

杨再位,黄桂珍,唐明松,等.全媒体时代“旅游+气象”系列品牌打造策略研究[J].气象研究与应用,2023,44(2):114-119.

Yang Zaiwei, Huang Guizhen, Tang Mingsong, et al. Research on Brand Building Strategy of “Tourism+Meteorology” Series in the All-media Era[J]. Journal of Meteorological Research and Application, 2023, 44(2): 114-119.

全媒体时代“旅游+气象”系列品牌打造策略研究

杨再位, 黄桂珍, 唐明松, 蒋旻豫, 杨思施

(百色市气象局, 广西 百色 533000)

摘要:以广西百色市为例,利用1991—2020年百色市气温、湿度、风速、日照等气象观测资料以及生态、旅游等资料,基于SWOT分析法,探讨“旅游+气象”系列品牌创建的优势、劣势、机遇和威胁,并提出完善旅游配套设施、深化“旅游+气象”大数据融合、加强气候旅游品牌的宣传推广等方面打造系列品牌的策略。

关键词:气候资源;“旅游+气象”;SWOT分析法;品牌策略

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

doi: 10.19849/j.cnki.CN45-1356/P.2023.2.20

引言

随着国家“双碳”目标的提出,各级政府纷纷出台了推进生态全域旅游和乡村休闲康养产业发展文件^[1-2]。各级气象部门抓住有利时机,积极主动融入地方新发展格局,大力探索如何充分挖掘利用气候资源^[3],积极推动中国天然氧吧、气候宜居城市、避暑旅游目的地、气候康养地等一系列“旅游+气象”品牌的创建工作,助力地方生态旅游产业快速发展,并逐渐成为地方政府招商引资的一块金字招牌^[4]。然而,如何策划打造和利用好这些品牌,各地仍然处在探索之中,广西百色市也不例外,百色市的气候旅游品牌创建工作仍处在起步阶段。本文以广西百色市为例,基于SWOT分析,探讨“旅游+气象”系列品牌创建的优势、劣势、机遇和威胁,并提出相关的对策建议,以期各地“旅游+气象”品牌创建提供参考和借鉴。

1 资料与方法

1.1 资料

百色市、县(区)1991—2020年气温、湿度、风速、日照等气象观测资料来自广西壮族自治区气象信息中心,A级旅游景区资料来自百色市文化广电

体育和旅游局。2022年百色各县(区)的地表水质、空气优良率、森林覆盖率等数据来源于百色市统计局发布的2022年百色市国民经济和社会发展统计公报。

1.2 研究方法

采用SWOT分析法,又称为态势分析法,SWOT分别代表 strengths(优势)、weaknesses(劣势)、opportunities(机遇)、threats(威胁),即以研究对象的内外条件为基础,对其自身所具有的优势和劣势,以及外部环境所带来的机遇和挑战进行客观的评价分析^[5-10]。

2 百色“旅游+气象”品牌创建的SWOT分析

2.1 优势

2.1.1 旅游资源优势

百色市位于广西西部,属祖国西南边陲,与越南接壤,其境内喀斯特地形地貌复杂,山青、水秀、洞幽、湖翠瀑美,旅游资源非常丰富,景观类型齐全,有红色文化、边关风情、峡谷天坑风光、民族风情和现代人文等旅游资源,是广西旅游景观类型最齐全地。根据市旅游部门提供的数据,截至2021年6月,全市共有45个A级旅游景区,其中5A级1个,4A

收稿日期: 2022-12-20

基金项目: 广西壮族自治区气象局软科学项目(2021第M03号)、百色市气象局自立重点项目(百气科2021Z01)

作者简介: 杨再位(1972—),男,高级工程师,主要从事气象服务与应用研究方向。E-mail: 563223777@qq.com

级和 3A 级各 22 个。

2.1.2 气候资源优势

通过计算和分析评估百色市各县的人居环境舒适度和旅游度假适游期两项常用评价指标^[11-13]，得出多数县的人居环境达舒适等级的时间在 7 个月以上，而适游期各县均在 8 个月以上，可申报的气候旅游品牌有中国天然氧吧、气候宜居城市、气候康养地

等，均是目前热门气候旅游品牌。

(1)百色各县人居环境舒适度分析

利用百色市各县(市、区)1991—2020 年气象资料，根据《人居环境气候舒适度评价(GBT 27963-2011)》关于人居环境舒适度等级划分表(见表 1)和评价指标计算方法^[14]，计算得出百色各县(市、区)历年各月人居环境舒适度等级(见表 2)。

