

沈阳故宫景区发展现状及对策研究

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: 沈阳故宫景区面积广阔, 建筑布局复杂, 是国家的 4A 级景区。但是沈阳故宫景区在对旅游资源开发利用方面还是存在一定问题。本文通过对沈阳故宫景区发展过程中存在的问题进行分析, 进而为沈阳故宫景区提出了相应的发展对策, 期望可以对沈阳故宫景区的发展提供一些理论性的参考, 以促进沈阳故宫景区的可持续发展。

关键词: 沈阳故宫; 问题; 对策

Abstract: Shenyang Palace Museum Scenic Area is a national 4A scenic spot with a vast area and complex architectural layout. However, there are still some problems in the development and utilization of tourism resources in Shenyang Palace Museum Scenic Area. This paper analyzes the problems existing in the development of Shenyang Palace Museum Scenic Area, and then puts forward corresponding development countermeasures for Shenyang Palace Museum Scenic Area, hoping to provide some theoretical reference for the development of Shenyang Palace Museum Scenic Area, so as to promote the sustainable development of Shenyang Palace Museum Scenic Area.

Key words: Shenyang Forbidden City; Problem; Countermeasure

沈阳故宫位于辽宁省沈阳市沈河区, 是清太祖努尔哈赤以及清太宗皇太极的皇宫, 与 1625 年开始建造, 1636 年建成。清朝入关后, 故宫被称作“陪都宫殿”, 后来才称为沈阳故宫。1961 年, 沈阳故宫被国务院确定为第一批全国重点文物保护单位。2004 年 7 月, 作为明清皇宫文化遗产扩展项目列入《世界遗产名录》。由于沈阳故宫本身资源的唯一性和独特性, 沈阳故宫在国内外的知名度比较高, 其旅游吸引力也比较大, 但是依然有着发展的提升空间。

一、沈阳故宫景区发展过程中存在的问题

(一) 基础设施不够完善

首先, 沈阳故宫景区内及其周围存在问题中比较棘手的就是卫生间的问题, 现可使用卫生间的数量较少, 尤其是旅游旺季的时候, 需要长时间的排队, 卫生间及其周围整体环境卫生条件也相对较差。

其次, 在停车场建设上, 可提供停车位承载力偏低, 在管理方面存在些许不足, 存在乱停车和游客及其宠物在街边拍照等阻碍交通正常运行的现象。

第三, 沈阳故宫景区周边住宿建设上比较完善, 但是住宿环境条件较为单一, 房间装饰和住宿地点的内部装修上有些单调, 缺少富含“清文化”特色的住宿环境条件。

最后, 沈阳故宫景区在综合设施建设上相对不够完善, 景区内可供游客休息的椅子较少, 可供游客避暑、躲雨、防寒的场所较少, 景区内的一些指示牌存在道路景点指示不清的现象, 医务室建设也不够完善。

(二) 景区产品开发深度不够

沈阳故宫景区的旅游产品开发深度不够, 故宫景区有着深厚的文化底蕴, 但是对于文化内涵的解析内容开发很少, 景区内大多仅限图片展览或者在栏杆保护下的远观, 大多都是仅限于游览观光的开发模式, 缺少产品创新和产品文化内涵的挖掘, 更缺少游客参与以及游客互动的内容。

(三) 从业人员综合素质相对较低

沈阳故宫旅游景区现有的从业人员整体综合素质较低, 他们大多数人仅在上岗之初参加了短暂的上岗培训就走上了工作岗位, 甚至

有的人还没有经过培训过程就走上了工作岗位, 他们的专业知识以及专业技能较差, 服务意识不强, 尤其缺乏主动服务意识, 在涉外服务方面更是存在差距, 尤其是从业人员的外语沟通能力比较差。

(四) 宣传力度不足

沈阳故宫景区宣传促销存在一定的问题, 在对客源市场研究工作上有些薄弱, 对客源对象的宣传促销工作没有很好的根据年龄段做出研究, 宣传手段有些陈旧; 在宣传方式上比较单一, 依然大多采用传统的宣传方式, 甚至仅仅借助先前的知名度而不更新宣传内容, 不注重创新; 对新兴互联网平台投入的精力较少, 网络建设有些滞后, 表现在以旅行社、新闻为主, 缺少更多与消费者互动沟通的板块; 在宣传品制作上存在一些空白, 在宣传手册、录像带、VCD 等制作上, 没有很好的将宣传的内容与历史融合, 缺少趣味性、知识性、故事性的渲染; 在宣传工作开展上有些困难, 景区内负责宣传的专业人员稍显匮乏, 对各类活动的开展宣传存在不到位的情况, 缺乏创新。

