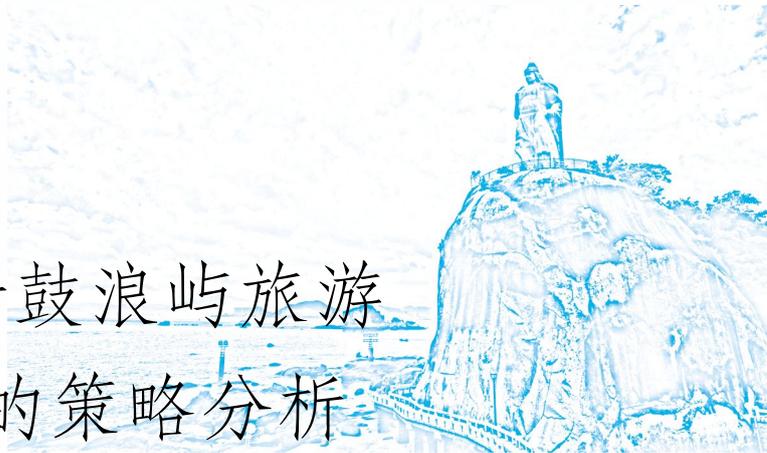




## 进一步提升鼓浪屿旅游 人文体验的策略分析



张春甜

2017年7月8日,在波兰克拉科夫举行的第41届联合国教科文组织世界遗产委员会会议(世界遗产大会)上,鼓浪屿以历史国际社区获准列入世界文化遗产名录,成为中国的第52处世界文化遗产。至此,鼓浪屿的旅游品牌从海上花园、钢琴之岛、万国建筑博览又多了一个标签:世界文化遗

产地。

### 鼓浪屿提升旅游人文体验的重要 性和必要性

1. 文化遗产价值需要得到传播和延续  
《世界遗产公约》第四条明确指出,对世界遗产

#### 5. 风险可控前提下鼓励“信保+保理”模式的开展

基于信保新规的禁止性规定,保理公司直接“牵手”信保业务的合作会有一定的阻力,但这并不意味着保理业务与信保完全没有合作的空间,信保新规的目的也是国家为了防范金融风险,但并不是一刀切,只要在金融风险可控的前提下,信保+保理的模式还是具有可操作性的。例如:保险公司可以为基础交易合同的履行提供信用保险,随着应收账款的转让,债权人与保理公司约定,将其与保险公司签署的保险合同项下的权利同时转让给保理公司,这样的安排也可以实现保理公司的风险把控。在加强风险管控的前提下,应支持出

口信保与保理公司合作创新保单项下贸易融资模式,推动建立风险分担机制,防范商业保理经营风险,提高商业保理公司开展业务的积极性。

综上所述,商业保理作为一种新型的贸易融资方式,在解决自贸区出口企业尤其是中小企业使用赊销方式后,面临的资金占压和应收账款回收周期长、回收不了的风险方面具有积极的作用,对促进外贸中小企业发展具有重要意义。应利用自贸区的优势,尽快完善自贸区商业保理相关法律和制度,创建商业保理良好的外部运行环境,促进自贸区商业保理业务健康良性的发展。

(作者单位:厦门海洋职业技术学院)



的“确定、保护、保存、展示和遗传后代”是每个缔约国的责任。当鼓浪屿升级为世界文化遗产,鼓浪屿的保护范围从主要景区景点扩大到遗产区和缓冲区,从有形的风貌建筑、历史道路和园林景观等,扩大到音乐文化、诗歌文化、体育文化等具有社区特质的无形遗产。保护鼓浪屿的文化价值毋庸置疑,但更高的意义在于这种文化价值需要得到传播和延续。早在1972年,联合国教科文组织就在《关于在国家一级保护文化和自然遗产的建议》中提出,“在不忽视文化和自然遗产的巨大经济和社会价值的情况下,应采取措施促进和增强该遗产明显的文化和教育价值,以服务于保护、保存和展示该遗产的基本目的”。

2.文化与旅游融合的背景下,游客对文化旅游的需求不断提升

在当前文化与旅游融合的背景下,国民大众的精神需求不断升级,文化旅游正日益成为满足人民美好生活向往的重要支撑。文化旅游的过程就是旅游者对旅游资源文化内涵进行体验的过程,这也是文化旅游的主要功能之一。游客来到文化遗产地是来寻求旅游体验的,他们想要体验最真实的遗产特点和代表当地文化与传统的事物。从这个角度出发,鼓浪屿文化遗产地应进一步发挥其满足游客美好旅游体验的功能。正如,鼓浪屿申遗是为了更好地保护历史人文资源这一初衷,申遗后,鼓浪屿更需要重视遗产文化的传承及价值传播,以进一步满足游客对旅游体验的需求。

### 鼓浪屿人文旅游发展现状分析

如何进一步提升鼓浪屿申遗成功后的旅游管理水平,如何讲好鼓浪屿的故事,提升游客的文化旅游体验和遗产价值感知,传递正能量,进而促进景区的可持续发展和文脉传承至关重要。笔者在鼓浪屿景区从事旅游相关工作多年,从游客问卷调查、访谈、日常工作中积累的数据分析,认为鼓浪屿目前在文化旅游中存在以下问题。

