

怀化打造生态民俗旅游休闲度假胜地研究

王欣堂

(中共怀化市委党校, 湖南 怀化 418000)

摘要:湖南怀化旅游资源丰富,区位优势明显,能够开发的旅游形式多种多样,可将怀化旅游产业培育成为有规模、有实力、能持续的重要支柱产业,完成由旅游资源大市向旅游产业大市的跨越,建成中国最具魅力的生态民俗旅游休闲度假胜地。

关键词:怀化旅游;优势;制约因素;旅游战略;实现路径

中图分类号:F592.99 **文献标志码:**A **文章编** F592.99 **号:**1671-1807(2013)06-0044-05

怀化位于湖南省的西部,是中国中部地区与西部地区的结合部,是湘鄂渝黔桂五省(市、区)省际边境地区的中心地域,更是“张家界—桂林旅游经济走廊”的重要组成部分。虽然怀化市旅游业发展起步晚,与全国著名景观比较,知名度不高,但怀化旅游资源丰富,区位优势明显,能够开发的旅游形式多种多样,可将怀化旅游产业培育成为有规模、有实力、能持续的重要支柱产业,完成由旅游资源大市向旅游产业大市的跨越,建成中国最具魅力的生态民俗旅游休闲度假胜地。

1 打造旅游休闲度假胜地的理性分析

怀化区位优势明显,旅游资源较为丰富,且近几年旅游业得到了各级政府的高度重视,因此怀化市旅游业面临大发展的机遇。

1.1 大发展大营销大丰收的怀化旅游

1.1.1 产业大发展,行业整体实力显著增强

政府主导切实加强。市委、市政府明确提出“培育旅游支柱产业”的战略目标,2008年将13个县(市、区)全部纳入考核;建立了市级领导联系指导旅游重点旅游县(市、区)的工作机制;市财政2008年对旅游经费预算安排突破200万元,是2007年的7倍。

项目建设不断推进。启动了全市旅游总体规划修编工作,采取公开招标形式选定国家旅游规划甲级资质单位进行修编。2008年,全市共引进并投入建设资金2亿余元,用于重点旅游产品开发及基础配套设施建设。

行业地位有力提升。市委、市政府提出要把怀化旅游业培育成支柱产业;分管市领导深入研究旅游工

作,并解决实际问题;市人大专门组织了旅游调研,形成《关于全市旅游产业发展情况的调查报告》,并就全市旅游产业发展中存在的主要问题向市政府提出了工作意见。市发改、财政、交通等部门对旅游的支持配合力度逐步加大,全市旅游行业地位得到明显提升。

1.1.2 产业大营销,旅游市场拓展成效明显

主题活动轮番上演。开展了一系列的节日推介活动,如沅陵的国际龙舟节、中国芷江和平文化节、“五溪风情、古韵怀化”大型原生态赛歌暨首届洪江古商城“创业向前冲”活动等。各大活动主题鲜明,亮点纷呈。

媒体报道创造神话。中央和省内外200余家媒体对怀化旅游进行了多角度、全方位的宣传报道,尤其是第二届古城古镇古村论坛活动开展后,用谷歌引擎搜索相关新闻条目达13.7万余条,开创了怀化旅游宣传报道的“神话”。

地接市场来势喜人。通过积极营销,全市地接游客大幅提升,“十五”期间,怀化旅游年接待人次年均增长15%,旅游收入年均增长28.8%。2009年全市共接待国内外游客突破800万人次,实现旅游总收入45亿元。中部主要景点接待量也成倍增长。全市旅游地接市场呈现出良好的发展态势。

1.1.3 产业大丰收,旅游发展速度明显加快

品牌形象日渐凸显。通过各项主题活动的开展,“五溪风情、古韵怀化”品牌形象日渐打响。同时,成功树立了怀化“中国第一古城古镇古村群落”的地位;推动洪江古商城与丽江、平遥、凤凰等古城缔结为“姊

收稿日期:2013-04-12

作者简介:王欣堂(1968—),男,湖南溆浦人,中共怀化市委党校副教授,研究方向:区域经济。

妹古城”，实现了洪江古商城的品牌提升。

行业队伍不断壮大。全市已有星级饭店 44 家（其中三星级饭店 12 家）；社会旅馆 1 324 家，床位数 50 252 张；旅行社 34 家，从业人员 400 多人，其中持证导游 300 余人；国家等级旅游区（点）16 家，4A、3A 景区各新增 1 家。

