

我国杜鹃花旅游资源特点及开发初探

赖 启 航

(攀枝花学院,四川 攀枝花 617000)

摘 要:在分析杜鹃花旅游资源研究与开发现状的基础上,总结出杜鹃花旅游资源具有无与伦比的观赏特性、多种多样的使用价值、博大精深的文化内涵、花卉之王的花界地位、享誉世界的社会影响等特点,提出了资源保护、文化挖掘、品种创新、品牌打造、产业化发展、宣传促销等开发策略,打造国内外著名的杜鹃花旅游品牌,促进我国杜鹃花旅游的发展。

关键词:杜鹃花;旅游资源;特点;开发

中图分类号:S 685.21;F 592 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2011)18-0115-04

花卉是指所有具有观赏价值的草本植物和木本植物的总称。花卉具有形态之美、意境之美、精神之美和生态之美的审美特征与“色、香、姿、韵”4个方面的旅游审美意义,是最具吸引力的旅游景观之一^[1]。在历年春季热门旅游主题“上山踏青赏花卉”中,花卉旅游独占鳌头。据国内知名旅游网站同程网发布的2011年春季赏花游报告^[2],赏花旅游占33%,踏青旅游占27%,登山旅游占24%,其它占16%(图1)。在我国还形成了一些赏花游历史比较悠久的城市,如北京、昆明、洛阳、武汉等。其中,洛阳市已举办了23届“洛阳牡丹花会”,先后接待中外游客近5000万人次,各级经济活动成交额达300多亿元。著名的全国花卉大县鄱陵县,已连续举办了4届中原花木交易博览会暨鄱陵生态旅游节,参加贸易、游览的人数达200万人次,成交额近20亿元^[3]。表明花卉旅游资源开发前景极为广阔。

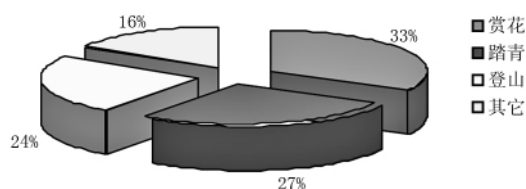


图1 2011年春季旅游主题结构分布

注:资源来源于 <http://www.17u.com>。

1 杜鹃花旅游资源研究与开发现状

杜鹃,又名杜鹃花、映山红、满山红、羊躑躅、惊羊红、山石榴、清明花、索玛花(彝语)、格桑花(藏语)、金达莱(朝鲜语)等,是杜鹃花科杜鹃花属植物的泛称。

作者简介:赖启航(1971-),男,四川邻水人,硕士,讲师,研究方向为旅游文化。E-mail:370129554@qq.com。

基金项目:攀枝花民俗文化及旅游产业发展研究所资助项目(201009)。

收稿日期:2011-05-27

我国是杜鹃花的故乡,栽培历史悠久、种类繁多、分布广泛。杜鹃花有“木本花卉之王”之称,是世界四大名花之一,名列我国十大传统名花之中,并居我国三大天然花卉之首。然而,与我国杜鹃花地位极不相称的是,杜鹃花旅游资源的研究与开发却非常滞后。目前国内研究最多的是杜鹃花的资源考察、形态学分类(包括新种与变种的发现)、生态与分布及植物化学、孢粉学等领域;有关保护、组织培养等方面研究较少,分子系统学研究尚属起步^[4]。

杜鹃花具有较高的观赏价值,在城市绿化、园林绿化中具有重要意义。李晓花^[5]、朱春艳^[6]、何卓彦^[7]、俞俊杰^[8]等对杜鹃花在城市绿化、园林绿化中的应用进行了研究。杜鹃花作为一种非常重要的观赏性景观资源,在旅游资源开发方面研究甚少。其中,黄红霞^[9]对贵州百里杜鹃国家森林公园杜鹃花属植物资源进行了调查,强调通过保护杜鹃种质资源、确保公园自然生态环境良性循环为前来实现游客的游憩体验;马长乐^[10]对滇东轿子山杜鹃花生态旅游景观资源的开发价值进行了分析,提出了当地保育和开发利用杜鹃花资源、发展生态旅游的建议;王海雁^[11]分析了昆明轿子山杜鹃植物资源生态旅游开发的重要性,提出了加强投资建设和科学研究、设计以杜鹃植物资源为主题的产品开发措施。

