

森林公园和森林旅游 发展定位研究

中国林学会森林旅游和森林公园分会 编

中国林业出版社

森林公园和森林旅游 发展定位研究

中国林学会森林旅游和森林公园分会 编

中国林业出版社

图书在版编目(CIP)数据

森林公园和森林旅游发展定位研究/中国林学会森林旅游和森林公园分会编. —北京:中国林业出版社,2002.8

ISBN 7-5038-3160-X

I. 森… II. 中… III. ①森林公园-研究-中国 ②森林-旅游业-研究-中国 IV. F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 057892 号

出版 中国林业出版社 (100009 北京西城区刘海胡同 7 号)

E-mail cfphz@public. bta. net. cn 电话 66184477

发行 中国林业出版社

印刷 北京地质印刷厂

版次 2002 年 8 月第 1 版

印次 2002 年 8 月第 1 次

开本 850mm×1168mm 1/32

印张 4.375

字数 117 千字

印数 1~1000 册

定价 15.00 元

目 录

- 中国加入 WTO 后森林公园管理与营销策略 张晓慧 (1)
- 关于中国森林旅游业发展问题的探讨 陈小琴 (4)
- 关系森林公园发展的几个问题 陈序泽 陈 萃 (9)
- 加快首都森林公园建设和森林旅游产业发展 张 皎 (11)
- 凸现地域特色 发挥资源优势 推动森林旅游业健康发展
——甘肃省发展森林旅游业的主要做法和经验
..... 甘肃省林业勘察设计院 (17)
- 开发广西森林旅游资源的思路及对策 刘世荣 吴英教 (21)
- 广东森林公园与森林旅游历史的回顾与展望
..... 陈世清 颜文希 陈 苏 (28)
- 森林公园的旅游地位与发展对策研究
..... 谢哲根 丁良冬 李荣勋 (38)
- 依托资源 多方集资 努力开创海南森林旅游新局面
..... 王 雷 (47)
- 湖南森林旅游现状及加入 WTO 后对策分析 张长虹 (50)
- 加入 WTO 后对森林公园规划设计方面的思考 林阳华 (55)
- 浅议山东省森林公园建设与森林旅游发展
..... 任方喜 陈景和 张学峰 路洪春 (62)
- 对山东省森林公园发展问题的探讨
..... 张学峰 姜建成 张学强 王克华 李世江 (67)
- 森林旅游业如何应对加入 WTO 后的挑战
..... 冯书成 赵斌健 冯新兴 武永照 雷建青 (70)

- 南昌发展森林旅游的优势、潜力及前景…… 刘思贤 谢保成 (73)
- 充分发挥自身优势 积极探索加入 WTO 后的发展对策 ……………
…………… 蒋雨波 王逸屏 (77)
- 长白山生态旅游资源与产品开发…………… 张根良 廉金贤 (82)
- 实施客户服务 优化旅游环境 加快与国际接轨的步伐 ……………
…………… 陈和义 (88)
- 中国加入 WTO 后流溪河国家森林公园的旅游发展 ……………
…………… 温金溪 (93)
- 突出特色 优势互补 促进森林公园健康发展
——试探安徽省妙道山国家森林公园的资源优势和发展对策
…………… 储江 陈智勇 (96)
- 抓文明 上等级 创品牌 积极推动森林旅游事业的快速发展
——广西良凤江国家森林公园发展森林旅游回顾 ……………
…………… 陈千川 朱友飞 章星达 (101)
- 将会展旅游引入森林公园 …………… 吴章文 刘民坤 (106)
- 对山东省风景林营建的探讨 ……………
…………… 张学峰 张学强 姜建成 李世江 王克华 (112)
- 对森林公园基础服务设施建设的几点浅识 ……………
…………… 张学峰 张学强 姜建成 李世江 王克华 (115)
- 福州国家森林公园游客旅游偏好调查与分析
…………… 黄秀娟 兰思仁 连巧霞 傅玉华 游云飞 (119)
- 北京百望山旅游资源的经营开发现状及发展建议 ……………
…………… 黄凯 刘克锋 陶昱 (125)
- 为发展森林旅游产业“添砖加瓦”
——编写《中国森林旅游学》随笔 …………… 詹昭宁 (132)

