

基于中老年市场的生态旅游策划

聂媛媛 孙兴美 成张帆

(武汉生物工程学院, 湖北武汉, 430000)

【摘要】本文在对生态农业旅游的阐述的基础上,以武汉市某基地阐述在中老年的旅游市场中的发展机遇,并提出了具体的规划方案。

【关键词】产业政策;生态旅游;中老年

随着国民经济的进一步发展,旅游业发展态势强劲,旅游市场也进一步细化。生态休闲旅游市场逐渐成为重要的一个细分市场。

1 市场现状

生态农业旅游是推动农业现代化的重要手段。各级政府多角度、多方位的出台政策,为更加有效的实现新农村建设,生态农业的发展借此东风,开始在大城市的快速发展,为广大群众所接受,并且实现旅游的产业化。

武汉位于华中腹地,长江流经武汉,周边乡村资源优越,在城市化进程的加快的基础上,生态农业旅游迅速崛起,生态农庄和休闲农舍是其主要产品形式。

现对武汉生态农业旅游部分景点旅游形式和特点列表如下:

典型景区	规模	主要特色	主要形式
武湖农场	10.8 万亩	全国首批生态农业旅游示范点	农业科技园
武汉木兰草原	20000 万亩	5A 级蒙古风情景区	
武汉胜天农庄	6000 亩	蔬菜瓜果种植、动物养殖观赏、采摘体验、风光游览、户外运动、农家美食、养生度假	民族风情游

2 市场分析

目前生态农业旅游市场的特点:

一是生态农业旅游以观光、休闲功能为主,具有较高参与性、互动性的娱乐项目还鲜有出现;二是客源地构成主要以旅游吸引物所在地城市居民为主;三是生态农业旅游项目大多位于著名景区的附近,依托旅游景区的发展来拉动,部分生态农业旅游项目本身就是景区的一部分。生态农业旅游发展趋势分析:“系统经济”;全产业链模式发展;生态农业旅游呈现集聚发展;生态农业旅游融合所在地农村发展;“小而美”的产品。

2.1 基地介绍

1) 区位条件。长河基地位于武汉市阳逻经济开发区汉施公路北侧,邻靠长河,新大门设置在基地东侧,有大路与汉施公路连接,所处位置交通便捷,对外交通方便。2) 资源禀赋。武汉市乡村休闲旅游资源丰富,加之气候春暖、夏热、秋爽、冬寒的季节特征,对于养殖、栽种等适宜,这些都为农业生态旅游园的建设与发展提供了基础条件。3) 客源市场。武汉市人口基数大,常住人口 900 多万,流动人口也众多,随着经济发展和人均收入增加,在双休日、小长假出游中,消费者开始青睐城市周边游玩,因此农业休闲旅游需求越来越旺盛。4) 产业政策条件。武汉市政府高度重视农业生态旅游的发展,市、区两级政府分别成立了乡村休闲旅游管理工作领导小组,乡村休闲旅游的规划、管理和协调服务工作。与此同时,各种农事会节也开始吸引更多的城市居民参加。此外,随着武汉城市圈一体化格局的形成,城市圈内的九城市的旅游主管部门团进一心,多方位的开始进行跨区的旅游产业协作。

2.2 中老年市场介绍

据有关报告,我国面临严重的人口老龄化趋势。据民政部的数据显示,预计到 2016 年,我国 60 岁以上老年人将达到 2.16 亿,约占总人口的 16.7%,平均净增老年人口 800 多万,超过新增人口数量;80 岁以上的高龄老人将达到 2400 万,约占老年人口的 11.1%,约占老年人口的 1/4。我国

人口年龄结构的变化,说明随着我国经济社会快速发展,人民生活水平和医疗卫生保健事业的巨大改善,生育率持续保持较低水平,老龄化进程逐步加快。按照国际惯例,65 岁及以上人口比重超过 7% 就属于老龄化社会。人居环境的选择至关重要,而拥有休闲、度假、养生三大主体功能的人居环境和休闲产品就成为了生态旅游重要的组成部分。

3 市场推广方案

老年在旅游市场的感知要素不同。针对老年人追求的健康、舒适、悠闲的生活方式,制定出两种主题形象方案。方案一“一竿片水绿田园生态休闲慢生活”;方案二“品生态休闲享惬意生活”

3.1 营销推广

为打造鲜明的旅游形象,充分利用各种形象传播方式,通过大众媒体、节庆活动和公共关系等途径,形成强大的宣传攻势,形成多层次、多渠道的旅游宣传促销合力。1) 大众媒体宣传。为了推广项目的旅游形象,我们建议可将旅游形象制作宣传片,先期可在武汉电视台和湖北电视台进行播放,提升大众对项目的认知度;同时,还可在通往旅游区的主要公路如汉施公路等树立户外广告牌,并配以旅游形象宣传口号;此外,还可在公交车等投放广告、在主要旅游网站上投放网络广告等,并通过《中国旅游报》全方位多途径提升项目形象的认知程度。2) 微信公众平台。开设长河基地生态旅游项目的微信公众平台,及时公布项目活动内容,展示项目产品图片、视频、游客体验等内容,并通过微信平台与消费大众进行互动,扩大项目的知名度和影响力。3) 事件活动营销。设计系列旅游体验活动,如钓鱼竞技,采摘大赛等增加互动的大众参与(设计专门的项目网站,在网站上报名并拉动大众投票等设计精心的活动流程),通过事件及活动盘活旅游资源,提升项目人气。

3.2 产品介绍

1) 无差别市场旅游产品设计。本基地打造的是“生态休闲、科研、创新创业”基地,其市场客源是全方位的。主要的产品如下。中小學生田园亲子游;田园观光;四季瓜果采摘;生态农业展销;2) 中老年市场旅游产品设计。中老年人在旅游消费的偏好与生态休闲旅游所倡导的主题是完全一致的。因此,针对中老年市场在进行市场开发时,老年在旅游市场的感知要素不同。老年人追求的健康、舒适的生活方式是其他旅游客所不同的。针对中老年市场来讲,基地的教育、科研示范的能力较弱,因为该层次的消费者对学习教育的需求不高,只能算是旅游产品的附加品,不适宜过多投入。建议作为附加产品的策略进行市场投入。3) 生态农业旅游产品主打:垂钓项目:品质类、高端类;采摘项目;花卉园艺项目;农家饕餮宴(有机蔬菜、菌、肉)。

4 旅游配套设施建设探讨

这个展示厅的建设需要采用最现代的建筑风格,并利用各种模型和高科技手段,声光影相结合,展示长河基地的科研水平。分为“光伏展示区”,“生物多样性展示区”和“创新创业成果展示区”三个展厅。