

我国旅游景区商业化情况分析 & 改进方式

张 彤

(辽宁对外经贸学院, 辽宁 大连 116052)

摘 要: 21 世纪, 随着我国社会经济的发展和人民生活水平的日益提高, 越来越多的人在进行日常生活和工作的同时也开始注重起自己的精神的享受和心灵的释放, 于是闲暇时出门旅游便成了休闲放松和排遣压力的最佳选择之一。因此, 旅游业的发展也随着旅游市场需求的增长而水涨船高, 近年来旅游业不知不觉间已经发展成为了我国的大势产业之一。但是随着旅游业的繁荣发展, 旅游商业化的情况也随之愈演愈烈, 很多旅游开发商在高额利益的驱使下, 大肆开发旅游资源并且不断提高价格, 过多的人工痕迹和高昂的旅游费用使得本来轻松愉快的旅游变得有些令人望而却步、大失所望, 休闲的过程也会因此变得不够尽兴。在此就旅游景区商业化的问题从游客和景区两个角度进行深入分析和研究并提出具体可行的改进方式。

关键词: 旅游商业化; 问题; 改进方式

中图分类号: F2

文献标识码: A

doi: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2016.15.011

我国是拥有最早关于旅游的记录的国家, 在丁再献所著的《东夷文化与山东·骨刻文释读》中可以得到印证。因此, 我国在经历了千年历史沉淀之后, 拥有着非常丰富的旅游资源, 不管是人文景观还是自然景观, 都拥有着十分富饶的资源, 名山大川数不胜数, 名胜古迹不胜枚举。如今, 我国已然成为了全球最大的旅游市场, 旅游需求十分旺盛, 而且有着逐年递增的趋势, 然而随着我国旅游需求的增加, 我国旅游景区商业化的趋势也越来越明显, 其带来的影响也越来越大。

1 旅游景区商业化带来的问题

1.1 影响游客游览情绪

旅游是精神上的享受, 意义在于解放身心, 释放心灵, 整个过程应该是愉悦放松且自由美好的, 但随着旅游商业化趋势的日益严重, 旅游景点的门票价格和内部设施价格以及周边设施的价格都相应的涨价, 因此游客们在旅游的过程中, 不得不小心翼翼的去计算怎么样才能花最少的钱才能拥有让自己有一种不虚此行的想法, 如此一来, 旅途不仅会让游客感觉身心俱疲, 不能尽情的享受和放松, 而且还会让旅游失去原有的意义, 实在扫兴。以四川峨眉山为例, 众所周知, 四川的峨眉山是中国佛教四大名山之一, 每年都会吸引各地无数的香客络绎不绝地前来烧香请佛, 谈到“佛”字, 自然地让人联想到众生平等、超凡脱俗等词语。然而在当今旅游风潮的影响下, 峨眉山似乎不再那么超凡, 而是渐渐变得庸俗, 整个游览过程中让人感觉多了一些铜臭味儿。峨眉山的门票并不算昂贵, 但是在峨眉山内烧香请佛却着实不便宜。峨眉山里的寺庙是不允许香客自带香火的, 如果想要在寺内烧香, 就必须在寺庙内购买香火, 寺庙内香火的价钱因功能不同, 所以价格从几十元到几百元不等, 对比外面的寺庙来说价格都翻了番, 上香已然价格不菲, 请佛的价格却是更加令人望而生畏, 依照佛像、摆件的大小和功能不同, 它们的价格也就由相应的由几百元到上千元不等, 甚至更高。再算上请大师开光、算命、化解等费用, 这又是一笔数目不小的开销, 于是一趟下来, 开销之大可想而知。虔诚的香客们一心向佛, 自然不会不舍得把钱花在这些香火、佛像上, 但对于单纯是来峨眉山观光游览

