

苏州古城怀旧旅游开发策略

褚亚瑾

苏州古城怀旧旅游资源具有无可替代的优势和巨大潜力，它们存在的意义更重要的是让人们感受和体验传统吴地文化的魅力，发挥其历史文化价值、研究和教育功能。本文建议将特色怀旧旅游资源进行品牌化开发，深度挖掘、包装宣传，对苏州古城旅游经济发展起到更大的推动作用。

目前，国内主要期刊文献大多是针对苏州古城的历史文化进行研究，而针对苏州古城怀旧旅游开发的文献资料较少，尽管很多周边城市的旅游者甚至不少海外华人华侨都对苏州的传统生活模式和苏式古典建筑有着独特的情怀，也有旅行社针对苏州怀旧旅游开发做了一些市场调研和理论研究，但并不深入全面也未能运用到实际的开发过程中。

一、科学规划，保护怀旧文化意境

（一）准确把握怀旧旅游市场

在传统旅游项目发展日益成熟的基础上，怀旧旅游更是以人的心理出发，以一种新的旅游体验模式来满足旅游者的特殊旅游需求，这与其他传统的旅游有交叉重叠的部分，但是并不相冲突，而是更注重了人们情感的需求，对传统旅游产品进行补充和拓展。在怀旧旅游的开发过程中，还需要进一步地对旅游市场进行分析定位，开发满足市场需求的旅游产品。怀旧旅游打开人们的怀旧情结，与其他旅游形式结合，以怀旧文化来塑造一座城市、一个国度，来再现一段过去、一个时代，来体验一丝挂念、一种情怀。怀旧旅游并不是要让人们沉浸在过去，而是更加珍惜现在和将来，通过古今的对比，我们能得出更多的感悟。我们要发展怀旧旅游首先要对旅游市场有准确的把握，对怀旧旅游消费者进行市场细分，对不同年龄、性别、偏好等的消费者进行客观分析，充分了解细分市场的偏好，并客观分析怀旧旅游市场的旅游动机，才能有针对性地开发出怀旧旅游产品，预测怀旧旅游产品的需求，构建产品开发模式。

（二）保护怀旧文化意境

保护苏州古城怀旧文化意境就是要从整体上营造回归历史的特殊气氛，创造一种“穿越”的独特体验。这种意境要在现实生活中找到一个与人们内心相吻合的载体，这些载体都承现了当地的历史和文化。随着现代化程度的加快，很多过去的文化和记忆都已消亡，面对一些遗迹，是选择保存、复原、改造还是重建，需要进行很深入的思考，关键是要加强怀旧文化意境的整体保护。苏州在这些方面做得还是很不错的，但也还有持续提升的空间比如怀旧旅游设施的日常维护等。

二、深度挖掘怀旧旅游资源特色

苏州古城面积14.2平方公里，旅游资源丰富且优质，拥有世界级文化遗产2处（苏州古典园林+大运河苏州段），五个历史街区、三个历史风貌地区、三十余个旧街。要深度挖掘苏州古城怀旧旅游资源的特色，就必须在文化品牌方面作一些升级和突破才能更好地吸引怀旧旅游者的关注。我们可以在目前“游东方水城·品苏式生活，Suzhou, China in Style”品牌形象基础上，注

入更多能够激发游客怀旧冲动的元素。现代游客对苏式生活的理解是精致典雅、多姿多彩，包括慢生活、原滋原味的吴地民俗文化，用精彩苏州可以对苏式生活进行更广泛的推广，实现传统文化底蕴与现代生活的多维对接，丰富多彩。突破和衔接“游东方水城·品苏式生活”，既坚持了苏州的特质元素，又升级和突破了既有元素，触动怀旧旅游者的游览兴趣。

三、借助智慧旅游，促进怀旧旅游产品优化升级

基于苏州旅游信息咨询服务拓展，结合苏州市《苏州智慧旅游行动计划》，建设苏州智慧旅游电子商务平台，提供怀旧旅游产品在线预订。游客可以通过网站、手机应用、呼叫中心等方式预订怀旧旅游产品。现在的游客都越来越倾向于通过智能移动端获取出游信息、预定旅游服务、分享旅途欢乐等。苏州的智慧旅游建设还需不断创新，与时俱进，才能适应苏州古城怀旧旅游创新发展的步伐。

