

贵州省中华文化研究会 编
贵州省旅游局

贵州旅游的可持续发展

——2005“贵州旅游文化论坛”论文选

贵州人民出版社

贵州旅游的可持续发展

——2005 年“贵州旅游文化论坛”论文选

贵州省中华文化研究会
贵州省旅游局 编

贵州人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

贵州旅游的可持续发展:2005年“贵州旅游文化论坛”
论文选/贵州省中华文化研究会,贵州省旅游局编.

—贵阳:贵州人民出版社,2006.9

ISBN 7-221-07498-4

I. 贵... II. ① 贵... ② 贵... III. 旅游业—可持
续发展—贵州省—2005—文集 IV. F592.773-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第104682号

贵州旅游的可持续发展

——2005年“贵州旅游文化论坛”论文选

贵州省中华文化研究会 编
贵州省旅游局

*

责任编辑:王培德 沈晓枫 封面设计:张世申

贵州人民出版社出版发行

(贵阳市中华北路289号 邮编:550004)

贵阳云岩通达印务有限公司印刷

*

850×1168毫米 32开本 8.25印张 200千字

2006年9月第1版 2006年9月第1次印刷

印数:1 000册

*

ISBN 7-221-07498-4/F·522 定价:30.00元

《贵州旅游的可持续发展》编委会名单

主 编:王朝文 龙志毅

编 委:刘学洙 杨胜明 黄汉林 干正书

何光渝 彭晓勇 张幼琪

大力发展旅游产业
促进贵州经济发展

乙酉年冬

王朝文



序

龙志毅

贵州省旅游局和贵州中华文化研究会于2005年11月28日联合举办了“贵州旅游文化论坛”。由这两个单位联合举办以旅游文化为主题的研讨会,这是第二次。第一次是2000年7月。那一次的主题比较集中,主要是研讨贵州旅游的文化定位问题,也就是打什么文化品牌的问题。多数人主张本着“人无我有”、“人有我优”的原则,贵州的旅游应该打喀斯特生态游和夜郎故地文化游的品牌。当然也涉及到旅游文化的其他方面,但主要是文化品牌问题。这次不同,是泛论旅游文化,内容就宽了。筹委会收到的八十多篇来稿,涉及了旅游文化的方方面面。

首先是文化在旅游中的地位和功能问题。比较一致的意见是:文化是旅游的灵魂。真山真水处处有,如若缺少丰富的文化内涵,便没有生命力,没有灵气,也就成不了旅游产品,更成不了精品。“山不在高,有仙则名”。举目中国的名山,几乎都有佛教、道教等宗教文化为底蕴,这也是它吸引人甚至最吸引人的地方。佛教的四大名山和道教的武当山等无不如此。当然,名山的文化也并不都是宗教。人们都知道庐山是著名的风景胜地,但同时它的文化底蕴也既深且厚。远的如白鹿书院等暂且不去说它,就以近百年来说,中国现代史上的许多大事都发生于此,而且留下了供人们参观、思考的凭证、遗迹。井冈山的自然景色很美,但因为它是

中国红色革命的摇篮,才广为世人所知所往。自然景色和人文景观融为一体,造就了游不尽、看不完的名胜古迹、锦绣河山。

旅游产品的文化包装是又一个热门话题。有这么一个定义:“旅游文化景观,是人类对自然改造的程度和利用的方式。”这里强调了改造和利用,实际也就是平时所说的“打造旅游产品”。是人的主观能动,不是听其自然,而是去改造自然。它包括了旅游产品从策划到推出到服务的全过程;包括了各种软件和硬件的全部。因此,旅游产品的文化包装有着广泛的内涵,其中最主要者表现在三个方面:定名(命名)、导游词和文化氛围的营造,而三个方面又是相辅相成,密不可分的。定名包括旅游产品自身和其景区内各个景观的命名。并围绕其大小名称制定富有文化内涵,精辟高雅的导游词。有人看了“天星桥”之后感叹地说:“这样好的人间仙境,怎么就叫个‘天星桥’呢?”“龙宫”这个名称倒也切合实际,也有吸引力和卖点。但乘舟而入,却只听到什么“猪八戒招亲”一类俗不可耐的景观解说,难道就不能围绕“龙”和“龙宫”这两个名词下一点工夫?云南石林有一套全部以“阿诗玛”故事编就的导游词,值得借鉴。说到文化氛围的营造,首先,景区和景观的名称以及导游词本身就是最基本的文化氛围,但这还不够,还有许多外部的因素需要精心设计和运用。大凡去过“九寨沟”的人都有这样的体验:当你走下飞机上了去旅游区的汽车,虽然还有两三个钟头的行程,却是一路歌声(音碟)和画龙点睛的解说。唱的全是当地藏族的幽雅动人的民歌,说的全是沿途和有关九寨沟的种种传说故事,使你顿时感到进入了神往之境。有关推介资料的制印也至关重要。例如为了推广红色旅游,中国旅游出版社最近推出一套《红色名城旅游指南系列丛书》,包括遵义在内。这样的推介资料主要依靠地方自己编写,作为旅游商品在景点销售。旅游文化产业或旅游文化事业,会上虽然涉及不多,却是旅游文化不可或缺的

