

# 基于“中国生态环境第一县”品牌的庆元旅游发展策略研究

朱 铨

(浙江农林大学 旅游与健康学院, 浙江 临安 311300)

**摘要:** “跟风有余, 创新不足”的片面化向发达地区学习的旅游经营理念是浙江省庆元县旅游业发展缓慢的根本原因。分析了海峡西岸经济区的发展对庆元县旅游业发展的利好因素, 提出了庆元县旅游业在海峡西岸经济区发展中的应对措施, 并提出了基于“中国生态环境第一县”品牌的旅游发展思路, 阐述了庆元旅游业“生态休闲”的总体定位, 在旅游客源市场定位、旅游产品开发、旅游接待服务环境营造、旅游和生态保障机制确立等方面提出适合于庆元县实际情况的发展策略。以期对庆元旅游发展提供有益参考, 同时也为浙江省欠发达地区发展旅游业提供借鉴。表1参10

**关键词:** 生态旅游; 生态环境资源; 旅游品牌; 庆元县

**中图分类号:** S7-0; F592.0 **文献标志码:** A **文章编号:** 2095-0756(2012)03-0435-05

## Tourism development strategy in Qingyuan County under the brand of “the Chinese county with the best eco-environment”

ZHU Quan

(School of Tourism and Health, Zhejiang A & F University, Lin'an 311300, Zhejiang, China)

**Abstract:** By pointing out that the uncreative copying of the tourism managing mode of the developed area is responsible for the hold-back of the tourism development in Qingyuan County of Zhejiang, this paper analyses the benefits brought by the Haixi Economic Zone to the tourism in Qingyuan, and put forwards the measures to take for the latter to cope with the situation. It is suggested that the tourism in Qingyuan should be developed largely on the basis of the brand “the Chinese county with the best eco-environment” with eco-leisure as its feature. The paper also advances the development strategy that serves for the practical situation in Qingyuan, including the orientation of tourism marketing, the development of tourism products, the creating of tourism reception and service environment, and the establishment of the guarding system for tourism and eco-environment, in the hope of offering constructive advices for the tourism development in both Qingyuan and other under-developed regions in Zhejiang Province. [Ch, 1 tab. 10 ref.]

**Key words:** ecotourism; eco-environment recourse; tourist brand; Qingyuan

随着旅游业的发展转型, 旅游活动正经历着由单一的观光旅游向休闲度假、商务、生态体验等多种类型转变的过程<sup>[1]</sup>。与此相适应, 旅游目的地的核心竞争也由传统观光旅游的观光资源品质之争转变为环境品质、文化底蕴、服务水平、品牌建设力度等多方面综合的竞争。在这种新的竞争状态下, 观光资源品质、旅游交通区位等传统观光旅游决定性因素不再是决定旅游目的地旅游吸引力的关键因子, 生态环境、小气候、文化底蕴等体验性资源对旅游目的地吸引力的影响在现代休闲度假旅游中日益突显。

### 1 研究背景

庆元县是浙江省西南部的欠发达山区县, 境内生态条件优越。2004年, 中国环境监测总站从生物

收稿日期: 2011-10-28; 修回日期: 2012-02-01

基金项目: 浙江省重大科技专项重点农业项目(010C12030)

作者简介: 朱铨, 讲师, 硕士, 从事森林旅游和生态旅游规划设计研究。E-mail: zhuquan@zafu.edu.cn

丰度、植被覆盖、水网密度、土地退化、污染负荷等5项评价指标,在多源数据融合分析的基础上,对全国31个省、2 348个县(市、区)的生态环境质量进行了评价,形成了《中国生态环境质量评价研究报告》。报告显示,庆元县的生态环境质量位居全国第一,是“中国生态环境第一县”<sup>[2]</sup>。

2009年5月,国务院常务会议讨论并原则通过《关于支持福建省加快建设海峡西岸经济区的若干意见》。会议指出,海峡西岸经济区东与台湾地区一水相隔,北承长江三角洲,南接珠江三角洲,是中国沿海经济带的重要组成部分,在全国区域经济发展布局中处于重要位置。会议强调,海峡西岸经济区是两岸人民交流合作先行先试区域,服务中西部发展新的对外开放综合通道,东部沿海地区先进制造业的重要基地,中国重要的自然和文化旅游中心。海峡西岸经济区以福建为主体,涵盖台湾海峡西岸,包括浙江南部、广东东部和江西部分地区,与珠江三角洲和长江三角洲2个经济区衔接。包括福建九市,浙江温州、丽水、衢州,江西上饶、鹰潭、抚州、赣州,广东汕头、梅州、潮州、揭阳<sup>[3]</sup>。庆元县地处海西区西北部,同时又是长三角经济区的组成部分,独特的政策背景为庆元县旅游的发展提供了前所未有的机遇。