发展速度明显加快。2008 年，在克服年初冰雪灾害及当前国际金融危机等多种不利因素影响下，全市旅游经济仍然呈现了加速发展势头，全市游客接待总量达 810 万人次，实现旅游总收入 35 亿元，同比分别增长 26.9% 和 28.2%。

1.2 得天独厚的怀化旅游优势

1.2.1 资源丰富、组合良好

自然旅游资源多样。由于怀化独特的地质地貌和水系基础，造就了怀化丰富的山水景观，二者相间分布，孕育了大量的自然奇观。其突出特点主要表现在奇山绵延、峡谷众多、泉水密布、生态优越，如万佛山、雪峰山等一系列山峡水林泉瀑等自然景观要素。

历史文化底蕴深厚。这里有经专家考证的炎帝故里和盘瓠故乡，有楚秦黔中郡郡址和规模宏大的战国、汉代墓葬群，有屈原生活九年作《九歌》的地方，有“学富五车，书通二酉”成典之处的二酉藏书洞，有建于唐贞观二年（公元 628 年）仍保存完好的佛学院龙兴讲寺，有“诗家天子”王昌龄任县尉送客的“芙蓉楼”，有蜚声海内外的芷江抗日胜利受降坊，有红军长征实施战略大转移“通道转兵”旧址恭城书院。这里还有老一辈革命家向警予、滕代远、粟裕同志故居和纪念馆，世界杂交水稻之父袁隆平的摇篮安江农校。

民俗文化独特神奇。全市有 47 个民族，是个民俗大观园。全国五个侗族自治县，怀化就有三个半，是侗民族主要聚居地，原生态的侗族语言、歌舞、服饰、建筑、饮食原汁原味，丰富多彩；以巫傩文化为主要特点的苗族习俗原始神秘，幽远深邃；花瑶服饰的绮丽炫美，歌舞的欢快狂放，更是平添一份旖旎野趣。

1.2.2 特色鲜明、品质优秀

古建筑的博物馆。怀化拥有中国规模最大的古城古镇古村落群。这构成了怀化厚重人文底蕴的基础。这类资源中最有代表性的有洪江古商城、黔阳古城（黔城已有 2200 多年的历史，是全国保存最为完整的明清古城之一）。

多民族的文化村。由于处在特殊的文化过渡地带，怀化少数民族特色十分浓郁，其中尤以侗、苗、瑶最为突出。具体包括了以怀侗、苗、瑶等村寨、相关文化遗产和居民生活习俗为代表的少数民族原生态文

化聚落群。

杂交稻的发源地。怀化是我国稻作文化的起源地之一。新石器时代的高庙遗址就发现了稻作文化的踪迹。而“现代神农”“杂交水稻之父”袁隆平和他的杂交水稻更是享誉中外，位于洪江市安江镇的国家级文物保护单位安江农校真实地反映了袁隆平在培育杂交水稻过程中的生活和工作情况。正是“上下七千年，古今两神农”的体现。

抗战胜利的受降坊。怀化在中国抗战史上具有重要地位，雪峰山战役、飞虎队基地、受降洽谈等抗战重大事件都发生在怀化境内。代表性的旅游资源有雪峰山、受降洽谈遗址、中国人民抗日战争胜利受降纪念馆、芷江机场及飞虎队纪念馆等。

1.2.3 生态突出、山川秀美

怀化自然生态秀美。怀化气候温和，雨量充沛，森林密布，水果众多，五溪（巫、渠、舞、酉、辰五水）流淌滋润，168 平方公里的万佛山丹霞地貌，如诗如梦的思蒙碧水丹霞，流碧荡玉、浪漫刺激的龙底河、雪峰山、夜郎谷漂流，磅礴大气、千姿百态的黄溪瀑布群、燕子洞、飞水洞等溶洞奇观，中坡、康龙、鹰嘴界、雪峰山、借母溪、三道坑等原生态的自然保护区，五溪湖等多个个人工湖岛，都是怀化自然景观中的佳品。

1.2.4 区位独特，交通便利

怀化区位独特。怀化自古就有“滇黔门户、全楚咽喉”、“湘黔川鄂桂五省通衢”之称。是我国东、中部地区向大西南地区过渡地带，处贵阳—重庆—宜昌—长沙—柳州这一半径约为 450 公里靶形结构空洞的中心。怀化东接桃花源、崑山等景区；北与重庆武隆喀斯特世界自然遗产、长江三峡、张家界、凤凰古城等世界遗产型景区相连；西与贵州梵净山、黔东南侗族之乡毗邻；南连桂林山水国际旅游区、三江龙脊梯田等景区。处在“张家界—桂林旅游经济走廊”的关键环节，是张家界、桂林两大国际旅游品牌的连接点，是国际旅游黄金线路与世界遗产包围的一个旅游区，因而怀化既可作为旅游目的地打造，也可与周边地区合作。怀化交通便利。湘黔、枝柳、渝怀三条铁路呈“大”字型在城区交叉，是全国九大编组站之一，随怀邵衡、沪昆和渝怀化 B 线的建成，怀化铁路格局由“大字型”变化成“米字型”。

