

Research on the Development of Hot Spring Tourism: Exploration and Enlightenment

—Taking Linyi City as an Example

Yingjun Wang, Hezhi Dai*

College of Geography and Tourism, Qufu Normal University, Rizhao Shandong
Email: 15066330770@163.com, *dhzh@qfnu.edu.cn

Received: Oct. 12th, 2018; accepted: Oct. 27th, 2018; published: Nov. 2nd, 2018

Abstract

This paper takes Linyi Hot Spring Tourism as the research object, analyzes the current situation of hot spring tourism, analyzes the problems existing in the development of hot spring tourism, and proposes corresponding solutions for these problems. The author believes that the existing problems of Linyi hot spring products mainly include the lack of protection for the development of hot spring tourism resources, the excessive hot spring tourism products, the similar phenomenon of individual hot spring resorts, the need to improve the quality of hot spring tourism services, and the lack of cultural connotation of hot spring tourism. Therefore, in the development process, we should pay attention to maintaining its sustainable development, improving the visibility and accessibility of hot spring tourism scenic spots, optimizing special tourism products, breaking the pan-regionalization phenomenon and improving the comprehensive quality of hot spring tourism practitioners. It should strengthen the supervision and management of tourism services, deepen the level of hot spring tourism products and expand its cultural attributes.

Keywords

Thermal Spring Tourism, Tourism Products, Product System, Linyi City

温泉旅游发展研究：探索及启示

——以临沂市为例

王颖君, 代合治*

曲阜师范大学, 地理与旅游学院, 山东 日照
Email: 15066330770@163.com, *dhzh@qfnu.edu.cn

*通讯作者。

收稿日期: 2018年10月12日; 录用日期: 2018年10月27日; 发布日期: 2018年11月2日

摘要

本文以临沂温泉旅游为研究对象, 通过对温泉旅游的现状进行分析, 剖析温泉旅游发展中存在的问题, 并为这些问题提出相应的解决对策。本文认为临沂市温泉产品现存的问题主要包括对温泉旅游资源的开发缺乏保护、温泉旅游产品过于单一、个别温泉度假区有雷同现象、温泉旅游服务质量有待提高、温泉旅游缺乏文化内涵等。所以在开发过程中应注重维护其可持续发展、提高温泉旅游景区的知名度及可进入度、优化特色旅游产品, 打破泛地域化现象、提高温泉旅游从业人员综合素质。并应加强对旅游服务的监督管理、深化温泉旅游产品层次性并扩展其文化属性。

关键词

温泉旅游, 旅游产品, 产品体系, 临沂市

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

1. 引言

发展旅游业旨在促进区域经济发展, 保障旅游地社会和谐, 实现旅游地共同富裕[1]。随着人们对健身养生的愈加关注, 温泉旅游景区日益摆脱以洗浴为单一功能的目的, 逐渐形成以保健疗养、观光娱乐和休闲度假为一体的综合性度假场所, 取得了较好的经济和社会效益。截止 2015 年, 我国温泉旅游人数超过 2000 多万人, 旅游收入达到每年 800 多亿元[2]。近年来, 临沂市凭借红色沂蒙景区和其他形式旅游度假景区的文化底蕴以及地热等优势, 把开发温泉旅游产品作为重要环节进行了资源的整合和开发。据相关统计表明, 临沂市在 2016 年元旦假期的期间, 临沂市门票总收入 1153.3 万元, 其中智圣汤泉、观唐温泉等温泉景区吸引了省内外大量游客, 智圣汤泉共接待游客 15,600 人次, 其中温泉门票收入 215 万元, 同比分别增长 10%、12% [3]; 客房空房率低至 2%左右, 过夜游客数量庞大。温泉所特有的保健、养生、度假等为一体的休闲功能也逐渐被游客们所认可, 温泉已经成为旅游休闲度假产业中的一匹黑马, 并且逐渐成为人们日常生活中一个重要的交际场所。温泉 SPA 产品作为引进项目, 其各项指标正在日益提高并不断丰富, 大大提高了产品的品质。临沂市大多数温泉旅游资源都与沐浴和养生文化、甚至红色文化、商业文化等文化属性进行了完美的融合及扩展, 各种各样的温泉度假中心更是成为了文化交流和商务会晤的最佳交流场所。

