

# 提升体验度的生态文化旅游

## 丽水发展模式探析

闫春荣<sup>1</sup>

(丽水职业技术学院 浙江 丽水 323000)

**【摘要】:** 随着国家生态文明战略的进一步推进以及国民休闲时代的到来,生态、文化与旅游的深度融合,能够精准发展旅游业,有效保护生态环境及旅游资源的可持续利用。因此,应当精准旅游市场定位,通过“三全”的特色化服务、深度的信息化管理、合理利用生态资源来保障实施“三有”的生态文化旅游发展新模式,提升游客体验度,实现乡村旅游的综合效益。

**【关键词】:** 生态文化 生态旅游 “三有”模式

**【中图分类号】:**F2 **【文献标识码】:**A

### 1 研究背景

随着国家生态文明战略的进一步推进实施,旅游业上升到国民经济战略支柱产业地位以及国民休闲时代已经到来,生态文化旅游,不是将生态、农业、文化及旅游等元素的简单相加,而是以绿色生态环境及文化体验为出发点,将生态资源与当地文化资源进行整合,强调旅游精准发展以及对生态环境及资源的保护与持续利用,以此来提升游客的体验,从而实现乡村旅游的综合效益。

### 2 丽水生态文化旅游发展现状

丽水市位于浙江省西南部,具有文化、生态优势。丽水有 99 个古村落入选《关于第五批拟列入中国传统村落名录的村落基本情况公示》(2018),数量位居全省第一。丽水的森林覆盖率 80.79%;丽水境内饮用水合格率 100%,水环境质量全省第一;丽水每立方厘米空气的负氧离子平均浓度为 2800 个,是全国空气质量十佳城市中唯一的非沿海低海拔城市。从 2016-2019 年的旅游相关统计指标可以看出丽水旅游业的发展成效,如表 1 所示。

表 1 丽水市旅游相关指标

序号	旅游相关指标	2016	2017	2018	2019
1	新培育农产品旅游地商品生产经营主体(家)	-	234	250	187
2	农产品旅游地商品(个)	-	292	306	288
3	实现年营销额(亿元)	-	32.3	46.85	59.3

**基金项目:** 2018 年丽水市社会科学研究课题“提升‘顾客让渡价值’的文农旅融合的丽水模式研究”(LC201835)课题成果。

4	新认证绿色食品(个)	-	132	148	71
5	新认证无公害农产品(个)	-			57
6	新增农产品地理标志(个)	-	2	44	55
7	“丽水山耕”区域公用品牌背书农产品累计(个)	-	695	974	603
8	省级美丽乡村示范县(个)	-	1	11	11
9	示范乡镇(个)	-	10	12	12
10	特色精品村(个)	20	29	32	33
11	累计创建省级美丽乡村示范县(个)	-	1	22	33
12	累计创建示范乡镇(个)	-	10	32	43
13	累计创建特色精品村(个)	-	29	89	122
14	累计发展农家乐特色村(个)	451	193	203	200
15	累计发展农家乐特色点(各类农庄、山庄、渔庄)(个)		297	323	295
16	累计发展农家乐经营农户(户)	3.99 万人	3881	4394	3765
17	旅游总收入(亿元)	535.8	644.4	667.88	781.04
	其中:国内收入(亿元)	474.7	572.7	667.62	780.7
	外汇收入(亿美元)	9.21	10.62	0.039207	0.049444
	农家乐(民宿)接待游客(万人次)	2220	2788	3451.14	3609.5
	农家乐(民宿)营业总收入(亿元)	23.31	31.2	41.46	37.59
18	旅游总收入增速(%)	-	120.3	103.65	116.94
19	农家乐(民宿)接待游客增速(%)	-	125.6	123.80	104.59
20	农家乐(民宿)营业总收入增速(%)	-	133.8	132.88	90.67

资料来源:丽水市统计局统计年报(2016-2019)。

从表 1 可见,丽水旅游已经在国内外享有了一定的知名度,已成功塑造了“秀山丽水”的生态形象。但从 2018 年、2019 年的旅游总收入增长速度看,旅游总收入有增长放缓的趋势,推动农村经济的结构调整与旅游业的转型升级十分必要。

