

威信扎西红色旅游差异化发展策略研究

王 钰

云南省昭通市职业教育中心,云南昭通 657000

[摘要]红军长征时期路过扎西并召开了著名的“扎西会议”,这一段光辉的历史已被载入史册。在新的时代背景下如何利用现代市场营销理念,为红色旅游产业发展找到准确的市场定位策略,让红色旅游基地实现激发爱国主义情怀和促进当地经济发展的新动力是当前急需研究的命题。本文拟从扎西红色旅游产业发展的重要意义入手,运用市场营销理论中的SWOT分析法分析扎西旅游业发展存在的优势、劣势、机会、危机,进而提出威信扎西红色旅游市场定位的可行性策略,以此为威信扎西红色旅游业的发展建言献策。

[关键词]扎西;红色旅游;SWOT法;市场定位

[中图分类号]JF590

[文献标识码]A

[文章编号]1671-7740(2022)09-0031-03

引言

扎西位于云南省昭通市威信县。威信县属于云南、贵州、四川三省交界处,是著名的革命老区,地理位置优越。红色扎西旅游景区毗邻四川宜宾“蜀南竹海”风景区,毗邻贵州威宁旅游景区等著名风景区。2019年成贵高铁全线通车,扎西也迎来高铁时代,依托高铁线路,扎西的旅游辐射半径南可到达广州,北可到达山西太原,向东可到达湖南长沙,向西可到达陕西西安。旅游辐射半径得到了极大的扩展,旅游地理区位优势愈发明显^[1]。同时,威信的人文旅游资源极为丰富,中国革命史上的红色光辉篇章。红军长征路过扎西,召开了有名的“扎西会议”。“扎西会议”不仅是我们党历史上的重要转折点,也是红军长征历史上极为光辉的一页。“扎西会议”充分解决了“遵义会议”来不及解决的重要问题,会议实际上确立了毛泽东同志在全党全军的领导地位,开始形成党的第一代领导集体,“扎西会议”是中国革命史上光辉的篇章。独具特色的少数民族文化是另外一大特点,独具特色的少数民族文化也能成为吸引游客旅游的重要人文因素。威信县独具特色的苗族文化、民俗、苗寨建筑、少数民族美食,能够让城市人远离喧嚣感受农耕社会男耕女织的恬淡生活。威信县的湾子苗寨能够让游客产生一种沉浸式的旅游体验感。威信独有的少数民族文化,实现了人与自然的完美融合,具有“一步一风景、一景一故事、一事一乡愁”特色。

一 威信扎西红色旅游产业价值

(一) 传承红色基因,保护红色文化遗产

随着时间的推移,人们对于红色历史的记忆会越来越发地缺乏真实体验,同时革命遗址、革命文化遗产也会随着时间的推移面临磨损、毁坏的风险。积极发展红色旅游则可以解决以上两个问题。通过打

造精品红色旅游文化产业一方面可以唤起人们对“扎西会议”的深刻记忆,而更加深刻地体会到红军长征时的艰苦卓绝,从而激发人们内心的爱国主义情怀,培养人们高尚的道德情操。另一方面威信扎西红色旅游的发展也可以对地方历史文物、革命遗址起到很好的保护作用。因为旅游业的发展,革命遗址能够得到更好的修缮和维护。旅游业的发展会促使地方政府投入更多的经费到历史文物遗产修缮维护中,历史文化遗址才不至受到严重的破坏。

(二) 发展红色旅游能增加地方经济收入

旅游业作为第三产业,其经济效益可以辐射到当地交通运输行业、酒店行业、餐饮行业、旅游文化产业等。可以很大程度上解决当地百姓的就业问题,威信县也属于曾经的“老少边穷”地区,为了巩固脱贫成果,防止返贫现象出现发生,当地政府应该利用独有的资源区位优势发展红色旅游产业,使旅游成为当地经济发展的优势力量和主要增长点。

(三) 带动周边旅游服务行业

发展旅游业可以带动周边酒店行业、餐饮行业、交通运输业文化产品手工业等多个行业的发展。2019年成贵高铁通车,使威信从交通闭塞的革命老区,一跃成为交通运输吞吐能力巨大、交通辐射半径较长的交通要道。威信应当以红色旅游为依托,利用整合营销策略开发文化产品使其成为独具特色的威信名片^[2]。

二 威信扎西红色旅游SWOT分析

(一) 威信扎西红色旅游发展优势

一是红色文化背景和少数民族文化背景相融合。威信扎西的红色旅游最鲜明的特色是红色旅游文化和当地苗族文化有机融合在一起^[3]。威信县水田湾子苗寨是红军长征进入云南的第一村。不仅有着深厚的红色文化底蕴,同时走进苗寨也可以