2. 临沂市温泉旅游发展现状

随着科技的发展和经济的进步, 人们的可支配时间和收入越来越多, 对旅游产品也有了更高的期待和需求, 从单纯的休闲娱乐方式逐升华为健康养生的旅游活动。知名学者 Bushels 向人们提出了健康旅游的定义: “健康旅游是借助传统与非传统的医学治疗康体康健的旅游产品中的一种, 可以使游客身心愉悦, 并且能够舒缓工作压力的一种旅游方式” [4]。

2.1. 临沂市温泉旅游资源分析

临沂市是我国第二个获“中国地热城”称号的城市, 目前有勘测出的地热异常区共计 49 处, 详见图 1, 截止到目前为止已至少有 12 处已得到了具体验证[5]。对于温泉的形成, 从热量来源上看, 临沂市的大地构造位置推测其热源成因多与太平洋板块带来的高热流体值带有蜕变产生的热也是该区形成地热的一个最为主要的原因。从水源上来看, 临沂市的地下水的来源主要为大气降水。据临沂市国土局统计, “目前已经勘察出 13 处, 其中, 河东汤头、沂水龙家圈等 10 处地热田已经通过山东省国土资源厅资源评审。”临沂市地热资源属于热水型地热资源, 地热水的水温大多在 29℃~80℃之间, 局部最高 82℃。热水中以氟、偏硅酸含量高为主要特征外, 还含有锂、锶等多种微量元素, 具有较高的医疗和保健价值(见表 1)。

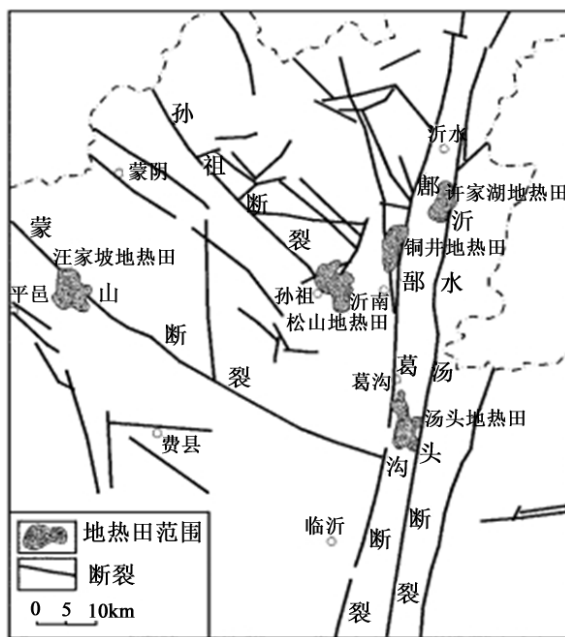


Figure 1. Distribution map of geothermal anomaly area in Linyi
图 1. 临沂市地热异常区分布图

Table 1. Basic resources of 5 geothermal fields (Wenquan) in Linyi [6]

表 1. 临沂市 5 处地热田(温泉)资源基本情况[6]

编号	名称	最高水温(℃)	热储存总量(J)	可采热流体量(m ³ /d)	有医疗价值的元素
1	铜井	80	7.095×10^{16}	6971	氟、偏硅酸、
2	汤头	55	1.534×10^{16}	2600	偏硅酸、偏硼酸
3	松山	61	8.44×10^{15}	1200	氟、偏硅酸、偏硼酸、锂
4	汪家坡	30	3.0×10^{15}	1300	氟、偏硅酸
5	许家湖	31.6	2.714×10^{14}	107.52	氟
合计			9.8×10^{16}	12,178.52	

目前已成功开发出的知名度假风景区有颐尚温泉度假村、智圣汤泉度假村、观唐温泉(国际)度假村、东方瑞海国际温泉度假村、临沂苍马山度假区、知春湖(国际)温泉度假村、奥华维景国际温泉度假酒店、临沂汤头温泉度假区、维多利亚国际度假村及山东煤矿临沂温泉疗养院。

