

生态旅游的“小众”模式管窥

——从王朗等自然保护区的实践谈起

连 玉 銮

(四川师范大学 草堂校区, 四川 成都 610072)

摘要:以四川王朗为代表的部分自然保护区,在旅游实践中,借鉴国外生态旅游的理念和经验,探索出一种独具个性的小众生态旅游模式。与国内众多的自然景区的大众化的生态旅游相比,这种模式具有开发规模小、产品个性化、营销策略小众化、重视环境教育与监测评估等显著特点,对国内自然保护区的生态旅游开发有着重要的启示意义。

关键词:生态旅游;小众模式;自然保护区

中图分类号:F590.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-5315(2005)01-0035-06

一 问题的提出——生态旅游还是自然旅游

生态旅游在我国的发展起步于 20 世纪 80 年代初一批自然风景区和森林公园的建立,其广泛开展始于 90 年代中期,至今已有近十年的历史。这期间,众多的自然保护区、森林公园、自然风景区、科学实验区、部分农业生态区和少数民族聚居区进行了生态旅游的探索和实践,积累了许多可贵的经验。但是,普遍存在的一个现象是将生态旅游与自然旅游相混淆。

国外将所有在非人工环境中进行的旅游称之为自然旅游。生态旅游是自然旅游的一种高级形式,在旅游对象的自然性这一点上,二者是共同的。但相对而言,自然旅游“主要强调的是利用自然资源来吸引旅游者”,而生态旅游“更强调在享受自然的同时要对自然保护作出贡献”[1]。因此,并非所有的自然旅游都是生态旅游,如狩猎旅游属于自然旅游,但不是生态旅游。

根据生态旅游协会(Ecotourism Society)1992 年给出的定义,生态旅游是为了了解当地环境的文化与自然历史知识,有目的地到自然区域所做的旅游,这种旅游活动的开展在尽量不改变生态系统完整的同时,创造经济发展机会,让自然资源的保护在财政上使当地居民受益。这种旅游具有旅游对象的自然性、旅游开发管理的保护性、旅游产品的知识性、各利益主体的高参与性等四大特点,以及环境保护、旅游、环境教育和扶贫等四大功能。在对环境保护的强调上,生态旅游高于任何一种其他类型的自然旅游,也高于其他类型的可持续发展旅游。作为旅游活动,生态旅游还是一种高品位、专业化程度很高的旅游,对旅游者的收入、受教育程度和旅游兴趣都有较高的要求。由于它的保护性和专业性,生态旅游注定只能是一种小规模旅游、精英旅游。这一点,从国外学者将生态旅游作为“可替代性旅游”(alternative tourism)的一种类型就可以看出。“alternative tourism”一词,国内学者还将之译为“非大众旅游”[2]或“另类旅游”[3]。这里的“替代”、“另类”和“非大众”都是相对于大众旅游而言。加拿大著名学者巴特勒在论述可替代旅游时强调它“满足特定群

收稿日期:2004-05-24

作者简介:连玉銮(1965—),女,福建南平人,四川师范大学草堂校区旅游系讲师。

体需要”和“补足大众旅游”的特点。尽管“可替代性旅游”这一概念“被认为太宽泛而难以准确应用”[4](150页),但提出者将它区别于大众旅游这一点是显而易见的。而作为“可替代性旅游”的一种类型,生态旅游的非大众性也是非常明显的。

生态旅游在传入我国之后,迅速掀起了一股热潮,大量不具备开展生态旅游条件的风景区和自然保护区打着生态旅游的旗号开展大众旅游,造成了对生态旅游认识上的混乱。大部分的所谓生态旅游其实只是自然旅游。