被世外桃源的自然风光、独具特色的苗族建筑、热情淳朴的苗族风情所吸引。扎西红色旅游不仅能够带给人炙热的红色体验,也能给人以青山绿水的舒适体验感。游客可以同时感悟长征精神和苗寨休闲旅游,深刻感受到时代变迁下中国的发展,人民生活水平的变化。

二是地理区位优势明显,旅游资源丰富集中。威信扎西红色旅游的地理区位优势主要表现在以下两个方面。其一是威信扎西红色旅游景点相对集中。扎西会议会址、水田寨花房子会议会址、两河岩等旅游景点分布较为集中。如此,可以节约游客在路途中的交通成本,对于游客有较大的吸引力。其二是高铁的通车为威信扎西发展旅游业带来了巨大的优势,威信扎西旅游能够接待和容纳更多的外地游客。

三是地方政府加大投入,红色旅游业转型升级。以往威信红色旅游缺乏整体规划、基础设施、服务配套设施、地方接待能力较差。酒店、餐饮行业服务水平较低,但是如今当地政府重视红色旅游业的发展加大了建设投入。例如:红军长征途中经过的街道,已经升级打造为“红军街”,同时打造建成了红军胜利广场、连心亭、扎西红色小镇等独具地方特色的旅游景点。开展特色鲜明的苗族文化、民俗表演活动,让人们能够更加真切地体验红色文化的魅力。

(二) 威信扎西红色旅游发展劣势

一是配套服务设施建设尚不完善,游客接待能力不足。近年来,游客量的增加也给威信扎西红色旅游景区带来了巨大的挑战。酒店和餐饮行业的从业者大多是当地居民,配套服务设施没有形成规模效应,整体服务质量和水平较低。此时大量的游客涌入,地方接待能力明显不足,游客对于旅游的体验感和景点旅游的口碑会受到严重的影响。

二是营销宣传意识不强,旅游业尚未形成产业化。在传统的扎西旅游发展中只注重拉式营销即顾客到了旅游景点,买票参观、讲解员讲解并没有注重游客真实的体验感。在互联网时代应该更加注重推介营销,借助互联网主动宣传推销旅游景点。例如,VR技术等高科技推广宣传旅游景点,利用现代营销观念对扎西红色旅游景点进行准确定位,形成产业化营销。

(三) 威信扎西红色旅游发展机会

一是国家、政府政策支持和资金扶持。从国家层面来说国家出台了一系列的政策措施支持红色旅游的发展,从当地政府层面来说,威信扎西的红色旅游是威信县地方经济新的增长点。发展红色旅游业不仅能够巩固脱贫成果,还能够乡村振兴背景下

实现群众的稳就业、增收入。因此当地政府积极投入资金打造红色资源价值突出的扎西红色旅游。实现促进地方经济增长和人民安居乐业的共赢局面。

二是“大数据”时代互联网宣传营销力度较大。如今进入自媒体时代,每个人都是消息的接收者,随时随地也是消息的传播者。利用微信、抖音等自媒体的传播效果和影响力度比传统媒体更大。大数据时代可以利用自媒体平台对威信扎西红色旅游景区进行宣传,借助互联网的营销能力拓宽红色旅游的市场渠道和受众面,让更多的人参与“沉浸式”的旅游。

(四) 威信扎西红色旅游发展危机

一是红色旅游景区同质化较强且竞争激烈。国家和地方政府对旅游业的支持和资金投入,各地纷纷开始大力发展红色旅游业。各地红色旅游产业之间的同质性较强,大多是通过旅游景点参观、红色历史讲解的形式完成旅游体验。各地红色旅游产业之间的营销模式大致相同或者相似,很难区分出鲜明的特色。

二是威信扎西红色旅游未被纳入红色旅游圈。相比较于井冈山红色旅游景点、遵义会议旧址等一些在全国著名的红色旅游圈,威信扎西的红色旅游的知名度远不如以上几个红色旅游景点。因此人们在选择红色旅游景点时很难在第一时间选择威信扎西,或者已经去过了井冈山等红色旅游景区的游客也很少再会选择威信扎西红色旅游景区。这些都使威信扎西的红色旅游业发展受到了严重的限制^[4]。

三 威信扎西红色旅游发展策略

(一) 建立威信扎西红色旅游市场形象差异化营销策略

威信除了是革命老区也是少数民族聚居地,这为打造威信红色旅游的市场形象差异化提供了有利条件。

一是定位目标人群,针对不同目标群体进行差异化营销。威信扎西红色旅游的目标受众大致可以分为三类。第一类政府、企业、社会团体、党员干部想学习培训。第二类游客自驾旅行。第三类:外地游客组团、旅游团旅行。对于党员干部红色基地教育培训,严格按照相关要求安排酒店、餐饮接待。对于自主自驾游的游客和团队游客有计划性地制定营销旅游路线、制定详细的旅游方案规划。进行特色民宿、民俗体验、特色美食等具有地方特色的体验感较强的营销策略。

