

江西湖泊旅游资源可持续发展研究

熊文平¹

（南昌师范学院，江西 南昌 330029）

【摘要】江西湖泊资源丰富，风光秀美，独具特色。江西湖泊资源旅游开发具有良好的条件，充分发挥江西湖泊资源优势，打造休闲度假旅游产品，对江西旅游业发展具有重要意义。在对湖泊旅游资源开发的过程中，要坚持可持续发展的理念，坚持经济效益、环境效益、社会效益相统一。通过江西湖泊旅游开发的现状分析，指出江西湖泊旅游开发中存在的问题，提出江西湖泊旅游可持续发展路径。

【关键词】江西 湖泊旅游 可持续发展

【中图分类号】F590.3 **【文献标识码】**A

中国湖泊资源利用历史悠久，但发展湖泊旅游并形成产业化历程比较短。杭州的西湖、淳安的千岛湖等湖泊已经成为我国重要的旅游休闲地。中国湖泊旅游正处于快速发展时期，但总体发展水平不高，各地方发展不平衡，大多数的湖泊旅游还处于观光游览阶段。随着休闲时代的到来，休闲度假和鲜明的湖泊资源特色将受到人们的青睐，我国湖泊旅游将成为旅游发展新的增长点。从供给者角度看，湖泊旅游是利用湖泊水文形态、自然景观、生态环境、人文积淀和游乐设施，向旅游者提供全方位的服务产品；从旅游者角度看，湖泊旅游是体验湖泊的特殊景观环境，进行以湖泊为依托的各种活动为目的的旅游经历。

江西是著名的渔米之乡，湖泊资源非常丰富。由于江西地处长江中下游地区，有较好的气候条件，很多的动植物在此栖息、生息繁衍。江西湖泊风景优美，对湖泊旅游开发特别是开展生态旅游具有良好的基础。开展生态旅游，一方面可以促进经济的发展；另一方面可以增强公众的生态和环保意识，减轻传统旅游对旅游区环境、资源的冲击和压力，达到生态旅游与自然环境保护和建设的双重目的，具有巨大的社会、经济和环境综合效益。

江西湖泊资源十分丰富，具有三大优势：一是深厚的赣鄱文化底蕴。江西位于赣江流域，文化底蕴深厚，以赣鄱文化为底蕴，构成具有江西区域特色的风土民情，为江西湖泊旅游产业的发展奠定了坚实的基础。赣鄱文化历史悠久，文化底蕴深厚。红色文化、陶瓷文化、戏曲文化、宗教文化、书院文化等各具特色。二是江西湖泊湿地资源丰富，特色明显。江西湖泊众多，最具代表的有鄱阳湖、陡水湖、柘林湖、瑶湖、艾溪湖等。鄱阳湖是中国最大的淡水湖，是中国第二大湖；位于赣南的陡水湖是中国 4A 景区，是江西省风景名胜区；位于九江市的柘林湖，被称为庐山西海，为国家 5A 级旅游景区；仙女湖是第四批国家级风景名胜区，因“仙女下凡”美丽传说而得名。三是江西湖泊生态资源种类繁多。江西湖泊湿地植物种类众多，野生动物种群多样。鸳鸯湖位于上饶市婺源县，是中国最大的野生鸳鸯越冬栖息地。鄱阳湖是白鹤等候鸟的重要栖息地，被称为“白鹤世界”、“珍禽王国”。

江西湖泊旅游要坚持人类与湿地和谐发展，坚持经济效益、环境效益、社会效益相统一，在发展上不能仅看旅游收入这一指标，而忽视环境和社会、文化等指标。江西开展湖泊旅游是新的发展领域，科学合理地开发江西湖泊旅游资源，不仅有利于江西湖泊旅游资源的可持续发展，还对长江流域湖泊旅游开发有着较好的借鉴意义。

作者简介：熊文平（1980-），男，江西抚州人，硕士，副教授，研究方向：区域与旅游规划。

基金项目：江西省教育厅科技项目（编号：181087）

1 江西湖泊旅游开发的现状

1.1 湖泊旅游产品逐渐丰富

在江西湖泊旅游发展初期，其旅游产品比较单一，主要是农家乐产品、湖泊景区产品等传统旅游产品。随着江西湖泊旅游产品日益丰富，江西湖泊旅游开始向多元化和系列化发展，不断形成了以传统湖泊旅游产品为基础，以湖泊休闲度假、湖泊生态旅游、湖泊文化旅游、湖泊美食旅游为主，湖泊康体养生、湖泊科普旅游、湖泊运动旅游、湖泊创业旅游、湖泊婚庆旅游为辅助的江西湖泊旅游产品格局。

