

贵州食用菌旅游资源开发研究

刘正伟¹

(贵州大学 管理学院, 贵州 贵阳 550025)

【摘要】: 食用菌产业作为贵州大力发展的十二大特色农业之一,具有丰富的旅游开发价值。本文深入分析开发食用菌旅游资源能带来的经济文化价值,立足于当前食用菌产业和旅游产业现状,分析出贵州开发食用菌旅游资源会面临的一些问题和困难,并针对问题提出一些思考后的建议。

【关键词】: 贵州食用菌 旅游资源 食用菌旅游资源

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】:**A

0 引言

食用菌资源具有丰富的旅游开发价值。近几年在贵州省政府的规划下,贵州食用菌产业不断发展壮大,已经形成产业规模和较完善的产业链条。至 2019 年底,食用菌产业新型经营主体形成一定规模,在产业结构分布上形成了 5 大产业带,也培养出了具有地方特色的优势产品。虽然在旅游资源开发方面还没有开发出相对有影响力的旅游项目,但是可以预见食用菌产业联动旅游产业开发是一个发展方向,是对食用菌资源的充分利用,也是食用菌产业拓宽其销售渠道和产业升级的方向。

1 贵州食用菌旅游资源的开发价值

1.1 饮食文化价值

食用菌的饮食文化价值十分明显。食用菌拥有丰富的微量元素和蛋白质,具有强大的保健功能和药用价值,能提高免疫力,降低血脂和血糖等,并且口感鲜美,深受大众喜爱。贵州菌种资源丰富,贵州食用菌有 22 科 72 个属 268 种,主要特色品种有竹荪、冬菇、羊肚菌、鸡枞菌等,野生食用菌种类占全国的 80%以上。由于拥有资源丰富的食用菌种类,贵州自古以来就有食用菌的饮食文化基础,随着人们对食物的消费结构趋向营养和保健化,食用菌已经成为老百姓日常餐饮的重要组成部分。虽已成为人们餐桌主要菜品,但大部分人对食用菌的认知还停留在口感和味道上面,并不了解食用菌所具有的营养价值以及药用价值。充分利用食用菌资源,开发出具有观赏性、参与性的食用菌旅游资源,如食用菌产业园、林下种植、食用菌主题农家乐等旅游项目,联动贵州正在蓬勃发展的旅游业,开发出休闲放松、接近自然的山地旅游或乡村旅游等。以主题的形式推广食用菌产品,弘扬食用菌的饮食文化,向大众推广食用菌的营养以及药用价值;促进大众对食用菌的营养认可,纠正大众对食用菌饮食文化的偏差;更好地传播和培养大众的食用菌饮食文化,有利于开拓食用菌市场,引导大众养成食用菌消费习惯,为食用菌产业带来的效益。

1.2 品牌价值

食用菌产业作为贵州省大力发展的十二特色农产业之一,近年来快速发展。食用菌种植技术提高,人工种植食用菌种类数量

¹作者简介: 刘正伟(1998-),男,仡佬族,贵州遵义人,贵州大学管理学院本科在读,主要研究方向为产业经济。

基金项目: 贵州大学大学生创新创业训练计划资助(贵大省创字 2019047)

增加;整体规模快速扩大,种植面积和产量成倍增加,2019 年底种植规模达 30 亿棒,跻身全国第一梯队。食用菌产业已经成了贵州的一张名片,织金竹荪、大方冬荪、黎平茯苓先后成为国家地理标志产品;望谟灵芝、义龙姬松茸、雪榕海鲜菇等成为地方著名食用菌品牌。虽然贵州食用菌产业整体表现良好,但是在影响力上还存在不足,还没有建设成“食用菌之都”的品牌影响力。