二是制定突出少数民族文化的营销宣传内容。威信扎西红色旅游最鲜明的特色就是将红色景点和

少数民族文化旅游景点相互融合。因此在开展对外旅游宣传时要挖掘威信红色旅游景区的亮点,在宣传中突出威信旅游业自然景观和人文景观的融合。既要突出红色旅游的传承意义,也要体现现代旅游给游客带来的舒适恬淡世外桃源的愉悦感。

三是积极开发特色旅游文化产品。旅游文化产品的开发是旅游业发展的延续。应当以扎西红色旅游为依托打造特色旅游文化手工纪念品,研发当地特色美食,同时通过打造精品文化汇报演出、舞台表演活动使威信红色旅游更具有文化观赏性。

(二) 提高服务水平, 推进旅游服务差异化战略

一要支持和鼓励特色民宿酒店发展,形成差异化的酒店服务。由于威信旅游业的地理环境特点和旅游资源特色,在威信县建设大规模、高档次的星级商务酒店并不能完全满足游客对旅游资源的体验。因此应当鼓励当地酒店经营者利用苗族文化打造具有苗族文化特色的民宿酒店。通过互联网平台宣传酒店特色,形成一酒店一特色的旅游居住体验,让游客感受到居住环境的差异化服务。

二要打造特色餐饮服务。现代旅游游客对于食住行方面都有了较高的要求。餐饮行业也不因仅仅满足于吃饱饭,价格便宜的基本需求了,而是应该利用地方特色小吃打造品牌餐饮。同时在菜名的选择、菜单的制作上都应该突破传统,赋予餐饮行业一定的文化内涵。

三要提高旅游业服务水平,彰显人员服务的差异性。人员服务的标准和质量直接决定着服务行业的成败。因此威信扎西红色旅游景区必须打造一支专业的旅游服务团队,对于服务行业的从业人员进行专业培训,从接待礼仪、接待仪容仪表到接待标准上进行统一培训^[5]。做到人人都熟悉威信红色历史,人人能讲红军故事,人人都是讲解员的服务标准。从整体上提升威信扎西红色旅游服务团队的服务水平。

(三) 开展威信扎西红色旅游整合营销差异化营销策略

一是借助互联网扩大宣传力度,打造红色品牌旅游。可以通过互联网直播,宣传威信扎西红色旅游景区特色、打造精品特色美食。通过直播带货等

形式让更多的人关注和了解威信扎西红色旅游和苗族特色旅游。

二是进行旅游价格促销活动打通旅游渠道。利用网络平台投放广告,对当地的一些酒店、餐饮业或者是旅游团给予一定程度的优惠。通过秒杀、发放电子代金券、优惠券给游客一定的优惠,以此来达到吸引游客的目的。利用酒店、餐饮、文化产品、文艺表演等相关产品的整合营销带动威信红色旅游业的整体性发展和增长。

三是打造精良文化艺术作品,推动红色旅游业发展。必须打造制作精良的旅游景区文化表演、文化作品。通过歌舞、话剧、电影等艺术形式反映和讲好红军长征故事^[6]。同时打造游客参与感、体验感较强的苗族民俗文化活动。利用互联网对精品文化艺术作品进行推广宣传,进行线上线下文化艺术作品的双向传播。

四 结语

本文从市场定位角度出发,深刻解析了威信扎西红色旅游发展的现状。运用SWOT分析法对威信扎西红色旅游的发展进行了全面分析,并提出了今后一段时间内威信扎西红色旅游业发展的可行性市场定位策略,希望能够让更多的人了解威信扎西,走进红色扎西。

[参考文献]

- [1] 李成府,丁长松,吴兆峰.红色旅游扶贫的创新模式与路径研究——以遵义为例[J].旅游纵览,2021,(3): 23-24.
- [2] 潘瑶.大数据背景下红色旅游产品广告营销研究[J].齐齐哈尔大学学报,2021,(1): 4.
- [3] 麻钱钱,卢丽刚.大数据背景下高铁沿线红色旅游资源的融合创新[J].江西教育学院学报,2019,(4): 65-66.
- [4] 魏传超,陈方,陈娟娟.基于SWOT的云南红色旅游产业发展战略选择[J].山西科技,2007,(2): 3.
- [5] 邹星,郑祖槐.文旅融合背景下的现代旅游发展研究——以云南省威信县湾子苗寨为例[J].旅游纵览,2019,(5): 2.
- [6] 和勇.“鸡鸣三省”与威信旅游品牌形象的塑造[J].云南民族大学学报,2005,22(4): 3.