

浙江嘉兴南湖风景区旅游发展现状与对策研究

王一樊 王恒

(辽宁对外经贸学院 国际商学院, 辽宁 大连 116052)

【摘要】: 新时代背景下, 红色旅游成为全国文旅市场的发展亮色, 进入了全方位的发展阶段。嘉兴市南湖风景区是国家级爱国主义教育基地, 也是我国经典的红色旅游景区, 在全国红色旅游业发展中扮演着重要角色。本文通过文献分析、网络调研等方法, 对嘉兴市南湖风景区的内外部优势、发展机遇、行业威胁等进行了深入分析, 发现了景区现存的诸多问题, 包括旅游宣传推广工作不足、旅游服务工作不足、旅游产品创新不足等。同时, 针对上述问题提出了相应对策, 包括: 依托红色旅游景区体系建设、创新旅游开发与运营体制、优化红色旅游产品组合、丰富红色旅游体验方式、强化旅游人才队伍建设、加大旅游品牌营销活动。

【关键词】: 旅游发展 嘉兴 南湖风景区

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A

1 南湖风景区旅游发展现状

1.1 南湖风景区发展概况

位于浙江省嘉兴市城南方向的南湖风景区, 是综合了历史景观游览、滨湖生态娱乐、爱国主义教育、城市休闲观光的多元化精品景区, 包含有南湖及七一广场、古运河、环城河、梅湾街、月河、芦席汇, 俗称“一湖二河三街区”。其中, 素有“秀水福地”之称的南湖风景区是核心区域, 唐代凭借“青烟拂渚, 微风欲来”的美景成为江南知名的繁华胜地, 宋朝的时候开始就和杭州西湖、绍兴东湖一起并称为浙江三大名湖, 是千百年来文人雅士挥笔留墨的文化圣地。来到近代 1921 年, 中国共产党在南湖风景区的一艘画舫上胜利召开了第一次全国代表大会并正式宣告成立中国共产党。由此开始, 南湖风景区作为党的诞生地, 上升成为我国重要的红色革命纪念地, 被誉为“革命摇篮”的画舫(即中共一大会议遗址船)也成为全国人民憧憬和向往的“南湖红船”。2005 年, 南湖风景区入围全国百家“红色旅游经典景区”“爱国主义教育基地”, 并被光荣评为国家 5A 级景区, 2015 年创建首批全国廉政教育基地, 红色基因在历史文化的烘托之下大放异彩。

1.2 南湖风景区发展 SWOT 分析

本文通过 SWOT 分析模型, 对南湖风景区提升旅游业的外部机遇和内部优劣势进行剖析, 以期从中发现影响旅游业发展的问题, 为后文对策的提出提供夯实基础工作。

1.2.1 优势

(1) 地理交通优势。

嘉兴位于长江三角洲地区的中心, 是连接上海和杭州的交通圈的中心枢纽。也是浙江湾区域和沪杭“G60 科技创新走廊”的

中心,是连接上海和中层长江三角洲地区的纽带,负责推动上海的发展,协助上海向周边腹地输送经济能源。

待连接萧山、绍兴、宁波的三座跨海大桥全面通车后,嘉兴市在长三角将具有独一无二的红色旅游交通区位优势。过去位于嘉兴城郊的南湖,现已随着城镇化发展成为城中之湖,南湖风景区也相应成为城市中心景区。其中占据南湖三分之一岸线的南湖湖滨区域,已经是南湖与嘉兴城市结合最紧密、城际关系最融洽的核心区块。

(2) 旅游资源优势。

作为中国共产党的诞生地以及拥有革命精神具像代表的红船,南湖风景区对比其他红色旅游目的地具有独一无二的历史意义,加之南湖人文底蕴厚重、湖景秀色可餐、历史建筑遍布,古今文化高度融合,是极具竞争力的文化旅游目的地。每年国庆、建党等重大节假日都吸引了大批游客、党员、官员前来瞻仰。此外,嘉兴市也拥有丰富的世界级旅游资源如钱江潮、桐乡乌镇等,多资源整合、多景点集聚有助于进一步提高南湖风景区的旅游吸引力。2018年,南湖风景区对周边街景进行综合升级改造为特色江南水乡“红色第一街”,从南湖景区到联丰村、竹林村的红色精品路线初步成形,还有23个省级A级的旅游村庄加入了“万村景区化五年行动计划”。

