

# 城市品牌

共创城市品牌 协力城市发展

中国城市发展网 >> 城市品牌 >> 旅游品牌 >> 内容阅读

## 充分发挥乡村优势 打造生态旅游品牌

作者：曹国选（郴州市环保局） 来源：中国三农问题研究中心 添加日期：10年01月06日

随着工业化、城市化的强力推进，工业污染与城市污染成为影响人们生存、健康和发展的突出问题，当代人、特别是当代都市人的生活方式和行为意识普遍由“小康型”向“生态型”升华。他们渴望有一个能“喝上洁净水，呼吸上清新空气，吃上放心食物，睡上安稳觉”的优美环境，渴望尽可能多地吸取绿色有机营养精华，降低污染危害，调节生理机能，维护生理平衡。在日常生活中，穿戴注重棉麻丝毛制品，饮食热衷于绿色、有机和保健，居住青睐生态小区，休闲度假便选择风景秀丽、人与自然和谐的乡村作为理想的目的地，到“农家乐”吃土菜，喝土酒，买土特产，成为城里人双休日、节假日的一大快事。于是，乡村旅游业应运而生，异军突起，各地“生态旅游”、“田园风光游”、“农家乐”方兴未艾。乡村丰富的自然资源，优良的环境质量，多彩的民间文化，迎合了当代人热爱大自然、回归大自然、返朴归真心理需求，满足了人们对生活美、文化美、风景美的追求欲望。乡村独具特色的资源、环境和文化，同时也吸引了旅游开发商价值取向，给广大乡村发展旅游业带来前所未有的巨大商机，有效促进了农村产业结构的调整，带动了相关产业发展，成为繁荣农村经济、改变乡村落后面貌、解决“三农”问题、统筹城乡协调发展的重要途径。如笔者所在地的郴州市，近些年连续举办一年一度的生态旅游节，有效促进了对乡村旅游资源的开发利用，精心打造了东江湖、便江、飞天山、王仙岭等一批颇具特色的、省级国家级风景名胜，切实改变了过去旅游“老三篇”的格局，促使自然生态资源优势迅速转化为经济优势。旅游及相关产业经济成为该市新的经济增长亮点，近10年来保持了高于20%的增长速度，地方财政收入也由全省后进行列进入了先进行列。

但是，当前乡村旅游及相关产业的发展，也出现一些不容忽视的问题。主要是旅游资源开发不足且不合理，开发档次不高，配套设施不完善等。这些问题有待于深入研究解决，使乡村旅游成为循环经济、清洁经济发展典范，成为区域经济稳定增长的亮点。

### 一、充分发挥自然资源优势，打造乡村旅游硬件品牌。

广大农村蕴藏着极其丰富的自然资源，这是我国发展生态旅游事业的坚实基础。乡村的山，千姿百态，充满生机；乡村的水，奔流不息，充满活力；乡村的花草树木，飞禽走兽，门类繁多，充满灵性。这些取之不尽、用之不竭的自然资源，是都市所不可比拟的，极大地吸引着繁华似锦的都市人的目光，吸引着早已踏遍名山大川、旅游圣地的人们脚步，成为他们生命意识中如日中天的一大亮点，成为他们旅游休闲的热门目的地。但是，目前有的乡村为满足当代都市人的心理需求，利用这些自然资源，开发了一部分旅游景点景观景区，使这些古朴的自然美景锦上添花，增添了浓郁的现代气息，成为新的经济增长点。然而，农村这个广阔天地的自然生态资源开发潜力巨大，不少具有鲜明特色的处女地锁在深闺人未识，不少亮点还处于绿荫的笼罩中，有待充分挖掘，科学合理地利用。但是，对于自然生态资源的开发利用，我们必须认真总结经验，吸取教训，避免无序开发所带来了负面影响。如有的乡村急于摆脱贫困，千方百计出奇招，不惜大肆乱砍滥伐、搬山荒田，开辟旅游景区，塑造人文景观，兴建游乐场所；不惜重金，把景区内充满乡土气息的民居民宅改造成高楼大厦，把砂石山路拓展成宽阔的水泥柏油大道；为发展美食产业，不惜大量捕杀野生动物，无序养殖珍稀动物和家禽家兽。这些行为美其名曰塑造景区形象，繁荣旅游经济，提高旅游文化品位，增强吸引力和竞争力，实在破坏了目的地的自然生态原貌，反而削弱了吸引力和竞争力，

### 推荐专题



低碳城市引领新



中国城市营销发



和谐发展城市巡



世博会—城市最佳

### 城市案例

- 成都新媒体推广成功案例分析
- 宜昌市长阳县（巴士天堂）策划案
- 云南江川县——城市策划案例
- 德州“中国太阳城”的诱惑——案例分
- 重庆合川城市策划草拟战略定位方
- “东方水城”——苏州城市形象的成功
- 中国第一风雅古城——扬州旅游品牌
- 案例分析：“海上丝路”与北海品牌城

