

四川泸沽湖旅游开发分析及思考

王向东, 孟悦

(西昌学院 食品科学系, 四川 西昌 615013)

【摘要】拥有迷人自然景观和独特民风民俗的省级风景名胜区泸沽湖,其旅游市场极具潜力,上升空间很大。但四川泸沽湖自开发以来,这个品牌迟迟未形成,游客情感认同度不高。本文从四川泸沽湖旅游地发展现状入手,分析其旅游业的优势及问题所在,提出了对泸沽湖旅游业发展的思考。

【关键词】泸沽湖;旅游;摩梭文化

【中图分类号】F592.771 【文献标识码】B 【文章编号】1673-1883(2005)03-0064-03

省级风景名胜区泸沽湖,座落于四川省凉山州盐源县与云南省丽江地区宁蒗县的群山环抱之中,海拔2688米,全湖面积50平方公里,其中四川占有2/3的面积,云南占有1/3的面积,全湖共有七座岛屿,泸沽湖平均水深47米,最深处达97米,水的能见度为11米。被当地人誉为母湖的她是高原难得一见的大湖泊,宛如一颗洁白无暇的巨大珍珠与蓝天白云映衬着。她那如诗如画的旖旎风光,基督教中的“诺亚方舟”喇嘛教的朝钟暮鼓,是那样的惹人瞩目。而亘古独存的母系氏族遗风民俗,无形中给泸沽湖增添了一层神秘的面纱。在泸沽湖畔居住着一群特殊的人群——摩梭人,他们是以母亲血缘关系为纽带而组成的母系大家庭,实行的是一种奇特浪漫的婚姻方式——走婚,所谓走婚,是指男不娶、女不嫁,每到深夜男方到自己的女阿注家过夜,天一亮男方又回到自己的家,其所生子女皆属女方,他们的这种婚姻是通过走来实现的,所以叫“走婚”。泸沽湖四周生活着的这5万余摩梭人,家庭关系完全以女性为主,财产按母系来继承,具有浓郁的崇母观念。

泸沽湖被四川与云南的分界线无形中分为四川泸沽湖和云南泸沽湖。同样的资源,经不同开发商的筹划设计,形成了两种不同风格的旅游产品。云南泸沽湖繁华喧嚣,商业气息重,这与摩梭人纯真、古朴的民风不相符合。而四川泸沽湖,其整个旅游地都保持着摩梭人的本色,原汁原味。这是四川泸沽湖的一大优势所在。

一、泸沽湖现有开发中存在的问题

(一)泸沽湖的可进入性较差

一提起泸沽湖,游人的第一反映是路况较差。通向泸沽湖的公路只有两条,一条是从攀枝花到泸沽湖,这条公路经过十几年的建设,路面拓宽了、平整了,但这条路路程太长,弯道太多太急,山体比较大,要走上一整天的时间才能到达;另一条是从西昌到泸沽湖,这条路距离短,但道路的建设不好,路面状况差,颠簸不已。遇上下雨天,还有塌方的危险。

(二)泸沽湖旅游产品的质量较差

游客到泸沽湖后不能体验到亲切优质的服务,并且餐饮、住宿、购物、游乐等条件都很差,服务设施不够健全,游人吃不饱、吃不好、睡不香。该地的管理者和服务人员,他们大多半路出家,缺乏专业训练,素质较低。这与该地旅游业发展的要求不相吻合。旅游商品是一个旅游地自然资源和人文资源的结晶,它既可以体现旅游地的资源特色和精髓,又可以作为“形象大使”为该地做无声的宣传。泸沽湖开发商开发出了一系列的旅游纪念品如:摩梭人的头饰、挂饰、生活用具、土特产等,但这些旅游商品并未冠以泸沽湖的名称,从而扼杀了旅游商品的“形象大使”职能。

