

文章编号: 1000-5692(2000)02-0155-04

灵峰山风景资源的生态特性与生态旅游发展

韦新良¹, 桂祖云², 方躬勇¹, 方健¹

(1. 浙江林学院资源与环境系, 浙江临安 311300; 2. 浙江省安吉县竹乡国家森林公园管理处, 浙江安吉 313300)

摘要: 从生态学的角度分析了浙江省安吉县灵峰山风景资源的基本特点, 并采用空间层次分析方法把灵峰山旅游客源市场划分为4个层次。在此基础上, 根据世界旅游市场的发展趋势, 确定了以生态旅游为主题的开发经营思路和基本原则。针对灵峰山开发生态旅游的实际情况, 提出了灵峰山生态旅游可持续发展的基本保障体系设想。参3

关键词: 灵峰山; 风景资源; 生态旅游; 可持续发展; 景观生态学

中图分类号: S759.91; P901 **文献标识码:** A

灵峰山, 地处浙江省安吉县中部, 位于安吉县递铺镇西南6 km处, 属安吉竹乡国家森林公园灵峰景区。安吉县素有“中国竹乡”之称, 县域内有国际著名的竹种园、世界第二亚洲第一的抽水蓄能电站——天荒坪、国家级自然保护区——龙王山、著名画家吴昌硕先生故居以及我国当代著名林学家陈嵘先生故里, 风景旅游资源十分丰富, 独具特色, 已吸引众多的国内外游客前来观光和考察。安吉县人民政府十分重视发展旅游业, 提出“林业大县, 生态大县, 旅游大县”的发展战略。因此, 探讨灵峰山风景资源的特点, 研究其相应的开发策略, 将有利于建立合理的旅游资源开发利用保护秩序, 促进安吉县旅游业向纵深发展, 把安吉县旅游资源开发管理提高到生态的可持续发展的战略高度。

1 灵峰山风景资源的生态特性

生态旅游的根本特点在于强调突出旅游的生态特性, 即旅游环境的生态性、旅游过程的生态性和旅游结果的生态性以及三者之间的有机结合与全面综合^[1]。其中, 旅游环境(包括旅游资源)的生态性是其主要的前提条件。风景资源是开展旅游业的物质基础。只有具备了良好生态特性的风景资源, 才有可能开展生态旅游活动。生态旅游主要以生态景观为取向。生态景观包括自然生态景观和人文生态景观, 其最显著的特点是天然性, 着重的是天地日月之灵气与精华的天然浑成与自然情趣。从生态学原理的角度来看, 风景资源的生态特性则是指风景资源系统的完整性、连续性、稳定性、有序性、安全性和平衡性, 这是对生态风景资源的最基本要求。

通过广泛查阅历史文献、野外实地调查和群众访问等大量工作, 并经分析研究, 我们认为灵峰山风景资源在地形地势、山岩水体、森林植被和古寺风情等方面都有比较明显的生态性。

1.1 地形独特, 峰奇岩异

灵峰山素有“五岭相依成北峙, 千峰簇拥自南来”之赞喻, 附近众山起伏, 唯独其五峰雄踞, 以山岭岩岩连成一体, 组合成一把坐北朝南的“太师椅”。大雄峰巍然高峙似椅背, 百丈峰危岩耸峙, 独立峰峭壁千仞势如椅肩, 五莲峰五峰绵延, 二乳峰两峰浑厚形似椅扶。除五峰之外, 神舟峡两壁峭

收稿日期: 1999-10-04; 修回日期: 2000-02-23

作者简介: 韦新良(1965—), 男, 浙江湖州人, 副教授, 博士生, 从事森林资源管理、森林景观生态和森林旅游规划研究。

立,天鼓坪行时隆隆有声,碧玉坪可行可坐,映碧坪形似青莲。“仙人台,仙桃石,鸡冠石,谈经石,诵经石,灵佛石”,惟妙惟肖,令人趣味徒生,浮想联翩。登山顶近观远眺,山上峰峦叠嶂,山中众多山坳大小不一,大都呈辐射状排列,展现出良好的自然生态格局。

