

# 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

## 南江打造红叶品牌 建设西部旅游名县

作者：中共南江县委书记 青理东 来源：网络 添加日期：10年04月27日

南江有光雾山国家重点风景名胜区、米仓山国家森林公园两个“国”字品牌，有神门、小巫峡两个省级风景区，这些品牌是我们发展旅游产业的优势所在。红叶是南江的特色，是两个国家重点风景区的亮点，特别是由红豆杉、巴山水青冈、银杏等珍稀树种构成的红叶景观，是南江旅游的形象大使。依托红叶资源、挖掘红叶文化、开发红叶产品、打造红叶品牌是构建南江旅游的形象、增强旅游产业竞争力的关键和基础。根据省委、省政府建设旅游经济强省和市委、市政府建设旅游经济新市的战略部署，我们将以打造南江红叶品牌为突破口，加快建设西部旅游名县。

依托红叶资源，展示光雾山景区全新形象

光雾山景区有独特的红叶景观，每到秋天，红叶便成了景区的主色调，成为景区的新亮点。光雾山红叶有五个特点：一是面积大，气势壮观。景区幅员680平方公里，红叶景观就有430平方公里，金秋十月呈现出万山红遍、层林尽染的绚丽奇观。二是色彩丰，五彩斑斓。一般红叶以红色为主，而光雾山红叶颜色变化梯级推进，以蓝、绿、黄、橙、红为主，形成了绚丽多彩的景观，这是其它地方红叶观赏区无法相比的。三是周期长，景色分明。光雾山温差较大，红叶观赏时间可达两个月，一般分三个阶段：第一阶段看红叶的五彩斑斓；第二阶段看红叶层林尽染；第三阶段看万叶飘丹。四是种类多，内容丰富。光雾山树种有2300多个，而红叶品种有巴山水青冈、槲树、黄栌、枫树、槭树、红桦、黄羊木、银杏等千个树种。五是品位高，出身名门。景区红叶树种多为珍稀植物，观赏、科考、纪念价值很高。特别是巴山水青冈，系冰川时期的植物“活化石”，世界少有，中国仅有，南江独有，其纯林和混林面积超过30平方公里，是世界上分布最集中，面积最大、原始保存最完好的一片。英国、德国、法国、加拿大、新西兰、美国植物专家曾先后多次到景区考察，德国、法国、加拿大科学家把光雾山景区称为“金区”，把光雾山红叶叶称作“金叶”，德国还将投资500—800万元保护这片红叶资源。红叶资源是光雾山自己的特色是珍稀树种交织而成的独特景观。光雾山红叶品牌的树立，将对南江最终形成“春赏山花、夏看山水、秋观红叶、冬览冰挂”四季特色突出、主题鲜明的旅游品牌优势起到极其重要的作用。

挖掘红叶文化，提升光雾山景区旅游品位

文化是旅游产业的灵魂。光雾山景区虽然“奇秀天下，永生光辉”，但是对于文化的思考，起步较晚。挖掘红叶文化，是对光雾山旅游文化内涵的充实，是探索人与自然和谐相处和共生共荣的文化。一是挖掘生态文化。红叶是一种自然资源，本身就是一种生态文化。特别是巴山水青冈、银

### 推荐专题



衢州新型化城市



温江·中国城市西



资源枯竭型城市



低碳城市引领新

### 城市案例

- 宜兴新形象 构建大外宣格局（案例）
- 景德镇城市形象策划与推广方案（一）
- 白沟镇的“品牌强镇”战略规划案例
- 西安“中华圣城”城市品牌定位借鉴
- 黎平“侗乡之都”策划案例（三）
- 梧州的城市功能定位、品牌及主题文
- 山东省惜福镇城市形象总体策划案
- 成都宽窄巷子历史文化保护区景观

### 城市图说



湖南娄底市新化



世博园内忙碌的



张家界现“阿凡达”