1.3 亟待解决的怀化旅游制约因素

1.3.1 旅游重地，形象洼地

怀化旅游产业发展虽有独特的资源、区位、交通优势，但怀化周边一些国内乃至国际知名的重要景区，使得怀化旅游目前处于区域旅游凹地，四面楚歌，

对怀化形成大包围之势,这在很大程度上对怀化的旅游形象形成了“屏蔽”,也造成了目前怀化旅游“形象洼地”局面。

1.3.2 资源丰富,产品单薄

怀化市的旅游资源众多,但无论是人文资源还是自然资源,目前的分布相对分散,呈点状分布,整合开发难度大,旅游资源优势没有有效的转换成旅游产品优势,无核心力竞争品牌产品,缺乏市场竞争力和扩张力,与资源严重不匹配。

1.3.3 县城成名,城区空白

怀化的各个县市区如芷江中国人民抗日战争纪念馆、洪江古商城等,各有各的名气,但是怀化市区从旅游的角度来说太单薄了,毫无特色,城区现在仅仅只是一个交通枢纽。

1.3.4 大交通通达,小交通不足

怀化是交通枢纽,立体化的对外交通网络基本形成,相对外地旅游市场来说,怀化的可进入性绝不是大问题。但是怀化特殊的地理环境以及瘦长的地域,路程比较长、疲劳程度高,且地区交通发展极不平衡,制约了怀化的小交通。

2 建成中国最具魅力的生态民俗旅游休闲度假胜地

怀化旅游资源丰富,能够开发的旅游形式多种多样。根据怀化旅游资源的禀赋,可开发的旅游资源可包括古城古镇古村游、少数民族原生态风情游、巫傩文化探秘体验游、自然山水观光游、地域文化游、生态休闲度假游等多种主题。确定怀化旅游主题,围绕主题进行战略分析,是怀化旅游业发展的前提和基础。围绕怀化旅游发展主题,可将怀化旅游产业培育成为有规模、有实力、能持续的重要支柱产业,完成由旅游资源大市向旅游产业大市的跨越,建成中国最具魅力的生态民俗旅游休闲度假胜地。

2.1 打好“生态”品牌

怀化处于武陵山脉和雪峰山脉之间,沅水自南向北贯穿全境,这就决定了怀化地形复杂,山水相间,处处是景,可谓是步移景异。怀化气候优良,生态再生能力极强,森林覆盖率达 67.1%,远远高于全国平均水平(不到 20%),是全国九大生态良好区域之一。怀化这种生态优势就有可能转化为旅游产品优势,但这仅仅是可能,要真正地转化为旅游产品优势,我们还必须打好“生态”这张品牌。首先,坚守生态底线不动摇。其次,坚守生态宣传不放松。再次,坚守产品开发不懈怠。

2.2 突出“古韵”特色

怀化保存了国内规模最大、保存最完整、形态组合最丰富的古城古镇古村群落。2008 年 10 月 17 日,怀化被中国古城古镇古村联盟授予“中国第一古城古镇古村群落”称号。其中反映“古韵”特色的有:洪江——中国第一古商城;黔城——穿越数千年的古镇;荆坪——依靠渡船进出的古村;“巫傩”——一脉神秘的文化根系。

2.3 体验“民俗”风情

怀化是个多民族聚居的地区,47 个民族和睦相处,每个民族都保存着本民族独特的民俗风情,其中尤以侗、苗、瑶等民族的民俗风情最具代表性。怀化是中国侗族的主要聚居地,堪称“中国侗族文化圣地”。侗族鼓楼、寨门、风雨桥、吊脚楼堪称侗族建筑的“四件宝”;靖州锹里苗族歌鼐成功申报为国家第一批民族民间非物质文化遗产,成为怀化市两件“国宝”之一。溆浦山背花瑶以其人与自然的协调发展而著名。山背花瑶梯田是我国海拔最高的梯田之一,连绵起伏,气势恢宏,是人与自然协调发展的杰作,是花瑶民俗文化和农耕文化的历史遗存,其独特的天然灌溉系统堪称一绝。

