**山西临汾蒲县旅游产业调研与线路设计**

受山西省至诚万邦科技有限公司委托，2023年11月2日——2023年11月3日，**山西财经大学文化旅游与新闻艺术学院宋鹏飞副教授、周成副教授**组队对临汾市蒲县文旅资源、文旅产业进行了详细调研，全程紧张有序，收获满满，一个独具特色的蒲县旅游目的地业已初具规模。

我们走访了黎掌村、化乐村、西戎故居、段云书艺馆、昕水河湿地公园、蒲园生态文化园、烈士陵园、薛关生态园、蒲香韵优品超市、4A级旅游景区东岳庙等旅游景区、景点。

经过田野调研、深度访谈、会议座谈等方式，专家组基于山西省委省政府关于推动山西省全方位高质量发展、培育乡村e镇、打造“夏养山西、康养山西”旅游品牌的精神，结合蒲县旅游资源、产业优势和现状，重点分析了蒲县文旅产业发展优势、问题和未来路径。此外，针对项目诉求，设计蒲县两条特色文化旅游线路。

1. **蒲县旅游资源、产业优势和现状**

黑龙关镇黎掌村和化乐晋商古驿旅游景区是典型的乡村特色旅游打卡地，乡风文明，乡村容整洁。干部积极有为带领村民致富奔小康。村里有集中供暖系统（使用秸秆等生物质燃料）。村里农业丰产丰收，有牛羊养殖，化乐村还有火麻油农产品加工等。村里主要常住人口是老年人，缺乏青壮年、小孩，大多数都出去打工或上学去了，未来如何壮大乡村人口，乡村产业是个问题。

西戎故居整个陈展独具特色，反映了西戎一生革命情怀下，心系文学事业，笔耕不辍，彰显其“人民作家”的本色，是一个典型的旅游研学型产品，也是蒲县旅游目的地特色产品之一。

峡村峡谷景区正在扩容准备建一个大型蓄水工程，是一个兼具发展旅游漂流项目和生态保护利用的地方战略工程。建好后将更多惠及周边各方，惠及蒲县旅游开发，将构成其旅游目的地系统中重要节点产品。

段永书艺馆建于1993年4月，建筑面积2039m2。馆内长出以段云书法、绘画、中医等为主要内容的展品，整个陈展文墨袭人，于人耳目一新感觉。目前建筑是一座庄重古朴、宏丽典雅的庭院式仿古建筑，正在扩建是段云故居未来将更加丰富旅游产品，展出将更加恢弘气势。此外，书艺馆也是爱国主义教育基地和临汾市党史教育基地。

昕水河湿地旅游景区是一个充满科学和艺术的结合体，湿地四面环山，风水宝地。人工湿地建设采用“垂直潜流+水平潜流”相结合的复合工艺，依靠纯物理的净化方式，有效改善了昕水河水质，是一项惠民工程。项目于2017年9月17日开工建设，2018年6月30日完工。近1400万元的投资、短短10个月的工期，实现了蒲县水生态环境的一大改善。目前人工湿地的特色是MBBR (Moving Bed Biofilm Reactor，移动床生物膜反应器)生物系统，在旅游开发方面具有典型的研学旅游功能，通过科学展示，展示科学技术和劳动人民的智慧，特别是巧妙利用了地形的优势，更多地展示了蒲县人民的智慧。

蒲县智慧农业示范基地，其示范园于2009年开始建设，2012年投入使用，占地100亩。示范园建设有中国农业科学院果树研究所蒲县试验站，始终坚持科技助力农业产业发展，不断为蒲县域内或域外的马铃薯、果树、中药材、蔬菜、烟叶、食用菌、花卉等农业特色产业发展提供服务，助力乡村振兴。

蒲县奥林匹克体育中心。建有蒲县健康主题公园，羽毛球场、儿童游乐、健身步道、网球场、健身步道、篮球场等。设施新，利用率高，是蒲县人民的好去处。

东岳庙位于蒲县城东二公里的柏山之巅。这里环山十多里皆为松柏丛林，鸟语柏香，峰峦耸翠，景色宜人。东岳庙是东岳大帝黄飞虎的行宫，创建年代不详，但推算有800余年历史。全庙占地面积九千余平米，共有殿、堂、楼、阁280余间，以行宫大殿为中心，整体是一座规模宏伟，气势雄伟的宫廷式建筑。里面“地狱”也是突出的打卡点，其独具特色，里面塑像惟妙惟肖，故事和文化融于一体，庞大完整的“地狱”造型，是我国现存寺庙中稀有的一组明代泥塑佳作，受到国内外专家及游客的赞赏。

此外，我们调研了蒲县烈士陵园、薛关生态园、蒲香韵优品超市，以及在建的东岳文化康养小镇等，各个景点均独具地方文化特色，特别是经过县委、县政府的精心打造，相信未来大有可为，明天更美好。

