



旅游学院

行万里路 读万卷书

- 网站首页 | 通知公告 | 学院简介 | 组织机构 | 学院新闻 | 旅游新闻 | 师资队伍 | 科学研究 | 学术观点 | 教学成果 | 招生培养 | 社会服务
- 党建工作 | 团学之家 | 实习就业 | 校友风采 | 博客微博 | 自拍设计 | 旅游专题 | 旅游名家 | 旅游视频 | 西部游闻 | 信息公开 | 下载中心

现在是:

- ### 本类热门
- 04-25 · [\[梁旺兵\]上海市外国游客旅游消费行为](#)
 - 05-05 · [\[欧阳正宇\]旅游发展与非物质文化遗产](#)
 - 09-06 · [\[南宇\]西北丝绸之路区旅游中心城市合](#)
 - 05-05 · [\[梁旺兵\]外国游客对桂林旅游环境的感](#)
 - 05-03 · [\[欧阳正宇\]甘肃省非物质文化遗产旅游](#)

- ### 今日热门
1. [学校党委组织部到学院检查调研党建](#) 06-06
 2. [每周一星-庞梦溪](#) 06-04
 3. [传诵经典, 筑梦青春, 我院学子在诗](#) 06-03
 4. [集思广益探讨发展良策 全面打造人](#) 05-30
 5. [学院召开院党委会议和理论学习中心](#) 05-29
 6. [我院组织“本科生学术能力提升计](#) 05-27
 7. [张杰同学参加优秀大学生事迹报告](#) 05-25
 8. [关爱儿童, 奉献爱心, 我院志愿者在](#) 05-24
 9. [学院2013年教学观摩月活动圆满完](#) 05-24
 10. [我院举行2013届硕士研究生学位论文](#) 05-20

您现在的位置: [首页](#) >> [学术观点](#) >> [论文观点](#) >> 内容

[杨阿莉]丝绸之路旅游产品体验化设计与创新

时间: 2011-9-6 9:36:08 点击: 567

核心提示: /* Style Definitions */ table.MsoNormalTable {mso-style-name:普通表格; mso-tstyle-rowband-size:0; mso-tstyle-colband-size:0; mso-style-noshow:yes; mso-sty...

杨阿莉

(西北师范大学旅游学院 甘肃兰州, 730070)

摘要: 伴随体验经济的兴起和体验旅游的发展, 旅游从业者必须要从一种新颖的思路出发为旅游者提供体验式的旅游产品和旅游服务方式。文章指出丝绸之路旅游产品开发中对游客体验需求重视不够, 存在体验类型单一、产品雷同、参与性弱等问题, 结合丝绸之路地域文化特色, 论文提出了体验化旅游产品设计与创新的策略及途径。

关键词: 体验经济 体验旅游 旅游产品 体验化设计 丝绸之路

一、旅游与体验的互动关系

体验一词最早出现在古希腊时期的神话与哲学中, 之后在德国的古典美学范畴得到应用。席勒则将体验提升到了解决最根本的人生问题和社会问题的高度。在汉语词典中, 体验的定义是“通过实践认识周围的事物; 亲身经历”。李仲广等(2004)认为:“体验是指可以获得某种身心反应的休闲活动, 是难忘的和值得回忆的某种经历”。吴文智等(2003)认为:“体验是一种独特的经济提供物, 本身代表一种经济产出类型, 经济提供物在从产品、商品、服务、体验的角色转换中不断升值, 从而使体验成为一种新的价值源泉, 各种体验将成为未来经济增长的基础”。总之, 体验在实践层面上是指人们通过实践认识周围事物的一种活动, 从认识论上讲则是人们参加某一实践活动后得到的印象、感受、领悟的总和, 是一种复杂、综合的感受和一种难忘的经历, 是人们与外界事物、活动以及他人互动的结果。

