业应提供相对较高的工资和福利待遇,吸引优秀的专业人才前来。

另一方面,要加大培训力度。企业可以选派从业人员送到国外进行专业性的知识技术培训,与外企合作,学习国外新颖的旅游开发设计新思路;除了外派培训,更多的要在企业内部以及行业内部进行培训,加大培训力度,增加培训时间;还可定期邀请行业专家进行讲座,对相关从业人员进行培训,提升专业性。

总而言之,西藏旅游路线的合理开发能够促进西藏旅游经济的增长,但要使西藏旅游路线更好的得以建设,就要注重旅游商品开发注重力度、旅游路线开发资金短缺、合理设计开发旅游路线、提升旅游开发设计研究人员的专业性以及与西藏本土文化的有机结合,提高旅游路线的设计,给旅游者带来不一样的体验。西藏旅游资源丰富,不仅风景独特秀美,人们也很热情,更是拥有藏传佛教等文化底蕴,这样也就更加吸引了更多前往游玩的旅游者。因此,西藏自治区与旅游企业应更好的抓住这一要点,开发旅游路线,以此吸引更多人来西藏旅游,带动西藏旅游经济增长的同时,也可以给游客带来不一样的旅游生活体验。

本论文为辽宁对外经贸学院大学生创新创业训练计划项目,项目编号:2021XJDCA046

参考文献:

- [1]易善君.国内旅游者西藏旅游路线情感体验研究[D].陕西师范大学,2018(12).
- [2]寇静,王斌,朱荣纬委员.建议建立市县“双环线”旅游线路[N].各界导报,2022-03-28(003).
- [3]张洁,刘昭洋,赵绮莹.8条主题旅游线路带你“临海寻仙”[N].烟台日报,2022-07-27(004).

作者简介:1.张艳飞(1999-今),女,内蒙古通辽人,辽宁对外经贸学院本科学士,在旅游管理专业学习。2.鲍彩莲(1972-今),女,辽宁营口人,研究生,教授,主要从事高校旅游教育以及旅游管理研究。