

旅游区位非优区森林公园发展研究

——以广东帽子峰森林公园为例

谢万燕, 虞依娜, 陈丽丽

(华南农业大学林学与风景园林学院)

摘要: 随着生态旅游的发展,我国森林公园数量逐渐增加,大多数森林公园具有良好的风景资源,却受区位非优影响,发展严重滞后。以广东帽子峰森林公园为例,通过实地调查,从资源区位、交通区位、市场区位、认知区位、经济区位的角度进行分析,发现该森林公园资源优势明显,但因周边存在同质景观,以致资源区位优势度不高;内外公共交通不发达;周边景区竞争大,客源市场分散;开发商与市民认知度不高;投资环境差,游客消费能力低等问题。提出挖掘新型旅游发展模式、提高同质景观资源影响力,重视道路建设、建立与热点景区之间的交通网络,开发新的旅游圈、扩大周边市场,加大品牌营销、增加各界认知度,积极吸引企业合作、共同提升经济区位等建议。

关键词: 森林公园; 旅游非优区; 旅游资源非优区; 区位非优区

中图分类号: TU986.5⁺2

文献标志码: A

文章编号: 1671-6116(2015)-01-0052-05

Research on Development of Forest Park with Non-optimal Tourism Location: A Case Study of Maozifeng Forest Park of Guangdong Province

XIE Wan-yan, YU Yi-na, CHEN Li-li

(College of Forestry and Landscape Architecture, South China Agricultural University, Guangzhou, 510642, P. R. China)

Abstract: With the development of ecological tourism, the number of forest parks is increasing gradually. Most forest parks have good tourism resources, however due to their non-optimal tourism locations, the development of these forest parks is severely lagging behind. In this research we took Maozifeng Forest Park in Guangdong Province as a case, carried out the field investigation and analysis from the aspects of the resource location, traffic location, market location, awareness location and economic location, and found the following problems. Although forest parks have obvious advantages in resources, due to homogeneous landscapes in the surroundings, they don't enjoy much superiority in resource locations. The public transit inside and outside of the park is undeveloped. The competition from surrounding scenes is fierce and tourist market is scattered. The awareness of developers and citizens is not high. The investment environment is poor and the consumption capacity of tourists is low. Finally we offer some suggestions based on above analysis including developing the new tourism models, enhancing the influences of homogeneous landscape resources, paying more attention to the road construction, setting up the transportation network with the hot-spots, exploiting the new tourism circle, expanding the

收稿日期: 2014-09-15

基金项目: 国家自然科学基金项目(31100402)、广东省自然科学基金项目(S2011040001125)、华南农业大学校长科学基金项目。

第一作者: 谢万燕, 硕士生。主要研究方向: 生态旅游。Email: sudyxwy@163.com 地址: 510642 广州市天河区五山华南农业大学林学与风景园林学院。

责任作者: 虞依娜, 博士, 副教授。主要研究方向: 生态旅游、生态经济。Email: gzyyn@scau.edu.cn 地址: 510642 广州市天河区五山华南农业大学林学与风景园林学院。

neighboring markets, increasing the brand marketing, enhancing awareness of all walks of life, actively drawing business cooperation and jointly upgrading the economic location.

Key words: forest park; non-optimal location; non-optimal tourism resources; non-optimal tourism location

党的十八大从新的历史起点出发,提出了“大力推进生态文明建设”“努力建设美丽中国,全面建成小康社会”的战略决策。森林公园蕴藏着丰富的自然风景资源,拥有众多体现大自然杰作的自然景观和人类文明活动所遗存的人文景观。随着森林公园的快速发展,有关森林公园方面的研究引起了国内许多学者的关注^[1-6],但众多研究主要是关于森林公园资源调查与评价、公园规划建设、旅游资源开发保护等方面,而森林公园非优区方面的研究却很少,尤其是关于普遍存在的森林公园区位非优区现象的研究。本文以广东帽子峰省级森林公园为例进行区位非优区分析,并提出相关发展建议,为区位非优区森林公园发展提供理论依据。