旅游作为旅游者亲身体验外部世界的一条途径, 其过程本身就是旅游者借助空间移动获得心理体验、创造记忆、丰富人生的过程。每个人都期望在旅游过程中获得最大效用的体验, 旅游与体验内在关系密切。首先, 从旅游的本质来看, 体验是旅游的核心属性之一。旅游的基本出发点、整个过程和最终效应都是以获得精神享受为指向。旅游就是在时间和地域的跨越中, 从对那种与自己习惯的文化和环境存在差异的别样文化和环境的体验中, 寻求审美和愉悦等精神享受的活动, 而诸如美食、康体、探险等特种旅游, 其实也是一种差异化体验, 体验的结果也许是生理或心理的满足, 但当离开那种特定时间和地域之后, 留下的最终还是一种精神上的回忆享受。所以, 旅游的本质属性就在于差异化体验中的精神享受。其次, 从体验的内容来看, 旅游是体验的大舞台。美国学者 B. 约瑟夫·派恩(B. Joseph. Pine II)与詹姆斯·H. 吉尔摩(James. H. Gilmore)认为, 体验是一种参与经历, 它能为参与者提供身心享受, 留下难以忘怀的回忆^[1]。它包括娱乐(entertainment)、教育(education)、遁世(escape)和审美(aestheticism.)四个领域(B. Joseph Pine, James H. Gilmore, 1999): 娱乐体验是通过主动的感觉经历而得到愉悦; 教育体验是客人在积极参与的同时, 吸收在他面前展开的事件, 让他有所得, 有价值满足感; 遁世体验者就想在积极参与到一种沉浸式的、与现实习惯另样的环境中, 得到一种逃脱束缚后的轻逸感觉; 而审美体验者就想达到现场, 在自然或人工营造的体验中得到真实的审美刺激, 进而融于其中获得愉悦。这些体验内容都与旅游的本质是一致的, 甚至是融合于一体的, 都能在旅游的大舞台上得到充分的展示。

二、体验经济与体验旅游的内在联系

美国未来学者阿尔温·托夫勒(AlvinTofler)在其1970年出版的名著《未来的冲击》一书中将产业经济发展划分为制造业经济、服务业经济和体验经济三个阶段,并把体验业作为服务业未来发展的方向。他认为,经济发展在经历了农业经济、制造经济、服务经济等浪潮后,体验经济将是最新的发展浪潮,“体验经济”是服务经济的更高层次,是以创造个性化生活及商业体验获得利润的^[2]。1999年4月,Pine II和Gilmore合著的《体验经济》一书对“体验经济”作了全面的阐述,指出体验经济(experience Economy)就是以商品为道具,以服务为舞台,通过满足人们的体验而产生的经济形态^[3]。体验是一种经济物品,象服务、货物一样是实实在在的产品,不是虚无缥缈的感觉。在体验经济中,“工作就是剧院”和“每一个企业都是一个舞台”的设计理念已在发达国家企业经营活动中被广泛应用。自20世纪90年代以来,体验经济概念及内涵在世界范围内被人们热烈讨论,通过利用各种崇山峻岭、翰海大川等自然环境而精心设计的、以达到“磨练意志、陶冶情操、完善人格、熔炼团队”目的的体验式拓展训练活动倍受人们的亲睐,显示出体验式活动项目的无尽魅力。

体验经济时代的来临,赋予旅游业新的内涵与机遇。旅游从本质上来说是一种体验,体验旅游包含了体验经济的诸多精神要点,作为旅游核心的旅游产品无疑是充分展示体验经济魅力的最佳场所之一,是最适合“体验经济”的生产和消费的工具。“体验旅游”是以旅游企业为舞台和道具,以游客参与互动为主要特征,以使游客获得各种感官刺激和精神震撼为目的的旅游消费活动。随着旅游者旅游经历的日益丰富,旅游者已不再满足于走马观花式的观光旅游,而对旅游体验的需求日益高涨,希望通过视觉、味觉、嗅觉、听觉等全方位的参与或体验,充分理解旅游地的内涵和特色,这为发展体验式旅游提供了现实依据。在未来的旅游业竞争中,旅游产品只有通过高质量、多样性、个性化给消费者带来与众不同的体验和感受,才能为旅游产业发展提供不竭的动力。而体验本身就是一种经济产出和价值来源,当它融入产品中后就与其他构成因素一起提升了产品的价值,从而使产品更多地表现出多种体验价值的一种综合和追加^[4]。体验经济下,旅游产品必须突出体验这个本质属性,表现多重体验价值的综合,实现旅游者、旅游经营者和旅游地三方共赢:旅游者在差异化的体验和体验化的活动参与中,获得身心享受和难以忘怀的旅游经历,经营者在提供体验机会和情感性消费中获得长期的发展机会和可观的经济效益,旅游地在各类旅游资源的互动作用中获得综合效益的最优化。伴随体验经济的兴起和体验旅游的发展,旅游业在发展过程中,必须重视体验旅游产品的开发与经营,以推出更多更好的更受市场欢迎的体验旅游产品。

