



关于长江三峡生态旅游的 SWOT 分析

周晓梅

(武汉职业技术学院,湖北 武汉 430074)

摘要:生态旅游是世界旅游活动中非常重要的组成部分,作为中国十大风景名胜区之一的长江三峡景区关于其生态旅游的发展研究甚少。运用 SWOT 分析法,剖析长江三峡景区发展的优势与劣势、威胁与机遇,从而提出长江三峡生态旅游应当充分利用自身优势和外部机遇,消除威胁,发挥优势;把握机遇,乘势发展;紧跟机会,扬长避短,融合自然景观和特色民俗文化打造具有自身特色的生态旅游品牌。

关键词:长江三峡;生态旅游;SWOT 分析

中图分类号: F592.763

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2013) 05-0102-05

102

武汉职业技术学院学报二〇一三年第十二卷第五期(总第六十七期)

1997 年长江三峡大坝工程实现第一次大江截流,2002 年三峡大坝工程第二次截流,2003 年,长江三峡工程完成 135m 的一期蓄水任务,“高峡出平湖”的梦想成为现实。但是截留后的长江三峡因为水位抬高,两岸的垃圾没有及时清理,对长江三峡造成严重的环境污染,影响人们观景赏美,而人们外出旅游是为了呼吸新鲜的空气,观赏蓝天白云和绿色的田野。

目前国内生态旅游发展迅速,关于长江三峡涉及生态旅游的研究极少。因此,本文就长江三峡生态旅游的发展进行 SWOT 分析。

一、长江三峡概况

长江发源于青海高原,沿途汇集数百条溪流进入四川盆地后,又汇集接纳 4 条主要支流——岷江、沱江、嘉陵江和乌江。在这里,山与水互不相让,如同在进行一场激战,河流两岸山岩陡峭,时高时低,形成了大自然最壮观的景色——长江三峡。

长江三峡西起重庆奉节的白帝城,东至湖北宜昌南津关,全长 204 公里。自西向东主要有三个大的峡谷地段:重庆瞿塘峡、重庆巫峡和湖北西陵峡,三峡因而得名。三峡两岸高山对峙,崖壁陡峭,山峰一般高出江面 1000-1500 米。最窄处不足百米。三峡是由于这一地区地壳不断上升,长江水强烈下切而形成的,因此水利资源极为丰富。

本课题小组选择了西起重庆奉节的白帝城,东至湖北宜昌南津关这一长江三峡段进行调查,采用抽样调查法、访谈法访谈了长江委员会管理部门负责人,并对宜昌峡州和海峡等旅行社接待来三峡观光的情况做了抽样调查。

二、长江三峡生态旅游的 SWOT 分析

SWOT 分析法(也称 TOWS 分析法、道斯矩阵)即态势分析法,是 20 世纪 80 年代初由美国旧金山大学的管理学教授韦里克提出。本文运用 SWOT 分析的方法分析长江三峡生态旅游发展的优势与劣

收稿日期:2013-09-21

基金项目:湖北省教育厅人文社会科学研究重点项目(项目编号:13d137)。

作者简介:周晓梅(1963-),女,土家族,湖北长阳人,武汉职业技术学院旅游与航空服务学院副教授,研究方向:旅游管理。

表 1 长江三峡 SWOT 战略分析矩阵

内在要素 Internal factors	外在要素 External factors
优势 Strengths S1:长江流域水质状况总体良好,适合生态旅游发展 S2:长江三峡文化底蕴丰富,生态旅游和文化旅游相得益彰 S3:截留后景观对人们的吸引力	机遇 Opportunities O1:生态旅游成为世界性旅游的潮流 O2:黄金周高速公路免费,自助游增多
劣势 Weaknesses W1:“告别长江三峡”游的误导 W2:缺乏统一管理,各自为政 W3:旅游从业人员素质有待提高	威胁 Threats T1:乘船观光旅游模式吸引力下降 T2:景区环境污染影响生态旅游品牌打造 T3:旅游区域竞争日益激烈

