

doi:10.16779/j.cnki.1003-5508.2018.01.025

四川南河国家湿地公园生态旅游发展 SWOT 分析及对策探讨

李波¹, 柯雯静²

(1. 广元市林业和园林局, 四川 广元 628000; 2. 四川南河国家湿地公园管理处, 四川 广元 628000)

摘要:以四川南河国家湿地公园为研究对象,运用SWOT分析方法分析了该湿地公园生态旅游发展的内部优势、劣势和外部机遇、威胁,得出了四川南河国家湿地公园生态旅游发展属于SO型,宜采取增长型战略,并在此基础上提出了四川南河国家湿地公园生态旅游可持续发展的对策与建议。

关键词:湿地公园;四川南河;生态旅游;SWOT分析

中图分类号:F205 **文献标识码:**A **文章编号:**1003-5508(2018)01-0118-04

SWOT Analysis and Countermeasures for Ecotourism Development of Nanhe River National Wetland Park in Sichuan

LI Bo¹, KE Wen-jing²

(1. Administration of Forestry and Gardening of Guangyuan Municipality, Guangyuan 628000, China;

2. Administrative office of Nanhe River National Wetland Park in Sichuan, Guangyuan 628000, China)

Abstract: A thorough analysis was given on the internal advantages and disadvantages as well as external opportunities and threats in developing the ecotourism of Nanhe River National Wetland Park in Sichuan by using the method of SWOT, and the conclusion was drawn that the ecotourism of Nanhe River National Wetland Park in Sichuan belonged to the SO type, suitable for the developing strategy. Therefore, the sustainable development strategies were proposed about the Ecotourism.

Key words: Wetland park, Sichuan Nanhe River, ecotourism, SWOT analysis

湿地是地球上水体和陆地相互作用融合形成的独特生态系统,被誉为“地球之肾”、“生命的摇篮”、“文明的发源地”和“物种的基因库”^[1]。城市湿地公园是城市生态系统的重要组成部分,不仅为人们提供游憩、康乐的场所,而且在涵养城市水源、保护生物多样性等方面发挥重要作用,集中体现了湿地的生态效益、经济效益和社会效益^[2]。近年来,随着湿地生态旅游的发展,城市湿地公园生态旅游资源的开发和利用已成为湿地生态旅游研究的重要方向。运用SWOT分析方法,分析四川南河国家湿地公园生态旅游发展的优势、劣势、机遇和威胁,并提出相应的对策与建议。

1 四川南河国家湿地公园概况

四川南河国家湿地公园位于广元市利州区东城片区南河河畔,背靠大南山生态屏障,地处嘉陵江上游和中游重要生态节点,是嘉陵江一级支流南河与万源河交汇区域,是集湿地保护保育、湿地恢复、湿地科教宣传和湿地休闲为一体的大型城市湿地公园,总面积111 hm²,其中湿地面积68 hm²,湿地率为61.26%。公园于2006年3月开始建设,2007年元月建成正式向市民开放,2009年12月被国家林业局批准为国家湿地公园试点,2013年10月被国

收稿日期:2017-10-24

作者简介:李波(1987-),男,四川南充人,硕士研究生,工程师,从事湿地生态研究、天然林资源保护工程管理工作。Email:libo_2008_good@163.com

家林业局正式授牌“中国国家湿地公园”,是四川省建成的首个国家湿地公园。该湿地公园水域辽阔,水质优良,湿地资源丰富,生物多样性丰富,生态环境良好,湿地景观资源别具特色,形成了以“二轴”、“四带”、“十大景观”为主骨架的湿地生态景观。同时,发挥着涵养水源、净化水质、维护湿地生物多样性和调节局域气候等重要的生态服务功能。

2 四川南河国家湿地公园生态旅游的 SWOT 分析

SWOT 分析方法(又称 TOWS 分析法、道斯矩阵)即态势分析法,它是由美国旧金山大学教授韦里克 20 世纪 80 年代初提出的一种从竞争主体内外环境要素视角进行综合分析和战略组合,并根据不同时期的情况,制定和采取相应的战略决策的分析方法^[3]。其中,S 代表优势(strength),W 代表劣势(weakness),O 代表机遇(opportunity),T 代表威胁(threat)。S、W 是内部因素,O、T 是外部因素。采用这种分析方法能够为四川南河国家湿地公园在生态旅游开发过程中如何发挥优势、克服劣势、抓住机遇、避免威胁提供参考。

2.1 优势(S)

