

淮安周恩来故里景区发展现状与对策分析

赵雅茜 王恒

(辽宁对外经贸学院区域旅游研究中心, 辽宁大连 116052)

【摘要】: 淮安周恩来故里景区作为我国红色文化的重要景区, 在淮安城市文化中扮演着重要角色。通过文献分析、实地调研等方法, 对淮安周恩来故里景区的发展现状、优势与不足等进行了深入分析, 发现了景区现存的诸多问题, 包括: 历史文化特色亟待加强, 景区营销工作不够充分, 游客互动沟通模式缺失, 周边旅游产业开发不足等。同时, 针对上述问题提出了相应对策, 包括: 加强景区文化传承, 充分开展营销工作, 搭建游客沟通体系, 完善产业链的开发等。

【关键词】: 旅游发展 对策研究 周恩来故里 淮安

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A doi: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.34.008

1 淮安周恩来故里景区发展概况

周恩来故里景区位于江苏省淮安市淮安区永怀路 2 号, 景区包括周恩来纪念馆、周恩来故居、驸马巷、河下古镇, 总占地 3.15 平方公里。区域内拥有水域风光、生物景观、遗址遗迹等 6 大主类、18 亚类、83 种基本类型资源, 旅游资源单体总数 100 多处。除了拥有丰富的旅游资源, 周恩来故里的历史、人文内涵厚重。周恩来故里旅游景区 2011 年被表彰为“全国红色旅游先进集体”, 2011 年被命名为“江苏最美的地方(五星级)”, 2012 年入选“长三角 100 个不得不去的地方”, 2015 年 10 月, 周恩来故里景区正式获批国家 5A 级旅游景区、2017 年, 周恩来故里旅游景区共接待国内外游客约 240 万人次, 实现旅游收入约 20 亿元, 知名度、美誉度不断提升。

2 淮安周恩来故里景区发展中的问题 2.1 历史文化特色亟待加强

根据周恩来故里景区运营发展的介绍能够看出, 景区是具有丰富的历史文化的, 但是在景区发展的过程中, 历史文化的特色展示不够充分。随着旅游行业市场竞争的日益激烈, 周恩来故里景区在发展过程中融入了较多的现代化发展模式。这样虽然能够满足客户的多元化需求, 但是当游客来到景区内参观时, 对于历史文化的了解被较多的现代化元素所干扰, 造成游客的满意度下降。在周恩来故里景区发展过程中, 导游所扮演的角色是非常重要的。如果导游能够结合景区运营发展的情况针对性地向游客进行历史文化的介绍, 这样不但能够增加游客对历史文化的了解, 同时也能够提高游客的满意度。现阶段在导游进行景区文化介绍的过程中, 由于导游的个人素质与相关培训工作都存在一定欠缺, 这样就造成部分游客在提问的过程中, 出现导游无法回答游客问题的情况, 由此也会降低游客的满意度。同时, 在周恩来故里景区发展的过程中, 有效的活动以及客户的体验式服务开展都不够充分, 这些因素会造成景区的历史文化影响力不大, 也难以形成对游客群体的有效吸引, 这是周恩来故里景区亟待加强的地方。

2.2 景区营销工作不够充分

现阶段在周恩来故里景区发展的过程中, 有效的营销体系尚未建立。首先, 景区与各类中介机构合作开展不够充分。伴随

着淮安地区的旅游市场发展迅速，越来越多的中介机构能够结合旅游景点的特色，针对性地为游客提供相应的推荐服务。但是现阶段周恩来故里景区并没有针对性地对中介机构渠道进行有效开发，这样就将会造成景区的市场影响力不足。

其次，在周恩来故里景区发展的过程中，体验与服务式营销的开展不够充分。在市场营销理论的指导下，如果景区能够为客户提供良好的体验，不但客户的满意度将会得到提高，景区也能够营销工作开展的过程中更好地收集游客对于景区运营发展的建议，从而提高客户的满意度。但是现阶段无论是在导游服务还是整个景区运营发展的过程中，都没有提供良好的服务模式，一定程度上也限制了景区影响力的提高。