(3) 区域经济实力。

过去,嘉兴的经济总量和城市竞争力在长三角地区均排名靠后,在一定程度上限制了本地旅游业的发展规模。随着与上海协同发展,嘉兴经济实力如今实现大幅赶超。2018年嘉兴市GDP总量在浙江11市中排名第六,为4872亿元,仅落后排名第五的台州2.7亿元,两者差距对比2017年缩小了30.28亿元。2019年上半年,嘉兴市的GDP总量和增速分别达到2317.57亿元和5.8%,超越台州排在全省第五名。同年11月,嘉兴入围中国百强品牌城市榜单前十,城市综合影响力排名分别为第十。根据嘉兴市旅发委统计,2019年接待国内外游客1.2亿人次,旅游的经济收入数量非常可观,因此文化旅游、成为全市旅游投资新热点。其中,南湖突出红色基因抓全域旅游,做精做强红色旅游,旅游业收入增加值占整个地区生产总值的比重排在嘉兴市首位。2017年到2019年期间,南湖旅游接待人次逐年增长。

(4) 旅游产品优势。

在红色特色旅游产品的开发方面,2018年,栖云南湖、沙龙宾馆、南湖饭店成功创建红色文化特色主题店,并开发特色餐饮;红船精神主题教育组合装被评选为2018中国特色旅游商品大赛金奖;南湖风景区对周边街景进行综合升级改造为特色江南水乡,成了当地独具特色的“红色第一街”。

2019年初,南湖风景区召开“2019我是最红的”红色旅游产品推广大会,宣布将以红色教育培训、青年研究、旅游等重点领域为重点,打造红色旅游产品。2019年9月,南湖文化旅游局在杨浦区南湖嘉兴杨浦区举办了红色旅游产品研讨会,发布了4条新的特色旅游线路。

1.2.2 劣势

嘉兴市是历史文化名城,为了保持历史遗迹,城区多处未能进行市政设施升级改造,各种旅游配套服务产业的发展也相对滞后,难以满足游客的“吃住行购娱”需求。而且相比于治水治气,嘉兴市的固体废物治理开始得比较晚,固体废物种类多、数量大、处置设施基础建设薄弱,固废处理能力亟待提升是嘉兴迫在眉睫的短板问题。

除此之外,南湖风景区本身也存在着旅游标识系统不完善、分景点道路连接不连贯、人工景观生硬、红色旅游品牌形象不突出等“先天”问题。

1.2.3 机遇

(1) 红色旅游政策。

自 2004 年中央号召开红色旅游以来,在国家层面统筹促进和地方政府创新作为的一系列红色旅游发展政策推动下,全国红色旅游取得了良好的政治效益、社会效益和经济效益,红色旅游人数逐年增加,旅游综合收入不断增长。2017 年 3 月,国家发改委发布《2016-2020 年全国红色旅游发展规划纲要》,该规划提出了工作重点:红色旅游的思想教育功能、脱贫攻坚的作用以及文化内涵的发展。2018 年 7 月,国家发布新的文件,明确提出打造红色旅游品牌,推出一批主题研学旅行、体验旅游、休闲旅游线路,促进革命老区的振兴和发展。

(2) 生态环境改善。

嘉兴曾因水质较差而面临水质性缺水的尴尬,2012 年甚至达到重度水质污染。为了治理好这样的因水质较差引发的缺水问题,嘉兴市着力开始治理废水,先后推进各种治理举措,改善原先的生态问题。空气质量方面,嘉兴的空气治理检测也比往年要好很多。生态环境公众满意度近五年提高了不少。

1.2.4 威胁

(1) 周边红色旅游城市。

南湖风景区周边不乏红色旅游经典城市。嘉兴进入上海和杭州的 1 小时都市圈后,由于上海杭州两个城市的红色旅游资源丰富且极具差异化竞争力,不仅本地客源外流情况会加剧,而且外地的旅游客源也会偏移。

