

互联网时代下河南省历史文化旅游资源的开发研究

马梦园 刘莉

吉林外国语大学

DOI: 10.12238/mef.v4i7.3906

[摘要]“互联网+”的时代背景为旅游产业提供了新的发展契机。对此,河南省需着重把握好历史文化大发展、大繁荣的关键历史机遇,促进历史文化产业和互联网相互融合,进一步提升历史文化产业的文化内涵和知名度,同时进一步提升旅游行业的附加值。结合当前互联网时代背景,本文对河南省历史文化资源借助互联网融合发展存在的优势进行分析,探讨了河南省历史文化资源借助互联网发展过程中存在的问题,进而指出了相对应的融合发展路径。

[关键词] 互联网时代; 河南省历史文化旅游资源; 现状; 路径

中图分类号: F592

文献标识码: A

Research on the Development of Historical and Cultural Tourism Resources in Henan Province under the Internet Age

MA Mengyuan, LIU Li

Jilin International Studies University

[Abstract] The times of "Internet +" provides a new opportunity for the tourism industry. In this regard, Henan Province needs to focus on the opportunity of historical and cultural development and prosperity, and promote the integration of historical and cultural industries and the Internet, and further enhance the cultural connotation and visibility of historical and cultural industries, at the same time further improve the added value of the tourism industry. In conjunction with the current Internet age, this paper analyzes the advantages and discusses the problems of development of Henan Province's historical and cultural resources by means of Internet integration, and then points out the corresponding integration development path.

[Key words] the Internet age; historical and cultural tourism resources in Henan Province; status; path

互联网时代,随着社会经济水平的不断提高和市场经济体制改革的深化,新的时代对于旅游产业的发展要求也不断提高。因此,需进一步深入研究河南省历史文化资源等旅游优势,进一步梳理协调互联网和旅游业发展的关系,进行更深层次的改革和发展。因而,有必要针对当前河南省旅游历史文化资源在互联网时代下发展过程中存在的问题和融合发展路径等相关内容进行分析 and 探讨。

1 发展互联网时代下河南省历史文化旅游资源的优势

1.1 河南省政府和旅游部门的正确领导和社会各界的大力支持

结合河南省自身的实际情况,进一步确保互联网和旅游业融合发展路

径的深入,进一步提升其层次,并且切实有效地融入相关地方的发展战略和规划中,提出全新的发展思路和路径。政府方面深刻意识到互联网不仅仅是一个渠道、一个工具,它俨然已成为各产业发展的基础建设。习近平总书记在十八大以来的系列重要讲话中,多次对大力弘扬中华优秀传统文化做出重要指,例如“要系统梳理传统文化资源,让收藏在故宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”。习总书记的讲话不但为继承和弘扬中华优秀传统文化指明了方向,而且为河南省历史文化资源的发展指明了道路。

1.2 河南省历史资源底蕴深厚、类型多样

河南省拥有的历史文化资源数不胜数,这一优势为采用互联网发展提供了先行条件。河南省独特的宗教文化、武术文化、民俗文化、饮食文化等,也都是河南旅游资源的重要组成部分。河南是中华文明的发祥地之一,所以河南地下文物数量全国第一、地上文物数量全国第二这情况也不足为奇,在当今时代的地位可谓是独领风骚。河南省内拥有的世界文化遗产多处,如洛阳龙门石窟、安阳殷墟、登封“天地之中”历史建筑群,以及河南路段丝绸之路、河南段大运河等景点。河南还拥有全国八大古都中的四个,分别是洛阳、开封、安阳、郑州;小年祭灶、除夕守岁、春节拜年、元宵点灯、清明祭祖等河南民俗文化迄

