

六盘水市特色研学旅游线路设计研究

申佳 刘安乐¹

(六盘水师范学院 旅游与历史文化学院, 贵州 六盘水 553004)

【摘要】: 随着我国社会经济的发展,人们闲暇时间的增多,现代旅游业蓬勃发展。在国家积极推进全域旅游和研学旅游的背景下,关于中小学生的研学旅游活动形式成为焦点,项目在调研六盘水旅游资源和研学旅游心理特征基础上,按照旅游资源整合要求,对六盘水研学线路和旅游商品展开全面的基础分析,结合六盘水市实际和研学旅游政策,设计出具有地方特色的研学旅游路线和旅游商品,为以后相关学者研究提供理论依据。

【关键词】: 研学旅游 旅游线路设计 六盘水

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】:**A

1 文献综述与理论基础分析

1.1 国内外研究现状及评述

研学旅游在日本被称为“修学旅行”,是日本学生最具特色的活动。起源于1946年的“修学旅行”,涉及从学习传统文化知识到自然体验等,涵盖各个领域。韩国教育部门将毕业旅行作为学生的必修课,纳入学分管理。在欧美等国家,修学旅游是一种常态。国外对修学旅游产品的相关研究比较成熟,例如很早以前 Carlson & Widaman 在1988年就探讨了美国学生在国外学习大学三年级课程期间在国际理解方面的潜在变化。Weile 于1989年对一群以“英语学习,跨文化经验交流和旅游娱乐相结合为旅游目的”在加拿大度暑假的日本学生群体进行了研究。这些国家在很大程度上做到了将研学旅游一体化,这种管理模式能让学生在参与研学旅游过程中规范意识,才能真正意义上“寓教于学”。

在我国,最早关于研学旅游研究始于1996年,吕可凤在研究中首先提出“研学旅游”概念,并开展了对来华修学旅游学生教育方式的研究。国内有关于研学旅行的实证成果十分丰富,研究视角集中于旅游者的动机、感知、体验与相互联系,研究对象为学者、大学生与中小学生,研究方法以定量为主,结构类比、实地考察、调查问卷等获取资料。朴真实以来华韩国短期访问学生为例对高校修学旅游服务质量、教育成效与满意度、忠诚度之间的关系进行探讨。陈非、苗小倩等人从研学旅游的定义、特点、发展现状、市场情况、产品开发等方面对研学旅游进行了综述。2013年发布的《国民休闲旅游纲要》中明确提出“在放假时间总量不变的情况下,高等学校可结合实际调整寒、暑假时间,地方政府可以探索安排中小学放春假或秋假”,2014年发布的《关于促进旅游业改革发展的若干意见》中首次明确“研学旅行”要纳入中小学生日常教育范畴,并提出要积极开展中小学生研学旅行。综上所述,研学旅游已经成为一种新型旅游形式,是促进旅游+教育融合发展重要途径。相关研究学术成果和政策条件均表明研学旅游不仅具有广阔的市场发展前景,而且有重大的现实意义。

1.2 研学旅游基础理论分析

作者简介: 申佳(1999-),女,六盘水师范学院旅游与历史文化学院2016级旅游管理在读本科生,研究方向为研学旅游。
基金项目: 国家级大学生创新创业训练项目“六盘水特色研学旅游线路与旅游商品设计研究”(201810977022X)资助。

1.2.1 研学旅游概念及特征

研学旅游是指以中小學生作为主体对象,以集体旅行生活为载体,以提升学生素质为教育目的,依托旅游吸引物等社会资源进行体验式教育和研究性学习为一体的教育旅游活动。教育部提出,研学旅行要纳入中小学教育教学计划,避免“只旅不学”或“只学不旅”现象。这种活动主要包括普通科普旅游,成人教育旅游,国际和国内大学及学校学生的旅行。活动可以独立进行或由单位正式组织。主要存在如下特征:

(1)范围明确性。研学强调的是学生走出校园,走进生活,如课后的一些兴趣小组、俱乐部的活动,棋艺比赛、校园文化等均不符合研学旅行的范畴。

(2)目标群体固定性。青少年学生是研学旅行的主体和中心,是研学旅行能否成功开展的核心要素。

(3)目的清晰性。研学旅行具有明确的主题和目的,是有意识组织的,其强调学生身心变化的教育活动,目的在于引导学生体验不同的“课堂”,掌握多方面的知识。

(4)组织特色性。研学旅行主要是学校组织的集体活动,不同于家长自发组织的小群体活动,共同体验相互研讨的一种教学方式。

(5)产品多样性。随着市场逐渐完善,产品越来越多元化,以学习特殊专业知识为主的研学旅行频频出现,并逐渐走向了主题化,比如以动漫、影视、体育、科技、文学、历史、生物、探秘等为特色的研学旅行,势必成为以后的发展趋势。