(2) 周边红色旅游景点。

南湖风景区周围的那些地方,不乏具有强烈吸引力的景点,这些景点都对南湖风景区的发展有着比较大的竞争压力。如温州市浙南抗日根据地旧址、永嘉楠溪江红十三军军部旧址、绍兴鲁迅故居及纪念馆等。这些红色旅游景点也同样是列入浙江省打造的多条红色旅游精品路线。如果南湖风景区不能提高对本地客源的开发与维护,那么将面临旅游旺季外地客流外流、旅游淡季本地客流没有的尴尬。

2 南湖风景区旅游发展的问题

2.1 旅游产品创新不足

景区整体经济效益由于旅游产品创意不足而不高。产品组合方面,除了主要的红色景点观光产品,南湖风景区内配套的零售、餐饮、娱乐、购物等旅游配套设施不全面,游客可以在景区内消费的内容不多、停留体验的时间不久。产品形式方面,2019 年,南湖风景区在南湖会景园广场西侧开放“烟雨楼前”文创商店并在“五一”期间上线官方微店。店内的文化创意产品包括生活、艺术、工具等各个方面品种多样,主题围绕南湖历史文化,但总体的设计创意不够新颖独特,未能看齐文创大 IP 故宫博物院,对比其他红色旅游景点也并无突出之处,未能引起大量年轻旅游者的关注和购买。

2.2 旅游服务质量不足

从目前南湖风景区开放的线上售票情况来看:南湖风景区官网链接“同程旅游网”上的数千条评价好评、中评以及差评所占

比的整体数据来看,游客的差评和中评都有提到的是:票价高但游玩内容没有趣味而且游玩项目数量少、服务人员的服务态度不好、游船时间不准而且超载、景色不如西湖好看等。而且对于差评和中评,除了同程旅游网有进行留言回复,其他均无留言回复。可见南湖风景区并未能借助成熟的旅游电商平台与游客建立良好有效的互动沟通,也未对游客的意见反馈予以足够重视。

2.3 旅游宣传力度不足

首先,南湖旅游风景区在风景旅游和红色旅游方面的对外知名度不高,前不如杭州西湖,后不如上海。根据人民网舆情数据显示,北京、上海、延安、遵义、西安等地的红色旅游品牌影响力都比较大,嘉兴作为革命发展的起航地未能入围。

其次,从网络搜索关键字出现的权威信息来看,南湖风景区并未建立有效的营销推广体系,网络热度不高,市场宣传活动新闻寥寥无几,只有2019年发布的南湖城市官方宣传片出现次数稍多。

再次,从南湖风景区的官网信息来看,除了党政新闻以外其他的旅游资讯更新时间过于陈旧(例如“游客互动”一栏下的“游记攻略”的更新时间为2015年4月至9月),而且网站各模块的访问路径较为复杂、相互间可达性不高。

此外,旅游产品的直观宣传展示度不够,尤其是“特色旅游”一栏下的红色之旅、民俗活动、夜色之旅和休闲船游四大类产品(共计23个细分旅游产品),仅在大幅海报上列出多个旅游活动名称,起初看以为只是简单的广告语,只有将鼠标移至活动名称才发现可以点击进入查看详细的活动介绍。

3 南湖风景区旅游发展的对策建议

3.1 创新设计旅游产品

3.1.1 创新红色旅游产品组合

由于单一的旅游产品难以吸引大众旅游者,南湖风景区可以在“红船文化”基础上,充分挖掘自身的“绿色”(湖景园林)、“古色”(历史建筑、文人墨迹、江南街区)旅游资源,对“红色”(红船、南湖革命纪念馆、七一广场)进行拓展支持和协同联动,通过灵活搭配、有机融合形成以红色吸引人(爱国主义教育)、以绿色带动人(景观游船)、以古色旅游留住人(文化民俗商业街区)的丰满旅游产品组合,更好地满足现代大众旅游者的综合体验需求,实现南湖风景区的可持续发展。

3.1.2 丰富红色旅游体验方式

南湖风景区应紧跟体验经济的潮流,通过多种形式丰富旅游项目的参与性和体验性。针对爱国主义教育,在传统的物品陈列、图片展示和人工讲解基础上,增设人工智能讲解设备、多媒体放映设备、交互式陈列设施、体验式角色扮演和环保宣传纪念品,多角度地展示红色精神文化,全方位地再现一大会议现场,加深游客的体验印象和文化认知并形成长久的正面精神影响。