今为止仍旧广泛流传;以河南宝丰马街书会为代表的民间节会至今影响深远;汴绣、朱仙镇年画、唐三彩、南阳玉雕、钧瓷、泥塑、剪纸等民间工艺蜚声中外;濮阳杂技、豫南民歌、豫西社火等民间艺术闻名全国。还有以登封少林武术为代表的武术文化,以豫剧、越调、曲剧为代表的戏曲文化等。另外,河南省还有在中国历史文化发展和宗教发展史上占据重要地位的中原宗教文化以及河南特有的姓氏文化等等。河南省历史文化资源的庞大令人叹为观止,由此可见,要想发展河南省历史文化资源这一条道路可以说无限宽广。

1.3河南省需要发展历史文化资源,促进旅游业更上一层楼

河南省是一个十分具有历史文化底蕴的省份,旅游景点数量数不胜数,但相对而言,还是缺乏世界级和国家级水平的旅游线路。在全国比较著名的还是那几个王牌景点,知名景区的数量还是太少。河南省内文娱部门也推出像“清明上河图”“木兰诗篇”“河洛风”等类似的旅游产品,虽然受到了许多观众的青睐和许多专家们的认可,但在全国舞台上还是难挑大梁。而且河南省历史景点很多,但能在知名度方面能拿得出手的不过寥寥,除了少林寺、龙门石窟景点外,享誉国内外的景点几乎没有。因此,更应该将河南省拥有的历史文化资源发展得淋漓尽致,使其享誉国内外。

2 互联网时代下河南省历史文化旅游资源开发研究的现状

2021年,河南卫视在端午假期的特别节目《端午奇妙游》火爆了全网。最令人拍案叫绝的节目是水下舞蹈《祈》,身着汉服的舞者在水中翩翩起舞,完美地再现了曹植的名篇《洛神赋》,众多网友纷纷直呼“这才是文化自信”。从《唐宫夜宴》中憨态可掬的“唐宫小姐姐”到“翩若惊鸿,婉若游龙”的“洛神”,从“元宵奇妙夜”“清明奇妙游”到“端午奇妙游”,河南卫视宣传历史传统文化的道路越来越宽阔。从这些节目不难看出,河南已经在深入研究中华民族优秀传统文化,经过文化的洗礼,打

磨成历史意义深厚的优秀文化产品;并且人们也发现,只要河南省想认真做文化产品,简直易如反掌,因为可以就地取材。所以说,一流的文化要有一流的表达。最近几年来,河南省一直在摸索传播优秀传统历史文化的最佳方式,而河南卫视的巨大成功,显然已经激活了文化遗存的活力,证明这也是以年轻人喜闻乐见的方式,推动优秀传统文化融入当代人的生活。再者,河南博物院,推出“失传的宝物”以及系列活动,让游客挑选考古盲盒来体验挖到“宝”的感觉,“妇好鸮尊”“云纹铜禁”等“宝物”化身冰箱贴、胸针、项链等旅游周边工艺品。古都开封清明上河园也让人有“一朝步入画卷,一日梦回千年”之感。上述这些极大程度上推动了优秀传统文化的传播,证明了在“伸手一摸就是春秋文化,两脚一踩就是秦砖汉瓦”的河南,这样的文化输出简直是信手拈来。但要想互联网与旅游业融合发展程度上实现最大化,仍需解决一系列复杂的问题。

2.1历史文化旅游资源互联网融合发展长度不足,内涵挖掘不深

从当前实际情况来看,河南省的历史文化资源并没有得到充分的宣传,大家所了解到的河南省的历史文化资源,还有很多仅仅是停留在教科书以及风景名胜课外书的简单介绍上,所了解到的无非是少林寺、龙门石窟等家喻户晓的景点,河南省的历史文化资源并没有借助互联网这阵东风实现尽数输出。虽然河南省有着极其丰富的历史遗存、非物质文化遗产等旅游资源,但是这些资源的内涵并没有得以深入的挖掘,挖掘和探寻的力度不够,没有充分地展现出河南省各类景区和历史遗存深厚的文化内涵,这导致互联网也无法传播这些资源,更不能取得理想的成效,对河南省旅游业发展造成很大影响。