笔者根据对国内媒体关于生态旅游报道的追踪及对四川部分自然保护区旅游实践的考察,将我国目前生态旅游的状况分为三种类型。一种是在许多风景区和部分旅游资源吸引力较强的自然保护区和森林公园中开展大众化的生态旅游,这是沿用传统的大众观光、度假旅游模式开发的生态旅游。它不同于以往观光度假旅游的是,它在旅游规划、旅游产品的设计中适当考虑了环境保护的意识和绿色产品的理念。它实际上是一种贯彻了可持续发展理念的自然旅游,或曰生态化的自然旅游。这一类型的生态旅游数量多、影响大,其中较成功的有九寨沟、黄山等。第二种是部分自然保护区中开展的,借鉴国际上生态旅游的经验开展的小规模、精品化的生态旅游,如四川王朗自然保护区的生态旅游。还有第三种状况,是在相当多的风景区和自然保护区进行的粗放的“生态旅游”。这一类“生态旅游”没有科学的规划设计,也未贯彻生态旅游环境保护的理念,尽管也打着生态旅游的旗号,严格意义上说只能是一种粗放的自然旅游。

造成我国生态旅游开发局面如此复杂的最主要原因是我国旅游开发市场中各利益主体强烈的利益驱动。生态旅游应当是先生态后旅游,生态第一,旅游第二。而国内的“生态旅游”往往是先旅游,后生态,生态是旅游的包装。此外,庞大的旅游市场与相对薄弱的旅游资源的矛盾,生态旅游对旅游者素质的高要求与生态旅游市场不成熟的矛盾,生态旅游产品的精品性与旅游地设计规划能力之间的矛盾,也是生态旅游“橘生于淮而成枳”的原因。

值得高兴的是,在我国的一部分自然保护区中,由于国际上先进的环境保护意识和生态旅游理念的植入,一种兼具保护性、教育性、参与性的生态旅游模式正在发展和完善,认识这种模式的内涵和特点,吸取其经验教训,对生态旅游理念的普及与我国生态旅游品质的全面提升有着重要意义。

二 生态旅游的小众模式——王朗模式

王朗自然保护区位于岷山山系腹心的四川平武县,是我国建立最早的以大熊猫为保护对象的自然保护区之一。保护区内生物多样性丰富,除大熊猫外,还生活着金丝猴、扭角羚等6种国家一级保护动物,植物构成复杂,起源古老,还保留着大片的原始森林。在保护区的附近,还生活着文化风情独特的白马藏族。王朗的生态旅游是在世界自然基金会(WWF)的指导和帮助下于1999年启动的。由于引进了国际上先进的生态旅游理念,得到了国内外专家的支援,王朗的生态旅游一开始就具有鲜明的特色。保护区经过几年的努力,2001年9月通过了“自然与生态旅游认证项目(NEAP)”^①的国际生态旅游认证。王朗的案例被NEAP作为发展中国家生态旅游基准向世界生态旅游大会(2002年9月加拿大魁北克)推荐,四川省也把王朗作为省内自然保护区开展生态旅游的示范点。无论从其国际性影响还是从其保护区内外协调发展来看,王朗自然保护区的生态旅游都是国内自然保护区中较成功的。

王朗的生态旅游实践也吸引了旅游学界的关注。WWF(世界自然基金会)平武ICDP项目(平武综合保护与发展项目)前任负责人李晟之、成都理工大学教授鄢和琳等都曾撰文介绍过王朗的生态旅游实践。李晟之博士曾是WWF专门负责王朗生态旅游项目的官员,他指出王朗生态旅游的最大特点是小规模[5]。

笔者以为,仅仅用小规模还不足以概括王朗生态旅游的全部特征。王朗的生态旅游在国内的生态旅游实践中有着鲜明的个性,对王朗生态旅游经验的总结离不开与其他保护区和风景区生态旅游类型的比较。实际上,除王朗以外,云南的碧塔海自然保护区在交通线路设计和景区解说系统设计方面,四川的唐家河自然保护区在生态旅游与环境教育结合方面,都具有不同于国内众多大众化生态旅游的显著特点。尽管这些自然保护区对自身旅游实践的理论价值可能没有足够的自觉,各保护区的具体做法也不尽相同,但笔者认为在总体上可以将他们划入同一类型。通过对王朗等生态旅游的考察和深入思考,笔者将这种生态旅游类型概

