

淮阳县太昊陵文化旅游发展策略

朱玉森¹ 孙明艳²

(1.周口市淮阳县民政局, 河南 淮阳 466700;

2.淮阳县太昊陵管理处, 河南 淮阳 466700)

摘要:太昊陵即太昊陵庙,是为纪念中华人文始祖太昊伏羲氏而修建的陵庙。文章阐述了太昊陵作为我国著名的三陵之一,拥有丰厚的文化底蕴。在旅游业迅猛发展的今天,探讨太昊陵文化旅游发展策略,对更好地改善经营现状,吸引更多的游客有着积极的现实意义。

关键词:太昊陵;发展策略;旅游资源;庙会

中图分类号:F592.7

文献标识码:A

文章编号:1671-8089(2014)08-0054-02

Development Strategies of Tai hao Mausoleum Humanistic Historical Scenic Spot in Huaiyang County

Zhu Yushen¹ Sun Mingyan²

(1. Huaiyang County Civil Affairs Bureau, Henan huaiyang 466700

2. Huaiyang County Tai hao Mausoleum Management Office, Henan huaiyang 466700)

Abstract: Taihao Mausoleum is said to be the capital and resting place for the 'ancestral' Fuxi namely Taihao. This paper expounds the Taihao Mausoleum as one of the famous three mausoleums in China, which has a rich cultural heritage. With the rapid development of tourism today, discussing development strategies of Taihao Mausoleum scenic spot has a positive practical significance for developing the present situation of management to the better and attracting more tourists.

Keywords: Taihao Mausoleum; development strategy; tourism resources; temples

1 引言

太昊陵包括太昊伏羲氏陵和为祭祀太昊伏羲氏而修建的陵庙,是我国著名的三陵(太昊陵、黄帝陵、大禹陵)之一。原占地面积875亩,是一座规模宏大、气势壮观的古代宫殿式建筑群,被称为“天下第一皇朝祖圣地”,2007年被批准为省级风景名胜区。^[1-2]每年的农历二月二至三月三为庙会期,全国各地的游人、香客,齐聚太昊陵前,参加规模盛大的祭祖活动,客流量每天有几万到十几万不等,最多时层接待40万/天,在十一长假期间,票价实行优化价,30元/人,票房收入达179万。^[3-5]而太昊陵作为一种庙游文化,在旅游业迅猛发展的今天,探讨太昊陵旅游风景区存在的问题及改进策略,对更好的改善经营现状及管理水平,吸引更多的游客有着积极的现实意义。

2 升级策略

对太昊陵的开发应进行科学的管理及合理的规划,开发出符合资源特点且对游客具有吸引力的产品,既体现景

区的性质和特点,又发挥其美学价值、科学价值、历史文化价值和经济价值。对更好的改善经营现状,吸引更多的游客,可从以下几个方面进行提升:

2.1 实行政企分开

太昊陵风景区管理机构务必实行政企分开,明确行政主体,建立直属的管理机构。实现风景区所有权和经营权的分离,这样可以解决旅游资源开发及保护过程中的政企不分的问题,缓解资金不足及资金来源问题,从而提高及加快资源开发与保护的互动性^[6-9]。

2.2 提高旅游从业人员的综合素质

开展庙会文化旅游,不仅景点要突出文化,还要弘扬文化。因而,应提高管理者及导游的素质,还要提高管理者的管理水平和环卫工作人员的素质。尤其接待人员或者礼仪工作人员的着装打扮问题,更应该注意,要做到“化妆不上岗,淡妆上岗”,力戒浓妆艳抹,饰物应当以少为佳,不适宜标新立异的前卫服装或过于自由散漫的家居装、运动装、牛仔装等等。

2.3 分流管理

针对太昊陵庙会文化资源的特点,为了缓解游客量突然增加,分流管理的最好办法就是实行门票价格改革,景区在价格方面已经实行了浮动机制:在每月的初一、十五实行半价,这已经体现了太昊陵庙会文化的特点。但由于景区是属于庙会性质的,客源市场主要在当地及临近的几个省、市、区,经济上还不发达,人民的收入虽然逐渐增加,但可以用于旅游的可支配收入并不多,往往要选择价格低的时候进行旅游活动,而这个时间只是每月的初一、十五,这必然导致这两天游客量的突然增加,给景区造成一定的负担,为了缓解这种现象,在以前的基础上再增加几天实行优惠,如每月的初六、初九、十九等,以缓解由于游客量的突然增加而对景区造成的破坏。