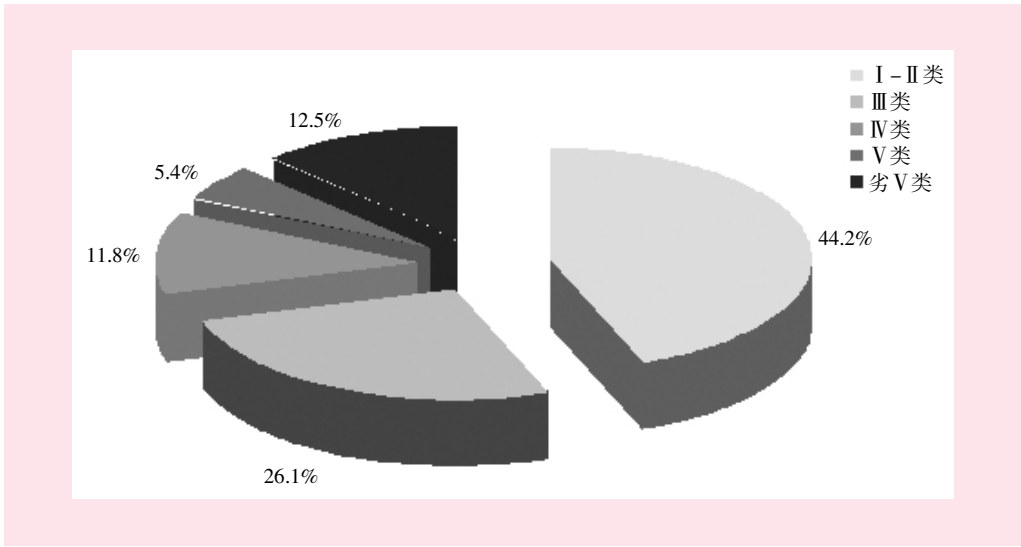


图 1 2011 年长江流域河流水质类别组成

势,机遇与威胁,编制出长江三峡 SWOT 战略分析矩阵表(见表 1)。

(一)优势分析

1.长江流域水质状况总体良好,适合生态旅游发展

根据《地表水环境质量标准》(GB3838-2002)评价,长江流域 2011 年全年期评价河长 56701.6km。水质为 I、II 类水的河长为 25080.3km,占 44.2%;III 类水的河长 14785.9km,占 26.1%;IV 类水的河长 6720.6km,占 11.8%;V 类水的河长 3050.9km,占 5.4%;劣于 V 类水的河长 7063.9km,占 12.5%(见图 1)。即长江流域水质 87.5%都属于良好状况,适合发展生态旅游。

2.长江三峡文化底蕴丰富,生态旅游和文化旅游相得益彰

长江三峡历史悠久,文化底蕴丰富。从瞿塘峡段白帝城的刘备托孤等关于三国演义的故事与传说举不胜数;巫峡段人文景观非常多,但是最引人注目的还是屹立于两岸的巫山十二峰,其中最为秀丽的就数神女峰了,关于神女峰的传说也流传至今;西陵峡段三峡人家的土家族哭嫁等婚俗文化令游客流连忘返。长江三峡丰富的文化底蕴结合长江流域良好的

水质、秀美的自然风光,使得该地区生态旅游和文化旅游相得益彰。

3.截留后景观对人们的吸引力

一些旅游景点被部分淹没,其存在环境发生变化,观赏效果也随之发生改变,从本质上说已不是原来意义上的旅游景点。如奉节白帝城被淹没到下半截山腰,形成迷人的“白帝仙岛”,忠县的石宝寨将会成为一个四面环水的岛屿,丰都“鬼城”,水淹没至“鬼城”阎王殿脚下,名山和山上的“阴曹地府”将不会受到丝毫影响,而免登百步石梯。一些旅游资源被迫“搬迁”,从严格意义上说,它们已变成新的旅游景点了。