2.1.1 区位优势明显

广元地处成都、西安、兰州、重庆四大省会城市的几何中心,旅游客源市场丰富,区位优势明显,已形成了铁路、公路、水运、航空、管道“五位一体”贯通南北、连接东西、通江达海的立体综合交通枢纽。京昆、兰海、广巴达 3 条高速公路和宝成、兰渝、广巴达 3 条铁路在境内交会,渝新欧铁路、蓉欧快铁均经过广元,兰渝铁路、西成客专 2017 年将全线通车。广元机场已开通北京、杭州、广州、深圳、上海五条航线。“千里嘉陵第一港”广元港已经开港,完全通航后 1 000 t 轮船可直抵重庆、上海等地,届时广元将成为距大西北最近的内河港口城市。

2.1.2 湿地资源突出

2.1.2.1 湿地类型丰富

四川南河国家湿地公园规划范围内有南河、万源河两大自然水系,有北湖、中湖、南湖、对望湖四大湖泊,有 1.3 万 m² 的退耕梯田,有登山广场、南山观景台等 3 处蓄水库塘,有 7 条连接河流、湖泊、库塘、梯田的生态小溪,形成了天然的湖泊湿地、湿地梯田、林泽湿地等,湿地类型十分丰富。

2.1.2.2 生态系统独特

四川南河国家湿地公园的突出特点是湿地、森

林、水系、城市紧密联系,相互依存,湿地紧邻市中心城区,背靠大南山生态屏障,南河、万源河穿腹而过,处在大山、大水、大森林和中心城区的紧密环抱之中。大面积的松林类森林生态系统、湿地多塘生态系统、河流生态系统及城市生态系统紧密结合,形成“森林、湿地、水和城市息息相关”的综合展示地,在四川省具有独特性。

2.1.2.3 物种多样性丰富

据不完全统计,四川南河国家湿地公园现有植物 123 科 325 属 452 种,其中包括国家级重点保护植物银杏、楠木、杜仲等 13 种;脊椎动物 29 目 73 科 245 种,包括鱼类 4 目 9 科 45 种,哺乳类 5 目 10 科 24 种,爬行类 2 目 9 科 19 种,两栖类动物 2 目 6 科 18 种,鸟类 16 目 39 科 139 种。其中,国家保护动物小天鹅、被列入《世界自然保护联盟》红色名录的冠鱼狗、主要湿地鸟类小鸊鷉、白鹭等在湿地公园均有分布;无脊椎动物中以蝴蝶为调查对象,分布有 8 科 41 属 63 种。与四川及周边湿地公园相比,是生物多样性比较丰富的国家湿地公园。

2.1.3 文化内涵丰富

唐宋时期就在湿地公园西入口对应的南河河畔修建了古利州著名渡口——利州南渡;清道光七年以前,公园西入口又是接送官员和历届官员迎来送往的重要场所——南接官亭;湿地公园亲水平台、码头一带相传曾是我国历史上唯一的女皇帝、封建时代杰出的女政治家武则天少年时的梳洗台;武则天“乌龙感孕、凤凰催生”的动人传说流传至今;纪念武则天生日而延续至今并演变成中国(广元)女儿节的民间习俗,就在湿地公园规划范围内的南河水面上举行。同时,湿地公园围绕武则天出生地做文章,设置了以茶文化和餐饮文化为主的民俗文化景区,并修建了连接南河两岸的仿唐建筑——景观廊桥,气势恢宏,又不失轻盈纤巧,充分展示了女皇文化的深厚底蕴。

2.1.4 景区联动优势明显

广元市旅游资源富集,境内名胜古迹众多,城区内有以千佛崖—皇泽寺—天壘山—凤凰楼—川北民俗文化园为旅游路线的女皇故里文化游、汤山温泉—四川南河国家湿地公园—龙潭山地农业公园—黑石坡森林公园山水生态游、红军文化园—红星公园红色经典缅怀游等,形成了吸引国内外旅游者的重要旅游资源,同时通过形成独具特色的旅游产品带动其他旅游资源的发展,凭借景区联动提升湿地公园生态旅游的知名度,满足旅游者日益变化的综合性旅游需求。

2.1.5 典型示范引领作用

四川南河国家湿地公园作为四川省首家国家正式挂牌成立的国家湿地公园,因其独特的地理区位,在服务于全省湿地公园建设中具有典型示范地位;同时,又因其处于城市中心,属于典型城市湿地公园,在具有城市性质的湿地公园建设与保护中,更具独特性和代表性,已成为城市湿地公园保护与合理利用的先行、示范与引领者。

2.2 劣势(W)

2.2.1 缺乏专业化的人才队伍

生态旅游对管理人员和从业人员的专业知识要求较高^[4],其管理理念和专业水平直接影响着湿地公园生态旅游的发展方向。四川南河国家湿地公园虽有在编人员 20 人,但其专业化的人才极少,大部分管理人员和从业人员都是“半路出家”,综合素质能力整体偏低,高水平的专业人才更是缺乏,严重制约了湿地生态旅游的发展。