2.2. 临沂市温泉旅游发展现状

随着临沂市经济水平进一步发展和旅游行业的规范整治, 旅游行为趋于大众化, 游客数量逐年增多。2013年临沂市国内游客接待达到4742.76万人次, 比去年增加了286.06万次; 海外游客接待达到181,900人次, 比去年减少约7100人次; 总接待量保持在稳定中持续增长, 增长率约为11%, 旅游总收入在2013年为413.77亿元, 比2012年的358.8亿元约增长约15% [6]。就当前的临沂市旅游发展来讲, 温泉产业是临沂市旅游市场的重中之重, 目前临沂市的具体温泉旅游产品包括各类温泉池, 如红酒池, 牛奶池, 鱼疗池, 及丰富的水上乐园游玩项目, 如温泉瀑布, 互动水屋, 水上排球, 水上陀螺等。临沂市温泉旅游客源主要有三类, 第一类是较为稳定的本地客源; 第二类则是来自于周边客源, 主要是来自济南、连石港、日照等人口密度较大、距临沂景区较近的城市居民; 第三类是较远距离的远途客源, 利用便利的航空、铁路等交通工具, 从北京、上海、宁波、杭州等城市来到临沂市参观游览。目前临沂市温泉旅游景区在职员工共计2200余人, 其中管理人员150名, 约占员工总数的7%, 普通员工(一线服务人员)2000余人, 约占93%。高中及以下学历的员工占员工总数的80%, 拥有专科学历的员工仅占4.4%, 本科学历员工仅占总人数的0.6%, 学历层次偏低[7]。

3. 临沂市温泉旅游存在问题

温泉旅游是指旅游者离开居住地, 去旅游地开展以温泉为活动载体的休闲活动。温泉旅游凭借其特有的养生效果和康体疗效, 越来越受游客的青睐, 但是伴随旅游开发的同时也出现了一系列的问题, 目前临沂市的温泉开发主要面临以下几种考验。

3.1. 温泉旅游资源的开发缺乏保护

随着温泉旅游产品在临沂旅游市场的推广和普及, 政府及其相关民营企业也加快了对温泉旅游产品的开发, 临沂市虽然温泉旅游资源十分丰富, 但是自从临沂市被誉为“中国地热城”后, 就出现了温泉产品开发热潮, 临沂市目前已经开发了十项过亿的温泉开发项目, 并且仍在筹备其余地热的开发项目, 由于旅游资源开发的过程中大多是非专业人士, 直接导致对临沂市温泉旅游产品的开发具有一定的盲目性, 温泉旅游资源的利用也缺乏有效的保护, 对于临沂市旅游资源开发情况是否合理和是否能维持可持续发展问题日显突出。

3.2. 温泉旅游消费人群区域性较强

临沂市温泉度假酒店对于周边市场的开发较为到位, 但是对于异地市场的开发投入力度不够, 这使得临沂市温泉旅游的游客大多来自于本地居民。知名度的薄弱不但会降低游客对景区的信任度, 且不利于旅游动机的产生, 因此, 要突破客源的地域局限, 改变客源比例格局, 弱化地域性限制是一项重大挑战。

3.3. 温泉旅游产品过于单一, 个别温泉度假区有雷同现象

临沂市的温泉类旅游产品较为单一, 主要体现在以下两个方面: 一方面旅游产品的产品结构过于单一, 目前临沂市的以温泉资源为中心的旅游度假区大多是以餐饮、住宿、会议和温泉为一体的综合性度假项目[8]。对于临沂市的温泉旅游资源仅开发了温泉SPA, 游泳等功能, 多数度假中心并未开发健康体检等养生项目。目前, 市场上以家庭为单位的散客是温泉旅游度假区游客的主体, 个体的不同导致旅游产品的需求不同, 过于单一的产品结构不仅难以满足游客多元化的需求, 更容易导致温泉类旅游产品的市场发展不平衡; 另一方面, 温泉类旅游产品身为参与型旅游产品或体验型旅游产品, 需要不断的

创新来满足不同旅游消费者的旅游需求,而临沂市的温泉度假中心近几年并没有很好地注重于提高温泉旅游产品的享受性或娱乐性,多数温泉度假中心千篇一律,毫无新意,并没有突出地域的特色,对于温泉旅游资源的开发存在着严重的同质化问题[9]。以临沂市的智胜汤泉度假村和沂水东方瑞海国际度假村为例,两者都设有餐饮中心,客房中心和温泉洗浴中心,并配有会议室承接商务会谈活动,另外两家度假中心都设有棋牌室、健身房、乒乓球室和游泳室等休闲娱乐项目,温泉种类也都包括特色鱼疗、SPA水疗、太极汤等温泉池,温泉产品种类以及配套设施过于雷同。