(6)体验全程性。研学旅行强调学生必须要有体验,不是停留在看一看、转一转的“走马观花”形式。

1.2.2 研学旅游者购买行为特点分析

(1)购买活动中表现出较为复杂的产品评价过程。

研学旅游的目标市场是中小學生,旅游者购买的是一种特殊的服务,因其旅游产品的生产和消费是同时进行同时发生的,消费者无法“先尝后买”,必须在购买前确定该产品的状况,进而增加了风险,所以旅游者在进行旅游地线路选择时,通常需要广泛的收集各种相关信息,导致其购买决策要比一般产品的购买决策复杂得多。

(2)研学旅游是一种非日常性的高层次消费。

旅游本身就是“无形产品”与“有形产品”的组合,在评价“有形产品”时可借助于特征来评估产品质量,包括颜色、密度、气味等,而针对“无形产品”时,需要借助于马斯洛的需要层次理论来解说,只有当低层次的需要得到满足后,高层次的需要才会出现。且研学旅游是需要高层次的心理需要激发下才能产生活动的发生。

1.2.3 研学旅游者心理特征分析

根据科特·莱文对消费者购买行为的分析,可以将影响旅游者购买行为的因素分为三类:旅游者个人特点、社会因素和环境因素,除此之外,旅游者心理特性也会对旅游行为产生影响。

(1)变换环境以调节身心节律的心理特性。

中小学生在日常的学习与生活中,会出现一种单调感和枯燥感,造成心理压力和心理上的疲惫,同时,也会造成体力和精力的疲劳。因此,产生了想要更好的提高学习效率和促进良好身心发展的需求,需要以一段新的生活经历来改变生活方式和节奏,且这种心理需求不会因为获得一次满足而终止,而且会在人们长期的生活过程中周期性的出现就萌发了研学旅游。

(2) 探索求知的需要。

每个人都不同程度地对了解自身以外的事物,丰富自己的精神世界感兴趣,探索求知的心理需要包括两方面的内容:一是对自然现象的认识和对自然景观的审美;二是对不同文化和历史的认识,对不同民族生活方式的体验以及对社会美的欣赏。这种心理需求的突出特点之一就是在它体现了人们对新鲜和奇异现象的探索,与调节身心节律的需要相比,探索求知的需要并不会周期性的反复出现,在这种需要在得到一定程度的满足条件下,具有逐渐增强的特征。

2 六盘水市研学旅游依托地基础条件分析

2.1 六盘水市地理区位分析

六盘水市位于贵州省西部的乌蒙山区,全市国土面积 9965 平方公里,辖 2 个区、1 个县级市、1 个县,是北亚热带季风湿润气候区,因受低纬度高海拔的地势影响,气候凉爽、舒适、滋润、清新,紫外线辐射适中,被中国气象学会授予“中国凉都”称号,也是全国唯一以气候特征命名的城市。六盘水地处滇、黔两省结合部,长江、珠江上游分水岭,南盘江、北盘江流域两岸,资源十分丰富。一个多民族居住的地区,少数民族众多,其中彝族、苗族、布依族、白族、回族、仡佬族六个民族为六盘水市的世居民族。



图 1 六盘水旅游资源分布图

2.2 六盘水市旅游资源与相关条件分析

六盘水涵盖国标分类中的 8 个主类, 35 个亚类, 102 个基本类型,六盘水市整体旅游资源丰富,自然资源品位高,人文资源富有独特文化魅力。但区位条件与经济背景仍处于发展阶段,因六盘水市近几年才开始转型发展,交通之前常年处于“闭塞状态”,出

行方式受限,经济基础相较于我国沪、宁、杭等地区稍差,条件不够优越,市内拥有月照机场与火车站,高铁站将于近年开通,这在一定程度上制约了区域旅游的发展,就旅游资源看,其呈现出较大程度的潜力与提升空间。

3 特色旅游线路与旅游商品设计

旅游线路是指在一定的区域内,为使游人能够以最短的时间获得最大观赏效果,由交通线把若干旅游点或旅游城市合理地贯穿起来,并具有一定特色的路线,具体讲,一条旅游线路就是一个单位的旅游产品,是联系旅游者与旅游对象、客源地和目的地的重要环节。一般的旅游线路设计需要包含的内容有:旅游时间(包括总的旅游时间以及整个旅游过程中的时间安排);旅游目的地(包括主要旅游资源的类型、级别,主要游览景点景区特色等);旅游交通(包括旅游交通方式及工具);旅游食宿;旅游活动安排(直接影响到线路的质量和旅游活动的效果);价格(敏感因素)。

3.1 六盘水市线路设计实际存在的问题

3.1.1 缺乏创新意识,违背原则

旅游产品有着市场生命周期,包括介绍期、成长期、成熟期和衰退期,旅游线路也遵循这一规律,旅游市场具有不稳定性 and 可选择性,因此旅游线路的设计要随动态变化而进行创新,对传统线路改进和突破,对旅游资源、交通等要素进行新的组合,才能使旅游线路更富有生命力与吸引力,以实现旅游线路的可持续发展。六盘水实际旅游线路类型单一,缺乏新意。