杜鹃花旅游资源不但研究滞后,而且在旅游开发中也处于落后地位。在我国,杜鹃观赏地除江西井冈山、云南金殿与黑龙潭、贵州毕节、湖南莽山、四川峨眉山等有一定影响外,其它地方影响不大。据调查^[12],在2011年春季花卉旅游热门花卉的排名中,杜鹃花名列第8位,远远落后于油菜花、樱花、梅花、桃花等(图2)。从图2可看出,要更好地促进杜鹃花旅游资源的开发,必须加大对杜鹃花旅游资源研究与开发力度。该文探讨杜鹃花旅游资源的特点及开发策略,以期引起学界关注。

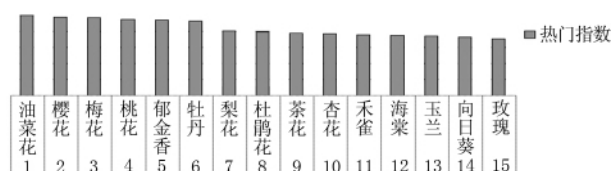


图2 2011年赏花主题游热门花卉排行榜

注: 资料来源于 <http://www.17u.com>。

2 杜鹃花旅游资源的特点

2.1 无与伦比的观赏特性

古往今来, 中国人对花的观赏总离不开“色、香、姿、韵”4个标准, 即色彩、香味、姿态、神韵^[13]。而杜鹃花在色、香、形、姿、韵等方面具有无与伦比的观赏特性。杜鹃花花色繁多, 色彩艳丽, 五彩缤纷; 现知野生杜鹃花中有40多种具有香气, 香气扑鼻、香飘数里; 花型比较大, 花冠非常洒脱; 叶片大小不一, 叶形多变, 叶姿与树姿富于变化, 多姿多彩; 花韵奇特动人, 花开时节, 万紫千红, 缤纷灿烂, 美不胜收, 故有“山林美容师”之称。被誉为“地球的彩带、世界的花园”的贵州百里杜鹃, 盛开季节, 漫山遍野, 色彩斑斓, 呈现出一幅“杜鹃花似海, 满山留异香”的动人神韵。

2.2 多种多样的使用价值

杜鹃花是著名的观赏花卉, 被广泛应用于地栽、盆栽、城市绿化、风景园林等处。而鲜为人知的是其食用价值与药用价值。事实上, 已知至少有16种杜鹃花在云南的白、彝、纳西以及汉等民族中作蔬菜食用。如大理白族自治州的大白花杜鹃是白族最受欢迎的食用花卉, 是待客、婚嫁娶丧筵席佳品, 民间有“春吃一餐大白花, 一年四季不吃药”之说。据《中药大辞典》等有关中医药文献记载: 杜鹃花味酸甘、性温, 具有活血调经的效能, 可治闭经、跌打损伤、风湿关节痛等; 具有清热解毒、止血的效能, 可治痈肿疔疮、外伤出血、荨麻疹等。现代药理研究证实, 杜鹃花叶还有明显的镇咳作用。此外, 杜鹃花还具有生态保护、科学研究等价值。