此外, 在宣传上的资金投入也稍有欠缺, 宣传力度不足。

二、沈阳故宫景区发展对策

(一) 完善基础设施建设

第一, 故宫景区应适当增加公用卫生间的数量, 加强公用卫生间建设, 建设与沈阳故宫景区整体建筑风格相吻合的公共卫生间, 使二者相得益彰, 卫生间要配备良好的通风系统, 保证公用卫生间内空气畅通, 保证卫生间的供水、供电设施供应; 安排专门人员对卫生间内外的卫生进行定时清理工作, 安排专门的管理人员负责公用卫生间的管理, 做到发现问题及时解决。

第二, 在缓解停车承载力压力上, 应对现有停车地点进行轻微改造, 扩建周边一些闲置区域, 增加可用停车面积, 用绿化带隔离, 植树种草, 做到人、车分离; 还可以在旺季的时候租用附近停车使用, 缓解游客停车难的问题; 沈阳故宫景区还可以在节假日、旅游旺季应安排专人负责停车场及周围交通管理外, 还应联合交管部门共同维护交通秩序, 保证交通运行的畅通。

第三, 沈阳故宫景区应借鉴凤凰古城、大理古城、丽江古城等开发建设, 改造住宿环境, 开发别具一格的具有清朝文化特色特点

的住宿设施,应联合景区周围商家、酒店等,对现有可改变的一些环境条件进行局部改造,应以清朝特色为主题结合现代化发展对住宿地的大堂以及住宿房间装修改造,桌子、床、沙发、柜台等应以古代客棧摆放样式为参考。在推出的餐食上应以清代的菜品、菜色以及菜名为基础,结合现代人的口味进行改变。相关服务人员的工作服装上也可以以清朝服饰为样板,设计结合适应服务人员工作要求的蕴含文化内涵的工作服装。

第四,在不损坏景区整体形象的前提下安置一些休息椅供游客休息,在一些荒置地点开辟出一个或多个固定场所,提供给游客作为避暑、躲雨、防寒、休息之用,这些的建筑模式都要和故宫整体建筑模式相协调。还应加强医务室的建设,增加医务室里紧急救助设施设备,对相关医护人员也要严格选用。

第五,应对指示牌重新设计,尤其是对位置指示有些模糊的,做到看的懂、指的清,设立特色指示牌,做到与知识、趣味相结合,在一些地点设立相应的警示标语,预防安全事件的发生。

(二) 加大景区产品的开发深度

沈阳故宫景区应对旅游产品进行深度开发,要以体验性原则为中心,注重游客的情感,为游客提供统一化或个性化服务,让旅游者从浅层观光的一次消费过渡到深层体验的二次消费,在展示各个大殿内部或外部设立相应的物件,让游客亲身进行深度体验。

沈阳故宫景区的旅游产品设计应以主题性原则为指导基础,又应做到以差异性和参与性为目标,对旅游项目的策划、线路设计到情景的体验进行深度开发,不破坏景区内原有特色,体现本色,将智力、实践、体验三者结合,可设计一点、一条或多点、多条的路线,开通特色交通方式,如马、马车、肩舆等,让游客亲身体会清朝时期的交通模式。

在景区内可以搭建舞台或者根据史书记载复原当时的表演舞台,让游客在观看表演的同时可以进行互动式体验;结合古代与现代节日、礼仪与习俗等,创建新风尚,在这种对资源进行整合的背景下,开展各项文化活动,尤其是对满清节日的建设,如春节时将代表“红、镶红、黄、镶黄、蓝、镶蓝、白、镶白”八旗人的旗子挂到故宫景区,在正月十五举办元宵节,在正月二十日举办满族妇女的节日走百病等,让游客成为“主人”,成为参与者和表演者。

还可以古今结合,在不同的路口或宫殿设置各种闯关形式的“文化障碍”,让游客直面沈阳故宫文化以及相关历史文化,游客答题闯关,配合适度挑战,既可以提升游客的知识面,又可以提升游客的游览兴趣,同时也增加了游客的参与性,体现故宫游览的独特性和主题性。

