

# 基于“体验经济”理念的泉州旅游业发展战略\*

李文实<sup>1</sup>, 黄民生<sup>2</sup>

(1. 泉州师范学院 资源与环境科学学院, 福建 泉州 362000;  
2. 福建师范大学 地理科学学院, 福建 福州 350007)

**摘要:** 体验经济时代的来临赋予了旅游业内涵和机遇,也带来了挑战。对于旅游资源丰富的泉州,应把握这一发展机遇,积极应对挑战,通过参与战略、保障战略和人性战略等来满足体验经济时代游客对旅游的更高的要求,促进旅游业的快速发展。

**关键词:** 体验经济 旅游业 游客体验 泉州

中图分类号: F592.3

文献标识码: A

文章编号: 1008-6439(2007)02-0054-03

## Quanzhou's tourism industry development strategy based on experience economy idea

LI Wen-shi<sup>1</sup>, HUANG Min-sheng<sup>2</sup>

(1. School of Resource and Environmental Science, Quanzhou Normal University, Fujian Quanzhou 362000, China;  
2. College of Geographical Science, Fujian Normal University, Fujian Fuzhou 350007, China)

**Abstract:** The coming of experience economy gives both new meaning and opportunities and challenge to tourist industry. As for Quanzhou with rich tourism resources, the higher demand of tourists for the tourism should be met at the time of experience economy by grasping this opportunity, actively answering the challenge, using participation strategy, guaranteeing strategy, humanity strategy and so on to promote rapid development of the tourism industry.

**Key words:** experience economy; tourism industry; tourist experience; Quanzhou

所谓体验,就是企业以服务为舞台、以商品为道具,围绕消费者创造出值得消费者回忆的活动。体验经济是一种产生于传统经济之上的层次更高的经济形态,与其他经济形式相比,它具有显著的体验性和个性化特征以及注重人本主义和情感性特征。

旅游是人们满足了基本生理需求和物质需求之后追求的更高更新的精神需求,就其实质而言,是一种旅程和暂居的体验,与体验经济有着千丝万缕的联系。旅游活动实质上是旅游者经历体验的历程,旅游者从产生旅游动机到完成旅游的全过程实质上是一种产生体验需求、完成体验的过程。

旅游本身就是一种体验,但体验经济赋予了旅

游新的涵义。在体验经济时代,旅游者不再满足于传统的呆板的“上车睡觉,下车看庙,白天拍照,晚上睡觉”式的观光旅游,他们开始追求既满足个性化需要、提升旅游体验,又能满足环保要求的新型旅游产品和服务。体验经济时代的来临为旅游的发展创造了极好的发展机遇。

### 一. 泉州旅游业发展现状

泉州市是我国首批 24 座历史文化名城之一,2000 年获“优秀旅游城市”称号,2003 年继深圳、厦门之后成为国内第三个国际“花园城市”,2004 年荣膺“最佳中国魅力城市”桂冠。

泉州的自然景观类旅游资源、人文景观类旅游

\* 收稿日期 2007-01-15

基金项目: 国家社会科学基金(05BJY075) 泉州市社科规划(2006A-ZC04)

作者简介: 李文实(1971-)男,福建永春人,泉州师范学院资源与环境科学学院,讲师,从事区域开发与国土整治研究。

资源和非物质遗产类旅游资源种类齐全,而且空间组合比较理想,其文化旅游资源主要集中分布在市区内及近郊,生态旅游资源在全市各地均有分布,相对集中分布在西部山区。泉州市对旅游业日益重视,把它作为主导产业之一进行发展,使得旅游业持续增长。但泉州旅游的发展速度、发展水平与旅游资源拥有量还很不相称。表现在缺乏强吸引力的旅游精品、旅游配套设施不全、旅游专业人才较缺乏、总体形象不明确、旅游收入较单一、相关产业难带动等方面。

## 二. 以游客体验为中心的泉州旅游业发展战略

面对体验经济的挑战,泉州市在发展旅游业时,要根据旅游资源、基础设施、客源条件和旅游业发展现状,针对游客对体验的要求,通过参与战略、人性战略、保障战略,整合资源,设计能够充分满足游客体验要求的旅游产品吸引游客。同时,还要加强基础设施和旅游安全保障设施建设,提高服务质量,尽可能地使游客的体验不留遗憾,培养游客的忠诚度。