中国加入 WTO 后森林公园 管理与营销策略

张晓慧

按照中国加入 WTO 关于旅游服务市场的开放协议, 中国旅游服务市场终将全方位开放, 这不仅扩大了国际客源市场, 而且促使中国旅游业与国际旅游业接轨步伐的加快。同样, 加入 WTO 也为旅游业组成部分——森林旅游业的发展带来客源和资本来源, 森林旅游的主战场——森林公园的发展面临着迅速发展的良好国际、国内环境与机遇。当然, 由于客源市场面的扩展以及国外旅游企业的进驻, 从而对中国森林公园的旅游服务和管理水平提出了更高的要求, 并且使得森林公园彼此之间的竞争加剧。如何把握良机和面对挑战, 就为中国森林公园的管理与营销提出了新的课题。

1 加入 WTO 后中国森林公园的管理策略

1.1 创新用人机制, 优化用人环境 我国森林公园是依托原有的国有或集体林场建设起来的, 实行的是“两块牌子, 一套班子”, 森林公园的人员组成仍然是原有的林场工人及管理人员, 他们的知识水平及知识结构与森林公园发展旅游对人才的要求有一定的差距, 难以满足森林公园开展旅游服务接待与管理工作的要求。有些森林公园的管理人员思想保守, 认为发展森林公园主要是解决林业职工的就业问题, 不愿引进旅游方面的专业人才, 这样不仅使森林公园处于低层次的旅游管理水平, 而且旅游服务质量难以得到保证, 经济效益自然上不去。有些森林公园虽然愿意引进人才, 但却难以留住人才。

针对以上情况, 笔者认为, 森林公园要在“入世”后的竞争中占有优势, 必须首先创新用人机制, 优化用人环境。要更新用人观念, 充分重视人才建设的重要性, 广开渠道, 吸引森林旅游专业人才, 并大胆使用人才; 改善工作环境和福利待遇, 稳定人才队伍; 建

立有效的竞争机制和激励机制，使人尽其才；建立一套严格而又科学的考核办法，健全择优汰劣的选人机制。拥有一支高素质的、专业化的森林旅游人才队伍，是森林公园提高旅游服务质量的必备条件，也是森林公园在竞争中取胜的法宝。

1.2 树立现代化的经营管理理念 森林公园的经营管理理念不仅要坚持CS（顾客满意）理论，即一切经营都建立在对旅游者尊重的基础上，从森林公园的设计、经营到日常的管理与服务，都应以市场为导向，以旅游者为中心，体现以人为本、全面关怀的精神；而且还要坚持ES（员工满意）的管理理论，因为森林旅游产品是以服务形式表现的无形产品，员工只有把自己的感情和人情融入到服务中去，才能真正让旅游者感受到宾至如归。管理者要充分尊重、关心、帮助、信任员工。因此森林公园应树立现代化的经营管理理念，即“以人为本，员工第一”的管理理念。

1.3 导入企业形象识别战略（CIS），推行企业文化建设 CIS 和企业文化已在很多行业和企业中得到广泛的应用，并收到了良好的效果。森林公园作为旅游行业一个新兴的分支，应尽快地使用这一先进的管理手段，实现跨越式发展，使森林公园的管理尽快赶上那些成熟的旅游景点。森林公园通过塑造企业文化和导入CIS，能够使其在同行业中独树一帜，不断提高知名度和美誉度，从而获得较多的市场占有份额，方能在未来的市场竞争中抢占制高点。同时，作为管理的一种手段，企业文化和CIS的推行可使森林公园内部统一观念，达成共识，产生较强的向心力和凝聚力，最终使公园上下齐心协力，推动森林公园的发展。

1.4 开展绿色经营管理 随着人们对环境重视程度的提高，绿色的经营管理已逐步成为潮流。森林公园是绿色旅游的主要场所，因此森林公园应大力开展绿色经营管理，坚持可持续发展的思想，从而全方位、真正地为用户提供一个绿色的旅游空间和旅游体验。如：通过安装隔热装置、停止供热、关闭电源等方法，降低能源消耗；限制游客流量以保护旅游环境和资源；公园内尽量选用易回收、易分解的包装材料；尽量使用水利电能和太阳能及可再生资源，以减少