表 1 人居环境舒适度等级划分表

等级	感觉程度	温湿指数	风效指数	健康人群感觉的描述
1	寒冷	< 14.0	< -400	感觉很冷，不舒服
2	冷	14.0 ~ 16.9	-400 ~ -300	偏冷，较不舒服
3	舒适	17.0 ~ 25.4	-299 ~ -100	感觉舒适
4	热	25.5 ~ 27.5	-99 ~ -10	有热感，较不舒服
5	闷热	> 27.5	> -10	闷热难受，不舒服

表 2 百色各县(市、区)历年各月人居环境舒适度等级划分表

月份	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
百色	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2
田阳	1	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2
田东	1	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2
平果	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2
德保	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
靖西	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
那坡	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1
凌云	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
乐业	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1
田林	1	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2
隆林	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1
西林	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2

由表 2 可知，除田东县舒适等级时段为 5 个月之外，百色其他县市舒适月份都在 6 个月以上，其中西林人居环境舒适度条件最好，一年中有 9 个月都属于舒适等级，靖西、凌云次之，有 8 个月的舒适期，其次为德保、那坡、乐业、隆林，有 7 个月舒适期。

(2)百色各县旅游度假适游期分析

利用百色市各县(市、区)1991—2020 年气象资料(云量从 2014 年起停止观测，仅使用 2014 年之前的观测数据进行计算)，根据《养生气候类型划分》(T/CMSA 0008—2018)有关度假气候指数计算公式和旅游气候分级标准(见表 3)，对照度假气候指数(HCI)的评分方案(见表 4)，得出各县(市、区)各月

度假指数和等级(见表 5)。

由表 5 的计算结果，对照表 3 和 4 可知，百色各地适游期都在 8 个月以上，其中乐业、隆林全年适游，那坡、德保、西林 11 个月的适游期。

2.1.3 政策优势

百色是革命老区，享有《国务院关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》《西部陆海新通道总体规划》等政策优势。2020 年国务院批复设立广西百色重点开发开放试验区，广西制定了《广西百色重点开发开放试验区建设总体规划(2021—2030 年)》，明确提出百色开发开放试验区将大力发展生态旅游健康产业，建设中国-东盟康养基地、智慧旅居康养

表 3 度假气候指数分级对照表

90 ~ 100	80 ~ 89	70 ~ 79	60 ~ 69	50 ~ 59	40 ~ 49	30 ~ 39	20 ~ 29	10 ~ 19
理想 状况	特别 适宜	很适宜	适宜	可以 接受	一般	不适宜	很适宜	特别 不适宜

表 4 度假气候指数 (HCI) 评分表

得分	有效温度/℃	日降水量/mm	云覆盖率/%	风速/km · h ⁻¹
10	23 ~ 25	0	11 ~ 20	1 ~ 9
9	20 ~ 22 26	< 3	1 ~ 10 21 ~ 30	10 ~ 19
8	27 ~ 28	3 ~ 5	0 31 ~ 40	0 20 ~ 29
7	18 ~ 19 29 ~ 30		41 ~ 50	
6	15 ~ 17 31 ~ 32		51 ~ 60	30 ~ 39
5	11 ~ 14 33 ~ 34	6 ~ 8	61 ~ 70	
4	7 ~ 10 35 ~ 36		71 ~ 80	
3	0 ~ 6		81 ~ 90	40 ~ 49
2	-5 ~ -1 37 ~ 39	9 ~ 12	> 90	
1	< -5	> 12		
0	> 39	> 25		50 ~ 70
-1				
-10				> 70

表 5 百色市各县(市、区)1991—2020 年历年各月度假气候指数

月份	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
百色	69	81	85	77	68	55	55	59	74	77	87	75
田阳	69	81	87	76	69	57	55	57	72	79	85	77
田东	69	81	89	77	70	57	57	57	72	78	87	77
平果	65	69	79	79	59	55	55	59	76	77	85	75
德保	65	71	83	85	65	65	50	61	74	84	81	75
靖西	65	67	79	83	65	54	54	56	78	82	81	71
那坡	65	71	79	87	76	56	63	67	76	82	79	73
凌云	65	73	83	78	65	49	50	52	72	84	81	77
乐业	63	69	75	78	80	60	63	65	84	80	71	67
田林	67	81	89	79	70	61	55	57	70	83	85	75
隆林	67	75	85	83	76	63	61	70	76	87	81	69
西林	67	75	85	81	76	61	59	70	74	85	81	69