**二、优势条件与现存问题**

**（1）文旅资源多样，但点散面大、单个体量较小**

 蒲县钟林毓秀、人杰地灵，境内不仅拥有昕水河、翠屏山、五鹿山等山水风光，还有东岳庙、化乐古村、烈士陵园等人文景区，此外，还涌现出西戎、段云等诸多历史人物，为蒲县文旅产业发展奠定了扎实的资源基础。经过调研和梳理，蒲县文旅资源类型多样，但与此同时，上述资源也存在分布分散、集中性较差、资源单体较小等不足，如东岳文化康养小镇、昕水河湿地公园、蒲园生态文化园等，现阶段体量还不够大，游客接待能力有限。

**（2）旅游产品特色，但主题不强，缺乏线路设计**

经过调研和分析，临汾蒲县文旅资源类型多元，并已形成红色革命、生态康养、农业乡村、宗教历史等多种旅游产品，如西戎故居、段云书艺馆等为代表的红色旅游产品；昕水河湿地公园、皮条沟湿地、蒲园生态文化园、东岳文化康养小镇等康养型旅游产品；黎掌村、化乐村等乡村旅游产品；东岳庙等宗教历史类产品。

与此同时，经过调研后发现，上述产品或基于体量较小、或开发较少、或客源不大等愿意，其主题并不十分突出，此外，上述各类型旅游资源和产品并未设计出合理、高效、特色鲜明的旅游游线，这一定程度上弱化了景区景点之间的联动性和互补性。

**（3）游览价值较高，但开发不足，旅游化较弱**

如上所述，蒲县拥有丰富的自然风光和人文资源，这些旅游资源具有较高的历史价值、艺术价值和游览价值等。优美的山水景观、古老的历史文化遗址以及独特的传统民俗活动，都是吸引游客前来探访和体验的价值要素。

但经过调研后发现，蒲县也存在旅游资源开发不足、文化挖掘不够深入、旅游产业化较弱等问题。具体表现有县城基础设施虽已较为完善，但休闲广场、体育场馆、市内交通等多是针对所在地居民，而针对旅游产业和外地游客的标准化酒店、旅游快速公路、旅游特色餐饮场所、旅游标识标牌等设施不足。此外，对外交通不够便捷、旅游公共服务有待提升，一定程度上会影响游客的旅游体验和满意度。

**（4）推广力度较大，但缺乏针对性旅游营销体系**

当前，蒲县在着力于资源型经济转型发展，对地方文旅资源开发和旅游市场推广尤为重视，如通过传统媒体和渠道进行文旅宣传、探索微信、微博、抖音等新媒体拓展旅游营销渠道等，一定程度上扩大了蒲县乡村、康养、文化等旅游产品形象，提高了蒲县旅游的知名度和美誉度。

与此同时，我们也应该看到，当前蒲县文旅虽然推广力度较大，但缺乏针对性旅游营销体系。缺乏明确的目标市场和旅游客群，以及合理有效的旅游节目设计和行销流程，导致蒲县旅游市场开发不够细化和精准化，无法充分发掘旅游资源的价值并提高旅游产业的经济效益。总体来看，当前蒲县的旅游市场营销策略仍较为简单和粗暴，即通过大力宣传推广和广告投放来吸引游客，一定程度上忽略了精细化市场划分和目标客户调研。

**三、未来文旅产业发展路径**

**（1）重新定位文旅特色，编制文旅产业规划**

文旅产业是具有重大潜力的产业类型，在发展旅游行业的同时更要从文化层面展开，并把文旅特色作为蒲县发展旅游的一张不可或缺的名片。蒲县应重新审视本地的文化特色，重新确定其特色定位，把本地历史文化、宗教文化、红色文化等，作为吸引游客的有力支撑，打造具有独特艺术魅力的文化旅游产品和项目，增强游客的游览体验，带动本地文创产业发展等。

编制文旅产业规划是实现蒲县文旅产业可持续发展的重要手段。当前，蒲县在文旅产业融合规划、全域旅游发展规划、乡村旅游发展规划等较缺乏，未来应着力编制上述规划，让蒲县旅游产业发展有据可依、有图可绘。此外，在规划编制中应该明确蒲县文化旅游资源的特征、开发与保护的优先级次序以及相关政策、标准、指南等内容，并提出产业发展的具体实施方案，实现蒲县旅游产业和文化产业的良性互动和融合，为旅游市场的发展提供战略指导。

**（2）深度梳理旅游资源，形成旅游主题线路**

梳理和挖掘蒲县旅游资源，进行分类、整合和打包，包括历史文化遗产、自然风光、民俗风情等类型旅游资源，发掘其与主题相关的特色景点和特色活动，进而形成特色丰富、情景交融、线路清晰的旅游主题产品，以满足不同旅游需求的游客。此外，加强与周边地区旅游资源联动，实现资源共享和互补，形成更为完整和优质的旅游产品体系。

根据蒲县的旅游资源特点和地域优势，将相关的旅游景点、景区、景点集群等整合在一起，规划和设计具有独特主题和特色的旅游线路。线路规划不仅要考虑景点之间的地理位置和交通便利性，还要注重线路的连贯性和体验性。这些线路可以通过文化、历史、自然、农业、民俗等多种主题来定义，从而满足不同游客的兴趣和需求。