一、旅游区位非优区

“区位”一词最早源于德文的 standort,于 1882 年由高次首次提出,后被译为 location。区位就是自然地理位置、经济地理位置和交通地理位置在空间地域上有机结合的具体表现。“非优区”作为一个本土的概念,最早是 1993 年许春晓关于旅游资源非优区的研究^[7-9],后来随着旅游业的发展,“非优区”越发引起关注,又有众多学者投入到旅游非优区的研究,但大多仅从资源的角度考虑非优区^[10-12]。隆学文等^[13]认为单从旅游资源的角度研究非优区是不全面的,具体可从资源区位、经济区位、客源区位、交通区位、文化区位、认知区位来评价旅游非优区。目前,对于非优区的概念研究虽然较多,但没有人将旅游非优区、旅游资源非优区、旅游区位非优区及资源区位非优区明确界定,以至于出现概念上的混淆。栗路军等^[14]认为,旅游非优区、旅游区位非优区等同于旅游资源非优区。更有很多学者直接把资源区位非优归于旅游资源非优,或者把后者归于前者,这加大或缩小了旅游非优区的范围^[15-17]。

笔者认为,旅游非优区、旅游资源非优区、旅游区位非优区、资源区位非优是 4 个不同的概念(见图 1)。旅游非优区是一个广泛的概念,它主要包括旅游资源非优区和旅游区位非优区两种情况^[18]。旅游资源非优区,是指原生性(原赋)旅游资源较为缺乏,品位较低,在一定时期内缺乏适应旅游市场需求的资源,因而对游客吸引力小的区域^[19]。旅游区位非优区即由于区位不理想,从而导致具有一定资

源禀赋的旅游地开发困难、旅游业发展缓慢的地区^[20],具体可从资源区位、交通区位、市场区位、认知区位、经济区位等方面加以评估。其中,资源区位非优主要指旅游目的地所处区域或邻近区域存在许多同质旅游目的地,导致旅游目的地受资源空间竞争和替代的制约,难以获得较快较好的发展^[21]。

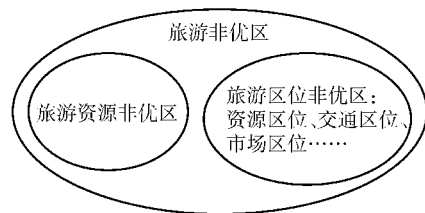


图 1 旅游非优区概念区分

二、案例分析

(一) 研究区域概况与方法

广东帽子峰森林公园位于广东省东北边陲,南雄市西北部,地处南岭山脉与大庾岭交界的帽子峰山上帽子峰林场内,总面积 709.7 hm²,森林覆盖率 94.8%。2011 年经广东省林业厅批准,在南雄市国营帽子峰林场的基础上建立了省级森林公园。2013 年在政府部门的高度重视下,由中国森林旅游网、中国林学会森林公园分会、网易联合主办,大众投票,帽子峰森林公园被评选为全国最美森林旅游景区之一,并以斑斓秋色扬名、天然林海著称。笔者于 2013 年 6—11 月采用路线法、专家评价法、访谈法、抽样问卷法等对帽子峰森林公园进行多次实地调查,并对调查结果进行相关统计分析。

(二) 旅游资源分析

首先,对帽子峰森林公园进行风景资源评价,因目前行业内普遍采用的风景资源评价标准存在个人主观因素较多,为此笔者邀请了 3 名从事林业调查规划的高工,在森林风景资源分类的基础上,根据《GB/T 18005—1999 中国森林公园风景资源质量等级评定》标准,从帽子峰森林公园风景资源质量、区域环境和旅游开发条件等 3 个方面进行评定,最后求得平均分即为公园风景资源最终得分。根据评分结果,帽子峰森林公园风景资源质量为 21.08 分,区域环境质量为 9.0 分,旅游开发利用条件为 5.5 分,风景资源综合测评分值为 35.58 分(满分 50 分),属国家Ⅱ级风景资源。资源价值和旅游价值较高,