社区等一大批健康养生项目,为百色气候旅游品牌创建提供了良好的政策环境。

2.1.4 交通区位优势

百色市位于广西西部,地处滇黔桂三省(区)交界,背靠大西南,面向东南亚,是中国与东盟双向开放的前沿,是直接连接云贵、越南和粤海西部陆海新通道上的咽喉城市,区位优势明显。交通运输发达,全市各县全部通高速公路,8个县通高铁铁路,机场航空通达国内10多个省会城市和重要城市,已基本形成高速公路、铁路、水运、航空、口岸相配套的互联互通网络。

2.1.5 生态优势

百色是珠江上游重要生态安全屏障之一,拥有雅长兰科植物自然保护区、岑王老山自然保护区、广西金钟山黑颈长尾雉自然保护区等三个国家级自然保护区,山清水秀生态美是百色发展的金字招牌^[15]。多年来,百色坚持打好蓝天、碧水、净土三大保卫战,实施退耕还林、石漠化治理、绿化造林等一系列重大生态工程,2022年百色森林覆盖率为73.1%,空气优良率97.8%,国家地表水考核断面水质排名全国第七^[16],生态环境良好。疫情期间,百色生态旅游实现逆势增长。

2.2 劣势

2.2.1 基础设施不完善

百色是“老少边山穷”地区,旅游基础配套设施相对落后,部分景区配套设施功能不齐全或档次低。一些景点地处偏远,交通通讯、食宿娱乐、医疗保健等关联产业设施不完善,而各种气候旅游品牌评价标准都对旅游配套设施有要求,从而使其在品牌创建中劣势明显。

2.2.2 品牌创建起步较晚

贵州省会城市贵阳2007年获得了“中国避暑之都”品牌,“爽爽贵阳”金字招牌驰名海内外;浙江丽水2014年被授予“中国气候养生之乡”,多年坚持打造生态养生旅游名城,获得巨大成功。百色虽坐拥得天独厚的立体气候资源和植被丰茂的生态环境,却迟迟未能挖掘利用,直至2020年乐业县获评“中国天然氧吧”,才拥有第一个气候旅游品牌。

2.2.3 宣传推广力度不足

乐业、德保、靖西等地先后获得气候旅游品牌,但未能深入挖掘品牌价值,宣传推广力度不足,导致品牌影响力未能充分体现。在网络搜索相关品牌字眼,仅有上述地区获得授牌新闻,未发现与之相关的

特色旅游产品推荐或品牌宣传报道。

2.3 机遇

国家发展改革委印发的《广西百色重点开发开放试验区建设实施方案》明确了百色试验区建设的八个方面重点任务,其中包括实施“提升基础设施互联互通水平,加快建设综合立体交通网络,提升口岸开放及通关便利化水平”、“大力发展旅游健康产业”、“加强生态环境保护修复,加强重点生态工程建设,全面推动绿色发展”等,均为百色气候旅游品牌创建提供了良好的机遇。

党的十八大以来,习近平总书记多次强调“绿水青山就是金山银山”。各级政府大力发展生态全域旅游和乡村休闲康养产业,生态旅游得到蓬勃发展,气候旅游品牌创建得到地方领导高度重视。

2.4 威胁

2.4.1 区域气候旅游品牌市场竞争激烈

百色旅游业虽然近几年发展很快,但与周边地区相比,竞争力仍然偏弱,比如避暑旅游竞争弱于桂林,避寒旅游竞争弱于北海,“乐业中国天然氧吧”获授牌比金秀县和大明山的要晚,品牌影响力明显偏弱。另外,百色相邻的云南、贵州两个旅游强省在气候旅游品牌打造方面具有成熟的做法,相比之下,百色气候旅游品牌市场竞争压力大。

2.4.2 形象包装不足,缺少地方特色旅游产品

目前,百色获得气候旅游品牌的有乐业县“中国天然氧吧”、德保和靖西“广西避暑旅游城市”、德保“中国气候宜居城市”,获牌数量在广西并不算少,但均未做好产品定位和形象包装,更无响亮宣传口号,且气候旅游品牌产品开发不足,缺少地方特色旅游产品,游客粘度不高,客源占有率低。

3 百色“旅游+气象”品牌创建策略

3.1 完善旅游配套设施,策划打造系列品牌

3.1.1 逐步完善旅游配套基础设施

加快交通基础设施建设,特别是4A级旅游景区的交通基础设施。加快建设和完善提升旅游城市餐饮、住宿等接待配套基础设施。加快旅游景区的通讯、电力、供水、环保等接待设施。

