



四川崇州道明竹艺村乡村文化旅游

一、旅游、度假、观光、休闲

1、几个概念

我们基于《旅游业基础术语》《休闲基础术语》及有关国家标准,进行概念认识。

“旅游”的定义是人以非就业和迁徙为目的,离开惯常环境,而且连续时间不超过一年的旅行或者短期居停。

度假也是一种旅游,以消遣和休闲为主要目的。其特点是,在一个地方或地区,或者一个特定空间,逗留时间比较长,活动项目安排一般比较宽松,节奏比较缓慢。度假旅游以舒适环境、趣味活动、特色服务为亮点。

观光旅游是指以观赏自然景观、历史古迹遗址、民俗风情为主要游览目的的旅游。

休闲是指个人除工作、休息、家务劳动、睡眠等日常谋生和生理必须时间之外,对可自由支配时间的多样化安排,进而产生身心愉悦的生活状态。

旅游度假区是指具有良好的资源与环境条件,能够满足游客休息、康体、运动、益智、娱乐等休闲需求的、相对完整的度假设施聚集区。

旅游景区是指能满足旅游者出游目的,具备相应旅游服务设施,并提供相应旅游服务的独立管理区。

2、三者关系

度假旅游与观光旅游的區別有:心理上讲,观光主要是满足人的好奇。度假则主要是满足游客好逸、好胜、好强,并能从事各种放松身心和各自感兴趣的活動。空间流动上,度假一般以点为主,全程只停留在一个度假地或者一个目的地。观光一般以线为主,通过线路把多个旅游目的地、多个城市或者多个国家串联起来。观光行程安排比较满,计划性较强。组织方式上,度假一般是自主选择,和家人、朋友等同行。观光的随行人員相对比较复杂,主要指参加旅行社的观光团,个人自主性受限制。出行目的上,度假主要以放松和休息为主,观光以增长见识为主。

休闲是一种生活状态和时间利用方式,实际上是生俱来的。人类对于休闲的关注和讨论可以追溯到古希腊时代。人们甚至能从原始先民的岩画上看到,在劳动生产力水平非常低的情况下,先民在休息时间对美的追求。

休闲和度假、观光的關係,或者说和旅游的關系,可以分空间、时间两个维度考虑。如果长时间休闲,可能与度假有关。如果到异地休闲,就可能与旅游相关。

二、从供需两侧分析

度假与观光并不是截然分开的,人们度假期间也有观光旅游活动。比如有些游客对文化遗产、文化遗址景区特别感兴趣,花几天时间,甚至花一个假期进行深度观光。所以,很多旅游目的地既是度假目的地,也可以是观光目的地。

以上是從旅游需求者角度分析。从供给侧角度看,度假与观光是两种不同的旅游活动形式和产品类型,但与消费档次没有必然联系。度假产品不一定是高消费,观光旅游也不一定是低消费。例如,北京很多人利用双休到京郊旅游,住农家乐和民宿,进行一个比较短期的度假。而有的人利用黄金周、年假去国外,行程很远,但可能是观光游。

对于某一个目的地来讲,度假往往意味着人们要在此过夜,可能产生住宿、餐饮消费,还会有较长的消费时间。观光旅游通常每一站都被安排好,大部分行程在路上,没有消费时间。一般来说,大众休闲度假地主要是吸引周边区域性客源市场,豪华观光旅游吸引中远程客源市场。不同类型和不同档次的旅游产品,吸引的目标市场在距离上也不一样。

度假旅游对气候环境要素比观光旅游更强。有时,因为文化旅游资源有很强的吸引力和垄断性,人们一定要去那个目的地观光,比如埃及金字塔。埃及金字塔是世界文化遗产,资源独特,即使目的地条件再恶劣,但因观光时间短,再难也会有游客去看一看。这是通过历史文化遗产吸引游

●度假休闲旅游在线大讲堂

北京第二外国语学院教授张凌云:

旅游度假与度假区的建设

张凌云介绍了度假旅游的有关概念及度假区分类,简单梳理了世界旅游发展史上度假旅游业态的兴起发展,以海洋度假为例分析了度假旅游产品和产业的条件与基础,分析了我国度假旅游的发展趋势,对乡村旅游目的地升级度假区提出了建议。