在可持续发展的前提下,应进行科学、合理地开发利用。

除此之外,森林公园现保留了天然森林风貌,银杏林景观、毛竹林景观、古树名木景观、水电景观形成斑斓秋色、天然林海、巨木参天、碧波溪流四大风景特色。帽子峰是革命游击区,现保留有“北山事件”遗址、红军游击队医院,拥有浓厚的红色革命文化,森林公园旅游资源优势明显。

(三) 旅游区位分析

1. 资源区位分析

帽子峰森林公园地属广东省南雄市,仅南雄市内就分布有 46 个景区景点,而广东省级森林公园更是拥有 74 个。帽子峰周围景区景点乃至广东省众多的雷同景观与其竞争,导致该处森林景观并不突出,资源区位优势度明显不高(见表 1)。

表 1 帽子峰森林公园周边同质景观对比

帽子峰特色	南雄市内同质景区景点
斑斓秋色	坪田银杏群、千年银杏王、银杏园等
天然林海	百顺竹海、五斗岭竹海、竹博园等
巨木参天	青障山森林公园
碧波溪流	溪头梯田、瀑布水库、青障山天池、百岛湖等
红色之旅	中共广东省委机关瑶坑旧址、廖地会议旧址、上朔苏维埃政府遗址、水口战役纪念公园等

2. 交通区位分析

交通区位是指旅游地在区域范围内的位置,以及与客源地的距离和可达程度。帽子峰处于广东省与江西省接壤处,地处较为偏远的帽子峰镇帽子峰林场内,距离广州市 360 km,距离韶关市 138 km,距离南雄市 42 km,对外无直达公共交通。笔者采用抽样问卷调查法,对帽子峰旅游旺季游客进行统计,游客主要以自驾游、跟团游、驴友、周边散客为主,不便的交通严重阻碍了当地旅游的发展,导致客源多集中在南雄市区和粤北地区。除此之外,森林公园内部原有的林区道路较多,但大部分已年久失修不能通车。公园内其他主车道为宽 3.5 m 的砂石便道,总长约 12 km,砂石步行道约 4 km。园内旅游路线组织不畅,严重阻碍了生态旅游的发展。因此,公园内外部交通均处于不利地位,交通区位非优明显。

3. 市场区位分析

市场区位非优主要指旅游地地处旅游热点地区之外,导致客源分散,难以形成有效市场。根据帽子峰森林公园自 2011 年对外开放至今的统计数据显示,旅游收入及游客量均不断上升,2011 年末旅游收入 23 万元左右(游客量 4 万人次),2012 年旅游收入上升到 60 万元左右(游客量 6 万人次),2013

年旅游收入达到了 200 多万元(游客量 10 万人次),主要集中在金秋赏银杏时节。但公园地属广东省边陲南雄市,毗邻韶关市,位于以韶关丹霞景观为中心的旅游热点边缘,周边最大的客源竞争来自韶关市内资源禀赋类似的其他景区和广东省范围的同类景区。韶关作为广东省旅游资源最丰富、旅游文化品位最高的地区之一,拥有丹霞山、南华禅寺、广东大峡谷、南岭自然保护区等 17 处世界级、国家级景点和 100 多处省级及以下景区景点。帽子峰森林公园与各大旅游热点景区并无直达交通,导致客源市场分散。根据抽样问卷调查结果,目前公园的游客主要是闲暇放松的城市民众、户外健身者、摄影爱好者 3 类人群,大大局限了公园的市场范围。