三、丝绸之路旅游产品在游客体验方面存在的不足

2009年,丝绸之路旅游线路已被列入国家旅游局对外重点推介的12条热点旅游线路之首,也是中国最具吸引力的主题旅游线路。丝绸之路沿线作为特色鲜明、文化厚重、环境优美、魅力无限的国际化黄金旅游走廊,旅游资源丰富多彩。丝路沿线既有历史名城、关隘、驿站、寺庙、石窟、艺术、民俗、歌舞、服饰、典籍、礼仪等文化元素,也有道路、河流、森林、沙漠、戈壁、绿洲、雪峰等自然元素,独特的旅游资源优势为丝绸之路旅游业发展奠定了良好基础。就旅游产品类型来看,丝绸之路在国内外旅游市场上逐步形成了以古文化观赏为主、人文与自然景观相辉映的单一的观光产品类型,产品开发中对游客深层次的体验需求重视不够,对旅游体验的项目设计不足,致使旅游缺乏强劲吸引力,主要表现为:

(一) 旅游体验内容雷同

丝绸之路现有旅游产品中,存在明显的景区体验内容雷同,体验方式单一的现象,资源特色没能充分表现出来,主题模糊的多,主题鲜明的少;低水平开发的多,深入挖掘文化内涵的少;孤立开发的多,形成产业链的少。旅行社在设计线路时,大多数为简单组合,能够深浅搭配主动提供给旅游者更多体验的线路少,如在吐鲁番,游完高昌古城,又去交河古城,使游客感到疲惫乏味,无新鲜感。除观光外,安排其他参与体验型的活动很少。“白天跟着导游团团转、晚上呆在房间没事干”的旅游方式,使旅游者在精神和体力上都难以得到深刻难忘的旅游体验。

(二) 旅游体验类型单一

按Pine II和Gilmore提出的让人们感觉最丰富的体验是同时包含娱乐、教育、遁世、美学四个类型“甜蜜地带”的体验的观点,体验类型越丰富,旅游者体验效果就越好。但长期以来,丝绸之路总是偏重于文化旅游,把发展目标锁定在文物古迹上,这些人文旅游产品一直处于低水平开发状态,缺乏适时的补充、完善、改造和升级。加之长期受资源导向观念的影响,旅游产品总是以粗放式开发的观光型产品为主导,而参与体验型产品少且类型单一;文化遗址类产品被动的静态参观产品多,主动的动态参与的娱乐型、度假型、休闲类旅游产品少,在创意和营销、招徕功能方面远未达到旅游产品优化的目标。旅游产品科技含量低,附加值不高,缺少地方性,不能反映地域文化特色,不能满足旅游者日益高涨的文化旅游的需要。

(三) 旅游产品参与体验性弱

旅游者旅游活动的参与互动程度与体验效果直接相关,参与互动程度越高,体验效果越好;反之,则越差。丝绸之路线长点疏,景点分散,旅游者在景区景点停留时间短,旅游产品特色适应群体旅游者需求的多,满足旅游者个性需求的少,致使游客旅游体验参与性弱。现有景区、景点(含博物馆)主要以静态的观光项目为主,缺乏可供旅游者参与的丰富多彩的旅游活动。特别是对于休闲、科考、健身、度假、节庆、会展、体育、文艺娱乐等参与型、体验型的旅游产品,开发利用的程度还很低。从中国旅游业现在取得的成就来看,旅游成在观光;从未来发展来看,旅游很可能败也在观光^[5]。这意味着丝绸之路面临一个重要的发展战略转型,即必须从单一观光型转向复合型,如果不能完成这个转型,其旅游产品的吸引力和竞争力势必会下降。

四、丝绸之路旅游产品体验化设计与开发的策略

旅游产品体验化是指将作为经济产出类型的体验设计成为旅游产品的一部分或者设计成为一种体验式旅游产品,以吸引旅游者参与和消费来获取体验的高经济附加值。旅游产品体验化设计就是指旅游者并不像以往那样只是单纯的观光,而是积极的参与到旅游目的地预先设计好的伴随着一些主题的各种项目和活动中来,通过这种互动将旅游变成一段难忘的可以经常回味的经历。体验式旅游产品强调游客对旅游目的地的、生活的、历史的体验,强调参与性与融入性,以便更好地满足旅游者的需求。旅游产品体验化设计的目标,是指按照旅游可持续发展的理念,在体验与旅游互动双赢关系基础上,实现人与自然、文化与环境的和谐共生,由此达到风景与人的情景交融,人与自然环境的和谐发展,即体验旅游的高潮,从而各主体都能获得自身最大效益。