等。

2、分类

从分类上讲,度假资源和度假区大概有自然资源型,如湖泊湿地、国家公园等;人文资源型,如古镇古村、果园庄园、文化遗址;人造资源型,比如把整个度假村的功能集成到一条邮轮上。

度假区可以分为封闭型、开放型和半封闭型。其中,半封闭型是指“大开放小封闭”,大部分地方是开放的,有一部分是封闭的,要收门票或者实行会员制等。我们也可以按动、静来分。以静为主,这对气候质量、设施便利程度要求比较高。以动为主,在放松、休闲的同时,满足游客个人的兴趣爱好和运动类需求,这对度假设施要求比较高。

目前,国际上最为流行的主题度假有海洋度假、温泉休闲度假、滑雪、高尔夫、山地康养和主题乐园。

在法国等欧洲国家,乡村度假有的时候是和葡萄酒庄结合的。以前,中国乡村度假更多的是以农家乐为主,现在也慢慢开始和葡萄酒庄结合起来,或是同自驾、泡温泉、滑雪结合起来。

还有自然山水乡村度假,比如英格兰北面的湖区,基本上是一种比较原始的自然风光。著名儿童文学作家、“桂冠诗人”华兹华斯生长于英国的一个乡村湖区。游客去华兹华斯家乡度假,就可以到访他幼年时上过的学校,参观他的故居。可见,自然山水乡村度假中既有观光,也有文化。

乡村度假民宿体验中,笔者住过B&B(一种酒店、旅馆类型),只提供床板和早餐。房间很少,两层小楼、三间房,一个窄窄的楼道。但是B&B里旅游资源宣传册子很多,介绍旅游目的地的各种休闲度假活动。早餐也很丰盛,可以预订。

水上乐园在夏天广受家庭游客的欢迎,尤其小孩子特别愿意去。荒漠度假则是特殊的另类体验,如澳大利亚的乌鲁鲁。游客住搭建在岩石上的帐篷。那是一种可以拆走的临时建筑,内有太阳能热水,房间费用非常高。游客可以在那里看星空,看太阳升起时清晰的天际线,整个度假区没有一处工业化建筑。当然,这样的度假时间比较短,也就一两个晚上。

我国浙江莫干山裸心堡度假区的服务设施和游客体验项目有很多,休闲和亲子类活动尤其丰富。裸心堡分村内活动和村外活动。村内有活动中心,项目有时间安排,比如游客可以在上午8点半到9点半练瑜伽。有些活动其实很简单,但是有教练给予游客指引。例如给游客一张漫步图,告诉你走一小圈是半小时、可以燃烧多少脂肪、适合哪一类人群,方便游客根据自己的兴趣爱好和个人实际进行选择。

3、标准化

海滨旅游中,一般都是用颜色做区别的,红色警告为不能出海,黄色是要注意危险,蓝色是最安全的。

滑雪旅游也是通过颜色表明雪道等级。绿道相当于中国的初级道,蓝道相当于中级道,红道是高级道,黑道是专业道。蓝天白雪,光线强烈,滑雪者可能因为积雪反光,看不清楚文字提示,颜色却能让人在很远的地方就可以注意到。

潜水有一套标准,教练通过手势区分各种情况,应对各种请求。

温泉发展上,我国有自己制定的标准。日本则是立法,例如规定所有温泉必须有成分分析表。如果温泉是带疗效的,就要把成分标识清楚,告诉游客这个温泉可以治疗哪些疾病。这是通过设施和服务标准化,来提高行业的服务水平。

4、以海洋度假为例

海洋度假是以海洋为场所,以探险、观光、娱乐、运动、疗养等为主要目的度假旅游。他的项目非常丰富,参与性、体验性强。

海洋度假本身也包含观光,一般包括海滨旅游,如海岸沙滩上的旅游,可以进行海底、水下的旅游活动,以及离岛游和海岛、渔村观光度假游等。



海南三亚亚龙湾百花谷商旅休闲度假区

从大陆开始,由近到远,往海里纵深、推延。

墨西哥坎昆度假酒店群是世界著名的海滨度假地,它是人工打造出来的。岛上到处都是五星级度假酒店,错落有致,基本上都能看到海景。这里有小型游艇码头和船屋,游客可以进行水上休闲、沙滩排球等活动,度假旅游方式比较多元。