浪费；尽量选用环保型的旅游设施和设备等。

2 加入 WTO 后森林公园营销新策略

2.1 营销手段创新 营销手段的创新主要体现在科技手段的广泛应用上，如网络营销，这是中国森林公园利用后发优势，实现跨越式发展战略可凭借的一个重要手段。森林公园应该花小钱，办大事，充分利用网络这一快捷方便、经济实惠、形式多样的手段，进行及时的、对话式的、反馈性的、有目标性的及全球性的旅游市场的营销。利用网络营销也是加入 WTO 后提高竞争力的必然途径和手段。

2.2 灵活运用市场营销组合策略，适应客源市场新的发展形势 我国森林公园由于起步晚，旅游市场营销经验不足，加之森林公园大部分沿用原有的林业职工，因此旅游市场观念淡薄，具体表现为旅游市场营销策略单一，缺乏整体的营销组合策略。然而加入 WTO 以后，森林公园的客源市场扩大，由区域省份扩展到全国或由国内扩展到国际，组成相对复杂，对市场的营销反应会呈现出多样性，因此森林公园应采取差异型市场策略或密集型市场策略，通过对市场的细分，确定目标市场，再对市场营销的四要素进行灵活的组合，以满足目标市场的多样性需求。

2.3 组建一支专业化的旅游市场营销队伍 由于森林旅游产品具有生产与消费的同—性、无形性、不可储存性和不可转移性等，因此只有通过营销，将旅游者吸引到森林公园来，才能实现森林旅游产品的消费和销售。随着市场竞争的加剧，旅游市场营销则显得更为重要，森林公园应加大旅游市场营销的投入，并组建一支专业化的旅游市场营销队伍，建立旅游信息管理系统，发展壮大自己的旅游市场营销网络。专业市场营销人员有着一定的市场营销理论和市场营销技巧，能在对旅游内部及外部营销环境进行科学深入的调查、研究和分析的基础上制定市场营销战略，并能迅速根据市场的发展变化采取相应的营销策略，还能为森林公园的未来发展计划的制定提供科学的依据。

2.4 加强营销合作，扩大市场影响 森林公园应加强合作，以扩大影响和增加销售。森林公园应和周围资源性质相异的旅游景区或旅

游活动项目互补的旅游景点之间协作进行营销,推出精品旅游线路,这种合作既可以是区域内也可以是区域间。同时,森林公园应加强与旅行社、旅游饭店、旅游运输公司等之间的合作,彼此相互促销,共同发展。另外,全国的森林公园也应相互合作,通过开展全国性的森林旅游促销博览会议及出国巡展等方式,利用其声势大、影响广的优势,在全国及世界范围内树立森林公园的形象,为森林旅游的广泛开展奠定坚实的基础。

森林公园在加入 WTO 后,主要的问题来自于管理与营销。因此森林公园应脚踏实地地提高管理水平,加大营销力度,使我国森林公园的发展尽快与国际接轨,实现跨越式发展,使我国森林公园在加入 WTO 后能平稳而快速的发展。

关于中国森林旅游业发展问题的探讨

陈小琴

事实证明,在我国,大力开发和建设森林公园,发展森林旅游,对解决传统林业面临的资源危机、经济危困大有益处,是林业适应新的社会要求,解决林业行业诸多矛盾的一项重大举措。

1 中国森林旅游业发展趋势

由于工业化、城市化的进程加快,城市生态环境和居民的生活环境更加远离自然,随着人们生活水平的提高,闲暇时间的增多,生态环境意识的增强,到大森林中观光游憩,走进大自然成为越来越多人的愿望与需求。据调查,目前已有 30%~40% 的游客开始舍弃海滨而转向森林。按这个比例,预计到 2002 年,我国森林旅游人数将达到 4 亿人次,森林旅游业具有的资源保护和开发效益同时发展,良性互动,带动功能强、就业容量大的独特优势也将得到充分发挥。届时,我国森林旅游业的产值将达到 3 000 亿元人民币,创造就业机会 200 万个。