组成部分。它是打造旅游产品的一个重要环节,也是使旅游产品具有吸引力和卖点的一个重要因素。旅游文化产业和旅游文化事业一般有两种类型:一类是固有的文化产业和设施兼顾为旅游服务。如地方性的民族艺术表演团体和民族博物馆等等;另一类是专为旅游所设置,有专业也有业余。以“多彩贵州风”为标志,旅游文化产业在我省正在蓬勃兴起,这是一种很好的现象,切不可忽视旅游文化产业对旅游业的推动作用。稍为有点旅游经历的人,都能体会得到的。20年前我曾经在吐鲁番看过当地宾馆歌舞队的演出,至今记忆犹新。这支歌舞队全由训练有素的宾馆男女服务员组成,他们每天晚上为游客演出。节目丰富多彩,除了《吐鲁番的葡萄熟了》《阿拉木罕》等民族歌舞之外,还有反映古丝绸之路的乐曲和舞蹈,不仅令人神往,还使你将其和白天看过的高昌古城,火焰山和深藏地下的木乃伊等等联系起来,产生无限的感慨和幽思。去过大理的人,除了迷人的苍山洱海,大概也不会忘记在那幢博大精深的白族博物馆中所开的眼界和所受到的启迪。旅游文化产业的主要特征是它具有鲜明的地域特色和民族特色。只有具备了这两个特色,才能有丰富的生命力和吸引力。如果你设想将芭蕾舞天鹅湖搬到深山里的旅游点上去演出,大概是注定要失败的。这里所指的“民族性”,在我们这样多民族的省一般指的是少数民族文化,但也不完全是。花灯、傩戏等等是非少数民族的,但同样具有鲜明的地域性和民族性。

参加此次论坛的专家学者们,还从生态、人本、市场、红色旅游、可持续发展等侧面和层面,论述了如何加快我省旅游发展,使之成为新的支柱产业。

为了使这次论坛的成果在我省旅游业中起到一点推波助澜的作用,特将来稿选编成集出版以供各级旅游部门和旅游工作者们参考。

目 录

题辞	王朝文(01)
序	龙志毅(02)
贵州旅游要走创新发展之路	杨胜明(01)
关于加快建设安顺优先发展重点旅游区的调查和思考	陈海峰(11)
从欧洲六国印象反观贵州旅游开发	许 明(23)
贵州历史文化的当代旅游价值	顾 久(28)
强力构建贵州旅游文化	黄钧儒(31)
以多元开发机制推动贵州旅游业发展	徐 静(37)
推进旅游市场化产业化信息化社会化	王礼全(43)
生态·人本·可持续发展 ——贵州旅游关键词:以生态旅游为例	何光渝(47)
红色旅游·绿色旅游·多彩旅游 ——论贵州旅游形象构建的三大支柱	龚晓宽(57)
关于贵州发展红色旅游的思考	熊宗仁(62)
贵州旅游应打“夜郎牌”	薛永应(73)
贵州假日经济与民族文化产业化	龚 锐(88)
贵州省旅游产业市场化运作之我见	石朝平(93)