2.2.2 生态旅游基础薄弱

目前,四川南河国家湿地公园生态旅游开发还处于起步阶段,生态旅游基础设施建设不够完善,接待水平较低;旅游产品仍以大众观光为主,旅游产品开发种类和深度不足;知名度不高,对游客的吸引力不够,市民休闲娱乐较多,规模旅游较少。

2.2.3 生态功能区划不完善

四川南河国家湿地公园位于城市中心,横跨东坝、南河、万缘 3 个主城区,不仅是广元市民休闲娱乐健身的主要场所,而且还发挥着优化城市生态环境的重要作用。据笔者统计,该湿地公园内有贯穿全园大小建筑物 10 余栋(包括在建建筑)、主要通道 2 条、大小游步道 100 余条,高峰期人流量每天高达 8-9 万人次。在较小的区域内(该湿地公园陆地部分 43 hm²)如此频繁的人类活动,加快了湿地环境演变的进程,并使之逐渐偏离原来的自然演化轨迹,所引起的生境破坏或片段化是无法挽回的。有研究表明,随着人类干扰活动的加强,湿地生态系统健康状态逐渐下降,湿地生态系统生产能力下降,组织结构混乱,水文调节、水质净化等功能日益减弱^[5]。因此,随着城市化进程的加快,大量人口涌入城市,处于城市中心的四川南河国家湿地公园应进一步拓展保护范围,加速完善生态功能定位区划,以减少人类活动对湿地生态系统的伤害。

2.3 机遇(O)

2.3.1 有利的时代背景

党的十八大以来,党中央把生态文明建设纳入中国特色社会主义事业“五位一体”总体布局,明确

提出绿色发展理念,这为生态旅游发展提供了根本遵循和行动指南。同时,生态旅游的发展理念符合世界旅游可持续发展的大方向,对自然和本色的追求已逐渐成为现代旅游的一项基本特征。既保护旅游区的生态环境,又能保留旅游资源全貌的生态旅游方式越来越受到旅游者的青睐^[6]。在这样的时代大背景下,为湿地生态旅游的发展提供了良好的契机。

2.3.2 建设中国生态康养旅游名市推动生态旅游发展

广元市委市政府高度重视生态环境保护和生态旅游发展,把“生态立市、文旅兴市”写入全市发展总体思路,并作出了推进绿色发展、实现绿色崛起、建设中国生态康养旅游名市的决定。这个决定既是广元践行绿色发展新理念的务实行动和广元实践,也是广元在更高层次发挥比较优势、促进跨越发展、实现绿色崛起的战略需要。通过建设生态康养旅游名市,突出全域旅游带动,将经济建设与环境保护建设有机地融合起来,经济发展为生态环境提供保障,生态环境优势转化为经济效能^[6]。以建设生态康养旅游名市为契机,湿地资源为基础,大力推动湿地生态旅游发展。

2.3.3 生态旅游逐渐成为全球潮流时尚

“绿色浪潮”在全球风起云涌,以森林自然环境为依托的生态旅游悄然兴起,已逐渐发展成为全球潮流时尚。湿地生态旅游是生态旅游发展的新领域,它强调的是以湿地生态环境为依托,以湿地生态系统为观光游览对象,以可持续发展为指导思想,以环境保护为核心理念,以追求人与自然的和谐统一的一种旅游形式。加之其本身具有独特的生态景观资源,因此生态湿地旅游更能引领全球潮流时尚。

2.4 威胁(T)

2.4.1 周边市场竞争激烈

虽然湿地生态旅游前景广阔,但是近年来广元生态旅游发展迅猛,已有 1 个国家 5A 级旅游景区和 16 个国家 4A 级旅游景区,国家湿地公园 2 处,这无形对四川南河国家湿地公园生态旅游构成了客源压力。再者四川南河国家湿地公园生态旅游开发尚处于起步阶段,与周边成熟旅游景区相比,竞争优势极不明显,湿地生态旅游发展面临着严峻的考验和挑战。

2.4.2 湿地生态退化

随着城市化进程的加快,作为四川南河国家湿地公园规划范围内的南河、万源河,面临着水体营养化程度逐渐上升的危险;外来入侵物种加剧,福寿

螺、牛蛙、空心莲子草、白车轴草等在湿地公园内已有发现,严重排斥着湿地乡土物种,对湿地公园的生物多样性构成威胁。另外,四川南河国家湿地公园背靠的大南山生态屏障未划入公益林,大部分林权归集体和个人所有,人为砍伐林木的现象时有发生,严重影响湿地公园生态系统平衡。针对上述这些问题,如何有效解决,是摆在湿地生态旅游发展道路上的重大挑战。