巫峡水位抬高 50 米,神女峰高 912 米以上,“高峡出平湖,神女应无恙”,在群峰之间,仍是第一个迎来朝霞,最后一个送走晚霞。西陵峡东段的黄陵峡、灯影峡不受三峡工程的影响,唐僧师徒仍栩栩如生,三峡库区内的秭归屈原祠被淹没,已随新县城迁至三峡大坝第一县的秭归茅坪镇;截留后的景观对游客将会产生故地重游的动机。

(二)劣势分析

1.“告别长江三峡”游的误导

1992 年,三峡大坝工程进入开工建设的实施阶

周晓梅：关于长江三峡生态旅游的 SWOT 分析

段,一些旅行社纷纷推出“告别长江三峡”游,引发三峡旅游的热潮,从以前每年只接待几千人到1997年已突破20万人,大大超过了长江三峡的接待能力,游船不能满足游客的需求,不得不把客运轮船当成游船使用,在五一或十一这样的假期,一些游客来到小三峡,却没有游船进峡,不得不望“船”兴叹,对于长江三峡的游览质量大打折扣,还给长江三峡造成一定的环境污染。

2.各自为政的营销模式

长江三峡西起重庆奉节,东至宜昌南津关,自西向东分别是瞿塘峡、巫峡和西陵峡,全长200公里左右。可是在这三个峡段中分别由重庆直辖市和湖北省进行管理,在管理过程中存在分歧,两地政府之间出现了竞争。多年来,为了争夺客源市场,重庆和湖北各自为政,在市场营销方面,重庆先后提出了“永远的三峡、世界的重庆”、“新重庆、新三峡、新旅游”;湖北则提出了“到湖北、游三峡、观大坝”、“新湖北、新三峡、新旅游”、“三峡捧出宜昌市、世界崛起水电城”、“金色三峡、银色大坝、绿色宜昌”等口号,这种营销模式破坏了长江三峡旅游的整体形象,给国际游客造成混乱思维,有损于长江三峡的整体品牌形象,对国际国内游客产生误导。

3.旅游从业人员素质及服务质量有待提高

长江三峡的旅游主要是坐船观光,船上的服务质量就很重要。上个世纪90年代,我国的经济条件有限,一般是硬件不行软件弥补,可是船上服务人员比较少,服务不到位,给游客造成很不好的影响,无法与桂林游船的服务质量相比。导游人员的服务质量也不高,在船上游览,由于时间比较长,游客会分散在几个舱室,等某某景点快到时,导游根本来不及通知自己团的游客出来观赏,往往错过某景点。再则由于长江三峡截留,一些村庄整体性移民,对于景区人员的流失有一定的影响。

(三)机遇分析

1.生态旅游成为世界性旅游的潮流

“生态旅游”这一概念是国际自然保护联盟(IUCN)特别顾问、墨西哥专家豪·谢贝洛斯拉斯喀瑞(H.Ceballos-Lascurain)在1983年首次提出来的。生态旅游是指在一定自然地域中进行的有责任的旅游行为,为了享受和欣赏历史的和现存的自然文化景观,这种行为应该在不干扰自然地域、保护生态环境、降低旅游的负面影响和为当地人口提供有益的社会和经济活动的情况下进行。从其定义来看,生态旅游的内涵应包含两个方面:一是回归大自然,即到生态环境中去观赏、旅行、探索,目的在于享受清新、轻松、舒畅的自然与人的和谐气氛,探索和认识自然,增进健康,陶冶情操,接受环境教育,享受自然和文化遗产等;二是要促进自然生态系统的良性运转。不论生态旅游者,还是生态旅游经营者,甚至包括得

