

# 洛阳旅游业因素分析及营销对策

刘慧贞

(东北财经大学津桥商学院 辽宁 大连 116600)

【摘要】文章运用SWOT分析法,对洛阳旅游资源的优势、劣势、机会和威胁进行了深入的分析,并根据分析结果,从市场营销角度对洛阳旅游业的发展提出了相关建议。

【关键词】洛阳旅游 SWOT分析 市场营销

【中图分类号】F590.8

【文献标识码】A

【文章编号】1672-8777(2006)12-0116-03

## 一、洛阳旅游业发展综述

### (一)洛阳旅游业概述

1. 洛阳概述。洛阳地处黄河中游,气候温暖湿润,地理位置优越,素有“九州腹地”之称,是华夏文明的重要发祥地之一,先后有13个王朝在此建都,建都时间长达1500年左右,是国务院首批公布的历史文化名城和中国七大古都之一。同时,洛阳也是一座新兴的现代化的工业城市,拥有一大批国有大中型企业。

2. 洛阳旅游景区景点。洛阳人文旅游资源异彩纷呈。现有国家级文物保护单位7处,省级53处,市县级650余处。龙门石窟是中国三大石刻艺术宝库之一,白马寺是佛教传入中国后兴建的第一座寺院,被誉为“释源”、“祖庭”,北部邙山有东周以来诸皇陵形成的我国最大的古墓葬群,已出土的40余万件极珍贵的文物,并建成目前世界上第一座古墓博物馆,洛阳周围有五岳之一的嵩山名刹少林寺、中岳庙,以及千唐志斋和玄奘故里。

洛阳自然旅游资源同样丰富多彩。有著称于世、甲于天下的洛阳牡丹,有中华民族的母亲河——黄河,有国家森林公园——白云山,有五岳之一的嵩山,有号称北国第一洞的鸡冠山溶洞。所以说,自然和历史赋予了洛阳无限的物质财富,使得洛阳在旅游业发展中拥有不可比拟的优势。

### (二)洛阳旅游业现状

进入20世纪以后洛阳旅游业发展迅速,截至2000年末,洛阳市拥有国际国内旅行社42家,其中国际社7家;星级饭店27家,其中三星级以上16家;旅游车船公司3家;旅游涉外定点单位21个;旅游直接从业人员达到1.06万人。初步形成了有一定档次和规模,功能齐全、协调配套的旅游服务体系。在2001年度洛阳荣膺中国优秀旅游城市称号,当年洛阳接待国内旅游者1231.35万人次,比上年增长20.7%;接待外国及港澳台旅游者10.64万人次,比上年增长24.4%。国际旅游外汇收入3381万美元,比上年增长19.0%。

## 二、洛阳旅游业SWOT分析

在旅游机会分析中,我们常采用SWOT分析法。所谓的SWOT分析,即为优势(Strengths)、劣势(Weakness)、机遇(Opportunities)、威胁(Threats)四个英文单词的缩写。它是一种较为全面的因素分析方法,运用这种分析方法对旅游业的内外部环境进行分析,可以为旅游发展规划提供帮助。

### (一)洛阳发展旅游业的优势

第一,洛阳地理位置优越,交通条件良好,发展旅游业具有相对完备的基础条件。洛阳地处中原,处于国内东西过渡、南北贯通的居中地带,具有对外联系多元化的区位优势。陇海、焦枝两大铁路干线在此交汇,洛阳经郑州至开封的高速公路已经建成,310、207两条国道与郑卢公路等纵横交织成网,陆路交通十分便利,是我国中部地区重要的交通枢纽。洛阳民用机场是国内净空条件最好的二级机场,可供大型客机全天候起降,国家已批准开放洛阳航空口岸和铁路二类口岸,打开了洛阳走向世界的门户。洛阳每年市政府都投巨资改善城市基础设施,市内快速交通干道网正在形成。城市综合服务功能显著增强。这些都为洛阳旅游业的发展奠定了良好的基础,使洛阳在以后的发展过程中具有相对完善的外部条件。

第二,洛阳在全国已经具有相对较高的旅游知名度,使得洛阳在今后发展旅游业时的后发展成本相对较低。之所以说洛阳旅游业的后发展成本相对较低,是基于旅游业前期的发展状况而言的。旅游从1983年举办首届“洛阳牡丹花会”以来,每年都吸引大批游客前来观光旅游,使得洛阳的知名度与日俱增。2000年11月龙门石窟申报世界自然遗产成功,使得洛阳又拥有了一项世界级的旅游景点,强化了洛阳的旅游知名度。这些都会相对的降低洛阳旅游业的后发展成本。