**（3）进行旅游形象定位，打响蒲县旅游品牌**

通过对蒲县丰富的旅游资源和独特的文化底蕴进行深入梳理和挖掘，可以确定蒲县旅游形象的独特定位。“心灵圣境，厚德蒲县”形象定位强调了蒲县作为一个远离城市喧嚣、追求内心宁静和平衡的地方，并体现了蒲县历史上的厚重文化底蕴和待客之风。未来应围绕上述定位，进行蒲县旅游产品打造和品牌建设。

通过打响蒲县的旅游品牌，打响蒲县各个旅游景区、景点“名头”，将旅游形象定位传播给更广大的目标受众。包括设计符合蒲县形象定位的旅游标识、口号和品牌宣传材料，以明确而生动的方式传递蒲县独特的旅游体验和核心价值观。改善蒲县旅游基础设施，提升景区和旅游相关场所的服务质量，为游客提供舒适和愉悦的旅游体验。注重网络宣传和社交媒体推广，以扩大蒲县旅游品牌的曝光度和影响力。与旅游相关的单位、媒体和意见领袖进行合作，提升蒲县旅游品牌的知名度和美誉度。

**（4）着力开发旅游产品，提升公共服务水平**

为了吸引更多游客前来蒲县旅游，需要着力开发多样化、吸引人的旅游产品。具体包括开发特色景区、丰富旅游活动和体验项目，设计个性化的旅游线路和主题旅游产品，提供丰富的旅游资源和可供选择的旅游体验。通过多样化的旅游产品，满足不同游客的需求和偏好，提升蒲县作为旅游目的地的吸引力和竞争力。

此外，公共服务是蒲县旅游业发展的重要支撑。未来，蒲县旅游产业应注重提升公共服务水平，包括交通、餐饮、住宿、导游服务等方面。改善交通网络，增加交通工具的便利性和连接性；提供优质餐饮选择，满足游客的口味需求；完善住宿设施，提供舒适和安全的住宿环境；培训导游服务质量，为游客提供专业、友好和有趣的导游讲解。通过提升公共服务水平，提高游客的满意度和体验感，为蒲县旅游产业的发展打下坚实的基础。

**（5）创新旅游营销模式，打造蒲县文旅节庆**

传统的旅游营销方式已经不再足够，蒲县可以采取创新的旅游营销方式来吸引更多游客。如通过社交媒体平台、在线旅游平台等进行精准投放广告、宣传和推广；利用大数据分析，了解游客需求和行为，精确定位目标受众并提供个性化的推荐和服务；开展网络营销活动，如在线直播、网红带货等，加强与大众的互动和参与;特别提及多角度使用自媒体，使其“向上看，向外看”，即让别处的中高端消费者来蒲县旅游，而传统媒体则做好“向下看，向里看”，即让当地老百姓爱上蒲县，发自内心宣传蒲县。另外，可以与旅行社、景区等合作，推出套餐优惠、特色定制等多样化的旅游产品，增加吸引力和差异化竞争优势。

其次，可以通过打造蒲县特色文旅节庆活动，为游客提供独特的文化体验和丰富多彩的旅游内容，延长游客停留时间，增强旅游经济效应。例如，可以举办东岳庙文化节，展示蒲县独特的宗教文化和历史底蕴；举办五鹿山山地自行车赛事，吸引运动爱好者和自行车旅游者前来参与和观赛。此外，也可以挖掘和推广蒲县的传统民俗活动、特色手工艺品制作等，将其融入到旅游体验中，为游客呈现真实而丰富的蒲县文化。

**四、文旅线路设计**

根据蒲县旅游资源空间分布和产品特色，设计了如下两条旅游线路，即：

**1.康养休闲旅游线路：东岳文化康养旅游小镇——昕水河湿地公园——昕水河自驾车营地——薛关生态园——蒲园生态文化园等**

该旅游线路注重提供多种不同的旅游体验特色和内容，结合了蒲县康养、休闲、自然、文化和农业等元素。线路的发展方向是将旅游景区串点成线，将蒲县打造成集休闲、康养、生态、文化为一体的综合性旅游目的地。通过推广线路特色和提升旅游设施与服务水平，可以吸引更多游客来蒲县体验康养

**2.历史文化旅游线路：乐华古村落——西戎故居——东岳庙——烈士陵园——段云书艺馆等**

该旅游线路注重展示蒲县丰富的历史文化、人文遗产和地方特色。线路发展方向是将各个景点打造成具有历史文化体育、红色革命教育以及观光科普功能于一体的综合性文化旅游目的地。通过加强景点的保护、修缮和宣传，推动相关展览、培训和文化交流活动，提升蒲县历史文化旅游的知名度和吸引力。此外，还可以发展相关的文化衍生品和特色餐饮等，为游客提供更加丰富的旅游体验，并促进当地经济的发展。