

旅游特色乡镇的塑造与开发初探

——以南京市龙袍镇为例

范黎丽, 陶卓民 (南京师范大学地理科学学院, 江苏南京 210046)

摘要 近年来, 随着乡村旅游的不断发展, 旅游特色乡镇的开发和建设已成为乡村旅游发展的重要内容。以南京市龙袍镇为例, 通过对龙袍镇特色旅游资源分析, 从主题定位、品牌形象、产品开发、旅游促销等方面, 研究探讨了旅游特色乡镇塑造与开发的主要措施, 为乡村旅游的进一步发展提供参考。

关键词 乡村旅游; 旅游特色乡镇; 塑造与开发; 南京龙袍镇

中图分类号 F592.3 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2007)18-05519-02

Design and Development of Forming a Town with Tourism Feature

FAN Li-li et al (College of Geographical Science, Nanjing Normal University, Nanjing, Jiangsu 210046)

Abstract Recently, the design and development of forming a town with tourism features had been paid more attention in the development of rural tourism. Longpao Town being taken as an example, based on analysis of the special tourism resources, the strategic suggestions were put forward from aspects of item orientation, brand image, product design and promotion and so on, thus scientific references for rural tourism was provided for the further development.

Key words Rural Tourism; Town with tourism features; Design & development; Longpao Town

1 旅游特色乡镇的概念及研究现状

1.1 旅游特色乡镇的概念 旅游特色乡镇从内涵上分析, 一般包括“旅游”、“特色”、“乡镇”三部分。旅游是基本功能, 通过其核心产品的吸引为旅游者提供休闲旅游场所和服务产品; 特色是其主题, 由特定的表现元素来体现, 包括单一性和综合性两种形式; 而乡镇则是其空间存在的形式, 具备以上三点特征, 把旅游业作为本地区重要产业的乡村空间单元即为旅游特色乡镇。

旅游特色乡镇是乡村旅游发展的重要依托, 近几年, 南京市农林系统通过择优培育六合区龙袍等 10 个农家乐旅游特色乡镇, 有力提升了南京乡村旅游的发展水平, 南京的农家乐旅游已成为南京经济社会发展中的新亮点和新增长点。笔者以南京市六合区龙袍镇为例, 通过对龙袍镇的旅游发展现状和资源特色的分析, 从主题定位、品牌形象、产品开发、旅游促销等方面, 研究探讨旅游特色乡镇的塑造与开发。

1.2 国内外研究现状 近年来乡村旅游得到了飞速发展, 2006 年国家旅游局将“中国乡村游”确定为旅游宣传主题, 2007 年是“中国和谐城乡游”, 宣传口号为“魅力乡村、活力城市、和谐中国”, 将进一步推动我国乡村旅游的发展。欧美发达国家从 20 世纪 80 年代就已经开始发展乡村旅游, 并从概念^[1]、旅游产品^[2]、服务质量^[3]、市场营销规划^[4]、发展模式^[5]等方面对乡村旅游进行研究和探讨。我国自 20 世纪 90 年代发展“农家乐”旅游, 国内学者对此也作了大量的研究工作, 如肖佑兴^[6]等对乡村旅游的概念和类型进行了较为全面和综合的探讨; 王云才^[7]提出了我国乡村旅游在替代产业、旅游基地、主题工作组、社区参与、合作组织和法规体系 6 个领域的政策经验借鉴; 《旅游学刊》在专栏部分对乡村旅游的发展进行了专门的探讨; 卢云亭^[8]、邹统钎^[9]、罗明义^[10]等纷纷就乡村旅游的发展提出自己的观点。但总体而言, 目前对乡村旅游的研究, 着重于开发模式的探讨^[11-12]和产品开发等方面的研究, 而对特色乡村旅游的塑造与开发研究不多,