第三,洛阳历史文化底蕴深厚,旅游具有丰富的文化内涵。洛阳“河山拱戴,形势甲于天下”,自古以来就是兵家的必争之地和理想的建都场所。从中国第一个王朝——夏朝起,先后有商、

【收稿日期】2006-10-30

【作者简介】刘慧贞,辽宁东北财经大学津桥商学院教师,硕士,研究方向:旅游经济、节事旅游。

西周、东周、东汉、曹魏、西晋、北魏、隋、唐、后梁、后唐、后晋等13个王朝在此建都,历时1529年,是中国建都最早、历时最长、朝代最多的古都。洛阳钟灵毓秀、人文荟萃。中国传统文化儒、佛、道的产生和发展与洛阳密切相关,中国四大发明与洛阳息息相连。洛阳丰厚的历史文化为中华民族的发展做出了贡献,也给后人留下了不尽的财富和供人凭吊的遗迹旧址。如此深厚的文化底蕴,使得洛阳一直以来都与文化密不可分,旅游景点大多都有很深的文化印记,从而提高了洛阳旅游的文化品位。

第四,洛阳拥有独特的旅游工艺品和饮食文化。洛阳“唐三彩”是中国唐代的艺术精华,距今已有1000多年的历史,是洛阳独具特色的旅游工艺品,一直以来深受国内外游客的喜爱,在国内外已经享有较高的知名度和美誉度。另外,洛阳水席以行云流水般的上菜程序也闻名于世,与传统的牡丹花会、古老的龙门石窟并称为洛阳的三绝,是洛阳极富特色的饮食产品。这些都是洛阳旅游业的发展不可比拟的优势。

## (二)洛阳旅游业的劣势

第一,洛阳厚重的文化特色影响了新型旅游项目的开发,不利与洛阳原有旅游形式的突破。洛阳的旅游景点,洛阳的旅游工艺品,洛阳的饮食都烙印着历史的痕迹,可以说没有历史就没有洛阳,是历史造就了洛阳。但是,旅游业发展到今天,浓厚的历史文化在给洛阳旅游业带来机会的同时,也影响了洛阳新型旅游项目的开发。旅游者对洛阳整体旅游形象的思维定势使得它在旅游的发展形式上很难做出突破,阻碍了新型旅游项目的开发。

第二,洛阳经济发展不景气,影响洛阳旅游业的大发展。洛阳工业企业林立,重工业是全市的经济支柱,但是近年来由于国有大中型企业经济效益普遍不景气,洛阳的经济发展速度和整体的经济环境也受到了一定程度的影响,从而使得洛阳外部经济环境不佳,在一定程度上影响了洛阳居民对近郊旅游项目的需求,从而影响了洛阳旅游业的经济收入。

第三,洛阳旅游业季节性过于明显,淡季旅游设施闲置,造成旅游季节性发展不均衡,从长期角度讲影响了旅游业的发展。长期以来,由于受洛阳季节的影响,洛阳旅游收入和旅游接待人次也呈明显的季节性分布。春秋两季的旅游客源相对充足,来洛游客相对较多,尤其是每年的牡丹花会期间,旅游接待人次达全年最高水平。冬季由于气候寒冷,旅游人数相对较少。这种旅游活动的季节性,影响了洛阳旅游业的发展。

第四,景点之间相互孤立,缺乏联合促销意识。洛阳除了龙门石窟和关林两景点相距较近以外,其余景点分布较为分散。这种分散的景点布局除了可以延长旅客的留洛时间,增加旅游收入之外,也在很大程度上影响了旅游者对某些孤立旅游景点的到访率。洛阳旅游局近几年都在牡丹花会前期组织景点和旅行社到广州、北京等地开展联合的促销活动,但是在促销过程中,各景点也各自为政,进行独立的宣传促销活动,缺乏联合意识。

第五,洛阳开辟的国内外直飞航线相对较少,影响了国内外游客可进入性,使得洛阳旅游时间成本相对较高。洛阳航空业发展相对迟缓,现在只有到北京、广州、大连等地的国内直飞航班,国际航班也只有到香港和日本冈山两个城市的。这样就使得外地游客尤其是商务游客进入洛阳的时间成本相对较高,同时也

影响了国际游客的进入,阻碍了洛阳旅游业客源市场的开发。

## (三)洛阳旅游业的机会分析

第一,国家对旅游发展的政策支持,以及省市政府对旅游业发展的重视,给洛阳旅游业发展提供了良好的外部空间和发展机遇。我国正处在产业结构调整的重要时期,大力发展旅游业是产业结构调整的战略重点,国家给旅游业发展提供了很多政策支持,河南省也积极的实施旅游业带动战略,并把洛阳做为省“三点一线”旅游线路的龙头,洛阳市政府在洛阳市“十五”旅游产业发展规划把“大旅游、大市场、大产业”作为今后旅游发展观,这些宏观政策都有力地拉动洛阳旅游业的发展,使旅游业成为洛阳经济发展的新增长点。