3.2 提高旅游服务质量

3.2.1 强化旅游人才队伍建设

由于南湖风景区承载着厚重的红色文化底蕴与革命精神内涵,需要健全旅游人才培养引进制度,加强旅游经营管理、专业服务人才队伍建设,加大旅游从业人员素质和技能培训。景区服务人员方面,不仅要具备良好的文化素养,还要具备展现红色精神文明的服务技能。导游讲解人员方面,不仅要与时俱进地学习红色革命历史、理解红色精神发展,还要具备声情动人、利用科技

手段提升讲解效果并与游客形成良好互动的艺术演讲能力。

3.2.2 创新旅游开发与运营体制

在中央补助、省市各级财政配套的扶持下,积极通过招商引资开展政企合作开发与运营,在政府指导背景下进行商业化投资运营,逐步减少行政干预以充分发挥市场经济的作用。在商业化开发运营架构下,南湖风景区可以充分开发旅游资源、包装旅游产品,打造智慧旅游信息服务平台,规划整合游客观光与沿途休闲商业动线,统一景区安全生产管控,持续进行投资收益评估以适时调整营销策略和方法,不断保持景区的生命周期活力。

3.3 加大旅游宣传力度

3.3.1 开展红色品牌营销活动

营销渠道方面,第一是充分结合传统媒体和新兴自媒体的推广优势,全面覆盖老中青群体,利用新闻、视频、帖子等宣传介绍南湖风景区的特色产品和文化活动,提高景区的曝光率和热度。第二,联合本地院校、文化机构做亲子教育、节庆活动营销,传播红色文化和革命精神。第三,协同周边红色旅游景点与线上旅游电商平台进行旅游路线和旅游特产捆绑促销活动。第四,联合线下旅行社、户外拓展企业、自驾游俱乐部等进行团体文化旅游活动定制并提供纪念品。

3.3.2 依托红色旅游景区体系建设

根据《浙江省红色旅游发展“十三五”规划》,计划到2020年力争新增国家级红色旅游经典景区6个,争取新增1个5A级、5个4A级、10个3A级红色国家旅游景区。南湖风景区作为浙江省红色旅游核心景区,可以依托省级红色旅游景区体系建设来发力,联合周边的红色旅游景点实现区域性战略合作和资源互通,打破地方景点的单打独斗和各自为政,共同设计红色经典旅游路线,使得红色旅游者来到浙江能停留多日,促进地方的旅游相关行业消费。

4 结语

信仰和希望使我们民族崛起的重要指导,也是我国富强的一个思想支柱。我国红色旅游业是对爱国主义精神、社会主义核心价值观的一种弘扬和发展,是建筑红色革命力量、实现民族伟大复兴的重要途径,并且发展的市场发展潜力非常大。作为红色旅游景区的经典之一,南湖风景区既承担着弘扬红色精神的历史使命,又承担着与时俱进的创新发展任务。本文针对南湖风景区的实际发展情况进行研究分析,提出了相关的旅游改善对策,目的就是希望可以帮助南湖景区提高市场竞争力、实现长远的发展,确保“红船”精神文化得到更深的延续和更广的传承。

参考文献:

- [1]王璐洁,洪榕泽,张瑜,等.嘉兴市打红色旅游标杆城市的策略研究[J].现代营销(经营版),2019,(06):84-85.
- [2]何琳,周银枝.基于感知价值的红色旅游游客满意度研究——以嘉兴南湖景区为例[J].嘉兴学院学报,2019,31(05):119-125.
- [3]邹建良,戴春晖.嘉兴红色旅游可持续发展的思考[J].文化创新比较研究,2018,2(15):33-34.
- [4]叶之激,丁海军.嘉兴南湖红色旅游发展的问题与对策[J].全国流通经济,2018,(14):55-56.

[5]刘荣娟,丁海军. 弘扬红船精神, 大力发展南湖红色旅游[J]. 时代经贸, 2018, (13): 65-66.

[6]刘妍妍. 红色旅游景区发展研究——以嘉兴南湖为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2018, (01): 135-136.