而贵州旅游业在近几年已赶超云南,成为实打实的旅游大省,并且还在不断的进步和升级当中。发展食用菌旅游,能使食用菌产业乘上旅游发展的顺风车,分享旅游经济的红利,带动食用菌产业快速发展。游客在旅游的过程中,不可缺少吃、玩、购的环节,食用菌产业会渗透到各个环节当中,特色食用菌火锅、食用菌采摘、特色食用菌产品等。在游客在消费食用菌产品的同时,也会由于食用菌资源填补或者完善旅游环节的不足或缺陷,从而对旅游过程加深印象。两者联动发展,作为一种新的发展模式,一方面能起到宣传作用,在旅游层面能对贵州特色的食用菌品种和品牌起到宣传和推广;另一方面,作为特色的旅游主题,吸引游客前来旅游体验,能使游客感受到贵州的自然风光和优质的食用菌产品。同时提升两者的品牌影响力,塑造优质的食用菌文化品牌和自然休闲的旅游文化品牌。

1.3 经济价值

贵州通过发展食用菌产业已取得了巨大的经济成果,已累计带动 55.5 万贫困人口脱贫。开发食用菌农村旅游资源,如农家乐、开放性种植园等,在生产方面能带动农村人口就业,还能在旅游的食、住、玩方面活络农村经济。贵州大力支持发展乡村旅游,但是在贵州已开发的数千个乡村旅游村落中,也只有西江千户苗寨、安顺天龙屯堡等少数省内外知名的景区。许多村落拥有美丽的自然风光、舒适的宜居环境和民族特色,但绝大多数村落都不具备极具吸引力的开发条件,不足以吸引足够的游客来支撑和发展完整的旅游产业链,无法为当地百姓创造稳定的工作和收入。

贵州食用菌产业的发展已基本摆脱了简单的栽培及栽培单一的农业模式,实现了现代农业链条全面有序的转变,具有产业横向延展的能力和条件。基于乡村舒适休闲的环境,以食用菌为主题开发农村食用菌旅游资源,是侧重于“吃、玩”的休闲旅游,让游客来舒缓压力,休闲放松,体验农村生活。如农家乐、开放性食用菌种植园等,以食用菌为链条,配合农村自产的有机果蔬、土鸡、土鸡蛋等特色农副产品,采取体验式采摘方式,基本能满足游客“吃住行游购娱”的要求。发展乡村旅游、山地旅游,是贵州食用菌产业转型升级发展的方向,是提高食用菌产业核心竞争力和增加多元化的发展路径。同时,也是解决农村剩余劳动力问题,带动农村人口脱贫致富有效解决办法。

2 开发食用菌旅游资源的限制因素

2.1 旅游资源开发能力不足

贵州是旅游大省,虽然整体规模较大,但是由于旅游业起步晚,总体发展水平和行业成熟度都不算高。2018 年贵州 A 级旅游景区共计 254 个,而到了 2020 年,A 级旅游景区共计 420 个,增幅达 65%。景区数量在快速增加,但是旅游配套设施并不完善,许多景区资源没有得到合理利用,开发方式不科学;目前贵州省旅游产业仍处于较低的发展阶段,重自然景光,忽视旅游的文化涵养,而食用菌旅游资源开发需要植入品牌文化,打造出特色的文化旅游产品,贵州在这方面的开发能力和经验还存在不足;在贵州旅游业“井喷”式发展过程中,出现了旅游接待点服务质量下降、游客对住宿、景区饮食条件不满意、旅游市场经营不规范等景区综合管理不当情况,缺乏旅游管理相关的专业人才。贵州当前存在的所有旅游业问题都可能延伸到食用菌旅游资源开发的环节中,给食用菌旅游开发和后续经营管理带来重大困难。

2.2 以食用菌为主题开发旅游资源有难度

食用菌是指可食用的大型真菌,与其它农作物具有明显差别。在种植环境上,食用菌对生长环境有较高的要求,温度、适度和营养条件都会影响食用菌的产量、品质,不当的环境甚至会使得食用菌感染死亡,如果开发观赏性的食用菌旅游项目,就会对食用

