
论湖南旅游文化资源的开发与利用^①

刘冰清¹，陈国生²

(1. 怀化学院经济管理系，中国湖南怀化 418008；

2. 湖南工学院经济管理系，中国湖南衡阳 421008)

【摘要】目前湖南旅游产品的开发层次严重偏低，与湖南旅游文化类型齐全、内涵丰富、特色鲜明的地位极不相称，因此，开发旅游文化资源是加快湖南现代旅游业的发展的重要条件和手段。在全面阐述湖南旅游文化资源的四大独特性的基础上，提出了三大具体发展思路和六大基本对策和措施。

【关键词】湖南；旅游文化资源；文化内涵；开发现状；对策

【中图分类号】F590.3 **【文献标识码】**A

1 湖南旅游文化资源的独特性

人类旅游经历了三个时代，第一代以自然资源为依托，交通运输促进了它的发展；第二代以都市娱乐为特征，都市娱乐文化为其代表；第三代以主题公园为特点，人造景点是其主要形式。现在新的旅游观念正在形成，以一种对人类及生态关怀为动力，以地域文化为底蕴，以独特资源为依托的文化旅游方兴未艾。据世界旅游组织估计，目前一半以上的国际游客是为了参观有关文化遗迹或文化娱乐与艺术欣赏而来。最受欢迎的文化吸引物是历史纪念地。对17种文化旅游项目发展潜力调查也表明，其中人文考古物旅游居于榜首，约占75%^[1]。因此旅游产品开发、旅游项目经营都应以满足旅游者所购买的对旅游景点的精神文化享受为目的。

1.1 历史悠久，富有地方特色

湖南境内从原始社会起就有人类在此栖居，文化源远流长。由于自然环境和古老民族或部族的不同，形成了具有湖南特色的传统文化，如原始古朴的楚文化，独树一帜的湖湘文化，极具神秘色彩的梅山文化等。具体表现在文化遗存方面的有距今7000—8000千年的石门皂市下层和澧县彭头山原始社会遗址，距今5000年左右的传说时代中华始祖炎帝和舜帝的陵墓，沉睡地下2000余年的马王堆女尸及其随葬品，千年之前就已打开国际市场的长沙窑釉下彩瓷，300年前农民起义领袖闯王李自成的归隐之地石门夹山寺，以及源远流长的龙舟文化等。特别是长沙楚墓、岳麓书院、屈原纪念馆、南岳大庙等享誉全国。

1.2 民族众多，异彩纷呈

① 收稿日期:2006-02-27；修回日期:2006-03-24

作者简介:刘冰清(1969—)，女，湖南怀化人，湖南怀化学院经济管理系副教授，硕士。主要从事区域经济与旅游管理研究。

除汉族外，湖南境内居住的40多个少数民族，都拥有自己的民族文化，特别是人口规模较大、居住较为集中的土家、苗、侗、瑶族人民，在建筑、习俗、服饰、饮食等方面都与其他区存在着较大差异，以其巨大的魅力吸引着探奇求异的旅游者，是湖南旅游业赖以发展的重要基础之一。

1.3 革命遗迹，遍及各地

湖南革命志士辈出，革命史迹丰富，在国家与民族存亡的危急关头，在社会主义建设时期，湖南作出了巨大的贡献，特别是毛泽东和刘少奇两位革命领袖使湖南在新民主主义革命和社会主义建设中大放光彩。湖南是革命志士和无产阶级革命家成长的沃土、革命的阵地与摇篮，因而留下了无数的革命史迹和纪念地，如毛泽东故居、耒阳欧阳海烈士墓、平江起义旧址、桑植县红二、六军团长征出发旧址等。湖南是我国进行爱国主义教育、开发红色旅游产品的理想之地。

1.4 品精质优、独具特色

湖南有一大批“人无我有，人有我特”的旅游资源，如武陵源是世界自然遗产之一，南岳衡山五岳独秀，岳阳楼为全国三大名楼之一，韶山是伟人毛泽东的故乡，马王堆汉墓2000年不朽的女尸、精美的漆器、技艺高超的丝织品及不可思议的防腐技术令中外震惊，炎陵县的炎帝陵与宁远县的舜帝是中华始祖的陵寝，等等。全国第二大淡水湖洞庭湖、江南三大名楼之一岳阳楼、芷江受降坊、独具特色的侗族文化、独树一帜的湘菜等。这些旅游资源具有很强的垄断性、巨大的吸引力，是湖南旅游业打开国际、国内市场的强有力的王牌。

