

公共卫生事件后景区的恢复与发展

——以肇庆市七星岩景区为例

郑瑞楠, 杨晶

广东工商职业技术大学文化与传播学院, 广东 肇庆

收稿日期: 2024年9月28日; 录用日期: 2024年12月11日; 发布日期: 2024年12月27日

摘要

本文以肇庆市七星岩景区为例, 探讨公共卫生事件后景区的恢复与发展。七星岩景区逐步恢复开放, 进行了升级改造, 包括建设生态停车场、改善厕所设施、引入智能化管理系统等, 并注重文化与生态保护, 采取多项措施促进旅游市场回暖。但景区存在数字化服务不足、旅游产品同质化严重、文化体验深度不够以及旅游服务质量存在差异等问题。对此, 提出强化数字化服务建设、创新旅游产品和服务、深化文化体验以及提升服务质量等建议, 以促使景区更快恢复与发展。

关键词

七星岩景区, 旅游, 景区的恢复与发展

Restoration and Development of Scenic Spots in Post-Epidemic Period

—Taking Qixingyan Scenic Spot in Zhaoqing City as an Example

Ruinan Zheng, Jing Yang

Faculty of Culture and Communication, Guangdong Business and Technology University, Zhaoqing Guangdong

Received: Sep. 28th, 2024; accepted: Dec. 11th, 2024; published: Dec. 27th, 2024

Abstract

This paper takes Qixingyan Scenic Spot of Zhaoqing City as an example to discuss the restoration and development of the scenic spot in the post-epidemic period. Qixingyan Scenic Spot has been gradually reopened and upgraded, including building ecological parking lots, improving toilet facilities, introducing intelligent management systems, etc., and paying attention to cultural and ecological protection, and taking a number of measures to promote the recovery of the tourism market.

文章引用: 郑瑞楠, 杨晶. 公共卫生事件后景区的恢复与发展[J]. 地理科学研究, 2024, 13(6): 1014-1018.

DOI: 10.12677/gser.2024.136097

However, there are some problems in scenic spots, such as insufficient digital services, serious homogenization of tourism products, insufficient depth of cultural experience and differences in tourism service quality. In this regard, suggestions are put forward to strengthen the construction of digital services, innovate tourism products and services, deepen cultural experience and improve service quality, so as to promote the faster recovery and development of scenic spots.

Keywords

Qixingyan Scenic Spot, Tourist, Scenic Restoration and Development

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2020年, 新型冠状病毒的暴发对全球经济造成了前所未有的冲击, 旅游业作为全球经济的重要组成部分, 受到了直接且深远的影响[1]。随着公共卫生事件逐渐得到控制, 社会经济活动逐步恢复, 旅游业的复苏成为推动经济恢复的重要力量。疫情公共卫生事件后, 景区的恢复与发展不仅关系到旅游行业的复兴, 也是促进地方经济发展、增加就业机会、丰富人民文化生活的关键。景区作为旅游业的核心吸引物, 其快速有效的恢复对于提振市场信心、吸引游客回流具有重要意义[2]。肇庆市七星岩景区, 位于中国广东省肇庆市, 以其独特的喀斯特地貌、丰富的自然景观和深厚的历史文化底蕴而闻名。七星岩景区拥有得天独厚的自然资源和人文景观, 它不仅是游客休闲度假的好去处, 也是进行地质考察、生态旅游和文化体验的重要场所。面对公共卫生事件带来的挑战, 七星岩景区的恢复与发展策略将直接影响其未来的竞争力和可持续发展能力。

2. 七星岩景区复产复工运营现状

随着公共卫生事件结束后, 七星岩景区内的各种娱乐游玩项目也开始逐步恢复开放。从2024年4月22日起, 景区内的所有游览项目和商业服务已经全面恢复正常运营, 游客们可以再次享受到丰富多彩的旅游体验。

2.1. 景区升级与智能化发展

七星岩景区为了提升游客的游览体验, 先后投入15.17亿元进行了一系列的升级改造工作。首先, 景区新建了一个生态停车场, 总面积约为6.8万平方米, 新改建了1800多个停车位, 还采用了环保材料和技术, 以减少对环境的影响。此外, 厕所设施也得到了显著改善, 新建了33座, 还提升了卫生条件和舒适度, 为游客提供了更加干净、便捷的如厕环境。

除了基础设施的改善, 七星岩景区还引入了智能化管理系统, 大大提升了游客的游览体验。在线购票系统使得游客可以在家中轻松购买门票, 避免了现场排队的麻烦。智能停车系统则通过智能引导和车位预约功能, 有效缓解了停车难的问题, 提高了停车效率。人脸识别检票系统则进一步提升了检票速度和安全性, 让游客能够快速进入景区, 享受美好的游览时光[3]。