3.1.2 缺少淡季线路设计

旅游有着淡季与旺季之分,旺季即为旅游发展最为旺盛的时期,此时呈现于淡季相对多的旅游线路可供旅游者选择,并且在淡季会出现普遍使用快速渗透的市场价格策略,这会对旅游者产生“价低质差”的刻板印象。

3.1.3 旅游基础设施不够完善

旅游设施是完成旅游活动必备的各种设施、设备和相关的物质条件的总称,它能影响旅游活动开展的顺利与否以及服务质量的高低。因此,在旅游线路设计中,必须充分考虑旅游者的客观条件与旅游过程中设施的便利性,使旅游者获得最佳旅游效果,没有良好基础设施的线路设计,旅游业的发展也就无从谈起。

3.1.4 营销战略与手段不足

旅游企业高层经营者在现代市场营销观念的指导下,在准确把握环境变化趋势的基础上,为实现企业的营销发展目标,而对企业在一定时期内市场营销发展的总体设想和谋略。旅游企业制定的营销战略目标只能有一个,即要有一个主攻方向,否则会分散企业营销力量。手段与之相反,要尽可能的用多种多样的手段达到宣传推广作用,充分利用与时代相接轨的“互联网+”,注重与携程、去哪儿、途牛、淘宝等 App 的合作联系,还可加强博客、微博、抖音等自媒体合作。

3.2 研学线路设计方案

结合旅游线路设计内容原则,针对六盘水市实际出现的问题,提出了四个线路设计方案,如表 1 所示。

表 1 六盘水市研学旅游线路设计方案

方案 1	探究自然型线路	乌蒙大地缝——乌蒙大草原—牛棚梁子高山杜鹃—乌蒙佛光
		龙滩口溶洞—八大山峰丛—娘娘山湿地—沙河龙潭口溶洞
		瑶池—明湖国家湿地公园—凤池园—妥乐古银杏风景名胜区—老厂竹海
方案 2	追寻历史奥秘型线路	盘县大洞古文化遗址—盘州古生物化石遗址—石牛角温泉
方案 3	感受民族文化型线路	野玉海国际山地旅游度假区—月照养生谷—青林苗寨—南开跳花场
		梅花山索道—梅花山回民风情园—月亮布依文化生态园—玄武岩地质公园
		荷城古镇—三线建设博物馆—陡箐农民画之乡—陆家寨
方案 4	休闲度假型线路	哒啦仙谷——刘官胜境温泉
		大河堡——百车河温泉度假小镇
		明湖国家湿地公园—梅花山索道—梅花山国际滑雪(滑草场)
		野玉海国际山地旅游度假区—营盘盘桃园—丹霞山景区
		北盘江大桥—黑野猴保护区—米箩猕猴桃生态园—赵家河瀑布群

3.3 研学旅游线路营销方案

从旅游时间安排、旅游目的地、旅游交通特色差异、旅游活动安排和定价等方面提出方案实施的策略。

价格营销:四条线路由于是初次使用研学道路,在旅游产品的投入期内采用缓慢渗透策略,利用低价格低促销的策略先进入市场,在成长期与成熟期的过渡期间采用高价格高促销的策略进行销售。

利用旅游线路创新原则,培养中小學生创新意识,改变传统浏览观光旅游模式,综合探究自然资源与追寻民族文化类型线路,有利于学生了解六盘水文化与丰富多样的自然资源,形成崇尚创新的社会观念,培养中小学生的自主性、探究性、互动性等能力与提高审美情趣,充分体现开展研学旅游是一种有效的新型教育形式,使青少年了解外界的方式不局限于课本、图书、影视作品,亲身体验感受才是最佳方式,研学旅游不仅有广阔的市场背景,而且有重大的现实意义。

参考文献:

[1]Fei LIU,Gang-Yin LI.Research on Tourism Development Model of National Intangible Cultural Heritage (Traditional Skills)in Guizhou Province[P].DEStech Transactions on Economics,Business and Management,2018.

[2]王昆欣.国外研学旅游特点及启示[N].中国旅游报,2015-06-24(010).

[3]邢晓玉.国内研学旅行研究进展与展望[J].江苏商论,2019,(12):69-71.

[4]朴真实(2015)高校修学旅游服务质量评价研究[D].济南:山东大学,2015.

[5]朱海菲. 基于文化旅游资源的研学旅行[J]. 旅游纵览(下半月), 2018, (06):207.

[6]国民旅游休闲纲要(2013—2020年)[J]. 中国乡镇企业, 2013, (03):4-5.

[7]陈颖, 谭颖聪. 中国研学旅游企业发展现状探究[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(30):19-20.