

# 试论旅游产品的休闲化、娱乐化设计

刘嘉龙

(浙江旅游发展研究中心, 浙江 杭州 311231)

**摘要:** 从国民休闲发展与旅游创新角度, 提出旅游产品休闲化、娱乐化设计的基本要求。在现代旅游发展进程中, 需要进一步丰富国民旅游休闲的内涵, 重视旅游产品休闲化、娱乐化设计, 是旅游产品转型升级为休闲产品、娱乐产品的主要方向。侧重从观光旅游、会展旅游、度假旅游三大主导产品提出旅游产品休闲化、娱乐化设计的主要思路。研究表明: 强化旅游产品的休闲和娱乐功能, 可以大大提高旅游的体验性、参与性、感悟性。

**关键词:** 旅游产品; 休闲娱乐; 国民休闲; 深度旅游

**中图分类号:** F590.3      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1001-5124(2012)03-0077-06

当前我国大众旅游正向国民休闲时代演变, 旅游发展必须与国民休闲需求相适应,<sup>[1]</sup> 基于国民休闲需求导向, 积极开展旅游产品的休闲化、娱乐化设计, 以进一步丰富国民旅游休闲的内涵, 把旅游产品打造成为休闲产品、娱乐产品, 是今后旅游产业转型升级的重要目标取向。

## 一、旅游产品休闲化、娱乐化设计要求

娱乐是休闲的本质, 旅游产品的休闲化设计, 本质上是指旅游产品的娱乐化设计, 就是要在休闲活动中让游客广泛参与进来。如杭州宋城“泼水节”、“火把节”, 杭州乐园“戏水狂欢节”、“极限挑战赛”, 杭州野生动物世界的“动物狂欢节”等旅游休闲活动, 都引入了市民狂欢与休闲娱乐环节, 使得这些活动既“好看”还“好玩”。旅游产品休闲化、娱乐化设计的途径, 主要是通过策划一系列休闲娱乐活动来实现, 体现了休闲活动策划的“动感”理念, 设计手法属于动态人文景观范畴。与旅游产品休闲化、娱乐化设计相对应的是旅游产品的人性化设计, 旅游产品人性化设计手法多体现在静态自然景观设计方面。本文所说的旅游产品的休闲化、娱乐化设计, 多指动态人文景观设计, 或者称“休闲娱乐活动”策划。如果说文化是旅游景区之魂, 那么休闲娱乐

活动就是要把旅游景区的灵魂——“文化”活灵活现地表现出来。

## (一) 从“休闲”内涵看旅游产品“休闲化”设计

“休”在《辞海》中被解释为“吉庆、欢乐”的意思。“人依木而休”, 《诗·商颂·长发》中释“休”为吉庆、美善、福禄。“闲”通“娴”, 具有娴静、思想的纯洁与安宁的意思。把“休”和“闲”组合成“休闲”, 其含义最早源自于土地的“休耕闲作”, 现代汉语则多指从环境或精神的压力中解脱出来, 使个体能够以自己喜欢的方式, 去休息、消遣或自发的、自由的参加各种活动。所以, “休闲”是劳作之“劳累”或精神之“疲惫”的对应词。按现代人生活方式和价值观念, 就是工作之余恢复身心、发展自我的活动总称。

与休闲对应的英文单词有“Leisure”或者“Free Times”, 但严格来说“Leisure”仅仅是指“闲暇”, “Free Times”只是指“业余时间”或“自由时间”, 还不能完全表现中文语境下“休闲”的含义。把“Leisure”翻译成“休闲”(如“World Leisure Congress”意思是“世界休闲大会”), 实际上是把“闲暇”直接意译成了可以

收稿日期: 2011-11-25

基金项目: 国家社科基金项目(10BGL047)。

作者简介: 刘嘉龙(1956-), 男, 浙江义乌人, 副教授, 主要研究方向: 会展、旅游、休闲。E-mail: ljl@tczj.net

“休→闲”的行为动机,从这个意义上说把“Leisure”翻译成“休闲”是很有创意的。

无论是中文的“休闲”还是英文的“Leisure”,本质上都是指人类生命存在的一种状态。在这种生命状态下人们可以享受一种自由的心境、快乐的心情。现代旅游发展应当注重发掘古代“休闲”的人文精神,对旅游产品进行“休闲化”设计,让广大旅游者在旅游休闲的过程中体验生命价值、感悟人生真谛。