2.3 博大精深的文化内涵

品花、赏花、养花、护花一直是人们的嗜好^[14]。杜鹃花大而色艳, 深受人们喜爱。因传说的渲染、文人墨客的吟诵, 承载着博大精深的文化内涵。如有关杜鹃花的传说很多, 或显赫不凡、神奇动人, 或凄美哀怨、感人心弦。但最负盛名的是为众人所熟知“杜宇化鹃”、“杜鹃啼血”的故事。很多诗人将杜鹃花与杜鹃鸟联系在一起, 如有“杜鹃花落杜鹃啼”(唐·白居易)、“蜀国曾闻子规鸟, 宣城还见杜鹃花”(唐·李白)、“鲜红滴滴映霞明, 尽是冤禽血染成”(宋·杨巽斋)、“杜鹃枝上杜鹃啼”(宋元间词人陈允平)等诗句, 甚至将杜鹃人格化, 被誉为“花中十二师”。而有关题咏杜鹃花的诗词众多, 上自唐宋的白居易、杜牧、苏东坡、辛弃疾等, 下至明清的杨升庵、康熙帝等都有赞誉杜鹃花的佳作, 其中尤以唐宋题颂的为最多^[15]。根据北京大学中文系

《全唐诗》检索系统分析, 杜鹃意象在唐诗中一共出现了219次^[16]。另外, 在清代刘灏的《广群芳谱》中, 也收录了很多有关杜鹃的诗词。他们以杜鹃为载体, 籍以倾诉幽深哀怨的思念之苦、抒发忧国忧民之情, 但讴歌杜鹃花的热烈壮阔始终是审美的主流^[17]。可见, 杜鹃花已融入人们生活之中, 由自然之物转化成文化之物, 形成了极富中国文化特色的杜鹃花情结, 成为具有中国文化的感情符号与久唱不衰的精神寄托。

此外, 杜鹃花还具有多种象征意义。古人认为杜鹃花是“优昙宝树”, 虔诚地视为圣洁之花, 仙界之花。在民间, 杜鹃花象征“繁荣兴旺和爱情”, 寓意“吉祥如意”、“青春美貌”, 并形成了丰富的民俗文化。而近、现代志士仁人, 将杜鹃花不畏严寒霜雪, 不怕土地贫瘠看作是蓬勃顽强精神的代名词, 视其为中华民族不屈不挠的象征, 给人们留下既有江西帅开甲烈士“记取章江门外血, 他年化作杜鹃红”的革命英雄气概, 也有林伯渠“千山洒遍杜鹃血, 一缕难招帝子魂”矢志革命的胸怀。在革命影片中杜鹃花预示着“成功与希望”, 是“革命之花、英雄之花”, 如电影《闪闪的红星》用杜鹃花象征革命胜利。杜鹃花大色艳, 五彩夺目, 也是我国“锦绣河山、前程万里”的象征。由此可见, 杜鹃花载负着博大精深的文化底蕴。

2.4 花卉之王的花界地位

诗人白居易有“花中此物似西施, 芙蓉芍药皆嫫母”, 将杜鹃花称为“花中西施”, 并讴歌其“回看桃李都无色, 映得芙蓉不是花”, 认为它可与“唯有牡丹真国色”的牡丹媲美, 敢与“花中皇后”月季竞艳, 并力荐“封做百花王”。我国已有300多种杜鹃花被国外引种, 对世界园林产生了重大影响。英国植物学家威尔逊认为杜鹃花是“绿色世界里的皇族, 没有一种开花植物能与其媲美”^[18]。在欧美, 没有原产中国的杜鹃, 称不上是真正的植物园或杜鹃园。由此可见, 杜鹃花在百花中具有至高无上的花界地位。