菌的观赏条件提出较高的要求。不同种类的食用菌生长周期和生长环境都不相同, 贵州的旅游旺季通常在每年 5-10 月份, 由于气候影响, 会对旅游所提供的菌种数量有一定限制, 导致食用菌产品丰富度不够; 食用菌旅游的开发重在体验项目的开发, 食用菌采摘具有一次性, 体验程度高、参与性较强的林下种植项目要满足旺季就需要极大种植规模, 但是淡季这种大规模又会产生销售难题, 不开发又造成资源浪费, 如何平衡淡旺季产生销量不均衡是一个难题。

2.3 食用菌文化影响力不足

食用菌文化是人们在食用菌的种植、饮食过程中所产生的物质文明和精神文明。虽然我国有着悠久的种植和食用历史文化, 但是大众对于食用菌的认识主要停留在食用菌的可食用价值, 更对深层次的药用价值和营养价值认知较少。作为较为新颖的休闲的特色旅游主题, 文化影响力的缺乏可能会造成对游客的吸引力不够, 但是可以借鉴茶产业, 依靠具有较大影响力的织金竹荪等品牌产区作品牌背书; 还可以借助于强大影响力的野生食用菌文化, 每到特定季节时, 大众对野生菌表现出狂热的喜爱, 但是这就需要景区餐饮从业者提供野生菌的鉴别和烹煮系统培训和监督, 以确保达到安全食用的标准, 避免出现野生菌中毒事件损坏景区形象。

2.4 资本及技术限制

绝大多数景区资源为国家所有, 只依靠政府, 在初期开发及后期运营方面都存在着不可回避的短板。所以目前主要的景区开发方式是政府保留监督权, 将经营权开放给资本市场, 引进旅游投资企业进行开发。旅游资源开发需要大量资本投入, 问题在于贵州食用菌旅游目前尚未出现具有代表性的旅游项目。会影响投资商在与地方政府签订合同前, 要进行的可行性分析、投资价值评估和风险评估等环节。

发展食用菌生态旅游必然需要强大技术支撑, 要对食用菌生产原料到产品产出都要有相应的监督标准, 才能种植出高品质, 标准化的食用菌, 从而建立起食用菌旅游品牌, 这需要引进食用菌龙头企业提供资金和技术支持。引入投资也好, 引入技术也好, 想要打造好一个新颖的农业资源旅游项目, 地方政府要迈出艰难的第一步。

3 贵州食用菌旅游资源开发建议

3.1 精准的旅游定位

贵州旅游业的旅游方式主要为自然生态类、康养类、农旅一体类、民族风情类, 贵州当前提出发展生态旅游和度假康养旅游, 正在加快传统观光游转变为现代休闲度假游。以康养旅游作为精准化定位有极大的市场空间。养生符合现代人的需求, 贵州拥有保护完好的自然生态和自然风景, 近年来已受到众多游客的关注; 贵州是避暑之都, 每年夏天有许多游客特地到贵州避暑旅游, 部分人会在贵州停留一个月以上; 60 岁以上老人在旅游人数中的占比也越来越高, 而且最舍得花钱。食用菌应当利用强大的营养价值和保健功能的优势, 结合政策, 聚焦于度假康养旅游, 食用菌旅游涉及环境的自然风光和食用菌产业链的延展, 能实现生态、康养、农旅一体化发展。

3.2 科学规划, 合理布局

科学合理的布局是体现产业结构优化的重要标志之一。为了充分发挥贵州旅游产业和食用菌产业的各种资源及潜在优势, 应立足于贵州食用菌品牌产区及产区内的知名景区, 发挥其品牌影响力、文化影响力、市场影响力。贵州现有黔西乌蒙山区、北部-东部大娄山区、黔东南-黔南苗岭等 5 大食用菌产业带, 产业带地区食用菌资源丰富, 有竹荪、羊肚菌等贵州特色菌种和野生食用菌, 并且地方市场活跃, 食用菌文化相对其它地区较高; 同时五大产业带各个食用菌产区都有着丰富的旅游资源, 如乌蒙山国家地质公园、娄山关等知名景区, 食用菌旅游资源开发应先布局于现有的五大食用菌产业带进行合理开发。