第二,龙门石窟申报世界文化遗产成功和洛阳牡丹产业化示范工程,提升了洛阳旅游业的整体形象。2001年11月,在澳大利亚召开的第24届保护世界文化和自然遗产委员会上,洛阳龙门石窟顺利的通过了世界文化遗产审议,这又为洛阳旅游增添了一项世界级旅游景观,提升了洛阳整体的旅游形象。另外,为了延长牡丹花期而增加牡丹之旅的持续时间,市政府又积极建立洛阳牡丹产业化示范工程。这些都为洛阳旅游业的发展提供了很好的机遇。

第三,小浪底水利枢纽工程竣工,以及夏商周断代工程为洛阳旅游资源的开发提供了新的契机。小浪底水利枢纽工程可形成集黄河文化根在河洛、黄河壮丽自然生态以及雄伟的大型水工建筑景型为一体的黄河大观,大大提升洛阳在黄河之旅中的地位和作用,最终形成“看长江看三峡、看黄河看小浪底”的态势。夏商周断代工程又可以进一步提高洛阳历史文化旅游的地位,增加新的旅游景点。

第四,洛阳重工业城市的背景,为洛阳开发专项工业旅游项目提供了条件。洛阳是全国有名的重工业城市,拥有中国一拖集团有限公司、洛阳轴承(集团)公司、洛阳铜加工厂、洛阳浮法玻璃集团公司等一批在国际国内具有较强竞争能力的大型企业或企业集团,这样就为洛阳发展专项工业旅游提供了条件。

## (四)洛阳旅游业的威胁

第一,周边相近的旅游资源类型,分流了部分洛阳旅游客源。洛阳与古城西安相距400多公里,两个城市都是历史文化名城,但是西安的历史比洛阳要长远,人们曾这样形容西安“三千年历史逛西安”,而且,西安历史遗迹的保存要比洛阳的完整,内容数量也比洛阳要丰富。这就对洛阳地客源产生了一定的分流作用,形成了一定的竞争关系。同时,在河南省内开封和南阳也同为中国的七大古都,近似的旅游资源类型也会分流一部分近距离省内客源。

## 三、从市场营销角度探讨洛阳旅游业的发展

### (一)明确城市定位,搞好促销宣传

简·玛尔思曾经指出,一个旅游目的地要想进行成功营销,需要有一个好的旅游目的地定位,把旅游目的地最突出的形象突出出来。洛阳素以“九朝古都”和“牡丹之乡”闻名于世,但是官方却一直没有给洛阳一个明确的城市定位和旅游形象口号,以至于影响了洛阳的城市宣传促销工作和旅游工作。在这方

面,国内的很多城市都做得很好,值得洛阳借鉴。像大连根据自身城市的特点把自己定位为“浪漫之都”,并根据这一城市形象开发了多条旅游线路。杭州由于在历史上发生过很多经典的爱情故事,并遗留下来了一些爱情故事的遗迹,欲把自己定位为“爱情之都”,并开发了有关爱情主体的旅游线路、旅游节庆和旅游工艺品。尽管洛阳旅游业的发展起步很早,也有鲜明的城市形象,但是一直以来没有规范性的城市口号,也没有完整的城市促销和旅游促销活动,在外部城市旅游形象的塑造上落后于一些新兴城市。随着洛阳思想观念的转变和大旅游观的树立,笔者认为首先要做的工作就是树立明确的城市旅游形象,确定城市旅游形象的促销口号,树立“酒香也怕巷子深”的营销观念。当然,在城市定位和宣传方面,我们也可以借鉴香港和新加坡的一些做法。根据市场的变化和城市发展的需要适当的调整促销口号和城市形象定位,但是无论怎样调整,所要注意的关键性因素应该是突出特色;只有历史的,才是永恒的;只有特色的,才是难忘的。”所以,洛阳应该根据自身的城市特色把“特色和历史”这两点兼融起来。因为只强调历史的比不上北京和西安,只突出特色,做不到永久的吸引力。