### 1. 参与战略——以游客需求为导向,设计参与性、体验性强的旅游产品

游客参加旅游,是为了放松自己或者寻求平常中缺乏的特殊体验。设计旅游产品时必须以游客的这一需求为导向,提供或是强化他们所欠缺的现实感受。参与型旅游产品通过提供给旅游者与旅游对象之间一种互动关系,将旅游者与旅游地的自然风光、风俗民情较完美地融合在一起,既加深了游客对旅游物的体验,也有利于解决外来游客对旅游地在环境、文化生态上的冲击,深受当代游客和旅游研究者的推崇。

在设计参与型旅游产品时,应根植于本地的地脉、史脉与文脉,根据主导客源市场的需求,凸显个性、特色与新奇,避免与周边邻近地区同类旅游目的地的雷同。泉州根据自身的自然景观类旅游资源和人文景观类旅游资源都较为丰富,区内海陆兼备、地形地貌和经济发展差异较大的实际特点,在开发时应有所侧重。

针对渴望逃离钢筋水泥丛林,向往平和宁静的乡村生活的本地市区游客,利用本地西部山区农村地区生态旅游资源优势开发乡村游,让他们在周末、节假日能够很方便地离开城市喧嚣到乡下去呼吸清新的空气,释放已经压抑很久的心灵。开发参与性强的登山、探险、“农家乐”、“渔家乐”等旅游项目,如安溪可以根据不同的生产季节进行采茶、制茶、品

茶、茶文化旅游产品的开发,永春、德化可以根据不同的时令开发体验果园劳作、鲜果采摘、春季赏花、夏季观瀑漂流、自然保护区森林浴、陶吧DIY等形式的旅游产品。让游客亲自动手,或种菜耕田,或采摘新鲜蔬菜、时令水果,或喂养家禽,或钓鱼拉网,或认养果树,或动手配制果酒,或动手烹饪特色菜肴,或野外宿营,或在海面上扬帆冲浪……让游客在高度参与、全身心投入中深入体验乡村氛围和田园生活,满足他们对宁静乡野的渴求。

针对外地慕泉州历史文化名城之名而来的游客,要利用本地独特的文化旅游资源,突出其多元文化融合的特征,以都市修学休闲为重点进行开发,如宗教文化朝圣修学旅游、海外交通史修学旅游、博物馆之旅修学旅游、非物质文化遗产观赏游。要深入挖掘其独具特色的内涵,对文化旅游资源加以组合,在挖掘、组合之中设计参与型、体验型的旅游产品。比如仿古祈风表演,利用现代的声、光、电技术再现当年郑和下西洋、泉州先人东渡台湾的场景,在当年古海关模拟出入关、登上宋代海船下南洋等,让游客沉浸其中,体验泉州当年“市井十洲人”、“涨海声中万国商”的繁华,安排游客欣赏南音、拍胸舞、提线木偶、高甲戏,让他们在悠扬古乐中体验泉州多元文化的古老与兼收并蓄,满足他们求异求古的体验需求,让他们在优雅的南音中寻找远古的共鸣。

### 2. 人性战略——以游客个性为依归,打造人性化服务

体验经济是人性经济,全面尊重人性的理念是体验经济的核心所在。旅游业是以服务为主的行业,优质的人性化服务在体验经济时代对其发展至关重要。

人性化服务是在提供标准化服务的基础上,针对游客不同的兴趣爱好和个别要求提供的特殊服务。它是在遵循标准化原则、全员服务原则和“隐性服务(服务不影响游客的游览)”原则的基础上,以游客的需求、兴趣、心理作为服务的基本出发点,提供相应的服务,让游客保持放松的、自由的心理状态,最大限度地得到了自尊心的满足。人性化服务充分体现了“以人为本”的理念,能够充分调动游客的游览兴趣。

人性化服务要求旅游服务提供方要以人为本,处处从游客的需求出发,一切为游客着想,并以具体的行动落实于旅游的各个环节和各个服务细节,使旅游者的体验得到最大满足。比如在旅游宾馆的服