1.2 湖泊旅游品牌形象不断提升

江西省不断加大对湖泊旅游产业营销的资金投入，充分利用电视和网络等媒体，创新其营销模式，开展诸如鄱阳湖国际观鸟节、仙女湖爱情文化旅游节为代表的节庆事件营销，打造江西湖泊湿地旅游品牌。江西湖泊旅游形象不断得到提升，例如：鄱阳湖湿地公园是全国 4A 级景区，是候鸟的天堂，是中国科普教育基地。

2 江西湖泊旅游开发存在的问题

2.1 缺乏科学合理规划

由于一些地方急于发展当地经济，在没有很好地了解市场和认清当地旅游优势的情况下就急于上项目，存在盲目开发的现象，不能很好地突出当地特色，造成旅游产品不能很好地满足游客的需求，效益低下。一些地方缺乏科学合理的规划，不能很好地将规划先行的理念引领江西湖泊旅游的科学合理化发展，使得旅游线路、旅游产业、旅游资源等没能很好地统一谋划；对于怎样弥补不足、怎样发展优势、怎样清晰定位、怎样寻求突破点等问题也不知道如何解决。

2.2 忽视了湖泊旅游文化内涵的深度挖掘

江西湖泊旅游资源的开发，由于忽视了对江西湖泊旅游资源的文化内涵的深度挖掘，很多还停留在湖泊旅游初级产品的开发，同质化、现代化、城市化的旅游产品比较明显，导致有些湖泊旅游产品失去了本身的特色，因而不能很好地提高江西湖泊旅游资源的品味，也不能有效增加江西湖泊旅游产品的价值。

2.3 湖泊旅游产品还比较单一

当前，江西湖泊旅游产品虽日益丰富，但还处于初级阶段，湖泊旅游文化内涵还未深入挖掘，产品同质的现象还较严重。从湖泊旅游产品结构上看，现有的产品体系中往往主要停留在观光、休闲旅游产品，而湖泊休闲度假、湖泊体育运动、湖泊康养、湖泊文化创意等产品所占的比重比较低；从满足游客产品需求来看，主要以满足游客的物质需求为主，缺乏满足游客深层次的精神需求；从湖泊旅游产品活动内容来看，景区产品虽受旅游市场青睐，然而湖泊体验性活动、湖泊娱乐性活动、湖泊参与性活动的产品相对不足，缺乏有市场竞争力和有吸引力的湖泊旅游产品体系，从而不能很好地满足多层次游客的需求。由于湖泊旅游产品单一，缺乏旅游精品，造成游客重游率低。

2.4 缺乏湖泊旅游人才，管理不够规范

湖泊旅游产业从业人员大多数是当地的农民，担任湖泊旅游景点管理人员，也多是当地的村民或村干部。由于缺乏系统专业培训和湖泊旅游相关理论知识及管理经验，缺乏比较好的经营理念，从而导致旅游处于粗放式经营。此外，从事湖泊旅游民

宿和餐饮等行业人员很多也是农民。他们自主经营，各自为政，管理上比较分散。

2.5 湖泊旅游基础设施和配套设施还不够完善

湖泊旅游基础设施和配套设施的完善程度，直接影响游客的旅游体验。江西湖泊旅游所在地区，基本上是城市的近郊和经济条件相对较低的乡村，由于投入的资金有限，使得基础设施不能很好地满足游客的需求。旅游景区交通还不便捷。餐厅、宾馆等主要住宿和饮食设施条件还不够完善，在一定程度上影响了游客的旅游体验，造成游客到湖泊旅游逗留的时间缩短，影响江西湖泊旅游发展的经济效益。

2.6 湖泊旅游缺乏社区参与

湖泊旅游发展要紧紧依靠当地的群众，让群众充分参与到湖泊旅游规划、产品开发、经营管理中来。目前，江西湖泊旅游发展还没有充分发挥社区的主动性和积极性，没有很好地对社区群众进行专业技能培训，也没有很好地将他们参与其中。