1. 以短程游客为主,作为厦门旅游的金字招牌,对全国的吸引力有待提升

从2018年度鼓浪屿游客过渡数据分析中发

现,鼓浪屿游客主要来自东南沿海各省市,占比达80%以上,具有明显的地域性特征,尤其以福建省和广东游客居多。作为国家级风景名胜区、世界文化遗产地,鼓浪屿是厦门最具代表性的城市名片,在国内甚至全球都有着傲人的知名度和美誉度,但是从这样的客源市场构成来看,对全国的旅游吸引力确实有待提升。受游客容量限制(一天最高不超过5万人次),部分游客来到了厦门却没有办法在预期的时间上岛,这在一定程度上影响了准备来厦游玩的人士,或者在一定程度上影响了来厦游客的旅游满意度。

2.游客对鼓浪屿的文化遗产价值感知较少,旅游者动机与遗产价值的相关性不明显

近年来随着自媒体营销的广泛兴起,一大批游客特别是80后、90后慕名而来,并不是冲着鼓浪屿的宁静与优雅,文化与人文、建筑与历史,而是直奔网红地、美食地,对鼓浪屿文化遗产的价值感知较少。旅游社接团后,大部分安排游客在一些公益免费景点或私人收费景点进行游览,行程并没有涵盖鼓浪屿的核心景点、文化展馆;导游讲解也较为随意,很多只是简单介绍鼓浪屿的风土人情、植物物种,对万国建筑博览、音乐之岛等特色轻描淡写,甚至随意歪曲、杜撰岛上名人轶事,不能够很好地传递鼓浪屿的文化遗产价值和精神内涵。旅游者的关注点并不在鼓浪屿的文化遗产价值相关属性上,旅游活动行为基本停留在观光游览和美食购物上。

3.旅游消费结构单一,旅游文创产品缺乏

笔者参与了2018年度鼓浪屿游客消费结构调查分析,发现来鼓浪屿的游客中,购买最多的是馅饼类旅游纪念品,占比达20%,其次是海鲜干货,占比也将近20%;其他的包括肉松类制品以及珍珠等手工饰品。这说明鼓浪屿的旅游消费水平还比较低,集中在吃的方面,鼓浪屿几乎没有可以承载其厚重历史文化价值的旅游商品或文创产品。这一点,从岛上的商业构成也可见一斑。截至2019年11月,鼓浪屿辖区登记注册的商事主体约1500户,除去承载鼓浪屿居民消费的农贸市场,超



市、面包店等,以及 300 多家家庭旅馆外,其余为食品销售经营者 285 个,餐饮服务经营者(均为大排档、小吃店、饮品店)409 个,珍珠工艺品店 121 家。

4. 旅游线路策划、推广不到位,深度游、文化游不够

鼓浪屿多年来持续打造博物馆岛,陆续建成了钢琴博物馆、风琴博物馆、管风琴艺术中心、故宫鼓浪屿外国文物馆等系列博物馆,申遗过程中也充分利用核心要素建筑建成了鼓浪屿综合历史陈列馆、中国唱片博物馆、丹麦大北电报局旧址共享遗产展及会审公堂旧址专题展等系列展馆,同时也对历史风貌建筑进行了修缮维护,推出了不少历史风貌建筑游览的线路,但是在宣传推广方面并不是十分到位,部分展馆由于人力问题也没有办法做到完全开放接待,再加上大部分团队来鼓浪屿的行程安排紧凑,半日游、一日游居多,游客到鼓浪屿来普遍满足于拍照打卡、品尝小吃等,深度游、文化游远远不够。

### 提升鼓浪屿旅游人文体验的策略建议

1. 加强智慧景区建设,完善预约上岛制度,提升旅游管理现代化水平

自 2017 年 6 月 30 日起,鼓浪屿景区实行日最大承载量为 5 万人次的客流限制。通过客流的政策性限制,鼓浪屿快速取得了管控效果,旅游品质及安全得到有效保证。可是这对于部分来了厦门又没有办法上鼓浪屿的游客来说未免“大失所望”。笔者建议景区管理部门打造统一的景区信息管理平台,进行统一的门票预约,实时发布客流信息,建立畅通的门票信息传播渠道,保证游客能够预先充分了解景区的管理制度、门票售卖相关情况,避免发生游客到达景区而不能进入的尴尬情景。可以通过该平台开展旅游大数据综合分析,实现全岛景点人流动态、游客密度、景区进出游客数量等常态化数据的动态监测及数据发布,充分利用大数据研判决策,提升旅游管理现代化水平。如根据非节假日、非周末时段调整

船票、门票价格或旅馆定价,进一步削峰填谷平均分布全年客流总量。同时还可以借助这个平台开展旅游宣传营销活动,除门票预约外,平台还可以囊括景点门票、住宿、餐饮及讲解等旅游服务项目,让游客实现关注一个号或一个平台游全岛。