(三)泸沽湖旅游产品的文化品味不高

泸沽湖的摩梭文化是泸沽湖的一张王牌,符合游人追新猎奇的心理,但这张牌没打好。虽然在泸沽

收稿日期 2005-04-30

作者简介:王向东(1966—),女,副教授。从事植物保护教学与研究,同时从事旅游专业的教学工作。

湖的开发中:房屋外型和内部装潢是摩梭人的本色建筑,从业人员都穿着本族服装。这些都体现出了乡土味,但泸沽湖摩梭文化的内涵没有充分挖掘出来,没能展现出摩梭文化的魅力。旅游者到此一游后,不能真正体验摩梭风情和摩梭文化,游人最多只是和摩梭男子、摩梭少女一起唱唱歌、跳跳舞、划划船。对摩梭文化的内涵认识不够深刻,情感认同程度不高。

(四)泸沽湖的旅游资源已遭受了一定程度的破坏

湖的岸边,湖面的岛屿上和泸沽湖旅游专用公路两旁随处可见白色垃圾。湖水的水质也一天天的受到污染。湖岸的山林中大片大片的植被遭到砍伐,光秃秃的一片。湖畔的摩梭人家为了追求利益,大量地砍伐山上的树木,用于修建摩梭饭店和旅游商店,大量的生活污水和生活垃圾被排放出来,这严重地破坏了旅游的生态环境。由于泸沽湖地跨四川和云南两省,在开发中两地画地为牢、各自为战、单打独斗,地方保护主义严重。这将极大地削弱了泸沽湖旅游资源的整体效益。在规划和开发上各不相同,特别是对人文资源的开发上,有许多地方不统一,使得游客对摩梭文化产生了严重的质疑,从而大大削弱了摩梭文化的整体魅力。

二、泸沽湖旅游业的前景展望

(一)改善交通,提高泸沽湖的可进入性

解决交通问题是解决泸沽湖旅游业发展的瓶颈问题。滞后的交通造成了许多外来游客敢想而不敢来的尴尬局面。泸沽湖山高路远,对交通建设的投入相当巨大,在建设时,可以借鉴云南发展旅游交通的作法,多方融资,对外招商引资,共同开发建设以改变泸沽湖路况。在沿途公路两旁大量植树种草,增加地表植被覆盖率,涵养水分,形成绿色走廊。这样既可以防止塌方,又能美化环境,避免给游客带来单调的感觉。从盐源县到泸沽湖,沿途有很长一段是河道,河水清澈透亮,两岸景色宜人,是否能在河的下游筑一道坝增设乘舟漂流的旅游项目,即可以增添游客旅游路途的乐趣,同时又可以提高泸沽湖的可进入性,这不失为解决泸沽湖交通问题的又一新思路。

(二)深入调查,统筹规划

凉山州应将国民经济发展要求和凉山旅游业的发展相结合,合理安排和布置旅游消费中的吃、住、行、游、购、娱等六要素。除了对泸沽湖的湖光山色、

植物动物、白天夜晚、春夏秋冬、摩梭风情、民族文化等进行整体地系统地规划外,还应深入分析泸沽湖作为旅游资源的构成和特色。通过社会调查研究旅游者的心理特征、价值取向、消费水平及他们对泸沽湖周边旅游环境的理想程度,以此来构建旅游服务设施,布局泸沽湖景观。多听听游客的看法和意见,通过社会调查根据旅游市场的供需情况,制定出一套适合泸沽湖及周边旅游环境发展的方案。

