

营销导向旅游产品

规划模式与案例研究

——以湖南省郴州市为例

许 峰 杨开忠

【内容提要】 基于对国内外旅游发展规划演进的认知,本文分析了面向全球化市场需求的营销导向旅游规划概念提出的必要性及其特点,并着重论述了旅游产品规划设计的基本理论模式,最后以湖南郴州旅游产品规划为例进行了实证研究。

【关键词】 营销导向 旅游产品规划 郴州

随着国民经济的持续快速健康发展,旅游业在经济发展过程中的位置越来越重要。“搞好旅游业发展规划,引导高层次开发和可持续发展”则是加快旅游业发展的首要工作。而旅游规划的核心是旅游产品的开发策划,其成功与否直接关系到旅游规划的编制质量以及区域旅游发展战略目标的实现。国内现有的旅游规划模式正处于演进发展之中,探讨可操作的、具有创造性的旅游规划模式具有重要的实践指导意义。

一、国内外研究现状

关于旅游规划研究的国内外文献还是有相当数

量的。国内学者比较多的着重研究旅游系统规划的一般抽象理论分析,对旅游规划所要研究的要素及其关联、系统结构及自身完善与外在整合等方面进行宏观层面上的描述、分析与探讨。有些学者则关注旅游规划的科学性建设问题,从研究方法、发展现状和指导思想等角度对旅游规划的编制提出了不同层面的见解。而从实际操作的理论模式出发,探讨旅游规划编制体例结构的文章尚不多见;少数与之有关的论文只是将某一区域的旅游规划成果进行了初步的总结,或者对已有的规划范式进行汇总,尚没有从营销地方的角度探讨旅游规划编制的模式演进发展。由于旅游规划牵涉面极广,不同学者因其出

收稿日期:2002.12

作者简介:北京大学中国区域经济研究中心,北京 100871;杨开忠为博士生导师。

身背景的差异从而在规划中对要素的选取、权重的倾斜、内容的表达等多方面都各有千秋。其中值得关注的是比较全面论述旅游规划编制的理论著作已经出现,在规划体系的构建和国外成果的借鉴等方面具有开拓性的意义。但另一方面由于旅游规划涉及地理、经济、管理等多学科理论,旅游规划理论模式的探讨不力、旅游规划质量问题的出现也就不足为奇。

国外学者的研究起步较早,到现在已经形成了比较成熟的内容、方法和程序,出版了大量的理论文献,并已为我国学者分析研究和引入借鉴,其中可持续发展的旅游规划思想代表着当代的主流。由于发轫于市场经济体制健全的社会结构中,国外旅游规划研究比较明显地表现出两大特色:一是对市场信号的敏捷反映,其主流研究的方向往往是频繁动态变化、更加注重实践性强的问题研究,在研究过程中并无统一的模式体例,只是在局部有所尝试;二是对地方的充分尊重,由于权在地方,规划者通常高度谨慎地对待旅游地社区的深刻社会问题,侧重旅游地可持续开发实现的机制与途径。

笔者认为,在我国正处于旅游大发展时期的基本情况下,应结合地方旅游实证研究的经验教训,充分吸收国外学者面向市场、敏捷应动的长处,探讨在区域治理过程中综合各学科之长寻找适合我国实际情况的旅游规划模式。

二、营销导向旅游规划模式的初步提出

(一)规划要求的发展

当前全球正在经历“三化历程”,即全球化、信息化与生态化,并在此基础上逐步建立全球统一大市场。对于旅游业来说,全球化意味着资源环境平台的拓展,每一个旅游地都基本上处于大大小小不同的系统之中,全方位开放理念的构建势在必行;信息化意味着旅游心理距离的最大化缩短和潜在旅游市场的无限扩大,旅游经济活动也必将发生根本性的转变;生态化的本质则体现为协同人类影响的社会系统动态均衡,对传统静态旅游规划的模式提出了更高的要求。