4. 认知区位分析

认知区位是指人们对旅游区资源的认同程度或选择趋向,包括政府认知、开发商认知、游客认知等。帽子峰森林公园以斑斓秋色和天然林海而闻名,近两年来政府认可度逐渐增加,逐步加大了资金投入。但政府部门关注度及资金投入远远不能满足公园发展需求,公园的基础设施严重落后。加之公园地处边陲,开发商与市民认知度都不高,目前没有开发商对森林公园及周围进行相关投资。根据笔者调查的结果,森林公园以斑斓秋色扬名,在南雄市范围内具有较高的名气,但其他景观均鲜有人知。南雄市游客群体有限,外地游客到南雄旅游主要选择梅关古道、珠玑巷等。与主要竞争客源地——韶关市相比,帽子峰森林公园的知名度、景区特色都相差甚远,除了银杏景观较有特色外,少有吸引力高的景观资源,游客认知度明显不足。由此可见,帽子峰森林公园认知区位非优显著。

5. 经济区位分析

经济区位主要指区域范围内投资能力和消费能力对旅游景点的影响。帽子峰森林公园自建成以来,资金投入仅来自南雄市政府,但作为县级市的南雄市政府投资力度有限,资金投入严重不足,公园建设发展受限。除此之外,公园地处边陲地带,无直达公共交通,资源、地域优势不突出,投资环境差,目前未有开发商进行投资。帽子峰森林公园自 2011 年对外开放以来,收入主要来源于门票收入兼少有的旅游产品收入,主要游客群体为南雄市及周边游客,重游人数很少,虽近年来南雄市居民收入水平有所提高,但相对于广东省其他城市,当地经济水平不高,消费需求有限。而且,帽子峰森林公园的相关旅游产品未得到开发,旅游收入来源单一。帽子峰森林公园前身为帽子峰林场,历史遗留问题较多,难以筹集资金用于林业和生态旅游开发。

综上所述,帽子峰森林公园旅游资源优势明显,旅游区位非优显著,为典型的旅游区位非优区森林公园。

三、开发建议

(一)挖掘新型旅游发展模式,提高同质景观资源影响力

帽子峰森林公园为全国最美森林旅游景区之一,资源价值和旅游价值较高,面对周边同质景观竞争,可立足于环境教育和森林体验,重点经营环境资源,进行生态解说,发展生态旅游。据帽子峰森林公园2013年初步统计,园内保存有维管植物187科617属1267种,陆生脊椎野生动物4纲23目58科173种,动植物资源丰富。笔者建议可划定室外部分资源丰富区域构建植物标本园,对园区导游进行专业培训,针对不同阶层游客进行专业讲解。对部分步道进行精心打造,铺以不同材质,体验步道文化。修建室内森林体验馆,从森林公园前身林场的角度出发,展示林场历史沿革、室内动植物图片标本、木雕工艺、森林相关知识等,开展科普教育。对园区内废弃革命遗址进行复建,作为辅助景点,可重点突出红军医院遗址,展示红色革命文化。对目前斑斓秋色、天然林海、巨木参天、碧波溪流等特色景点进行强化,完善解说系统及基础设施建设,科学组织游览路线。重点突出帽子峰森林公园斑斓秋色的核心地位,开展岭南银杏文化节、银杏科普展、银杏工艺展等,使公园景观成为周边银杏景观的引领者。

(二)重视道路建设,建立与热点景区之间的交通网络

增加南雄市政府部门重视度,与交通部门协调,形成南雄市、韶关市直达公园的公共交通。南雄市景区景点资源丰富,可借助周边景区资源,与邻近景点之间建立合作关系,尤其是认知度较高的景区,如梅关古道、珠玑巷等,达成互赢,建设互达交通,形成珠玑巷—梅关古道—帽子峰等之间的交通网络,从而增加可达帽子峰森林公园的交通路线。加大外部交通网络建设,加设帽子峰镇至森林公园的专门车辆,解决游客至公园交通不便的问题。目前,公园内部道路等级较低,应重视园区内部道路系统建设,拓宽主干道宽度,适当增加可达各个景点的次干道路线,增加登山道、自行车道、漫步道以满足不同游客需求,合理组织道路网络。以生态优先为原则,在公园外部修建停车场,园区内部设置观光车辆,严格控制进入公园车辆,减少车辆气体排放对环境的污染。