的游客来说, 面对如此高昂的价格和不合理的收费, 自然就会有一种烧香就是被坑, 但是不烧又好似白来一趟的不甘心的心态, 让人略感憋屈却又十分无奈。

1.2 影响景区自身环境和发展

正因为旅游业是当今社会的“朝阳产业”, 于是很多追求利益最大化的不良开发商就开始不顾一切的大力开发旅游景点, 在原有自然景区资源的基础上增设一些新的商业性项目, 以此来达到增加额外收益的目的, 甚至不惜破坏景区内部原有的旅游资源, 建造一些大煞风景的设施。不禁联想到大名鼎鼎美丽壮观的天门山风景区, 天门山是我国 5A 级的国家森林公园, 风景水天一色, 蔚为壮观, 被认为是张家界的名片, 然而就在 2010 年, 天门山开始在景区内部建设穿山电梯这一现代气息浓厚的设施, 这条穿山电梯从天门山天梯底部直接贯穿到天门洞, 总长有六百多米。不得不说, 天门山的穿山电梯的确确的给游客的游览过程带来了便利, 但是相应的也让游客少了很多宝贵的旅游体验, 当然, 这一点并不是最重要的, 重要的是建设电梯对天门山的旅游资源会产生不可逆转的伤害, 建设电梯, 需要在山体内部挖一条六百多米长的隧道, 这就意味着要将天门山的内部挖空一部分, 然而天门山的山体相对来说本来就比较薄, 所以, 建设电梯对天门山的山体会产生非常大的影响, 很有可能由于山体支撑不住, 而发生塌陷等事故, 不仅如此, 穿山电梯对天门山风景区的水系也会带来威胁。穿山电梯在建设过程中并不是没有外界发出的质疑, 但是开发商和相关部门并没有理会这一系列的质疑声, 而是无视穿山电梯有可能会带来的不良影响, 依然我行我素的大肆施工。顶着为游客带来便利的帽子在天门山风景区内部进行大刀阔斧的规划改造, 其本质只是为了提高景区的承载力, 吸引更多的游客前来观光, 如此行事实是在令人心寒, 也让人心疼一向美好的天门山。大多数地区的旅游景区都有淡旺季之分, 每当旅游旺季到来的时候, 几乎所有闻名的景区都会产生人满为患的现象, 此时, 各个景区采取的措施不是去考虑景区最大承载力从而限制景区内的客流量, 而是一味的去抬高门票价格和项目价格, 意在趁着旅游旺季这个机会狠赚一笔。然

而事事都福祸相依,钱是赚到了,但是景区内部屯街塞巷,放眼望去全是黑漆漆的人头,这让游客如何自如地在景区内部观光游览,尽享旅游的乐趣?不但游客得不到满意的体验,景区内部的很多管理工作也会因为游客多而失去控制,每一个景区都有自己的最大承载力,当客流量超过景区的最大承载力时,就会带来一系列的负面影响,比如景区内的景点会遭受到损坏,景区的生态环境会遭到破坏,物种的生存也会受到威胁,越来越多的物种会遭遇灭顶之灾,景区的可持续发展会因此受到十分严重的负面影响,从而破坏当地的旅游资源,长此以往,这对一个景区的伤害可以说是致命的。在缩短一个旅游风景区寿命的同时,还会限制我国旅游业的发展。现在,受到污染旅游景点已经越来越多,不可抑制的旅游商业化,正在慢慢的侵蚀我国珍贵的旅游资源,维护景区的可持续发展已经刻不容缓。

1.3 对旅游模式产生影响

现在很多跟团旅游时,旅行社都会安排购物活动,介绍的商店一般都是当地特产或是金银珠宝,商品大都大同小异,却都不约而同地价值不菲。旅行社安排购物活动固然是合理的,也确实是游客在旅游过程中所需要的,但是强制消费或者推荐不良商品却是所有人都不能忍受的。近年来,导游强制消费的事件屡屡被曝光,游客因为不接受旅行社的消费安排而被导游辱骂甚至是殴打,还有的旅行社在出国旅游的时候,会忽悠一些初次游览的游客,向他们推荐一些据说是当地非常著名其实却不被当地人可的商品,从而达到从中抽成赚钱的目的。这些都会导致人民对跟团旅游产生很多负面的情绪,不愿意去选择跟团旅行,更多的选择自由行,这对我国旅行社的发展无疑是不利的。而造成这一切的罪魁祸首,就是旅游景区的商业化。商人和旅行社为了追求利益狼狈为奸暗中勾结,不惜强制安排游客消费,威胁辱骂,导致游客怨声载道,有苦不敢言,也导致我国旅游市场越来越混乱,缺乏秩序。