括为生态旅游的小众模式,以区别于国内影响较大的大众化生态旅游模式。这里的“小众”是借用现代传播学和营销学的一个概念,是指某一类产品的重度使用者[6]。这类消费者虽然绝对数量可能不大,但他们对该产品有着独特而持久的兴趣,值得经营者特别关注。小众营销就是针对这部分特殊而重要的市场或消费者来确定自己的营销策略。而小众传播则是针对细分了的受众中的某一类或几类的传播。生态旅游中的小众模式恰恰具有这种特点,它的开发规模、产品设计、服务方式和营销策略都是针对这部分有着特殊兴趣和特殊需求的旅游者,适应这部分旅游者的需求而进行的。笔者将这种模式的特点概括如下。

1. 小规模、分阶段开发

作为世界自然基金会资助的四川平武 ICDP 项目的一部分,王朗的生态旅游前期开发资金是由 WWF 提供的,为期十年的旅游规划把整个旅游开发分为三个阶段,采取渐进的开发方式,下一个阶段的旅游开发根据前一阶段的旅游影响、市场反应和资金情况进行调整[7](59—62页)。在旅游开发的第一阶段(2001—2002年底)投入的启动资金仅 250 万人民币,对保护区原有的旅游设施进行翻修,以便接待每日 50 人的留宿游客,并且修建简易的会议室和野外研究站,建立简易的图书馆。在保护区的经营下,2000 和 2001 年分别实现了利润 30 万和 40 万^②。碧塔海生态旅游同样是走小投资、阶段性回报的路子。这与黄山、九寨沟等大众化自然旅游开发中大投入、高产出的模式完全不同。小规模阶段性的开发既适应保护区资金不足和接待能力较弱的条件,又能把对环境和社会的负面影响控制在最小范围内,也便于及时根据游客需求调整旅游经营,是自然保护区生态旅游开发的一种适宜方式。

2. 低容量旅游客流

与小规模开发对应的是确定较低的旅游容量,通过控制游客的进入量以减少对环境的影响和保证旅游质量。在旅游开发的第一阶段,王朗自然保护区确立的旅游容量为每日 50 人。在第二阶段,王朗的游客进入量也只会根据接待能力和环境影响进行逐步的调整,而不会有大的突破。碧塔海的旅游容量也通过旅游交通和家庭旅馆接待控制在较低的范围。在进入景区之前,只有 2.5 公里的木栈道和弹石马帮道,景区的接待采取景区外藏族家庭旅馆方式,完全摒弃大旅馆的接待模式。并且,作为自然保护区的王朗和碧塔海,其旅游开发也服从保护区功能分区原则,核心区內除了科研监测点,没有其他人工设施,不允许游客轻易进入;缓冲区内也没有任何大型的旅游接待设施[8]。

3. 小众营销

小众营销是营销界一种新兴的营销方式,其最大特点是选择产品的重度使用者作为目标市场[6],对他们给以特殊的关注,产品、价格、促销、分销渠道等策略均针对这部分小众的特点和需求推出。王朗等自然保护区的营销策略深具小众营销的特点。在众多的游客中,王朗选择了科学工作者、学生、教师、国际生态旅游者等几类小众作为主要目标市场,通过网络、信函、人际媒介、电视、报纸等多种媒介向这几类潜在游客提供信息,并谋求建立持久的关系。旅游产品也是根据这几类游客的特点和需要设计的。旅游地的接待设施和服务也针对这几类游客的需要,追求整洁朴素、原汁原味而不求华丽高档。尽管王朗的这种营销模式还有待完善和精细化,但它顺应了营销发展的潮流——整合营销传播,也符合细分了的旅游市场特点。