2.2. 文化与生态保护

在提升游客旅游体验的过程中, 景区不仅关注游客的舒适度和便利性, 还特别重视文化和生态保护

的重要性[4]。景区实施了七星岩里湖地表水生态治理与生态修复项目,旨在改善湖泊的水质,恢复湖泊的自然生态平衡,从而为游客提供一个更加美丽和健康的自然环境。此外,为更好地保护和管理景区的自然资源和文化遗产,景区还制定了《肇庆市七星岩景区保护管理条例》。该条例的制定和实施,为景区的生态保护和文化遗产提供了法律依据和保障,确保了景区的可持续发展。通过这些措施,景区不仅提升了游客的旅游体验,还为未来的世代保护了珍贵的自然资源和文化遗产。

2.3. 旅游市场回暖措施

面对公共卫生事件的双重考验,肇庆市文旅集团采取了多措并举的方式。推出新线路新产品,包括特色主题旅游、生态旅游、文化旅游等,旨在满足不同游客的需求[5]。

利用新媒体直播等方式进行宣传,通过社交媒体平台和直播技术,市文旅集团开展了超过 50 场的在线直播活动,实时向潜在游客展示肇庆的自然美景和文化特色。直播内容包括景区导览、文化活动直播、在线互动等,观看人次超过 100 万,有效提升了游客的参与感和兴趣。

加强安全生产,提高服务质量[6]。肇庆市文旅集团对旅游设施进行了全面的安全检查和维护,包括交通工具、游乐设施、住宿设施等的定期检查。此外,还对员工进行了 500 人次以上的服务礼仪培训,确保提供专业、友好和个性化的服务。

3. 七星岩景区存在的问题

3.1. 数字化服务不足

随着科技的迅猛发展,游客们对数字化服务的需求也在不断攀升,日益增长的趋势愈发明显[7]。然而,目前七星岩景区和相关服务提供商在数字化服务方面的投入和建设仍然不够充分,目前肇庆市七星岩景区购入了在线购票系统与智能停车系统,但却无法满足游客日益增长的需求。这不仅影响了游客的体验质量,也制约该地的旅游业进一步发展。因此,加强数字化服务的建设,提升游客的数字化体验,成为七星岩景区亟待解决的重要课题。

3.2. 旅游产品同质化现象严重

在当前旅游市场竞争日益激烈的情况下,各个景区为了吸引游客,往往采取类似的策略和产品开发方式,导致许多旅游产品在功能、形式和体验上都呈现出高度的相似性。这种同质化现象不仅使得游客在选择旅游目的地时感到困惑,也使得各个景区之间的竞争变得更加激烈,难以形成各自的独特竞争优势。

3.3. 文化体验深度不够

尽管七星岩景区已经为游客们提供了丰富多彩的自然景观和一系列文化活动,例如竹筏风情游、岩洞探秘以及星湖湿地公园的游览等,但这些活动在文化体验的深度上仍显不足。游客们在这里能够欣赏到美丽的自然风光,感受到一些地方文化的氛围,然而,景区内缺乏更具深度和内涵的文化体验项目[8]。例如,游客们很难在这里找到能够亲身参与的文化工作坊,如陶艺、书法、绘画等传统艺术的体验活动;也缺少历史讲座或专题讲解,让游客们能够更深入地了解当地的历史文化背景;此外,互动体验类项目也较为匮乏,如角色扮演、虚拟现实体验等,这些都能够使游客在参与过程中更加深入地感受和理解当地的文化。

3.4. 旅游服务质量存在差异

在 2024 年第一季度对七星岩景区游客满意度的调查中,部分游客提出了他们的不满和建议。首先,

他们反映在旅游高峰期, 尤其是节假日客流量较大的时候, 景区的交通和停车问题成为一大难题。这些问题严重影响了游客的出行体验, 使得他们在到达景区和离开时感到不便。其次, 在服务人员的态度和专业水平方面, 有 20% 的游客指出, 部分服务人员的服务态度不够友好, 专业技能也有待提高。这种情况导致游客无法享受到一致且高质量的服务, 影响了他们的整体满意度。最后, 有游客建议景区可以在游览路线较长的区域增设更多的休息区, 以便游客在长时间游览过程中能够休息和放松。

4. 公共卫生事件后景区恢复和发展建议

4.1. 强化数字化服务建设

为应对游客高峰期的流量增长, 需扩充在线购票系统的容量, 确保游客顺畅购票。同时, 智能停车系统亦将进行扩容, 以便为游客提供更充足的停车位, 降低停车等候时间。此外, 将引入移动应用程序, 通过该程序提供实时信息更新, 使游客能够随时掌握景区最新动态。智能导览功能将协助游客更有效地规划游览路线, 避免遗漏重要景点。电子解说功能将提供丰富的背景知识, 使游客深入了解各景点的历史与文化。为满足不同游客的需求, 还将提供多语言服务, 确保每位游客均能享受无障碍的游览体验。利用大数据与人工智能技术, 将优化游客流量管理, 实施分时预约制度, 合理分配游客流量, 避免景区过度拥挤。通过限流措施, 将确保游客在游览过程中能够享有更加舒适和安全的环境。

