

原文刊于《中国旅游报》2006年9月18日

我国生态旅游发展的十大误区

中国社会科学院旅游研究中心 宋瑞

日前，国家旅游局、国家环保部和建设部在九寨沟联合召开生态旅游现场交流会，并在旅游与环境保护的关系、各利益相关者的作用等方面达成了共识。三个职能部门的携手，让人们对我国生态旅游的健康发展充满期待。然而，不容忽视的是，目前我国各地区、各部门在发展生态旅游过程中，对其性质、规模、作用、发展方式、衡量标准等还存在不同理解，其中不乏一些错误认识。消除这些误解，是促进我国生态旅游健康发展的一个重要问题。

具体来说，存在以下十大误区。

误区 1：在发展原则上，将生态旅游等同于可持续旅游发展原则本身。

目前一些研究者把生态旅游当作是指导旅游业发展的一种原则、模式、规划方法、管理方法，将其看成是适合所有旅游形式、所有地区、所有旅游相关建设和管理的一种普遍原则，于是便有了各种冠之以“乡村生态旅游”、“城市生态旅游”的项目和规划。实际上，生态旅游是实现可持续旅游发展原则的一种典型形式，但不是唯一形式，更不是可持续旅游发展原则本身。所有的旅游活动，尤其是占主流的大众旅游，都应该遵循可持续发展原则，将对环境和社会文化的负面影响降低到最小。而将生态旅游混同于可持续旅游发展原则，将导致对生态旅游的泛化理解，造成认识和管理上的混乱。

误区 2：在道德价值上，认为只有生态旅游才是好的，而其他旅游形式就是不好的。

这种错误理解实际上是基于第一种观点而产生的，认为只有生态旅游是好的，是道德的，是可持续的，而其他旅游形式，特别是大众旅游必然是不可持续的。很多研究者还详细列出了大众旅游与生态旅游之间的种种差异来说明“好”与“坏”的不同。由于生态旅游这种道德上的天然优越性，使得许多地方和企业对它趋之若鹜，想尽一切办法拼命贴上这个道德的标签。实际上，尽管生态旅游是在人们对传统旅游进行反思的基础上产生的，但是反思的结果不是用生态旅游替代、消除大众旅游，而是要起到借鉴、示范的作用。生态旅游与其它旅游形式之间的最终区别不是好与坏、可持续与不可持续的差别，而是产品类型和形式的不同。

误区 3：在发展范围上，把生态旅游看成是所有地方，尤其是经济落后地区旅游发展的普遍选择。

目前在业界存在一种普遍认识，即生态旅游为很多地区，尤其是西部落后地区和旅游发展后发地区带来了绝好的发展契机，是这些地区实现跨越式发展的最佳方式。实际上，发展生态旅游除了需要丰富而独特的自然资源和社会文化特色以外，更重要的是各相关主体和要素的条件，既包括旅游供给方（旅游目的地），也包括需求方（旅游者）；既包括旅游开发商和经营商，也包括旅游管理部门；既包括旅游业的相关行业，也包括旅游目的地当地居民；既包括硬件设施和技术条件，也包括人员素质和管理制度。总之，生态旅游不可能成为所有地区或者大部分地区旅游发展的普遍选择，而对于旅游发展后发地区来说，也不是拥有了丰富的自然资源，就天然地具备了发展生态旅游的所有条件。

误区 4：在功能定位上，把生态旅游看成是带动当地经济发展的龙头。

从上世纪末本世纪初开始，我国部分地方出现了生态旅游热，一些省份还提出了建设生态旅游大省的目标。需要提醒的是，尽管发展生态旅游能够改善当地的社会经济状况，但是生态旅游在经营方式和经营规模上有一定的要求和限制，希望借其赚大钱的想法是不现实的。认为生态旅游能够承担地区经济发展龙头的重任，将地区经济发展的希望主要甚至全部寄托在生态旅游上的想法，最终不仅会扭曲了生态旅游的本质，而且难以达到预期的结果。

因此，不能过分夸大生态旅游的作用和地位，应该把它与其他形式的旅游、旅游业和其他产业结合在一起，来制定当地整体经济发展战略。

误区 5：在判断标准上，依然以接待人数、旅游收入等为主要指标来衡量生态旅游的发展。

目前在旅游业内外都存在这样一种错误认识，一方面强调生态旅游有别于传统旅游形式，要促进自然和文化的保护，有利于当地社区的参与，实现环境、经济和文化等的可持续发展，另一方面，却依然使用接待人数、旅游收入、增长率等数量型指标来衡量生态旅游的发展与影响。这种自相矛盾的错误认识，使得单一目标超越了多重目标的重要性，最终也会将生态旅游推入传统旅游的窠臼之中。