(一)坚持差异性、参与性、真实性、挑战性的体验化设计原则

要塑造快乐的游客体验,应坚持差异性、参与性、真实性、挑战性四个原则。差异性,通过差异分析塑造项目的独特性不断为游客带来新鲜感受,满足个性化要求。参与性,通过游客的身体参与和精神参与使游客对景区的体验更加深刻、生动,更加具体形象。真实性,为游客提供真实体验环境,促进游客体验到真实的历史场景或民族文化氛围。挑战性,通过参与适度挑战性项目使游客真正忘却自我,从日常繁杂事物中解脱出来。在体验经济消费时代,为达到产品的差异化、多样化及个性化,现代旅游业必须以消费者的心理特征、生活方式、生活态度和行为模式为基础去设计紧扣人们的精神需求的旅游产品,使旅游产品和服务能引起消费者的遐想和共鸣。对于赏心悦目的肃南裕固族、新疆维族等少数民族风情,要积极开发有关民族音乐歌舞、服饰装束、礼仪习俗、节日庆典、风味佳肴、民族风情等特色的体验旅游产品。同时,尽量增加旅游产品的娱乐性,将静态的文化展示和动态的文化体验结合起来,尤其在夜晚应安排一些文娱活动,推动旅游活动从纯“观赏”层面到“参与性娱乐”、“文化性体验”的层面转变。对于秀美旖旎的森林峡谷、草原牧场、沙漠戈壁等自然风光,要大力开展休闲度假游及包括登山攀岩探险、滑草滑沙滑翔、骑马赛马赛车、射箭摔跤拔河等项目的体育旅游;一次沙漠探险、一次乘筏冲浪,都可以给体验者打上深刻的烙印,让旅游者最终得到一种值得回忆的满足感。体验内容要创造性地常变常新,留有吸引消费者在体验中进行精加工和深加工的余地,以保证产品的高附加值。

(二)“体验式”旅游产品设计的思路与步骤

面对体验经济时代的新型旅游消费,丝绸之路旅游业应努力创新,开发“体验式”旅游产品,即通过设计主题,营造情感氛围,增加顾客体验,强化品牌形象,广泛采用科学技术以及增加互动参与性,开发出更加个性化、人性化、绿色化、价值化的旅游产品,以满足体验经济时代的旅游消费需求。

1、主题提炼与体验项目设计

体验并不是自发的,而是诱发的,如果缺乏体验的筹划者,那么消费者的体验无从产生。所以,要让消费者对企业提供的商品和服务产生美妙的体验,作为体验提供者的企业必须深入分析和把握能激发顾客美妙感受的体验提供物。因为任何一种体验都是消费者个人心智状态与那些有意识的筹划事件之间的互动的结果。构思一个良好定义的体验主题,意味着为一个参与性的故事撰写剧本,为剧情的发展提供线索,并由此展开体验的剧情。好的主题能加强旅游者在活动中的综合体验感,并容易留下深刻的印象,提高旅游产品的活动品位和体验价值。著称于世的丝绸之路上的咽喉要道“酒泉市”就可以提倡“酒乡文化搭台,体验经济唱戏”,提炼出“酒文化”的体验主题。酒泉以“城下有泉”、“其水若酒”而得名,同时传说故事更是给酒泉赋予浓郁的神奇色彩:史传汉武帝元狩二年,骠骑大将军霍去病西征匈奴大获全胜于此,武帝赐御酒以赏,霍去病认为功在全军,而人多酒少,遂倾酒入泉与将士共饮,故武帝刘彻将该地赐名“酒泉”。从此酒泉这个地名与酒结下了不解之缘,酒泉成了酒的王国,以酒为媒,在这片乐土上衍生出了许多酒以文传、酒以诗传、酒以画传的动人故事,令人陶醉,令人倾倒。诗仙李白有“天若不爱酒,酒星不在天。地若不爱酒,地应无酒泉”的妙语流传,更有唐代边塞诗人王翰对产自酒泉的名贵酒器夜光杯的激情赞美——“葡萄美酒夜光杯”,诗以杯名,杯以诗传,这些足以显示古酒泉悠久的酒文化历史。现如今,酒泉市酒厂生产的系列名酒已向产业化发展,如汉武御酒、酒泉酒、干葡萄酒、民族青稞酒、锁阳药酒、玉门啤酒等,已纳入酒泉饮食文化和旅游商品的开发之中,酒泉工艺美术厂生产销售的驰名中外的“酒泉牌”夜光杯和系列玉雕旅游工艺品,成为旅游购物的首选佳品。因此,我们应充分利用“酒泉”这一城市品牌和西汉胜迹这个地方文化载体,策划以现代科技再现古代酿酒技术和场景,建设以酒文化展示区、边塞豪情体验区和酒商业餐饮街为主要内容的汉文化和酒文化有机融合的核心旅游景区,以“地名渊源、系列名酒、夜光杯”为主线、紧扣“泉、酒、杯”文化主题深度打造“酒乡”形象,整体策划、统一包装、系统促销,用酒文化吸引旅游者、感染旅游者,使旅游者的内心体验在此景区受到熏陶和深化。这一主题赋予酒泉地方性和本土化特点,并且具有感召力和实践性,有利于体验活动的开展和体验产品的增值。