#### (二)开发工业旅游项目,寻找新的旅游客源市场

旅游市场和游客的需求是不断变化的,旅游产品也是具有一定的生命周期。那么在旅游发展时,就要做到尽量保持老产品生命力的同时,不断根据客源市场的变化开发新的旅游产品。洛阳由于旅游业起步较早,已经形成了一批成熟的旅游项目。现在就应该根据洛阳的特点开发一些新的旅游项目,尤其是一些专项旅游活动。洛阳工业布局相对紧密,国有大中型企业呈东西线状分布,与铁路紧密相连。从东到西依次有洛阳浮法玻璃集团公司、洛阳白马集团公司、洛阳铜加工厂、洛阳轴承(集团)公司、中国一拖集团有限公司、洛阳矿山机械厂等一大批国有大中型企业,而且各个企业都有自己的货运铁路线与陇海线相连。那么就可以把这几个国有企业的铁路线相联接,组成一条工业旅游线。在这条工业旅游线上旅游者可以参观一系列产品的加工制作工艺和相关行业的发展情况。例如,参观洛阳玻璃浮法集团公司,旅游者可以了解到玻璃的生产工艺,知道在这里诞生了第一个中国玻璃的浮法工艺。这样,旅游者参观完这条工业旅游线,就可以知道多项工业产品的加工制作过程,丰富自己的知识领域。应该说如果这个工业旅游项目开发

好了,洛阳就会又增加一个特色旅游项目。

#### (三)加大景区之间、城市之间的联合旅游营销

旅游目的地要想进行成功营销必须保证旅游企业之间、企业与政府之间要有良好的合作关系和机制,形成“联动”。企业之间、企业与政府之间有效合作的表现形式就是联合促销行为。洛阳旅游业需要对外进行有效的促销,走整合营销市场运作的道路。可以把各种类型的旅游景点捆绑起来进行整体促销,例如,在宣传洛阳悠久的历史文化的时候,可以把龙门石窟、关林、白马寺、洛阳古墓博物馆以及千唐志斋和玄奘故里统一起来进行联合促销;在宣传洛阳美丽的自然风景时,可以把小浪底、白云山、重渡沟、鸡冠洞联合进行促销。这种整合的旅游促销行为可以节约促销成本,达到规模效益。

#### (四)对旅游客源市场进行细分,针对不同客源开发与之相应的旅游线路

洛阳可以根据自身的旅游资源特点和不同的市场细分,开发不同的旅游项目和旅游线路。针对洛阳以及周边地客源市场,着重开发节假日观光游览和休闲度假游,针对国外游客着重开发、宣传古都洛阳悠久的历史 and 牡丹文化,组织以龙门石窟、关林、白马寺为主要参观景点的古都历史遗迹游。另外,还可以根据旅游者的旅游偏好不同,分别设计古都历史游、小浪底黄河游、牡丹文化游、寻根问祖游、民俗风情游、宗教文化游、自然生态游等旅游热线。并根据不同的情况采取网络营销、电视媒介或者是实地促销等不同的促销手段。

#### 【参考文献】

- [1] 洛阳市“十五”旅游产业发展规划,摘自www.ly-oyang.gov.cn.com
- [2] 洛阳市统计局关于2001年国民经济稳定增长社会事业持续发展统计公报,摘自www.lyqx.lytth.cn.
- [3] 维克多·密德尔敦.《旅游营销学》[M].北京:中国旅游出版社,2001.
- [4] 旅游聚焦[N].光明日报,2000-12-1.
- [5] 崔凤军.《中国传统旅游目的创新与发展》[M].北京:中国旅游出版社,2002.

(上接第127页)难以区别其与一般董事的地位;此外,由于监事会的存在,独立董事与其权限不清,也难以发挥有效的作用。新《公司法》第123条规定上市公司设立独立董事,但具体办法由国务院规定。此规定确立了上市公司独立董事地位的法律依据,不过,并没有就该制度加以具体规定。未来有关独立董事制度的立法需要考虑的重点主要包括如何完善独立董事制度的具体内容(包括独立董事的任免及聘任程序、权利义务以及责任等)、如何处理独立董事制度与监事会制度之间的关系以及如何完善公司法人治理结构的内部机制(独立董事与股东会、董事会等之间的相互关系)等问题。

总之,相比旧《公司法》,新《公司法》结合我国的实际情况,对公司法人治理结构制度进行了许多修改和完善,可以肯定,

新的修改必将对中国的公司治理产生很大的影响,将中国的公司治理引入更为有序的轨道。

#### 【参考文献】

- [1] 陈冬.新《公司法》解读:以修改重点为主线[J].河南财政税务高等专科学校学报,2006(04).
- [2] 论新《公司法》与保护中小股东权益[J].当代财经,2006(08).
- [3] 析新《公司法》对上市公司内部人控制监管的加强[J].河南工业大学学报(社会科学版),2006(06).
- [4] 新《公司法》中破解“公司僵局”制度安排的探讨[J].武汉理工大学学报(社会科学版),2006(06).