
基于 RMP 分析的贵州温泉旅游规划 问题及对策研究

刘嘉月¹

(广西大学 商学院 广西 南宁 530000)

【摘要】: 在“十三五”规划里,国家明确指出发展温泉旅游,以此为契机,中国温泉旅游行业迎来了一个极为重要的发展机遇。RMP 分析是我国著名旅游学者吴必虎于 1999 年提出的一种以产品为中心的旅游规划模式。本文首先运用 RMP 分析法,从资源、市场和产品的角度,分析了贵州温泉旅游业的发展现状,接着分析了贵州温泉旅游规划中的现存问题,最后提出了相关规划建议及意见,力图对未来贵州温泉旅游业的发展提供帮助及指导。

【关键词】: RMP 分析 温泉旅游 旅游规划

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】:**A

1 贵州温泉旅游的 RMP 分析

RMP 分析(昂普分析)理论认为在区域旅游规划中应当以旅游产品为核心,在对资源(resource)、市场(market)仔细分析的基础上,结合产品(product)进行规划设计。该理论中强调“资源综合评价和有效利用、客源市场分析预测”的思想内核与温泉旅游中重视资源合理开发的思路不谋而合,因此十分适用。

1.1 贵州温泉旅游的资源分析

2017 年 12 月,国家颁布了《矿业权出让制度改革方案》,将贵州省确认为试点省,贵州省内开始摸索地热资源“探采分离”的道路,对全省的地热资源进行详细调查。温泉旅游虽然高度依赖于现有资源条件,但温泉旅游资源不仅包括温泉本身,还包括当地的风土人情、自然景观、配套基础设施等。

1.1.1 地质特性

贵州地下热水的热储层位较多,岩石构成多为碳酸岩,地表水渗透寻循环作用形成了碳酸温泉;从地质类型上来看,贵州省的地下热水以隆起断裂型和沉降盆地型为主,构造变形程度不明显,存在构造破碎带,有利于泉水涌出;从地热系统类型上来看,循环型的地热系统促成了温泉的形成。

1.1.2 理化性质

贵州温泉水质优良,富含三十余种微量元素,元素含量合理,部分达到了饮用矿泉水标准,人体浸泡在这样的温泉中,能够很

作者简介: 刘嘉月(1998-),女,汉族,陕西西安人,广西大学旅游管理专业在读硕士研究生,研究方向:旅游经济、旅游规划。

好地舒缓放松、实现保健美容,消除疲劳、白嫩皮肤、促进身心健康。在九十余处露出温泉中,三分之二的温泉为温水,水温在四十度左右。

1.1.3 分布情况

贵州温泉资源丰富,约八十多个县市均有温泉分布,主要集中在贵阳、六盘水、铜仁等地,呈现出北多南少的不平衡分布特点。2016 年,贵州省已经探明的温泉资源就有两百余处,其中半数左右为自然露出泉,优良级温泉资源约八十处,地热覆盖范围遍集全省,这在全国来说都是数一数二的。

1.1.4 风土人情与自然景观

贵州作为一个民族风情十分浓厚的省份,少数民族风情与温泉资源交相呼应,带领游客观赏风格别致的民族建筑,在泡温泉后品尝民族特色小吃、欣赏民族特色歌舞,可以使得贵州温泉的旅游形象更加丰富立体;贵州温泉主要出现在风景秀丽的自然地带,周边环境优美,景观资源丰富,资源配比协调。

1.2 贵州温泉旅游的市场分析

温泉产业属于十大健康产业之一,2018 年,我国六十五岁及以上人口比重达到了 11.9%,已然迈入了老龄化社会的行列,预计到 2023 年,我国老龄化人口数量将达到 2.7 亿,亚健康人群及老年人都属于温泉旅游的潜在消费群体。而中等收入群体的崛起也将带来巨额的市场增长,目前我国中等收入人口约占总人口的四分之一,他们大多比较关心自己的身体健康,关注生活品质,也有能力负担得起中高档的温泉旅游产品。