(二)规划模式的演进

旅游规划的主要内容具有相对的稳定性,采取何种模式虽无一定之规,但其差异性反映出指导思想的不同。我国早期旅游规划者多从地方自身的资

源条件出发对规划内容逐层推进;其后,由于市场信号作用的加强,动态规划模式开始出现,市场分析与资源分析并重,多学科介入,并强调市场需求信息的决定作用;当前,旅游规划的核心倾向于地方能力的培养,因此“产品导向”规划模式突显。为了进一步将地方产品培育成为市场品牌,要求规划能准确反应全球市场环境和竞争格局,“营销导向”旅游规划开始出现。

(三)营销导向规划的基本特点

营销导向规划的提出尚处于不断完善的过程,该模式的重要特质是在旅游规划这样一种区域研究内容中全面引入工商管理概念,将区域作为“企业”,将区域旅游作为“产品”在全球范围内营销,打造旅游地独特的、发展的“企业品牌”,强调营销地方思想对于各相关学科理论的统领作用。其主要特点如下:

1. 营销观念贯彻始终。规划本身便是一种营销,完美的规划在区域旅游发展中的应用是营销过程的延伸。营销理念要有全面的体现,例如资源分析不仅要分析已有的、而且要分析没有的,不仅要比较全球范围内同类别的组群、而且要比竞争互动的其他区域;同样,产品规划要从营销角度出发,在分析市场基本情况的基础上根据营销地方的要求编排旅游产品网络。营销观念的渗透应当是切中根本的质变过程。

2. 突出战略管理的统领作用。战略管理是宏观管理层面的重要支撑,在营销导向规划中规划区域所有旅游开发行动都是从属于统一的战略体系下,具有内在关联性。战略是营销导向规划的骨干,从制定到实施再到反馈,最后实现修正都是环环相扣的。

3. 强调产品的创意与策划。目前,可操作性的、在战略目标下结合市场需求与地方条件的产品开发方案十分匮乏。营销导向规划对于产品的整合开发跳出市场与资源的框子提出总的目标,而后根据与目标的差距提出市场的促销方案与地方的建设要求。这种逆向的思考过程既保证了对科学性的要求,又使得实际工作有了较为可行的行动计划。

三、产品规划的理论框架

营销导向规划模式的最终建立尚待时日,脱胎于旧有框架的模式创新是通过局部突破实现的,作

为规划核心之一的产品规划设计理应成为首要的关注点。因此,我们首先从旅游产品规划模式的发展研究入手,与学界同仁共同探讨该模式的完善与改进。

(一)基本模式

对于旅游地来说,旅游产品的含义首先要立足于确定的地域空间,从供给的角度整合吸引物、服务、交通、信息和促销5类要素。其规划模式应该推进具体组分的市场应动能力和旅游地方营销,对景点、景区和设施,生活、解说及导游,线路、工具及组合,导引、咨询及资料和节事、节庆及活动实施统筹考虑、系统开发的模式。Gunn的旅游地域系统开发模式为我们进行地方旅游产品开发提供了基本点线面组合的研究思路,在一定的环境地景借由旅游发展核心带动以旅游交通为连接组织散落的观光游憩景观组群,而模式的若干变异充分说明了地方在规划中的作用。通过实际工作的研究,笔者认为在规划过程中我们不仅要通晓意义上的“吃住行游购娱”六要素视为统一的产品,而且突出要素在时空开发序列中的安排布置。在历史、资源、环境(包括市场)分析的基础上,从旅游产品的物质实体出发,以不同的地域单元为研究对象,将开发战略和行动计划的研究内容明确为发展极核及其选取、旅游景观及其组合、旅游线路及其连接和若干重点旅游区域的总体分析,从点、线、面三个角度全方位组织旅游产品开发规划(见图1)。

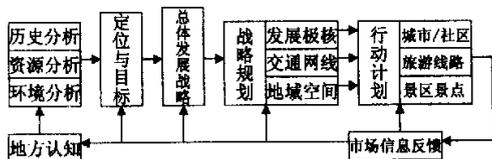


图1 营销导向旅游产品规划的模式

(二)重点内容

1. 发展极核的确定。营销导向规划中发展极核的选取有着特定的模式,即在历史、资源、环境、市场分析的基础上,并不急于对旅游资源进行分区或创意,而是在明晰旅游地域系统总的空间格局基础上面向核心客源市场确定旅游流中转集散的核心地域,确定不同等级的旅游发展极核。而非仅仅从现有的城镇体系规模出发,将区域割裂于外在系统、独