到收益的当地居民,都应当在保护生态环境免遭破坏方面做出贡献。也就是说:只有在旅游和保护均有表征时,生态旅游才能显示其真正的科学意义。

生态旅游是世界旅游活动中非常重要的组成部分。从旅游发展的角度看,生态旅游是近年世界旅游业中增长最快的部分,年增长率达到25%-30%,生态旅游俨然已成为世界性旅游潮流。

2.黄金周高速公路免费,自驾游增多

2012年因国庆加上中秋双节庆,公休八天,再加上国家良好的政策——高速公路免费,景区门票下调,自驾游增多,2012年长江三峡旅游景区接待游客人数创历史新高。八天假期共接待游客22.45万人,无论是单日接待游客量还是游客接待总数都创下同时期历史新高。

(四)威胁分析

1.乘船观光旅游模式吸引力下降

人们外出旅游的动机是出于探新求异的需要,而长江三峡的旅游模式仍然停留在观光旅游的初级阶段,主要是从武汉—重庆乘船游的传统模式,游客已经不满足于仅仅是坐船观光;再加上游船特别是接待国内游客的游船服务质量不能满足游客的需求,饭菜质量又贵又差。长江三峡这种传统旅游模式吸引力下降,无法满足游客的个性化消费趋势。

2.景区环境污染给生态旅游形成负面影响

长江三峡第二次截留后的2003年,笔者怀着极大的兴趣游览截留后的三峡美景,也想看看“高峡出平湖,神女应无恙”中的神女峰的“神女”是否变了模样。我们揭开了“神女”面纱,也看见了小三峡大宁河段中的白色污染,由于长江三峡截留蓄水后,水位抬高135米,长江之水倒灌进大宁河,以前绿幽幽的大宁河水不复存在,满眼是黄色的长江水,水上还漂浮着两岸漂移过来的白色污染。看见此情此景,真是触目惊心、心痛不已。当游客看见长江三峡景区内自然环境被破坏、污染,影响人们观景赏美,损害长江三峡生态旅游品牌形象的打造,将会缩短景区的寿命。

3.旅游区域间的激烈竞争给三峡旅游形成威胁

中国旅游业经过三十多年的发展,旅游景区进入成熟发展时期,地区间、景点间的竞争也越来越激烈。各地政府非常重视各地区旅游业的发展,争相开发各地的旅游资源,各地县长出动做旅游宣传。随着一批批新景区的开发,一些景区陆续成为新4A或5A景区,作为老字号的长江三峡旅游景区受到威胁。如何在旅游中发展突出自己的特色,使得长江三峡生态旅游能够可持续发展下去是至关重要的问题。