3.4. 温泉旅游服务质量有待提高

温泉度假中心作为旅游景区的一种,应努力提高旅游景区服务质量。景区服务质量包括既硬件质量和软件质量,硬件质量指景区交通、设施等有形产品质量,软件质量指景区环境、工作人员的服务等无形产品质量。临沂市的温泉度假中心硬件设施都较为完善,不仅交通便利,多数温泉度假中心距高速公路、火车站、汽车站较近,距离临沂机场也不超过100 km,景区可进入度较高,且餐饮种类也较为齐全,不仅有沂蒙风味的山珍野味,更是为满足大部分消费群体同时设立西餐、粤菜等特色餐厅。在软件质量这一方面,由于旅游行业的就业门槛较低,旅游从业人员素质普遍较低,这种素质不仅仅体现在服务态度上,更是体现在对旅游服务工作或酒店服务工作的专业性上。身为景区服务人员,不仅仅要微笑服务,更要在游客对景区景点有疑惑时可以给予解答。尤其是节假日期间,观塘温泉、智圣汤泉游客访问量加大,一线服务人员劳动密度的加大,必然会缩短服务时间。另外,临沂市的温泉度假中心都没有配备专门的讲解员,这是很大的误区,直接导致了临沂市温泉旅游业的发展仅仅停留在物质享受阶段,客人不了解温泉文化的背景和历史,是临沂市的温泉旅游产业升华为更高层次的旅游产品的重大阻力之一。

3.5. 温泉旅游缺乏文化内涵

大量的温泉旅游产品被跟风、复制,让我们很难再看到温泉旅游产品所承载的临沂地域文化,并且临沂市的温泉旅游产品结构单一,缺少文化内涵。任何一种旅游产品离开了文化的内核,都很难实现长久的发展。临沂市的温泉度假中心,一没有依托温泉文化,创新为全新的多方位的旅游产品,深化文化内涵,提高温泉旅游产品的层次水平,打造出创新的温泉文化品牌;二没有把握好温泉旅游产品的文化精髓,对温泉旅游产品进行多方位多层次的开发。著名书籍《沂州府志》里有诗称赞“野馆空余芳草地,春风依旧见遗踪”,且“野馆汤泉”位列“琅琊八景”之首。其中“野馆汤泉”更是由传说中同西王母对饮周穆王命名。甚至到了汉朝,统治者认为临沂有温泉的地方是风水宝地,并设立了温水乡,温水候只能由皇族担任,并且均为一方的最高级别统治者。临沂市的温泉度假中心在宣传中尚未提及深厚的文化底蕴,甚至所做的广告也仅仅是温泉养生的保健功效,哪怕是身为“山东温泉行业标杆”的观唐温泉,在其官网首页突出介绍的也只是关于温泉的养生功能,而对温泉文化一概而过,就更不要说对温泉文化的大力开发。其实温泉除了作为一种独特的自然景观,更是一种包括重视生命的质量的疗养保健文化的文化景观,应加大文化景观的深度挖掘。

4. 临沂市温泉旅游发展策略与启示

为提高临沂市的温泉旅游产品的层次和结构,满足不同消费群体的旅游需求,扩展温泉类旅游产品消费市场,优化旅游产品的质量,深化对旅游产品的改革创新,针对旅游资源的开发与保护,客源地的区域局限,产品结构和层次的单一、服务质量以及文化内涵的缺失提出以下几种解决对策。

4.1. 提高温泉旅游景区的知名度及可进入度

提高旅游吸引力,使旅游者产生一定的兴趣,从而激发旅游者的旅游动机。随着科技的愈来愈发达,

提高知名度的做法已不仅仅限于书刊和报纸,在互联网发达的今天,我们可以通过数字广播电视、大型的电商网站、公共账号等平台推广我们的温泉类旅游产品。第一,可借助于各级各类的媒体组织对景区进行推广和宣传,比如举办摄影大赛,公益活动,以此来加大对景区的推广力度。第二,结合网络公众号提高知名度。借助于微博达人,阅读量较大的公共微信账号等网络红人,利用他们庞大的粉丝群体进行微博或微信推广等,以此来提高临沂市温泉度假风景区的知名度。第三,设计旅游口号,制作景区广告,运用数字广播电视的力量进行风景区的视频推广,相关部门也应当重视宣传,在传统宣传方式基础上,开发多元化宣传手段。