立的进行规划设计。

2. 交通网线的连接。在发展极核附近都会分布有一定的产品要素,而极核本身通常也是重要旅游城市或度假地。因此围绕极核便会形成相应的旅游网络体系,成为旅游产品组合的生命线。交通网线的连接要形成环线,并发挥带动不同节点协同发展的作用。

3. 地域空间的布局。落实到旅游地实体空间的产品设计要强调面上要素的整合,也就是不同功能之间的匹配问题。而这种整合是统一于优秀的创意策划指导之下的,可以发挥地方优势,培育地方发展核心能力的。地域之间具有层次结构性,旅游产品在统一的地方形象之下也有丰富而完整的层次体系。

四、实证研究

(一)战略定位与极核确定

郴州是湖南省南部与广东省交界的重要城市。以郴州城区为核心、以外围的山水双环线的“同心圆”格局,是郴州山水生态城“整体产品”设计的理念基础。小内环以人文景观和开发成熟的自然景观为主,由城区地带沿公路向东北方向至资兴进入“水环”核心东江湖,是近期生态旅游产品开发的重心,最外围则是桂东、汝城一带的“山环”,旅游产品的组合偏向以自然风光的利用为主;向南则分布有非常重要的“山环”核心区莽山,并结合三江口森林公园继续向东北方向延伸;山水西环则以欧阳海水库和连绵的山地为表征,属于中远期重点开发区。

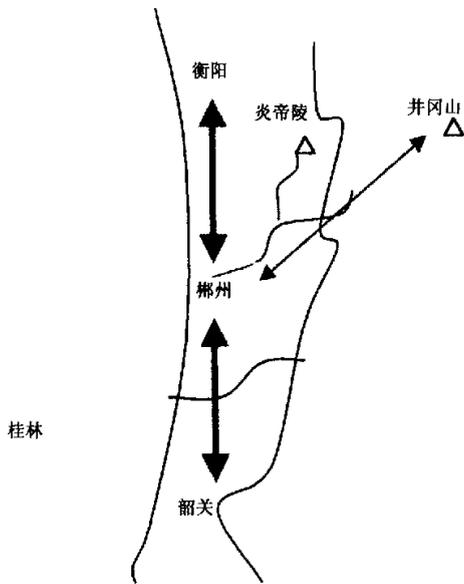
目前,郴州旅游开发在地域上主要集中在东部东江湖、莽山、温泉等比较著名的成熟景区,旅游环线具有优先开发的景观依托,尤其是东半环景观的观赏效果突出,西部外延地区因交通条件制约,开发迟缓,但随着郴资桂高等级公路的建设和地方经济发展的起飞,可望改变。

根据发展现状和潜力组织好郴州城区、东江湖和莽山的核心产品带动作用,面向核心湘粤市场确定“金三角”旅游发展极核,即将旅游发展与地理轴线上的主要城镇的建设结合起来,从而使“东部扇面”逐渐成长起来,在主要旅游产品之间形成旅游核心带。因此,重点建设的发展极核为郴州城、汝城和宜章三个城市,而资兴的开发则在大区域概念上融入郴州城区,中远期则要重点建设桂阳、永兴,规划期末争取主要城市都有比较完善的旅游开发局面;

最后要建设为“网络式”环状发展格局,使郴州市的主要旅游景区都有层次性的目标市场,成为湖南省重要旅游节点和湘粤港澳旅游带的旅游中心。

(二) 游线廊道组织

1. 区外入网。郴州的旅游中心城市的作用虽然不突出,但在衡阳和韶关两大旅游分流地的带动之下可以逐步成为区域旅游的节点。目前郴州区外旅游线路的开发以南北线为主,东线为辅,西线次之(见图2)。



