

## 柳州市旅游地形象策划及促销

文/董卫 唐德善

柳州市及其辖区位于广西壮族自治区中北部，北部为云贵高原的东南缘，东部是大瑶山，中部和西南部为岩溶地貌、丘陵及河谷平原。境内江河纵横，主要河流包括柳江、都柳江、寻江（古宜河）、融江、洛清江等，均属西江水系。柳州气候暖热润湿，地质构造、地貌、土壤类型复杂多样，因此造就了该市生物种类丰富多样、生物群落类型多、结构复杂的特点，蕴含着巨大的生态、经济和社会效益。

### 一、柳州旅游地形象策划的基础——地理文脉分析

#### （一）环境区位条件

柳州市及其辖区位于广西壮族自治区中北部，辖区包括柳州市区、柳城、柳江、三江、融安、融水、鹿寨等6个区县，涵盖的总面积为18678km<sup>2</sup>。其中柳州市区面积658km<sup>2</sup>。柳州平面形态呈不规则的长条形，南北方向长，东西方向短。

原柳州行政区划分为柳州市的4个城区、1个郊区和下辖的两个县，即城中区、鱼峰区、柳南区、柳北区、郊区、柳江县、柳城县。全市总面积5307平方公里。按照2002年广西新的行政区划调整方案，柳州市的行政辖区由原来的1市二县扩大为1市6县，辖区包括柳州市区及柳江县、柳城县、鹿寨县、融安县、融水苗族自治县和三江侗族自治县。

#### （二）自然环境背景

##### 1. 地貌景观

柳州市的北部为云贵高原的东南缘，东部是大瑶山，中部和西南部为岩溶地貌、丘陵及河谷平原。地势大致为北部、东部高，中部及西南部低。境内江河纵横，均属西江水系。按地貌形态、海拔高度和切割深度，可分为中山、低山、丘陵和平原、岩溶地区。

##### 2. 河流水系

柳州市水系属外流水系，主要河流有柳江及其支流，属珠江流域西江水系，河流众多，水系多呈树状分布，河网密度每平方公里0.31公里，主要河流包括柳江、都柳江、寻江（古宜河）、融江、洛清江等。

##### 3. 生物多样性

柳州南气候暖热润湿，地质构造、地貌、土壤类型复杂多样，为生物的繁衍生息提供了良好的生态环境。因此该市生物种类丰富多样、生物群落类型较多，结构较复杂，有巨大的生态、经济和社会效益。主要分布于融江流域的山区，而南部干旱地区和西部石灰岩山区，物种较少。

#### （三）人文环境背景

##### 1. 历史沿革与文化积淀

柳州市郊白莲洞、鲤鱼嘴、蓝家村等地出土的旧石器时代晚期到新石器时代晚期的人类化石和石器遗存，显示了这地区有长达数万年持续的史前文化活动。出土的汉代文物中有南方民族特色的铜鼓和铸汉字的铜镜，可以看到距今约2000年前中原文化和岭南文化在这里的交流和融合。

##### 2. 民俗与民族文化

秦以前，柳州市属古百越地，秦代以后汉族移民“与越杂居”。宋以后，瑶族、苗族等自周边地区迁入，形成多民族大杂居、小聚居的地区，各民族均有独特的风情习惯。其文化艺术，形式多样，内容丰富。其中，壮族的左江崖壁画就是两千年前壮族先民创造的艺术瑰宝。

### 二、旅游资源特色及优势

柳州地区的旅游资源包括自然旅游资源、人文旅游资源两大部分，尤其体现在以人文旅游资源为主体、自然旅游资源相得益彰的综合优势上面。据不完全统计，柳州市有近70个自然旅游资源基本类型实体，包括地文景观、水域风光和生物景观三个大类，13个自然资源基本类型；具有近百处人文旅游资源基本类型实体，包含了人文旅游资源中的24个基本类型。体现了较为丰厚的历史文化积淀。

与桂林、北海等世界级的自然风光旅游胜地相比，柳州地区的自然风光不具有优势，但在民俗风情旅游方面却独具吸引力。柳州市各族人民热情好客，民风淳朴古老，地方特色浓郁，许多民俗极具神秘感。如：壮族以刘三姐为代表的歌仙形象，侗族特色鲜明的风雨桥和鼓楼，苗族的内容丰富多彩的节庆活动，瑶族传统舞蹈鼓舞和铜鼓舞，被称为是柳州民族文化四绝，对游客颇具吸引力。

目前旅游的发展趋势是游客越来越钟情于以生态和文化为主题内容的旅游。对于热衷于文化

旅游的人们来说，促使他们旅游的原因已经从休息和放松转向学习和经历。文化旅游者特别有兴趣观看和经历现存文化和居民生活，他们对生活在同一地球的另外的族群一直抱有一种好奇的心理，想了解他们是怎样生活的，他们的日常吃穿住行。因为这些活生生的、在本地人看来司空见惯的现象，从异域人的眼光里看来俨然是一出最富表现力的活话剧。