目前湖南的旅游文化开发还只是浅层次的，丰富的资源没有充分挖掘利用。像南岳这样融自然美景与历史文化于一身的景点太少。由于开发经营的限制，南岳的一些著名寺庙濒于倒塌，一些早已规划准备开发的项目也只能纸上谈兵。正因为湖南没有充分发挥自身优势，故缺少特色旅游。湖南的地理位置虽西呼重庆，南邻桂林，东连井冈山，北接武汉，却难以截源留客，扩大高层次客源。

2 挖掘湖南旅游资源文化内涵的基本思路

2.1 理清资源家底，分级别类开发

湖南文化不仅具有时间特征，同时也具有空间特征。正是湖南文化在空间分布上的差异性，才构成湖南区域文化景观。湖南文化在历史发展过程中一方面形成了湘东的湖湘文化、湘中的宗教文化和抗战文化、湘中的湖泊文化、湘西的侗族文化等。另一方面，湖南文化遗址和景点在空间上又呈现出明显的“大分散、小集中”的特点。虽然湖湘文化在湖南省的分布形成了上述几个主要区域，但这几个区域几乎遍及湖南省全境，因而如果要通览湖南文化全貌，便需跑遍整个湖南省，这就势必冲淡湖南文化的氛围，其观赏性也就显得不强。如何将这些分散的文化景点，有效地串联起来，无论从文学、史学、艺术和社会学上都需要专门机构、专门旅游研究人员下大功夫来系统挖掘。湖南幅员面积超过21万km²，旅游资源丰富，但是作为一个旅游大省，对于一般旅游者而言，唯有那些极为重要和奇异的东西方能引起兴趣。如长沙，按照美国旅游专家Bulter的思想，从旅游文化资源本身的价值考虑，主要旅游文化资源可依表1所列进行分类。

表1所列文化资源排得越前越能吸引远道游客，在开发保护过程中，应予以特别重视。从旅游文化的发展情况看，某个旅游资源的吸引力并不是一成不变的，只有对旅游资源进行了深度开发，形成了新的旅游产品，并具有一定规模，才能不断提高该旅游产品的对外感召力^[3]。

表 1 长沙主要旅游文化资源分级表
Tab. 1 The classify of tourism resource in Changsha

序号	资源等级	类型	名称
1	特别资源	有特殊感染力,能吸引全世界,国际上公认的旅游资源	马王堆汉墓、西汉王室墓、西汉长沙王室墓、岳麓书院、三国孙吴简牍
2	国粹资源	具有普遍感染力,国内公认的旅游资源	岳麓山、天心阁、烈士公园、铜官窑、贾谊故居、高科技展示馆
3	优秀资源	具有普遍感染力,省内公认的旅游资源	橘子洲、大围山、浏阳山、省市博物馆、刘少奇纪念馆
4	一般资源	受当地的普遍公认	一批革命纪念地

2.2 组织专家对文化内涵进行深入研究, 扩大宣传力度

笔者曾对湘南的衡阳、永州、郴州进行调研, 深深体会到湖南旅游市场特色旅游商品的缺乏。购物是旅游业六大要素之一, 香港、新加坡旅游商品收入占旅游业总收入的30%, 而衡阳、南岳谈得上地方特色的旅游商品只有竹工艺品系列旅游产品。实际上, 湖南缺乏的不是资源, 而是高层次开发人才。比如岳阳的每个县区都有棉麻种植和纺织厂, 但这些纺织厂不仅没有因旅游热而兴旺, 反而濒临倒闭。一个重要原因就是没有把纺织品纳入深层次旅游产品开发中。长沙、岳阳虽然有丝扇, 但较之苏杭丝扇, 制作粗糙, 而且也没有地方特色。完全可以考虑像杭州旅游部门那样, 把丝扇制作成八景套扇, 按古代地方志所记载的八景, 一景一扇, 包装精良, 制成套扇。同时湖南的文化作为观念形态的东西是具有多种社会功能的, 但是要将这种观念形态的东西变成旅游经济就取决于旅游部门能否有效地组织有关专家进行可行性研究。尤其是找出一些已经失传的工艺使之物化, 转化为有形的、特色突出的、迎合游客兴趣的工艺品、纪念品。如新近挖掘出土的三国孙吴简牍、1970 年代出土的马王堆汉墓, 轰动了世界, 如果将简牍、汉漆器等珍贵文物复制或仿制为普通的、价廉物美的工艺品, 肯定会深受旅游者欢迎。少数民族的服饰是一种珍贵的旅游资源, 是否可以考虑将其全套服饰比例微缩, 穿在微缩模特身上, 作为本民族具有垄断性的工艺品, 向游客出售呢? 传统文化的物化, 市场广阔, 大有文章可作。在这方面, 虽也做过一些工作, 但生产出来的工艺品普通游客不敢问津, 因此效益不明显。今后的努力方面应该是向大众化方向发展。