衡阳和郴州是湖南4大旅游精品线路之南线,其中衡山是旅游核心吸引物;韶关是广东的北大门,丹霞山和温泉度假是其主导产品。南北主线连接与强化是区外线路设计的重点。东线目前是山区,但具有国家级景区景点,如炎帝陵和井冈山,有较大的差异性和互补性,可以用来组建旅游网络。但近期形不成比较大的区际旅游线路。桂林虽然是著名的旅游城市,但目前充当不起带动区域旅游发展的“极核”作用,因此西部的发展必须依靠内部游线的带动,靠近南北主游线做文章。

2. 区内突出文脉。区内旅游线路网络的建设并不是数理化的架构,而是追索历史、秉承文脉的具有生命力的“活线”,这也是设计游路的基本条件。郴州旅游线路网的基本概念是“环状”,以城区内环为核心、外有山水双环相连的“三环网络”,成为循环

发展的生态链接。旅游环的主文脉为“寿山福地”及其在山水之间的延展,最终归结为“健康身心”的大众概念。而环的设计意味着旅程的圆满结束。东部半环和城区环发展比较迅速,是近期建设的重点,中远期要争取完善西半环。其间的关键是城区内核的建设,即城市的枢纽作用将是启动旅游线路建设完善的内动力。

(三) 产品策划

1. “一水”之东江水域风光带。郴州的“一水”是以东江湖为核心的整体景观水域。从地域构成上,它起自汝城热水温泉,经由凉滩码头顺水而至东江湖库区,畅游之后抵达苏仙区的飞天山,最后在永兴便江龙华山结束。远期包括欧阳海、青山垌等水库。

东江湖主景区“情爱画廊”线。东江湖主景区与郴州“山水城”相呼应,建设“中国清水城”,围绕水文化做文章,力争成为国家生态旅游示范区。结合资兴水资源综合利用之清洁工业项目的建设开发生态型产业旅游;在全国首批建设“生态旅游示范区”、编制“中国21世纪生态旅游纲领宣言”、建立“国际生态旅游节”景观中心广场,在资兴市区开发“水文化”系列旅游项目。

翠江“飞天侠侣”线。飞天山风景旅游区之“飞天”意境与中国古代文化有某种意义的契合,而这种认识也就成为“飞天侠侣”线主题立意的基础。可借景“武侠文化”的主旨立意,建设“飞天侠侣”线,展示中国侠文化的真谛。根据武侠小说的意境和场景,修建具有“侠侣”情怀、风格古朴的景点、设施、碑刻等。利用飞天的浪漫主义色彩,以神秘、忠贞、传奇的爱情为飞天山旅游风景区的旅游形象基调,对外宣传推广。

便江“龙华胜景”线。东江湖下游永兴龙华山便江游线区位优势明显,属于快速增长区。树立“龙华胜景”的品牌形象,主打水上风光和佛国仙境两大主题。建设古色古香的引景空间,强调由旅游区的亲水性和面水性所形成的单向景观空间,突出“一水环绕处,佛光普照来”的理念构想,重点将丹霞坦洞的奇异与佛教文化的内涵结合起来进行开发。

汝城热水温泉。位于湘南边陲的热水镇是“一水”概念的延伸,要树立大区观念力争自成系统并与汝城的发展结合起来,形成体现山中小城特色的以温泉为主的休闲度假旅游区,并开发会议旅游。要加强民间建筑风格的保留与维护,突出“热水小城

镇,温矿泉之乡”的山乡文化特色,近期重点开发三省交界市场。

2.“一山”之莽山原始森林山地旅游带。莽山具有一定的开发成熟度,成为近期“一山”的代表。其它如八面山、天鹅山、诸广山等虽然因交通条件不便开发滞后,等到条件成熟时也具有可观的开发价值。莽山拥有我国东南部保存最完好、面积较大的原生型森林植被和丰富的动植物物种资源,要构造以“奇异风光和奇特民风”为主要内容,以“观光、探险、度假、会议”为主题,创建全方位开发的国家级综合型森林旅游区。永昌坪基地为“莽山蛇乐园”选址,建设科学中心、繁育中心、表演中心等,发挥莽山稀有蛇种的优势。