2.4 感悟“红色”文化

怀化有丰富的红色旅游资源,现在红色旅游的最大亮点是以芷江和平城为核心,包括雪峰山、溆浦龙潭抗日纪念园等景区景点形成的以抗战为主题的旅游品牌。

2.5 形成“123”格局

根据现有和潜在核心品牌的辐射与带动作用,考虑各地区旅游资源的品位和类型特征与未来交通格局的匹配关系,以及不同地区间的经济、文化、与交通联系,将怀化市旅游产业的空间布局划分为“一个核心、二个旅游产业支撑城镇、三大板块”,形成“123”格局,即以怀化市区为核心,以沅陵、通道为北部和南部的旅游产业支撑城镇,构建北部、中部、南部三大旅游板块。

2.6 凝炼“主打”品牌

文化是旅游业的灵魂,品牌是旅游业的支撑。品牌就是形象、品牌就是地位、品牌就是区隔、品牌就是价位。旅游的发展既需要打造优秀的景点,也需要主打品牌的凝炼。笔者认为怀化应凝炼四大“主打”品牌:洪江古商城——“中国第一古商城”;哆嘎哆地旅游景区——中国侗文化最集中的展示地;沅陵文化旅游景区——楚巫文化之源;芷江受降古城——国际和平城。

3 依托优势打造中西部游客集散中心

推动怀化旅游产业由“起步”阶段向“起跑”阶段转变,就得把科学发展观的要求体现和落实到旅游定位和产业建设的各个方面,持续推进区域合作,开发整合“一核心两城镇三板块”,走重点突破到整体提升之路。

3.1 “城区爆破”,全力建设以城区为龙头的怀化游客集散中心

发展怀化旅游,市区是“纲”,各县是“目”,纲举才能目张。

3.1.1 旅游产品地方化

开发以参观易图镜美术馆为主的文化艺术游,以游览中坡森林公园、侗文化城为主的生态休闲游,以石门杨梅园、杨村园林花卉园等形成大型农业企业为主综合休闲度假游,以光顾百城万店无假货示范街、示范店为主的观光购物游,共同为怀化城区旅游“火”起来做准备。

3.1.2 森林覆盖最大化

以中坡国家森林公园作为“城市之心”,继续加强森林带建设,森林要从公园延伸至城市街道。这不仅仅是为了装点“门面”,主要是这样做能起到引导、示范作用。为“引爆”怀化城区旅游增添能量。

3.1.3 市场营销多元化

在宣传造势上,做到铺天盖地、满眼皆是、满城皆是,让怀化人了解怀化、认识怀化、热爱怀化,进而宣传怀化,提高怀化城区旅游的影响力。

3.1.4 城市建设标准化

加强规划引导,完善城区旅游基础设施和服务机构建设;加强城区景(区)点和接待场所的标准化建设,开展“创A”、“评星”活动;健全行业协调机制,出台城区旅游奖励政策,加强行业指导和监管,促进城区旅游的科学定位、规范服务和有序竞争、合作共赢。

3.2 “中部崛起”,竭力推进鹤、中、洪、芷、晃旅游的迅速发展

怀化市中部片区旅游,即鹤城、中方、洪江(含洪江区)、芷江、新晃交通区位优势明显,旅游资源特色各异,差异化互补且有国内知名的战略投资商入驻,可以形成集生态观光、民俗体验、休闲度假为一体的综合旅游产品,可以形成极具“吸引力”的怀化旅游中部核心圈。

3.2.1 编制规划、确定战略

通过《总规》来指导13个县市区旅游开发围绕着一个共同的目标努力,强弱有序,点面互动,区域合作,资源共享,共生共赢、中部崛起。因此,近期怀化旅游的发展战略宜确定为:力促中部崛起,带动全局

繁荣。

3.2.2 统一思想,出台政策

目前制约怀化市旅游产业发展的重要因素是“思想”问题和“政策”问题,怀化市发展旅游产业主要缺乏三个方面的政策,一是与政绩挂钩的旅游产业发展奖励政策;二是吹糠见米,给战略投资者带来巨大实惠的招商引资政策;三是行之有效的可持续生态环境保护政策。

3.2.3 加大投入,夯实基础

要加快交通设施建设,在中部六县市区建立完善立体化、全方位、开放式的旅游快速环道;加强城镇旅游功能建设,结合“双中心”战略,进一步加强鹤城区的城市容积能力建设;加强旅游配套设施建设,运用市场机制加快布局建设高、中、低档接待设施,对中部六县市区的游客接待公共设施给予安排优先规划和建设资金;加强生态保护。把公路、铁路两旁,河道两岸及景区视线范围内的生态都纳入生态公益林的保护范围内依法予以保护;加强旅游人才队伍建设。