最后，在进行相关文化及旅游景点开发的过程中，并没有结合市场需求进行内容的创新。由于旅游景点市场竞争力的高低取决于游客，如果在产品开发的过程中没有充分结合客户的需求进行开发，那么不但游客的满意度将难以提高，同时也会造成景点的影响力难以提高，所以景点的创新工作也应该进行调整。

2.3 游客互动沟通模式缺失

目前，周恩来故里景区并没有与游客建立良好的游客互动沟通模式。现如今，旅游行业在电子商务上的应用较为充分，景区没有结合电商平台进行有效的发展，没有建立线上沟通渠道，这样就使景区的管理者无法获得游客的一手信息，对于具体的服务及产品内容的调整开展都具有一定的主观随意性。

客户沟通工作的有效开展不但能够更好地收集客户关于周恩来故里景区发展的信息，同时在沟通的过程中，也能够为客户量身打造相应的服务产品。在淮安地区旅游市场迅速发展的基础上，较多的旅游景点都借助线上平台来实现与目标客户群体的有效沟通，并定期通过问卷调查的方式来对客户满意度因素进行有效的分析，由此针对性地进行服务与产品内容的调整。周恩来故里景区现阶段游客互动沟通模式缺失，必然会使自身的市场影响力下降。

2.4 周边旅游产业开发不足

作为特色红色文化景区，在周恩来故里景区发展过程中，如果能够实现产业链的开发与完善，并积极参与到淮安地区的旅游产业链中，不但能够借助产业链的运营发展来实现自身影响力的提高，同时也能够结合时代发展，进一步地对淮安旅游行业的发展带来帮助。

然而，现阶段景点发展各自为战的现象比较明显，没有形成对旅游产业的合理开发。在此基础上，红色文化的弘扬不够充分，特别是对于青少年团体而言，只通过对现有建筑及历史事件的体验是无法充分体现出景区的历史文化特色的，周恩来故里景区迫切需要通过有效的途径来实现旅游产业的合理开发与完善。

3 淮安周恩来故里景区发展对策

3.1 加强景区文化传承

作为拥有优秀历史文化的景区，在进行景区发展的过程中，只有加强景区的文化传承，才能够更好地体现出周恩来故里景区的运营发展特色。而为了使文化底蕴更加充分，在进行景区开发与完善的过程中，应该注重与历史文化的有机结合。应当对重要的历史事件进行有效的宣传，从而形成有效的文化底蕴。首先，周恩来故里景区可以定期开展戏曲或其他模式的演出，在演出过程中将景区的历史文化和重要人物进行有效的介绍。这样不但能够形成景区旅游资源的有效利用，而且各类文化演出相较于传统的导游介绍，也更能够给人身临其境的感觉，最终为景区的文化传承与表达带来帮助。

其次，周恩来故里景区还应该加强对于导游工作人员的有效培训。2018 年上半年景区参观的主要团体还是学生团体，而学生团体对于导游的需求较高。如果导游对于景区的文化及历史了解比较充分，那么就能够在介绍的过程中，更好地让学生团体了解到周恩来故里景区的历史。所以，景区应该结合现阶段游客对于导游及自身历史文化的需求，针对性地设置有效的培训课程。在此基础上，也可以通过与高校进行合作的方式，由旅游管理专业的学生通过实习的方式来弥补导游岗位的空白。

最后，在进行周恩来故里景区相关景点及服务开发的过程中，应该尊重历史文化。虽然现代化的旅游景点服务更能够满足游客的需要，例如景区门口的小商小贩过于繁杂，以及各种二维码支付等等，但是由于周恩来故里景区运营发展过程中的历史文化氛围浓厚，如果掺杂太多的现代化元素，也难免会给予游客审美疲劳的感觉。