## 2 庆元县旅游发展现状分析

### 2.1 旅游发展概况

庆元县地处中国经济最发达的长三角经济区,但截至2010年,全县的经济水平却低于全国平均水平,人均国内生产总值仅18 340.00元,远远低于全国29 678.00元的平均水平。就旅游业而言,庆元县旅游资源丰富,资源品质极高,以“中国生态环境第一县”为代表的生态旅游资源,以华南虎 *Panthera tigris amoyensis* 和百山祖冷杉 *Abies beshanzuensis* 为代表的生物景观资源,以廊桥为代表的建筑文化景观资源,以食用菌为代表的休闲农业景观资源等均为冠绝海内外的顶极旅游资源,加上以年号命名的城市、保存完好的明清古建筑群、雄奇多姿的奇峰飞瀑等等。据笔者调查,庆元县旅游发展现状与资源品质反差极大。2010年,庆元县游客接待规模为45.9万人次(表1)。以同属山区的临安作为比较,2010年,临安市接待游客580.0万人次,实现旅游综合收入33亿元,其中“十一”黄金周7d的游客接待量(37.8万人次)就接近庆元县全年游客接待量(45.9万人次)。由以上对比可知,庆元县旅游与浙江省旅游发达县市水平的差距非常大,虽然相对增长率很高,但绝对水平过低。当然数据中的高增长率也反映出庆元县旅游开始进入大发展阶段,旅游发展潜力和空间巨大。

表1 庆元县2006-2010年旅游接待人次与旅游收入一览表

Table 1 Tourists and tourism income of Qingyuan County in 2006-2010

年份	旅游接待规模		旅游收入	
	接待人次/万人次	增长率/%	收入/万元	增长率/%
2006	11.2	41.2	3 681	43.4
2007	18.3	63.8	6 188	68.1
2008	27.7	51.8	9 595	55.1
2009	36.8	32.8	12 887	34.3
2010	45.9	24.5	16 559	28.5

### 2.2 旅游发展滞缓原因分析

分析浙江省世纪之交前后10a旅游发展的成功经验可以发现,在传统观光旅游主导阶段,区位优势与资源优势的完美结合成为这个时代旅游发展的决定性因素,在此基础上充分发挥地域特色,强势营销形成优势品牌成为众多地区旅游业快速发展的重要策略。“起步晚,区位差”是现阶段庆元旅游发展的主要障碍,同时也成为了当前旅游发展滞缓的重要因素。但随着旅游业的转型,这种因素日趋单薄,区位远比庆元更差的地方照样有很多旅游做得非常出色的案例存在。考察这些旅游地可以发现,特色和創新是他们成功的根本。分析庆元旅游发展现状的原因,笔者认为可以归结为以下3点:首先,交通区位条件落后是庆元旅游业发展缓慢的原因之一。庆元县是浙江省距离省会杭州最偏远的县,也是浙江省所

