

论游客体验的森林旅游景区线路产品推广策略

付 艳 王祖才

(湖北生态工程职业技术学院 湖北武汉 430200)

【摘 要】随着社会经济的快速发展,人们物质生活水平的不断提高,对自身旅游体验越来越重视,这对森林旅游提出了新的要求。森林旅游企业要将体验营销的思想融入产品开发中,适应广大游客的需求,开发设计出让游客记忆深刻的森林旅游产品。基于此,本文从森林旅游开发现状及存在的问题入手,基于游客体验的森林旅游景区线路产品开发原则进行了分析,并提出了旅游产品开发、推广策略,以供参考。

【关键词】游客体验;森林旅游;线路;产品开发;推广策略

DOI: 10.18686/jyyxx.v4i1.70612

森林旅游也就是以森林、湿地等各种资源、环境为依托,集旅游观光、休闲娱乐、健身等各种活动为一体的旅游形式。在新时期,人们的消费需求在改变,不再只是停留在物质产品层面,更加追求自身体验。所以,森林旅游企业要结合消费者需求的改变,以旅游者为核心,设计、开发出更多森林旅游产品,以吸引更多旅游者的注意。

1 森林旅游开发现状及存在的问题

从20世纪80年代开始,我国林业部等各个部门都开始着手建设森林公园及自然保护区,在整个旅游市场中,森林旅游所占比重很大。近些年来,森林旅游整体情况并不乐观,还存在如下方面的问题:第一,各森林旅游企业缺少系统规划,存在着盲目开发的问题。生态旅游的兴起,导致森林旅游利润的虚增,使得很多地方都不约而同地将森林旅游当作新的林业经济增长点。但是还是有一些地方在进行森林旅游资源开发时,缺少深入调研,盲目投资后,出现旅游者少,入不敷出等方面的问题。第二,忽视了市场需求的改变。现在我国很多的森林公园的主要活动就是观赏动植物,以静态观赏为主,忽视了和游客之间的交流、互动,给游客提供的参与项目很少,这样,就无法强化游客的参与体验,使得森林旅游市场客源少,很多资源被闲置甚至浪费。第三,社区参与度较低。在森林旅游发展过程中,存在着忽略当地社区人们的参与合作。在旅游项目的开发、建设及有关政策制度制定时,极少征求当地社区人们的看法,也并未考虑与其合作管理、经营^[1]。

2 基于游客体验的森林旅游景区线路产品开发原则

2.1 主题鲜明原则

主题是体验的前提,若是没有鲜明的主题,旅游者就很难抓到主轴,就无法获得深刻体验。游客在整个旅游体验中,接触到的每个景点、事物,参加的各种活动都要和主题联系起来,以保证游客旅游体验前后的连通性,有利于游客整合自身的体验感受,从而产生深刻的记忆^[2]。

2.2 参与性、互动性原则

无论是哪种体验都是消费者自身所特有的感受。所以,体验的关键就在于参与。要让消费者获取到一个好的体验,体验的提供方森林旅游企业就要全面分析、把控可以调动游客美好体验的事物、景观,为游客提供趣味性强、

观赏性强的动态旅游产品^[3]。

2.3 差异性原则

不同的地区所处环境等各个方面的情况是不同的,在森林旅游景区线路产品开发时,无论是项目的设置,还是活动的选择都要适应各区域特征,要与竞争对手有差异。对于森林旅游来说,其差异化途径有:第一,率先进入市场,开发新产品;第二,开发的项目或产品很难复制,或要求很高,让其他进入者不能进入,突出体验的唯一性。

2.4 原本生态原则

游客在森林旅游中被旅游产品所吸引,会沉浸其中,获取直观体验。吸引游客参与森林旅游是森林资源的一大特色所在,太多的人造环境会让森林资源的这一原本特色被打破。所以,在开发森林旅游产品时,需要保持森林原本特色,不能盲目去破坏或人造,相关设施的设计风格要适应森林景观^[4]。

3 基于游客体验的森林旅游景区线路产品开发与推广策略

3.1 森林旅游景区线路产品开发

3.1.1 做好旅游产品、游客需求调研

旅游企业在开发旅游产品前要做好旅游产品的调研,经过对旅游者对旅游线路、交通条件、居住环境等各个方面情况的评价的调查;掌握游客对旅游单位已有服务情况的评价,比如,服务的质量、收费标准等;对旅游线路、项目的开发途径进行探索;对旅游经营企业或者是单位向游客推荐的旅游服务、旅游产品等的满意度及在社会上带来的效应加以分析。此外,还要对游客的需求层次加以分析,比如,对目标游客的年龄段、收入情况、思想观念、心理需求等进行系统调查、分析,再决定给他们提供什么层次的体验。还可构建游客信息管理系统,对游客的需求加以科学分析,将目标市场划分成多个需求市场,在此条件下,结合各目标市场特点,提供个性化服务,开发出游客所需的旅游产品。

3.1.2 做好旅游产品定位

对于同一旅游资源旅游产品开发方案是很多的,森林旅游产品的开发必须要基于已有的森林资源展开,综合考虑旅游市场需求。同时,还要对交通情况、经济水平等各项因素加以考虑,选择目标市场,做好对旅游产品市场的科学定位,从整体上提高产品的吸引力与竞争优势。市场

定位涵盖功能定位、消费群体定位、价格定位等内容。所开发的旅游产品需要将森林旅游地功能凸显出来。森林旅游地功能涉及接待服务、运动保健等。如果旅游地仅提供某种服务,必然无法满足游客的个性化需求^[5]。

