

甘孜藏区旅游文化产品开发对策研究

文/张学梅 郭华

一、甘孜藏区旅游文化产品开发中存在的问题

1. 旅游文化产品开发的指导思想片面，观念落后

当前在旅游文化产品开发中许多决策者没有树立起“大旅游”观。“大旅游”强调旅游资源永续利用，以实现旅游的可持续发展。有些决策者认为旅游文化产品的开发仅仅是对景区、景点和旅游线路的开发，而不包括对大旅游环境的塑造与建设。但是在“大旅游”的指导下，旅游目的地是作为一个整体的旅游文化产品来开发，如果不注重对整个大的旅游环境的塑造，那么从长远的观点来看旅游产品的开发就会难以为继。

2. 旅游文化产品开发缺乏合理规划，盲目开发时有发生

甘孜藏区旅游资源丰富，为旅游产品的开发提供了较大的空间，但是区际旅游文化产品的协作性有待加强。目前，甘孜州忽略了与州边各县的合作，长期以来许多旅游线路都没有真正纳入成都旅游线路中。虽然每个县都对资源进行了开发利用，也形成了自己的一些优势旅游文化产品，但却是各自为政，开发具有盲目性。

3. 旅游文化产品整体形象不突出

旅游地形象是人们对旅游目的地内旅游活动和旅游吸引物特征的总和。甘孜州在对旅游产品的开发中，旅游地的形象设计虽然是主要的部分之一，但是存在着形象定位不突出，对旅游地形象塑造还基本停留在传统历史文化沿革+民间口碑的状态。

4. 对旅游文化产品的服务性认识不足

旅游文化产品有综合性、服务性、时间上的不可储存性、空间上的不可转移性、敏感性等特点。对这些特性，特别是服务性认识上的不足，造成了旅游文化产品开发中出现了各种问题。旅游者对旅游产品印象的好坏很大程度上依附于所提供的服务质量的好坏，并且一旦提供不好的服务，即便是事后道歉，也很难弥补旅游者的损失。

5. 甘孜藏区旅游文化产品的开发受可进入条件制约

可进入条件差是制约藏区旅游业发展的主要因素。以藏区旅游开发程度较高的拉萨、九寨沟、迪庆和西宁附近塔尔寺、青海湖环线来看，实际上均得益于可进入条件的优势——拉萨得航空和铁路的便捷；九寨沟、迪庆则均处于藏区的沿边地区；而塔尔寺、青海湖有铁路之便。这种局面说明目前藏区旅游开发受可进入条件制约很大。

6. 在开发甘孜藏区旅游文化产品的过程中忽略了人文与自然旅游资源本身的有机结合，没有充分挖掘其文化内涵，丰富旅游文化产品的内容。

二、甘孜藏区旅游文化产品开发对策

1. 旅游文化产品的策划要有创新意识

旅游文化产品的策划要有创新意识，其核心是把旅游文化资源变成旅游文化产品，要立足现有的旅游文化资源，精心搞好策划，使旅游文化产品具有高起点，高要求和高水平。

2. 旅游文化产品开发应体现特色和人本主义精神

没有参与性的文化内涵的旅游产品是难以吸引游客的。所以，旅游文化产品的开发应以鲜明的特色为文化形式，以丰厚的品位为文化内涵，以人本主义精神为文化本质。目前甘孜藏区保持着较原始的生活方式，藏民族特有的建筑、习俗、生活方式、宗教、说唱等都对外界特别是发达地区的人们有很大的吸引力。旅游文化产品的开发应体现出旅游文化线路的专项化、定制化，突出文化为根，以人为本。

3. 按细分市场开发旅游文化产品

细分市场开发旅游产品，是旅游文化产品开发的基本市场策略，在文化旅游的市场格局中，许多细分市场充满了机会。充分利用并强化甘孜藏区内人文景观的影响力。康藏风情和藏传佛教文化是藏区除自然景观外最具吸引力的旅游资源，在旅游开发中应充分利用其在国内外的影响力树立各自品牌。

4. 加大旅游文化产品的营销

政府旅游宣传促销与企业旅游产品宣传促销分工合作，形成多层次的宣传促销合力。在产品的营销方面除了靠报纸、电视、广播等新闻媒体和近年来比较流行的网络营销方式以及举办节庆赛事活动、参加专业展销会等，形成常年促销和重点促销的合力。此外，可以采用事件营销等多种方式，进行有针对性地推广。

5. 提高旅游从业人员的素质，加强后续培训

要提高旅游从业人员的素质对于甘孜藏区而言是一个长期的课题。首先要从树立“服务”的观念做起，比如在每年的旅游淡季或导游年检期间，开展以“服务”为题的各种活动，树行业先锋，并对本年度内的服务行业优秀个人、单位，加以一定的物质奖励；其次是要注重岗位的后续培训，每年评选优秀员工到一些旅游业发展较好的地区进行培训或进行交流活动，把先进的服务理念和服务方式，优秀的旅游人才引进来，为旅游文化产品的开发继续后备力量【本文是四川省教育厅人文社会科学重点研究基地四川旅游发展研究中心立项课题的研究成果之二，项目编号：LYM06-05）。作者单位：西南交通大学旅游学院】

相关链接

旅游开发与乐山城市建设综合发展方案探讨
青岛迁移人口空间分布及其效应分析
甘孜藏区旅游文化产品开发对策研究
浅析江西省城市规模分布的分形特征
浅论凤凰县旅游开发与旅游基础设施建设之关系
重庆市区域经济差异及成因分析
浅析二00八年奥运会给桂林旅游带来的经济效应

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心