

民宿在生态文化旅游中的发展路径研究

葛蔓^{1,2}

(1. 昆明理工大学社会科学学院, 云南昆明 650000; 2. 吉林大学文学院, 吉林长春 130000)

摘要 分析了民宿在生态文化旅游发展中的必要性, 介绍了我国传统旅游中民宿的大致类型与发展中存在的问题, 展望了未来民宿的发展空间及可利用的特色。最后总结了发展民宿必须考虑的相关事项。

关键词 民宿; 生态旅游; 文化旅游

中图分类号 S181.4 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2013)23-09684-02

On Pathway of Pension in Development of Ecological Cultural Tourism

GE Man (Faculty of Social Science, Kunming University of Science and Technology, Kunming, Yunnan 650000)

Abstract The necessity of pension in development of ecological cultural tourism was analyzed, pension types in traditional tourism and existing problems were introduced, the future development and characteristics were forecasted. Finally, related issues must be considered were summarized.

Key words Pension; Ecological tourism; Cultural tourism

随着世界经济的不断发展, 生态环境与经济的关系问题得到越来越多的重视。在旅游业方面, 政府与民众提倡生态环保旅游。民宿是发展生态文化旅游的必然途径, 在国内发展尚属初级阶段, 存在诸多问题, 但也有很大的发展空间。只要政府、社会民众与民宿经营者共同努力, 不断完善当前的民宿经营状况, 一定会巩固地方传统文化, 也会更加促进未来生态旅游产业的兴旺。

1 发展民宿的必要性

1.1 使旅游文化与地方文化保持一致性, 延续当地文化特色 随着世界经济一体化的发展, 文化全球化的步伐也继续加快, 在此影响下的民众生产方式与生活状态也开始趋同。尤其在中国, 随着普通话的大力推行, 汉民族文化占绝对的主导优势, 影响和改变着各地的地方文化与少数民族特色文化, 表现在旅游业方面, 则是各地旅游纪念品的极度相似, 提供服务的方式与内容日渐趋同。

民宿是保持地域文化持续发展的必要途径。首先, 民宿可发展景区的居民经济, 保证他们的日常生活收入与经济盈利, 使本地人在当地安居乐业, 这是保持地方文化特色的首要前提。其次, 民宿服务手段与层次的不断提高和完善, 以及对地方文化与传统的宣传与保护, 可以使当地的传统地方民俗与手工技艺得到认可并持续发展下去。最重要的是, 今后旅游者的选择标准继续提升与细化, 这些真正具有地方特色与民族特色的景点会被更多人选择。景点与游客形成良好的互动关系, 形成良好的生态旅游系统。最后, 只有地方传统文化保护与发展得足够好, 才能在强大的外来文化入侵之时从容应对, 保持文化主导权, 使外来文化依附、服务于本土文化, 为本土文化增色添彩, 为本地旅游产业做出贡献。

1.2 民宿是游客实现文化深度旅游的必要条件, 是构成良好的生态旅游系统不可缺少的一部分 首先, 本土居民在游客进行文化与民俗深度游的过程中有着不可或缺的引导作用。政府与管理与政策方面做宏观的调控与指导, 公司企

业则在总体的规划与设计方面起作用。游客想要在游览过程中真正具体地体验到当地的地域传统文化, 只能依赖本土居民的引介作用, 进入他们的实际日常生活之中, 在可感可触的实在生活状态里寻找到认知甚至融汇的感觉, 留下强烈的印象, 提升旅客的黏着度, 使他们再度光临的意愿增加, 形成良性的生态旅游循环体系。

其次, 民宿不仅局限于提供住宿服务, 还通过住宿场所地域文化方面的氛围营造与气息培养, 变成展示景区生态文化的一个窗口, 凝缩当地文化的精华, 通过具有实体感的生活场景体现当地传统文化特色与民居风情。

最后, 完善的民宿体系是文化生态旅游系统中必要的发展环节。民宿既体现着政府的生态旅游管理政策与发展策略, 又反馈游客旅游文化心理期待与消费回报期待; 民宿既是公司承包景区进行发展时具体的实现单位, 亦是旅游者在进行实地旅游考察时直接面对的景区形象代表; 民宿集中体现着本地的传统与风俗, 是旅游者实际接触本地民俗的动态场域, 所以, 只有民宿的继续完善和持续发展, 才能保证当地旅游产业的正常和良性发展。

2 我国传统旅游的民宿发展现状

2.1 大致类型

2.1.1 城市周边的“农家乐”型。随着城市的不断扩张, 外来人员不断涌入, 城市人口急剧增长, 城市公园与绿地的比例日益减少, 不能满足城市人口的娱乐要求。而随着生活水平的提高, 城市居民休闲娱乐的需求也在不断膨胀, 这就催生了城市周边一些城镇与乡村中的“农家乐”产业。这些居民一般是自发组织经营, 简单提供住宿、饮食和一些休闲娱乐设施, 如麻将、扑克等, 一些比较高级的则提供钓鱼、烧烤等项目, 服务意识较淡薄, 没有文化宣传的概念与想法, 虽然目前经营较好, 但对未来的后续发展则缺乏规划。