2.5 享誉世界的社会影响

世界杜鹃花分布遍及亚洲、北美洲、欧洲和大洋洲。亚洲是杜鹃花的集中分布区, 种类超过900种, 占96.4%; 北美洲、欧洲、大洋洲分布的杜鹃花种数不足50种, 且多数从中国引种。仅非洲和南美洲至今尚未发现有杜鹃花的分布^[19]。我国是世界杜鹃花野生种质资源的发源地之一, 是杜鹃花种群量最大的国家, 也是杜鹃花生物多样性最富集的地方, 是世界公认的杜鹃花的故乡, 并在云南腾冲山区发现了世界上最大的杜鹃。全世界野生杜鹃花约1000种, 我国就有约570种, 其中特有种420种, 已被国外引种的就有300多种^[20]。从地理分布来看, 全国除新疆、宁夏外, 各地都有分布。西藏东南部、四川西南部、云南西北部交界的横断山区是最集中的原产地, 均分别占100种以上。我国还有17个城市把杜鹃作为市花, 而朝鲜、尼泊尔、比利时等把杜鹃定为国花, 由此可见杜鹃在世界范围内都具有广泛的影响。

3 杜鹃花旅游资源开发策略

3.1 资源保护是前提

杜鹃花旅游资源的开发,必须以保护为前提。要加大对杜鹃花旅游资源特别是野生杜鹃资源生态环境的保护,对较大的片区设立自然保护区;建立野生杜鹃引种基地或杜鹃花属植物为主的花卉专类园,使其成为观光旅游、科普教育、科学研究等重要场所。

3.2 文化挖掘是基础

文化是旅游的灵魂。必须从旅游角度出发,深入挖掘杜鹃花文化内涵,加强杜鹃花旅游审美特征、赏花趣味、传说、文学、绘画、书法、造园工艺等杜鹃花文化旅游开发理论研究,将杜鹃花文化贯穿在旅游六要素之中,使之系列化、系统化、人文化与艺术化,提升旅游竞争力。如在景区建设中应充分运用杜鹃花文化,将名人诗词与山石、水体、植物、园林小品建筑等结合,形成“情”、“景”、“意”、“趣”交融,极富诗情画意的赏花意境,让游人欣赏花景、了解花事、感受花趣、享受花韵,获得身心愉悦。

3.3 品种创新是动力

创新是旅游资源开发不竭的动力。要对杜鹃品种进行创新,利用我国丰富的杜鹃野生原种来进行杂交育种,进行花期调控,培育抗逆性强、色彩丰富、花香浓郁的优异品种,消除旅游淡季。如杭州植物园培育出了“雪中笑”、“赛玉玲”等抗性强、观赏性高的杜鹃新品种;云南昆明植物研究所培育出了“朝晖”、“红晕”、“金踯躅”和“紫艳”等杜鹃新品种,深受游客喜爱。

3.4 品牌打造是关键

品牌是旅游的核心竞争力。如河南洛阳牡丹、婺源油菜花、鼋头渚樱花等已成为著名的旅游品牌。打造杜鹃花旅游品牌,必须凭借我国杜鹃品种优、数量多、分布广等资源优势,以资源特色为基础,以客源市场为导向,以特色旅游为动力,以提升旅游服务质量为核心,以树立生态旅游品牌为目标,实施名牌战略,将资源优势转化为品牌优势,打造国际知名生态旅游品牌。如贵州省黔西、大方县的“百里杜鹃”,具有花区面积大、杜鹃花色艳丽、花色品种多、分布密集等特点。在旅游开发中,充分结合当地丰富生态旅游资源和悠久的夜郎历史文化,进行整合、抽象和艺术化处理,再通过广泛报道和宣传,使“百里杜鹃”成为名扬中外的杜鹃花旅游品牌。

3.5 产业化发展是重点

花卉及花卉文化产业是 21 世纪的朝阳产业、黄金产业,与旅游观光、休闲度假、节庆体验、教育等方面关系密切,产业间相互融合度强。必须以我国丰富独特的杜鹃花资源为载体,以杜鹃花文化为灵魂,以科技创新与研发为支撑,以杜鹃花文化消费市场为依托,以杜鹃花种植基地为点,以杜鹃主题景点或主题公园建设为线,以杜鹃花产品服务为面,走“资源+科研+市场+基地+服务”的产业化深度开发之路。