缺乏深入的探讨和研究。

2 龙袍镇旅游发展现状与资源分析

龙袍镇位于南京市六合区之南 20 km, 与闻名中外的南京栖霞山风景区隔江相望, 距南京城直线距离 25 km, 距长江二桥 10 km, 北倚宁扬、宁连高速公路, 东连仪征化纤, 西与扬子石化和全国内河第一港毗邻, 环抱长江、滁河“黄金水道”, 列入规划的南京四桥穿境而过, 水陆交通便捷。龙袍蟹黄汤包是六合琳琅满目的传统美食中的一朵奇葩, “蟹黄汤包节”已成为南京及周边城市有影响的“文化美食节”, “汤包”效应凸现, “龙袍”品牌效应显现, 每年接待海内外来客总量达到数十万人次。

优越的环境, 丰富的特产, 悠久的历史, 孕育了别具一格的龙袍饮食文化。以“龙袍蟹黄汤包”为代表的蟹黄系列佳肴则是龙袍琳琅满目的名菜名点中的精华。龙袍“蟹黄汤包”已有百年历史, 闻名省内外。此外还拥有头道菜、猪头肉、盐水鸭、活珠子、豆腐圆等一批地方特色美食。龙袍镇自然景观亦相当秀美, 历史文化古迹较多, 土特产资源丰富。长江村内还有南京市最大的滩涂湿地、禽鸟飞跃地、万亩芦苇荡、千亩生态意杨林、十里中国水杉大道、万亩特种水产养殖基地、望江亭、固若金汤的百里长堤等, 同时, 这里还是宋朝梁红玉大败金兵、金兀术落荒而逃的地方。龙袍镇内鸟语花香、空气清新, 是旅游、观光、踏青、垂钓的佳处, 每年秋季的“蟹黄汤包节”是游客观光旅游、体验农家生活、品尝农家美食的最佳时节。

3 龙袍镇旅游特色乡镇的塑造与开发

特色旅游乡镇的塑造一般包括旅游主题的定位、品牌形象的打造、特色产品的开发和旅游市场促销等内容。其基本框架见图 1。

3.1 旅游主题定位

3.1.1 主题定位与旅游发展。 主题产品是特色旅游乡镇发展的关键。在特色旅游乡镇开发的初期, 确立有鲜明特色的旅游主题产品, 能为成熟期的品牌经营创造基础, 具有主题形象的乡镇能够对游客产生更多的吸引力。清晰的主题定位会形成一种初步的旅游感知, 并在此基础上衍生出一系列

作者简介 范黎丽(1982-), 女, 江苏如东人, 硕士研究生, 研究方向: 旅游管理。

收稿日期 2007-02-28

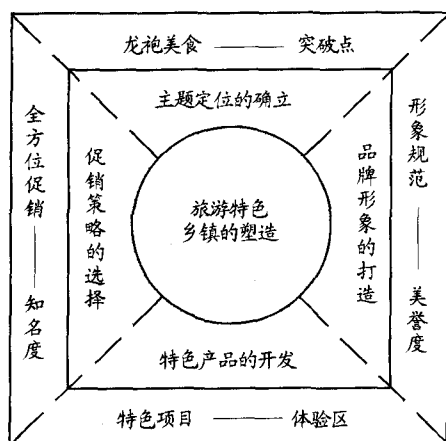


图1 旅游特色乡镇塑造的基本框架

的美好想象和憧憬,使游客有到这个旅游乡镇游憩的冲动。

3.1.2 主题定位的确立。旅游特色乡镇的建立首先必须有明确的主题定位。龙袍镇旅游的发展必须突出自己的特色,围绕“农”字做活农业旅游。当前龙袍镇的旅游资源,最为人熟知、最具有吸引力的当属龙袍美食,包括龙袍汤包、长江江鲜、农家土菜和传统美食四大系列,其中蟹黄狮子头、刀干鱼、刀鱼圆、龙袍冰糖板栗扒蹄都是不可多得的佳肴。因此,龙袍镇旅游产品主题应定位为“美食天地,农家乐园”,通过打造“龙袍蟹黄汤包”、“长江江鲜”等美食品牌,建立以农业生产劳动参与和观光,特色美食加工、品尝与体验为主要内容的旅游特色乡镇。