2.4 多媒体电子门票

太昊陵旅游景区还采用手工售验票的方式,存在着弊端和问题。而多媒体电子门票大小如名片,实际上是有存储能力的磁盘,可储存十几分或几十分的rmvb格式的音频文件或装入很多景区图片,可实现音频、视频或图片播放,磁盘的外形可根据景区管理者的需求设计成不同图形或形状,也可根据实际需要设置成不同场馆的多个副券。电子门票能向游客生动展现景区文化,再加上中英文景点解说,可将景区文化宣传推广至全世界。

2.5 通过多种渠道,加强对景点的宣传力度

为了弘扬庙会文化,打造太昊陵的旅游文化品牌,提高太昊陵的知名度,应加大文化旅游宣传促销力度,要想长远持久的发展太昊陵的旅游,必须充分发挥各种媒体的作用,除了在公路沿线设置大型广告,宣传太昊陵的旅游文化,邀请省、市电台、电视台制作系列专题宣传片,滚动播放以外,应加大网络的宣传力度、可以组织有一定专业水准的人员编辑有关景区的系列书刊,广泛发送,扩大影响。把太昊陵的旅游景点宣传出去,通过宣传太昊陵的历史文化,打造太昊陵的旅游文化品牌,吸引国内外的游客前来旅游,以促进淮阳经济的发展。

2.6 加大对老年游客的特殊需求

针对太昊陵这种庙游文化,客源市场主要在当地及临近的几个省、市、区的老年人,^[10]景区应设有专门针对老年游客的特殊设计,对老年人的特殊需求,应实行人性化服务,要考虑楼梯、卫生间等设施是否防滑、防磕碰等。尤其在客流量比较多的时候,比如初一、十五、二月会,在买票、检票地方应设置老年人通道,在景区里应设有充足的设施供老年游客们休息,应有必要的应急医疗措施和相应的救护人员。

2.7 开发庙会文化旅游纪念产品

颇具特色的旅游商品,是地方文化内涵的体现,是地方特征的反映,同时又是旅游形象的继续宣传。泥泥狗、布老虎、姓氏祖先纪念币和各种佛像等是太昊陵主要的纪

念品,然而泥泥狗和佛像都属于易碎品,不便于携带,泥泥狗和布老虎已经被推广到国外,但泥泥狗的礼盒包装设计有很大的提升空间,礼盒设计应便于远程携带、防震,设计包装精密。姓氏祖先纪念币并不能代表太昊陵自己的特色,其他景区也有,所以对游客的吸引不会很大。所以要设计的纪念品应该能反映太昊陵的文化特色和当地的人俗风情,以此可以增强旅游市场商品竞争能力,提高地方产品的知名度。

3 结语

(1) 为了能够使得太昊陵对游客具有更大的吸引力,文章从实行政企分开、提高旅游从业人员的综合素质、分流管理、多媒体电子门票、加强对景点的宣传力度、对老年游客的特殊需求加以关注和满足、开发庙会文化旅游纪念产品等几个方面进行了分析。

(2) 为了提高太昊陵的知名度,应在服务质量上下功夫,因为旅游服务质量在很大程度上会影响游客的数量,为此,做好景区的服务,提高服务质量等方面尤为重要。

(3) 为了能够更快更好的发展太昊陵,应该综合考虑淮阳县旅游资源的空间分布、地理位置、经济条件等因素,与其他景区实行互动机制,更好的让人们了解伏羲文化。

参考文献:

- [1] 河南省“十一五”旅游产业发展规划纲要[EB/OL]. [2007-03-05]. <http://www.henan.gov.cn/zwgk/system/2007/03/05/010024001.shtml>.
- [2] 柳雯. 中国文庙旅游资源开发问题初探[J]. 现代商业, 2009(26): 286-288.
- [3] 赵金, 霍晓毅. 太昊陵接待游客17万多人[N]. 周口日报, 2010-10-8(B1).
- [4] 郑东军, 赵凯, 吕军辉. 河南淮阳太昊陵保护规划探讨[J]. 华中建筑, 2006, 08(24): 128-130.
- [5] 田园. 伏羲文化与中华文明[J]. 两岸关系, 2009(12): 62-63.
- [6] 李高峰. 我国旅游景区管理的问题原因及对策[J]. 经济管理, 2007(52): 79.
- [7] 朱岚涛, 王力峰. 周口市旅游业发展现状分析与对策[J]. 河南商业高等专科学校学报, 2007(03): 66-69.
- [8] 马艳艳, 郭群娜. 明孝陵景区存在的问题及改进措施[J]. 洛阳师范学院学报, 2013(04): 99-102.
- [9] 鄢慧丽, 熊浩. 旅游景区的准入批量与最大容量分析[J]. 旅游学刊, 2013(04): 83-87.
- [10] 朝霞. 周口市老年人体质健康状况的调查与研究[J]. 周口师范学院学报, 2009(02): 140-142.