2.1.2 传统景区的“各自为政”型。这种是景区旅游升温之后, 由于游客数量过多, 并且多数是固定地在节假日时段突然蜂拥而至, 人数激增导致住宿问题无法解决。当地居民为了经济利益, 主动将自己的民宅装修后提供给游客住宿。这种民宿一般缺乏正规的管理, 价格随意涨降, 服务设施多数

作者简介 葛蔓(1979-), 女, 吉林公主岭人, 讲师, 在读博士, 从事中国传统文化研究, E-mail: gemaii@163.com。

收稿日期 2013-07-10

不齐备。这种自发的民宿由于发展混乱,缺乏管理,所以经常同政府或者游客发生各种各样的矛盾,对景区的旅游产业的发展有阻碍作用。

2.1.3 规划发展起来的比较完善的民宿。比如云南的腾冲古镇、大理古城、丽江古城等地的旅游产业链中,都有发展得比较好,信誉度比较高的民宿。这些民宿经过当地政府与开发公司的指导与规划,在民居建筑方面保持了传统的建筑特色,并与整体的旅游特色相一致,在提供住宿服务的同时,注意宣扬地方的特色饮食与传统文化,并且与当地的特色旅游组织合作,可以给住宿者提供本地特色游的项目介绍或者一定的折扣,以吸引住客。

2.2 目前民宿产业中比较普遍存在的问题

2.2.1 服务层次与内容过于单调。一些著名景区内居民自发经营的民宿只提供住宿,满足于在旅游旺季和黄金周游客过盛时分担周边酒店与旅馆的住宿流量,经常以价格低廉、靠近游览景点取胜,无长远的盈利规划,无周边产品的经营与开发。比如被联合国教科文组织列入《世界自然遗产名录》的武陵源自然风景区,由三大景区构成,景区通票 248 元,可以在里面游玩 3 天,但景区里的住宿不能满足旅客需求。当地居民提供住宿的条件极为简陋,这种初级原始的民宿行业在武陵源风景区一直保持这种状态,没有改进与提升。

2.2.2 服务意识单纯,文化宣传意识淡薄,创新再发展意识不足。由于经营者受自身文化修养与思想意识的局限,将民宿理解为纯粹地提供住宿或者饮食,未意识到自己是景区的主人,是游客进行日常游览时所关注的一部分,自己的经营场所处于风景区内,应负载景区文化宣传任务。这部分经营者满足于已有的经济收入,对自己的经营产业没有更高的展望与更长远的规划,导致服务层次不高,服务内容狭窄,无法更全面地满足旅客的要求,无法吸引更多的顾客再次光临,因此无法实现可持续发展。

2.2.3 同质性高,活动型态相近。我国的民宿产业目前仍处于初级发展阶段,尽管许多从业人员有主动的学习态度,希望通过借鉴他地的经验来丰富自己的服务内容。但各地互相学习的结果是诸多地区的经营模式、服务内容、商业发展形态、售卖商品种类极度相似。一些宗教文化旅游项目的经营方式与手段几乎如出一辙。不追求独特的个性与特色,最终导致多地的旅游业无法持续兴旺。

2.2.4 过度饱和问题。由于民宿可繁可简,简单的民宿投资小,经营方式灵活,所以在许多地方出现了过度饱和的问题。比如云南楚雄州的黑井古镇以旅游为主要产业,平时游客稀少,但全镇有八成的民居都经营民宿项目,并且为了争取客源而不得不保持低价经营。

3 民宿未来应有的发展

3.1 发展空间 当前我国各地的旅游产业都采取综合型态发展,可以融观光考察、学习实践、锻炼协作、休闲娱乐于一体,而民宿是为现代都市人提供的一种回归自然、放松身心的旅游方式之一。未来民宿发展要坚持以差异和特色来

确定主题,以民俗和建筑来体现风格,以持续发展为经营理念,追求更宽广的经营空间与更长远的发展目标。

3.2 可利用的特色

3.2.1 利用当地的食材,宣传当地的美食文化。这既是宣扬地方特色,亦是对地方经济的支持与推动。民宿业主利用当地的农产品进行加工,满足客人实际体尝旅游地日常生活的需要,而且这样做成本较低,经济环保。