度假酒店挑高明显、通风采光好,让人感觉非常放松、舒适。此外,游客可以观赏到有各种鱼类和珊瑚的海底景观,还可以乘坐潜水艇看到海底的一些沉船。

海洋度假如何跟文化结合?泰国芭堤雅东巴文化村东巴乐园除了有海上活动,还在海边建有东巴文化城,里面有中国游客爱吃的龙虾。东巴文化城是当地渔民经营的,颇具地方特色。

印度尼西亚巴厘岛的度假区附近有阿加村,村子通过民俗活动展示民族风情。在巴厘岛度假的三五天里,游客可能会抽出一天或半天的时间,去原住民村落参观访问。

去夏威夷度假的时候,游客可能会去波西尼亚文化中心看表演,体验一下当地的少数民族文化。

墨西哥坎昆周边有一个玛雅文化村,玛雅文明比较古老,那个村子的原住民民风习俗都比较神秘。

海洋度假地也可以建主题乐园,比如,迪士尼乐园在日本东京有海洋迪士尼。澳大利亚黄金海岸有电影公司华纳建的影城。英国布莱克浦建了欢乐海滩,实际上也是一个乐园,有旋转木马等一些人造的骑乘设施。

海洋度假旅游怎么分类?一是以海洋动植物群落为主,像鱼类、珊瑚、红树林等生态比较好的海域,以参观自然生态环境和生态系统为主要目的。二是以人文为主的,像码头、港口、渔村、历史文化遗址、人造设施等。三是纯粹的休闲、消遣、放松,可能就是晒晒太阳、发发呆,只要有阳光、沙滩、海水(所谓的3S)。四是以海洋为主的海洋节庆,是一种主题游。五是以海洋为背景、以邮轮为流动度假村的海洋邮轮游。

度假区的建设不只是盖房子,而是要营造有基地、有场地的度假氛围,西方学者简称为环境罩。其主要组成要素有气候、景观、场地、地方历史文化、高品质的度假资源、度假吸引物、安全、环境友好度、居民好客度、各类主题度假酒店、丰富的运动项目、创意活动、配套设施和设备、以客为尊的服务和制度安排、浓郁的度假氛围的营造。

就以客为尊的服务和制度安排来说,酒店要以度假客人的时间安排为营业时间。有些酒店早餐9点就收了,这对于观光客来说可能没影响,他们8点半大堂集合,接着就乘坐旅游大巴出去观光了。但在度假酒店,客人可能已经玩了一个通宵,10点半才开始吃“早午餐”,酒店这样的营业时间安排就没有充分考虑客人的需求。

度假氛围营造上,假如在商务酒店,客人应该着西服,穿简便服装进酒店是不合适的。商业的氛围、工作的氛围跟度假休闲的氛围不一样。度假

区的氛围营造跟整体设计、项目布局、活动安排都有关系,度假区建设中的软件开发、软投入非常重要。

五、度假旅游市场发展趋势

现在度假旅游市场总的趋势是,单次度假时间在缩短。很多欧美国家居民把原来一次十几天、一年一次的度假,改为五到七天、分成一年两次,因此度假区吸引远程度假游客的难度在增加。

此外,度假次数在增加,但是总的天数不见得增加。尤其是城市周边度假、城市短期度假,这种度假方式的频率和人次在增加。国内自驾游正是这种情况,人们利用周末,天气好、心情也不错的时候,以家庭为主进行自驾游,说走就走,在目的地度过一两个晚上。

游客对于新度假区的需求在增加,特别是一些新开发的以及一些打卡地、网红地。现在不断有新的度假区出现,人们对新事物有好奇心,尤其是一些年轻的背包客,他们愿意去探险,愿意去新的度假目的地旅游。

度假与观光的界限正在日益模糊。越来越多的游客深入当地社区的旅游项目(观光项目),甚至融入当地居民的生活。还有越来越多的商务客人选择在度假区举办会议或者培训,若有休闲时间,则参与各种各样的休闲项目和活动。

度假区类型越来越多,度假区产品日趋多元化。例如,很多著名度假区都地处荒漠地带。荒漠不适合人居住。但是现在,有一些背包客或者特殊人群、专业人士愿意去探险、探索,他们要与众不同,挑战自我,甚至去往无人区。当然,这些特定市场人群范围较小,需求也较少。