综上所述，景区运营发展的最终目的是提高自身的收益水平与市场影响力，但是由于周恩来故里景区发展过程中的特殊地位，也应该注重历史文化遗产工作的合理开展。这样才能够保证景区将周恩来及我国红色历史内容进行有效的传播，使景区的发展意义得到进一步补充。

3.2 充分开展营销工作

有效的市场营销工作不但能够提高景区的影响力，而且在进行市场营销工作的过程中，也是景区对于自身的历史服务等资源进行重新审视的过程。这样能够让景区管理者将自身的优势资源进行合理分配，提升景区发展的持续性。

为了开展科学的营销工作，周恩来故里景区首先应该与各类中介渠道建立良好的合作关系。随着现阶段旅游电子商务的迅速发展，已经有越来越多的旅游中介平台开始为客户提供旅游景点的预定和相关宣传服务。如果景点能够积极地与旅游中介机构进行合作，不但能够让自身的营销渠道得到进一步拓宽，同时借助中介机构的营销资源，也能够避免独立进行营销而产生的资源浪费。所以周恩来故里景区应该结合现阶段市场中的中介渠道发展情况，选择能够与自身运营发展相符合的中介渠道，积极开展相应的营销工作。

其次，在营销工作的进行过程中，周恩来故里景区应该致力于搭建良好的服务体系。除上文中将历史文化遗产作为特色服务内容以外，在景区内的游客也应该能够享受到景区提供的差异化服务模式。除了相关的演出活动以外，导游也应该积极地为游客，特别是老年和幼年游客群体提供相应的服务。差异化的服务模式不但能够给景区的游客提供良好的印象，同时也能够体现出景区对于特殊群体游客的有效关怀。例如，对于中老年及幼年的游客群体予以相对慢节奏的体验式服务，这样不但能够让游客在景区中有身临其境的感觉，同时也能够保证景区更好地将自身的文化内容进行传承。

最后，为了使营销影响力得到提升，周恩来故里景区还应该对现阶段的产品服务内容进行调整。由于景区是具有一定历史文化遗产意义的，在此基础上，部分景点资源无法直接进行调整。但是景区可以结合现阶段党的相关政策，针对性地对景区附属设施进行开发与完善。这样就能够让目标游客群体了解到景区的发展是具有一定持续性的，由此使营销工作的进行也更加有的放矢。

3.3 搭建游客沟通体系

有效的沟通模式不但能够形成景区与游客之间的良好信息交互，根据客户需求的变化，由此针对性地对相关服务及景区的内容进行调整。同时，沟通也是景区能够形成有效营销工作的基础。为了搭建科学的游客沟通体系，首先，周恩来故里景区应该借助电子商务平台来形成在线沟通模式。随着现阶段旅游企业与电商平台的有效合作，借助电子商务业务体系，能够使景区的工作人员与游客通过在线沟通的方式，由此形成信息的有效收集。所以景区应该借助现代化技术手段，利用电子商务平台来形成与游客的线上沟通。在进行沟通的过程中，除营销工作的合理进行以外，也应该积极与游客进行关于景区发展及满意度调查的相关沟通，使沟通的有效性得到提高。

其次,在进行游客沟通体系的建立过程中,还应该充分做好信息记录工作。随着周恩来故里景区进行产品开发及相关服务工作,客户对于景区的满意度及相关反馈也必然会存在差异。所以景区应该结合自身运营发展战略的特点,针对性地进行有效的客户沟通记录工作,了解到不同发展战略服务内容对客户满意度产生的影响。这样不但能够对景区发展战略的制定与执行带来帮助,同时,信息记录工作也能够作为景区运营发展的宝贵历史文档,最终为周恩来故里景区的科学发展提供必要的信息支撑。