1.2 山水互映,林茂水秀

山得水而活,水依山而媚。灵峰山中左右两边峡谷中各自嵌着一条涧流,即为东清涧和梅花涧,溪水清澈晶莹,纤尘不染,四季潺流不息。在百丈峰和在大雄峰之间有一圆形的天然水池叫龙树泉。此外还有北天目、印月池、影云潭、澡月池、欢喜泉、安养息和洗巾池等天然水体大小不一,深浅各异,却都水质清冽甘醇,终年不枯。灵峰山上,常绿阔叶林郁郁葱葱,森林植被类型多样,物种丰富,林层复杂,珍稀名贵林木山间不乏,山水林和谐统一,以山养林,以林涵水,以水映山,发挥得淋漓尽致。

1.3 环境清幽,生态风情

繁茂的森林植被和良好的光热水气土条件,生物资源与非生物资源的协调和谐,构成了灵峰山优美的生态环境,山地清泉缓缓流淌,清丽娟秀。空气清爽怡人,自然清新。环境清静幽雅,鸟啼蝉鸣。绝无污染的水、气与苍翠的山林有机结合,成为人类向往的生态乐园。登上灵峰山顶,四周山峦浑圆饱满,蜿蜒相连,连绵起伏,山地线条和缓柔美流畅。极目北望,山下沃野千里,良田万顷,溪流飘洒如碧玉长带,道路、乡村、农舍和城镇错落有致,自然具韵律,展现出一幅特有的生态田园风情画卷。极目南眺,重峰叠嶂,连天摩云,高低错落,层次分明,那满山遍野的百里竹海,郁郁葱葱,苍翠挺秀,随风而动,绿浪翻滚,充满生机。

1.4 古寺衬山,文化浓郁

灵峰山中灵峰寺,寺因峰建,峰以寺传,历经数朝风风雨雨,现存的寺房碑文,以及新建的千佛塔,重修的藕益陵塔,坐落在灵峰山特有的“太师椅”中,山中青翠竹林掩映,寺前参天古木陪衬。古寺建筑造型、外观及用材质朴平实,布局整齐有序,与周围自然生态环境同调。因寺规模不大,建筑占地不多,且绿化密度高,因而与周围自然环境和谐有机融合。古寺虽小,佛教文化却很浓郁。游人在享受自然之时,又能揽胜探古,修心问佛,达到“天人合一”的忘我境界。山下茶园,胜产珍品,茶圣陆羽把它载入《茶经》。安吉白茶,不受污染,叶片纯白,为茶中稀世珍品。用白茶所泡制出来的茶,茶水清澈明亮,茶香浓郁甘醇。茶文化也传扬海内外。

2 灵峰山生态旅游客源市场分析和定位

2.1 灵峰山旅游区位分析

安吉县地处我国长江中下游三角洲经济发达地区的西部边缘,属山区和平原之间的过渡地带,东距湖州市74 km,南距杭州市74 km,是这些经济发达和人口密集型大中城市的后花园。灵峰山东邻是我国著名的旅游避暑胜地莫干山,西南接国际生物宝库天目山国家级自然保护区和龙王山国家级自然保护区,半径200 km范围内有安徽黄山、杭州西湖和“两江一湖”(富春江、新安江和千岛湖)等国家级风景名胜区以及许多省级风景名胜区^[2],是我国黄金旅游区域,旅游区位条件优越。安吉县紧靠104国道和宣杭铁路,06省道穿境而过,交通便利。

2.2 旅游客源市场空间层次划分

根据灵峰山的旅游区位特点和生态旅游活动客源的空间范围,采用空间层次分析方法,把灵峰山客源市场分为县内市场、县际市场、国内市场和国际市场4个环状分布层次。

2.2.1 县内市场 灵峰山邻近县城,交通极为便利,灵峰寺久负盛名。随着灵峰古寺的修建一新,到此做佛事的善男信女日渐增多,在佛教节日更是络绎不绝。同时,县内普通居民多数存在着旅游需求,特别是在节假日和双休日,前来观光、休闲、度假、生态体验和考察将成为调节生活情趣和提高生活品味的主要方式。这些目前尚不具备条件出远门进行旅游活动的人员构成了县内主要客源市场。