2、场景设计和体验氛围营造

即如何利用现有的体验资源搭建体验的场景或“舞台”,为旅游者提供一个体验的真实环境。例如,酒泉市肃州区曾是西凉的国都,西凉王朝在酒泉立国虽然只有短暂的21年,但使得酒泉在中华王朝演替的历史长河中有了其一席之地,西凉王李暠的家族也紧密联系了酒泉最为兴盛的汉唐历史。为了展现酒泉肃州区“西凉古都”这一主题形象,可以考虑开发建设酒泉西凉王宫,王宫内展示仿西凉王朝会,再现西凉王李暠的家谱、生平和文治武功,以及酒泉历次重大战事与王朝更迭的历史事件的战争场景^[6];还可针对高消费游客,推出王宫宫廷

歌舞御宴，西凉王豪华宫廷起居生活体验，皇宫豪华仪仗城市游览，皇家猎场骑马打猎等旅游产品。同时，开发建设西凉仿古商业餐饮服务城(街)，参照魏晋壁画人物服饰、建筑风格，在城市旅游功能建设仿古商业建筑群，服务人员身着西凉服装，采用古今结合的服务方式，开展旅游商业、特色餐饮、娱乐与歌舞表演，还可定期开展婚嫁场景、金属铠甲铁骑行军、西凉王宫廷仗仗出行等。这种生动的场景、真实的人物、远古的服饰可使游客在游览过程中忘记了时间，仿佛真的置身于千年之前的西凉，从而使体验更加真实。

要使旅游者获得深度体验，还必须整合旅游的综合要素，全方位地展示一种文化、一种体验情调，使旅游者从多角度获得一种整体统一的美好感受，形成难以忘怀的记忆。就旅游的小环境而言，从预订旅游线路时的最初接触到游客返回居住地后的后续服务(如征求意见及其反馈)，通过某一主题创意的营造和展示，使游客在娱乐、游览、住宿、用餐、购物的过程中，动用其视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉多层次留下难以忘怀的回忆。从旅游的大环境来讲，从旅游目的地环境风貌到居民的好客与言谈举止，从居住地到目的地之间的大交通到从目的地到旅游点的小交通，都是作为一个完整的旅游过程，给游客一个完整的经历与体验。这要求旅游从业者要有更好的协作精神，因为旅游服务人员就是“剧场的演员”，服务人员的表现将给游客直接的体验，所以员工必须融入“剧场的氛围”，协调和组织旅游吸引物、活动、设施和接待服务诸要素，发掘旅游产品的特色，发挥创新能力，使游客在整个旅游过程中获得全身心的、愉悦和难忘的旅游体验。旅行社尤其应注重自身产品的策划与创新，积极探索体验的方法，尽可能利用一切有用的环境创造体验空间，从而对旅游消费者加以引导。