南昌市大学生举

杏、连香树、鹅掌楸、红桦、红豆杉等红叶，既可休闲观赏、美学欣赏，又能科学考察和纪念收藏。挖掘这些珍稀物种的文化内涵，就能提升景区档次。二是包装人文文化。就是要赋予红叶景观引导性的名字和有吸引力的故事，使红叶景观和历史景观相映成趣。三是渲染演艺文化。演艺能对旅游发展起到重要的推动作用，我们将以红叶为主题，创作诗词曲赋、音乐书画、歌舞表演，创作出对各个旅游群体都具有吸引力的作品。要把巴人留传下来的山歌和巴渝舞打造得像《树叶吹奏》、《喊山》、《采红叶》等极具卖点的文化旅游节目。四是开发地理文化。光雾山景区1亿多年前是沼泽地带，燕子岩下依稀可见多种的化石，规模较大；断渠公园是地壳变迁时形成的洞穴群落奇观，石林集中，仪态各异。这些地理文化是景区无价之宝，要坚持在保护中开发、开发中保护的原则，琢磨好地理文化文章。五是经营历史文化。光雾山景区历史文化厚重，是巴人文化的中心区、汉文化的交汇区、三国文化的重点区，这些古代历史文化是南江早期开发、开放、发展、辉煌的见证。这里还是全国第二大苏区，徐向前、李先念等率领红四方面军，在这里战斗和生活的三年。巴山游击队凭借光雾山的红叶林海，浴血奋战长达五年之久。这些历史文化遗迹已经和自然风景融为一体，应切实加强保护、开发和利用，使丰厚的历史文化资源显现出强大的吸引力。六是发展民俗文化。南江的民俗、戏曲等是旅游文化的重要基础。泸沽湖因走婚而出名，光雾山可以靠巴山民俗风情出名。在旅游开发中，要传承巴人的优秀文化，丰富民俗文化，修建巴山民居，把桃园镇铁炉坝打造成川北民俗村；要做响山歌品牌，开发“见景唱景、见人唱人”即兴演唱项目，把导游词与山歌有机结合，让山歌成为光雾山的景中之景；要整合民俗资源，广泛收集和整理民歌、民俗、风情，研究巴人文化，使景区旅游文化独具巴山、巴人、巴风的特色。

### 开发红叶产业，做活光雾山景区旅游经济

以开发红叶为主体的旅游产业是做活旅游经济的现实选择。一是抓好以红叶观赏为核心的旅游精品景点。光雾山景区红叶可观赏区域很大，要围绕珍稀树种核心区开辟红叶景点。要全力打造光雾山山门红叶景观区，加大力度开辟大兰沟、小兰沟水青杠红叶观赏区；开辟贾郭山和天然画廊红叶观赏区；开辟九角山枫树、黄栌红叶观赏区。要围绕时间推移，按照海拔梯度开辟红叶景点。根据红叶始红、正红、飘落三个阶段，开辟红叶观赏区，让游客既能看到色彩斑斓的红叶，又能看到如火如荼的红叶，还看到随风飘飞的红叶。要围绕红叶景观配套，开辟原始生态游赏、地貌景观游赏、人文景观游赏景点，全力打造光雾山国家重点风景名胜区四季都有看点的全新形象。二是抓好以红叶游园为载体的旅游黄金线路。线路的设计和组合，必须把旅游资源、旅游设施和旅游服务连接起来，与游客的期望相结合，与顾客的消费相适应。旅游线路和旅游服务是无形的旅游产品。要根据自然景观和游客需要，开辟普通观光旅游线路和特种专项旅游线路。开辟一日游线路和多日游线路；开辟汽车旅游线路、摩托车旅游线路、步行旅游线路；开辟团体旅游线路、休闲旅游线路、体验旅游线路。三是抓好以红叶实物为重点的旅游纪念品。红叶产品很有收藏价值和纪念意义，要把红叶实物作为观光旅游光雾山的纪念产品推出，重点开发好红叶标本、红叶书签、红叶胸花、红叶卡通、红叶邮票等纪念产品。四是抓好以红叶形象为标记的旅游系列用品。红叶色泽亮丽、形象美观、品质高雅，是高品质和高档次的象征，以红叶图案为标记的产品具有很大的商业价值和潜力。我们将重点开发好红叶台历、挂历、扑克、卡片、明信片、手提袋、文化衫、发髻、木鞋、手杖、草帽等。结合发展“石头经济”，开发大理石、青石、花岗石等红叶彩雕、石刻。五是抓好红叶产品，为延伸的旅游绿色食品。旅游产业是一个关联度极高的产业，抓好与红叶相配套的旅游食品，丰富餐饮文化，形成红叶产业经济体系。