（一）融合多种旅游电子商务运营模式

引导旅游企业开展电子商务，实现对旅游企业信息化和电子商务建设的扶持，从而带动区域内旅游企业旅游电子商务水平的提高，产生综合的在线旅游经济效益，促进苏州古城怀旧旅游知名度和美誉度的进一步提升。

（二）打造苏州怀旧旅游产品综合预订平台

提供明确的产品信息、明确的产品价格、实时预订确认，实现门票、交通票务、酒店、怀旧旅游线路、旅游特产等怀旧旅游产品的在线预订。

（三）实施智慧苏州旅游二维码遍及工程

借由二维码工程，真正意义上将“旅游+”的理念与电子商务紧密结合，不仅促使商旅人士还有广大怀旧旅游者利用便携终端及时掌握最新最全的智慧旅游商务讯息，提高旅游服务的便捷性与全面性。

（四）智慧平台与智能制造

拓展“旅游+”理念，与新兴的智能装备制造业相契合。借助平台与技术优势，改造落后的传统制造业厂房，革新传统特色产品生产链；同时，依托苏州古城现有的怀旧资源优势，开发工业怀旧旅游。

四、创新开发

（一）多种促销，深远传播

国内：重点发力上海市场。一是上海本地客源市场，加强对苏州世界遗产旅游资源、国家级商务旅游示范区等优势怀旧旅游项目的营销宣传，主推怀旧文化游、休闲文化旅游。二是充分挖掘上海迪士尼对国内中远程客源的虹吸外溢效应，加强与TA/

作者简介：褚亚瑾（1982—），女，江苏苏州人，管理学硕士，苏州工业园区工业技术学校教师，讲师，研究方向：导游、旅游规划，高级英语导游。

OTA的合作,重点奖励把苏州过夜游、两日游纳入上海迪士尼游线的旅行社,导入上海迪士尼客源。合作开发周边及中远程市场。加强与国内各大知名在线旅游服务商的合作,扩大旅游产品在线销售规模。积极发挥京杭大运河城市旅游推广联盟、京沪高铁旅游推广联盟、旅游目的地营销联盟、旅游城市新媒体营销联盟等组织的作用,加大怀旧为目的的散客目的地的形象宣传推广和客源招徕力度。

境外:境外市场主要为美国、日韩、台湾、东南亚,主要从2014年之后开始增加国际营销工作。主要做了三方面的工作:一是在facebook、Twitter发布页面,打响苏州古城怀旧旅游知名度;二是与TripAdvisor网站合作,建立三年合作计划,运营苏州古城怀旧旅游专属页面;三是与美国旅行商合作,通过公开招标目的地管理公司来拓展旅行商渠道。针对美国市场的举措包括:一是建立美国网站(www.traveltosuzhou.com);二是推出2天的产品线路;三是邀请美国媒体来到苏州进行考察,安排4-5日的深度怀旧文化体验游。针对台湾市场的举措包括:由于台商带来的发展机遇,苏州的知名度已经比较高,主要提供怀旧旅游产品和怀旧旅游服务,与重点旅行商合作(雄狮),进行整体怀旧旅游线路包装和开发,倡导深度游和品质游。

(二)深度挖掘,整合提升

1.深度挖掘“苏州,园林外面更精彩”的独特内涵

“苏州,园林外面更精彩”,主要包括三层内涵:首先是对已有品牌形象的升级和突破。衔接“游东方水城·品苏式生活”,既坚持了苏州的特质元素,又升级和突破了既有元素,能触动游客的兴趣。其次,融古苏州、洋苏州为一体。“园林”代表苏州古的一面,“外面更精彩”代表苏州现代的一面,体现了

“精”、“彩”的统一。最后,向外传达苏州旅游的积极突破。“外面”二字,一是从园林遗产走出来,进入遗产社区,二是从遗产社区到苏州古城旅游,三是从古城旅游到外围环古城水上风光带。这样能较好的引导游客,重新认知苏州怀旧旅游特色。苏州,不仅是园林,也不仅仅是古街区,带领怀旧旅游者感受一个全新的“写意”姑苏。