4.2. 优化特色旅游产品,打破泛地域化现象

旅游产品或旅游商品是一种以多种产品和服务组合形成的特殊商品。最典型的旅游产品形式就是旅游地,因此,旅游产品至少具有以下几种特点,空间上具有地域性、功能上具有观赏性。因此,临沂市的温泉旅游产品应深化其具有的地域特色属性,提高旅游风景区的可辨识度,身为一个独立的风景区,应当设计出属于自己的特色。临沂市的地域特色不仅是特殊的地理、人文环境和浓重的学术氛围,既包括楚文化和鲁文化的交互影响,也包括近代抗战历史事迹,独有的文化熏陶和红色历史是临沂文化的特征。而温泉度假风景区的开发,不仅仅需要依托温泉旅游资源,还要跟红色沂蒙文化相结合,形成具有鲜明临沂风格的地域文化,形成临沂市自己的环境特色和文化特色。

4.3. 提高温泉旅游从业人员综合素质,加强旅游服务监督管理

旅游业是一项门槛较低的行业,因此从业人员大多专业知识不够,综合素质不高,应加大对旅游业从业人员岗前培训的力度。导游人员除了要做好基本的导游词,工夫扎实以外,还应学习基本的急救常识;景区服务人员除了做到微笑服务以外,还应训练仪表仪态。酒店或温泉度假区还可以建立一种以满足顾客的个性化需求为目标的酒店文化或景区文化,让酒店服务人员或景区服务人员形成主动的服务意识,以此来提高顾客对酒店或温泉度假区的满意度。此外,旅游服务的监督管理需要进一步完善。温泉度假中心的管理者在一定的程度上代表了温泉度假中心的对外形象,如果温泉度假中心的管理者是非专业的业余人员,就很难关注到服务中的细节问题并给予让旅游者满意的处理,而往往细节决定了温泉度假中心的服务质量。因此管理者不仅要做好自己的本职工作,还要尽最大的努力协调好内部员工之间的关系。温泉度假中心的现有管理者也需要不断提升自己的修养和个人素质。当客人有需要时,我们要及时满足,当客人对服务不满意进行投诉时,也要第一时间回复客人,一定不要让客人投诉无门,不合理的要求服务人员也应好好沟通。只有提高了客人对景区的满意度,才能树立好的口碑,发展更多地的客源市场。

4.4. 需深化温泉旅游产品层次性,扩展文化属性

温泉类旅游产品本身就是旅游产品中具有较高层次的参与型旅游产品,因此经营者需要花更多的时间来提高旅游产品的附加价值,尤其是文化价值。临沂市历史悠久,是华夏文化发祥地之一。在秦朝时隶属琅琊郡,因此临沂也别称琅琊。临沂市还是著名的革命老区,沂蒙山区更是著名的抗日战争革命根据地之一,众多知名的革命家都曾驻临沂工作。临沂市独特的文化氛围为温泉类旅游产品的文化属性增添了无限可能,深化了文化内涵,提高了文化层次,为更好地开发温泉类旅游产品创造了有利条件。

参考文献

- [1] 李磊, 陆林, 杨钊. 温泉旅游规划中的利益冲突与协调[J]. 经济地理, 2018, 38(2): 206-212.
- [2] 温煜华. 基于修正 IPA 方法的温泉游客满意度研究——以甘肃温泉旅游景区为例[J]. 干旱区资源与环境, 2018,

32(5): 196-201.

- [3] 林鹏. 临沂“五一”接待游客 177.89 万人次, 创历史新高[EB/OL].
- [4] 周作明. 中国内地养生旅游初论[J]. 林业经济问题, 2010, 30(2): 141-145.
- [5] 张萍, 焦雅奇. 山东临沂被授予“中国地热城” [EB/OL].
- [6] 龚贵仁. 山东省临沂市地热资源遥感, 地质调查与评价报告[EB/OL]. 临沂市国土局, 2007.
- [7] 王海滨, 韩洪凌. 临沂市汤泉旅游度假区温泉旅游发展分析[J]. 旅游纵览(下半月), 2017(4): 124-125.
- [8] 政府公告. 重点领域信息公开-欢迎您来到中国临沂政府站[EB/OL].
- [9] 石静. 临沂市旅游业竞争力研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2012.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2168-5762, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: gser@hanspub.org