### 打造红叶品牌，建设西部旅游名县

品牌就是竞争力，随着品牌效应产生，资源就可以最大化的转变为资本优势和经济优势。一是实施旅游形象推动战略。知名度是旅游业发展的前提。光雾山要把一个鲜明而极富感召力的旅游形象推介出去，塑造出独具特色、不可代替的旅游形象，必须通过聘请国际或国内的公众人物担任红叶形象大使，或通过比赛评选旅游形象代言人等活动，把光雾山推向世界；通过举办全国性以光雾山红叶、光雾山旅游为主题的文学、书画、摄影大赛，将光雾山的红叶提高到艺术创作和美学鉴赏高度；通过摄制大型电视片和精短广告片，在电视、网络传媒上宣传红叶，提高光雾山的知名度；通过名词曲唱嘴唱响红叶，提高光雾山美誉度；特别是要办好一年一度的“光雾山红叶节”。二是实施旅游品牌拉动战略。要打造自己的优势品牌，形成标志性特色品牌。向高品质要效益，向高质量要市场，向名品牌要竞争力。要像云南打造“香格里拉”、“丽江古城”一样，大力推出“光雾金区”的旅游主题，全力打造“光雾仙山”旅游品牌。努力形成“春赏山花、夏看山水、秋观红



烟台降雪气温降



美丽玉树：书声与

### 城事声音

- 鄂尔多斯改变了我对“创城”的偏见
- 水淹的广州凸显城市之病
- 给世博会让路的另一种解读
- 如何让百姓感到城市的温暖
- 万州城市色彩色调和建筑个性化的
- 北京：城市交通治理好似笨媳妇和面
- 南京：三问城市交通之“堵”
- 易中天谈宜居城市建设：城市最怕破

叶、冬览冰挂”四季特色突出、主题鲜明的知名品牌，再承载这个品牌优势，走连锁品牌之路，尽快把南江提升为一个充满神奇、多姿多彩、个性鲜明的特色旅游名县。三是实施民间资金启动战略。坚持政府主导、业主开发、市场运作，在资源开发和利用上，将出台更加优惠的政策，创造更加适宜发展的环境，启动民资、吸引外资，用大气魄、大胆略，把旅游设施建设、景点开发、景区经营推向市场。以骨干企业为龙头、以资本为纽带，对重点景区、重点项目进行包装，招商引资、广泛融资、铸造跨行业、跨所有制、跨地区的旅游业“航空母舰”，提高综合开发、整体促销、规模经营的能力，壮大旅游产业规模、带动南江旅游跨越发展。四是实施产业互动战略。旅游是综合产业，关联度强、辐射面广、带动性强。要努力使旅游业带动相关的交通、宾馆酒店、金融、信息等产业，形成紧密联系的产业链条，互为动力，协调发展。要整合产业要素，在吃、住、行、游、购、娱六大环节上齐头并进，在观光、休闲、体验三种旅游形式上齐头并进，既要追求效益的最大化，更要追求效益的持久化。要发展大旅游，搞好区域旅游协作，使区域旅游与经济实现一体化。要努力实现旅游与文化的良性互动，加快城市化建设进程，打造南江县城、乐坝镇、桃园新镇，开成稳定的、持久的人流、物流、信息流和资金流；加大旅游“同化”力度，吸引能人，减少农民，让更多的人从业旅游，促进和带动第三产业的发展。

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

- 三省坡旅游圈民族旅游品牌发展浅
- 国内文化旅游品牌化研究
- 二连浩特“四大”旅游品牌拉动旅游
- 贵州以文化为支撑打造旅游品牌分
- 陕西开发六大主题旅游品牌

[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：ccyb1102@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