### 城市图说



农村危农户的“五



画出我心中的世



摆水果摊的母亲



空中看云南早情



云南干旱直击：有



乌鲁木齐再次出

### 城事声音

- 外国青年不必蜗居也不做房奴

给旅游区的自然资源保护提出了挑战，给区域环境质量和环境安全带来了威胁。开发自然资源，塑造自然景点、景观、景区，是发展生态旅游业的硬件建设，是吸引游客的前提条件，必须作为乡村旅游开发的重要内容。但是，旅游景点、景观、景区的开发建设，必须保持自然生态的原景原貌，追求自然景观的个性特色。具有鲜明个性特色的自然景观是乡村旅游业的生命所在，只有独具特色的自然生态原景原貌，才是最吸引游客的自然景观。当然，笔者并非否定人文景观在乡村旅游业发展中的重要性，因为生态旅游文化的发展历史，本质上是人与自然和谐相处的文明史。科学规划建设一些与目的地自然原生态神韵相合的人文景观，点缀自然景观，与自然景观相得益彰，乡村生态旅游景区才能更加“活”起来。但任何自然景观与人文景观的塑造，都必须在保持自然生态原貌、田园风光原景、农家生活原味的的基础上进行，即使艺术“造假”的旅游观光休闲设施的硬件建设，也应与当地风土民情相吻合，避免丧失乡土气息的现象出现。郴州市境内的东江湖之所以能成为国家重点风景名胜，成为该市生态旅游王牌产品，就是因为这一景区天造与人为相映成趣，水天一色独具魅力，让游客观景可觉自然之亲，悟理可感天地之灵。近年来，该市充分利用温泉资源，开发建设了及一批温泉疗养场所，很快便成为众多游客休闲疗养的热门目的地。乡村旅游业的发展，必须尽可能多的开发此类自然景观，并建设成为生态旅游名牌。

## 二、充分发挥环境质量优势，打造乡村旅游健康品牌。

当前，广大乡村、特别是贫困地区的自然生态环境，相对都市而言还是难得的净土。乡村的空气质量、水环境质量、声环境质量、特别是生态环境质量，都市是无法与之相比的。如地处五岭腹地的郴州市，一年四季空气清新，优质水长流，气候宜人，冬无严寒，夏无酷暑，环境质量长年优良，在湖南省名列前茅，给人们创造了休闲度假的最佳环境。但是，乡村旅游及相关产业的发展，给广大农村的环境质量带来了极大的冲击。景区生活污水污染、生活垃圾污染、车船油污污染以及各类噪声污染日显突出；旅游食品生产加工、工艺美术品制作加工造成的工业废气、废水、废渣污染日趋严重。更值得一提的是，一些为富不仁者也在“土”字上做起了邪文章，有的采用“洋”办法，将并不具特色的东西穿上“土特产”的外衣，贴上“绿色产品”的标签，成为市场上的高档商品；有的干脆采取土办法，在低价收购的劣质土产品、甚至禁止销售的有毒有害产品中，直接掺入禁止使用的添加剂，达到增强色、香、味的强烈效果，大量充斥市场；有的甚至采取赤裸裸的卑劣手段，在动物宰杀时直接注入未经任何处理的地表水，使得美食佳肴变质变味，成了有毒有害商品。于是乎，貌似绿色、实则污染有害食品成了生态饮食品，深藏寄生虫的野生动物食品和野生动物冒牌食品成了山珍海味，这些行为不仅玷污了美食文化、损害了生态文明声誉，而且严重损害消费者权益，危害广大游客身心健康和人身安全，最终将影响旅游区的声誉，制约旅游及相关产业的发展。更有甚者，随着城市、工业环境污染治理力度的逐年加大，一些名目繁多的违法污染企业逐步向监管力度较弱、隐蔽度较强的广大乡村转移，选择生态良好、交通不便的深山密林土法上马，致使宝贵的自然环境遭受严重污染，富饶的自然生态环境资源遭受极大的破坏，给游客们崇尚生态文明的美好心蒙上了可怕的阴影，给游客们在旅游观光休闲的过程中增添了无形的健康压力，也给生态旅游经济的良好发展势头设置了危险的障碍。也许有人会说，农村是一个广阔的天地，自然生态资源极为丰富，开发自然景观和人文景观损坏一点生态资源、影响一点环境质量在所难免；乡村环境容量极为广大，旅游业带来的污染比及城市工业污染微不足道。有人也说，生态破坏了是要恢复，环境污染了是要治理，只是目前乡村经济相对贫困，待到旅游业发展起来了，经济基础雄厚了，再治理恢复也不迟。诸如此类的“无害”、“难免”、“先污染后治理”、“先破坏后恢复”的种种说法，是当前在发展乡村旅游中较为普遍、客观存在的思想观念的具体反映。对于这些说法，无论从保护环境资源的角度看，还是从发展旅游业的角度看，都是错误的。乡村旅游业靠环境资源特色起家，靠环境资源特色兴旺，如果环境被污染，资源被破坏，何谈发展旅游业，更谈不上旅游业的可持续发展。不仅如此，乡村旅游及相关产业经济只是整个农业经济的一部分，农村环境资源的严重污染破坏，必将使农业生产、乃至整个农村经济社会与人的发展陷入万劫不复的悲惨境地。因此，乡村旅游及相关产业的发展，必须坚持在保护中开发，在开发中保护，努力打造农业和旅游业及其相关产业同时健康发展、游客健康需求充分得到满足的健康品牌。开发利用旅游资源，必须建立健全污染治理机制，旅游及相关产业项目在开发建设中，污染治理设施应该与主体工程同时设计、同时施工、同时投入使用，实现“三废”达标排放，使旅游产业真正成为生态产业、循环产业和清洁产业；必须建立健全生态补偿机制，切实做好水土植被的修复工作，确保乡村自然生态环境更美好，更神奇，更具吸引力；必须坚持节约原则，旅游及相关产业在经营过程中，应该争取以最小的环境资源成本获得最大的经济效益与社会效益；必须坚持循环原则，严格按照市场需求、在满足旅游产业所需资源量的前提下，兼顾资源所具多元素的特征，克服顾此失彼、去“粗”取精的做法，充分挖掘再生资源的利用价值和潜力，使之循环利用，减少污染浪费，实现清洁生产，走出一条“低投入、低消耗、低污染、高产出、高质量、高效益”的集约型、生态型旅游产业化路子，实现经济、社会与环境“共赢”的目标。