2. 全面做好旅游营销工作,用独特的精神文化价值吸引旅游者

利用上述平台抓住游客预约、到达、接待、游览及离开 5 个部分,全方位向游客传递鼓浪屿的文化遗产故事,展示文化遗产地的生活方式。如利用三维激光扫描、倾斜摄影等技术,对遗产地信息开展数字化采集,建立包含三维形象、文史档案等内容的数字化遗产展示平台,将鼓浪屿风格独特的建筑形态真实地展示出来,并进行鉴赏解说等;构建全面且统一的遗产旅游解说体系,从法律法规上探索,强调所有在鼓浪屿带团讲解的导游要定期参加遗产地管理部门组织的培训和考核,不允许无证上岗和偏离价值中心的旅游讲解;制定简短有趣的图文、动画、音频等,合理运用微信、抖音等网络媒体和社交平台进行广泛传播,增加与游客的互动体验,普及鼓浪屿的文化遗产和文化旅游知识,吸引更多国内国际的潜在旅游者。

3. 优化现有文化旅游线路,增强文化遗产元素的氛围营造

进一步整合现有修缮完成的风貌建筑和系列博物馆,合理规划并设计旅游线路,重点向游客推介“历史踪迹”“建筑艺术”“音乐艺术”“宗教文化”等游览路线。根据游客的行程安排,向其推荐半天、全天或过夜旅游线路。强化线路导览及自助语音讲解服务,充分利用增强现实、虚拟现实、人工智能等现代科学技术,增加游客的沉浸式体验,让游客有一种身临其境、仿佛穿越至 100 多年前的历史国际社区的感觉。鼓励社区居民参与开办家庭式音乐会、社区博物馆、原住民美食等方式,吸引游客参与文化遗产地生活方式的体验,同时合理布局旅游沿线的餐饮、游憩、休闲、如厕及购物等配套设施,为游客提供一个从视觉、听觉、甚至味觉都愉悦而难以望怀的游览体验。



#### 4.加强行业监督与指导,加快推进研学旅游、休闲旅游和全域旅游

将鼓浪屿餐饮、旅游、住宿、文创等产业纳入统一管理,建立统一的考核评定制度,定期评选诚信、文明商家,公布违法违规商家黑名单,为游客消费提供参考依据,倒逼整体业态提升。特别是要合理引导家庭旅馆的开办,鼓励家庭旅馆突出鼓浪屿的文化特色以及提供温馨舒适的休闲度假环境,推动星级旅游民宿品牌化发展。在此基础上,进一步延长游客在鼓浪屿上的游览时间,继而推动单纯观光旅游服务向娱乐、度假、养生、研学等综合服务体系转变。发展私人订制的体验式旅游项目,为游客设计自由、深度、专属的旅游产品。可首先面向厦门本市学生群体打造爱国主义教育、音乐艺术知识普及等旅游路线,企业群体打造鼓浪屿商业浪潮轨迹等旅游路线,继而全面推广。

#### 5.开发文博文创特色商品,进一步传承、弘扬鼓浪屿的普世价值

随着市场经济的发展,人们对精神领域有着更高的追求;仅依靠陈列展览远不能满足当今博物馆发展和观众的需求。<sup>[1]</sup>根据鼓浪屿目前的游客消费构成分析,建议旅游管理部门及时向游客推出具有鼓浪屿特色和纪念价值的旅游商品,既满足游客的购物需求,又可以通过文创产品所承载的信息进一步宣传、弘扬鼓浪屿的文化遗产价值。建议从鼓浪屿的建筑、音乐文化等素材上进行挖掘,注重传统文化与现代设计理念、技术的结合,可以先推出书籍、笔记本等文具类产品,不断循序渐进,激发灵感,开拓思路;聘请专业团队进行统一策划、生产、展示和营销,有力引导文创产业的发展,创造出一系列兼具美观性和实用性的产品,让来鼓浪屿的消费者能买到具有纪念意义的旅游文创产品,逐渐摆脱目前这种单纯集中在“吃”方面的旅游伴手礼,不断丰富旅游商品供应,创造出鼓浪屿旅游文创IP。

### 结束语

游客是文化遗产地的受益者,也是另一种创造者,他们用多种方式去理解和利用文化遗产,从

而赋予文化遗产的第二次生命。<sup>[2]</sup>可以说,除居民外,游客是遗产地最大的利益相关者。综上,通过科技手段提升旅游管理服务、合理规划并推广旅游线路,进行文化遗产活化利用、全方位做好旅游营销等思路举措,可以进一步提升游客的参与度与满意度,对保持鼓浪屿历史国际社区的真实性和完整性,促进历史文脉的传承与发展具有重要意义。

(作者单位:鼓浪屿世界文化遗产监测中心)

### 参考文献

- [1] 刑勃.从网上商店开发经营看博物馆文化产业的繁荣 [J]. 丝绸之路,2014(18):67-69
- [2] 李渊,邹莹,高小涵.鼓浪屿文化遗产地利益相关者感知分析



图片来自网络