3.2 品牌形象打造

3.2.1 整体形象的提升。在旅游特色乡镇的建设过程中,还必须积极打造具有鲜明特色的旅游整体形象。龙袍的旅游经济虽取得了很大进步,但整体形象并不突出,还需重点建设一些具有标志性的项目,如美食一条街、水杉大道、农事体验区以及特色农产品一条街等,来突出“美食天地,农家乐园”的品牌形象,从而进一步提高龙袍美食的知名度,激发市民前来龙袍旅游的兴趣。

3.2.2 宣传口号的设计。品牌形象打造还需要用简洁凝练的口号来表达,以加深游客对品牌形象的感知,由于不同的市场有不同的需求和心理感受,因而宣传口号的设计也应有所不同,如“人间从来美味少,龙袍世传蟹黄包”对饕餮一族有很强的吸引力,宣传口号的设计可以向市民征集或征求专家学者的建议。

3.2.3 视觉形象的打造。目前龙袍镇标志性形象的建设颇为欠缺,和其他开展乡村旅游的乡镇无法形成明显区别,应当创建龙袍美食游的视觉符号识别体系,注重旅游标志、标识的设计。如包装袋、吉祥物、纪念品、交通广告和户外广告等规划统一,突出“龙袍美食”的主题。

3.3 特色产品开发

3.3.1 体验龙袍汤包制作。汤包的制作工序多达33道,长期以来龙袍“蟹黄汤包”制作恪守“不外传”的祖训,使其增添了几分神秘的色彩。如果能在不泄密的前提下,选择其中最典型的环节,如剔蟹黄蟹肉、熬制蟹黄油、制作皮汤、做馅、擀包子皮、捏包子、蒸包等,鼓励游客参与,让他们在品尝蟹黄汤包之余,亲身体验汤包的制作过程,将会是一种更深刻的

旅游经历。

3.3.2 参观特种水产养殖基地。利用龙袍“蟹黄汤包”美名在外,可发展特种水产养殖,如青虾、鳊鱼及汤包原料之一的河蟹等,加大游客对龙袍美食认识的广度和深度。可按旅游服务要求整治养殖基地,提高养殖基地的旅游和体验功能,如设立各类展示标牌,通过介绍螃蟹的品种、生活习性及其养殖的相关知识,提高游客的科学文化素养;可设置小型养殖池,供游客钓鱼、捉虾、摸螃蟹,使游客在感受田园野趣的同时,牢记龙袍“蟹黄汤包”品牌。

3.3.3 感受家庭度假田园。为提高游客的回头率,还可以设立家庭度假田园,推行“特别村民制度”,以“都市外的第2个家”为宣传口号,增强游客的归属感。度假田园可以在专门划定的范围内,配套简易的温室、房屋及其内部简朴实用的设施,出租给有兴趣的家庭,游客利用假日前来体验农家生活,品味回归大自然的野趣,把龙袍作为他们的第2个家园,增强归属感。

3.4 旅游市场促销

3.4.1 传统媒体和网络传媒的应用。重视传统媒体,进行全方位广告推广。龙袍“蟹黄汤包”这一曾经“深藏闺中”的特色美食已成为一个响当当的品牌,要针对龙袍的主要顾客群,在南京主要报刊、杂志、电台、电视台以及各类户外广告媒体,多角度介绍龙袍特色美食,提高游客的认知度,吸引游客前来吃农家美食、体验农家快乐。

要利用现代网络传媒优势,创新旅游促销方式。通过设立旅游行业信息咨询交流中心,建立龙袍旅游特色乡镇网站,推广网上订房、网上订餐、网上组团等,提高龙袍旅游特色乡镇的知名度。