2.3 加大对导游人员及促销人员培训力度

近几年来湖南导游队伍逐步扩大, 但就整个导游队伍来说素质还不高, 知识面还较窄, 满足不了游客求知的需求。比如湖南的传统工艺品很有特色, 在数千年的文明发展历程中, 湖南形成了具有独特生产工艺的地方性产品, 如湘绣、浏阳菊花石雕、醴陵陶瓷、土家织物等等, 它们具有很高的审美价值、收藏价值和实用价值, 具有鲜明的地方特色和民族特色, 代表湖南省的形象, 深受游客欢迎和喜爱。然而对于这一显示湖南传统特色和浓郁乡土气息的传统工艺美术品, 可是我们的导游人员却讲不出其所以然。因此我们虽然拥有像湘绣、浏阳菊花石雕那样的优质工艺美术品却至今仍未得到开发。应该说, 景区开发、景区建设和完善设施在湖南仍然是需要的, 但是提高旅游队伍的素质和管理水平, 尤其是从多方面发掘旅游资源的文化内涵, 增强已有景点对游客的吸引力和感染力, 提高重游率却是应当引起湖南旅游部门重视并采取措施、切实加强的重要课题。

3 湖南旅游文化发展的战略措施

3.1 大力开发具有湖湘特色的美食购物旅游系列商品

品尝美味佳肴, 购买食物商品是旅游活动中两大重要的组成要素。湖南自古就“湖广熟, 天下足”的说法, 美食、购物旅游资源丰富, 如张家界的柴火腊肉、长沙的“唐人神”系列腊制品均在全国小有名气。资兴市依托东江湖天然水资源, 开发出“东江湖”美食系列产品, 就深受旅游者的亲睐。要改变过去那种“购物在香港”, “食要在重庆”的说法, 办百家宴, 做百家菜, 使湖南也成为游客品尝美味佳肴的地方。同时要积极拓展购物旅游产品的市场空间, 多层次、多档次地开发出旅游购物商品的系列产品, 以满足游客求新猎奇的消费需求。如地处南岭山区的临武县, 把当地土鸭临武麻鸭加工制作成“临武鸭”旅游购物品系列产品, 投放到国内一些大城市和旅游景点的旅游购物市场, 很快成了游客们的“抢手货”。因此要积

极利用湖南深厚的文化沉积，众多的能工巧匠和比较雄厚的工业基础，积极发展旅游商品加工业，并充分发挥科技、市场优势及深厚的历史文化优势，大力弘扬传统工艺，建设一批文化含量高、科技含量高的旅游商品生产基地。重点开发石刻、根雕、竹编、陶器、湘绣等民间工艺品和湖湘字画，名优土特产品，发展一批旅游名牌商品，提高旅游商品的市场占有率，力争旅游商品销售额占整个旅游收入的比重达到50%左右。

3.2 立足本地，发展专项旅游项目

专项旅游市场有很强的竞争力。对延长游客逗留时间、增加旅游收入、专项旅游都将起到积极作用。湖南省旅游局根据自身资源，策划设计了名为“一个龙头，四条黄金线路”的精华旅游产品，即以武陵源为龙头，以长沙市为中心，形成长沙—岳阳湘楚文化观光线，长沙—花明楼—韶山伟人故居观光线，长沙—南岳宗教文化观光线。为塑造和树立湖南省鲜明的旅游地形象打下了坚实的基础。但人们的旅游需要随着社会的发展而变化，随着观光旅游向文化旅游的转变，精品远远不能局限于以上四条线路，应不断开拓，不断创新，设计出更多、更新、更有特色的精品。比如“南岳旅游”可以开展佛教体验游，让游人亲身体验一番“出家”的滋味，到寺庙里“做几天和尚，撞几天钟”，了解僧侣道人生活习俗，增长知识。由于唐宋南方佛教对日本、东南亚一带影响颇大，每年都有一大批国外佛教信徒来华旅游，只要我们认真组织好这一专项旅游，加上其他中外游客，其经济效益是十分显著的。比如南岳衡山素来以“宗教圣地”称誉。同样，湖南资兴东江湖的兜率岩景区，过去只有单一的溶洞观光旅游项目，这些年来，资兴市旅游部门利用光声电手法，把“西游记”、“太上老君”等神话故事中的故事情节作为旅游产品开发出来了，引导观光旅游产品向多样化、综合型方向发展^[4]。湖南古风民俗不少，特别是古典歌舞，颇有风貌，只要能组织、挖掘、整理，完全可以推出专项旅游，雅俗共赏。

