

旅游产品深度开发研究 ——以峨眉山大庙飞来殿为例

作者：西南交通大学峨眉校区 付冰

一、相关概念及理论

1、相关概念

(1) 旅游产品的开发，就是深入分析市场需求，根据市场需求特点，结合自身的资源优势，向旅游市场提供新产品，以更好的满足旅游市场的需求。可见，旅游产品的开发包括两个方面的内容，一是对现有旅游市场的改进；二是开发旅游新产品，两者的目的都在于满足旅游市场的需求。

(2) 旅游产品的深度开发，是在旅游产品开发现状基础上的进一步开发，即更有效的利用各种资源，挖掘资源内涵和潜在功能，提高产品吸引力和竞争力，使产品在满足市场需求的同时带来更大的综合效益。在深度开发中应该注意：首先，深度开发不是全面开发，而是有所为有所不为的开发；其次，深度开发是在现状上的进一步开发，包括创新；再次，深度开发的目的是促进旅游系统的优化，富民强旅，提升旅游产品和旅游地核心竞争力，获得更好的经济、社会和环境效益。

2、旅游产品深度开发的必要性

以某一或某些吸引因素为核心而形成的旅游产品的生命周期可划分为初创期、成长期、成熟期、衰退期等几个阶段。旅游景点都要经历的从无到有、逐渐兴盛，然后又逐渐衰落直至很少有人问津的发展或演进过程，称之为该旅游产品的生命周期(保继刚，楚义芳，1999)。

引起生命周期阶段发生变化的原因是该处旅游资源的吸引能力的变化。随着时间的进展，供需两方面都可能出现新的变化。例如供给方面可能会出现环境污染或接待能力不足或旅游服务质量下降，这些都会影响旅游资源的吸引力。需求方面则可能会因时尚潮流的变化而发生兴趣转移。所有这些情况，特别是需求方面的变化，最终会导致该地旅游资源吸引力的衰减。从理论上讲，以某项旅游吸引物为核心的旅游产品的生命周期终有其终结之时，这只不过是时间或早或晚的问题。但是在实践上，人们则可以通过设法采取各种措施来延长其市场寿命，其根本办法便是不断开发新的旅游产品和深度开发现有旅游产品，更新和再生其吸引力，使其年年添新，岁岁有异。

二、峨眉山旅游产品存在问题分析

峨眉山市旅游业一直存在“山城分离”的问题，峨眉山市内旅游资源资源利用率低。大庙飞来殿旅游产品开发长期以观光为主，但对具有较高市场需求弹性和经济效益的休闲度假等衍生性旅游产品开发力度不够，没有形成结构合理的多元化产品体系，从而造成游客停留时间短，人均消费水平低，旅游经济整体效益没能充分体现出来。

1、民俗活动旅游项目相对发达 尤其是每年正月初八，大庙飞来殿庙会是个少有的壮观和难得的热闹。

2、旅游产品没有突出古建文化的独特，旅游产品以观光项目为主，内容相对单一，缺乏多样性和互补性。不能满足日益增长的高质量、高品位的旅游需求。

3、乡村旅游项目发展缓慢 大庙飞来殿周围田园风光无限，但是乡村旅游尚处于待开发状态。

4、休闲度假项目的缺失 大庙飞来殿景区环境清幽，太极气场和风水格局之说使之成为度假养生的绝佳之所，但景区现今并没有这方面项目的开发。

5、基础设施不完善 目前，从峨眉山市内几乎没有通往大庙飞来殿的专线车，制约了游客的行为。旅游区内的文物保护力度也不够，极有可能造成飞来殿的损坏。

三、旅游产品深度开发的具体设计

1、景区入口 设置入口牌坊，着重进行色调、色彩等着色修缮工作，形成一个具有显著识别功能、集文化和建筑小品于一体的标志性建筑，牌坊风格要与古建筑群及其文化氛围和周围环境和谐统一。可将牌坊上书写“大庙飞来殿景区”

2、习俗展示

(1) 大庙飞来殿的管理人员和讲解人员均身着宋元明清的服饰，扮演不同朝代身份的人，仿若一直生活在这个庄园中一样，给游客以鲜活的印象冲击。

(2) 民俗演绎，在节假日、周末或节事日，演绎黄氏家族在祭灶神、七巧节、端午节、祭祖、婚嫁等民间节庆的生活习俗。

(3) 撞钟祈福 撞钟祈福的活动一直以来受到中外游客青睐，很多游客可以借撞钟，讨个好彩头。

3、古建筑文化观光

大庙飞来殿是我国宋元明清木结构古建筑的集粹，也是我国古建筑又化的演绎的实证。恢复飞来殿、香殿、九麟殿、毗卢殿、观音殿、山门。不同建筑单元以图表形式，通过不同朝代风格进行介绍、展示不同朝代古建筑的特色和优缺点。一让游客了解我国宋元明清古建筑的博大精深，二者让建筑爱好者对不同朝代木结构建筑的风格有所了解。

本文借鉴旅游资源学、旅游市场学、旅游开发与规划学、旅游地理学等学科的相关知识，运用可持续发展理论、旅游生命周期理论、旅游中心地理论等，结合大庙飞来殿的旅游产品开发条件，在市场分析与定位的基础上，对大庙飞来殿旅游产品的深度开发进行了研究。文章的核心部分是旅游产品深度开发的基本策略，即旅游产品深度开发的方法和途径。

参考文献:

[1]保继刚.楚义芳.旅游地理学[M].北京:高等教育出版社,1999

[2]陈文君.广州都市农业旅游深度开发探讨[J].热带地理,2005, (9)

[3]冯学钢.皖西南旅游深度开发战略研究[J].安徽大学学报(哲学社会科),2004,(11)