三、建议

根据上述对长江三峡生态旅游的SWOT分析可

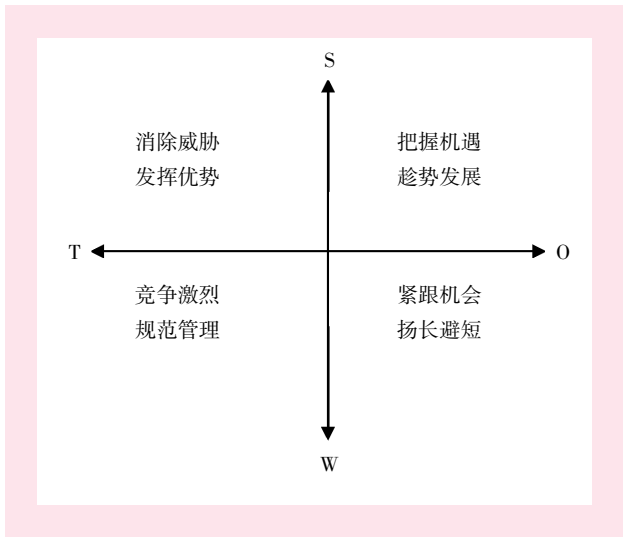


图2 长江三峡旅游 SWOT 战略分析

知,长江三峡生态旅游属于“优势”+“机遇”型,位于SW轴的上限、OT轴的右限,如图2所示。其优势,即长江是亚洲第一大河,世界第三;长江流域水质状况总体良好,适合生态旅游发展;长江三峡文化底蕴丰富,生态旅游和文化旅游相得益彰;长江三峡景区是中国10大风景名胜之一,中国40佳旅游景观之首;截留后景观对人们的吸引力。其巧遇机遇,即生态旅游成为世界性旅游的潮流;黄金周高速公路免费,自助游增多,这些自身的优势和外部机遇为长江三峡生态旅游的发展创造了条件,也为长江三峡旅游业的可持续发展指明了方向。长江三峡生态旅游应当充分利用自身优势和外部机遇,消除威胁,发挥优势;把握机遇,乘势发展;扬长避短。融合自然景观和特色民俗文化打造具有自身特色的生态旅游品牌。在开发建设的过程中提供以下几条建议。

(一)消除威胁——改变传统的旅游模式

根据旅游需求多样化和参与性的变化发展,创新长江三峡旅游产品,使其由传统的被动式坐船观光产品向开发生态旅游产品发展。一方面,依托大小三峡旅游产品,与周边的旅游资源进行整合,进行深度旅游。如巫峡十二峰中神女峰由于陆路观光旅游线的开通,游客可揭开神女面纱,一睹神女风采,进行深度旅游。西陵峡与三峡人家、杨家溪漂流相结合,既可以爬山、又可以漂流,满足现代人参与性的需要,发展生态旅游;还可以与三峡大坝、车溪等产品相结合,满足老年人对社会主义建设了解的需求。

(二)扬长避短——整合旅游线路

最初的长江三峡旅游线路一般是以重庆或武汉为起点,顺江而下或逆流而上游览长江三峡,这样会在船上停留的时间比较长,不太适合现代人们快节奏的需求,因此需要整合旅游线路。现在由于旅游交通形式的多样化,可将旅游交通与船游三峡相结合,整合出更多的旅游线路,可以缩短在船上的游览时

间,并且对长江造成的污染有所降低,所以“宜—奉—宜”线路更受追捧,即从宜昌至奉节,奉节至宜昌的精华线路,现在武汉至宜昌的动车只需要二个小时,人们只需要利用周末的三天时间就可以完成长江三峡游览,改变了以前的武汉—重庆的长线旅游,中、短线旅游线路的增加,势必会吸引更多的游客,从而使长江三峡可持续发展。

(三)改变劣势——提高游船上的服务质量

长江三峡的旅游在2000年左右进入滞胀时期,除了三峡截留等客观因素外,主要还是因为旅游服务质量影响人们二次消费。要想改变这种现象,要从旅游六要素“食、住、行、游、购、娱”之一的“食”开始,随着人们生活质量的提高,人们对食材比较讲究,再不是以前的吃饱即可,为之服务的餐饮人员的服务质量也要提高。其二“住”的条件也要改善,以前的十二个人、二十四个人一个舱、男女混住的形象也要改变,为了保证第二天的游览质量,睡眠质量也很重要,将舱室划分为“迷你”舱室,方便散客型的家庭旅游。其三是增加游船上的娱乐项目,除了棋牌室以外,增加更多的如健身房、SPA会所等项目,改变人们认为船上的旅游生活质量枯燥的观念,这样长江三峡的旅游才能可持续发展。