2.4.3 旅游需求的日益多样化

随着旅游业的不断发展,标准化的旅游产品和服务已经难以满足旅游消费者日益变化的旅游需求,旅游消费者需求越来越呈现多元化和个性化^[6]。目前,四川南河国家湿地公园旅游产品种类过于单一,无法满足旅游者的多元化和个性化的旅游需求。在以后的湿地生态旅游开发过程中,四川南河国家湿地公园更应注重创新,避免雷同的旅游项目,积极开发更多的旅游产品和旅游线路。

3 四川南河湿地公园生态旅游可持续发展对策建议

通过对四川南河国家湿地公园生态旅游发展 SWOT 分析表明,其内部劣势(W)可以通过抓住广元建设中国生态康养旅游名市的有利时机,加大资金投入,完善基础设施,引进专业人才,拓展湿地保护范围等措施,化劣势(W)为优势(S);外部威胁(T)可以利用内部优势(S),通过深度挖掘湿地旅游资源,整合资源特色,打造湿地生态旅游品牌,构建多元化的发展模式,创意创新开发湿地生态旅游产品,全方位、多角度的加强湿地生态旅游产品营销,提升湿地公园知名度,全面化解外部威胁(T)。因此,四川南河国家湿地公园生态旅游发展内部优势(S)大于劣势(W),外部机遇(O)大于威胁(T),属于 SO 型,宜采取增长型战略。

3.1 整合资源特色,打造湿地生态旅游品牌

依托四川南河国家湿地公园突出的湿地资源,丰富的历史文化内涵,周边景区的联动优势,整合资源,创意开发以湿地公园为主线的生态科教旅游产品、女皇文化旅游产品、体验参与旅游产品等特色产品,打造湿地生态旅游品牌,提升湿地生态旅游品牌的市场竞争力。

3.2 完善基础设施,重视人才培养

由于四川南河国家湿地公园生态旅游才刚刚起步,现有设施难以满足湿地生态旅游的需要,应进一

步加大力度争取项目资金,合理规划配置要素,完善基础设施建设,提升旅游档次。同时,要不断完善旅游服务体系,加强员工综合素质培养。通过专家讲座、脱产进修、人才引进等方式提高湿地公园整体的管理和服务水平。

3.3 合理规划布局,拓展湿地保护范围

随着城市化进程的加快,处于城市中心的四川南河国家湿地公园人类活动会越来越频繁,为减少人类活动对湿地生态系统的伤害。建议围绕建设中国生态康养旅游名市的目标,合理规划布局,把四川南河国家湿地公园管辖范围拓展到广元市城市规划区内的嘉陵江、南河、万源河流域及南山纵深处。按照适合区域自身发展模式,积极做好旅游景观功能分区及旅游景观生态规划,划分为核心区、缓冲区和试验区,形成生态功能区划更为完善的湿地保护格局。同时,积极开展水源污染治理、外来入侵物种治理、河流湿地修复、水体生态链修复等湿地生境恢复工程,使湿地生物多样性得到有效保护和恢复。

3.4 加大宣传力度,提升湿地公园知名度

旅游营销是旅游业发展的重要一环,也是将旅游产品推向市场、提升产品经济价值和社会价值的直接手段^[7]。四川南河国家湿地公园应借建设中国生态康养名市东风,以绿色康养营销、历史文化营销为指导,充分利用电视、报纸、网络等多种媒介进行宣传推广,制作精美的宣传片和宣传手册,积极参加各种旅游博览会,邀请旅游推介商、新闻记者和网红实地考察旅游线路,举办大型的节庆活动(如广元女儿节),开展与湿地生态旅游相关的研讨会,全方位、多角度的加强湿地生态旅游宣传促销,进一步提升四川南河国家湿地公园的知名度。

参考文献:

- [1] 田晔莉. 城市湿地公园初探[D]. 北京: 北京林业大学, 2006.
- [2] 崔丽娟, 王义飞, 张曼胤, 李伟, 商晓静. 国家湿地公园建设规范探讨[J]. 林业资源管理, 2009, (02): 17 ~ 20 + 27.
- [3] 高红岩. 战略管理学[M]. 北京: 清华大学出版社, 2007. 98.
- [4] 令狐克鸿, 冉景丞. 茂兰自然保护区生态旅游 SWOT 分析及发展对策[J]. 西北林学院学报, 2009, 24(5): 224 ~ 228.
- [5] 蒋卫国, 李京, 李加洪, 谢志仁, 王文杰. 辽河三角洲湿地生态系统健康评价[J]. 生态学报, 2005, 25(3): 408 ~ 414.
- [6] 马冲亚, 徐喆, 刘吉平. 基于 SWOT 分析的长春南湖湿地公园生态旅游开发研究[J]. 吉林师范大学学报(自然科学版), 2014, (04): 144 ~ 147 + 153.
- [7] 刘明, 张立明, 杨茵茵. 武汉市入境旅游客源市场分析与开发对策[J]. 旅游论坛, 2011, 4(2): 91 ~ 96.