4.2. 创新旅游产品和服务

开发具有地方特色的旅游产品, 依托其丰富的历史遗迹和自然景观, 如七星岩、鼎湖山等, 打造一系列以“古端州”为背景的历史探索之旅[9]。通过精心设计的互动体验和故事化导览, 让游客在游览的同时深入了解肇庆的历史文化。此外, 还可以开发以生态、农业、美食等为主题的旅游产品, 如生态农业体验游、地方特色美食之旅等, 以满足游客对健康生活和深度体验的追求。在个性化和定制化服务方面, 可以提供私人导游、定制行程、特色住宿等服务, 让游客根据自己的兴趣和需求, 享受到独一无二的旅游体验。通过这些措施, 肇庆不仅能够吸引更多的游客, 还能提升旅游品质, 促进当地经济和文化的全面发展。

4.3. 深化文化体验

设计文化体验项目, 通过手工艺工作坊, 游客不仅能够亲手制作传统工艺品, 还能学习到背后的文化故事和制作技巧, 从而更深刻地理解当地文化。历史讲座则可以邀请历史学者, 利用多媒体展示和互动问答, 让听众在轻松愉快的氛围中吸收历史知识。地方美食制作课程则结合了美食与文化的双重体验, 让参与者在制作地方特色美食的同时, 了解食材选择、烹饪方法与当地风俗习惯的关联。利用 VR 技术, 创建虚拟的场景, 让体验者仿佛置身于历史事件现场或传统节庆活动中, 提供一种全新的、身临其境的文化体验[10]。与当地艺术家和文化机构的合作, 可以确保项目的文化深度和专业性, 同时为艺术家提供展示才华的平台, 促进文化交流和创新。

4.4. 提升服务质量

加强员工培训, 提高服务意识和专业技能。通过定期组织内部培训课程, 邀请行业专家进行讲座, 以及提供在线学习资源, 员工可以不断更新自己的服务理念和专业技能。此外, 通过建立一套完善的客户服务质量监控体系, 比如设立专门的客服团队, 利用数据分析工具跟踪服务表现, 可以确保服务问题得到及时发现和解决。同时, 通过在服务场所显眼位置设置评价系统终端, 以及在官方网站和移动应用中集成评价功能, 可以方便游客随时随地提供反馈。这些措施不仅能够提升游客的满意度, 还能帮助公

司收集宝贵的第一手资料, 用于持续改进服务质量和游客体验。

5. 结语

在风险与机遇交织并存的关键时期, 景区不可停滞不前, 而应积极把握时机、广开才路, 勇于担当作为。需深入剖析自身独特优势, 着力改进现存不足; 高度重视景区特色资源, 精心打造具有强大竞争力的旅游品牌; 同时, 应着力培养一支专业化的人才队伍, 开发蕴含深厚文化底蕴的旅游产品, 以此扩大景区影响力, 推动景区实现更加迅速的恢复与稳健的发展。

基金项目

2023 年肇庆市科技计划项目(2023040317002); 广东工商职业技术大学辅导员“归巢助农”工作室建设项目成果。

参考文献

- [1] 韩梅, 孙根年. 疫情冲击下北京市旅游业及细分行业恢复的差异[J]. 经济地理, 2023, 43(9): 219-230.
- [2] 陆林, 李磊, 侯颖. 疫情危机下旅游地韧性与高质量发展[J]. 旅游学刊, 2022, 37(9): 1-3.
- [3] 金卫东. 智慧旅游与旅游公共服务体系建设[J]. 旅游学刊, 2012, 27(2): 5-6.
- [4] 王凯. 地方特色文化产品的设计创新及应用[J]. 丝网印刷, 2022(4): 29-31.
- [5] 李萌. 体验视角下文化旅游景区吸引力提升研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2018.
- [6] 邹永广, 吴沛, 李媛, 等. 新冠病毒感染疫情影响下旅游企业韧性: 进阶机理与复苏路径[J]. 中国软科学, 2023(2): 125-135.
- [7] 汤澜. 疫情重塑旅游企业——疫情 3 年携程的探索与实践[J]. 旅游学刊, 2023, 38(2): 9-11.
- [8] 刘瑞洋. 旅游产业与生态环境的耦合协调性研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东省社会科学院, 2023.
- [9] 许云华, 罗润. 新冠疫情对于旅游景区的影响及疫后景区振兴对策研究[C]//中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心). 2020 中国旅游科学年会论文集. 2020: 11.
- [10] 吴抒洋. 疫情冲击下大庆市旅游业发展策略研究[J]. 商业经济, 2021(3): 62-63+68.