3.3 兴建雕塑，丰富升华旅游文化内涵

雕塑是“固体诗”、“立体画”，富有历史研究价值和艺术观赏价值，特别是反映近代史诗的雕塑往往能吸引大量的国内外游客。当今厦门的陈嘉庚浮雕、海南的“红色娘子军”雕塑等等无不令人流连忘返。湖南不仅历史、神话、传说题材众多，而且是抗战四大会战的主战场所在，推出一批具有特色的雕塑完全可能，特别是芷江受降坊在海峡两岸有极大的影响。如果设计一组抗战群像或浮雕，再现国共两党将士当年的风采和他们浴血抗日场面，这既能体现强烈的爱国主义精神，又能吸引更多的台湾同胞前来参观、凭吊，加强海峡两岸人民的往来和了解。

3.4 引进外资，塑造民俗旅游品牌

湖南少数民族多达40个，拥有丰富的民俗旅游资源，典型的有苗族的对歌、瑶族的哭嫁、侗族的“三宝”鼓楼、风雨桥，汉族的岳阳龙舟节，浏阳烟花节等等。因此，只要稍加利用，就可以推出一批精品民俗旅游点和精品民俗旅游线路。近年来长沙推出“长沙—韶山”、“长沙—花明楼”、“长沙—浏阳”等“名城名人”旅游精品线，产生了非常好的旅游开发效应，民俗旅游资源开发也应藉此经验，在凸显特色，增强娱乐性、吸引力等方面做文章。比如在岳阳张谷英村举行“张谷英文化节”、在石门举办“桔子节”，在耒阳举行“农耕文化节”等等。近年来，南岳宗教旅游定位于“寿文化”方向，地方政府着力打造“中华寿岳”大品牌，铸造了世界上最大、寿字最多的“中华万寿鼎”，并从2000年开始每年举办一次大型“寿文化节”，每年吸引旅客上100万，成为国内外叫得响的一张宗教旅游大品牌。

3.5 将旅游资源的开发利用纳入经济发展的轨道

在当代科技迅猛发展、市场竞争激烈的情况下，从湖南优秀的物化型历史文化资源中发掘制造出“名、优、特”商品是时代的呼唤，也是传播湖湘文化的需要。长沙是“楚汉名城”，湖湘文化从这里发祥，瑰丽的土特产品，精妙的工艺曾使湖南一度辉煌。当务之急是在现有景区景点建设的基础上，拓展其文化蕴涵和可游览性，开发世界级旅游精品和国内旅游名牌产品，特别是要重点开发张家界、南岳、岳阳楼三大世界及旅游精品和长沙历史文化名城、抗战遗迹、张谷英村、炎帝陵、舜帝陵、

韶山、里耶古城和花明楼等八项国内文化旅游名牌产品。这些具有湖湘特色的文化精品，既会给旅游解决商品的需求，也必须会转变成成为变革现实的经济力量。同时，对湖南历史文化资源的开发利用，旅游业要发挥好综合协调的职能。除交通、运输、航空、商品等联系外，更应主动与文化、历史、艺术等方面紧密合作，帮助它们与旅游部门建立有效益的学术科研活动，有计划地对重要历史人物、事件进行系统的多形式的研究和宣传，支持传统精绝工艺及产品的开发，使湖南旅游业焕发出新的异彩。

3.6 加大“世界遗产”申报力度

湖南有南岳、岳阳楼、韶山等多个国家级风景名胜区，有里耶、凤凰、岳阳楼三大人文明星景观。从现在起就要为韶山、凤凰、里耶申报“世界文化遗产”，为南岳申报“世界自然遗产”作前期准备，包括理论依据、保护环境和文物的具体措施，以及旅游交通网络设施，一旦硬件准备充分，就即刻向联合国教科文组织提出申报。一旦申报成功，不仅是湖南的骄傲，更是湖南旅游业实现腾飞的强大推动力。

参考文献:

- [1] 秦永和. 旅游文化与现代旅游经济[J] .西南民族学院学报(哲社版), 1998 , 19(增刊):134 -138.
- [2] 刘建平, 阎友兵. 湖南旅游资源开发研究[M] .长沙:地图出版社, 2000 .25 , 27 -28.
- [3] 彭欢首. 长沙市旅游文化发展战略初探[J] .旅游学刊, 1998 , (3):21 -24 .
- [4] 王发兴. 湖南旅游产品的创新对策[J] .改革与战略, 2005 , (2):13-16 .