3、活动策划和体验过程设计

在具体的体验场景和“舞台”设计基础上，根据主题线索设计体验“剧情”，策划各种活动项目，打造一个高享受的体验过程。例如，对于酒泉“酒文化”的主题体验，可以借助AAAA级旅游景区“西汉酒泉胜迹”或依托“酒泉工艺美术厂”，开展“当一回酒泉人，酿一杯酒泉酒”的主题旅游活动，建议在园(厂)内修建集生产、参观、购物于一体的景点式大楼，楼内设立“酒”和“夜光杯”的手工作坊及展示销售大厅，开展其生产工艺流程的操作与演示，在大厅一角设置与游客互动的互动项目，提供各种材料、工具，在专业技工的指导下让游客自己设计、自己制作夜光杯、亲手参与酿酒生产过程，使游客既增长见识，又留下深刻难忘的体验。此时还可以设想有古代西域歌舞相伴，游客在这样一种情景下游览，酿酒、饮酒，赏杯，赏舞，怎不沉醉?所谓酒不醉人人自醉。同时，针对酒泉是我国现代“航天之都”的主题形象，可以重点打造一个娱乐性、文化性、科普性、体验性度假型的航天主题文化小镇，借助虚拟技术等现代科技，推出太空体验等项目，并将航天文化、航天科技拓展到旅游商品、餐饮、购物、娱乐当中去。再如，根据甘肃河西走廊特殊的地貌特色，在开展草原牧场与沙漠绿洲自然风物观光的同时，还可以举办滑沙、沙滩排球、戈壁摩托、滑翔、跳伞、狩猎、骑马、骑骆驼、乘坐热气球等健身体验旅游项目。鉴于丝绸之路的开拓本身就是一个充满荆棘和坎坷的过程，而现代人又喜欢追求探险的刺激和愉悦，可以定期开展“丝绸之路探险游”，可以分段组织探险，在比较艰难的地区如横跨陕甘宁三省的六盘山地区、河西的祁连山地区、青海的青海湖地区、新疆的罗布泊地区等举办探险夏令营等。也可以进行全程的探险，以机动车为主要工具，局部以非机动车和徒步为主。根据甘肃河西走廊特殊的地貌和气候特色，举办滑沙、沙滩排球、戈壁摩托、滑翔、跳伞、乘坐热气球等健身运动，开展赛马、赛骆驼、赛牦牛、叼羊、射箭等草原体育项目等。

(三) 设计和开发旅游纪念品延伸旅游体验

在旅游体验中，旅游者要求得到一个难以忘怀的回忆，这不仅在旅游消费体验过程中产生，而且可以在富有特色、文化内涵和艺术形式的旅游纪念品中保存下来。旅游纪念品是旅游者旅游经历物化的载体，更是其日后重温美好旅游经历和凸显特定地区的独特文化内涵的象征和载体，因此，纪念性、地域性是旅游商品的显著特征。旅游纪念品的价格虽然比不具有纪念价值的相同物品高出许多，但因为具有回忆难忘经历的价值，所以消费者还是愿意购买。同时，还增加了体验的强度和时长，这也是使体验增值的构成要素之一。度假的明信片让人想起美丽的景色，绣着标志的运动帽让人回忆起某一场球赛，印着时间和地点的热门演唱会运动衫，让人回味演唱会的盛况。超市可以在交款结账处放置一两样纪念品，以代替找零；“滑翔、跳伞、射箭”项目经营者或管理部门可以将收费票据设计成适于装框裱挂的“历险证书”，让游客留作纪念。在新的时代条件下，对旅游纪念品推陈出新，传承旧工艺，提出设计新理念，开发新种类，设计出具有浓郁丝绸之路地域文化特色的、轻巧美观、方便携带、价格适当、种类繁多、色彩鲜亮、趣味时尚的新时代的旅游纪念品，对完善旅游市场，宣传地域文化特色，以及拉动丝绸之路经济发展都有积极意义。