(三)开发新的旅游圈,扩大周边市场

帽子峰森林公园市场区位极为不优,应重视与

周边景区之间的关系,建立新的旅游开发圈。帽子峰森林公园位于帽子峰镇,距离南雄市旅游热点外围,南雄市热门景点珠玑巷、梅关古道之间的市场竞争激烈。公园成立不久,知名度不高,可充分借助珠玑巷与梅关古道两大景点的知名度,与其建立合作关系,在景区之间互达交通的基础上,可采取门票捆绑形式进行相互宣传,增加游客对帽子峰森林公园的了解,延伸旅游热点范围,开辟珠玑巷—梅关古道—帽子峰旅游开发圈,形成南雄市的旅游王牌路线。另一方面,帽子峰森林公园的游客主要集中在自驾游、跟团游、驴友,客源市场分散,可与各大旅行社合作,增加帽子峰森林公园旅游线路点,提高公园的知名度。

(四)加大品牌营销,增加各界认知度

以全国最美森林旅游景区为契机,增加当地政府的认知度,并给予政策上的支持。重点宣传帽子峰森林公园斑斓秋色、天然林海、巨木参天、碧波溪流四大特色景观,通过举办“岭南银杏文化节”“公园风景摄影大赛”“公园环境教育素质拓展比赛”“银杏旅游形象大使选拔活动”等,增加各界对公园的认知度,尤其是开发商及市民的认识度。针对不同的人群,采取“点对点”营销、产品组合营销的方式,增加游客对帽子峰森林公园的了解,如针对学生以科普教育营销为主,针对青年以度假旅游、探险旅游为主等。公园内部应充分利用互联网络,建立门户网站,增加客户咨询服务,可开展网络门票销售,创新网络品牌宣传,如微信、微博、贴吧等宣传渠道。除此之外,与广东各大旅游门户网站建立合作途径,提供畅通的旅游信息获取和反馈途径。积极与政府、企业、高校、旅行社、媒体建立有效的联络渠道,充分利用帽子峰森林公园的特色项目、功能、景区,维持良好的品牌形象。

(五)积极吸引企业合作,共同提升经济区位

目前,森林公园投资环境差,没有开发商对其进行投资。一方面,政府部门应加大扶持力度,积极帮助吸引投资,给予开发商一定政策上的倾斜,允许在保护生态环境的前提下招商引资,开发部分项目,创造良好的政策投资环境。帽子峰森林公园需要建设一系列的配套服务设施,如园内现芳坑街职工宿舍可改造成森林驿站,园外可修建温泉度假村,形成新景点,吸引游客,还可促进周边居民的就业。另一方面,交通部门及旅游相关部门应予以大力支持,积极搭建珠玑巷—梅关古道—帽子峰旅游开发圈合作平台,构建互达交通及南雄市、韶关市直达帽子峰森林公园的交通,解决公园到达难问题,营造良好的道路交通环境,吸引开发商进行投资,形成互利共赢,共

同建设。根据帽子峰森林公园特点,针对不同层次的游客开发旅游产品,挖掘游客消费能力,如森林公园手绘明信片、森林公园环境教育百科图书、银杏果、林场木雕工艺品、林木小家具等。

四、结 论

旅游区位非优是制约帽子峰森林公园的关键因素。森林属于特殊的生态系统,森林公园多建立在资源较好的地区,其区位因素便成了决定性因素。对于旅游非优区森林公园应重视其非优区位发展,突破传统的开发模式,结合各方面条件,开辟新的开发途径。对于资源区位非优,在原本的森林资源上采取精益求精的指导思想,使其形成森林资源的引领者;对于交通区位非优,增加可达性,形成景点间互达交通;对于市场区位非优,采取合作方式建立新的旅游开发圈,扩大周边市场;对于认知区位非优,从品牌营销上,增加各界认知度;对于经济区位非优,积极投资引商,企业合作,共同建设。森林是一个特殊的生态系统,森林公园的开发区位非优尤为明显,区位非优区森林公园的发展应引起社会广泛的关注。

致谢:本研究得到广东帽子峰森林公园管理处即广东帽子峰林场全体工作人员的大力支持与帮助,谨致谢意!