## 三、充分发挥文化遗产优势，打造乡村旅游软件品牌。

- 逃离一线城市 摆脱“伪幸福”
- 没有地铁的城市是一个不完整的城
- 到二线城市先思虑“再定位”
- 什么样的城市让生活更美好？
- 大城市与小城市的幸福计算公式
- 创建文明城市如何增强“软实力”？
- 对城市建设的深体会

广大农村同样蕴藏着极其丰富的人文资源，这是我国发展乡村旅游事业另一大源泉。就象外族人不甚了解博大精深的民族文化艺术一样，都市人并不甚了解丰富多彩的民间文化艺术，对于不同地域的乡村，风俗习惯也不尽相同，乡村旅游及相关产业的发展，无疑起到了传播民间原生态文化最为有效的媒体和载体的作用，无疑成了民间原生态文化发掘、整理、创作的巨大动力。没有文化底蕴的自然景观乃至旅游及相关产业，是缺乏活力和生命力的，只有充分挖掘、精心创造风格各异、个性突出、独领风骚的民间文化软件品牌，才是提升乡村旅游品位、尽可能多的吸引游客的关键所在。假若你走进郴州市这么一个多民族地区，坐在湘南民居观景听风，畅饮高山菊花茶，品尝湘南美食，欣赏乡村文艺表演队简单而古朴的原生态文艺展示，还是行走在“林中之邑”的林荫青石路上，感受自然、淳朴的乡间风貌和民风民俗，岂不别有一番情绪？如果走在东江湖畔，那里不仅可以欣赏到水天一色的自然风光，而且可以看到原汁原味的民居建筑，更能够品评岭南说唱艺术，岂不心旷神怡、悠哉乐哉！但是，当前一些乡村旅游景区为了吸引游客，假弘扬民间文化之名，行宣扬消极文化之实现象普遍存在，算命看相、兜售灵丹妙药、祖传秘方者成群结队，装神弄鬼、加官做道场的场面比比皆是，庙宇道观四处林立，甚至民间生活中一些“只可意会，不可言传”的、低级庸俗的东西也堂而皇之登上了大雅之堂。而有些地方在旅游设施建设和软件开发方面则出现另外一种现象，那就是忽视民间文化的开发，不惜重金塑造中外闻名的人文景观，兴建“洋”式楼堂馆所，引进都市甚至国外的“高雅”文化艺术形式，这是典型的“崇洋媚外”现象，是乡村旅游开发得不偿失、“赔了夫人又折兵”愚蠢做法。针对这些问题，我们开发乡村旅游软件，一是要注重发挥当地文化遗产优势。在许多乡村，一座山有一个神秘的传说，一条河有一个动人的故事，甚至一个不显眼的建筑，一棵普通的树木，也有一段美丽的佳话；一首歌谣，一句谚语，都深藏着一定的科学文化内涵和生产生活哲理；那些与青山相依、与溪水相伴的民居民寨，更是包容着历史形成的、浓郁淳朴的民间文化厚实底蕴。我国的原生态文化主要发源形成于广大乡村，山里人从事耕种收的劳动习俗，衣食住行娱乐的生活习俗，各具特色，五彩缤纷；山里人逢年过节、生日喜庆、婚丧嫁娶、求雨求子、祈福祈寿、还愿感恩之类的喜事善事大事，少不了举办集中祭祀、红白喜事、庙会香会等活动。祭祀活动自古以来便是民间原生态文化的集中展示，因而每一次这样的活动无疑都是一场乡村文化盛会。这些美妙动人的民间文化形态，都是前辈的原生态作品，是我们宝贵的精神财富，不可多得的文化遗产。这些独具特色的人文资源的发掘、整理、创作、传播，给乡村旅游事业的发展，留下了漫长的时间、广阔的空间和无尽希望。二是要充分挖掘文化内涵，提升民间文化品位。对于乡村旅游文化资源的开发利用，保持原汁原味是基础，提升文化品位是关键。乡村旅游开发，仅靠普通的自然资源、人文资源和环境资源是不行的，必须充分认识和发挥那些让外地人感到新鲜优雅、当地人习以为常的民间文化艺术资源的开发价值和潜力。民间文化遗产是留给我们进行文学艺术创新的素材，随着旅游事业的高速发展，“吃祖宗饭”显然是不够的，“吃祖宗嚼烂的饭”，时间长了更是枯燥无味的。