3.3 构建合理的商业模式,实现产业联动

在景区周边开发食用菌旅游项目,或者与旅游景区联合开发食用菌旅游项目,都有利于当地旅游产业和食用菌产业共同发展,两者之间的相互作用能够有效提高经济效益,产业联动为食用菌创造了新的发展路径,拓宽了发展空间。旅游景区的主要旅游热点在于自然风景,贵州大多数 3A、4A 级景区在购物、休闲体验、吃、住等环节存在缺陷。食用菌旅游项目正好能弥补这一不足,如农家乐、食用菌小镇、林下种植等,游客提供了田园观光、农事体验、休闲购物的机会。有效完善了部分景区旅游环节的缺失,使得整个旅游环节更加完善,有助于提升游客的旅游体验。食用菌产业和旅游产业的联动发展,会促进食用菌产业结构发生改变,在产品、布局、销售渠道等发生根本上的改革和升级。

3.4 重视人才培养

食用菌产业和旅游产业的有效联动,主要的还是基于旅游,除了前期的规划的建设,也不可缺乏后期的持续管理,后期管理水平的高低直接影响到两个产业的联动效果及带来的经济效益。从经济效益角度看,我省大部分景区并不能产生较良好的经济效益,重要原因在于管理不太完善,会出现缺乏完整的旅游配套环节,景区服务不好等情况,体现了我省旅游行业高水平管理人员的严重缺乏。产业联动对旅游管理人员提出了更高的综合素质要求,这需要政府提出相应的政策来吸引和培养高素质的旅游管理人员;同时也需要旅游行业建立行业自律机制,才得以营造良好的行业环境来吸引和培养相关人才。

4 结语

贵州食用菌旅游资源的开发,需要利用当地食用菌资源特色与旅游业产业进行有机联动,将对食用菌产业发展提出全新要求。应当在政府的主导下开发食用菌旅游资源,要注重区域内优势的结合,大力培养相关人才以克服发展中遇到的困难。孕育出贵州食用菌文化,促进贵州食用菌产业升级,将贵州塑造成中国食用菌之都才是最终的目的。同时在食用菌旅游资源开发过程中,要始终坚持绿色和可持续发展,保护自然生态环境,确保食用菌产业与旅游业的联动不是一时的,而是良性、可持续的发展模式。

参考文献:

- [1]吴静澈, 乔钥. 贵州食用菌产业和旅游业产业联动模式研究[J]. 中国食用菌, 2020, 39(07):175-178.
- [2]李银凤, 刘晓柱. 贵州省食用菌产业现状与可持续性发展分析[J]. 中国农学通报, 2020, 36(16):160-164.
- [3]张莉萍, 王鼎. 食用菌饮食文化开发对我国食用菌产业发展影响分析[J]. 中国食用菌, 2020, 39(02):164-166.
- [4]张晓培. 以食用菌资源为链条的山地旅游发展研究[J]. 中国食用菌, 2019, 38(11):126-128.
- [5]常海霞. 打造贵州旅游业高质量发展新高地[N]. 贵州民族报, 2019-08-23(A02).
- [6]刘丹, 林茜茜. 新老年人旅游消费潜力分析[J]. 旅游纵览(下半月), 2019, (07):39-40.
- [7]龙鸥. 农业旅游资源的开发——以贵州省食用菌资源为例[J]. 中国食用菌, 2019, 38(02):108-110.
- [8]陈其荣. 贵州省旅游产业发展模式研究[J]. 中国集体经济, 2017, (23):67-69.

[9]刘锦. 贵州旅游业的发展现状及对策分析[J]. 旅游纵览 (下半月), 2016, (06):136.