我国温泉旅游市场规模年平均增长率 45%,市场前景广阔,行业发展潜力巨大,预计 2020 年全国温泉旅游总次数达到 10.6 亿人次,占国内旅游人数的五分之一,位居各种旅游业态之首。2019 年前三季度,贵州省温泉旅游景区接待游客达到五百五十万人次左右,综合收入约 27 亿元。

相比于云南、广东、四川等温泉数目丰富的省份,贵州省在温泉数量上不占优势;贵州省在旅游形象的打造上略显乏力,这都导致贵州省温泉的知名度较小。当前的游客仍以本地游客为主,年龄主要集中在 19-40 岁,游览目的主要是私人性质的休闲度假。

1.3 贵州温泉旅游的产品分析

贵州省温泉旅游资源已有 46 处处于开发运营期,29 处正在建设,16 处拟开发,一百五十余处待开发。全省有温泉资源型省级旅游度假区十家。借由近些年的政策东风,贵州各地都开始了温泉的开发建设,大大小小的温泉遍地开花:打造出智慧旅游服务平台,在贫困地区挖掘地热资源建设温泉,开发具有休闲养生效果的医疗康养产品。但由于短期快速的开发,导致温泉产品的质量参差不齐,这大大降低了游客对于贵州温泉产品的信任感。

目前市场的主流是打造以温泉为主题的康养度假胜地,大部分温泉景区的餐饮及住宿价位较高,因此景区的大部分营收还是来源于门票,在产业链延伸及附加值提升上仍有可进步之处。

2 贵州温泉旅游规划的现存问题

2.1 产品同质化严重,缺乏创新

贵州省温泉旅游资源丰富,但在规划设计上缺乏新意,产品同质化严重,各个温泉景区提供的主要产品大同小异,只是在环境、服务、价格等方面存在差异,各个景区的产品结构都比较单一。规划人员在工作中缺乏热情,只是去仿照市场上热门的产品进行设计;在进行目标市场选择时也没有培养起长远思维,导致客源市场在地域结构方面存在极强的一致性。同质化的产品使得市场失去了活力,也不利于游客在市场上进行产品识别,大大降低了游客的旅游满意度,导致游客对贵州旅游产品的信心下降。

2.2 定位模糊,缺乏代表性口号

当前贵州旅游提出了“多彩贵州”的总体口号,下属各市提出了“风情黔东南”“桃源铜仁”等口号,从不同角度入手强调贵州的风土人情与自然资源盛况,但大部分温泉景区尚未结合实际提出独具特色的口号,当游客提及贵州温泉时只会想到泉水的温暖舒适,没有一个提纲挈领的响亮口号来使得游客的模糊印象变得清楚。

2.3 破坏环境,存在建筑污染和环境污染

贵州省自然风光秀美,资源优势得天独厚,温泉景区大多坐落在环境良好的山区内。但目前的温泉规划开发大多结合房地产开发项目进行,在建设过程中可能不可避免地会对山体、植被等造成破坏,建筑在建筑风格、主打色调等方面显得突兀,影响了当地生态景观的完整性,带来了建筑污染。温泉景区的核心是温泉,但地热资源开发本身也会带来环境污染,这些都是开发者必须要面对的问题。

2.4 交通闭塞,基础设施建设不完善

2015 年贵州才开始融入全国高铁网中,起步相对较晚。贵州的温泉大多位于位置偏僻的河沟溪流旁,而游客大多居住在城市里,因此需要在路途中花费大量时间,影响游览心情。由于坐落于山地丛林之间,因此管道铺设存在困难。温泉景区在早期规划设计时没有选择质量上乘的管道,多年来,部分管网出现老旧失修、蓄热能力下降的情况。

2.5 资金投入不足,开发利用度低

一个设施完备的温泉景区建设需要投入大量资金,资金数目可能达到上亿元,因为温泉景区的开发包括在原始生态基础上建造温泉池、周边度假酒店和大型娱乐设施的修建等多种项目。目前贵州省的温泉开发资金主要来源于各投资开发公司,依靠资本的力量推动其运作,涉及到政府财政拨款的地方较少,短缺的资金必然会限制规划人员的思路,不利于景区建设。

