
新时期平塘县甲茶景区旅游营销提升研究

陈小静¹

(贵州财经大学, 贵州 贵阳 550025)

【摘要】: 在贵州旅游大发展, 以及平塘县天眼 FAST 的建成, 平塘县旅游进入超高速发展的新时期背景下, 本文对平塘县甲茶景区的旅游发展现状与旅游营销存在的不足进行梳理, 并对新时期平塘县甲茶景区旅游营销提升提出建议。

【关键词】: 新时期 平塘县甲茶景区 旅游营销提升

【中图分类号】: F592.7 **【文献标识码】:** A

自 2016 年起, 贵州旅游大发展, 每年旅游人次以超过 2 亿的规模增加, 2018 年达到 9.69 亿人次, 增速近 30%。在此期间, 随着平塘县旅游市场的不断开拓, 以及 2016 年 9 月世界最大射电望远镜 FAST 的建成启用带来的热度, 平塘县旅游以每年超过 40% 的速度增长, 仅在 2018 年国庆前四天, 平塘县接待游客接近 17 万人次, 同比增速超过 41%, 迎来了前所未有的蓬勃发展新时期。

1 新时期平塘县甲茶景区的旅游发展现状

平塘县甲茶景区位于贵州省平塘县摆茹镇甲茶村附近, 距县城 47 公里, 面积 45.1 平方公里, 景物景观 20 个, 以瀑布、竹林峡谷、溶洞、沙滩与河湾为主要特色, 同时景区有苗族、布依族、毛南族等少数民族村寨, 距离高速公路路口约 30 公里左右。

甲茶景区的主要自然风景有四个: 高 37 米, 宽 40 米, 且下有水塘可供嬉戏的甲茶瀑布; 高 100 米, 宽 40 米, 深 650 米, 分干湿两层, 有瀑布钟乳石和上万只燕子的燕子洞; 宽 60 米, 长 3000 米, 水面平缓, 两岸怪石嶙峋绿树成荫的拉七峡谷; 甲茶瀑布下游碧波拥翠的十里竹溪。甲茶景区门票旺季 60 元/人, 淡季 30 元/人, 游船 50 元/人。此外, 甲茶景区瀑布旁有专门的沙滩露营地, 最高时期有 150 顶帐篷扎营。在露营地旁边有一家农家乐, 可为游客提供餐饮、住宿、娱乐和垂钓等服务, 其标间 100 元一间, 远低于平塘县城价格。同时沙滩露营地有管理人员安全巡逻, 且 24 小时值班, 当游客遇到困难时, 沙滩露营地 24 小时服务热线随时为游客提供服务。

平塘县政府曾在 2005 年对甲茶景区基础设施进行改造, 并在 2017 年重新改造提升了通往景区的道路, 在 2018 年完成了 8 万平米停车场修建的第一期 4 万平米, 能同时容纳 500 辆轿车。从游客来源来看, 甲茶景区游客以年轻人为主, 且来源地主要是贵州省内特别是平塘当地居民, 而随着贵州高铁和高速公路网络的进一步完善, 近年开始有一部分来自重庆、广西和广东的游客, 但数量有限。

2 平塘县甲茶景区旅游营销存在的不足

2.1 景区与县城配套交通不足, 限制了游客规模

作者简介: 陈小静(1978-), 女, 贵州人, 副教授, 研究方向: 农业经济、旅游营销。

由于甲茶景区与县城有 47 公里,平塘车站到甲茶景区每天只有两班车,且时间间隔较长,导致能到甲茶景区的游客主要是自驾,且大多是自带帐篷的年轻游客,对于非自驾游客的可达性较弱,进一步限制了游客规模。同时对于庞大的中老年游客和年轻无车一族游客来讲,这样的交通限制,会抑制其到甲茶旅游的意愿。因此即使在甲茶旅游以超过 40%的速度增长的状态下,甲茶的游客规模并没有井喷式增长,这也是景区内农家乐标间价格低于县城的原因。

2.2 景区内旅游项目开发深度不够,不能有效吸引游客深度游

目前甲茶景区内的旅游项目主要是观光,观赏瀑布、河湾、峡谷、溶洞,以及坐船观光、垂钓、露营等项目。但这些旅游项目和景观都很常态,景区提供的服务主要是修路修桥和露营地管理,只是突出一个传统旅游来看,并没有开发深度旅游项目,不能有效吸引游客深度游。并且景区服务上并不是很突出,如对于坐船观光,需要至少凑齐 7 人才可以出发,通常会加大游客的候船时间成本,降低游客的旅游愉悦程度。

2.3 景区旅游纪念品开发不足

甲茶景区是一个少数民族聚集的景区,由于交通和景区营销的不足,导致景区游客量不足,因此景区内部与附近并未过度商业化,还比较原始淳朴,能买到的纪念品多为当地人的手工鞋垫、传统布鞋,以及布衣风格的围裙。但这样的纪念品在贵州大多民族旅游景点都有类似竞争产品,特色不够突出,且目前游客以来自贵州省内为主,因此纪念品对游客吸引力较弱,难以形成有效的旅游纪念品消费。