3. 郴州生态城。郴州城区呈现“群山环绕,一线穿行”的景观构图效果,其经济发展的重心比较明显地沿交通干道在郴州市区形成发展集核,这是我们开发城区游憩商务区的根本切入点。近期重点开发西部,向107国道延展。在郴州城区外围,五盖山国际狩猎场、万华岩风景旅游洞穴、仰天湖南国草原型休闲游憩旅游区、苏仙岭历史文化区、王仙岭城市生态园等共同形成密集的环境游憩带,突出服务郴州城区的功能。

4. 重要新产品。“濂学”(周敦颐与《爱莲说》)是郴州独有的文化财富,建议濂溪书院及其濂溪祠设计方案分为三块:一是纪念性建筑;二是实用性设施,三是游憩性场所,同时也作为夜间活动中心。五岭广场现代城市风光区要精致化游憩活动设计和高档次化周围接待设施建设,广场要与游憩商务区相衔接,并推广生态型智能化建筑,临街面要进行艺术化设计,安排鲜花阳台和绿地林道,增强观赏性和舒适感。建设成为郴州的文化娱乐中心,与老城区的RBD、苏仙岭一起形成郴州城区三大旅游核心产品。

5. 节庆活动。郴州国际生态旅游节:依托环境良好、内容丰富的“山水林洞”举办“生态旅游节”可以成为郴州旅游的亮点。要争取树立中国优秀生态旅游地的形象,率先打响“生态旅游名城”的旗号,以“山水环线”的自然情怀和“神农精神”的人文传承树立品牌。项目策划有:水文化系列活动、体育活动、生态环保活动、水资源产业旅游等,形成“名水,名城,名品”的整体开发模式。南岭诸山山地公园活动,以莽山、三江口、八

面山等南半环同系适合开发具有挑战意味的探险、科考、修学等专项旅游活动,可举办森林探险、火把节、攀岩比赛、野外生存训练等户外、自助、健身等系列参与性较强的旅游活动。配合生态旅游节开发郴州旅游的夜间活动,不仅延长了旅游活动的时间,而且可以营造出郴州旅游的远古神韵,例如夜间赏莲、逛夜市、茶楼消夜等,并且可以有意识的开发一些夜间的大型广场文娱活动。

中国劝农节:利用中国农耕文化和郴州地方条件的双重优势,邀请重量级国内外领导人和知名学者,在“寿山福地”的郴州开展一系列活动,例如召开农村工作会议、宣传农业政策与科技、展示农业文化与特色活动、结合地方民俗开展参与性旅游活动,并上山下乡到农户,提倡回归乡野的自然旅游。从远古的神农文化,到历史上著名的劝农碑,最后发展到今天的在郴州各地流传的农耕民俗,无不展现出郴州在农业——这一深植于中国文化本源的领域内所具有的独特优势,反映了农耕文化的延续与传播,是一种提升了的具有地方性的文脉传承。拟建中的郴州“稻仙园”现代农业示范区就是以此为基础建设的。可以报请湖南省支持和国债支持,将其作为郴州市的重要发展项目纳入规划,建设倡导农业文化、重视持续发展的新郴州。

参考文献:

- [1] 陈伟. 试论旅游规划的管理功能系统. 桂林旅游高等专科学校报, 1999(4)
- [2] 柯显东. 旅游规划工业的几点思考. 广西林业科学, 1999(1)
- [3] 吴人书. 旅游规划的定位与定向. 人文地理, 2000(2)
- [4] 杨新军, 刘家明. 论旅游功能系统——市场导向下旅游规划目标分析. 地理学与国土研究, 1998(1)
- [5] 李立华. 论中国旅游可持续发展的规划策略. 山地学报, 2000(1)
- [6] 彭德成. 对我国旅游规划工作的现状、问题与对策的研究. 旅游学刊, 2000(3)
- [7] 祁黄雄, 林伟立. 景观生态学在旅游规划中的应用. 人文地理, 1999(1)
- [8] 邹再进. 旅游规划系统集成方法论. 重庆师范学院学报(自然科学版), 2000(3)
- [9] 刘峰. 旅游系统规划的实施途径与案例研究——以宁夏回族自治区为例. 地理科学进展, 2000(3)
- [10] 吴必虎. 区域旅游规划原理. 中国旅游出版社, 2001

(责任编辑 李瑞萍)