3.1.3 做好规划设计

对于森林旅游景区来说,若是缺少系统规划设计就难以落实好它的建设工作。森林旅游要想得到持续发展,就需要做好规划设计。森林旅游本身就属于一种新兴的旅游形式,其旅游产品设计的创新性、规划的合理性是旅游产品是否可以适应市场需求,备受游客喜爱的关键因素。所以,在开发森林旅游产品时,创意、规划等都是很重要的。规划设计的内容可操作性要强,要具有创新性,要结合各森林旅游景区资源特色,构建属于自身的特色旅游产品。同时,还要更新森林旅游景区的旅游产品结构,形成特色产品,并保证产品类型的多样性、科学性。

3.1.4 开发康体休闲类旅游项目

现如今,人们的工作压力、生活压力等各方面的压力都很大,旅游成了他们放松心情,缓解压力的一种手段。所以,在开发森林旅游产品时,必须要重视康体休闲项目的开发,也就是多开发一些参与性强的项目产品。康体休闲作为娱乐性、健身性很强的项目,活动形式很多,比如说野餐、露营等。在进行旅游项目开发时,可将森林资源的生态系统功能发挥出来,多元开发有趣味性的、体验性强的项目或产品。例如,可通过森林旅游地有比较丰富的林业资源这一条件,筛选各种珍贵的植物种类,让游客加入自己营造青年林等具有特殊意义的活动中来^[6]。

3.1.5 开发创意、创新类森林旅游产品

可从需求、体验性等多个专题旅游特征去分析,森林旅游景区旅游产品本身作为新型的旅游产品,具有很强的欣赏价值。但受到多方面因素的影响,现在的森林旅游产品雷同现象十分严重。这与产品缺少创意、创新有很大的关系。森林旅游景区旅游产品的开发必须要出力求创新、要具有创意,创造出独具特色,能够体现旅游景区风格的产品类型,吸引更多游客的注意。要开发森林旅游产品,不能只局限于观光旅游,要开发多种旅游产品形式。如可开展花卉展等各种专项旅游活动^[7]。

3.2 森林旅游景区线路产品推广

3.2.1 重视旅游市场调研

为了更好地推广森林旅游产品,就需要做好市场调研,先开展旅游调查,并以此为参考做出预测,以免出现旅游经营决策失误问题的发生。对旅游市场的调研、预测是森林旅游景区线路产品推广的前提和保障。调研内容主要是消费者需求、价格等。

3.2.2 做好森林旅游的宣传促销

旅游宣传可以提高影响力,这是推广旅游产品最主要的方式。森林旅游景区要扩大客源市场,就需要采用科学的手段,开展全方面、多层次的旅游宣传促销活动。促销方式很多,如旅游刊物宣传、网络平台宣传等。同时,也可和知名的旅行社、企业合作,提升森林旅游景区的形象和影响力。

3.2.3 构建市场网络化系统,强化人才培养管理

要拓宽旅游市场就要对各项业务加以整合,比如说,林业系统除了要构建省际的联系外,还要构建市区、地方等之间的网络联系,要围绕中心城区进行旅游市场的开发。此外,要做好森林旅游产品的开发推广工作,必然离不开人才。人才质量关系着森林旅游资源开发经营状态的好坏。现在虽然森林旅游发展情况良好,但是既懂旅游,又熟悉经营方面知识的人才很少,为此,需要做好人才的培训、管理。相关旅游企业、机构或部门要加强合作,建立完善的人才培训、管理体制,培养一支高素质水平的人才队伍。这样,才能提升森林旅游企业的经营、管理水平。

4 结语

总而言之,森林旅游是一种新的旅游形式,是让人们回归自然、放松心情的一种休闲模式,也是刺激当地经济水平的关键。所以,在新时期,我们必须要对森林旅游有一个全面的认识,森林旅游景区线路产品开发,开发康体休闲类、创意、创新类旅游项目。同时,还要做好森林旅游的推广,重视旅游市场调研,做好森林旅游的宣传促销,构建市场网络化系统,强化人才培养管理,以更好地满足人们的旅游需求。

作者简介: 付艳(1985.6—),女,湖北洪湖人,学士,副教授,研究方向:森林生态旅游,自然教育;通讯作者:王祖才(1984.10—),男,湖北汉川人,学士,讲师,研究方向:药物检验及产品开发。

【参考文献】

- [1] 杨敏.基于游客满意度的乡村旅游景区体验产品开发策略研究——以三明月亮湾为例[J].安阳师范学院学报,2015(5):81-85.
- [2] 颜敏.基于游客体验和 ASEB 栅格分析的江苏森林旅游开发研究[J].时代经贸,2019(34):53-55.
- [3] 岳冬菊,尚新媛,曹美容.基于游客体验的西安市遗址主题公园旅游产品开发研究[J].西安文理学院学报(自然科学版),2020,23(1):70-74.
- [4] 董正秀,杨艳.基于旅游者体验视角的智慧景区感知与发展策略研究——以南京中山陵智慧景区为例[J].商业经济,2018(12):51-53+95.
- [5] 尹立杰,丁洁.基于游客体验的旅游景区质量提升策略研究——以南京灵谷寺旅游景区为例[J].商业经济,2020(12):114-115+166.
- [6] 梁滔滔.基于游客体验的广州低碳旅游市场开发研究[J].太原城市职业技术学院学报,2017(12):51-53.
- [7] 彭艳.基于游客体验的智慧型旅游景区建设研究——以南岳衡山为例[J].度假旅游,2019(0):181-182.