在森林旅游需求及效益呈现高增长的同时，森林旅游活动内容也呈多样化趋势，人们的旅游心理更加趋向于求新、求异、求知、求参与。在这种情况下，富有森林特色的生态旅游产品得到游人的青睐，如森林健身型——登山、攀岩、滑雪、山地自行车、游泳等，森林保健型——森林浴、森林疗养等，森林游憩型——野营、露营、远足、垂钓等，探险型——森林探险、洞穴探险、江河源头探险等，欣赏型——观鸟、观赏野生动物等，科普、艺术型——采集标本、摄影绘画等。

市场多样化是另一个值得注意的发展趋势。目前，我国森林旅游的客源主要是国内旅游者，海外游客不足1%。据世界旅游组织预测，到2020年，将有1.37亿国际旅游者到中国旅游，中国将成为世界第一大旅游目的地。森林旅游的海外游客也必将大幅增长，预计会占年森林旅游总人数的5%。在国内旅游市场，森林旅游的保健、游憩活动将受到中老年游客的欢迎，森林旅游的健身、科普、探险活动将吸引广大的青少年及大中小学生。学生及中老年游客将成为森林旅游的主要客源。

森林旅游是一种全新的旅游观念，目前在国内还不很普及。因此，要以市场为导向，国家、地方及森林旅游企业紧密结合，利用各种媒体，多途径、多层次宣传森林旅游知识和旅游信息，指导和引导森林旅游者的旅游活动，培育出良好的森林旅游市场，并以高质量、高标准、优质服务及特色突出的森林旅游产品来吸引国际旅游市场的旅游者，使森林旅游对国内外旅游者产生越来越大的吸引力。

2 制约森林旅游业发展的主要因素及其对策措施

在我国许多地区，森林风景资源都很丰富，这是我们的巨大优势。然而资源的优势并不等于现实的优势，资源丰富只能说明具有发展森林旅游业的潜能。各地森林旅游业的发展还受制于一系列社会经济条件和环境的造就与发展。从实践和现实情况看，制约森林旅游业发展的主要因素有：

2.1 资金条件 资金是影响森林旅游发展的直接因素。森林风景资

源丰富的地区多在山区。大多数山区的经济基础较差，对外开放层次较低，旅游投资力度很弱，旅游投资环境较差，难以吸引社会投资和外商投资。因此，林业部门应协同当地政府，努力改善旅游投资环境，增强开放力度，努力拓宽筹资渠道。近年来，一些森林公园在国家的支持下，通过地方财政、招商引资、贷款和林业系统自身投资等多种方式进行公园建设，解决了森林旅游业发展过程中所需的大量资金，使这些地区很快成为旅游接待的热点地区。然而，大多数的森林旅游区，由于缺乏足够的开发建设资金，仍然是“养在深闺人未识”，游客稀少，效益不佳。随着国家投资体制的改革，政府投资的比例将逐步减少，林业贷款也存在一定难度，林业系统自有资金有限。为解决森林公园开发建设过程中大量的资金投入，林业部门除了积极争取国家投入、地方财政支持外，一方面，应调动和发挥各部门、企业、集体和广大群众的积极性，允许内资、独资或合资兴办森林旅游，促使民间资金流向森林旅游业；另一方面，应创造条件吸引外资，加大外商投资的力度和规模。

国家已明确提出鼓励多种经济成分参加旅游业发展，有计划、有步骤地吸引外资和港、澳、台参与开发旅游资源。由于我国已正式加入 WTO，又为引进外资带来了新的机遇。与旅游业相关的产业部门的渐次开放，将为中国旅游业的发展提供产业环境支持，为中国旅游的快速发展拓宽道路，入境旅游市场将扩大，增加的国际客源将增加我国旅游业对海外资金的吸引力。中国入世对景区、景点开放的承诺是：外商可以在中国投资开发景区，景区、景点可以对外资实行转让经营、租赁经营、委托经营等新模式。可以预见，入世后，大量海外资本将转向景区。因此，森林公园要依据森林旅游市场需求的变化，利用国内优越的环境条件和“入世”的大好时机，改善投资环境，更加有效地吸引资金，发展壮大森林旅游业。