3.3 “南北挂靠”,奋力加速通道沅陵旅游与桂林张家界国际旅游市场融合

3.3.1 南部通道挂靠桂林

通道有世界自然遗产提名地——万佛山旅游资源得天独厚外,更主要是有保存完好的侗族原生态民俗文化资源,可与其接壤的桂林的自然风光游互补,实现合作共赢。

3.3.2 北部沅陵联合张家界

沅陵历史文化旅游资源、水资源、红色旅游资源、工业旅游资源最富集的地区,与张家界、湘西自治州永顺县小溪自然保护区、王村及常德桃花源景区联系紧密,沅陵旅游资源整合的重点是突出城区龙兴讲寺、凤凰山、古黔中郡遗址、宗教一条街、盘瓠龙舟节等历史文化特色的同时,充分发挥沅水河、五强溪水库的旅游功能,开展沅水和酉水亲水旅游项目、凤滩工业旅游和户外拓展运动。特别是要与张家界具有很强的互补性,形成“张家界玩山,沅陵亲水”的互补效应。

3.3.3 北部麻阳融入凤凰古城

淡化行政区域界限,将距凤凰的古城仅8公里的麻阳石羊哨温泉与凤凰古城旅游对接,将麻阳石羊哨温泉更名为凤凰古城温泉,打造凤凰古城第九大景观,迅速带动麻阳旅游业的快速发展。

3.4 “纵横贯通”,尽力推进怀化旅游业整体后发赶超

3.4.1 搞好规划整合

修编全市旅游总体规划,特别加强旅游总体规划与重点旅游景区、城乡交通、城市建设、生态环境等规划的相互衔接,制定综合性发展规划和各县(市、区)及各景区规划,实现全市旅游资源科学合理地开发利用和可持续发展。

3.4.2 提炼旅游品牌

依托全市旅游资源优势,借鉴旅游发达地区“大手笔策划,高起点开发”的发展理念,着力打造以历史文化游、民俗风情游与自然生态休闲游为特色的主打品牌,努力提升“五溪风情、古韵怀化”的品牌形象。

3.4.3 加快项目支撑

思想措施上从“内部聚力”向“外部借力”转变,积极招商引资,引进战略投资者,重点做好洪江古商城、芷江和平城和通道侗寨等项目建设。

3.4.4 夯实基础设施建设

完善主要旅游城镇、旅游交通沿线和旅游景区交通标识、旅游标牌、信息咨询、景点介绍、自驾车营地等旅游配套设施建设,争取景区开发、旅游娱乐、游客接待等方面有实质性的突破。加强行业规范管理,提升服务质量,建立诚信旅游体系,塑造“微笑怀化”品

牌形象。

3.4.5 搞活宣传营销

组织开展重点旅游节庆活动,鼓励各地各景(区)点按照公司化运作模式开展旅游形象营销,引导各旅行社和主要景(区)点联合营销,努力打造“五溪风情、古韵怀化”整体旅游品牌形象。拓展珠三角、北京、汉成渝等区域客源市场,积极开拓港、澳、台及东南亚、欧美市场,将我市旅游业从省内推向省外,走向世界。

参考文献

[1] 唐德彪,方磊. 怀化市旅游资源空间分布及开发对策[J]. 中国市场,2008(52):190—191.

[2] 张河清,方世敏. 怀化旅游形象定位研究[J]. 怀化学院学报,2004 (4):33—36.

[3] 王行水,魏小安. 如何全面推进怀化旅游发展[J]. 民族论坛,2009(5):16—19.

[4] 安增军,陆莉莉. 论生态旅游业与生态城市建设[J]. 科技和产业,2013(3):32—35.

[5] 王行水. 整体提升 重点突破 超常发展[J]. 新湘评论,2010 (7):30—31.

Huaihua to Build the Research on Ecological Tourism Leisure Resort

WANG Xin-tang

(The Party School of CPC Huaihua Committee,Huaihua Hunan 418000,China)

Abstract: Hunan Huaihua is rich in tourism resources, location advantages, various forms of tourism to develop the diversity, the Huaihua tourism industry has become the scale, have the strength, can last of the important pillar industry, completed by the tourism resources in the city to city tourism industry by leaps and bounds, the completion of China's most attractive Ecological Folklore Tourism Leisure resort.

Key words: Huaihua tourism;advantage;restraining factor;tourism strategy;realization of the path