4. 个性化、高知识含量的旅游产品

这里的个性化产品包含两层含义:一是指其旅游产品与其他旅游地或旅游企业经营的旅游产品相比极具个性;二是指其产品是根据不同类型游客的不同需求而设计。目前,王朗自然保护区为游客提供的产品有观鸟、植物鉴别、晚间讲座、欣赏白马藏族歌舞等近 20 类产品。针对不同的游客有不同的产品设计:为科学家游客提供科研和监测服务、讲座、研讨会等产品;为国际生态游客提供大熊猫生活痕迹考察、专题讲座、白马藏族民俗风情体验及与当地小学生的交流、捐助等产品;为中小學生提供内容丰富、知识含量高的夏令营、冬令营等产品。甚至每一批游客的活动项目和内容都不相同。在王朗生态旅游开发的第一阶段,笔者曾目睹生态旅游工作人员与国外旅游专家在游客每天的旅游活动完成后,都要对游客的特点和接待活动的成败进行分析,并作出相应的调整。针对不同类型游客的需求和特点调整旅游产品是其产品个性化的前提。

5. 人性化的服务

在小规模的生态旅游中,旅游接待者与游客之间有较多的个人接触,情感交流。在王朗接待的国际生态游客、科学家游客和学生游客的过程中,游客和接待者都有着良好的人际关系。国际游客在王朗附近白马藏族村寨亚者造祖村村民的家中住宿、吃饭、交谈,与当地小学生游戏,与保护区的工作人员密切接触,许多游客成为当地藏族村民和保护区熊猫保护的捐助者,不少科研工作者甚至成为保护区的常客,与保护区和生态旅游工作人员成为朋友。这与大众化生态旅游中游客接受到的标准化服务完全不同。

6. 相关利益主体高度参与

生态旅游的一个重要特征是当地社区的参与、获益和游客的负责任行为。在王朗生态旅游的规划过程中,运用由世界自然基金会两位生态旅游专家带来的“APPA”规划方法(建设性参与式规划方法)进行规划,鼓励相关的利益主体的参与。在历时三年的规划中,四川林业厅、平武县政府、白马乡政府、王朗保护区职工、白马村、志愿者、研究人员、学生甚至国内外游客都积极参与,通过一系列研讨会、座谈会和实地考察完成项目的规划。同时,自然保护区的职工、附近白马乡的村民直接参与了生态旅游经营,白马村民通过为游客提供食宿服务从中获益。与大众化的生态旅游相比,生态旅游的这种小众模式,当地社区是以独立的主体参与生态旅游的规划和经营,而不是被动地服从旅游企业的安排。虽然在两种情况下,当地居民都在经济上受益,但对当地社会和文化的影响是不同的。在后一种情况下,社区居民的主体地位得到了更好的确认,其文化自尊心、环境保护的自觉性都得以发扬。

7. 重视环境教育

环境教育是生态旅游的重要内容,是其区别于其他类型自然旅游的重要标志[9]。王朗的生态旅游开发将环境教育融于旅游者活动的各个环节,目前已建立了比较完整的景区解说系统,由景区的线路设计(包括两条由国际志愿者设计的生态小径)、标识牌、VCD、关于王朗的文字资料、专家的夜间讲座和导游的讲解等部分组成。王朗每年的旅游收益,有5%用于环境教育,20%直接用于保护工作^②。在云南碧塔海自然保护区,生态旅游标牌由指示性标牌、规定性标牌、说明性标牌、解释性标牌、环境教育标牌等组成,不但帮助游客了解景区的生态系统和藏族宗教文化,而且有助于引导游客负责任的行为[8]。

8. 完整的监测评估体系

完整的监测评估系统对生态旅游的可持续发展至关重要,但实际上国内的生态旅游景区对旅游影响进行持续监测评估的不多。在平武综合保护与发展项目(ICDP项目)中,监测和评估是一个前提,通过监测和评估来确认生态旅游发展的综合目标达成情况,同时指导项目的设计和再设计。监测评估的对象包括游客行为、管理工作、当地居民、景区环境(包括动植物群落)等,监测评估的内容实际上囊括了生态旅游的经济效应、环境效应和社会文化效应。监测工作由每天与游客接触的人员如王朗保护区职工、导游、白马居民在信息收集和记录的基础上进行,项目工作人员、社区居民甚至游客都参与到监测工作中来,开发者希望通过这种参与式监测评估帮助利益相关的各方担负起环境保护的责任。