误区 6：在具体开发上，用发展大众旅游的观念和方法来发展生态旅游。

实践中，很多人认为搞生态旅游就要大搞设施建设、铺大摊子、上大项目，这种沿用发展大众旅游的方法来发展生态旅游的做法曲解了生态旅游的本质和特点。实际上，在设施方面，真正的生态旅游者在旅游过程中希望体会到与自然和原生文化的互动，为此愿意承受一定程度的艰辛，所以生态旅游不需要大规模的设施建设，不需要建造豪华的宾馆，不需要一应俱全的娱乐设施，甚至不一定需要斥巨资建造高级公路。同时，他们对环境保护措施、环境教育手段、环境监测技术等方面又极为重视。因此发展生态旅游，需要在设施建设、服务提供、管理方式等方面有所创新。

误区 7：在工作重点上，认为发展生态旅游最主要的是解决技术层面的问题。

生态旅游的发展需要解决环境评估、监测、保护等技术方面的问题，但更为重要的是，要建立一种新的平衡机制和社会建制，只有在合理的制度基础上，技术手段的效用才能够得以充分发挥。忽视制度建设而一味强调技术手段，是一种本末倒置的错误认识。对于现阶段的我国来说，合理的制度安排（包括建立严格、规范的环境监控制度以及合理的参与制度和公平的利益分配机制等）才是更加重要，也更为困难的。

误区 8：从实际效果来看，虚化或者夸大生态旅游的现实作用。

目前有两种极端的认识，一种是将生态旅游看成是乌托邦式的理论问题，忽视其实际应该发挥的作用。另一种是把生态旅游看成是解决旅游业一切问题的灵丹妙药。需要明确的是，首先，生态旅游不是一个极端精致的空中楼阁，不是只能在报告厅和教室里讨论的话题。作为可持续发展原则的一种实现形式，生态旅游必须能够在目的地复杂的生态、经济、社会系统中寻求解决贫困、环境退化、文化生存等现实问题的答案。其次，生态旅游也不可能解决旅游业的所有问题。对以大众旅游为主体，同时各种新的旅游形式层出不穷的旅游业来说，重要的是如何在所有领域贯彻可持续发展原则，尽可能地避免对环境和社会文化所造成的各种负面影响。把生态旅游当成是万能的灵丹妙药，企图借此解决旅游业所面临的所有问题是不现实的。

误区 9：从成本收益看，夸大生态旅游的收益而忽视生态旅游的成本。

任何发展都是需要成本的，认为生态旅游只有积极作用而没有负面影响的想法同样是不现实的。无论旅游者多么具有环境意识和文化敏感性，无论企业多么具有环境伦理和社会责任感，生态旅游都不可避免地会带来一定的负面影响，重要的是如何保证最终的整体正效应最大，如何在扩大收益的同时将成本（尤其是环境成本和社会成本）降低到最小，但不是完全没有。生态旅游的发展需要一个全新的成本收益观，需要将生态、社会文化等因素也考虑到成本之中，需要将社区的付出和所得也纳入成本收益分析体系。要根据多个方面（不只是经济角度）、多个主体（不只是旅游企业）的成本收益最大化原则来考虑和衡量生态旅游的发展。

误区 10：在操作管理中，把生态旅游当成是一种市场营销策略。

在现实中，生态旅游经常被当成营销手段、策略、技巧乃至市场标签。一些地方政府和旅游企业，把生态旅游看成是一种时尚、潮流而趋之若鹜，更多地注重了生态旅游的“牌子”，

而并没有认真地在管理制度上下功夫。这种重形式、轻本质，重标签、轻规范的做法，对生态旅游发展的危害极大。

以上种种误区，其间存在密切联系，总的来说，是对生态旅游概念的混淆，对生态旅游功能定位的夸大，对生态旅游发展方式的扭曲。不消除这些误解，就会使我国生态旅游的未来发展走上歧路，不仅扭曲了其本身性质，更会给生态、社会文化、经济以及旅游发展造成不可弥补的损害。