

昆明植物园科普旅游开发SWOT分析及对策

李朝仙¹, 孙先凤², 杜靖川³

(1.云南农业大学 人事处,昆明 650201; 2.昆明植物园科普办,昆明 650201;

3.云南大学 工商管理及旅游管理学院,昆明 650091)

摘要 科普旅游能够满足人们在闲暇游憩之余获取知识的欲望。昆明植物园是国内最早建立和规模最大的植物园之一,对昆明植物园科普旅游开发进行SWOT分析,其优势大于劣势,机会胜于威胁,劣势可变成成分多,威胁可以在开发中通过提升吸引力,加强管理,得以防范和制约。采用“一节一叶”精品开发战略,开发参与性类和体验类的科普旅游产品,在开发中加强管理和游客的生态环境教育,从而减少威胁,能够实现昆明植物园旅游可持续发展。

关键词 昆明植物园 科普旅游 SWOT分析

中图分类号 F59 **文献标志码** A **文章编号** :1673-291X(2010)09-0129-02

科普旅游是以旅游活动为载体,以传播普及科学文化知识为主要目的的旅游形式,它通过在游览过程中普及科学知识,寓教于乐、寓学于游,是集娱乐性、参与性、知识性、教育性于一身的旅游活动^[1]。昆明植物园建于1938年,是国内最早建立和规模最大的植物园之一,以引种云南名贵花卉、云南中草药、国内外重要经济林木和珍稀濒危植物为主,是一所以资源植物的引种驯化和植物种质资源的迁地保护为主要研究方向的活植物收集园,现已引种收集植物4000多种。昆明植物园依托具有较强科学研究能力和丰富科学研究产品的植物研究所为旅游开发平台,通过近几年的开发已初步成为既能为昆明市民提供科学教育功能,又能体验休闲娱乐的场所。先后被国家、省、市等有关部门命名为“科技活动示范基地”、“科技教育基地”、“科普教育基地”^[2],因此,利用昆明植物园开发以科学知识及科学精神传播为主要体验内容的科普旅游具有良好的市场前景。

一、昆明植物园旅游市场发展过程分析

昆明植物园建于1938年,早期主要以植物的迁地保护为目标,直到1996年才对公众开放。随着城郊休闲旅游的兴起和发展,昆明植物园在昆明市休闲旅游市场越来越具有吸引力,游客不断增加,12年来共接待各类游客200多万人,2007年游客量比1997年增长了近7倍。根据巴特勒旅游地生命周期理论,昆明植物园旅游正处于快速发展时期,旅游吸引力逐渐增强,已初步形成广泛的客源基础。昆明植物园旅游要在保持良好的发展态势的同时,正视旅游产品单一,服务设施欠缺,游客抱怨增多等问题,进行以植物科学内涵特色为基础的科普旅游开发,稳定和扩展客源市场,延长其

发展期^[3]。

二、昆明植物园科普旅游开发的SWOT分析

(一)优势

1. 区位优势及交通优势。昆明植物园位于昆明市北郊茨坝镇,与黑龙潭公园、野生动物园、金殿森林公园共同构成了昆明北市区环城游憩公园带。昆明植物园距市区只有12公里,龙泉路、银河大道已将其与市区很好连接。有79路、9路、115路公交车到达。附近的都市枫林小区、立欣洲花园别墅、昆明市经济适用房等房地产的开发,改善了周边基础设施环境和交通条件,将其与市区很好地结合在一起,成为城市建设的不可分割的一部分,同时也成为市区居民逃避喧嚣、周末休闲观光、放松身心的最佳场所。

2. 资源优势。昆明植物园作为中科院昆明植物研究所的研究基地,主要以资源植物的引种驯化和种质资源的迁地保护为研究方向。昆明植物研究所经过近七十年的建设和发展,在植物学研究领域具有较高知名度,获得多项植物学方面的科研成果,形成了自身特色。园内现有濒危物种、国家级保护植物350多种。另外,昆明植物研究所拥有一批从早期到现在的植物学科学家,如蔡希陶、吴征镒、周俊等,他们严谨、执著的科学精神也成为开发科普旅游的重要资源之一。昆明植物园所具有的在植物学知识和研究方面的独有优势,是其独有资源,在一定区域范围内具有不可替代性。

3. 客源市场优势。随着中国科学技术的发展,科学技术的普及越来越重要,国家和个人都逐步意识到具备一定的科学素养是工作生活必不可少的素质。科普观念从原来只认为文化素质低下者才进行科学知识普及教育转变为全民都需要

收稿日期 2010-01-08

作者简介 李朝仙(1974-),女,云南华坪人,经济师,硕士研究生,从事旅游消费和人力资源管理研究;孙先凤(1965-),女,河南信阳人,工程师,从事科普教育及管理研究;杜靖川(1964-),男,云南曲靖人,教授,硕士研究生,从事旅游经济管理研究。

进行科学知识普及教育,受众对象由少部分变为全民。因此科普旅游客源市场广泛,只要开发适合不同年龄层次的科普旅游产品,市场前景无限。昆明植物园作为各级科普教育基地,进行科普旅游的开发具备广泛的客源群体。

4.植物学专业人力资源优势。昆明植物园拥有140多名具有丰富植物学知识的中高级科学研究人员,对植物园科普旅游项目的开展,可以研以致用,能较好地引导游客进入到植物学知识世界。另外,昆明植物园长期以来一直为昆明市多家高校学生提供实习场所,这些学生既具备一定的生物学知识,又容易接受新的思想,在昆明植物园科普旅游项目开展中,可以作为兼职人员,为昆明植物园旅游开发节约资金。

(二)劣势

1.管理体制差异。昆明植物园旅游经过十多年的建设和发展,具有很多一般综合性公园所不能比拟的特色优势和资源,但由于是研究性基地,不纳入城市公园的管理和规划,沿用的是科研机构的管理体制和办法,不参与旅游市场接轨,因此在资金支持、对公众开放的程度等方面存在一定的限制。

2.旅游产品结构单一。昆明植物园主要靠春天的茶花节,秋天的枫香大道及一些大型的科普宣传活动吸引游客,受季节性影响非常大。通过笔者调查,大部分市民将昆明植物园旅游形象定位在一般休闲公园,没有完全发挥出科普教育基地的作用。要改变这种观念,需作长期不懈的努力。另外,昆明植物园目前没有专业的导游解说系统,影响了人们对植物科普知识的关注和兴趣。

3.旅游形象宣传、旅游产品促销力度不够。昆明植物园在旅游形象宣传、旅游产品促销方面,形式比较简单,不能引起市民的关注,达不到应有的宣传效果。在服务设施方面,由于昆明植物园建园较早,它的规划设计主要从植物研究的需要角度出发,没有注重植物在形态、色彩、季节上的搭配,因此,植物景观布局比较单一。在服务设施的布局、服务内容的提供上还不能满足游客的需要。

(三)机遇

1.旅游外部大环境的改善。近几年来中国经济持续稳定发展,人均GDP快速增长,人们的经济生活水平有了很大提高,用于文化生活等消费性支出比重不断增加。经济收入的增长是旅游发展的前提,随着云南省及昆明市社会经济的发展,昆明市民人均消费水平也不断提高,用于旅游的支出也不断增加。旅游外部环境的改善,促使人们的旅游需求不断扩大,为昆明植物园科普旅游的开发提供了宏观发展机遇。

2.休闲旅游业的蓬勃发展。21世纪以来,国内旅游消费市场发生了很大变化,旅游消费结构不断升级。以传统的观光旅游产品为主体的市场逐渐转变为以观光、度假、休闲旅游为主体的市场,特别是以良好生态环境为背景的生态休闲

旅游更受人们青睐,长距离的观光旅游的比重逐渐降低,而休闲性和参与性强的城郊休闲旅游的比重将有所增加。这是中国城市化进程的加快、人民生活水平的提高以及人们环保意识的加强引起的旅游需求变化的必然结果,为昆明植物园科普旅游开发提供了极大的客源机遇。

3.中科院系统的内部改革。中科院系统的机构不断改革,在植物园管理体制、人力资源管理方面有了一些新的突破。如把植物园科普传播活动开展状况作为植物园发展的考核评价内容。另外,国际和国内其他植物园旅游的发展也促进了昆明植物园不得不随形应变,重新为植物园的功能进行定位。昆明植物园建设资金方面存在的压力变为发展的动力,使相关管理部门更加重视昆明植物园旅游的发展和创新。

(四)威胁

1.客源市场竞争的威胁。随着政府对构建和谐社会、构建生态文明的重视,更多地关注人民生活水平和质量的提高,近年在昆明周边地区建了很多休闲性综合公园,如北市区月牙塘公园、云南省野生动物园等,不但吸引了以休闲为主的游客,还吸引了以青少年为主的科普旅游市场游客。北郊的金殿森林公园、黑龙潭公园在历史古迹及知名度方面的影响,也对昆明植物园的客源市场形成了威胁和挑战。

2.旅游需求日益多样,品位不断上升。随着人们旅游需求日益多样化,个性化,更希望参与体验性强、内容丰富的旅游活动。由于植物只具备静态吸引的特点,植物园要想在静态的植物上做出动态的特色,需要更多、更新的开发管理理念,更多的资金投入。因此,给昆明植物园的旅游开发带来了更多的挑战和难度。

3.旅游开发可能带来对植物生长环境的破坏。昆明植物园拥有一些濒临灭绝的珍稀植物,在旅游开发中,如果开发不当或管理不善,有可能会让一些植物的生长环境遭到破坏,导致植物物种灭绝。

三、结语

综合以上分析,昆明植物园科普旅游开发优势大于劣势,机会胜于威胁,劣势可变成成分多,威胁可以在开发中通过提升吸引力,加强管理,得以防范和制约。根据SWOT分析结果,结合昆明植物园旅游发展趋势,宜采用优势+机遇战略,抓住昆明植物园科普旅游开发机遇,发挥昆明植物园科普旅游资源特色优势,采取多渠道筹措资金策略,对植物园进行统一规划和开发,采用“一节一叶”(茶花节和红叶)精品开发战略,开发参与性类和体验类的科普旅游产品,将劣势转化为优势,通过树立昆明植物园科普旅游品牌,在开发中加强管理和游客的生态环境教育,从而减少威胁,实现昆明植物园旅游可持续发展^[4]。

参考文献:

- [1] 李绍刚.浅析科普旅游开发[J].资源与环境,2006(15):195.
- [2] 昆明植物园栽培植物名录[M].昆明:云南科技出版社,2006.
- [3] 保继刚,楚义芳.旅游地理学[M].北京:高等教育出版社,1999.
- [4] 何红.基于SWOT分析法的汉中市旅游发展模式研究[J].经济研究导刊,2007(3):147-148.

[责任编辑 刘娇娇]