### 3 丽水生态文化旅游发展的瓶颈

#### 3.1 项目开发的同质化明显

---

虽然丽水文农旅融合发展已经取得长足的进步,但与国内其他地区、本地区域内的农旅融合发展相比,同质化比较严重,具体表现为与同类地区的景点建设相似,使游客在本地景点中难以发现新奇特、具有吸引力的景致,削弱了本地区的旅游吸引力。

### 3.2 产品附加价值偏低

多数的休闲农业景点以满足顾客“吃、住、购”等较低层次的需求为主;多数景点逗留游玩时间短暂,多为1.5-2小时,且最多为半天;民宿、农家乐的开发缺乏本地民俗元素的融入,民宿、农家乐与酒店宾馆无差异。农家乐除“用餐”以外,“乐”的功能体现不充分,夜间经济有极大的开发空间。

### 3.3 区域品牌特色不鲜明

对于传统的古村落文化、老区的红色文化的呈现,以导游讲、游客边看边拍照为主,缺少游客参与的符合文化特色的活动设计。有些景区以景物形状命名,缺少令人动心、动容的易于传播的好故事。在古民居中销售的商品与古民居的文化联系不紧密,生态产品与历史文化的有效融合需要提升。

## 4 提升体验度的丽水生态文化旅游发展的对策

### 4.1 精准市场定位,提升游客满意度

游客满意度是基于游客满意理论,由Pizam等(1978)较早提出,认为游客满意度是旅游者旅行前对目的地期望与到该地实际体验比较的结果。而驱使旅游者前往旅游目的地的内在动力为旅游动机,旅游动机一般包括娱乐、追求新奇、放松、康复、怀旧或探亲访友、增进感情、审美、教育、商务、移情九种。旅游动机引发的需求多样化导致市场的多元化,而旅游地应以特色旅游产品满足目标游客的预期,而特色化的旅游产品应同时满足“游客所需”“竞争对手所弱”“本地所能”三个条件。“游客所需”就是在游客在旅游中获得娱乐、放松、康复、增长知识、收获美好、增进感情、拓展业务等。发展旅游业时,做出自己本地的优势,既能吸引游客,又能回避竞争。针对丽水作为拥有好山、好水、好空气的中国生态第一市,这一不可替代的优势,在为丽水全域旅游总体进行定位时,针对放松与康复的需求主打“山好、水好、空气好!养心、养肺又养胃!”,推出“精致丽水七日游”“走遍千山万水,精致要数丽水”“浙江1/6的氧气都在这里”或者“7天穿越1400年”……等全域旅游产品。各县市区可以深挖本地乡村(镇)民俗、生态农业、历史文化,因地制宜地走多元化、特色化与差异化发展之路,推动农村中各产业的融合、交互、可持续发展。

### 4.2 实施“三有”的生态文化旅游发展新模式

#### 4.2.1 “有情有义”的名人生态文化“修心游”模式

通过本地名人的留存物、事迹、传记、作品等物质与精神财富,传递其思想以及人生观、价值观与世界观,对游客内心产生共鸣,满足游客的教育、审美、娱乐、增进感情、商务、移情等心理需求。文化是旅游业发展的灵魂,而名人是文化的创造者与传承人,对名人的崇拜也是旅游者的一种普遍心理需求。

丽水市名人文化旅游资源丰富,宜在生态大背景下充分挖掘古村落的传统文化、红色革命文化,充实名人传记,收集、提炼名人故事。在景区内部也可以运用先进技术手段研发设计动漫以及现代媒体,将名人文化最大限度的呈现出来。可利用视觉、听觉、味觉、嗅觉以及触觉等感官,让游客从多个层面、多个角度获得多维的良好体验,进而留下深刻美好的印象。

#### 4.2.2 “有滋有味”的名品生态文化“快乐游”模式

---

借助特色饮食、工艺品等特色产品,通过刺激游客对味觉、嗅觉、视觉等感官,进而引起游客内心共鸣或愉悦身心,从而满足游客的娱乐、放松、教育、移情等心理需求。开发名品生态文化“快乐游”,适合研学、亲子游、家庭游或有小住、度假需求的游客。丽水有诸多美食、名茶、青瓷、宝剑、石雕等名品。名品包括满足物质需求的产品和满足精神需求的产品,旅游业中的名品需具有制作本地化、品味内涵化、管理精细化、服务品牌化的“四化”特点,这样的“名品”才能对游客具有较强的吸引力,形成独特的竞争优势。丽水目前有许多农家乐、渔家乐、茶家乐、采摘园等可以完善,在原有农家乐等基础上拓展成“吃-住-做-享-带”一体化的“快乐游”,即游客吃农家饭、住农家院、种农家菜、摘农家果、做农家活,享受农业劳动果实,还可以把劳动成果带货给亲朋好友。