剩不多的没有通高速公路也没有铁路的县级行政区域，从庆元县至省会杭州约 480 km，需耗时 7 h，至所在设区市中心城市丽水也需 3 h 路程。偏远的交通区位条件使观光游客进入庆元的可能性降至低点，直接导致庆元县在传统观光旅游阶段旅游经济薄弱的现状。但随着旅游业的转型和交通条件的改善，交通区位条件对庆元旅游的影响将大大降低，不再成为庆元县旅游发展滞缓的主因。其次，整体经济发展水平也是制约庆元县旅游发展的重要原因。2007 年，庆元县地方财政收入为 1.19 亿元，是浙江省最后一个财政收入达亿元的县，2010 年，地方财政收入也仅 1.55 亿元，不及发达县市一个乡镇的财政收入。薄弱的地方经济使大规模的旅游投入难以实现，这成为庆元旅游发展过缓的重要原因。相对于区域国民经济其他产业而言，旅游业具备鲜明的低投入高产出特点，旅游行业的投入尤其是旅游产品的开发成本是比较低的，因此，成为许多欠发达地区发展国民经济的最佳产业。因此，经济薄弱也不是制约庆元旅游发展的主要原因。最后，旅游发展理念落后是庆元县旅游难以大规模发展的根本原因。分析庆元县的旅游资源，确实存在一些奇峰怪石、云海飞瀑，也有多种形式的文化遗产，但这些资源就观光角度而言其品质实难与周边的黄山、雁荡山之类相比拟。反观庆元县当前旅游产品可以发现，包括百山祖、巾子峰、进士村以及廊桥、香菇文化等主要旅游景点绝大多数还停留在传统的观光旅游层面，旅游产品和经营方式极其单一，包括 2011 年建设开放的百山祖景区在内，门票还是旅游经营的主要甚至是唯一收入来源。这种单一经营加上自身景观资源的特点和交通区位的影响，必然难以形成对外地游客的吸引力。此外，从旅游接待基础设施、旅游服务管理水平等方面着眼，庆元县同样缺乏新型旅游经营理念，缺乏对旅游业进入转型期应有的应对。近年来，庆元旅游的发展基本上为“跟风有余，创新不足”。多年来庆元无论是第一产业、第二产业还是第三产业，均抱着向发达地区学习的态度努力向发达地区靠拢，这种态度和思路在一定程度上促进了庆元县经济水平的提高，但与发达地区的相对差距则反而加大。综观浙江省发达地区的经济发展模式和相关政策，可谓敢为人先，很多经济发展模式都是在浙江兴起而后在全国推广，但庆元在这方面缺乏创新，而是注重片面地向发达地区学习，这种态度由于自然环境的差异，难以移植发达地区的经济发展模式。将这种态度应用于旅游业，则直接导致旅游业举步维艰，因为旅游业本身就强调资源品质和开发模式的差异性，形成自己的特色品牌。

### 3 庆元县旅游业在海西大发展中的应对

当前，中国旅游业正经历着从传统的观光旅游向基于体验的休闲度假旅游发展的关键时期，有 47.6% 的游客是出于游览观光的目，出于休闲度假目的游客则有 35.4%，传统的观光旅游虽然还有较大的市场，但其所占比例已经呈现出明显的下降趋势<sup>[4]</sup>。从旅游经营模式上看，传统的观光旅游多为中长途旅游，游客逗留时间短，消费水平低，在这种模式下交通的经济和时间费用将成为影响游客出游动机的重要因素。与此相反，休闲是“逃离常规和充满压力感的环境以及寻求身心恢复之机会”<sup>[5]</sup>，以此为主要目的的休闲度假旅游多为高消费、长时间和高重复率的旅游模式，优越的生态环境和特色的旅游产品成为游客的首选，只要能打造独具特色的生态休闲度假旅游产品，旅游交通不再是影响游客出游的主要制约因素；同样，相对于其他产业，旅游业低投入高产出的特性，也为庆元县破除经济瓶颈开发旅游提供了可能性。因此，庆元县旅游业快速发展的关键是解决理念问题，必须将先进的理念融入县域旅游性质定位、旅游产品开发、旅游营销等旅游业发展的各个环节。

#### 3.1 旅游性质定位

庆元在观光旅游产业已经落后，但这种落后并非全是坏事，从旅游这条“线”上看，就旅游业经营模式的这种转变上庆元并未落后，而是跟各发达地区处于同一起跑线，并且还少了一些传统观念的束缚和原有设施的拖累；再从“海峡西岸经济区”这个“面”看，庆元在这个区内特色明显，资源条件得天独厚，并且在原本落后的交通一环上还将起到一个“北承长三角，南接海西区”的枢纽作用，这为庆元旅游业的新生带来契机。正确定位庆元县旅游产业性质和发展模式，扬庆元“生态、资源”之长，避庆元“交通、区位”之短，开发特色旅游产品，形成与“中国生态环境第一县”品牌相适应的庆元旅游特色休闲品牌是庆元县旅游业快速稳定发展的前提和保障。根据庆元县资源赋存和地域特色，“生态”是庆元旅游的“根”，“休闲”是庆元旅游的“魂”，庆元旅游业必须以“生态休闲”这个灵魂为根本，主导旅游产品的开发必须立足于“生态”，并将它贯穿整个旅游活动的始终；同时摆脱传统观光旅游的束缚，立足于体验



