

此页面上的内容需要较新版本的 [Adobe Flash Player](#)。



您现在的位置：[中国城市发展网](#) > [城市理论](#) > [城市资源旅游](#) > [文章正文](#)

- [2008年中国城市创新能力科学...](#)
- [关于出席《2009全国中小城市...](#)
- [举办市长、局长（生态旅游）...](#)
- [《中国城市年鉴》2009年卷](#)

政府
最新热门
<ul style="list-style-type: none"> ■ 旅游市场竞争全球化条件 ■ 浅谈塑造桂林旅游新形象 ■ 开发钦州市旅游业的探讨 ■ 论广西旅游业创新发展的 ■ 谈大力发展廊坊市休闲旅 ■ 关于提升休闲农业旅游地 ■ 浅论乡村旅游与农村旅游 ■ 乡村旅游发展问题与对策 ■ 乡村旅游发展中存在的问 ■ 中国旅游饭店定位的创新 ■ 吉林省冰雪体育旅游产业 ■ 长沙市影视旅游开发浅析 ■ 当前云南旅游资源优势及 ■ 城市水业的新机遇新模式 ■ 焦作市土地节约集约利用
最新推荐
<ul style="list-style-type: none"> ■ 双鸭山将在全省率先创建 ■ 泛北部湾区域旅游合作的 ■ 泰州发展城市旅游的对策 ■ 乡村旅游：三十年与三个 ■ 以“软实力”来推动旅游 ■ 打造“夏都”专家谈：“ ■ 打造旅游地灵魂的三大 ■ 东方明珠：借助世博演艺 ■ 抓住良机积极发挥兵团旅 ■ 抢抓机遇，努力把白山建 ■ 构建鄂西生态文化旅游圈 ■ 雷山倾力打造“中国苗族 ■ 水资源的资产化、资本化 ■ 桂林旅游产业与城市经济 ■ 城市旅游发展模式选择的
学校

桃花源休闲旅游应凸显“口红效应”

作者：彭石头 文章来源：红网 更新日期：2009-3-17 [收藏此页](#)

“口红效应”一词已经伴随世界金融危机，一起步入国人视野，成为最热门的词语之一。“口红效应”源自经济学界对某些消费现象的描述，每当经济不景气，廉价非生活必需品例如口红的销量反而会大幅飙升，因为这些商品能对消费者起到身心双重“安慰”作用。在经济危机的“寒冬”中，大量人群受到冲击，出现闲暇时间，社会心理出现焦虑、不安等特征，人们更想从现实困境中暂时逃脱，以世外桃源、人间仙境立题的桃花源无疑是休闲旅游这支“口红”的不二选择。笔者以为，常德应以休闲旅游为取向，大力培养、挖掘和提升桃花源旅游在区域旅游中的龙头带动和骨干支撑作用，自觉融入大湘西旅游经济圈，推动桃花源风景区走出湖南、推向全国，并打造成世界性旅游目的地。

一、桃花源具有发挥休闲旅游“口红效应”的客观基础

有研究者总结，要做“口红效应”里的那支“口红”，必须满足几大条件：首先，价格够低；其次，具备心理安慰作用；最后，相比同价位的消费品，它的安慰作用更强，竞争力也就更强。从这一方面来讲，桃花源具有着其他景区难以比拟的先天优势。

一是人文底蕴醇厚绵长，可满足思古探幽之求。桃花源是东晋大诗人陶渊明描绘的人间仙境，自《桃花源诗并序》问世，便广为后人以文就景印证，以至文景声名两盛。《桃花源诗并序》所述避秦绝境，恰与沅水之滨武陵郡桃花源吻合，被历代文人羽士作为“世外桃源”原型或真迹推崇，至今已有1600多年的历史。桃花源在历史上是中国古代道教圣地之一，有第三十五洞天、第四十六福地美誉；千百年来，桃花源咸集文人墨客，忙煞古今游人，历代文人骚客或吟诗题咏，或撰事纪志，或著文立碑，或挥毫入匾，为文坛史库留下大量文珍墨宝。桃花源寺观亭阁之盛，诗文碑刻之丰，历史传说之奇，天下闻名。

二是自然景观丰富多姿，可供寄情山水之托。桃花源景区气势恢弘，内部境界幽奥秀美，外部境界雄浑壮阔。山川自然妙造，有山生绝境、水造迷津、山回路复三个明显特征，以致成为内有避秦绝境，外有水网迷津的物质基础。其山峦、岩体、水体、河洲、洞穴、峡谷、天象、生物景观多姿多彩。桃花源春季丝雨迷濛，烟云舒卷，各路花仙荟萃，香风馥雨中唯桃花流水称胜。目前景区共有桃花品种类型63种，栽培10万多株，时序桃花群落总花期长达43—45天，唐代诗人王维《桃源行》中“春来遍是桃花水，不辨仙源何处寻”，仍为今日桃花胜状真实写照。

三是风情民俗独特好奇，游客可参与其中放松身心。桃花源景区内内有的秦风楚俗，以其普遍而原始的行为艺术形态，融和渗透于旅游服务和节日庆典之中，使“世外桃源”内部境界生活画面更为丰美。秦人村景区居民，至今古冠古服，筒饭鱼羹，擂茶腊酒，好客如初。凡有远客贵客临村，仍如《桃花源诗并序》所述“便要还家，设酒杀鸡作食”，并于席间敬食鸡头为大礼大义。周围地区老百姓浓厚的具有地域特色的乡土文化和民情风俗，节日庆典，大兴傩戏傩舞、板板龙灯等大型游乐活动，古香古色，别生余韵。清明前后，是人们来桃花源踏青春游的大好季节。在这段时日里，桃花源方圆数十里，不分男女，不论老幼，不管尊卑，不辨官民，文人墨客，山野樵渔，都无约而聚，挤满桃花源，闹红桃花源。久而久之，每年清明前后（俗称“前三后四”）便成了桃花源的盛会期，并沿袭至今。