(三) 提升从业人员综合素质

第一,加大培训力度。相关管理部门和管理人员应注重对从业人员的综合素质培训,加大培训力度,增加培训时间。可以在景区内部进行专业知识以及专业技能培训,也可以参加行业培训,培训时间也可以相对延长,尤其是旅游淡季时候的培训时间要相对延长,同时培训人员的涉及面也要比较广,更要进行有针对性的进行培训,即针对于从业人员,也针对于服务内容。还可以定期或不定期的邀请行业专家进行培训。同时,还要加强对从业人员的外语语言能力的培养。

第二,提升招聘门槛。景区在招聘的时候适当的提升招聘门槛,比如适当提高学历要求以及外语能力的要求,甚至可以在招聘时使用外语进行招聘,考查应聘人员的外语语言能力;也可以高薪聘请

专业人才的加入。

第三,和相关院校合作。沈阳拥有着得天独厚的院校优势,故景区可以和这些院校进行合作。一方面可以委托旅游相关院校对从业人员进行短期专业知识以及外语语言能力提升,提升从业人员的综合素质;另一方面,景区可以直接招聘相关旅游院校的优秀毕业生加入从业人员队伍。

第四,选派学习。景区可以在从业人员当中选派部分人员到相关企业进行学习和锻炼,甚至可以选派人员出国进行学习,也可以将这种选派出国作为奖励和激励手段,提升从业人员提升自身综合素质的动力。

(四) 加强宣传力度

沈阳故宫应该进一步扩大自身的知名度和影响力,现在是网络时代,重视并利用好网络等新兴媒体,创新媒体宣传渠道和手段。对内应加强沈阳故宫的网站建设,网站内加入“食、住、行、游、购、娱”的相关旅游信息;联合相关部门或企业举办公益活动、旅游专项活动或栏目;结合新兴媒体传播方式,如微信公众号、直播、浏览器广告、宣传片、视频播放 APP 广告等,尤其是对微信公众号的建设,应加强订票、购票、购物等模块,此外,还应实施相应优惠措施,如微信转发点赞减免门票、亲子游打一定的折扣、使合作银行的信用卡打折、沈阳居民持居民身份证打折等措施。对外应联合国内外媒体、网站,发布沈阳故宫景区的相关信息、报道、介绍,以及民间故事和神秘历史点等等,吸引更多的游客。还可以充分利用名人好事造势,增强宣传吸引力。

应该利用故宫独特的建筑以及文化制作具有故宫特色的宣传手册、录像带以及宣传影像制品用于宣传,这些宣传品也可以制作成比较精美的纪念品,在宣传的同时还可以带来一定的经济收入。更可以设计开发独特的旅游纪念品,在这些旅游纪念品上印制上故宫的独特 logo,在售卖的同时也可以扩大宣传。

另外,要加大在宣传方面的资金投入以及宣传专业人员的引进,提升宣传的专业水平,注重宣传内容的创新性和针对性,进而提升宣传效果,扩大知名度。

总而言之,沈阳故宫景区的旅游发展事业,从开始对外开放到现在,已经有了长足的发展,取得了很大的提升,有了较大的知名度。但是其在旅游开发过程中也出现了一些不仅如此人意的地方,随着诸如从业人员综合素质的提升,随着产品内涵的不断挖掘和创新,随着各方面设施设备的完善,沈阳故宫必将走向一个更为宽广的发展道路,为地区的经济发展增加一抹靓丽的风景。

参考文献:

- [1]李婉娜.世界遗产景区的保护与可持续发展——以沈阳故宫为例[J].旅游纵览(下半月),2015(07)
- [2]马一芒.沈阳故宫旅游纪念品地域文化转化探析[J].旅游纵览(下半月),2020(04)
- [3]李雨泽.沈阳故宫[J].中国地名.2020(11)
- [4]陈洁.从旅游角度构建关外满清文化遗产保护模式——基于“遗产廊道”保护模式的应用[J].才智,2015(08)
- [5]蔡雪.沈阳故宫博物院早期历史研究[D].吉林大学.2021
- [6]董昀,刘威,芦博文.基于沈阳故宫历史文化的文创产品设计研究[J].包装工程,2017(02)

作者简介: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。