### 三、柳州旅游地形象定位

根据柳州自然风光资源、历史文化资源、民风民俗资源及其在广西旅游格局中的地位，可以确定柳州地区的旅游形象为：以百越文化为内涵，以湖光山色为背景的历史古迹、民俗文化旅游区。使游客既能观赏美丽的沿江风光，感受淳朴的民风民俗，又能增长历史、文化方面的知识。

针对柳州旅游资源情况及景区建设状况，可以开发柳州民俗游、名人故居游、柳州风光游、以工业旅游为主的专项旅游等项目。

### 四、柳州旅游地人—人感知形象设计

人—人感知系统会深刻地影响旅游者的内心感受，乃至整个旅游经历的满意度，其主要目的是要为旅游地树立一个愉心、愉目的旅游地形象，是促使旅游者重游该旅游地的重要因素。

#### 1. 服务行为形象设计

旅游服务质量是一个较为复杂的问题，可以从以下几方面进行管理：

(1) 在职业道德与文化修养方面，服务人员要热情、礼貌、朴实待客。

(2) 加强员工的自觉服务意识，促使员工发自内心地、热情地解决客人的困难和各项合理要求。

(3) 树立管理即服务的理念，不但服务于游客，而且服务于员工和当地居民；处理问题快而迅速，公正而有技巧。

#### 2. 居民形象设计

居民是旅游目的地中人数最多的一类人，他们当中有一部分人从事旅游服务行业，通过服务行为影响旅游者的满意度。但是，大部分居民并不直接从事与旅游者接触的工作。他们分布面广，生活方式、语言、服饰、活动行为等自然地成为旅游者眼中目的地的一部分，与风景同样地被观赏。当地居民也会相应地将外来的旅游者，视为与之不同的人，因而也会去观赏他们。这种观赏交流的结果会影响到双方各自对对方的态度和行为。

在旅游地形象的构建过程中，居民形象的树立可通过目的地管理的方式加以完善，但是，居民毕竟不是以取悦于旅游者为生存目的的，居民形象以客观和自然，而非虚伪、做作为根本。目的地需要在调节旅游对当地社会的负面影响方面（示范效应、新殖民主义等等）、旅游者与当地居民的冲突方面起到作用，这是建立目的地居民形象的基本前提。

### 五、柳州旅游地形象的传播策略

柳州旅游形象传播应根据自己的实际情况进行适宜安排，近期应以柳州市及周围地区游客为主要的宣传对象，中远期则以中国东部城市及国际游客为主，地域文化差异对他们有较强的吸引力。

1. 形象广告策略：形象广告费用较高，但影响力大。可利用广播、报刊、杂志、旅游图册等相对较便宜的媒介进行旅游促销。也可利用前往国外进行文化、艺术、体育、科技交流活动的团体协助宣传，组团到国内外其他城市举办展览会，开展旅游宣传和促销活动，或利用电视媒体进行直观性、实时性、普及性的宣传[4]。

2. 公共关系策略：一般来讲，政府和旅游企业较重视公共关系，它有下列优势：（1）成本较低；（2）可以获得比广告更可观和有利的媒体报道篇幅，而这又常被视作产品销售的一种承诺；

（3）公关活动可以到达一个非常广泛的公众群体，以帮助旅游区域或企业提高知名度，并对自身产品进行良好的形象定位。因此，采取公共关系策略，利用自身资源优势，举办各种公关活动可以很好地扩大其知名度。

3. 网络媒介策略：对于国际游客来说，网络是他们了解异地的常用手段和方式，又因网上的旅游促销活动没有时间限制，随时可以接受用户访问，将来会成为最有效、最普及的旅游形象传播手段。

4. 其它传播信息：游客获取旅游地信息的途径除了电视、报刊、杂志、口传、旅行社外，还有一部分是通过书籍、电影。柳州具有浓郁的乡土文化和民族文化气息，是汉、壮、瑶等民族聚居的城市，几千年来一直是汉族和岭南各土著民族经济和文化交流、融合的汇集点，具有浓厚的民族传统文化沉积。歌仙刘三姐的形象更是由于电影《刘三姐》的一度热播而深入人心。

### 六、对柳州旅游地形象的总体评价

柳州在国内游客中知名度、美誉度属于中等水平，国外游客则知者更少，但他们了解“桂林山水”，并对桂林山水评价较高，间接地也会逐渐知道柳州山水。柳州在游人心目中的形象多偏重于历史文化，工业基地等，并具有浓厚的风土民情。柳州本地人，尤其是住在柳州及周边的人们谈起柳州如数家珍、赞不绝口，这有两方面原因，一方面作为本地人可能会以主人翁的心理故意宣传和推销本地区，另一方面作为在此长期生活的本地人他们更能深刻领会到柳州的魅力。因此，适时地抓住柳州这一形象特点进行旅游宣传，可以有力地推进柳州的旅游发展。

(作者董卫系河海大学商学院2003级博士研究生; 唐德善系河海大学教授, 博士生导师)

#### 相关链接

企业成长理论与我国旅游企业并购的路径策略  
柳州市旅游地形象策划及促销  
对重庆发展休闲旅游的思考  
理论视野中的红色旅游发展探析  
白城市生态旅游可持续发展研究  
旅游市场的过度价格竞争成因分析  
推进英语产业化进步在西安涉外旅游中的作用

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