六、互联网+视野下的度假旅游

互联网+、信息技术、移动智能终端的介入,以及科学技术的不断迭代,给度假旅游发展带来了一些变化,尤其是进入5G时代,这种影响变化会更明显。

互联网环境下,度假市场营销方式产生变化,消费者与度假区的沟通方式发生变化。过去,度假区推出的度假产品、度假活动是单向地告诉消费者“我们有什么”,而不是需要了解“你们想要什么”。后来,这种情况发生改变,度假区更加细分市场和关注目标群体需求。现在甚至有借用度假区域地自行组织活动的情况,谓之用户制定内容,可以个性化制定度假活动和内容。

此外,有的度假区应用人工智能营造私密的度假环境和氛围,开展所谓“无干扰活动”。基于位置的服务,利用电子地图、APP推送、短视频、小程序等,帮助用户解决山地迷路、购物支付等问题。因为在移动中,用户随时有如问路、查询这样的需求。基于大数据和云计算提供的天气预报和度假区的流量、流向、结构预测预警。度假区所在地有些是微气候、微地形、小气候,跟自然气候条件高度相关,人们需要及时、实时掌握。例如,滑雪对温度要求非常高,户外摄影需要了解相应花期。有效的“预报”利于提高度假品

质。

七、几个问题

1、国外有很多度假地叫度假村、度假岛,空间尺寸都不一样。国内旅游度假区和国际度假地有什么区别?

我国现在已经有一个国家标准,并把度假区等级分为国家级和省级。我们的度假区、度假地范围要比西方国家的大,他们一般以企业为主。我国度假区建设是国家级的为8平方公里,省级为5平方公里。但是,国内和国外的度假酒店区别并不大。

2、我国目前度假区建设软件、硬件与国际上存在哪些差距,怎样才能逐步弥补?

西方发展度假旅游比我国早很多年,我们是相对滞后的,还处于成长阶段。虽然与国际市场的差距很大,要做的工作也有很多,但是我们现在也有一些积极成果,比如复星集团收购了地中海俱乐部。

3、目前,我国度假区市场存在明显的淡旺季,应如何调整平衡?

淡旺季主要看产品,如滑雪旺季主要在冬季,海洋度假则在夏季。一般来讲,应对这样的波动,比较好的方式是发展一些常规性的活动,比如会议旅游。此外,度假区要靠项目、活动等拉动消费、吸引客流,尽可能最大化利用场地,开发新的产品、满足客人新的需求,但面向的肯定不能是传统旺季的客人。

4、目前,人们对旅游品质关注度越来越高,度假成为人们出游的重要选择。以乡村旅游目的地为例,应如何升级为度假区?

我国乡村旅游很多是从农家乐、吃农家饭开始,后来发展为以民宿为主。民宿只是解决规模比较小的住宿需求,原本多是当地人经营的。如果发展度假区,尤其是综合类的、规模很大的度假区,民宿这种业态是不合适的,需要发展度假酒店。但是要把民宿发展为度假酒店,笔者觉得两者差距很大。

如果是小规模开发乡村度假区,那关键还是在度假的活动和项目上,在产品上下功夫。企业要考虑,游客到民宿住三四天,有什么活动或项目可以参与体验,如果去的是一个家庭,如何满足孩子、大人、老人不同人群的需求。要让客人觉得,这几天的度假,“我是有去处的”。

另外,要具体情况具体分析。要想清楚,乡村旅游最大的卖点是什么,能提炼出哪些特点,怎么把这些特点、这些资源变成产品,变成可触摸、可体验的东西。像台湾的民宿和观光农场,经营者会研发很多创意产品,推出一些人们乐于参与的项目,设计一些有意思的环节。比如手工制作生态肥皂,这是一个DIY项目,孩子们很乐意参加。肥皂做好了,小朋友在上面刻上自己的名字,然后带回去,还可以作为礼物送给小伙伴。当然,这样的文化创意跟当地的乡村资源也有关系。

总的来讲,发展乡村旅游度假区是要拓展思路,开发有自己特点的产品。

本版文字整理:胡昊

本版图片:陈晨/摄