丰富多彩的贵州文化与旅游资源

- 蒋楚麟 何积全 蒋南华(99)
- 于细微处看精华
- 挖掘贵州民族文化旅游资源的文化内涵
- 吴正光(117)
- 如何让更多的人来分享贵州旅游盛宴 张寒松(124)
- 生态博物馆建设与可持续发展
- 以黎平堂安侗族生态博物馆为例 黄才贵(128)
- 贵州旅游业的新亮点
- 阳明文化旅游 王路平(140)
- 贵州民族文化村寨的旅游开发价值及其保护性开发
- 文新宇(150)
- 贵州民族文化与旅游经济发展论 田 晓(159)
- 浅析民族文化与贵州文化旅游的发展 黄 河(168)
- 按可持续发展要求发展旅游业 潘 康(178)
- 充分发挥贵州旅游资源效益 王进黔(182)
- 贵州民族村寨旅游发展探讨
- 陈明媚 邱靖 陈宏红 萧毓 刘洁 杨媛(187)
- 旅游文化与文化旅游 何生华(199)
- 我们需要怎样的旅游规划设计 伍新风(207)
- 黔东南旅游如何做大 邓锦洲 陆景川(210)
- 促进黔东南民族文化与旅游协调发展 樊 敏(218)
- 贵州荔波生态旅游模式探讨 李洪 王源(224)
- 全力打造织金洞喀斯特旅游文化品牌 吴勇 唐正平(236)
- 打好梵净山佛教文化旅游牌 陈 政(245)
- 附录 未刊论文目录 (251)
- 后记 (254)

贵州旅游要走创新发展之路

贵州省旅游局 杨胜明

作为这次旅游文化论坛的主办单位之一,我代表贵州省旅游局衷心感谢各位对贵州旅游业的关注。我们完全有理由相信,关注贵州的旅游、关心旅游业的成长,就是关心贵州的发展和贵州的未来。

记得在5年前,也就是2000年的7月,贵州省中华文化研究会和贵州省旅游局也是在这里,联合举办了一个“贵州文化旅游论坛”,名称和这次的“贵州旅游文化论坛”不太一样。从“文化旅游”到“旅游文化”,偏正关系词调了一下。从中可以看出,我们对旅游的认识已在深化。“文化旅游”是指相对于依托自然旅游资源展开的观光、度假等旅游活动而言,更为依托文化旅游资源的另一种旅游类型,定义的是一种特定形态的旅游;而今天讲的“旅游文化”,研究的是旅游本身和各种旅游活动所包含着的文化。毫无疑问,“旅游文化”比之“文化旅游”,概念更加宽泛,内涵更为丰富。

在5年前的那次论坛上,我的确是怀着一种敬畏之心和崇敬之情,认真地倾听了各位专家学者和领导的发言,收获非常之大。从那以后,贵州省旅游局作为省政府的一个职能部门,就一直有意

识地把怎样发展文化旅游、挖掘旅游业的文化内涵作为工作重点进行研究。应该说,上一次的文化旅游论坛,对贵州“十五”期间旅游业的发展起到了重要的促进作用,专家们的意见为“十五”旅游的发展提供了新的思路。我们今天的这次论坛在认识上又有了深化,使我们又向前迈进了一步,必将为我省“十一五”乃至更长时期的发展提供精神财富。因此,可以说这次的论坛,是我省又一次整合各学科专家学者们的智慧和力量,群策群力,共谋贵州旅游业新发展的盛会。

自从上次的论坛召开之后,我们对旅游发展规律的研究有了深化——从过去的对旅游业经济属性的研究为主,逐渐转变到更加关注它的文化属性。记得著名经济学家于光远先生在 80 年代初曾有过这样的名言:旅游业是一种文化性很强的经济事业,同时又是一个经济性很强的文化事业。在长期的旅游工作实践当中,我们越来越觉得旅游业本身就是一种文化现象,同时也越来越清晰地认识到,旅游的本质,其实就是现代人的一种生活方式和学习方式。

上次论坛之后的 5 年当中,贵州旅游业发生了一些重要的变化。

一是调整结构。在“十五”期间,我们全面开展了旅游业的结构调整。回顾过去,从 1980 年到 2000 年的 20 年间,贵州旅游业主要是依托自然旅游资源展开,建设了一大批风景名胜区。记得是在“九五”后期,龙志毅老书记提出我省旅游业的第二次创业,明确指示我们要挖掘文化内涵,发展贵州的文化旅游;2000 年以后,贵州旅游业进入了一个新的发展阶段,中央开始实施西部大开发战略,提出了“以发展为主题,以调整结构为主线,以改革开放为动力,以提高人民生活水平为目的”的方针。在这个背景下,进入“十五”以后,我们做的第一件事首先就是调整结构,我们希望