2.2 交通等基础设施条件 我国的森林公园大多地处偏僻、贫困山区，远离城镇，交通等基础设施不仅缺乏，而且落后、陈旧，远远不能满足需求。交通运输是发展旅游必备的前提条件之一，一个没有可进入性的旅游地是不可能吸引大量旅游者的。现代旅游业发展

更要求有可供选择的多种安全、方便、快捷的交通，以保证广大国内外游客进得来、出得去、散得开。然而，我国目前许多森林公园远离客源发生地或集散地，大多交通不畅，仅有简易的公路相通，而且交通工具落后，使游客感到在时间、精力和费用上均耗费不起。这些地区在交通条件没有明显改善之前，吸引不了大量旅游者，从而也不能引发投资者的热情。其次，水、电、能源、通讯、排污等其他基础设施也是森林公园开发建设必不可少的条件和因素。与交通先行作用一样，森林公园所处地区现在其他基础设施具备与否，其配套状况、规模、能力以及线路布置等，都将制约当地森林旅游业的发展，直接影响森林公园开发建设速度和投资效益。因此，森林公园应争取当地政府在资金、政策等各方面的支持，同时多方筹措资金，协同当地政府完善交通等各项基础设施，既方便当地居民的生产生活，也可提高游客的可进入性。

2.3 人力资源条件 人是构成森林公园旅游接待能力的主要因素。如果不把人的积极性调动起来，良好的设施设备也发挥不了作用。尤其是现代化的旅游设施更需要有一定技能和经验的劳动者和管理者。旅游业属“情绪型产业”，具有劳动密集型特征，它所提供的产品主要是服务，这就要求服务员高度重视每一次提供服务的过程，给游客留下美好的印象。我国森林公园绝大多数是在原国有林场或林业局基础上建立起来的，旅游管理人才严重不足，林业系统本身也有一个从“刨坑种树、管林护林”向着把资源优势转变为产品优势的观念转变和自我适应的过程，这也是制约我国森林旅游业进一步发展的瓶颈之一。我国森林公园人力资源管理所面临的主要问题有：①员工素质偏低，包括森林旅游从业人员的文化素质和专业素质。大多数森林公园员工文化层次偏低，缺乏旅游从业人员应具有的文化素质和专业素质，对旅游区有关情况不了解，态度生硬。维持秩序的大多是当地的农民或年老体弱者，这严重影响我国森林公园的形象。②森林公园的管理者对员工培训没有足够的重视，多数森林公园的管理、技术、服务人员未达到应有的专业水平。科学的培训体系和针对性的培训内容尚未落实。③人力资源管理观念上，仍停留

在传统的劳动人事管理阶段。要建设好高品位、高档次的森林公园，实行优质服务，提高经济效益，就必须拥有一大批建设、管理、营销、服务等方面的优秀人才。尤其是森林旅游涉及林业、旅游、环保、建筑、文物、地理、企业管理、计算机科学等多门学科的知识，必须通过多学科专家共同努力才能使森林旅游业得到快速、有序的发展。因此，我们首先要利用林业自身，特别是林业大专院校森林旅游专业的科技与人才力量，开展科学技术研究，培养专门人才，并为这些人才提供就业机会。同时要制定优惠政策，创造宽松环境，鼓励并吸引外部门及其他领域的科技人员从事森林公园与森林旅游方面的技术与开发。其次，要舍得投入，采取请进来、走出去的办法和长短结合、内外结合的方式，认真搞好在岗员工的培训工 作，尽快提高业务水平和服务质量，使员工掌握完成本职工作所必备的基本知识、必备的技能技巧和应具备的职业道德水准，培养员工对企业的忠诚，并使员工逐渐具备企业发展所需的精神准备和态度。员工对于外部公众来说就代表企业形象，他们的言行会直接影响企业声誉，而森林公园的工作人员与游客交流频繁、接触密切，因此更应通过培训等多种途径使他们树立维护企业声誉和利益的高度自觉性。最后，转变人力资源管理观念。现代人力资源管理不仅要 对人才工作业绩进行监管，而且要调动人的工作积极性，为员工创造良好的工作环境，不再是单纯的人力调配使用，而是人力资源的全方位开发；不再受企业所有制性质和人才身份限制，而是全方位的人事管理；不再仅仅是人力资源管理部门的任务，而是各级管理 人员的共同职责。森林公园管理者提高自身素质，改变观念是关键。