3.6 宣传促销是手段

宣传是促进旅游开发的催化剂和放大镜。必须加大宣传促销力度,创新营销方式,做到促销观念现代化、促销策略多元化、促销载体立体化、促销内容特色化、促销途径多样化。如四川攀枝花格萨拉生态旅游区有“世界上面积最大的杜鹃花海”,与万亩盘松、天坑地漏、高山草甸、彝族风情并称“五绝”。除每年举办“攀枝花格萨拉索玛花(杜鹃花)节”外,还借电视剧《远古的传说》在此拍摄之际建立太古影视城,并相继吸引《金沙》、《黄帝》等多部影视剧在此拍摄取景,借助影视营销增加了社会知名度和品牌价值,使格萨拉生态旅游区声名远播。

4 结论

随着生态旅游的发展,花卉旅游已成为当今生态旅游的热点。我国杜鹃花旅游资源丰富,文化内涵丰富,在国内外具有广泛而深远的影响,其旅游开发价值与潜力巨大。应充分发挥我国杜鹃花旅游资源的优势,把杜鹃花旅游资源的开发纳入我国旅游业特别是花卉旅游的发展规划中,通过采取强化保护意识,深入挖掘杜鹃花文化内涵,科学开发新品种,打造国内外著名的杜鹃花旅游品牌,选择合理的产业化开发模式,加大宣传促销力度等开发策略,才能促进我国杜鹃花旅游的发展。

参考文献

- [1] 周武忠. 中国花文化研究综述[J]. 中国园林, 2008(6): 79-83.
- [2] 2011 年春季赏花旅游分析报告[EB/OL]. http://www.17u.net/news/newsinfo_294927.html. 2011-03-30.
- [3] 王伟红. 河南省花卉旅游资源优势及开发策略分析[J]. 安徽农业科学, 2008(32): 14223-14225.
- [4] 吴福建. 杜鹃花研究进展[J]. 东北农业大学学报, 2008(1): 139-144.
- [5] 李晓花. 庐山植物园杜鹃花植物资源及其在城市绿化中的应用前景[J]. 江西林业科技, 2006(4): 49-51.
- [6] 朱春艳. 杜鹃花的文化意蕴及其在园林绿化中的应用[J]. 中国农学通报, 2007(9): 376-380.
- [7] 何卓彦. 杜鹃花属植物在广州园林绿地中的应用[J]. 广东园林, 2009(1): 64-68.
- [8] 俞俊杰. 杜鹃花根菌的功能及其在园林中的应用前景[J]. 园林绿化, 2010(2): 43-44.
- [9] 黄红霞. 百里杜鹃国家森林公园杜鹃花属植物资源调查与旅游应用研究[D]. 北京: 北京林业大学, 2006.
- [10] 马长乐. 滇东轿子山自然保护区杜鹃花资源开发探讨[J]. 安徽农业科学, 2009(27): 13058-13059.
- [11] 王海雁. 轿子山自然保护区杜鹃属植物资源的生态旅游开发[J]. 林业调查规划, 2009(2): 139-142.
- [12] 周武忠. 论花卉的旅游审美意义[J]. 东南大学学报, 2002(5): 57-63.
- [13] 何丽芳. 浅谈花卉文化旅游审美[J]. 湖南林业, 2003(9): 13.
- [14] 杨先芬. 花卉文化与园林观赏[M]. 北京: 中国农业出版社, 2005.
- [15] 王功绢. 论唐诗中杜鹃意象及其情感蕴涵[J]. 湖北师范学院学报, 2009(4): 28-32.
- [16] 冯国樞. 中国杜鹃花[M]. 北京: 科学出版社, 1988.
- [17] 张永辉, 姜卫兵, 翁忙玲. 杜鹃花的文化意蕴及其在园林绿化中的应用[J]. 中国农学通报, 2007, 23(9): 376-381.
- [18] 朱春艳. 杜鹃花资源及其园林应用研究[D]. 杭州: 浙江大学, 2008.
- [19] 孔海燕. 中国花杜鹃花分会成立 20 周年推动杜鹃花应用摸清杜鹃种质资源[J]. 中国花卉园艺, 2006(11): 28.