(四)把握机遇——发展生态旅游

生态旅游已成为世界性旅游的潮流,长江三峡的开发与建设要善于把握机遇、乘势发展,也是充分体现“以人为本”的思想,改变长江三峡景区的环境污染现象,构建国家级生态旅游示范区。从五个方面着手建设,一是景观生态化,截留后的长江三峡两岸有一些白色污染,要做好大小三峡两岸的保洁绿化工程,进行三峡旅游景观的美化。二是服务生态化,即旅游服务方式和流程设计尽量节能环保,如小小三峡中的游船纤夫拉纤上去,降低柴油发动机的使用,然后游客漂流下来的方式,就属于低碳旅游方式。三是旅游方式生态化,即游客体验旅游方式设计的生态化。如神农架景区中的徒步探险方式、神农溪中乘坐豌豆尖游船的漂流方式等。四是旅游产业生态化。在旅游三大产业部门中,酒店和旅游交通是相对污染较重行业,因此酒店的排水系统、垃圾的处理都要进行环保处理;景区的交通尽量采用低碳动力系统,如使用景区环保车、电瓶车等。

(五)消除威胁、发挥优势,实现双赢发展

长江三峡区域包括从重庆市到湖北宜昌的广阔范围,横跨一省、一直辖市,在整体营销方面确实存在一些困难。但是长江三峡毕竟是一整体景观,在旅游营销中,不能受目前行政区域的影响各自为政,各推销各的景区,更不能人为地将长江三峡狭义地宣传为“两坝一峡”。而是通过制定合理的营销规划、整体促销,树立鲜明的长江三峡峡谷旅游形象,整合两

地的旅游资源,在每年推销“三峡旅游节”时,可以今年在重庆召开,明年在宜昌召开,轮流做东的形式进行促销。通过加强合作、资源共享、客源互送、共同宣传形成整体促销,实现“双赢”目标,实现共享长江三峡生态旅游发展成果。

四、结束语

经过几年低谷时期,长江三峡旅游接待人数稳步增长。2012 国庆黄金周长江三峡旅游景区接待游客人数创历年新高,八天假期共接待游客 22.45 万人,无论是单日接待游客量还是游客接待总数都创下同时期历史新高。长江三峡旅游业熬过低谷,正朝气蓬勃发展,在朝着生态旅游、资源共享和客源互送方向发展。然而要使长江三峡生态旅游可持续发展,还有一些问题需要解决,如重庆和湖北两地旅游市场环境 and 市场竞争问题,这也是历史遗留问题,需要进一步深入研究,探讨妥善解决的路径。

参考文献:

- [1] 陶表红. 生态旅游产业可持续发展研究——以江西为例[D].武汉:武汉理工大学,2011.
- [2] 李维余.四川森林生态旅游可持续发展战略研究[D].成都:西南交通大学,2007.
- [3] 闫士华,张星洲,郭晓颖,等.大汶河流域生态旅游 SWOT 分析[J].产业观察,2012,(8).
- [4] 李琰,秦婉君,任睿,等.谈生态旅游资源的开发及其保护[J].经济与法,2010,14(11).
- [5] 吴楚材,吴章文,郑群明,等.生态旅游概念的研究[J].旅游学刊,2007,22(1).
- [6] 张秀娟,范成功.兴凯湖生态旅游开发[J].黑龙江农业科学,2010,(9).
- [7] 胡学煜,金贵祥,刘娟.白河自然保护区生态旅游 SWOT 分析与发展对策[J].四川林业科技,2009,30(4).

[责任编辑:石芬芳]

SWOT Analysis of Developing Ecological Tourism in Three Gorges

ZHOU Xiao-mei

(Wuhan Polytechnic, Wuhan430074, China)

Abstract: The ecotourism is a very important type of the world tourism. However, as one of the top ten scenic spots in China, studies on the development of ecotourism in Three Gorges scenic area of Yangtze River are rare. In this research, the advantages and disadvantages of developing ecotourism in the Three Gorges scenic area, and the threats and opportunities faced currently are analyzed. The paper proposes that the local government and tourism practitioners in Three Gorges scenic area make full use of their own advantages and external opportunity, eliminate the threat, seize the opportunity of development, foster strengths and avoid weaknesses and build ecological tourism brands combining the natural landscape with distinctive culture and custom.

Key words: Three Gorges; eco-tourism; SWOT analysis