和参与时代下的休闲、度假模式。

### 3.2 旅游产品开发策略

旅游产品是旅游业赖以生存和发展的核心内容<sup>[6]</sup>。就旅游产品设计的具体内容而言,庆元县旅游产品必须在“生态休闲”的大框架下实现多样化和特色化。首先,旅游产品的开发必须立足于“生态”这个根本,围绕优越的生态环境建设以体验生态优越性和生态特色的,包括自然生态观光、生态文化体验、生态环境教育、生态休闲保健、生态农业等以生态为基础和特色多样性生态旅游产品,这些旅游产品在突出生态特色的同时强调各自特色,形成“人无我有,人有我特”的庆元特色生态旅游产品体系;其次,旅游产品的开发立足于高端,应彻底摆脱传统观光旅游理念的束缚,追求大休闲时代旅游产品的“休闲性”“体验性”和“参与性”;第三,是注重旅游产品区域品牌的建设,将全县各类旅游资源和旅游产品统一到“中国生态环境第一县”品牌之下进行统一规划,统一包装,统一营销。形成独具地域特色的“中国生态环境第一县”旅游产品体系。

### 3.3 旅游营销策略

如果说产品吸引力是提高目的地竞争力的“内功”,那么营销能力就是与竞争对手直接交锋所必需的“外功”<sup>[7]</sup>。对于处于转型期的现代旅游业而言,无论是旅游目的地营销还是旅游企业营销,都要将营销创新作为新经济时代发展的主旋律,要能够在变化的环境中变革营销模式和运用具有创造性的营销手段,从而实现全方位提升企业和旅游目的地营销能力及核心竞争力的目标<sup>[8]</sup>。就庆元县而言,创新营销同样是迎接旅游大发展不可逾越的一个关键环节。

创新营销首先要充分分析自身旅游产品价值和旅游客源特点,只有在“知己知彼”的情况下才能将创新营销落到实处。以新近建成开放的庆元县百山祖4A级景区为例,百山祖景区初定门票价格是80.00元,庆元本地居民为20.00元,据笔者考证,该定价在全省同批次4A级景区和全省所有开放的国家级自然保护区中是最低的(开放式景区除外)。笔者认为,这种定价不仅难以达到吸引客源的目的,而且会损害景区在外地游客心目中的形象,因为百山祖景区是无可争议的庆元县标志性景区,是外地客源必到的景区,而外地客源进入庆元本身的交通费用就达数百元,门票的支出在整个出游费用中所占比例极低,在这种情况下,要么增加活动项目免除门票开放经营,要么适当增加门票,像这种低门票“自降身价”的营销手段实属下策。其次,创新营销理念,摆脱固有的传统营销模式,根据自身资源和客源市场开展创造性营销。同如上述百山祖的“低价营销”策略在客源地周边的景区可能取得较好效果,但对于庆元而言绝不能照搬。第三,是树立品牌营销策略。品牌是旅游企业最重要的无形资产,庆元县具有得天独厚的“中国生态环境第一县”“中国廊桥之乡”等多个品牌,将此品牌形成旅游业的“光环”是确保旅游业可持续发展的重要途径。第四,创新营销方法和手段。不能拘泥于旅游发达地区的成熟营销手段,要敢于把国际先进的营销做法创造性地加以应用,不断提出和实施新的营销方法,可以大胆采用吸引物营销、微博营销、网上营销、事件营销、体验营销等新型营销方式。

### 3.4 客源及接待服务策略

20世纪80年代以来,世界旅游市场开始出现“散客化”现象,经营接待散客旅游的能力和水平,已成为衡量一个国家或地区旅游业成熟度的重要标志。中国散客旅游的比例虽然低于旅游发达国家,但近年来发展十分迅速,已占我国旅游客源市场的近半壁江山<sup>[9]</sup>。越来越多的人不满足于随团旅行对个性的压抑,进而选择了自驾游、自助游、半自助游等自由出行方式,中国旅游市场也已经呈现出“散客化”的趋势<sup>[10]</sup>。在这种背景下,团队旅游不应成为庆元今后旅游发展的重点,团队旅游在统计报表上是最看得见的,但这种旅游方式是不是适合庆元必须做出正确判断。旅游发展到今天,散客更应该成为我们设计旅游产品和服务设施的主要考虑人群。与此相对应,在旅游接待设施方面我们必须要有针对性。笔者在庆元做相关调查时经常听到当地政府和市民谈及庆元宾馆差,应该多建四星级甚至五星级宾馆,这种意见笔者不敢苟同。作为一个城市,高星级宾馆应该有而且必须有,但四星级、五星级宾馆不足以成为影响一个地区旅游核心竞争力的因素。据笔者所做的访谈,多数受访游客只有在2种情况下会选择入住高星级宾馆,一是公务出差,二是随团出游自己做不了主。与豪华的星级宾馆相比,这些游客更愿意入住价格透明、简洁明净的经济型酒店。庆元县现在有许多的小宾馆,这些小宾馆目前良莠不齐,缺少行业监控,服务质量低下,如果在这些小宾馆的基础上进行行业整顿,出台行业标准,形成服务质量