### (二)从“娱乐”内涵看旅游产品“娱乐化”设计

“娱乐”的含义最早见于《史记·廉颇蔺相如列传》:“请奉盆缶秦王,以相娱乐。”后见于阮籍《咏怀》诗:“娱乐未终极”,都是“娱怀取乐”的意思。关于“娱乐”最著名的典故,是楚汉争霸时期的“项庄舞剑,意在沛公”——当过沛县小吏的刘帮在“鸿门宴”上差点被项羽部下武将项庄以舞剑娱乐名义刺杀(据《史记·项羽本纪》)。

在现代英语中,带有“娱乐”意思的词汇有Recreation、Entertainment、Enjoyment、Amusement,其中Recreation侧重于消遣,Entertainment侧重于宴请、招待,Enjoyment侧重于快乐、享乐,Amusement侧重于逗乐、游乐。世界休闲与娱乐协会中的“娱乐”,只能用“Amusement”(即“World Leisure & Amusement Association”),在这里“Amusement”泛指游乐园,更接近英文语境下的“娱乐”,而“Recreation”(消遣)则与中文语境下的“休闲”更接近。

如果说在古代“娱乐”还只是王公贵族、才子佳人等少数特权阶层的取乐活动,那么在现代旅游中“娱乐”则成为人民大众普遍喜欢、必不可少的游戏活动。尤其在旅游活动中人们越来越喜欢刺激性、挑战性、参与性的娱乐活动。旅游产品重视“娱乐化”设计,就是要把娱乐的游戏本质充分表现出来,让人们真正回归童真时代,体验并分享快乐。

### (三)现代旅游发展需要丰富多彩的休闲娱乐活动

休闲娱乐活动代表一种有动感、有活力、有激情的参与性、体验性、益智性活动,相当于英文“Leisure & Recreation”——因为有“Leisure”

(闲暇)所以要“Recreation”(消遣、娱乐),即“闲”(Leisure)是需要通过“休”(Recreation)来实现的,“休闲”的过程就是“娱乐”的过程。现代旅游业与休闲业、娱乐业联系越来越紧密,现代旅游业发展同时也意味着现代休闲业、娱乐业大发展。随着信息时代、休闲时代、创意时代的到来,“休闲娱乐”所包含的内容会越来越广泛,凡是能让人感到轻松、有趣、幸福、快乐的一切现象和活动都可以统称为“休闲娱乐”。

休闲娱乐活动不但是人类改造自然环境、调节生活节奏、恢复身心健康的重要手段,同时也是人们认识客观世界、改造自然,面对未来人生、积累社会经验的准备过程。休闲娱乐活动中所呈现的益智性、健身性、美育性、技艺性、交际性等特征,是现代入纷纷对休闲娱乐活动抱以高涨热情的重要原因之一。旅游过程中的休闲娱乐活动,如泼水节、火把节、戏水狂欢节、极限挑战赛等是旅游景区和目的地营销的重要“亮点”和“卖点”,这种旅游产品休闲化、娱乐化设计思路或者说旅游休闲娱乐活动策划手法,很值得在旅游产品开发中加以推广和运用。

### 二、旅游产品休闲化、娱乐化设计方向

旅游产品休闲化、娱乐化设计,主要是为了满足人民群众不断高涨的旅游休闲“多元化”、“大众化”需要。“多元化”旅游产品是相对于国民休闲“多样性”需求而言,主要表现为旅游产品的开放性、创新性,是针对休闲需求多样性设计的深度旅游、体验旅游;“精细化”旅游产品则是相对于国民休闲“大众化”需求而言,主要表现为旅游产品的有效性、差异性,是针对国民休闲需求特色化的个性化旅游。<sup>[2]</sup>基于国民旅游休闲多样性和大众化趋势,旅游产品很有必要开展休闲化、娱乐化设计,设计理念主要是结合丰富多彩的旅游人文活动和动态人文景观展开,实现旅游产品与休闲产品、娱乐产品的融合,大力发展主题化、多元化、精细化旅游,把旅游与休闲、休闲与文化、文化与体验、体验与感悟紧密结合起来。旅游产品休闲化、娱乐化设计,是未来旅游创新发展的重点,也是未来旅游产品转型升级的重要突破口。旅游产品休闲化、娱乐化设计,就是要把休闲与娱乐作为旅游产品转型升级的两个重要“抓手”,按照国民休闲发展与旅