虽然贵州省内温泉数目多,但开发利用度低,山野间存在各种“野温泉”,在温泉产品设计时没有很好地设计延伸产品,温泉资源没有得到最大限度的利用。

2.6 整体布局杂乱,景观质量差

温泉的规划大多要依托原始部落,但大部分温泉所在地的原有村落布局都有些凌乱,例如房屋依着山势而建、沿河流而设,房屋建筑质量良莠不齐,外观不够精美,这就使得景区的景观质量差。这方面做得比较好的是剑河温泉,政府将温泉与当地苗侗风情完美结合,对既有村落加以休憩整改,从外在形式上对房屋进行规范,房屋布局也进行统一规划。

3 贵州温泉旅游规划的解决对策

3.1 依托民族文化资源,强调故事性

文旅融合的大形势下,想要突出重围,必须要强调文化特色,把握好景区的文脉与史脉;一个历史悠久的温泉背后可能有着动人的神话传说、历史典故,开发者要善于挖掘。贵州省民族文化资源丰富,有着广阔的可操作空间:例如苗族人民对银制饰品有所偏爱,而银制器物具有的杀菌功效与人们泡温泉时对于健康卫生的追求不谋而合,在进行温泉场地设计时,营造浓厚的民族风情,强调深厚的人文底蕴。

3.2 产品整合创新,雇佣专业人才

经济快速发展,大众需求也变得更加多样化和个性化,这就对温泉产品提出了更高的要求。在进行温泉产品设计时,争取全方位覆盖不同消费能力的群体;产品设计时应当避免同质产品,例如遵义市水景温泉景区就独树一帜地提出了“泉神”的概念,属于世界首创。除此之外,还要深入进行产业整合与业态延伸,形成休闲产业集群。除此之外,为了规范游客的使用、达到最佳的治疗效果,应该配备医疗顾问、养生专家等。

3.3 以人为本进行线路设计与空间布局

在进行游览路线设计时,尽可能让游客在单趟游览中就欣赏到景区全部风貌,避开景观价值不大的游览地点;交通方式要结合实际情况进行规划,达到移步换景;基础服务设施也要进行人性化设计,考虑到弱势群体的需要。温泉景区在选址布局时,要以目标市场为导向,在条件允许范围内最大可能地向客源市场和经济发达地区聚集;体贴周到的服务有利于温泉场景仪式感的营造,在服务过程中要注意与游客的情感交流。

3.4 活用现代科技,建立旅游地形象识别系统

当前贵州各温泉旅游景区的产品区分度不是很大,管理者应该善于运用现代科技,打造独一无二的旅游地形象。首先确定发展战略和市场战略,有侧重点的选取目标人群;其次要规范内部管理制度,营销宣传活动的实践过程中也要充分贯彻落实前期选定的主题理念;最后是视觉识别系统,温泉景区标志物、建筑外观等都应该既夺人眼球又不过分突兀。

参考文献:

- [1]孙鹏程. RMP 视角看吉林温泉旅游产品建设方案研究[J]. 财富时代, 2019, (07):160.
- [2]李思瑾. 供给中高端旅游产品打造高水平温泉省康养贵州[J]. 当代贵州, 2017, (34):20-21.
- [3]杨胜元, 杨秀忠, 张建江, 等. 试论贵州地下热水类型[J]. 贵州地质, 2008, (02):128-132+148.
- [4]单延芳. 贵州温泉旅游开发研究[J]. 现代商贸工业, 2011, 23(10):78-81.
- [5]詹恕明. 贵州省地热资源分布特征及开发利用现状[J]. 资源信息与工程, 2016, 31(02):88-89.
- [6]邱彦. 我国温泉旅游业发展的问题及对策浅探[J]. 知识经济, 2014, (10):104.
- [7]赵路路. 探讨温泉旅游规划阶段对水资源需要考虑的因素[J]. 旅游纵览(下半月), 2014, (09):31-32.
- [8]唐明贵, 殷红梅. 息烽温泉生态旅游发展模式研究[J]. 资源开发与市场, 2012, 28(12):1136-1138.