和价格体系明确的行业资源,这将足以满足旅游者的需求,同时鼓励发展农家住宿接待和乡野度假设施的建设。

### 3.5 生态保育策略

生态是庆元旅游业的根本,因此,必须建立完善的旅游保障机制和旅游资源保育机制,庆元旅游以生态为核心就必须建立与之相适应的生态农业、绿色工业和生态旅游业。受当地社会经济因素影响,用材、薪炭、菇用等消耗木材型的产业还在较大范围内存在,在调查过程中笔者甚至听到“我们这里生态很好,这样砍砍是砍不完的”之类的观点,居民生态环境保护意识的淡薄程度可见一斑。政府必须尽早出台相关政策,逐步实现经济产业的生态化转型,坚决杜绝生态破坏行为,从根本上保证生态旅游资源的可持续性经营。

## 4 结论

庆元县境内生态条件优越,旅游资源丰富,但旅游业起步晚,发展水平低。分析旅游发展现状发现,庆元县旅游业发展水平偏低的原因包括区位条件较差,地方经济水平欠发达,旅游发展理念滞后等方面,而“跟风有余,创新不足”的旅游发展理念是制约庆元县旅游发展的根本原因。国家海峡西岸经济区战略为庆元县旅游业的发展提供了巨大的利好。庆元县旅游业应该扬“生态、资源”之长,避“交通、区位”之短,围绕“生态休闲”主题,摆脱传统观光旅游发展理念,开发特色产品,制定个性化、差异化的创新营销策略,完善接待服务设施,确立完善的生态保育机制。

### 参考文献:

- [1] 王惠. 旅游活动类型转变背景下常德旅游发展定位的新设想[J]. 西安文理学院学报: 自然科学版, 2011, 14 (1): 21 - 23.  
WANG Hui. A new assumption for localization of Changde tourism development under the transformation trend of tourist activities [J]. *J Xi'an Univ Arts & Sci Nat Sci Ed*, 2011, 14 (1): 21 - 23.
- [2] 中国环境监测总站. 中国生态环境质量评价研究[M]. 北京: 中国环境科学出版社, 2004.
- [3] 国务院. 国务院关于支持福建省加快建设海峡西岸经济区的若干意见[EB/OL]. 2009-05-06[2009-05-14]. [http://www.gov.cn/zwqk/2009-05/14/content\\_1314194.htm](http://www.gov.cn/zwqk/2009-05/14/content_1314194.htm).
- [4] 中国旅游研究院. 2009年中国旅游经济运行分析与2010年发展预测[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2010: 18 - 21.
- [5] MANNEL R C. Psychological nature of leisure and tourism experience [J]. *Ann Tour Res*, 1987, 14: 314 - 331.
- [6] 黄安定. 论旅游市场需求与旅游产品开发[J]. 中国商贸, 2010 (23): 141 - 142.  
HUANG Anding. Study on the tourist market and tourism products development [J]. *China Bus & Trade*, 2010 (23): 141 - 142.
- [7] 保继刚, 张骁鸣. 传统旅游目的地再发展研究——肇庆案例[J]. 热带地理, 2006 (2): 178.  
BAO Jigang, ZHANG Xiaoming. Redevelopment of the traditional tourist destinations in China: a case study on Zhaoqing [J]. *Trop Geogr*, 2006 (2): 178.
- [8] 徐玉良. 我国现代企业营销创新的探讨[J]. 商场现代化, 2006 (12): 217 - 218.  
XU Yuliang. Study of marketing innovation of modern enterprise in China [J]. *Mark Mod*, 2006 (12): 217 - 218.
- [9] 张文建. 市场变化格局下的旅游业态转型与创新[J]. 社会科学, 2011 (10): 30 - 38.  
ZHANG Wenjian. Operation mode transformation and innovation of tourism under the market system's change [J]. *J Soc Sci*, 2011 (10): 30 - 38.
- [10] 张广瑞, 刘德谦. 2009年中国旅游发展分析与预测[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2009: 133.