游创新思想要求,把传统旅游产品打造成为旅游休闲产品、旅游娱乐产品。

### (一) 不断完善旅游、休闲、娱乐产品体系建设

为全面提升国民休闲生活品质,未来需要重点培育水体休闲类产品、山林休闲类产品、文化娱乐类产品、都市生活类产品、运动健身类产品、商务会展类产品、主题游乐类产品、红色旅游类产品等;鼓励运动型、竞技型、文化型、益智型、交际型等深度旅游与体验类休闲娱乐项目发展,促使旅游、休闲、娱乐产品走向多样化、个性化、精细化、品牌化;有条件的旅游度假区还可以尝试狩猎休闲、温泉休闲、游艇休闲、高尔夫休闲、游轮旅游等高端旅游休闲产品开发,如结合水上运动开展的游轮旅游、游艇休闲、海(江、湖)上垂钓等都是未来旅游产品休闲化、娱乐化设计的重要方向,游艇休闲还可与近海岛屿、远海定向以及帆船、帆板、冲浪、滑水、海钓等休闲娱乐项目结合起来;国外游轮旅游已经有100多年历史,我国游轮旅游还属于开启阶段,最著名的有“歌诗达”游轮中韩两国旅游、“东方公主号”游轮中越两国旅游,开始把传统旅游升级为休闲旅游。我国拥有漫长的海岸线和庞大的旅游市场,海洋旅游、游轮旅游前景看好,根据我国港口条件和海洋优势,可以发展环渤海湾中日韩三国游轮旅游,环亚龙湾(南中国海)东南亚诸国游轮旅游、海峡两岸三地(港澳台)游轮旅游、东南沿海“嵎泗列岛—大陈岛—南麂岛”游轮旅游,等等。

### (二) 不断丰富乡村民俗文化旅游产品内涵

从旅游产品的休闲化、娱乐化角度,让乡村民俗文化旅游产品更好看、更好玩。我国大部分乡村植被良好,山水秀美,民风淳朴,越是偏远乡村,农耕文化积淀越是深厚,乡村民俗活动越是源远流长,完全适合旅游休闲新时期“内生型”经济发展,<sup>[1]</sup>结合新时期社会主义新农村建设,可以开发以观光农业、生态农业、体验农村生活为主题的乡村旅游、民俗文化旅游等,“乡土特色、田园风情”,以满足现代人“回归自然,返璞归真”的休闲生活需要。文化是旅游休闲之魂,旅游产品休闲化、娱乐化设计,归根结底是要赋予旅游产品深厚的文化底蕴和内涵,并通过旅游

文化“外显”把旅游产品“活灵活现”表现出来,因此大量隐藏在民间并流传甚广的民俗风情、历史传说、人文典故本身就具有先天优势,完全可以通过节事活动策划、民俗风情场景设计等,演绎中华五千年历史文化和灿烂文明,赋予乡村旅游、民俗旅游“动感”艺术,以实现旅游产品“质”的飞跃。传统民间文化、田园休闲文化、乡村农耕文化以及遍布各地的茶文化、竹文化、酒文化、小吃文化、养生文化、动漫创意文化等旅游产品不断与休闲、娱乐产品结合,可以大大丰富人们的精神文化生活。

### (三) 逐步实现旅游产品跨界资源整合

现代旅游是“大旅游”概念,旅游产业正向旅游休闲产业发展,<sup>[4]</sup>因为旅游产品休闲化、娱乐化设计,政府旅游主管部门、文化主管部门、体育主管部门以及农业、水利、海洋、渔业、民政等政府职能部门,在改善民生、扩大内需、促进旅游休闲事业发展方面,要进行部门互动、资源整合、职能转换,尤其是各类商务会展和节事旅游活动,政府职能部门需要相互补台、共谋发展,不断完善政府部门、旅游企业、传播媒体、代理商等多方合作机制,在旅游产品休闲化、娱乐化设计进程中,通过政府跨区域、跨部门广泛合作,大力推动旅游休闲、文化休闲、运动休闲、农业休闲、养生休闲等现代旅游休闲娱乐事业发展。