2.2历史文化旅游资源借助互联网发展起步较晚,缺乏应有的资金投入

从当今情况来看,河南省的旅游产业借助互联网发展的时间较晚,起步比较落后,推出的历史文化产品风格和互

联网发展的方式比较单一。此外,地方政府在财政支持和资金援助能力等方面供给不足,缺乏健全、完善的硬性宣传和软性植入,导致各类历史文化资源仅是地方周边的人知晓,没有充分体现出河南省所具备的遥遥领先的历史文化资源优势。

2.3旅游市场需要借助智能化产品进行重塑

现在,“80后”“90后”和“00后”群体已成为社会智能化产品的主要受众。这几代人深受互联网的影响,整个生活缺少不了智能产品,所以智能化旅游产品对于他们来说又熟悉又吸引人。他们通过网络接触旅游产品的时间较长,有更多查询旅游信息的途径,并且很多人有闲余的资金,他们是智能化旅游的首批受众群体。因此,应该打破传统旅游和互联网的壁垒,充分发挥互联网方便、快捷、互通的优势,由互联网旅游逐步取代传统旅游。

但是借助互联网发展仍有一定的弊端。第一,智能旅游在景区内仍旧没有完全覆盖。现在看来,河南省内的大部分旅游景区都基本实现了网上购票,旅游消费者可通过手机二维码进入景区,不再进行传统式的购票、检票,既快捷又方便。同时,部分景区内可以通过扫码关注公众号听取语音的方式进行景点介绍,但是很少有景区拥有WiFi全覆盖的优势,景区与游客线上线下智能化互动还是较为困难。现实中,景区的智能化建设程度还是没有达到旅游消费者的预期,这一落差自然使旅游者的旅游体验感下降。第二,景区内产业形式组合模糊,定位不清晰,传统旅游模式仍然占较大比例。随着我国智能化设备的普及,在出游越来越方便的情况下,旅游者的出游次数明显上升,这就导致旅游者的目的地越来越丰富,进一步深入分析就会发现,这类旅游者由于经常出游,旅游经验丰富,因而一定会减少对于同质化景区的选择。同时,旅游者将游后心得发表在网络上,其他旅游消费者会通过评论风向来选择去与不去,这些原因都导致了景区的缺点完全暴露在网络

上,旅游者会有选择性地避开这类景区。

3 互联网时代下河南省历史文化旅游资源开发研究路径分析

3.1进一步突出主题,大力宣传河南省历史文化旅游资源强省的名号

首先,在历史文化资源借助互联网发展的过程中,河南省要结合当地的旅游资源和互联网普及情况,认清自身的历史文化定位,针对现有著名的历史文化资源和未充分开发的地区进行分析和研究,打造一批高质量的历史文化资源经济区产业链,共同借助互联网这阵东风,使河南省内优质的历史文化资源家喻户晓。

例如,洛阳地区可以以龙门石窟为中心,对与龙门石窟相关的非遗文化、河洛文化等相关资源进一步深入挖掘,形成一条完整的产业链,然后将其从根本上有效打造成完整的互联网信息中心。这样不仅方便旅游者获取信息,也为他们出游创造了更多机会。

郑州地区可以把郑州市作为中心,以国家高新技术产业开发区为基础,进一步采取同步发展的形式,确保相应的景区和旅游景点等能够有效地纳入进来,把都市文化、电影文化、会展文化、历史文化充分融合,突出文化优势,确保郑州市能够有效打造出中原现代化文化旅游经济区,融合历史、商业、生态、休闲等相关资源,实现历史文化资源通过互联网平台快速发展的路径。