最后,客户沟通模式应该是从多渠道协同进行开展的。随着现阶段越来越多的公众社交平台在旅游行业的运营发展中逐渐成熟,周恩来故里景区在进行客户沟通的过程中,也应该充分借助公共社交平台来实现客户沟通的多元化。例如现阶段周恩来故里景区已经在新浪微博开通了自身的官方微博号,那么就可以通过举办相关活动的方式,积极地邀请目标客户群体在新浪微博的官方号中进行关于景区运营发展的有效讨论,再通过有效的信息回复,体现出景区对于客户沟通工作的重视程度。这样能够充分地收集客户关于周恩来故里景区运营发展的相关建议,最终使沟通体系的多元化发展成为可能。

3.4 完善产业链的开发

如果周恩来故里景区只进行自身景点内容的开发,难以对目标客户群体形成有效的吸引。所以景区应该结合自身,针对性地对产业链进行开发,并积极参加到产业链建设的过程中,这样才能够保证自身景区的运营发展影响力得到提高。为了充分地完善产业链的开发,首先,周恩来故里景区应该积极与各类行业协会进行合作。现阶段区域内的旅游行业协会数量较多,不但能够为市场营销工作的开展带来帮助,同时也能够让旅游企业在制定相关旅游产品的组合过程中,更好地实现多元化的选择模式。所以,周恩来故里景区应该结合自身旅游内容的特色与竞争力,针对性地参与各类行业协会,在行业协会中与合作伙伴搭建良好的合作关系,也能够借助行业协会的优势来实现自身影响力的提高。

其次,周恩来故里景区还应该积极地与旅游企业进行合作。由于旅游企业在制定组合式旅游产品的过程中,往往希望在同一条旅游线路中为游客提供更优质的服务与更丰富的旅游景点。由于景点现阶段的历史文化传承比较明显,能够更好地体现出区域的文化特色,所以如果周恩来故里景区与旅游企业进行充分的沟通与合作,给与旅游企业良好的优惠待遇,就能够让旅游企业在进行产品开发的过程中,将景区作为重要产品,由此使景区自身参与旅游产业链的能力得到提高。

最后,周恩来故里景区在积极参与产业链的过程中,应该保持自身的产品与服务特色,能够真正体现出历史文化传承。由于产业链的运营发展是随着市场经济变化而不断进行调整的,如果在参与产业链建设的过程中,景区失去了原有的特色,不但将会造成自身的发展模式出现问题,同时也无法更好地体现出历史文化传承,最终使景区的生命力难以得到保证。所以周恩来故里景区应该保持自身的特色文化与服务模式不改变,在此基础上参与产业链的市场竞争,这样才能够满足游客的多样化需求。

4 结语

在我国旅游行业迅速发展的基础上,旅游企业及景区的竞争日益激烈。旅游景区如何在激烈的市场中保持自身的旅游景点特色是非常重要的。本文结合周恩来故里景区运营发展的实际情况,提出了景区需要通过哪些途径来提高自身的竞争力与持续发展水平。文化传承是周恩来故里景区形成对目标游客群体吸引的最主要因素,所以景区应该坚持自身的文化传承与红色特色,同时也应该借助现代化手段来提升自身的影响力,使自身的红色文化能够影响更多的目标游客群体。而随着周恩来故里景区的运营发展与客户需求的变化,景区也应该做到与时俱进,积极地参与到产业链的竞争与建设过程中,使景区的综合竞争水平得到提高。

参考文献

- [1] 胡强.淮安智慧旅游公共服务体系建设研究[J].太原城市职业技术学院学报,2017,(4):31-33.

-
- [2] 刘嘉毅. 城市旅游演艺产业发展研究——以江苏淮安为例[J]. 四川旅游学院学报, 2017, (5):72-74.
- [3] 王雪梅. 高速铁路对淮安旅游业的影响及对策研究[J]. 物流工程与管理, 2017, (3):151-153.
- [4] 柳邦坤, 张雪. 淮河文化旅游发展问题探讨——以淮安为例[J]. 江苏商论, 2017, (10):39-41.