## 三、旅游产品休闲化、娱乐化设计思路

### (一) 观光旅游产品

观光旅游是主要的旅游产品,也是构成国民休闲的重要载体。无论旅游形式如何变化,以自然环境和历史人文为旅游吸引物的观光旅游产品,永远都是最强势的旅游资源。在现代旅游发展的大背景下,我们强调的是要赋予观光旅游产品“休闲”的重要意义,即通过观光旅游感悟人生价值、体验美好生活、发现生命意义。观光旅游产品包括:

1. 自然环境观光产品。各地自然风光旅游资源丰富,多以“江—湖—河—山”为支撑,已经培育出一大批精品型观光旅游产品。从旅游产品休闲化、娱乐化设计角度,除了加强对风景名胜区的生态保护,还要从提高旅游景区景点的文化内涵入手,重视历史人文景观建设,进一步培

育旅游景区文化核心竞争力。文化是休闲之魂,也是旅游景区、景点的生命,没有文化内涵的旅游景区只是景点和设施的简单堆砌。必须在科学规划和生态保护的前提下,建设一批起点高、立意新、特色鲜明的观光旅游休闲产品系列。如:

(1) 河流观光。沿江沿河沿溪沿涧发展河流观光,发展滨水休闲,结合不同水流地段的景观特点,开发水陆两栖观光旅游线路。(2) 湖泊观光。利用天然湖泊、人工水库和开阔水湾地带,开发水上旅游休闲项目。“水”是生命之源,与人类休闲的天性最为接近,以水为主题的观光旅游产品,无论是怀旧与浪漫风格,还是现代与活力气息,都表现了人们回归自然的恬静与闲适的主题。(3) 湿地观光。重视河网、沼泽地带的湿地保护工作,以古塘河、古运河、漕运码头、农家埠头等历史人文为纽带,按照“保护、生态、文化”三原则,有条件的地方要争取恢复和建设家门口的湿地公园,再现“江南水乡”、成群牛羊的旧时模样。(4) 森林观光。以天然森林为依托,在保护好生态环境的基础上开发“森林浴”、“负离子浴”、“植物精气浴”等高端休闲与生态旅游观光产品。(5) 山地观光。远足、登山是现代人的重要休闲活动,我国各地山脉众多,有条件的地方要多开发山地观光产品,山水相依,回归自然。(6) 峡谷观光。与山地地貌相对应,我国各地沟壑山涧无数,尤其是以峡谷为特征的山沟、山坳,都是大江大河大溪的源头,既是古代文明的发端,也是现代人怀古探幽的好去处。在开发过程中要注意打造精品,避免同质低档景区过多引起的整体品质下降。(7) 岩洞观光。以天然岩洞为吸引物,对天然岩洞、溶洞资源和人工矿道、隧道、石窟等进行保护性开发。(8) 地质观光。以独特地形地貌打造天然地质公园,结合科普知识和人类探险精神,发展探险型观光旅游休闲。

2. 文化遗产观光产品。文化遗产是人类历史创造的宝贵财富,承担着重要的文化传承和历史教育功能,更是文化休闲的重要载体。这方面要加强文物保护工作,设立各类博物馆、展览馆或陈列厅、陈列室,发展动态型主题展览活动,发展名胜古迹观光、名人故居观光、民俗活动观光、传统节日观光等,继承历史遗产,弘扬华夏文明,传播人文和谐。

3. 城市风貌观光产品。包括城市公园观光、城市风情观光(历史文化街区)、主题公园观光、都市农业观光等,通过休闲环境与氛围的营造和城市旅游目的地营销,要努力把城市、城区、街区打造成为现代旅游休闲中心。城市大型购物中心 Shopping Mall 和中央商务区 CBD(Central Business District)、旅游商务区 TBD(Travel Business District)、娱乐商务区 RBD(Recreational Business District)建设过程中,要精心营造购物休闲环境,增加各类娱乐功能,努力把城市 Shopping Mall 和各类 CBD、TBD、RBD 发展成为现代旅游休闲中心,并以旅游景区为依托,以高档酒店为载体,融观光、休闲、娱乐、购物、会议、展览、美食、运动、娱乐、演艺等功能于一体,通过增强城市“动感”和活力打造休闲娱乐“不夜之城”、“魅力之城”。