2.2.2 县周市场 在以临安、余杭、德清、湖州和长兴等周边县市为主构成的区域内,因探亲访友、商贸业务和社会交往等需要而来到安吉县的流动人口也是灵峰山客源市场的重要组成部分。

2.2.3 国内市场 天荒坪抽水蓄能电站、龙王山国家级自然保护区及安吉竹种园等三大旅游胜地,已吸引了以上海、苏州、无锡、南京、芜湖、宣州、杭州和宁波等为主的全国大中城市和发达地区的旅游者前来观光度假。灵峰山处于以上三大旅游胜地中心,又离县城最近,三大胜地的绝大多数游客都会光顾灵峰山而成为灵峰山的游客,这无疑是灵峰山一个比较稳定的主要客源市场。

2.2.4 国际市场 上述三大旅游胜地,不仅在国内享有盛誉,而且在国际上也有很大影响。同时,周边的上海市、杭州市和临安市国际间经济、文化和教育的交流活动十分活跃,境外人员流动量大。这些人员是灵峰山潜在的客源市场。近年安吉县政府加强扩大对外贸易,出台了许多优惠政策,为海外人士前来投资开发打开了方便之门,因此国际市场必将会有较大程度的开拓和发展。

2.3 旅游客源市场定位

从旅游客源市场的规模和消费水平来看,4个层次之间存在着比较大的差异。1998年灵峰寺出售的门票统计情况表明,目前灵峰山的游客主要来自于县内和周边县市。这些游客(大多数是香客)的消费水平普遍较低,对发展旅游经济作用不是十分明显,而来自国内市场和国际市场的游客相对地要少得多。但从发展的角度来看,灵峰山旅游客源的国内市场和国际市场的发展潜力更大,且其旅游消费水平普遍较高,对发展旅游经济有更大的促进作用,值得我们去发掘和开拓。也只有发掘和开拓了这2个市场,特别是国内市场,灵峰山的旅游开发才有作用和意义。因此,灵峰山旅游开发的市场定位毫无疑问是主要面向国内市场,兼顾国际市场。

3 生态旅游开发经营思路与原则

3.1 开发经营基本思路

当今世界旅游活动,已由单纯的观光旅游转向体察自然和社会深层次文化内涵的旅游,由大众化的趋同性旅游转向个体化的求异性旅游,由走马观花的纯旅行式旅游转向康体休闲的度假式旅游。在这种新形势下开发旅游,必须要以保证旅游经济快速发展、风景资源持续维护和人类社会文明进步为总体实现目标,在为旅游者提供旅游对象即生态旅游资源的同时,还要为旅游者提供一个清静、舒适、安全和卫生的旅游生态环境,即以充分满足旅游者的物质享受和精神享受为依据,使旅游业真正成为人地关系协调最优化的产业,这就是要开发生态旅游,特别是森林生态旅游和山水生态旅游^[3]。

生态风景资源的开发经营要帮助游客实现“回归大自然”“返朴归真”的愿望。工业社会产生的高速城市化导致了生态环境的恶化,生产和生活产生的“三废”污染严重影响着人类生存,不断加快的的工作节奏和日趋紧张的人际关系影响着人们身心健康。“回归大自然”是人们对城市化弊端的叛逆,也是城市人产生生态旅游动机的根本原因所在。

生态风景资源的开发经营要充分挖掘旅游资源的深层次生态文化内涵,引导旅游者旅游素质水平的提高。由于旅游者对当地社会文化考察体验的热衷追求,迫切要求了解旅游资源的更深层文化内涵。因此,旅游开发在满足旅游者这种要求的同时,还必须十分注重生态文化的注入,摒弃粗俗的低级的文化,以提高旅游者的文化素质和生态环境保护意识。

生态风景资源的开发经营要主动寻求开发旅游活动在经济—生态—社会三大效益体系中的最佳结合点。

3.2 开发经营原则

坚持保护为主,适度开发,保护和开发相结合的原则;坚持自然为主,突出特色,自然与人文相结合的原则;坚持立足现在,着眼长远,长短期效益相结合的原则。

4 生态旅游持续发展保障措施

4.1 合理确定环境容量,严格控制游人数量

环境容量是指在一定的条件下,一定空间和时间范围内所能容纳的最大游人数量。这个指标对于保障生态旅游持续发展具有十分重要的作用。通过这个指标来有效地控制游人数量,一方面能保证旅游资源质量不下降,森林生态环境不恶化,满足游人舒适、方便、安全和卫生等方面的需求,另一方