务上,要求服务员在尽快熟悉游客的个人资料、生活习惯的基础上,为游客提供“宾至如归”的服务,注意一些诸如一杯咖啡放几块方糖、入住房间的摆设、是否吸烟、是否喜欢拉开窗帘、高枕头还是低枕头等细节,在游客有客到访时,主动为游客增加茶具供客人使用;在询问到某景点应该怎么走时,除了告诉他们路线外,还可以介绍一下沿途的一些景点、景区和返回饭店的最佳路线;如果游客是外国人,还主动为他们准备一些中英文双语的短句和铅笔、纸张供他们沿途问路时使用。再如,针对游客希望消耗少的时间、精力和体力游览、体验多的内容的要求,在开发旅游产品时,科学设计游客游览线路,合理配备休息设施,充分创造条件让游客在游玩中能有效地恢复精力。通过无微不至的服务,满足游客内心被关爱的需要,建立彼此间的情感联系与牢固的游客忠诚度,提供给游客最令人难忘的体验。

### 3. 保障战略——以游客满意为目标,加强基础设施和旅游安全保障设施建设

游客权益保护的好坏,直接影响到游客的体验,直接影响到企业、地区、国家旅游业的健康发展。游客权益保护的特殊性(时间上等不起、精力上牵扯不起、举证上承受不起、经济上承担不起),使得按通常的消费者权益保护办法对游客权益进行保护难以让游客满意。因而从管理者角度,要通过借鉴西方国家针对游客的专门的简易程序的做法,方便游客的投诉与诉讼;从经营者角度,要通过加强教育等途径,让旅游从业人员理解并在工作中践行“人人皆是旅游环境”,通过依法按约诚信为游客提供服务,与游客及时有效沟通,减少游客投诉,让游客满足。

泉州在经济高速发展的同时,注重基础设施的建设,已初步形成海陆空立体交通网络。到2005年年底,全市公路通车总里程达10600km,二级及二级以上高等级公路里程1906km,高级、次高级路面里程9239km,公路密度达97.6km/100km<sup>2</sup>。通信基础设施建设发展速度也很快,早在1997年底就实现了村村通程控电话。在移动通信方面,泉州移动通信分公司在2001年就实现了“村村通数字移动电话”和主要交通干道的网络无缝覆盖。这些基础设施为旅游业的发展提供了基础。但由于西部山区经济发展相对落后,人口分布相对稀疏,部分地区存在通讯不畅和移动通信信号没有完全覆盖现象。体验经济

时代的游客对大众旅游产品感到厌倦,追求一种彰显自己个性的旅游产品服务,非从众心理日益增强使他们更加相信自己的感觉。他们更愿选择散客而非团队,选择个性化定制的旅游产品而非标准化产品;不是购买整体产品而购买零件自己组装;从“走马观花”式的巡游到“下马赏花”式的游览;从“旁观”到“参与”,从“领受”到“奉献”;从只重视“到此一游”的结果到同时重视“结果”与“过程”;从“被组织”、“被安排”到“自己组织”、“自己安排”。他们不再满足于被动地接受企业的诱导和操纵,而是主动地参与产品的设计与制造,从被动购买整体产品发展到自己组织旅游产品和旅游路线,在旅游过程中更愿意选择散客旅游而非团队旅游,这就对旅游基础设施提出了更高的要求。在进行旅游区规划设计、开发建设时,应协调交通和电信部门进行交通和通信设施的建设,为旅游者提供完善的交通通信服务。同时还应进一步完善景区内的导游标识,建立游客救助中心,为参与探险旅游的游客提供必要的、及时的急救和安全保障。

体验经济为区域旅游业发展提供了一个新的视角和思考方向,在发展旅游业、设计开发旅游产品时,要更加关注旅游者的需要和内心感受,将产品与服务紧密结合,让旅游者在旅游中享受到体验的乐趣,对在旅游地的旅游留下美好的印象,成为泉州旅游的“回头客”和“义务宣传员”,促进泉州旅游业更好地发展。

#### 参考文献:

- [1] [美]B·约瑟夫·派恩,詹姆斯·H·吉尔摩·夏亚良. 体验经济[M]. 鲁炜,译. 北京:机械出版社,2002.
- [2] 王兴斌.“体验经济”新论与旅游服务创新[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2003,14(1):16-20.
- [3] 江娟丽. 我国发展体验旅游的背景、开发思路及对策研究[J]. 西南师范大学学报(人文社会科学版),2006,32(1):126-129.
- [4] 胡燕雯,张朋. 试论体验经济时代的旅游业发展[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2003,14(3):48-51.
- [5] 罗达丽. 体验营销:旅游企业发展的新思路[J]. 重庆工商大学学报(西部论坛),2004(5):80-82.
- [6] 李文实. 泉州文化旅游综合开发研究[J]. 湖南科技学院学报,2006,27(9):118-120.

(责任编辑:夏冬)