关系森林公园发展的几个问题

陈序泽 陈 萃

建设森林公园的目的是为了更好地保护森林资源，搞好生态环境，发展森林旅游业，为人们提供到大自然中休息旅游的场所。因此，森林公园的发展规划、建设发展、资源利用、保护管理都要立足长期持续稳定发展。广州的实践，有几个关系较大的问题，提出来共同探讨。

1 森林公园由谁建设的问题

林区拥有森林资源，具备建森林公园的条件，森林公园由林业部门和林区建设是理所当然的。但是，实践证明，单由林业部门和林区建设森林公园，筹集建设资金困难，发展森林旅游也困难，其发展速度慢。广州市建设森林公园起步早，1983年经原林业部批准成立流溪河国家森林公园，而后12年停滞不前，到1995年才有了发展，至2001年底，全市建成和基本建成已对外开放的森林公园有12个，面积23 296 hm^2 ；已批准待建的19个，面积27 418.7 hm^2 。究其原因，主要是近几年来改单由林业部门和林区建设为市政府统一规划建设，由局部行动变为整体行动。近年，广州市调整了城市发展规划思路，提出建设生态城市，在中心城区建设“城中林”，在新城区建设“林中城”的规划构想，规划保护、建设20万 hm^2 生态公益林体系，把森林公园作为生态公益林的重点，把建设森林公园列为生态环境基础设施工程，纳入城市建设总体规划的“三年一中变”和“2010年大变”计划，把森林公园建设视为社会公益事业，由政府牵头建设。

2 森林公园建设的资金来源问题

原来广州市的森林公园只由林业部门和林区建设，由于林业部门和林区经济困难，1983~1995年12年投入森林公园建设资金累

计只有1 000多万元。近几年，市政府把森林公园建设列为城市生态环境建设规划，纳入社会公益事业，通过市政府兴办，动员各级政府和社会各方面支持，投入建设森林公园的资金达1.9亿元，为过去林业部门和林区投入累计数的10倍。如番禺区政府投资近1亿元建成大夫山森林公园；原市农委和白云区政府投资2 000多万元建设帽峰山森林公园和铜锣湾生态公益林示范区；天河区政府及其有关镇、村投入3 000多万元建成火炉山森林公园和龙眼洞森林公园；市农工商集团投资3 000万元建成天鹿湖森林公园，等等。

3 山林权属与公益矛盾问题

广州市山林权属不一，规划建设森林公园的山林，少部分属国有林，绝大部分属集体林，其中又有一部分由户承包经营或者租给私人经营。特别是原来山林没有分类经营，山林经营目的是为了生产木材，搞经济收入，规划建设森林公园后，不能采伐木材。建设森林公园碰到的山林权属问题、公益与私利的矛盾问题突出。解决这个问题的最好办法是把森林公园的山林权改变为国有社会公益林，建议采取以下措施：（1）政府征用，把山林权转为国有社会公益林，可采取一次征用、分期付款的办法；（2）扶持森林公园所在林区发展新经济项目，以新经济替代原来的木材经济，或者采取移民安置办法，赎买其山林，转为国有社会公益林；（3）对承包到户、私人经营的林地，以适当补偿或折价入股办法，收回统一经营；（4）采取长期租赁的办法实行统一经营。

4 森林公园的资源保护与旅游开发如何协调统一的问题

旅游景区、景点的开发建设和保护发展关系到森林公园的兴衰。对景区、景点开发建设，既要充分发挥原有森林资源特点优势，使原有自然和历史遗迹成为具有鲜明特色的景区、景点，又要不断创新，开发建设新的景区、景点。综观国内外著名森林公园景区、景点，峰峦嶂岭，湖海江河，瀑布、溶洞、冰川、火山，奇特景观和森林风景是自然遗产；古树名木、文物、古建筑和历史遗迹是历史遗产。自然遗产是天然固有的，不可创造的。历史遗产是在人类社会活动中创造的，开始是新的，时间长了变为遗迹，便成了历史遗