3.2.2 依据当地的自然条件进行规划、发展。例如台湾民宿,虽然也是家庭旅馆,却并非大陆人印象中的“农家乐”,明显带有“高端”、“小资”的倾向,这是由于台湾自然环境优越,旅游资源丰富,以及旅游业发展较早。民宿则依据“靠山吃山、靠海吃海”的经济原则,比如南投、阿里山一带多数走小木屋路线;花东海岸沿线则主打太平洋海景招牌;乌来等地则以温泉民宿大做文章。

3.2.3 利用当地的特色文化与其他工艺结合,创造新的旅游产品。比如大理古城,将传统的白族刺绣与手工皮艺结合,制作现代的双肩牛皮背包、单肩挎包、收纳包、钱包、零钱包甚至其他饰品、挂件等,必会因受到广大游客的热烈欢迎而畅销。

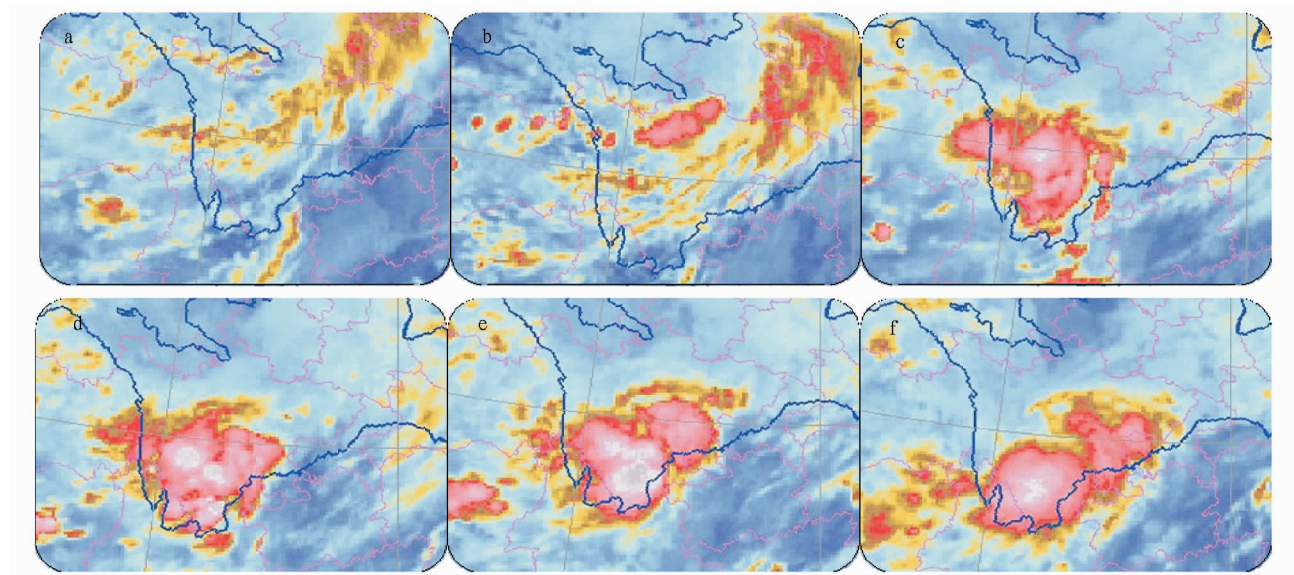
4 发展民宿必须要考虑的事项

4.1 政府的宏观指导与调控 要有组织者,有统一的理念,上下保持协调融洽。有了政府的统一管理和引导,民宿产业才能更新观念、整合资源,有更统一的经营目标与更长远的经营理念。比如在云南腾冲,每个居户都能条条是道地讲出政府对他们新修民宅的规划要求,对他们民宿经营的管理条例,并且都能直接道出这些管理要求对于本地旅游业发展的益处和必要性,也都能照做,所以在和顺,房屋无论新旧,都有统一的建筑风格。政府应提供国内民宿业经营者可依循的绿色生态旅游发展策略,经营者应当照此进行组织,不断发展,共同完成生态旅游系统的建立与完善。

4.2 开发公司组织管理与原住民利益的协调 旅游产业的发展一定要采取政府主导的经营模式,由政府牵头积极向社会寻找优势资源,建立起开放性、多元化的市场融资渠道,实行“政府+企业+农户”的新型运营机制与管理模式。将三方面的动能利用起来,各司其职,互相协调发展,追求景区经济效益的全方位开发,共创共赢。而个体民宿经营者可以依照台湾的模式,联合起来成立专业的民宿协会,并吸纳资深游客入会,采纳他们的意见,倾听他们的声音,统一意见与开发公司交流,在利益平衡的基础上保证多方各自发展潜力的不断扩张。旅游组织可自发行动起来,组成民宿协会,结成策略联盟,彼此交流经验,互通信息以提供连锁服务,提升住宿服务满意度。