2.4 营销推广范围窄,有效性不足

目前甲茶景区的营销推广主要有四个方面:在景区周边与附近高速路口投放广告牌;与旅行社合作提供旅游服务,但主要局限于平塘县当地;设立微信公众号推广景区,但内容与功能较弱,关注度不够;有进行微博宣传推广,但由于景区自身的局限性和创新性的不足,内容单一不能引起大量的关注与转发。因此,甲茶景区营销推广虽有注意利用新媒体营销渠道,但总体营销推广范围窄,且有效性不足,不能引起大家的足够关注,带来相应的宣传推广热度。

3 新时期平塘县甲茶景区旅游营销提升的建议

3.1 建立甲茶景区与平塘县车站以及各景区的快速交通网络,扩大游客规模

甲茶景区票价不贵,有好山好水好风景,但交通的制约使得能抵达的游客大部分是自驾游者,这使得游客规模大大缩小,且时间也受限于节假日和周末。因此建立甲茶景区和平塘车站,以及平塘各景区间的快速交通网络就变得极为迫切。尤其是在平塘天眼 FAST 已经成为贵州科普旅游热门景点每天限流但仍然火爆的背景下,这一举措必然能让相当一部分被天眼 FAST 吸引的游客被有效分流或吸引到甲茶景区,从而有效扩大游客规模,同时也让抵达平塘县的游客的行程丰富多样化,进一步提升游客的旅游效益和满意度。

3.2 丰富和强化景区旅游项目特色,有效吸引游客深度游

甲茶景区目前的旅游项目主要是对自然景观瀑布、河湾、峡谷、溶洞的观光,游船是机械动力船,露营是游客自带装备,在峡谷山水特别多的贵州,并没有特别的出色。因此需要丰富和强化景区旅游项目特色,如在景区内放养特色温顺动物,让游客与动物亲近和拍照,增加 2 人或 1 人也可以出发的人工竹筏项目,并加强服务与管理,让游客能真正参与寄情山水的游玩,增强体验感与娱乐感。同时,针对瀑布周边,可以增设玩水后换衣和冲洗的收费设施,让游客有不一样的亲水体验。在溶洞方面,可以在有条件的地方开展攀岩、绳降、滑翔伞等山地相关运动项目。同时对景区内沿途的村寨进行美化,并提供民宿的培训和引导,让景区内

的原住民也能从旅游中获得更多经济效益,也为游客的深度旅游提供有力保障和较强吸引力,丰富景区内旅游项目,吸引不同层次游客的深度游。

3.3 加大景区旅游纪念品的挖掘与开发

甲茶景区所处的平塘县是农业县,景区周边是少数民族农业种植区,因此其旅游纪念品的挖掘和开发还应结合其农业特色和少数民族特色。首先是要对已有的鞋垫、布鞋、围裙等已有纪念品进行艺术设计和优化,提升其美观性独特性和实用性。其次要开发和甲茶景区、平塘县等地域相关的文创产品,尤其要在合法途径下和天眼相结合推出创意文创用品。最后还要加强购回家或网购地方特色食品的设计与开发,让美食助力当地旅游发展,成为甲茶景区甚至平塘县旅游名片上的闪光点。

3.4 扩大营销推广范围,增强推广有效性

在以上对甲茶景区交通网络完善、景区内旅游项目特色强化,以及旅游纪念品开发的基础上,还要扩大其营销推广范围,增强推广的有效性。传统的户外广告应该继续保持,同时还应加强在车站、天眼 FAST 景点等游客密集地区的甲茶景区推广宣传,甚至可以开发与平塘县其他景区的联票。此外,在新媒体营销方面,传统的微博微信应加强内容的编辑和更新,并在可能的情况下可以通过公众号、美团、淘宝以及其他网购票平台订购门票车票以及住宿。同时,还应注意在抖音、哔哩哔哩等受欢迎的视频 APP 上投放精美画面和配乐的视频,并在可能的情况下让热门人物发布或推荐。同时,在传统的旅游论坛、APP 和非旅游热门论坛等,还应有专人去发布游记和制造热门贵州游记,其中一定包含平塘天眼和平塘甲茶景区,用这样的方式提升平塘景区的知名度和热度。

3.5 想办法与天眼 FAST 挂钩,利用天眼 FAST 的明星效应

天眼 FAST 已经成为平塘旅游最耀眼的名片,不仅出现在贵州省对外旅游宣传的视频中,也出现在中国对外宣传的视频中,已经成为一个全国级,甚至世界级的知名景点。因此每年吸引大量的游客,但由于天眼 FAST 的特殊性,每天限流 2000 人。因此,与天眼 FAST 同平塘县的甲茶景区,一定要想办法和天眼 FAST 挂上钩,在定位和宣传上充分利用天眼 FAST 的明星效应,与天眼 FAST 捆绑销售。如宣传口号中一定带上天眼 FAST,门票可以和天眼 FAST 联票,并想办法进入旅行社天眼 FAST 行程的组成部分或消费选项,蹭天眼 FAST 的明星效应,提升甲茶景区的关注度与知名度。