2 改进方式

(1)开发商在开发景区时要注意不破坏景区内部的构造,把维护景区的可持续发展、保护环境放在首要位置。因为任何一个景区都是我国的一个重要的组成部分,不管是已经开发的还是亟待规划的,在经历了数千年的历史变迁之后,对我国的历史、文化、经济等方面都起着举足轻重的作用,是不容破坏的。对待自然风景区,在规划开发的同时要保持其最原始最纯粹的状态,不要轻易添加人工建成的设施,保证景区内部构造的原汁原味,还原旅游的本真意义。保护景区内部的物种,进行规划开发的同时不能做出伤害景区内部物种的行为,到二十世纪末为止,全球已经灭绝的或者濒临灭绝的动植物种类越来越多,大多数的物种灭绝都和人类的活动有着密不可分的关系,在更多的物种灭绝之前进行保护还来得及,不要当地球上的生物只剩下人类时才追悔莫及。对待人文风景区,名人故居和历史古镇,是我国多年来沧海桑田历史变迁的最有力见证者,其历史价值和社会价值不容小觑。开发商在开放名人故居时,要做好充足的保护措施和维护措

施,一定要限制客流量,因为历史故居大多年久失修,其内部装饰和摆设相对来说都极其脆弱。在对外开放的过程中难免的会造成一些破坏,历史的遗迹一旦被破坏了就再难以恢复原貌,不管怎样修饰,终将都会成为无法弥补的遗憾。对于开发历史古镇时,要注意保持古镇原有的建筑,不破坏沧桑和静谧感,可以适当的开放一些具有当地特色的商铺,不要完全将古镇开发规划成铜臭味过浓的所在。

(2)适当降低收费标准,相应的下调门票的价格和景区内部项目、商品价格。我国现在还是发展中国家,国民收入终究是有限的,因此不要让国民把旅游当成一种奢侈的行为,毕竟我国的富人相对来说还是占少数。而出远门旅游,吃喝玩乐样样需要钱,普通人家因此明显缺乏旅游经历,而且大多数时候游玩的地区都是价格比较低,距离比较近的地方,旅游过程中还需精打细算,略微扫兴。大多数景区内部商品的价格几乎都是景区外的一倍至两倍甚至更高,最近大热的上海迪士尼乐园就有曝出价格过高的反应,门票价高倒是也可以理解,但是内部餐厅一份套餐动辄六七十,这对收入普通的家庭来说实在是难以接受,在舍不得掏荷包的同时,又颇有心酸之感。所以不管是旅行社还是旅游风景区都应该以游客为中心,提供更合理且人性化的服务价格。

(3)加强对景区内部的规划,根据景区性质对商业区域进行相应的调整,现在我国的很多风景区内部都会规划开设售卖旅游纪念品点或者餐饮店,而且数量不少,景区内有很多相同类型的礼品店,几乎可以达到随处可见的地步,这些商店的商品大都一样,缺乏新意,在受到市场经济的影响下,价格会因为所在区域的不同有所差异,比如同一景区内山上的商品价格就会比山下的商品价格稍贵一些,这对于景区来说也许是理所应当,但是对游客们来讲这无疑是不合理的。旅游风景区还是应该以景点体验为主,应当在合理的范围内开设纪念品商店和餐厅,不要让商店占据太多的地位,以免舍本逐末。

(4)政府加强对景区的管理调控,明确政府在旅游景点开发过程中应该担任的角色和应该履行的职责,应当在旅游开发商规划开发旅游景点时,加强干预和管理,对开发商的行为进行引导和约束,加强控制,以身作则,彻底杜绝有损景区原有资源的行为,颁布法规,明文规定相应事件的处理办法,宣传和号召人民保护旅游资源,将旅游资源的重要性植入人心。同时也加强对旅游景区内部各部价格的调整,将价格控制在大多数居民都可以接受的范围内,抑制我国旅游商业化的发展,严惩以利益为先,不顾环境发展和人民意愿的不良开发商,务必以保护旅游资源和使游客满意为基本原则。

旅游景区商业化的确是随着经济发展不可抑制的发展趋势,但是只要在一一定的原则范围内发展,是可以给我国旅游业带来一定优势的,对促进我国未来旅游业的发展有着不可估量的重要作用,相信只要合理的进行旅游商业发展,中国的旅游业的前途不可限量。