3.4.2 旅游企业与区域联合的互动。目前,去龙袍镇旅游的公交车车次少且路程长,游客进出不便,解决这一问题最好的办法就是加强与旅行社的合作,通过组织市区有影响力的旅行社到乡村旅游景点踩线,使他们了解本地区的特色旅游产品和活动,整合旅游资源,推出精品乡村旅游线路,以组织旅游团的方式来增加客源。

整合区域旅游资源,进行联合促销推广。龙袍镇所在的六合区有很多其他旅游景点,龙袍可以与其他景区景点合作联合促销,开发旅游项目,丰富旅游内容。如可与六合南部的瓜埠山国家地质公园、灵岩山风景区等联合,开发“地质科考和农家美食游”、“蟹黄汤包品尝和佛教胜地朝圣、雨花石探寻游”等旅游线路,从而提高龙袍旅游的吸引力。

4 结语

旅游特色乡镇的塑造和开发是一个系统的工程,其发展目标不可能一蹴而就,必须分阶段逐步实施。在旅游特色乡镇的发展过程中,尤其是在开发的初期必须首先找到突破口,在条件成熟的情况下,可优先启动某一阶段。如当龙袍镇的美食能够产生足够的市场吸引时,就可以以龙袍美食为核心进行引爆,制造市场卖点,迅速打开市场,形成以点带面的效果,促进本地区乡村旅游的发展。对于其他发展乡村旅游的乡镇,无论先启动哪个阶段,都应该有合理的实施计划和优先启动方案,并掌握好实施的节奏。

(下转第5523页)

(4)藤本植物是构成热带、亚热带森林群落的组成部分,又是热带、亚热带森林的显著特征之一,在森林生态系统的结构和功能中具有重要的作用和研究价值。此外藤本植物还可以作为编织材料,用来编织篮子和沙发等。

目前,井冈山藤本植物的开发利用相对较少,主要作为食用和药用,其他用途较少。因此井冈山的藤本植物有待于进一步研究和开发利用。

表 3

井冈山藤本植物科、属分布类型

分布类型及其变型	科数	占总科数//%	属数	占总属数//%
1. 世界分布	15	23.44	19	10.00
2. 泛热带分布	29	45.31	48	25.26
2-1. 热带亚洲,大洋州和中、南间断分布			4	2.11
2-2. 热带亚洲,非洲和中南美洲间断分布	2	3.13		
3. 热带亚洲和热带美洲间断分布	1	1.56	5	2.63
4. 旧世界热带分布	1	1.56	16	8.42
4-1. 热带亚洲,非洲和大洋洲间断分布	1		3	1.58
5. 热带亚洲至热带大洋洲分布	1	1.56	11	5.79
6. 热带亚洲至热带非洲分布			4	2.11
6-2. 热带亚洲和东非或马达加斯加间断分布			1	0.53
7. 热带亚洲分布	1	1.56	19	10.00
7-1. 爪哇、西玛拉雅间断或星散分布到华南、西南			1	0.53
7-2. 热带印度至华南分布			2	1.05
7-4. 越南至华南分布			2	1.05
8. 北温带分布	8	12.50	13	6.84
8-4. 北温带和南温带间断分布	2		4	2.11
8-5. 欧亚和南美温带间断分布	1	1.56		
9. 东亚和北美洲间断分布			12	6.32
10. 旧世界温带分布			1	0.53
10-3. 欧亚和南部非洲间断分布			1	0.53
11. 温带亚洲分布			1	0.53
12. 地中海、西亚至中亚分布				
13. 中亚分布				
14. 东亚分布	1	1.56	21	11.05
15. 中国特有分布	1	1.56	2	1.05
总计	64	100	190	100

6 结论

(1)井冈山藤本植物种类丰富,有藤本植物 429 种,隶属于 64 科 190 属,其中蕨类植物 4 科 8 属 19 种,裸子植物 1 科 1 属 1 种,被子植物 59 科 181 属 409 种。