3.1.2 策划打造气候优势生态旅游品牌

应围绕百色市各县旅游发展规划,充分利用上级对开发开放试验区的优惠政策,全面分析和挖掘百色市的气候资源,对气候旅游品牌进行部署和定位,制定全市气候旅游品牌创建总体方案,将生态、

民族、人文、气象等多种元素进行有机融合,打造富有灵气、吸引力强的气候优势生态旅游品牌和地方特色旅游产品,满足各类游客需求^[17-21]。

此外,加强气候旅游资源实地考察,建立百色市气候旅游资源数据库,结合四季气候特征,制作百色四季旅游指引图表,打造春夏秋冬四季特色气候旅游产品,形成品牌效应。同时结合气象专业知识,深入挖掘红叶、云海、雾凇等各种气候气象景观元素,开发景观指数预报服务产品,促进旅游产业发展。

3.2 深化“旅游+气象”大数据融合

3.2.1 建立和完善生态旅游气象监测网

在游客集中区、主要观景点安装天气现象、负氧离子、能见度、紫外线、大气电场和实景等气象监测设备,建成覆盖百色市各大旅游景区的服务型生态旅游气象要素监测网,为气候旅游品牌的创建提供数据分析支撑。

3.2.2 建立和完善旅游景区气象灾害防御体系

逐步完善各大旅游景区气象灾害防御体系,建立健全以气象预警为先导的旅游安全联动联防机制。开展景区气象灾害风险评估和灾害天气预警信息发布、编制景区气象灾害应急预案和气象灾害防御手册、制作景区气象灾害风险目录和警示牌等,建立和完善景区气象灾害防御体系。

3.2.3 推进“旅游+气象”大数据融合

通过政府主导和部门联动,深化“旅游+气象”大数据融合,建立旅游和气象双方信息共享和定期会商机制,开发“旅游+气象”大数据融合信息共享平台,实现旅客流量、景区容量、实景监控和各气象要素监测等数据共享,加强旅游气象预报服务产品的制作和发布,提高旅游气象服务产品的精细化和针对性。

3.2.4 加强旅游气象服务科技创新与成果转化

以旅游气象服务需求为导向,强化科技支撑,开展旅游气象服务相关技术方法研究,加强气象科技成果转化应用,不断提升百色市气候旅游资源开发水平和旅游气象服务能力。

3.3 加强气候旅游品牌的宣传推广

3.3.1 加强营销策划,大力宣传推广气候旅游品牌

利用当地气候资源优势,对百色市各县获得的气候旅游品牌和地方特色旅游产品进行整体包装,找准并统一突出地方特色的宣传口号,充分利用气象影视节目、地方主流媒体、网络、微信、微博、抖音、快手等全媒体平台^[22],加强对百色气候旅游品牌的

宣传。还可利用各种节庆活动、公路铁路航空等交通运输站点、大型公共场所或设施,以及制作旅游摄影画册、旅游影视作品等形式,大力宣传百色旅游资源,提高景区知名度,吸引八方游客。

3.3.2 加强区域合作,打造滇黔桂“旅游金三角”

加强与周边兴义、曲靖、文山等地州市的交流合作,积极发展滇黔桂“旅游金三角”,把百色市各县旅游品牌融入其中,共同协商组织对气候旅游品牌进行宣传促销,联合打造成跨区域的旅游黄金线路,把百色建成滇黔桂喀斯特“旅游金三角”人流、物流中心。

4 结论

为进一步打造中国天然氧吧、气候宜居城市、避暑旅游目的地、气候康养地等一系列百色市“旅游+气象”品牌,助力地方生态旅游产业健康快速发展,应用 SWOT 分析法探讨“旅游+气象”系列品牌创建的优势、劣势、机遇和威胁,并从以下几个方面提出对策建议:一是要完善旅游配套基础设施,为创建生态气候旅游品牌打好基础;二是要充分挖掘生态气候旅游资源,策划打造气候优势生态旅游品牌;三是要深化“旅游+气象”大数据融合,提升气候旅游资源开发水平和旅游气象服务能力;四是要加强气候旅游品牌的宣传推广,提高品牌知名度,促进旅游产业快速发展。

参考文献:

- [1] 苏志,黎琮炜,罗红磊,等.大旅游时代广西旅游气象服务发展对策探讨[J].气象研究与应用,2019,40(1):104-107.
- [2] 石怀绶.绿水青山就是金山银山——学习、践行习近平总书记“两山”重要思想[J].今日科苑,2018,(7):85-91.
- [3] 杜聪明.抓住机遇开拓创新努力实现四川气象事业新的跨越[J].四川气象,2000(1):2-3.
- [4] 中国新闻网.中国新增天然氧吧 56 个[EB/OL].(2021-12-29)[2022-12-20].<https://www.chinanews.com.cn/cj/2021/12-29/9640138.shtml>.
- [5] 张建洁,雷倩.基于 SWOT 分析的延安红色旅游发展路径探析[J].辽宁农业科学,2021(6):30-33.
- [6] 张娟,高文洁,聂雅茹,等.基于乡村振兴背景下民族文化与旅游产业相结合的发展路径探究——以广西百色市为例[J].现代商业,2021(16):58-60.
- [7] 百色市统计局.2017 年百色市国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].(2018-6-27)[2022-12-20].<http://tjj.gxzf.gov.cn/tjsj/tjgb/sxgb/t2382529.shtml>.

- [8] 百色市统计局. 2018 年百色市国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. (2020-4-1)[2022-12-20]. <http://www.baise.gov.cn/zwgk/jcxxgk/sjfb/bssgb/t9969496.shtml>.
- [9] 百色市统计局. 2019 年百色市国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. (2020-7-1)[2022-12-20]. <http://www.baise.gov.cn/zwgk/jcxxgk/sjfb/bssgb/t5665193.shtml>.
- [10] 百色市统计局. 2020 年百色市国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. (2021-5-27)[2022-12-20]. <http://www.baise.gov.cn/zwgk/jcxxgk/sjfb/bssgb/t9011064.shtml>.
- [11] 罗延斌, 苏志, 周绍毅. 广西避暑旅游目的地评价指标体系的制定及应用[J]. 气象研究与应用, 2022, 43(4): 40-44.
- [12] 黄东林. 桂林市旅游气候舒适度评价[J]. 气象研究与应用, 2010, 31(3): 27-29.
- [13] 李荣迪, 李华颜, 陆丽秋, 等. 金秀县特色生态旅游气候资源评估[J]. 气象研究与应用, 2021, 42(2): 105-109.
- [14] 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局, 中国国家标准化管理委员会. 人居环境气候舒适度(GB/T 27963-2011)[S]. 北京: 中国标准出版社, 2011.
- [15] 人民网. 百色人大: “三个聚焦”助推天更蓝山更绿水更清[EB/OL]. (2022-11-30)[2022-12-20]. <http://gx.people.com.cn/n2/2022/1130/c390645-40214684.html>.
- [16] 百色市统计局. 百色市 2022 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. (2023-4-25)[2023-4-26]. <http://www.baise.gov.cn/zwgk/jcxxgk/sjfb/bssgb/t16365028.shtml>.
- [17] 赵玲, 梁钊扬, 章文鑫. 肇庆市旅游气象服务发展对策探讨[J]. 气象研究与应用, 2020, 41(1): 93-95.
- [18] 黎馨, 葛意活, 吴蒨茵, 等. 贺州市旅游气候资源评估分析[J]. 气象研究与应用, 2018, 39(2): 52-55.
- [19] 陈剑飞, 苏志, 肖潺, 等. “中国气候宜居城市”品牌价值利用成功经验探讨——以建德为例[J]. 气象研究与应用, 2022, 43(4): 45-49.
- [20] 党国花, 罗红磊, 周慧僚, 等. 河池市旅游气象服务现状及发展对策研究[J]. 气象研究与应用, 2017, 38(2): 69-71.
- [21] 黄桂珍, 杨再位, 黄学忠, 等. 百色市旅游气象服务发展思路探讨[J]. 气象研究与应用, 2018, 39(2): 56-58.
- [22] 裴克莉, 乔云红, 郝建平, 等. 利用气象新媒体科普打造旅游区品牌的新思路[C]//第 34 届中国气象学会年会 S11 创新驱动智慧气象服务——第七届气象服务发展论坛论文集. 2017: 268-272.

Research on Brand Building Strategy of “Tourism+Meteorology” Series in the All-media Era

Yang Zaiwei, Huang Guizhen, Tang Mingsong, Jiang Yuyu, Yang Sishi
(Baise Meteorological Bureau, Guangxi Baise 533000, China)

Abstract: Taking Baise City in Guangxi as an example, based on SWOT analysis, using the meteorological data of temperature, humidity, wind speed and sunshine in Baise City from 1991 to 2020, this paper discusses the advantages, disadvantages, opportunities and threats of “tourism+meteorology” brand creation, and puts forward some suggestions such as perfecting tourism supporting facilities, deepening the integration of “tourism+meteorology” big data and strengthening the promotion of climate tourism brands.

Key words: climate resources; “tourism+meteorology”; SWOT analysis method; brand strategy