2.整合资源,构建特色民宿体系

目前,古城内并不缺乏高端酒店,但能与国际接轨的品牌、倾向于文化体验的精致酒店等产品与国际国内领先城市仍存在不小的差距。同时,从现阶段游览苏州的中高端客群特别是国际客群的习惯上看,苏州多为途经点,游客很难在苏州留宿,从而无法刺激与带动旅游消费的进一步提升。因而,提升古城怀旧旅游发展,需形成体系相关完善、服务相对全面的留宿平台。因此,古城内应构建“精品酒店+特色民宿”的留宿体系,才能更好的引起怀旧旅游者的兴趣。

五、构建支撑体系

建立旅游部门与发改、规划、国土、财政、统计等部门可实际操作的综合协调机制,从市场需求入手,从业态规划入手,优化怀旧旅游项目建设和服务供给,更好实现怀旧旅游与城市融合发展。面向居民市民、旅游业界、创新创业者、品牌运营商等,以大众创业、万众创新的方式,搭建集创新扶持资金、营销推广、空间载体、信息和智力服务、资产交易和投融资服务、协会组织和曲艺展演等于一体的怀旧旅游产品(业态)创新创业孵化平台,繁育和引进苏州古城怀旧旅游的创新力量。

(作者单位:苏州工业园区工业技术学校)

(上接第130页)

看到景区发展带来的长远利益和发展。同时,游客的增多会给村民的生活造成一定的影响,也会破坏当地的生态环境,引发村民与游客之间的冲突,也会影响景区的更好开发。

五、长春市环城游憩带旅游发展的相关对策

(一)加强对旅游产品的设计创新

长春市环城游憩带的开发注重的是休闲旅游,旅游景区的开发设计一定要能够体现特色,其中包括景观特色和特色的旅游项目,改变以往单一的旅游产品结构,将旅游产品的开发向娱乐型和享受型的方向发展,充分将文化融入到休闲旅游中,不断开发新的旅游项目,才能吸引更多的游客参观,长春环城风景的开发要符合城市发展的整体规划,不仅要满足旅游者的需求,也要注重对环境的保护,遵循可持续发展的理念,才会有利于旅游业的快速发展。

(二)打造良好的旅游品牌,做好宣传工作

长春市旅游的发展一定要有自己的发展特色,确立旅游品牌定位,要以市场为导向,符合城市发展的要求,也要符合旅游产品自身的特点,定位要能够体现具有特色性和地域性的文化特色,将城市的文化与旅游者的需求充分结合起来,让旅游者通过对旅游产品的体验,形成一种良好的印象,可以有效的宣传旅游产品,提升旅游产品的竞争力。同时,还要做好对旅游产品的宣传促销,利用现代化的网络技术加大对产品的宣传,推动环城游憩带旅游产品的转型升级,在景区的配套设施上形成“一体化”

的服务,带动周边产业的快速发展,也给游客的出行带来一定的方便。

(三)加强对景区的管理

长春市环城游憩带的发展还要充分发挥政府的作用,政府部门起到主导的作用,可以加强对旅游景区的整体规划和管理,可以扩大环城游憩带的空间范围,也使其更加配合长春市的整体发展要求,实现环城游憩带的良性发展。其旅游资源的发展具有地方性的特征,要从地方性的发展视觉进行分析,关注城市的地理环境和历史文化发展情况,要充分体现地域文化特征,才能更好的吸引城市居民旅游。同时,环城游憩带的发展还要处理好与郊区居民之间的利益关系,在维持景区利益的同时也要考虑到郊区民众的生活情况,要给郊区的民众带来一定的便利和利益,维护好与民众之间的关系,保证民众的安全和便利,要注重对环境的保护,不能给周围的生态环境造成影响,影响到居民正常的生活,应该在保护环境的基础上进行合理的开发。

六、结语

综上所述,长春环城游憩带的发展模式也在不断完善,其新的旅游景区的开发一定要体现地域特色,有独特的文化特色,同时也要充分利用现代的网络技术,加大对景区文化的宣传,打造品牌形象,吸引城市居民旅游。旅游景区一定要做好品牌定位,提升旅游产品的核心竞争力,将城市文化充分融入到旅游产品建设中,注重旅游产品的地域性建设。

(作者单位:长春职业技术学院)