三 生态旅游小众模式与大众模式的比较

小众生态旅游模式在国内的“生态旅游”热潮中虽然是一种非主流模式,但它较好地借鉴了国外生态旅游实践的经验 and 理念,力图在自然保护区旅游开发的同时实现自然保护、扶贫、环境教育等目标,而不是仅仅将经济效益作为发展旅游的唯一目标,因此它的意义是巨大的,也是值得其他自然保护区借鉴的。这里笔者尝试对这两种模式的内涵和适应性作一个比较。

1. 模式特点的比较

通过将王朗等自然保护区的生态旅游开发模式与九寨沟、峨眉山、碧峰峡等大众化生态旅游景区进行比较,我们可以看到两种模式的不同特点。

	生态旅游的大众模式	生态旅游的小众模式
旅游产品模式	产品知识含量较低、标准化程度较高	旅游产品富于个性、知识含量高

社区参与模式	社区对旅游开发有一定程度参与,但地位被动,意愿和意见不能得到较好表达	社区参与开发经营,参与决策
环境保护模式	环境保护理念得到一定程度贯彻,但缺乏对景区深入的调查监测	有较完整的环境监测系统,产品设计和景区管理遵循生态原则
旅游营销模式	有良好品牌意识,注重媒介运用,没有细分市场或针对细分市场中的大部分市场目标	有较好品牌意识,营销规模不大,针对人数较少的产品重度使用者
景区管理模式	景区管理专业化、市场化程度较高	景区管理专业化程度不高
投资模式	大投资、高回报	小投资、阶段性回报

2. 模式适应性的比较

通过对黄山、九寨沟、碧峰峡等较成功的大众化生态旅游景区的研究可以发现,生态旅游大众模式的成功通常需要具备一些条件,如旅游资源吸引力较强、庞大的有效市场需求、开发商实力雄厚等等。因此,生态旅游大众模式往往适合那些旅游资源品级较高,吸引力较强的风景名胜区。

相对而言,生态旅游的小众模式对旅游资源的科学价值和文化价值的要求比大众化旅游高,景区往往是有独特价值的完整的生态系统,并且要求旅游开发者有能力将其科学价值和文化价值开发成旅游产品。

此外,从王朗等地的生态旅游开发来看,确保生态旅游的成功开展,有三个方面值得注意。

一是要求生态旅游的开发者具有先进的旅游和环境保护理念。给王朗带来先进理念的是国际环境保护组织及其专家和国内的学者、科研人员,包括平武 ICDP 项目的负责人员和在王朗从事科研工作的学者。由于他们的介入,王朗的生态旅游得以将先进的生态旅游理念和环境保护意识与当地具体条件相嫁接,避免了许多风景区和自然保护区盲目开发给生态系统带来的负面影响。实际上,王朗等地的生态旅游正是国际上的生态旅游理念和经验在我国自然保护区的实践。

二是要求旅游地有较好的科研基础。由于生态旅游产品具有较高的知识含量,重视环境教育,要求生态旅游开发地有较好的科研基础,能够给游客提供当地动植物群落和生态系统知识。王朗自然保护区自身的科研实力并不强,但旅游开发者有着良好的科研意识,他们利用大熊猫的吸引力和王朗独特而完整的亚高山生态系统,积极联络国内外科研力量到王朗进行科学研究,而保护区为其提供良好的科研服务。这些科学研究和调查监测为保护区的环境保护和生态旅游提供了重要的资料,并成为王朗生态旅游的最大资源优势。

三是外部力量的支援。保护区的生态旅游开发由于要服从其保护的第一需要,不适宜走完全市场化的路子,而单靠保护区自身的力量又难以承担,所以需要动员外部的社会力量。在王朗,这种外部力量主要由国际组织、国内外生态旅游、环境保护专家、科研人员、自愿者、大学生等构成。这些组织或个人对解决王朗保护区的资金、科研、旅游规划设计、人员接待等问题起了重要作用。没有这些外部力量,王朗的生态旅游开发也很难取得成功。