面又能保证获得最大可能的经济效益。根据现场调查研究和参考有关资料,通过测算得到灵峰山的日环境容量和年环境容量分别为5690人次和136.65万人次。针对生态旅游中出现的淡旺季现象,要采取措施进行调节。针对局部性的饱和超载情况,要有组织地引导旅游者及时疏散,形成合理的旅游流向,以维护景观资源的生态稳定性。

4.2 制定科学的开发规划

制定开发规划,要体现出开发经营思路和遵循开发经营原则,要十分重视维护和充分发挥风景资源的生态特性,强调自然生态特色。旅游开发要尽可能地少开山挖土,特别要杜绝对山地的建设性破坏。旅游服务设施布置要因地制宜,采取小体量、分散和隐蔽的方式。生态旅游区内旅游项目的规划开发要符合自然生态环境保护的主题要求,尽可能减少环境污染。在规划中要制定相应的环境保护措施和方案,多方考虑,力求详尽。

4.3 重视旅游开发经营管理人员的生态知识培训

首先,对没有经过正规系统化的林学、生态学和自然保护区管理等学科以及相关学科知识教育的旅游开发经营管理有关人员,在他们上岗之前必须对他们进行重点培训,只有合格者才能上岗。其次,对所有生态旅游开发经营管理人员和旅游服务人员建立定期检查、考核和培训制度。此外,应加强对外交流,及时了解和掌握国内外先进的旅游开发经营管理经验和技能。只有旅游开发经营管理人员自身素质提高了,才能保证生态旅游业的持续发展。

4.4 强化生态旅游环境管理工作

在旅游景点和旅游项目建成开放之前,应进行环境整治,及时清理开发建设过程中留下的各种废弃物,全面搞好环境卫生,展现出干净整洁美观清静的生态环境氛围。在开展旅游过程中除了向旅游者提供高品味、高层次和令人满意的旅游产品外,旅游服务管理人员应经常与旅游者进行沟通和交流,及时掌握旅游者的一些基本情况,在服务管理中要正确引导旅游者的旅游行为,让旅游者在旅游过程中自觉接受生态环境保护教育,避免污染和破坏旅游生态环境的不良行为发生。同时,旅游开发经营管理人员本身也应端正经营思想,在生态环境保护方面要保证有一定的资金和人员投入,并及时了解和掌握生态环境管理效果,定期分析总结,对不足之处要及时加以调整和改进。只有这样,才能把生态旅游环境管理工作真正落到实处,确保生态旅游事业快速持续健康发展。

参考文献:

- 1 王兆骞,胡秉民,严力蛟.面向21世纪的生态学[M].北京:中国环境科学出版社,1999.43~319.
- 2 周国模,韦新良,李荣助,等.杭州西湖景区旅游资源质量综合评价[J].浙江林学院学报,1997,14(4):375~381.
- 3 韦新良,刘永富.浙江省森林景观地理概述[J].浙江林学院学报,1996,13(3):316~321.

Ecological characteristics and eco-tourism development of scenic resource for mount Lingfeng

WEI Xin-liang¹, GUI Zu-yun², FANG Gong-yong¹, FANG Jian¹

(1. Department of Resources and Environment, Zhejiang Forestry College, Lin'an 311300, Zhejiang, China;

2. Zhuxiang National Forest Park Administrative Office of Anji County, Anji 313300, Zhejiang, China)

Abstract: In the paper, the authors analyse ecologically the main characteristics of scenic resource for Mount Lingfeng, divide its tourist market into four sections by using the spatial layer method, then decides its eco-tourism exploitation and management direction and basic principle according to the trend of world tourism market, finally, suppose the ensure system of eco-tourism sustainable development.

Key words: Mount Lingfeng; scenic resource; eco-tourism; sustainable development; landscape ecology