通过调整结构来重组资源,来转变旅游业的增长方式,来提升贵州旅游的素质。这5年,我们努力探索着如何把过去20年形成的比较单一的观光旅游逐步调整成一种复合型的、综合性的旅游——如何利用我省多样性的旅游资源特别是文化资源,建设多样化的旅游产品,以适应和开拓多元化的旅游市场。为了更加理性地调整结构、重组资源、提升素质,我们重点抓了一件事:就是与联合国世界旅游组织和国家旅游局共同编制了《贵州旅游业发展总体规划》。这个规划突出了对贵州民族民间历史文化资源的保护和利用,得到了国家旅游局和联合国世界旅游组织的高度评价。

二是2002年底中共贵州省委、贵州省人民政府下发了关于加快旅游业发展的“20号文件”。这个文件的核心词是“转变增长方式,实施精品战略”。也就是旅游业增长方式如何从数量型向质量、效益型转变。为此,我们一直在寻找着切合贵州实际的旅游业发展新路子,努力创新发展模式,尽可能地丰富一些老产品的文化内涵,特别是针对原先主要在风景名胜展开的观光旅游,如何拓展它的内涵和外延,使贵州旅游既依托风景区,又跳出风景区,提升贵州旅游的文化品味与科技含量。其中的一个尝试就是发展乡村旅游。

乡村旅游提供了一种将真山真水的田园风光与古朴浓厚的民族文化组合在一起,蕴含着乡间大自然的野趣和民间文化本真的深度文化体验旅游,依托景区,跳出景区,在贵州广大的乡村展开,拓展了贵州旅游的空间,同时也极大地拓宽了旅游富民的覆盖面。今天,贵州乡村旅游已成为一种整合自然景观和民族文化的新的旅游形式,一个具有贵州特色的旅游产品。当然,乡村旅游不是简单的打麻将,吃农家饭,据我们的观察和研究,迄今为止,已有的乡村旅游可以归纳为7种不同的类型,而我们要做的,是不断创新,不断向深度进军,努力走出一条深度文化体验式的乡村旅游之路。

这是从贵州实际出发的路子,因为我们最为丰厚的民族民间文化资源和自然旅游资源都在广大的农村地区,贵州旅游的主战场应该就在农村。随着乡村旅游不断向纵深发展,它的经济、社会、环境效益将日益显现,它促进文化交流与精神文明建设的作用也将日益显现。

三是尽可能多地开展国际合作,扩大旅游业的对外开放。贵州要想走出一条跨越式发展的路子,不能总是跟在别人的后面,复制别人的东西,一定要有自己的特色,做到“以特取胜”。怎样才能做到这一点?尽可能地加大国际合作的力度是一个重要手段。通过各种国际合作,一方面我们可以开阔视野,借鉴成功经验,汲取失败教训,引进先进理念,避免重走弯路;另一方面我们可以借助国际平台,一步到位地把贵州宣传出去,把贵州旅游推向世界。这是在国际、国内高端市场上宣传推介贵州的最直接、最省钱、最有效的办法,也是贵州旅游实现跨越式发展的有效途径。这几年我们与联合国世界旅游组织、世界银行、法国洛泽尔省、新西兰政府以及爱尔兰、奥地利、美国、日本等国旅游机构的紧密合作都很有收获。

总的说来,“十五”期间,从量化的角度看,贵州旅游收入翻了两番,2000年只有62.94亿元,去年是167亿,到今年年底最保守的估计是226亿元。这意味着,5年中翻了两番,年均递增可达到30%,今年增幅更大。(注:2005年底的统计结果是:旅游收入251.14亿元,增长49.85%;5年平均递增32.5%)。应该说,这几年结构调整的成效已经初步显示。去年西南六省区市经济协调会上,前主席方——西藏方公布了六省区市的旅游收入数据情况,从中可以看出,游客人均消费水平排在第一位的是贵州,第二位的比我们少100多元。说明经过这几年的结构调整,我省旅游业已开始从数量增长型向质量型、效益型转变。这个路子也是可持续发

展的路子。

在这5年的结构调整和编制规划的过程中,我们在旅游业的发展思路上有了一些新的调整。总的说来是在认真思考四个问题:一是我们为什么要发展旅游;二是我们要发展什么样的旅游;三是我们应该怎样发展旅游;四是保护与开发的问题。

为什么要发展旅游?