适应条件	生态旅游的大众模式: 1. 旅游资源吸引力大 2. 庞大的有效市场需求 3. 基础设施完善,良好的可进入性 4. 投资主体实力雄厚	生态旅游的小众模式: 1. 完整独特的生态系统 2. 开发者先进的产品理念和环保意识 3. 良好的科研基础 4. 外部力量的支持
------	---	--

可以看出,生态旅游大众模式和小众模式各有自己的优劣势。相对而言,大众化的生态旅游能迅速带动一个地方经济的发展,有着更大的经济效益,它适合那些资源吸引力较强的旅游风景区;而生态旅游的小众模式更注重旅游开发的经济效益和环境效益、社会效益的平衡,更适合那些生态系统较脆弱、不适宜大规模开发的自然保护区。生态旅游的小众模式在国内虽然刚刚起步,但它体现了国际上自然旅游发展的一种趋

势,有着强大的生命力。

四 结论

1. 生态旅游的小众模式不仅仅意味着小规模,它的核心特征是针对特定的游客群。产品和服务的个性化、市场营销的小众化和重视环境教育等特点显示出它是一种小而精的高品位旅游。

2. 生态旅游的小众模式是国际上先进的生态旅游理念和西部地区生态状况结合的产物,是真正意义上的生态旅游,因此,它不仅仅是一种适应特殊地区的生态旅游模式,而且对占主流的大众化生态旅游有着重要的示范和启示意义。

3. 生态旅游小众模式的开发应基于两大前提:对本地生态系统的深入调查和研究并转化为产品;对市场的深入调查和对特定顾客群的把握。后者是生态旅游小众模式成功的关键,也是目前西部生态旅游探索的薄弱处。

4. 先进的理念和强烈的市场针对性使生态旅游的小众模式在西部生态脆弱地区和自然保护区有着广泛的适应性,是一种值得借鉴的适宜模式。

注释:

①NEAP 是国际生态旅游学会所推荐的三大生态旅游认证组织之一。

②数据由王朗自然保护区提供。

参考文献:

- [1]张广瑞. 生态旅游的理论与实践[J]. 旅游学刊,1999,(1).
 [2]吴波. 非大众型旅游(Alternative Tourism):起源、概念及特征[J]. 旅游学刊,2000,(3).
 [3]徐嵩龄. “Alternative Tourism”应译为“另类旅游”[J]. 中国人口、资源与环境,2003,(2).
 [4]唐纳·麦克里德. 可替代性旅游:含义和影响的比较分析[A]. 全球旅游新论[C]. 北京:中国旅游出版社,2001.
 [5]李晟之. 小规模:自然保护区旅游开发的选择——王朗自然保护区对生态旅游的探索[J]. 农村经济,2003,(1).
 [6]周国华. “小众”营销[J]. 企业管理,2001,(11).
 [7]李晟之. 王朗国家级自然保护区生态旅游总体规划[M]. 成都:农村经济杂志社,2002.
 [8]杨桂华,等. 云南碧塔海自然保护区生态旅游开发模式研究[J]. 应用生态学报,2000,(12).
 [9]李北东,连玉玺. 环境教育——生态旅游的灵魂[J]. 西南民族大学学报,2003,(9).

Opinion of Alternative Pattern of Ecotourism

LIAN Yu-luan

(Caotang Campus, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610072, China)

Abstract: Some nature conservation areas represented by Wanglang in their practice learn from foreign ideas and experience in ecotourism and find out an ecotourist pattern of peculiarity, which is of characteristics of small development scale, products peculiarity, non-popularity in sale strategy, and emphasis on environment education, monitoring and evaluation, compared with many popular ecotourism in many nature conservation areas. It is of great inspiring significance to China's ecotourism development of nature conservation areas.

Key words: ecotourism; natural tourism; alternative pattern; nature conservation area

[责任编辑:凌兴珍]