因此，我们必须注重开发出更多的软件产品，置于景点景区之中，体现在行游食宿购娱各个环节，使之成珠成串，与硬件产品交相辉映，以丰富旅游产品的形式和内容，让众多民族、乡村艺术资源不至于闲置浪费，努力使资源转化为经济优势。开发利用民族文化、民间艺术资源，必须充分发挥想象力和创造力，注重软件产品的品位和价值，并非空想幻想，胡编乱造，而要既重其形，更重其神，使之形神兼备。既重其俗，更重其雅，达到雅俗共赏的目的。还要做到去伪存真，去粗取精，既要充分吸取民族文化精髓，弘扬民族文化精神，又要注意剔除封建文化糟粕，抵制腐朽没落文化，不得将低级庸俗、封建迷信的东西当作文明成果进行传播展示，危害游客、特别是未成年游客的身心健康，还要坚持不懈地弘扬主旋律，打击非法文化活动，遏制消极文化发展势头，为广大游客提供健康有益的人文环境，使乡村旅游文化适应历史发展、时代进步的需要。三是注重地方特色，体现不同个性。乡村旅游产品的个性特色，决定乡村旅游及相关产业发展的命运。一方水土养一方人，一个民族酿制出一种特色文化，千姿百态的民间特色文化，都是人与自然和谐相处的杰作，是各地民间艺人智慧的结晶，是丰富中国乃至世界文化艺术宝库的珍贵遗产。只有各地天造与人为相映成趣、独具特色的生态原貌和民间文化，只有让人观景可觉自然之亲、悟理可感天地之灵的自然景观与人文景观，才是最吸引游客的源泉。人们忽视民间原生态文化的开发利用，鄙视“下里巴人”之作而盲目追求“阳春白雪”，不惜以伤害自然生态原貌为代价，随意塑造“似曾相见”的人文景观等行为，其实是没有真正理解“旅游观光”的根本要义，没有顾及游客追求生活美、文化美、风景美的价值取向和心理需求，其结果往往弄巧成拙，不仅没有提升旅游产品的品位，增强对游客的吸引力，反而削弱了地方特色，降低了旅游区的知名度。试想，要观光这些似曾相见的人文景观之类的旅游产品，城里人还须艰苦跋涉到乡村来吗？城市里不仅数量多而且档次高得多呢！游客完全是冲着乡村的奇山异水、人文历史、民风民俗、优质环境而来的。因此，对于乡村旅游资源的开发，无论是自然资源，还是人文资源，都必须看重“民间的”，珍惜“自己的”，只有打造出更多、更新、更美、更吸引游客的完全属于“我们的”旅游精品力作，才能实现旅游业可持续发展，实现农村经济效益、社会效益与环境效益“多赢”。

录入：胡雁霞 责编：钟欣

免责声明： 本文系转载相关媒体，仅代表作者个人观点，与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈

述文字和内容未经本站证实，文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

#### 相关内容

- 长三角城市间旅游业功能关系探析
- 增城旅游业发展的经验和做法
- 大连旅游资源开发的经验与展望
- 烟台市旅游资源整合开发策略研究
- 中国第一风雅古城——扬州旅游品牌

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [申请友情链接](#) | [版权与免责声明](#)

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：[czyb1102@163.com](mailto:czyb1102@163.com)

版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备05086808号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved

