

大力发展乡村旅游 建设中国最美乡村

■ 杨 峰

婺源县地处皖、浙、赣三省交界,全县总面积 2947 平方公里,总人口 34.1 万人,是个素有“八分半山一分田,半分水路和庄园”之称的典型山区县。进入新世纪,尤其是江泽民同志视察婺源以来,县委、县政府审时度势,抢抓机遇,充分利用县内保存完好的生态和古村落资源,依托“中国最美乡村”品牌,大力发展乡村旅游,把资源优势转化为经济发展优势。自 2001 年以来,我县多项旅游指标连续几年都以 35—40% 的速度增长,旅游产业整体素质得到了快速提升,2006 年全县接待游客由 2000 年的 12.5 万人次飙升到 283 万人次,综合收入达 4.7 亿元,以旅游为龙头的第三产业生产总值占全县 GDP 的 41.4%,成为县域经济中最具强势拉动力的朝阳产业,回顾几年来婺源旅游的发展历程,我们的主要体会是:

1、科学定位、合理开发是发展乡村旅游的前提

婺源境内山青水秀,生态优良,古村落古建筑堪称一绝,婺源的美就美在人与自然和谐相处,美在文化与生态珠联璧合。这里有 1 个国家历史文化名村,6 个省级历史文化名村,12 个全国民俗文化村,建立了自然生态、珍稀动植物、自然景观等各类自然保护小区 191 个。这些旅游资源散布在全县 2947 平方公里的区域内,使婺源成为一颗璀璨的“绿色明珠”。县委、县政府提出建设“中国最美乡村”的目标,为乡村旅游指明了方向。我们根据自身旅游资源的特点,作出了行之有效的尝试。一是科学合理地开发利用好婺源的旅游资源。几年来,先后开发的江湾、鸳鸯湖、李坑、晓起、大鄣山峡谷、彩虹桥、文公山等 10 多个景区,都坚持规划先行,根据景区的典型特征,明确景区的定位,如“江湾——伟人故里”、“李坑——小桥流水人家”等,然后围绕主题,深挖景区内涵,完善各项设施,做到保护好村中精品、突出村庄风格与生态环境的整体和谐、保持村民的原有生活方式,体现了高起点、重特色、造精品的理念。目前,东线“伟人故里古村游”,西线“山水奇观生态游”,北线“古洞古建古风游”等三条旅游精品线路基本形成,江湾、大鄣山还被评为国家 4A 级旅游景区。二是牢固树立婺源大景区意识。作为乡村旅游,婺源给人以“处处乡村步步景”的美好感受,我们在旅游开发中,十分注意把婺源作为一个大公

园、大景区来打造。2003 年,婺源作为“文化与生态旅游示范区”被评为国家 3A 级旅游景区,并通过了 ISO9000 质量管理体系和 ISO14000 环境质量认证。为了建设好这个 3000 平方公里的大景区,我们打响了美化大环境的“四大战役”:即搬迁改造公路沿线 4000 多个坟墓;投入 320 万元对公路沿线 46 家矿山企业实行关停或搬迁,并对破坏山体进行绿化;大力开展了绿化行动,县城周边 3000 多亩荒山披上了绿装;投入 500 万元启动了公路沿线和景区非徽派建筑改造,并投资 7900 万元对境内的 2900 多幢非徽派建筑进行改造,目前已投入 1000 余万元,初步完成江湾、古坦、大鄣山以及县城三个人口的改造任务。三是始终把保护置于开发之先。我们坚持以科学发展观为指导,在旅游项目开发建设过程中,加强了对生态、人文资源的保护,实现乡村旅游的可持续发展。先后实施了以封山育林为重点的绿化工程,以改燃改灶为重点的能源替代工程,以优化生物多样性为重点的野生动植物保护工程,以水土治理为重点的环境美化工程,切实有效地增强了对生态环境的保护,三年中,新增造林面积 9.78 万亩,新增封山育林 8.56 万亩,目前全县活立木储量已达 1009 万立方米,全县森林覆盖率高达 82%。对古村落开发,坚持成熟一个开发一个,开发一个成功一个,对目前不具备开发条件的村庄,以加强保护为主,以提升婺源旅游的整体形象。

2、创新机制、放手民营是推动乡村旅游的动力

婺源的旅游资源分散,政府财政乏力,决定了婺源旅游不能像其他景区一样,集中资源,成立机构统一开发。针对这一状况,我们打破常规,在旅游业发展起步阶段,就提出了“放手民营,多元投入”的举措。一方面舍得拿出最好的旅游产品项目招商引资。如灵岩洞国家森林公园、鸳鸯湖、大鄣山峡谷、文公山等旅游资源都是通过吸引外资、启动民资,建成了一大批精品景区景点。据统计,外资、民资投入我县旅游业的资金累计已达 4 亿元。目前,我县的旅游企业绝大多数是民营企业,在景区经营上,形成了个体独资、民营合资、民营合作、集体经营、外商投资等多种模式,在投资主体上也出现了“公司+当地政府+村民”、“景区+乡镇政府+村委会”等多种灵活的方式,激发了方方面面的积

极性。另一方面,制定了一系列优惠政策措施,鼓励和扶持民间力量投入旅游相关产业开发。2001年出台了《婺源县鼓励兴办私营旅馆优惠办法》,2004年又下发了《加快旅游商品开发的实施意见》,为民间资本投资旅游产业开绿灯。正是这种宽松的经济环境,使民营企业撑起了婺源旅游产业的一片天空。紫阳镇有位农民从承包鸳鸯湖景区起步,到目前投资建设天马超市、天马食府、三星级天马大酒店等旅游企业,成为婺源有名的“农民老总”;赋春镇有位农民抓住机遇,把生态农业与旅游产业“嫁接”起来,实现了发展“双赢”,个人资产由10年前的1000元增长至现在的1700万元,去年被评为“全国劳动模范”;晓起村的“老屋饭店”、庆源村的“婺源人家”、清华镇的“驴友驿站”等一大批农民自办的旅游服务馆店,还通过互联网做起生意,住房、用餐均实现了网上预订;茶、伞、砚、酒、木雕等五大类旅游商品得到了规模化生产;民俗风情街、茶博府、故园里茶院等的一大批民间投资的综合性旅游服务场所相继建成营业。目前,全县宾馆床位达1万张,农家旅馆床位4000余张,旅行社17家,全县旅游及相关产业从业人员突达6万人。“吃、住、行、游、购、娱”六大要素协调发展,旅游及相关税收持续健康增长。

3、打造品牌、大力营销是做大乡村旅游的关键

要不断地吸引游客,就必须千方百计地做热旅游市场,扩大旅游产品的影响力。近年来,我县一方面依托婺源的文化底蕴,展现婺源旅游特色。在每年“五一”、“国庆”黄金周都要举办“民俗风情展示周”、“民间灯彩巡演”等具有地方浓郁特色的活动,吸引八方宾客聚集婺源,推出“到农家小院做客”、“走在乡间的小路上”、“婺源乡村过大年”等一系列有创意的特色旅游产品,在媒体上不断地掀起一阵阵“婺源热”。近两年,策应不少游客到婺源赏油菜花的现象,适时地推出“江岭风光”等旅游精品,掀起了春季赏花旅游的高潮,不亚于新创了一个黄金周。从2003年开始,相继成功举办了“国际旅游文化节”、“茶文化节”、“乡村文化旅游节”等节庆活动,以节造势,以节聚客,以节交友,打响了婺源乡村旅游的特色品牌。另一方面,我们还主动地“走出去”宣传造势,寻求区域合作。2002年以来,我县到北京、上海、浙江、广东、武汉、香港等省(市、区)开展旅游推介营销活动16次,还相继组织了抬阁队80余人参加“民间艺术汇南昌”大型旅游宣传促销活动;成功地组织了1000余人的旅游大蓬车游婺源,迅速启动了武汉旅游市场;与深圳的几家大旅行社合作,组织策划了港、粤、澳旅游专列“寻梦婺源”活动;开展了“浙婺手拉手”、“自驾车游婺源”等大规模旅游促销活动;组织参与了苏浙沪闽皖赣六

省市旅游合作活动,建立起各主要客源地市场的营销网络;积极开展旅游区域合作,与长珠闽地区签署了《关于共同开发推广长江中下游旅游产品的联合声明》,与安徽绩溪、旌德、黄山等市县共同打造古徽州乡村旅游新品牌。通过这些活动,促使婺源乡村旅游不断推陈出新,充满活力。

4、政府主导、形成合力是发展乡村旅游的保障

政府主导是婺源乡村旅游发展的第一推动力。这一动力主要表现在人力的组织、财力的投入上,也表现在建立良好的产业体制和有效的工作机制上。一方面从全县办旅游的高度加强扶持、指导和规范。我县在县财政十分紧张的情况下,从2000年至2002年,每年安排了20万元的旅游工作经费。为了推进旅游产业的发展,县委、县政府成立了由县委书记任组长的旅游产业领导小组和旅游管理委员会,出台了《加快旅游发展的若干意见》,编制了全县《旅游产业发展总体规划》和《旅游景区开发建设规划纲要(2001—2005)》以及8个景区规划,制订了景区开发建设、景区管理、导游管理、宾馆管理、餐馆管理、门票管理等6个《管理办法》,建立起旅游产业发展领导、管理体制,形成了较规范的产业运行机制。另一方面充分调动方方面面的力量为旅游发展提供服务。各有关部门和乡镇都积极投身到旅游业的发展中来:水利部门开展了河道整治,环保部门关停了小型污染企业26家,公安部门制定了游客失窃“预赔制”,交警、稽征部门对外地来婺旅游车辆实行“不拦车、不检查、不扣车、不罚款、不收费”的“五不”政策,有关乡镇积极地为景区开发建设协调处理矛盾,为旅游公司排忧解难。为了建设好“伟人故里——江湾”,县委、县政府“举全县之力,集全县之智”,调动一切可以调动的力量,电力、电信、广电部门分别承担了电线、电话线、有线电视线的地理任务,水利部门负责建设下水系统,交通部门负责建设游步道,拆迁涉及的各单位均自行负责拆迁,使江湾景区迅速改变了面貌,一跃成为全县旅游业的龙头。正是由于全县上下的配合和参与,为旅游业发展营造“人人是旅游形象,处处是旅游环境”的良好氛围,才使我县旅游业从无到有、从小到大,迅速地发展壮大起来。

多年来,婺源以自己的独特魅力吸引着海内外游客,“中国最美乡村”的赞誉正在被越来越多的人所认同。随着景婺黄、景婺常两条高速公路的建成通车,婺源由三省交界的边远地区一跃成为连接赣、浙、皖的枢纽,区位优势极大提升。我们相信,美丽文明的婺源即将进入一个高速发展的时代,婺源乡村旅游也将迎来一个新的春天!

(作者系婺源县人民政府县长)