(三)融汇特色文化,缔造旅游精品

随着人们审美意识和文化修养的不断提高以及旅游业自身的发展,人们的需求观念也不断更新,内容和服务功能单一的旅游活动项目,已逐渐难以满足游客的需要,推精品、出名牌是今后旅游业建设的重点,因此,民族地区就应注意突出本民族、本地区与众不同的特色。以深蕴的民俗文化内涵、独特的民俗风情、活泼直接的参与形式来吸引游客。与此同时,亦要注意在同一民俗风情旅游精品中将民俗艺术、民俗风情、民族风味品尝等有机地结合。使其相互促进,相得益彰。如广西壮族自治区博物馆经常举办的“民族文化一日学活动”,可令游人参观广西民族民俗展览,参加广西民族风情表演中的壮族板鞋舞、侗族“多耶”等,最后品尝广西少数民族风味小吃。其中穿插进行广西民族知识有奖竞猜活动。这样就让游客在领略和参与民俗旅游的过程中了解、感受广西壮族的歌墟文化、铜鼓文化等,获得一种高质量的身心愉悦。

(四)多方培养旅游人才,全面提高从业人员素质

旅游业的经济效益、竞争力和声誉实质上都来自训练有素的管理者和服务人员。根据泸沽湖旅游人才的现状,我们认为泸沽湖应该建立一个培养旅游人才的源地,要以自己的旅游人才养活本地旅游业,把纯情的摩梭姑娘、率直的摩梭小伙与高校毕业的专业人才有机融合,发挥出“本土化+专业化”的优势。要逐步建立和完善终身进修制度,每年对相关从业人员进行定期或不定期的岗前培训或集中轮训。

(五)加大两地联系,促进双方协调,共图发展

泸沽湖只是一个湖,一个不大的湖;云南泸沽湖“和”四川泸沽湖“和”的观念应该彻底清除。在开发中双方如果不加强协调,只以地方利益为最终目的,受到损伤的将会是泸沽湖,将会是泸沽湖沿岸的各民族和各民族的文化。所以两地应尽快抛弃地方保护主义,牢固树立泸沽湖一盘棋的观念,加大两地联

系,最大限度地塑造和推动泸沽湖旅游资源的整体效益。

(六)保护生态,走可持续发展道路

旅游资源是生态资本。经过人们潜心保护的沙漠、森林、草原、湖泊等原始地貌给人们带来了让人倾慕的经济回报。生态环境不仅是人们生存的依靠,而且还被新的产业利用,建立新的经济增长点,但是那种竭泽而渔,靠毁坏生态环境而谋求发展的方式将会使发展的势头明显减弱。生态环境较脆弱,自然恢复能力差,一旦破坏就难以恢复。泸沽湖因其风景秀丽为周边城镇的经济发展提供了优越的条件,促进了凉山经济的发展。所以对生态环境正确的认识

和保护性开发是使之成为经济增长点的重要前提。否则将会改变泸沽湖原有的研究和观赏价值,甚至会使周边环境发生变化。因此发展旅游,保护生态,走可持续发展道路是必须的。

曾在泸沽湖岛上居住过的美国学者洛克在他的《中国西南古纳西王国》一书中这样描写泸沽湖:“……无一例外最漂亮的一片水,……湖水清得像水晶一样,湖的周围是有森林的山,小岛像船一样浮在水面上。一切都是寂静的,真是一个适合仙人居住的地方。”如何将这样的资源优势转化为市场优势和经济优势,让这颗明珠更加璀璨夺目,需要人们不断探索不断创新。

参考文献:

- [1]杨桂华. 旅游资源学. 云南大学出版社, 1999
- [2]杨载田. 中国旅游地理. 科学出版社, 2000
- [3]阿卓哈布,王万金. 凉山风景独好. 四川人民出版社, 1997

Thinking of Toursim Development of Lugu Lake in Sichuan

Wang Xiang-dong, MENG Yue

(Department of Food Science, Xichang College, Xichang, Sichuan 615013)

Abstract: Lugu Lake, scenic area of the provincial grade, with charming natural landscape and distinctive national custom has great potential for tourism marketing. After its initial development, Lugu Lake in Sichuan doesn't achieve complete success. The article analyses its superiority and deficiency, then puts forward some rational proposals to the resort.

Key words: Lugu Lake; Question; Prospect