(四) 创新“生态旅游”体验产品设计理念

根据旅游消费需求的变化特征，丝绸之路旅游升级换代的核心，就是要大打“生态旅游”牌，不断创新旅游产品设计理念，寻求一种对自然和文化旅游资源有着特别保护责任的可持续旅游发展(sustainable development)模式，即生态旅游(Ecotourism)。提出并尽快实施以生态旅游为“根”，文化旅游为“魂”的旅游发展新格局。根据丝绸之路一些特殊的地貌和气候特色，在开展专门的草原生态游、森林生态游、大漠风光游、冰山雪峰游、狩猎游、少数民族风情游等专题旅游项目的同时，可以把旅游资源的开发与生态环境的恢复建设、生态旅游活动三者协调起来开发，并作为丝绸之路旅游业新世纪发展的方向。随着人们环保意识的加强和地球村观念的形成，关注西部、献身西部逐渐成为中国乃至世界部分国家的共识，人们的旅游需求也在不断变化，旅游的目的不再仅仅是观山水、看古庙，通过旅游参与环境保护建设成为新时尚，在人生有限的时间内能感受到西北如何由贫穷、干旱、水土流失严重的地区是如何转变得山川秀美，将是人们选择到西北丝绸之路旅游的原始冲动。针对这一现状，可以创新性地挖掘新的生态旅游资源。例如，西部大开发以来，国家投入巨资进行西北生态建设，如三北防护林建设、黄土高原水土流失治理、退耕还林还牧工程、沙漠化治理等，这些大规模的改

造环境的工程应该被认同为一种旅游资源，让生态环境的恢复过程和结局都成为一种旅游资源。这样做的结果一方面可以让居民能从原来的破坏环境的行业中转化到保护环境的行动中，让旅游业带动地区的脱贫致富；另一方面，可以针对旅游者，推出“生态保护观光游”“生态危机体验游”“环保建设参与游”等旅游产品。

基金项目： 2009年度甘肃省哲学社会科学规划项目(2009GSSK17)、西北师大知识与科技创新工程骨干项目(NWNU-KJXCXGC-SK03 03-26)、2010年甘肃省教育厅硕士生导师资助项目(1001-24)。

作者简介：杨阿莉(1969—)，女，副教授，硕士生导师，主要研究方向为旅游资源开发与规划。

参考文献：

- [1] [3] (美) B. 约瑟夫·派恩, 詹姆斯·H. 吉尔摩. 体验经济[M]. 夏业良, 鲁炜等译. 北京: 机械工业出版社, 2005.
- [2] 马连福. 体验营销——触摸人性的需要[M]. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 2005.
- [4] 吴文智, 庄志民. 体验经济时代下旅游产品的设计与创新[J]. 旅游学刊, 2003, 18(6): 66-70
- [5] 魏小安, 中国旅游发展大趋势探讨[N], 中国旅游报2007. 7. 20
- [6] http://www.infocom.cn/52684_newstopic.htm 中国招商投资网: 肃州区西凉王城建设项目, 2008.

作者: 管理员 来源: 管理员

上一篇: [\[彭睿娟\]丝绸之路区域旅游合作发展目标的研究](#)

下一篇: [\[种媛\]丝绸之路中段河西走廊的发展现状与旅游开发](#)

★ 相关文章

- [学校党委组织部到学院检查调研党建工作](#)
- [每周之星-庞梦溪](#)
- [传诵经典, 筑梦青春, 我院学子在诗词朗诵赛中获佳绩](#)
- [集思广益探讨发展良策 全面打造人才培养体系](#)
- [学院召开院党委会议和理论学习中心组会议](#)
- [我院举行2013届硕士研究生学位论文答辩会](#)
- [张杰同学参加优秀大学生事迹报告会](#)
- [我院组织“本科生学术能力提升计划”资助课题项目中](#)
- [关爱儿童, 奉献爱心, 我院志愿者在行动](#)
- [学院2013年教学观摩月活动圆满完成](#)
- [我院师生积极参加学校田径运动会](#)
- [我院2013年教学观摩月活动拉开帷幕](#)
- [旅游学院专业技术人员职称评审申报实施办法](#)
- [每周之星-刘巡](#)
- [学院召开2013年度研究生工作会议](#)
- [彰显优势, 智力帮扶, 旅游学院赴宕昌县开展“双联”](#)
- [关于推荐2013—2014学年教师赴美研修的通知](#)
- [2013届自考毕业生毕业论文答辩有关事宜说明](#)
- [旅游学院2013届自考毕业生毕业论文答辩有关事宜说明](#)
- [我院学生篮球队挺进半决赛](#)

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [管理登陆](#) | [联系我们](#) | [站点地图](#)

.....版权所有 © 2010-2012 西北师范大学旅游学院网站 建议使用1024*768分辨率浏览本站:.....

地址: 地址: 兰州市安宁东路967号 邮编: 730070 电话: 0931-7970123