四是交通区位优势明显，可倚背张家界和长沙。从地理位置上讲，桃花源西接世界遗产、世界地质公园、国家重点风景名胜区、国内首批5A级旅游景区的张家界，东接国家历史文化名城长沙，处在长沙、常德、张家界旅游走廊上。《湖南省“十一五”旅游发展规划》深度开发的8条旅游精品线路，其中第一条就是长沙—常德（桃花源）—张家界—湘西（猛洞河）的山水风光旅游线。从旅游行程安排上讲，由于张家界和长沙建有两个国际性的空港，使其成为游客抵达和返回的进出口，桃花源正处于两者的中点，距离长沙和张家界分别约两个小时车程，易于纳入旅游回路中。从功能定位上，近年来，常德已经认识到自己所处的区位优势，以挖掘桃花源文化内涵、开发沅水风光和完善景区功能配套，依托丰富独特的资源和良好的区位优势，强力推进区域旅游经济一体化，在湘西北旅游圈中接待服务优势日趋明显，大有成为湘西北旅游经济圈中游客集散中心势头。

五是生态文明旅游取向，迎合现代都市生活群体心灵诉求。陶渊明笔下的“桃花源”主张丰衣足食，勤俭治家，这是一种可持续发展的模式，就是现在大力提倡的“两型社会”（资源节约型和环境友好型社会）的最初理想，只不过现在的“两型社会”是在全球化背景下建设的“两型社会”，与“桃花源”封闭、不与外人接壤的“两型社会”相区别，是层次更高的“桃花源”。另外，从心理学的角度来说，人的发展，不是单纯地要求自由，而是要领会对自然的感悟，在绿水青山之间，在风拂稻苗之时，这何尝不是一种逍遥之乐呢？人心思和谐，人心思古朴。“水回青嶂合，云度绿溪阴”，当游客沉浸在“偶闻黄发石

机构

博客之星

相关文章

[投资休闲旅游地产正当时](#)

中语：时有白云衣上生”的意境，自会有一种幽深恬静之感。

从旅游心理学角度来看，旅游就是要走“你无我有”、“你有我优”的线路。如以此衡量，身兼国家重点风景名胜区、国家4A级旅游区、国家重点文物保护单位、国家森林公园诸多头衔的桃花源风景名胜区，既有以自然山水为基础的旅游环境美，也有以神话寓言为主题的“人间仙境”美，还有以社会文明为依托的民俗行为美，完全具有打造成发挥休闲旅游“口红效应”的那支口红。

二、桃花源休闲旅游距离发挥“口红效应”尚有差距

经过多年经营，桃花源知名度越来越高，影响力越来越强，市场半径越来越大，客源市场由近距离扩展到了远距离，由散客市场扩展到了团队市场，由境内扩展到了境外。桃花源现已拥有了极高的知名度和美誉度，成为了旅游界一个知名度较高的品牌。但距离成为金融危机下发挥休闲旅游“口红效应”的那支“口红”，还有许多地方需要改进。

一是核心竞争力不够。桃花源这个名胜古迹，神州大地家喻户晓，东晋大诗人陶渊明在《桃花源诗并序》中描绘的“世外桃源”，环球之内尽人皆知。但桃花源景区一定程度上还存在着“藏在深山人未识”尴尬，近者知，远者不知；近者来，远者不来。游客主要是国内特别是省内游客，境外团队所占比重较小，与东邻长沙、西邻张家界的游客结构差异很大。欲提升常德旅游产业在大湘西旅游经济圈的核心竞争力，桃花源必须作进一步挖掘。

二是旅游纵深不开阔。桃花源旅游既没有与周围的花岩溪、夹山等景区形成旅游回路，也没有与近在咫尺的张家界、长沙实现有效捆绑，迟滞效应不突出，多是过路观光游客，没有象张家界、凤凰等景区一样成为旅游目的地，更没有形成跨夜旅游的态势。游客投入时间有限，且多只光顾桃花源核心景区，沅水风光带和外围景区并没有真正开发出来，由此带来的经济产出也必然有限。

三是产品开发不应景。目前旅游项目仍然停留在观光阶段，忽视桃花源赋予游客放松身心、心灵回归的期望，游客的参与性、体验性缺乏，易产生旅游疲劳。另外，只是季节性的旅游胜地，单纯注重春天这一季节，没有将春夏秋冬形成一个有机链条，导致旅游资源闲置浪费。

[1] [2] 下一页

[查看原文](#)

文章录入：刘佳 责任编辑：刘佳

- 上一篇文章： 以系统思维统筹珠江流域水资源配置与保护
- 下一篇文章： 资源城市转型需要标本兼治

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

 网友评论：（只显示最新10条。评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！）

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [各地工作站](#) | [联系我们](#) | [会员城市名单](#) | [版权申明](#) | [友情链接](#)

主管：中国社会科学院 主办：中国城市发展研究会 承办：中国城市发展研究会网络中心 大城小市（北京）文化传媒有限公司

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：ccyb1102@163.com 法律顾问：北京中逸律师事务所李建新律师

Copyright©2006-2007 All Rights Reserved 版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备05086808号

本网站非赢利性网站，如果侵犯了您的权益请与管理员联系，我们一定及时更正。