

Research on the Development Strategy of Inbound Tourism Market under the Background of Cultural and Tourism Integration

Yuanyu Huang

Guangxi Tourism Planning and Design Institute, Nanning, Guangxi, 530000, China

Abstract

The pace of globalization and international exchanges is accelerating today, which brings unprecedented opportunities and challenges to the world. As people increasingly pursue deep experiences and cultural exchanges, the combination of culture and tourism has gradually become the core driving force for promoting the sustained prosperity of the global tourism industry. This cultural fusion not only enriches the experience of tourists, but also enables the widespread dissemination and inheritance of destination culture. The deep integration of culture and tourism not only promotes the development of the world tourism industry, but also strengthens cultural exchanges among countries, promoting the coexistence and prosperity of diverse cultures worldwide. For the tourism industry, exploring and utilizing local cultural resources to provide distinctive cultural experiences has become an important measure to attract international tourists and promote tourism growth. This article aims to explore how to attract more international tourists, promote destination economic development and cultural dissemination through the implementation of inbound tourism facilitation strategies in the context of cultural and tourism integration.

Keywords

cultural tourism integration; inbound tourism; facilitation strategy; international tourists; destination management

文化和旅游融合背景下入境旅游市场开拓策略研究

黄媛玉

广西旅游规划设计院, 中国·广西南宁 530000

摘要

当今全球化和国际交流的步伐日益加快, 这为世界带来了前所未有的机遇和挑战。随着人们越来越追求深度体验和文化交流, 文化和旅游的结合已经逐渐成为促进全球旅游业持续繁荣的核心动力。这种文化的交融不仅丰富了游客的体验, 也使得目的地的文化得以广泛传播和传承。文化与旅游的深度融合不仅推动了世界旅游业的发展, 还加强了各国文化的交流, 促进了全球多元文化的共存共荣。对于旅游业来说, 挖掘并利用本土文化资源, 提供富有特色的文化体验, 已成为吸引国际游客、促进旅游业增长的重要举措。论文旨在探讨在文化与旅游融合的背景下, 如何通过实施入境旅游便利化策略来吸引更多的国际游客, 促进目的地的经济发展和文化传播。

关键词

文化旅游融合; 入境旅游; 便利化策略; 国际游客; 目的地管理

1 引言

文化是旅游业的核心, 它赋予了旅游以深厚的意义和价值。在当今这个追求多样化和定制化的时代, 旅游者对于体验不同文化风貌的渴望日益增长。将文化遗产与旅游产品相结合, 不仅可以提升旅游体验的丰富度和深度, 而且有助于提高旅游目的地的市场竞争力。为了吸引国际游客并为他们提供便利, 实施有效的入境旅游便利化举措至关重要。

入境旅游便利化策略涉及多个方面的优化与创新。首

先, 简化签证程序和入境手续是关键步骤, 可以显著降低游客的旅行门槛。例如, 引入电子签证系统、免签或落地签政策, 能够大大缩短游客的等待时间并提升其入境体验。其次, 加强交通基础设施建设, 如改善机场连接、增设直飞航线以及提供多语种的导航服务, 这些都能为国际游客提供便捷的出行体验。再者, 加大对目的地文化元素的宣传力度也不容忽视。通过多渠道营销, 包括社交媒体、旅游展会和合作推广等, 可以有效传播旅游目的地的文化魅力^[1]。此外, 提供多语言服务和文化敏感性培训对于从业人员来说同样重要。这样不仅能够帮助国际游客更好地了解当地文化, 还能让他们感受到热情好客和个性化的服务。最后, 发展特色旅游产品, 如文化体验工作坊、历史遗迹导览以及生态旅游等, 可

【作者简介】黄媛玉(1992-), 女, 中国广西南宁人, 硕士, 工程师, 从事文化和旅游研究。

以满足游客对独特体验的追求。通过实施综合的入境旅游便利化措施,不仅可以增强目的地的文化吸引力,还能够在国际旅游市场上占据有利的竞争地位。这要求政府、旅游企业和其他相关机构协同努力,共同打造一个对国际游客友好的旅游环境。通过这些措施,旅游目的地能够成为文化交流的平台,促进不同文化之间的相互理解和尊重,进而推动全球旅游产业的持续发展。

2 文化与旅游融合的意义

文化与旅游结合对于增强目的地的魅力起着至关重要的作用。这种融合不仅有助于保存和传承当地文化遗产,而且对促进区域经济增长和实现社会持续进步有着积极的影响。通过对文化的保护和创新性利用,可以打造具有地域特色的旅游产品和优质服务,以满足旅游者的需求。在旅游业的发展中,注重文化的融入是提升竞争力的关键手段。文化元素的引入能够丰富游客的体验,提供教育和娱乐的双重价值。例如,通过恢复历史建筑、举办文化节日和传统艺术表演,不仅可以让游客深入了解当地的历史和文化背景,同时也为居民提供了参与和自豪感。这种参与感强化了社区对文化保护的支持,并促进文化交流。此外,文化旅游的发展需要依托于专业的管理和营销策略。有效的市场推广可以提高目的地的知名度,吸引更多的国内外游客。同时,可持续的旅游规划确保了文化资源得到合理利用,避免过度开发带来的负面影响^[2]。

文化与旅游深度融合对于提升一个地区的吸引力和竞争力至关重要。通过精心的规划和管理,我们可以确保文化的独特性和鲜活性得以保留,同时为游客提供丰富多彩的旅游体验,并为当地社区带来经济和社会的持续发展。

3 入境旅游便利化的要素

为了提升入境旅游的吸引力和游客的整体满意度,各国政府及旅游从业者正在采取一系列措施简化入境旅游流程,集中体现在以下几个方面。一是签证政策是影响旅游便利化的重要因素。通过实施更加灵活的电子签证系统、互免签证协议、缩短办签时间、简化办签手续、降低办签门槛、延长签证有效期等,都可以提高该国作为旅游目的地的吸引力。二是航空连接的增强至关重要。扩展航线网络、加密直飞班次,以及提供更具竞争力的航班价格,都有助于缩短游客的旅行时间并降低出行成本。三是交通基础设施的投资与改善也是促进旅游便利化的一环。这包括道路、铁路、港口和机场等设施的现代化升级,以便于游客更快捷、更安全地到达他们想要访问的目的地^[3]。四是服务设施的优化,如多语种标识、旅游咨询中心和在线服务平台,能够为游客提供即时帮助和信息支持,从而增强他们的旅游体验。五是安全保障同样不可忽视。确保旅游目的地的安全,提供紧急医疗服务,以及强化对旅游区的法律保护,都能让游客感到安心,从而鼓励更多的人前来探访。六是营销推广的创新策略能够有效

地将一个国家或地区的旅游亮点传达给潜在游客。通过社交媒体、数字广告和公共关系活动,扩大宣传覆盖面,吸引不同市场的游客群体。

4 提升入境旅游便利化水平的举措

4.1 优化签证政策

签证是跨国旅游的关键要素,它允许国际旅客进入他们选择的目的地国家。为了吸引更多的游客,一些国家采取了一系列措施来简化签证申请过程,这些措施包括延长签证的有效期、提供多次入境的签证选项以及引入电子签证系统。通过延长签证的有效期,游客可以享受更长时间的逗留和探索目的地的机会,从而增加了他们的旅行体验价值。此外,提供多次入境的签证使游客能够在有效期内多次往返于自己的国家和目的国之间,这对于商务旅行者和频繁访问特定国家的人尤为重要。这种签证类型为常旅客带来了便利,使他们无需每次旅行都经历繁琐的签证申请程序^[4]。签证政策的创新措施对旅游相关产业和国家经济有着积极的影响。

4.2 构建内场外达的交通网络

为了吸引更多的国际游客,促进旅游业的发展,良好的航空连接和高效的地面交通网络是吸引国际游客的关键,一个地区必须确保其具有高质量的航空连接。这包括增加直飞航线,提高航班频次,以及与其他国际枢纽进行合作,提升目的地的可达性,这可以使游客更容易到达他们想要去的地方。此外,目的地交通网络的改善也必不可少,包括公交,铁路,出租车等服务,这些服务的质量直接影响到游客在到达目的地后能否方便地出行。如果目的地交通网络发达,游客就能轻松地机场到达他们的目的地,这将极大地提高他们的旅行体验。

4.3 打造高品质的旅游服务设施

为了迎合来自世界各地的游客,旅游目的地必须提供全面的多语言服务。这包括创建多种语言的服务指南、安装双语或多语种的指示牌,并确保客户服务人员能够用世界主要语言进行沟通。此外,升级公共设施,设立外币兑换点,加强银行卡和移动支付受理环境建设,为境内外人员提供便捷安全的支付服务。在机场、高铁站、核心文化旅游景区建设国际旅游服务站点,在重要旅游活动场所区增加充电桩、旅游厕所、便民饮水点等公共服务设施,完善租车自驾异地还车服务,健全城市导览系统,完善无线网络连接,提升智慧化管理水平,对于增强游客的整体体验至关重要^[5]。

在提升游客满意度的过程中,对基础设施的投入不应被忽视。清洁和设备齐全的公共卫生间不仅满足基本的生理需求,还反映了目的地对旅客舒适和卫生的重视。同时,有效的医疗急救服务能够为游客带来安全感,特别是在远离他们常驻地的异乡。此外,稳定且覆盖广泛的无线网络连接使游客能够保持在线,这对于今日高度依赖信息技术的旅行者来说是一项基本需求。旅游目的地不仅能够提供更加愉悦和

便捷的体验，还能在全球旅游业竞争中占据优势，吸引更多的国际游客前来访问。

4.4 构建现代化市场治理体系

旅游安全是游客在挑选度假目的地时最为重要的考量之一。为了吸引游客，推动旅游经济的繁荣与发展，旅游目的地管理部门必须采取一系列有效措施以保障旅客的安全。

一是强化公共安全管理体系是基础。这包括确保交通规则得到遵守，旅游景点和住宿场所的安全性得到加强，以及预防任何可能对游客构成威胁的犯罪行为。

二是提高应急响应能力也是至关重要的一环。这涉及建立快速反应机制，如在遇到自然灾害或紧急医疗事件时，能够迅速动员资源进行救援。此外，培训专业的应急救援人员，并为他们提供必要的设备，也是提升应急响应能力的关键步骤。

三是食品卫生问题也不容忽视。旅游目的地应确保餐饮服务符合健康标准，防止食物中毒等事件发生，从而维护游客的健康安全。

四是强化市场治理，坚定打击旅游市场上低价团、诱导强制购物、高回扣等市场乱象。

五是完善旅游行业市场治理顶层设计。推进旅游行业的制度设计和法规规定同国际接轨，借鉴美国、欧洲、日本等发达旅游市场的经验，完善无理由退货、离境退税“即买即退”等便利化政策。

4.5 丰富文旅产品供给

深入挖掘城市文化内涵、历史名人、民族英雄、时代楷模的故事并塑造成文化旅游IP，打造旅游演艺产品。围绕美食、歌舞、服饰、节庆、民俗等，精心设计体现地域特色、民族融合文化内涵的系列文创产品。发展数字文旅、邮轮游艇、剧本娱乐等新业态，打造富有吸引力的夜游体系和沉浸式新体验旅游产品。深入挖掘餐饮文化内涵，对标国内外顶级餐饮标准，打造具有国际化表征的餐饮文化品牌、具有烟火气的老字号名店和美食街区。

4.6 构建立体化营销网络

在当今旅游业的竞争激烈环境中，创新的营销战略成为吸引游客的关键。故事化和体验化的营销方式，结合最新的科技工具如虚拟现实（VR）和增强现实（AR），为潜在旅客提供互动且沉浸式的游览体验。这些技术能够生动地再

现目的地的历史、文化以及风土人情，让游客在未出发前就能一窥目的地的独有魅力，从而激发他们的兴趣并促使做出旅游决定。与此同时，与全球性的旅游平台合作，扩展推广范围。将传统与现代相结合，运用故事化和体验化的营销手段，配合前沿科技的应用，并通过国际旅游平台的合作进行广泛传播，是提升目的地竞争力、吸引全球游客的有效策略。通过这些平台的广泛网络及社交媒体渠道，我们可以有效地传播目的地的故事和体验。利用精准的目标群体分析和个性化营销策略，提升目的地的知名度，同时增加其对不同市场客源的吸引力。打造面向世界的系列主题节庆、精品赛事、会议会展，加强与国际友好城市、国际机构、民间友好组织的双向文化旅游交流，借力文旅部海外中国文化中心、驻外旅游办事处和境外旅游营销中心，开展常态化文旅交流与合作，构建多维度的营销网络，增强营销信息的渗透力，提升目的地品牌的国际化形象。

5 结论与建议

文化与旅游深度融合发展，为全球旅游市场注入了活力，开辟了新的发展前景。为了吸引国际游客并为他们提供优质服务，各旅游目的地国家和地区正采取多项便利化措施。这包括简化签证流程，提高跨境交通的便捷性，改善基础设施和服务质量，确保旅游环境的安全及卫生标准，以及通过文化特色的有效营销和推广活动来增强吸引力。展望未来，旅游目的地需要持续创新，探索更多便利化策略，提供更多精细化、定制化服务，打造更多复合型旅游产品，以适应不断变化的国际旅游趋势。

参考文献

- [1] 陈紫宜.全域旅游背景下政府职能转变研究[D].苏州:苏州大学,2022.
- [2] 丰晓旭,夏杰长.中国全域旅游发展水平评价及其空间特征[J].经济地理,2018(4).
- [3] 张艾艾.文成县全域旅游发展中的政府职能研究[D].福州:福建农林大学,2023.
- [4] 文荣.内蒙古呼伦贝尔市全域旅游发展中的政府职能研究[D].呼和浩特:内蒙古师范大学,2022.
- [5] 王霏轶.“全域旅游”背景下旅游公共服务发展研究[D].上海:上海财经大学,2023.