生态文明城市建设中 湿地生态工程构建模式研究

陈传胜, 尹育知, 吴 琼

(中南林业科技大学 林学院, 环境科学与工程研究所, 湖南 长沙 410004)

摘 要:湿地生态工程是生态文明城市建设不可缺少的内容之一,对推进我国生态文明城市建设和发展具有重要的现实意义。以长株潭“两型”社会建设的样板区长沙市为例,对湿地生态工程在生态文明城市建设中面临的主要问题进行分析基础上,提出了湿地生态工程的基本思路、原则,并构建了湿地生态工程基本模式,旨在为我国生态文明城市建设规划的编制提供科学依据和决策参考。

关键词:湿地生态工程;两型社会;生态文明;模式

中图分类号:X 5 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2011)18-0118-04

森林、湿地、海洋为全球三大生态系统,湿地生态系统是介于陆地生态系统和水生生态系统之间的过渡生态系统,补称为“地球之肾”,在调节地球生物圈中大气成分平衡、促进淡水良性循环、涵养水源、调节气候和洪水径流、蓄洪防旱、促淤造陆、降解污染物、净化水质、保护生物多样性、控制土壤侵蚀、补充地下含水层和为人类提供生产、生活资源等方面具有十分重要的作用^[1-3]。健康的湿地生态系统,是国家生态安全体系的重要组成部分和经济社会可持续发展的重要基础。开展保护和利用湿地的生态工程,对于维护生态平衡,改善生态环境,实现人与自然和谐,促进经济社会可持

续发展具有十分重要的意义,是生态文明建设的重要内容。城市生态建设是整个生态文明的重要组成部分。党的十七大提出了“生态文明”的概念,表明国家意识上升到生态建设阶段,这里面就包括城市生态建设。城市生态建设,不只是自然生态,更是集自然、社会、经济多个层面于一体的体系或系统,根本目标是建设生态城市。现以长株潭“两型”社会建设的样板区长沙市为例,通过探讨创建生态文明示范城市中的湿地生态工程建设面临的问题,提出解决的基本思路、原则和对策等,试图为我国生态文明城市建设规划的编制提供科学依据和决策参考,从而推进我国生态文明城市建设的健康发展。

第一作者简介:陈传胜(1971-),男,博士,副教授,硕士生导师,研究方向为水土保持生态工程。E-mail:ccs197@yahoo.com.cn。
基金项目:中南林业科技大学青年基金重点资助项目(101-0596);中南林业科技大学引进人才基金资助项目(104-0088);湖南省重点学科环境科学建设基金资助项目(2006180);湖南省教育厅科研资助项目(10C1340)。
收稿日期:2011-06-08

1 生态文明和生态文明城市的内涵

生态文明是人类在改造客观世界的同时,又主动保护客观世界,通过自觉遵循生态规律来优化人与自然的关 系,实现人与自然相和谐、经济社会发展与生态环境保护相协调所取得的物质与精神成果的总和^[4]。生态文明既是一个与物质文明、精神文明和政治文明

Discussion on the Characteristics and Tourism Development of Rhododendron Tourism Resources

LAI Qi-hang

(Panzhihua University, Panzhihua, Sichuan 617000)

Abstract: On the basis of summarize research and development current situation of tourism resources of rhododendron, the characteristic of unparalleled ornamental characteristics, use value, profound culture connotation, the position of flowers king, world-renowned social impact etc of rhododendron tourism resource were analyzed. Proposed the development strategies of resource protection, cultural excavation, variety innovation, brand building, industrial development etc. Create a well-known tourism brand of azaleas, to promote development of azaleas tourism in China.

Key words: rhododendron; tourism resources; characteristics; development