### (二) 会展旅游产品

全国各地的会展中心城市都在大力发展会展旅游产品,通过做大做强特色展会,打造会展中心城市品牌,提高会展旅游接待能力,以城市品牌化来推动旅游国际化。主要途径是通过引进国内外的大型品牌展会,鼓励会展企业与国内外知名会展机构或区域性会展组织建立合作关系,提高会展企业外向合作能力和商务运作能力,推进会展业整体水平的提高。结合旅游休闲目的地建设大力发展会议业、展览业,开展形式多样、丰富多彩的节庆和赛事活动,鼓励宾馆、旅行社、高等院校、行政企事业单位争取更多的国际国内会议、展览和节庆活动、赛事活动在本地举办。

1. 专业会展产品。以会展中心城市的优势,打造国际知名的、国内首屈一指的特色和专业会展城市品牌。浙江以杭州西湖博览会、宁波消费品博览会、中国(义乌)小商品博览会等大型展会、品牌展会的综合效应、联动效应,有效带动了本地旅游休闲事业的发展,尤其是义乌发展购物旅游与休闲成为国内旅游转型升级的楷模。2009年以来国家旅游局和浙江省人民政府联合举办了中国(义乌)国际旅游商品博览会,展位规模超过3000个,在国内同类展会中首屈一指。

2. 节庆活动产品。把节庆活动与民俗活动、传统节日和假日活动紧密结合,以节促会,以会带游,把节庆活动作为发展现代旅游休闲产业新

的增长点。以精品意识打造节庆活动品牌,使节庆活动从较为单纯的事件营销活动向具有品牌效应、关联效应的节事旅游活动产品转变。

3. 商务会议产品。利用各地优美环境、区位优势、硬件设施、服务水平等有利条件,举办各类商务会议,包括商务年会、高层管理会议、股东(董事)会议、公司培训与员工拓展、协会(学会)年会、奖励会议、采购会议、产品推介与促销会、商贸交易会、学术研讨会、人才交流会等商务会议产品,通过商务会议带动会议旅游。

### (三) 度假旅游产品

现代休闲旅游综合了观光旅游与度假休闲的双重特征,是与城乡居民生活水平相适应的新型旅游休闲方式,代表现代旅游发展的主要方向,对推动国民旅游休闲具有指标性意义。

1. 滨水休闲度假产品。包括滨水休闲游憩设施(休息长廊、步行道、亲水平台等)、水上休闲娱乐设施、观光游船(游艇休闲)、沿江漂流、滨水度假村等,开发建设应以绿色、精致、休闲为理念。有条件的地方可以大力发展温泉休闲、冲浪休闲、滨海休闲、滨湖休闲等度假设施,开发高品位、高档次的旅游度假产品。

2. 城市休闲度假产品。商业游憩与购物——以特色商业街区和时尚商业设施为主要场所,发展以逛街、购物、美食、娱乐为主要内容的商业游憩活动。如文化休闲与康体娱乐——以泡吧(茶吧、酒吧、咖啡吧、演艺吧等)、娱乐(影剧院、娱乐中心、KTV、迪斯科等)、文化(图书馆、展览馆、博物馆)、康体(健身中心、温泉浴、足浴、SPA水疗、瑜伽、太极、气功等)为主要内容,欢迎游客参与当地市民的休闲生活,亲身体验地方风土人情;历史文化街区休闲——感受城市历史文化街区的历史风貌和文化沉淀,让游客徜徉在历史文化和人文环境中,既修身、养性又怡情、养心。

3. 乡村休闲度假产品。特色乡村休闲旅游——建设具有浓郁地方文化特色的乡村休闲社区(如茶文化村、竹文化村、陶文化村、梅文化村、花文化村等),结合观光、休闲、民间艺人表演、乡土展览、传统节庆、祭祀仪式、娱乐、运动、度假、养生、游居等不同功能,根据自身

