

# 支招 小浴场突围发展

## 吸引本地居民、发展当地特色

统筹策划 陶相银  
本报记者 赵兵  
实习生 宋婉婷

因为海滩的同质性,小浴场在与国际海水浴场的竞争中处于天然劣势。不少在小浴场摆摊做生意的商贩都希望能迎来更多的外地游客,半月湾一商贩王女士就是附近居民,因为来此游玩的多是附近居民,她的小摊甚至一整天都没“开张”,“我们整天盼着能多来点外地游客,这样就能多挣点了。”

威海市旅游局市场发展科一工作人员介绍,威海市多年来在向外推介威海本地旅游资源时,一直都是将各海滩“打包”推介,将千里海岸线作为威海的亮点。浴场要想得到更好的发展,还是要“苦练内功”,先把自己硬件发面发展好,让游客来了之后不会失望。

而在朱峰教授看来,虽然外地游客确实会带动周边的消费,但盲目的期待外地游客突然大批量涌来并不理智。“外地游客消费需求旺盛,但对住宿、吃饭等硬件的要求也高。服务设施的完善与游客数量的增长是一个互相影响的过程,只盲目地追求一方的变化是不科学的。”因此,小浴场要想突围发展,应当从吸引本地居民着手,等形成了规模,提高了知名度,或许会迎来小浴场的“春天”。

### 定位本地市场

朱峰认为,现阶段,小浴场与国际海水浴场争夺外地客户还不太现实,不如另辟蹊径,先将本地居民吸引过来。“比如说,



▲国际海水浴场新增的游乐设施吸引了不少游客来玩。

每到暑假,想学习游泳的学生很多,但大多数都选择在室内游泳馆学习。浴场可以划出一定的场地,做成天然游泳场,想办法将这部分人拉拢过来。”

据了解,一些浴场已经出台了一些措施以吸引更多的居民来到海滩。孙家疃镇政府组宣办一负责人介绍,去年开始,他们就尝试在葡萄滩海滩放映露天电影。因为晚上不少居民都选择到海滩纳凉,镇政府便适时推出这一措施,希望能吸引更多的人形成夜游的习惯。

### 打造特色,塑造口碑

小浴场要想在同质化竞争中中脱颖而出,必须要突出特色,拿出与众不同的卖点。除了自然景观,当地的风土人情等人文特色也能吸引部分外地游客,浴场可以从此入手。半月湾浴场一商贩说,对外地游客来说,渔船渔港是新鲜事物,因此,可以把浴场附近的海港也当成一个卖点,开发一些实践活动,让外地游客亲身体验打渔的乐趣,或许会是一条好出路。

经区海上公园浴场则很好

的利用紧挨公园,客流量大这一优势,开发出不少游乐项目。海上公园管理处一孙姓负责人说,海上公园建园已10多年,附近居民已形成了稳定的游园习惯。为了能更好的开发利用海滩,一些游乐项目也逐步走下公园,走向海滩。孙家疃镇政府则计划在7月中旬举办社区文化节,让更多的居民亲近沙滩。文登南海海滩则一直在打造沙雕节来招揽游客。今年4月29日,第六届威海沙雕文化艺术节在文登南海海滩开幕,吸引了大批游客前来。

## 海滩靠天吃饭 休闲或是出路

□记者 赵兵 报道  
□实习生 宋婉婷

本报7月18日讯 虽然国际海水浴场凭借天然优势,能吸引更多的消费,但与小浴场同样面临靠天吃饭的困境。遇到下雨天,海滩上的游客屈指可数,而到了旅游淡季,海滩上则是罕见游客踪影。

而如何更高效的利用海滩,则是一个普遍难题。朱峰认为,因为威海地处北方,气候上的劣势让威海的沙滩无法像南方的沙滩一样,常年经营。

与青岛、日照相比,威海的沙滩也有先天不足的地方。“青岛的沙滩大多处于繁华地带,无论冬夏,客流量都比较稳定。而且海滩还能跟附近的景点联动,形成一条比较完整的旅游线路。”在朱峰看来,国际海水浴场等地所处的地理位置较偏僻,且旅游资源较单一,如要更好的发展,还需有更好的规划。

对此,威海市旅游局规划发展科邢萍介绍,旅游部门已在起草相关规划,将对威海市所有的浴场进行规范管理,打造特色名片。

而设置游乐设施,提供多样化的旅游选择,朱峰教授也持谨慎观点:“海水浴场还应以海滩游、游泳为主,对游乐场的设置要控制规模。游客在浴场游玩,还是需要有一个安静的环境,如果游乐场多了的话,反而会适得其反。”