参考文献:

[1] 邱晓霞. 我国森林公园旅游开发与规划研究综述[J]. 资源开发与市场, 2008, 24(1): 77-79.

[2] 杨财根, 郭剑英. 近 10 年我国森林公园旅游研究综述[J]. 安徽农业科学, 2009, 37(3): 1278-1280.

[3] 胡洁, 吴宜夏, 张艳. 北京奥林匹克森林公园种植规划设计[J]. 中国园林, 2006(6): 25-31.

[4] 刘卫国, 谭艳, 廖博儒, 等. 天门山国家森林公园野生观赏植物资源调查与评价[J]. 中国林副特产, 2008(3): 74-76.

[5] 于立新, 孙根年. 宁夏六盘山森林公园的深层生态旅游开发

模式[J]. 产业观察, 2007(3): 125-142.

[6] 魏婷, 宋保平, 刘智兴. 基于旅游非优区理论的森林公园旅游开发探讨——以陕西省翠峰山森林公园为例[J]. 河南科学, 2014, 32(3): 465-470.

[7] 许春晓. 旅游资源非优区适度发展与实例研究[J]. 经济地理, 1993, 13(2): 82-85.

[8] 许春晓. 论旅游非优区的突变[J]. 经济地理, 1995, 15(4): 102-108.

[9] 许春晓. 21 世纪中国旅游地理学新突领域: 旅游资源非优区研究[J]. 旅游学刊, 2000(1): 59-62.

[10] 赵宁曦, 王森, 姚亦峰. 海滨旅游资源非优区的适度开发初探——以浙江西湾海滨旅游区为例[J]. 海洋科学, 1997(6): 68-69.

[11] 刘玉, 杨达源, 张兆干. 旅游资源非优区突变情况下的旅游开发及实例研究[J]. 南京师大学报(自然科学版), 1999, 22(4): 116-119.

[12] 罗艳菊. 旅游资源非优区开发研究——以三亚市南山文化旅游区为例[J]. 社会科学家, 2002, 17(4): 52-55.

[13] 隆学文, 刘立勇. 旅游非优区开发策略[J]. 首都师范大学学报(自然科学版), 2002, 23(4): 79-83.

[14] 栗路军, 夏军. 旅游资源非优区研究述评[J]. 湖南商学院学报, 2010, 17(1): 54-58.

[15] 原伟. 关于旅游非优区的理论辨析[J]. 教育教学论坛, 2013(10): 169-170.

[16] 方荣辉. 旅游管理专业开展旅游非优区资源吸引力和竞争力构建的教学研究[J]. 科技教育创新, 2010(15): 201-203.

[17] 张志宏, 李悦铮. 海岛型旅游非优区的开发研究——以西沙群岛为例[J]. 海洋开发与管理, 2010, 27(3): 12-17.

[18] 王香鸽. 旅游非优区旅游资源评价和开发模式研究[D]. 西安: 陕西师范大学, 2004: 1-2.

[19] 罗艳菊, 黄宇. 旅游资源非优区的若干理论研究[J]. 干旱区资源与环境, 2005, 19(5): 126-130.

[20] 要轶丽, 郑国. 旅游区位非优区的旅游业发展研究——以山西运城为例[J]. 旅游学刊, 2002, 17(5): 58-61.

[21] 任静. 非优区位旅游目的地发展策略研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2007: 3-12.

(责任编辑 孔 艳)