开封市可以把清明上河园作为基础中心,确保各类历史文化资源的完美呈现。例如,龙亭、铁塔、大相国寺、开封府等相关景区进行充分的汇聚、融合,充分体现出中国历史文化名城的旅游和文化主题,进一步有效打造出多种历史文化元素融为一体的文化旅游产业经济区,形成集合,通过打包借助互联网宣传营销发酵,使本就深入人心的历史名城的文化资源鲜活起来,从而使历史文化旅游进一步深入发展。

安阳市可以把殷墟打造成中心,进一步体现出甲骨文的历史文化,通过飞地的形式确保当前的姜里城、曹操高陵、岳飞庙、红旗渠、太行大峡谷等景区资源能够得到充分的融合,进一步打造出融文字文化、青铜文化于一体的文化旅游经济区。

3.2充分利用各大交流网站,发挥大众言论力量,提供出行选择多样性

河南省内传统旅游线路不多并且性质相差不大,主要线路还是那几个王牌景点,毫无新鲜感不足,导致这种情况的很大一部分原因是再开发一条新的线路整体花费会较高。同时,从另一方面考虑,选择热门线路即可实现利益的最大化,更没有再开发新线路的必要。这也导致了景区不堪重负,使消费者的体验感直线下降。在互联网时代中,每个人都是一个巨大的信息库,各大交流网站成了整合信息的重要媒介,现在随处可见的抖音视频记录旅游、小红书记录帖子、微博分享等已成为消费者对旅游产生兴趣的一种新形式。我们要充分利用互联网平台这些媒介,加强对河南丰富却又不著名的历史文化资源的宣传营销。随着旅行积极性的提高,现在许多游客会选择自主探索那些河南省内知名度较低但是历史文化底蕴深厚的景点,之后在各大平台分享游后感,靠个体的摸索发展全新的旅游线路。

3.3各大票务平台与互联网的跨界合作营销

借助携程、去哪儿等票务平台,河南省的政府部门通过与相关航空公司的深度合作,能够达到意想不到的效果。通过大数据分析,有效地对河南省的历史文化旅游资源进行有针对性的营销,一方面,航空公司为票务平台提供优惠力度,另一方面帮助票务网站进行宣传,提供营销支持。而票务平台则通过航空公司提供的巨大的信息流数据,对消费者的需求进行分析,为航空公司的航班

安排与设置提出建议,从而增加上座率,实现共赢。

3.4借助互联网多元的营销方式

在OTA网站上有很多优秀的文章,旅游者通过描述自身的游后感得到消费者的青睐来进行营销。同时,网站上会显示各个消费者的选择和评价,提醒消费者谨慎选择。消费者选择旅游产品进行消费后,会被邀请给出评价和意见。通过与各大搜索引擎和APP的合作,及时掌握并宣传旅游热点,不断完善旅游产品。这一流程从旅游者开始选择到实现进行无差别营销,极快地实现旅游企业的目标。通过对营销战略的整合和互联网技术的充分应用,我们相信互联网旅游业不仅会降低自身的营销成本,也将会无意识地扩充目标群体。

4 结语

总的来说,借助互联网这阵东风发展“伸手一摸就是春秋文化,两脚一踩就是秦砖汉瓦”的河南历史文化资源是必须且急需的。

[参考文献]

[1]郑璇.河南历史文化资源与乡村旅游深度融合研究[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊),2019(8):218-219.

[2]张苗荧.乌镇启示:“互联网+旅游”风光无限[N].中国旅游报,2019-10-30(3).

[3]郎润华,李丽.“互联网+旅游”背景下四川旅游产业发展现状及对策分析[J].广西质量监督导报,2019(10):42.

[4]李永康.互联网背景下传统旅游业的问题分析与建议[J].现代商业,2019(03):45-47.

作者简介:

马梦园(2000--),女,汉族,河南许昌市人,吉林外国语大学国际文化旅游学院2018级旅游管理专业本科在读。

刘莉(1984--),女,汉族,吉林靖宇县人,副教授,硕士,研究方向:旅游营销、旅游文化。