3 江西湖泊旅游可持续发展路径

3.1 科学合理规划，促进江西湖泊旅游产业可持续发展

由于缺乏科学合理的规划，湖泊旅游项目开发还存在着盲目性、重复建设、低层次开发现象。因此，应因地制宜，结合当地资源特点，科学规划江西湖泊旅游产业发展。

湖泊旅游可持续发展的旅游规划目标：一是要着眼于湖泊旅游资源环境的保护。保护湖泊旅游资源的生态系统的多样性和物种的多样性。二是要着眼于当地经济的发展，促进当地人民生活水平的提高。在不破坏生态环境的情况下开展生态旅游，经过形象策划推出独特的生态旅游产品，再通过广告宣传尽量招徕高质量的生态旅游者，力争给生态旅游地带来好的经济收益，促进旅游资源利用的良性循环。

规划要立足全局，突出特色。规划关系到江西湖泊旅游未来的发展和长远目标的实现，要立足全局，从江西地域的特色入手，制定科学合理的江西湖泊湿地旅游开发规划，挖掘江西地域文化并进行旅游资源整合，充分发挥政府的主导作用，激发各要素的潜能。

应将湿地保护区分为核心区、缓冲区和试验区等功能区，分别进行不同程度的保护与开发，核心保育区如珍稀鸟类的繁殖地、栖息地等，应严禁游人进入，缓冲区可以适度开发一些低强度的旅游项目，比如标本采集、垂钓、野营等，并可建造小规模的生活区，但要严格处理生活垃圾，防止污染周围的湿地，开发区应在核心区与缓冲区的外围，是游客主要集散地，是消费中心和娱乐中心所在地。

3.2 深挖文化内涵，突显湖泊区地域文化与地域特色

首先，因地制宜，传承和创新地域文化。江西省红色文化、戏剧文化、陶瓷文化、农耕文化、民俗文化等文化底蕴深厚，为江西湖泊旅游开发奠定了坚实的基础。面对激烈的市场竞争，江西省发展湖泊旅游要因地制宜，立足本地的现状，深挖地域文化内涵。要根据风俗、民居建筑等传统文化与湖泊旅游相融合打造湖泊旅游产品，从而传承和创新区域文化。

其次，突出湖泊文化特色和地域特色。在旅游开发的过程中，通过探寻湖泊区历史发展的进程、居民生活习惯的变化、风土民情的变迁，探寻和挖掘当地文化特色与地域魅力，在此基础上开发湖泊旅游产品，从而使得湖泊旅游具有独特的文化底蕴。

最后，提升湖泊文化内涵应具有品牌意识。弘扬湖泊传统文化，要在打造品牌湖泊旅游产品，建设湖泊旅游重点村、湖泊旅游精品线路、湖泊休闲示范县区等方面下功夫，从创造、发展、运营品牌等方面突破。

3.3 促进江西湖泊旅游产品升级

第一，通过创意促进江西湖泊旅游产品升级。

通过文化创意，突显水乡文化特色，设计小巧特的旅游纪念品和生活日常用品。要以差异化、特色化的原则为指导，以文化创意和技术支撑为手段，提升旅游业与相关产业融合的广度和深度，提升产业旅游项目中的创意含量，创新产品和服务，以创意释放旅游与产业融合的创新潜力。

第二，通过科技促进江西湖泊旅游产品升级。

通过引进科技来提升旅游功能，大力发展现代农业，建设现代农业示范园，从中挖掘其科普教育功能，进一步提升农业休闲旅游产品品位。可充分运用先进的科技成果和信息技术手段开发具有现代气息、科技含量高的旅游产品，以满足旅游者追求新、奇、特的旅游心理。

第三，通过提高游客参与体验性，促进江西湖泊旅游产品升级。

旅游不再是单一地提供旅游产品和服务，而是能增强和塑造游客难以忘怀的旅游参与体验。传统的湖泊传统文化对于多数城市人来说，是件新奇的事物。例如：农事耕作、根雕、插花、编织、瓜果雕刻、舞龙舞狮等活动设计成体验互动的活动，一方面能满足游客的好奇心，使游客能更好地认识湖泊文化；另一方面通过参与体验活动，延长游客游玩时间，从而增加旅游综合收益。

3.4 注重队伍建设，科学规范管理

一是加强人才的培养和引进。通过走出去和引进来的方式，加强江西湖泊旅游管理人才和从业人员的培训和引进工作，增强服务和品牌意识，提高营销和管理专业知识水平，从而达到提高江西湖泊旅游开发的社会和经济效益。