我们认为,贵州旅游业应该是贵州跨越式发展的一个支点,后来居上的希望。为什么这样说?主要是因为它有着很强的资源和市场的比较优势。旅游资源是一种不可移动的资源,也是一种可以多次重复利用的资源,带给我们的是财富的增量。其他的许多资源只可以利用一次,也就是用资源换资金。有了资金,却没了资源,实现的只是一个变量,资源变资金,从总体上看,这块土地上的财富并没有增加。而旅游资源却可以实现无数次的销售,也就是可以无数次地将资源变资金。游客的到来,留下了消费,带走的只是一次体验和回忆;带动了我们的经济发展,但是带不走我们的资源。资源还在,增加了资金,它体现的是财富的增量。因此,旅游资源毫无疑问是一种可持续利用的资源,是能够让老百姓可持续致富的资源。仅就这一点说,旅游资源的比较优势十分突出,我们贵州无论是自然还是文化旅游资源,都是取之不尽、用之不竭的宝藏!按照科学发展观的要求和构建和谐社会的理念,贵州发展旅游业更应该是一种全局性、战略性的考虑。同时,发展乡村旅游也是解决“三农”问题的一个重要选择和工作抓手。因此,我们发展旅游业,为的就是富民强省,为的就是促进贵州的历史性跨越。

我们要发展什么样的旅游业？

既然我们发展旅游业是为了富民强省，就必须坚持发展可持续的旅游业。只有“民”富了，“省”才能强，因此我们发展旅游业首先是为了富民，出发点和落脚点都是为了富民。这样的旅游业，就不再是一个单纯的追逐经济利益的产业了，而是一个可以持续富民的、可持续发展的产业。总结过去 25 年旅游业发展的经验，我们逐渐明晰了，在贵州我们要发展旅游业，不是为了一时的、短期的经济利益，而是为了长远的协调发展。这里面有三个关键词，即“旅游”、“富民”、“保护”。三者之间的关系是：发展旅游不是目的，只是一种手段；目的是富民，通过发展旅游达到富民的目的；因为要可持续地富民，所以必须保护好资源。

怎样发展旅游业？

在中共贵州省委、贵州省人民政府“20 号文件”当中，已经很明确地提出，贵州旅游业的发展要实现增长方式的转变，要创新发展模式。其中的内涵是贵州旅游要走自己的路。要借鉴国际、国内和各地的发展经验，但不能进行简单的模仿，一定要“以特取胜、以质取胜”，走出一条贵州旅游的特色之路。当然，先走一步的地方有很多的宝贵经验值得我们学习，但是我们也有后发制人的优势，可以借鉴别人成功的经验和失误的教训，不走弯路，或者

少走弯路。如果我们只是进行简单的模仿,照搬照套,就永远也不可能超越别人,就会丧失掉我们的后发优势。贵州旅游业在加快发展的过程当中,一定要保持清醒和理性,认清我们的优势所在,始终保持和发挥我们的优势。

总之,发展旅游是从贵州实际出发,富民强省,采取后来居上的措施,就一定要发展可持续的旅游,走一条自己的路,抛弃模仿战略和追赶的路,走一条创新发展的路。总体来讲,贵州旅游的核心词,就是:脱贫致富,保护遗产。

关于保护与开发的问题

怎样处理好保护和开发的关系?贵州旅游工作多年的实践告诉我们:必须坚持“保护第一,开发第二”。因为贵州丰富的文化遗产资源是非常特别的、少有的,是地球上不多见的。正是由于交通不便,大山阻隔,才为我们保留了下来,这是贵州的一个后发优势。别的地方没有了,而我们还有一些最珍贵的东西,不仅有物质性的,还有大量非物质性的。简单的一句话:贵州就是一座巨大的、活着的文化与自然遗产生态博物馆。

我们说的“保护”,不是绝对封闭的消极保护,而是活用资源的积极保护,出发点和落脚点都是富民。世界旅游组织的官员和专家都曾与我们谈过,又要发展,又要富民,又要保护,迄今为止世界上还没有成功的先例,看你们贵州能不能走出这样一条路来。

我们觉得,我们有这样一个责任,几年来也一直在探索,也有了一些比较成功的范例,比如天龙屯堡等旅游村寨的一些做法。世界旅游组织非常关注贵州的发展,他们觉得贵州很特别,发展的