产。现在开发建设的新景区、景点，将历史遗产。建设森林公园，对自然资源、自然遗产、历史遗产要有效保护，保持原汁原味，保持特色，实现可持续利用。同时，不断创新、引进、开发建设新的景区、景点，不断发展丰富景区、景点，使森林公园永葆生机活力，才能使森林公园兴旺，持续稳定发展。

5 如何发展森林旅游业的问题

森林旅游在经济发达国家早已成为时尚。随着我国经济迅速发展，人民生活不断改善提高，越来越多的人出去旅游，发展森林旅游的时机已经到来。目前，一些地区的森林公园游客少，森林旅游业未发展起来，主要是规划建设、经营管理、宣传工作做得不好。抓住机遇发展森林旅游业，首先要把森林公园规划好、建设好，造就优美的环境、独特的风景、自然特色的森林休闲设施，对游客有吸引力；第二，服务设施配套，交通通讯条件好，做到食、住、行、游方便，安全、卫生，服务规范化、标准化，热情周到；第三，把森林旅游融入社会，成为旅游业的重要部分，把森林旅游列入旅游交通和旅游组团定点计划，对游客有组织力；第四，宣传推介，通过报纸、电视、电台广为宣传，采取多种形式为森林旅游大造舆论，森林旅游深入人心，对游客有感染力和鼓动力。

6 立法保护问题

广州市通过制定地方森林公园管理条例，使森林公园的建设和管理有章可循，以法律保证森林公园长期持续稳定发展。

加快首都森林公园建设和森林旅游产业发展

张 皎

1 北京市森林公园建设和森林旅游业发展的回顾

1.1 主要成效 1992年，原林业部批准北京西山、蟒山、上方山为国家森林公园，拉开了首都森林公园建设的序幕。目前，北京市的

森林旅游产业框架已基本形成，先后共批准建立森林公园 16 个，森林旅游区 7 个，其中国家级森林公园 5 个、市级森林公园 10 个、区县级森林公园 1 个，开展森林旅游的总面积达 3.87 万 hm^2 ，占全市国土面积的 2.3%。国有林场有 14 个已被批准建立森林公园（旅游区），占林业系统国有林场的 44.8%。经有关部门批准，北京市森林旅游开发公司、北京森林国际旅行社于 1993 年和 1995 年相继成立，标志着首都森林旅游产业已现雏形。回顾北京市森林公园建设和森林旅游的发展过程，其主要成效体现在 3 个方面：

1.1.1 开展森林旅游改善了国有林场的经济状况 1992 年以来，北京市林业局组织各国有林场开发利用现有资源发展森林旅游，取得了明显的经济效益。小龙门林场在未开发旅游以前，职工年收入仅 1 000 余元，该发的各种补贴无钱可发，职工情绪低落，纷纷调离林场，只剩下 20 多名职工看山守摊。1991 年，该场利用现有生物资源和食宿条件开始接待大专院校师生实习，1994 年被批准建立森林公园，林场经济收入由 1992 年的 3 万多元增加到 1999 年的 130 多万元，利润从 4.4 万元增加到 38 万元，职工年收入明显提高。上方山林场 1992 年建成国家森林公园，2001 年收入达 200 多万元，增长 20 多倍。云蒙山林场在 1991 年以前只有五六人看山，从 1992 年起开始搞森林旅游，经济状况逐年好转，2001 年收入 240 万元。绿色度假村是在原青少年绿色度假村的基础上建成的森林公园，1986 年接待青少年夏令营时有过高潮，但 1993 年仅接待 1 000 余人次，收入仅 1.3 万元，已到了停办的边缘。1994 年建成市级森林公园，1995 年创收 30 万元，创利 3 万元，2001 年收入达 220 万元。

1.1.2 森林旅游带来“富民一方”的明显效果 森林公园大多地处贫困偏远山区。建立森林公园和开展森林旅游，有效地带动了当地产业结构调整 and 农村经济发展。通过森林公园的建设，增加了餐饮、住宿、娱乐服务和承包工程项目等收入。据统计，北京市森林公园职工人数与临时工人数比例基本是 1:1。这些临时工大多来自贫困山区，按一年工作 7 个月，月工资 350~450 元（管吃住）计算，每人年净收入可达 2 450~3 150 元。这些收入不仅对其家庭是有力的