#### 4.2.3 “有声有色”的名地生态文化“康体游”模式

使游客到具有绝对生态优势的地区体验大自然的回归。通过倾听潺潺的山间、林间流水声、鸟鸣声、风声、雨声……观看美景、嗅着花草的清香、欣赏一年四季的赤橙黄绿与多姿多彩,满足游客的“娱乐、追求新奇、放松康复、审美、教育”等心理需求。开发的令人心驰神往的“生态名地”的“康体游”,这种旅游模式,更适合具有候鸟式特征的玩家,特别是有寒暑假的大中小学生、康复中能自理的人、中老年和短期休养的人群,远离城市的喧嚣与纷繁,通过丽水的“好山、好水、好空气”以及和谐的人文环境,使人体的循环达到内平衡。在生态条件有着先天优势的丽水,可以大力发展这种旅游模式,构建“气养”“食养”“水养”“体养”“文养”等康养圣地,并把一年春夏秋冬的疗养进行明确市场定位,平衡淡旺季。以此,增加游客的旅游频率与逗留时间。

#### 4.3 提升体验度的生态文化旅游的保障

##### 4.3.1 “三全”的特色化服务

游客满意的前提是在旅游过程求新、求异、身心放松、旅程愉快的需求得到了满足,而满足这些需求的保障是全员服务、全员导游、全员营销。

旅游景区相关人员的服务是游客获得亲切感及良好体验的关键,因此,要特别重视景区中工作人员的管理与培训,一般培训内容包括商务礼仪、沟通技巧、消费心理学、本地特色产品专业知识、特色民俗演绎、线上客服等。通过培训,使工作人员能够根据游客的不同感受,结合游客的旅游需求,为他们提供特色化服务。通过“全员服务、全员导游、全员营销”提高游客的体验度与忠诚度。建立游客评价与投诉机制,动态关注游客的满意度及服务人员的工作状态。建立景区舆情监控与维护机制,通过对景区的网络舆论情况进行筛选分析,通过掌握游客的评价,进行正确舆论引导与维护。

##### 4.3.2 深度融入信息化管理

网络信息技术、数字媒体等运用可以极大程度的提高生态文化旅游景区的信息化管理水平,提升服务质量。建设售票信息系统、全程监控的平台,避免票款丢失,实现实时监管环境变化,保护景区生态环境;建设信息发布平台与自动360度全景导游平台,既能扩大景区宣传范围,提高丽水生态文化知名度和影响力,又能为游客提供直观清晰的导游服务;引入虚拟现实技术,游客身处一定范围内,便可以实现穿越或与场景互动的效果,提高趣味性;在即将到来的5G时代,充分利用微博、微信、短视频与直播平台等各种媒介开展丽水生态旅游营销,打造网红景区。

##### 4.3.3 合理利用生态资源

在开发规划中应当重视保障丽水自然环境,因地制宜地进行产品、服务的精致化打造与定制式供应,并构建起免费、中档及高档等不同价格区间、系列精品景区集聚以及优质高端类别等组成的品牌体系,建设出更为创意、可行的消费体验环境,持续增

---

强对于游客的吸引力,动态挖掘潜在市场、扩大影响力,引导旅游消费的良性发展。

**参考文献:**

[1]丽水市全域旅游发展规划[Z].2019.

[2]丽水统计年鉴-数据丽水[Z].2016.

[3]张李杨.华东地区第一全国第三丽水古村落保护取得丰硕成果[EB/OL].[http://cs.zjol.com.cn/zjbd/ls16512/201811/t20181113\\_8730556.shtml](http://cs.zjol.com.cn/zjbd/ls16512/201811/t20181113_8730556.shtml).

[4]陆乐.红楼文化旅游开发策略研讨[J].宿州教育学院学报,2019,(4).