4.3 对地方文化的坚守 “越是民族的,越是世界的”,只有拥有独特个性,才能被大众所接受。在台湾民宿大规模发展较早的地区垦丁,民宿经营体现了一种平民而自由的气质,内容丰富而活泼有趣,吸收外来文化并融入当地的文化氛围之中,有浓浓的地域特色。

(下转第 9714 页)



注:a.30 日 13:00;b.30 日 16:00;c~f 分别为 31 日 00:00,02:00,05:00,08:30。

图 6 2009 年 7 月 30~31 日风云 2 号红外卫星云图

均纵坡降 $30^{\circ} \sim 40^{\circ}$,具备泥石流高速下泄的地形条件。

(2) 从个例分析表明,针对凉山地区局地强降水天气预报需要关注 2 个方面的大气变化特征:①由于阻塞高压的影响高空切变较长时间维持凉山州境内,同时配合地面冷高压不断分裂南下的冷空气和 700 hPa 西南暖湿气流输送的丰沛水汽,造成了这次大范围的暴雨天气过程;②灾害点具备上干下湿、低层辐合高层辐散、降水中心与正涡度负散度中心的位置对应良好的特点。同时结合垂直速度剖面图和降水落区来看,负的垂直速度大值区也就是强烈上升运动中心对应着地面的强降水区,暴雨区附近的垂直环流与暴雨的启动和维持密切相关,暴雨区往往出现在垂直环流的上升运动区。

(3) 灾害点局地强降水的环流条件和不稳定能量条件满足,但没有雷达回波资料可以参考,这种情况下云图信号的

应用成为了短临预报预警的关键,当对流云团稳定少动时将出现强降水,可能引发山洪、泥石流、滑坡等地质灾害。如果灾害点有雨量站,可以通过分析降水观测资料与云图信号,并进一步建立起泥石流灾害发生灾点的预报预警模型。

参考文献

- [1] 朱乾根,林锦瑞,寿绍文,等. 天气学原理与方法[M]. 北京:气象出版社,2000.
- [2] 何文秀,赵其华. 盐源县塘房沟泥石流成因及运动特征研究[J]. 山西建筑,2008,34(7):133-135.
- [3] 吴莉娟,肖天贵,顾林康,等. 四川凉山州平川镇“7.14”泥石流灾害的气象成因分析[J]. 成都信息工程学院学报,2011,26(6):675-686.
- [4] TANAMACHI R L, BLUESTEIN H B, PAZMAY A. Ground-Based Velocity Track Display (GBVTD) Analysis of W-Band Doppler Radar Data in a Tornado near Stockton, Kansas, on 15 May 1999[R]. 2007:783-800.
- [5] 姚学祥,高学浩. 天气预报技术与方法[M]. 北京:气象出版社,2010:87-94.

(上接第 9685 页)

4.4 着眼于创新的管理理念,培养文化宣传意识 除提供住宿,也要为旅客提供深度文化旅游服务。民宿业服务人员应该加强本地传统文化知识的广度与深度,根据顾客的实际需求来提供服务内容,使游客能在住宿过程中充分感受当地文化。生态旅游大多分散经营,受资金限制,对外宣传力度不够。应该将一个地区的民宿经营户组织起来,参加旅游交易会或推介会、欢乐节等进行集体宣传,印制内容丰富详实、精美易携的宣传资料,提高景区民宿经营业的知名度,形成特色品牌。

4.5 不贪图眼前利益,培养旅客的黏着度 民宿经营模式必须区别于一般观光旅馆,为游客提供知识性与教育性皆备的生态解说服务,同时加强自身旅游产品的品牌影响。民宿业主们应该以生态旅游为号召,趁休闲旅游的热潮,利用多

项宣传措施与多元化的服务等来提升游客的满意度,提升游客的再宿意愿,使民宿经营可以持续发展,不断升级。

参考文献

- [1] BUTLER R W. Tourism in the future: Cycles, waves or wheels? [J]. Futures, 2009(41):346-352.
- [2] HAYWOOD K M. Can the tourist area life-cycle be made operational? [J]. Tourism Management, 1986, 7(3):154-167.
- [3] HONJO NOBORU. Regaining Nature and Society by Communications: Communication and Collaboration between University and Local Communities [J]. 社会科学论集, 2012, 136(6):1-33.
- [4] 洪玮, 肯丁民宿居住之道[J]. 商务旅行, 2012(11):111-112.
- [5] 刘书宏. 台湾民宿的特色、空间与型态[D]. 厦门:厦门大学, 2009:1-80.
- [6] 魏宇航, 唐德善, 吴都. 北之江流域生态文化旅游模式研究[J]. 安徽农业科学, 2013, 41(16):7227-7229.
- [7] 冯晓梅, 赵丹丹, 曹青, 等. 基于“生态博物馆”理念的吴越文化旅游开发研究[J]. 湖南农业科学, 2011(2):32-33, 43.