(2)井冈山藤本植物中,小科和单属科较多,而大科较少;寡种属较多,大种属较少。

(3)地理成分复杂,区系联系广泛,64 科的地理成分有 8 种分布类型 2 个变型,190 属的地理成分有 13 种分布类型和 7 个变型,以泛热带成分最多,是区系的主要成分,并与旧世界热带、热带亚洲、北温带、东亚存在或强或弱的联系;特有现象不明显,仅有 1 个中国特有科、2 个中国特有属。藤本植物区系组成中以热带成分占优势,但温带成分也有一定的比例,反映出井冈山藤本植物区系地理成分的复杂性和具有由亚热带向暖温带过渡的性质。

(4)藤本植物具有重要的经济价值和独特的生态价值。目前井冈山藤本植物开发利用较少。

参考文献

- [1] 张玉武,杨红萍.贵州梵净山国家级自然保护区藤本植物的研究[J]. 武汉植物学研究,2001,19(4):269-298.
- [2] 蔡永立,宋永昌.中国亚热带东部藤本植物的多样性[J]. 武汉植物学研究,2000,18(5):390-396.
- [3] 林英.井冈山自然保护区考察研究[M]. 北京:新华出版社,1990.
- [4] 陈松河,陈恒彬,王振忠.厦门地区藤本植物区系分析[J]. 西北林学院学报,2005,20(2):69-73.
- [5] 《中国高等植物图鉴》编辑委员会.中国高等植物图鉴[M]. 北京:科学出版社,2001.
- [6] 《江西植物志》编辑委员会.江西植物志:第 1 卷[M]. 南昌:江西科学技术出版社,1993.
- [7] 《浙江植物志》编辑委员会.浙江植物志:第 1、6、7 卷[M]. 杭州:浙江科学技术出版社,1993.
- [8] 李锡文.中国种子植物区系统计分析[J]. 云南植物研究,1996,18(4):363-384.
- [9] 吴征镒.中国种子植物属的分布类型[J]. 云南植物研究,1991(4):1-3.
- [10] 姚振生,杨武亮.江西药用蕨类植物的地理分布及区系特征[J]. 武汉植物学研究,1996,14(13):207-212.
- [11] 刘仁林,黄彩霞.井冈山自然保护区种子植物区系分析[J]. 武汉植物学研究,1995,13(1):210-218.
- [12] 邓贤兰,黄彩霞.井冈山自然保护区栲属群落植物区系分析[J]. 武汉植物学研究,2003,23(1):61-65.
- [6] 肖佑兴,明庆忠,李松志.论乡村旅游的概念和类型[J]. 旅游科学,2001(3):8-10.
- [7] 王云才.国际乡村旅游发展的政策经验与借鉴[J]. 旅游学刊,2002(4):45-50.
- [8] 卢云亭.两类乡村旅游地的分类模式及发展趋势[J]. 旅游学刊,2006(4):6-8.
- [9] 邹统钎.乡村旅游发展的围城效应与对策[J]. 旅游学刊,2006(3):8-9.
- [10] 罗明义.云南发展乡村旅游的特点和模式[J]. 旅游学刊,2006(5):9.
- [11] 李德明,程久苗.乡村旅游与农村经济互动持续发展模式与对策探析[J]. 人文地理,2005(3):84-87.
- [12] 郑群民,钟林生.参与式乡村旅游开发模式探讨[J]. 旅游学刊,2004(4):33-37.

(上接第 5520 页)

参考文献

- [1] BUSBYG, RENDLE S. The transition from tourism on farms to farm tourism[J]. Tourism Management, 2000, 21(6):635-642.
- [2] HJALAGER M. Agricultural diversification into tourism[J]. Tourism Management, 1996, 17(2):105-110.
- [3] FLEISCHER A, PIZAM A. Rural tourism in israel[J]. Tourism Management, 1997, 18(6):367-372.
- [4] BUSHELL R, PROSSER G, FAULKNER H, et al. Tourism research in Australia[J]. Journal of Travel Research, 2001(2):323-326.
- [5] LEWIS J B. A rural tourism development model[J]. Tourism Analysis, 1998, 2(2):91-106.