条件建设符合现代旅游发展趋势的差异化乡村休闲度假胜地。包括:(1)古镇(古村落)旅游。以古镇或古村落为旅游吸引物,感受古老沧桑的气息,体验淳朴的民风民俗和深厚的地方文化。

(2)休闲养生旅游。利用森林公园、度假酒店、休闲农庄等设施和中草药膳食,发展森林浴、气功、针灸、推拿、药疗、老年保健等康复保健疗养专项旅游,吸引城市居民前来休闲养生(度假),并逐步推向国际市场。(3)徒步登山旅游。依托山地缓坡、沟壑溪流等自然条件,发展适合不同需要和不同体力的人户外徒步登山活动。

(4)山居休闲度假。科学规划、合理开发,在保护环境与生态的前提下,适度开发山居别墅、艺术家村落、度假公寓、产权式酒店等休闲房产。利用山上水边旧村落废弃民居,通过适当整治改造成乡间度假村(酒店),吸引城市居民前来休闲、度假、养生、居住。

4. 文化休闲产品。茶文化休闲,包括产茶、制茶、卖茶、品茶、论茶为一体的,体现浓郁地方特色的茶文化休闲景区(茶文化村、茶文化特色街区等);美食文化休闲,以地方小吃、美食、山珍海味、土特产为吸引物或附带旅游产品销售,树立品牌,打造精品,把当地健康美食旅游产品推向市场;民俗文化休闲,通过历史文化街区,开发民俗文化展、民间手工艺展、传统节庆和民俗旅游等产品和活动;文化创意休闲,结合工艺、美术、音乐、设计、创作、民间绝艺、手工技艺等,开辟文化创意休闲园区。

5. 夜间休闲产品。完善夜游场所和设施,形成规划合理、布局有序的夜间娱乐休闲游憩带,延长游客逗留时间,丰富旅游休闲活动;提供生动有趣的夜间文化艺术活动,包括游览文化艺术特色街区、夜间游园游湖活动、欣赏文艺表演等系列活动;发展夜市休闲,展示传统民俗活动;举办传统祭祀活动、乡村篝火晚会和露天电影或戏班子演出等,不断丰富游客的“夜”生活。

总之,在大旅游视野下旅游产品休闲化、娱乐化设计,必须结合现代旅游发展的时代要求,从满足国民休闲需求的多样性出发,准确把握休闲改变人类生活的重要意义,<sup>[5]</sup>扩大休闲供给,在旅游过程中为国民旅游休闲提供更加丰富多彩的休闲娱乐活动。旅游休闲作为国民品质生活

的重要载体,在未来社会经济和文化事业发展中具有十分重要的意义和作用。

#### 参考文献

- [1] 高舜礼. 启动“国民休闲计划”恰逢其时[J]. 中国经济周刊, 2009(10): 56-57.
- [2] 刘峰. 旅游市场营销[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2006: 156-157.
- [3] 杨采芹. “内生型”发展是农村变革的强大动力[N]. 丽水日报, 2011-07-17(4).
- [4] 戴斌. 中国旅游业机遇: 力推国民休闲计划[N]. 上海证券报, 2008-12-06(2).
- [5] 刘嘉龙. 国民休闲与旅游创新[M]. 北京: 经济科学出版社, 2010: 106-108.

## On Leisure and Entertainment Design in Tourism Products

LIU Jia-long

(Zhejiang Tourism Research and Development Center, Hangzhou 310006, China)

**Abstract:** This article is a study of the basic requirements of leisure and entertainment design for tourism products from the perspective of leisure and tourism innovation. Modern tourism needs to further enrich the contents of tourism and leisure and attach greater importance to leisure and entertainment design for tourism products. This should be the tendency of updating tourism products to leisure products and entertainment products. On the ground that leisure and entertainment reinforce tourists' experience, participation and perception, this article elaborates the main ideas of leisure and entertainment-oriented design of tourism products illustrated from the three leading products sightseeing tour, MICE, and holiday tour.

**Keywords:** tourism product; leisure and entertainment; national leisure; insight vacations

(责任编辑 王 抒)