二是加强江西湖泊旅游发展的激励机制。通过颁布涉及江西湖泊旅游的土地、财政等相关政策，激发和鼓励农民和相关企业积极参与湖泊休闲旅游开发与经营，从而达到降低湖泊旅游开发和管理的成本，提高农民收入和企业效益。

三是建立健全江西湖泊旅游的监督与制约机制。通过相关制度和政策法规的颁布和实施，规范企业、个人的管理和行为，摆脱经营管理中的不良状态，从而实现江西湖泊旅游产业健康发展。

3.5 加大资金投入，完善湖泊旅游基础设施和配套设施

湖泊旅游基础设施和配套设施的建设和完善，涉及到游客吃、住、行、游、购等方面，影响旅游服务水平和游客体验性，是江西湖泊旅游产业发展的重要因素。因此，要加大对江西湖泊旅游基础设施的资金投入，完善江西湖泊旅游基础设施和配套设施的建设。

首先，要重点加大对湖泊旅游公路建设的支持力度，推动旅游景区内交通建设和特色风景道建设，推进湖泊旅游停车场改造提升，增强湖泊旅游景点的可达性；其次，要加强通信设施、垃圾污水处理等公共设施建设；最后，要完善江西湖泊旅游

餐饮、住宿、娱乐、购物设施，提高江西湖泊旅游服务接待水平。

3.6 社区参与，利益共享

社区参与旅游不仅有利于旅游业的可持续发展，还有利于协调旅游目的地各方面的利益关系，缩小收入差距与弱势群体利益，维护社会稳定。社区参与湖泊旅游的开发模式主要有以下几种：“公司+农户”模式、“政府+公司+旅游协会+旅行社”模式、“股份制”模式、“农户+农户”模式、个体农庄模式。江西湖泊旅游产业的发展要充分调动社区的积极性和主动性，积极发挥社区在江西湖泊旅游发展中的重要作用，大力开展社区居民专业和管理知识与技能培训，促进社区居民积极参与到湖泊旅游产业发展中来，在当地就能创业就业，增加社区居民的收入，推动当地城镇化建设。

4 结语

湖泊独有的生态环境特点，使湖泊区别于其他的旅游资源，而湖泊的魅力也正在于其优良和谐的生态环境。湖泊资源具有复合式的特点，湖泊的整体生态环境直接决定了区域旅游业乃至整个经济可持续性发展的能力。江西省湖泊，不仅是江西省重要的水资源，而且是非常重要的环境资源，这对于江西省的环境保护、经济发展、社会进步等方面都至关重要。目前江西湖泊的生态环境保护比较脆弱，还存在着对湖泊资源生态环境破坏的行为。随着当今江西湖泊旅游资源开发的增多，怎样保证湖泊旅游资源的可持续发展，确保在开发过程中保护它们的生态环境，是需要长期关注和值得研究的重要课题。

参考文献:

- [1]周玲强,林巧.湖泊旅游开发模式与21世纪发展趋势研究[J].经济地理,2003(1):140-144.
- [2]洪河自然保护区生态旅游资源评价与开发[D].哈尔滨:东北林业大学,2008.
- [3]刘家明,杨新军.生态旅游地可持续旅游发展规划初探[J].自然资源学报,1998(1):80-84.
- [4]张秀娟,肖群芳,吴楚,等.洪湖湿地生态旅游开发策略[J].湖北农业科学,2013(10):5096-5098.
- [5]徐文雄.旅游发展与产业融合“四化”[J].旅游学刊,2011(4):12-13.
- [6]刘笑明.民生导向下的乡村旅游转型升级:困境、目标与路径[J].社会科学家,2019(7):92-97.
- [7]王琼英.乡村旅游的社区参与模型及保障机制[J].农村经济,2006(11):85-88.
- [8]把多勋,徐金海.基于社区参与的乡村旅游研究——以江西婺源县为例[J].资源开发与市场,2013(8):867-869.
- [9]赵浩明.青海湖旅游与环境保护[J].青海环境,2003(1):14-16.
- [10]冯晓华,阎顺.干旱区平原湖泊旅游资源可持续开发研究——以新疆艾丁湖为例[J].干旱区资源与环境,2011(1):195-200.