

江西湖泊旅游产品的培育与创新研究

熊文平¹

(南昌师范学院, 江西 南昌 330029)

【摘要】: 江西湖泊资源丰富, 将江西湖泊资源优势转化为旅游资源优势, 是江西面临的紧迫问题。当前江西湖泊旅游产品开发存在文化资源挖掘不深、地域特色和湖泊特色还不够明显等问题。应按照国际化、精品化、生态化、人文化、品牌化等发展江西湖泊旅游的思路, 遵循多样化发展战略、陆湖联动发展战略、文旅融合发展战略、数字化发展战略, 培育与创新江西湖泊旅游产品。

【关键词】: 江西 湖泊旅游产品 培育与创新

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

从供给者角度看, 湖泊旅游是利用湖泊水文形态、自然景观、生态环境、人文积淀和游乐设施, 向旅游者提供全方位的服务产品; 从旅游者角度看, 湖泊旅游是体验湖泊的特殊景观环境, 进行以湖泊为依托的各种活动为目的的旅游经历^[1]。

湖泊是人类聚居之地, 人类利用湖泊资源历史悠久, 湖泊旅游已成为人类利用湖泊资源的重要方式, 发展湖泊旅游对维护湖泊生态系统安全、湖泊资源可持续利用乃至湖区发展意义重大^[2]。湖泊旅游业作为湖泊产业的重要分支, 越来越受到中国各地的重视。我国浙江千岛湖、江苏天目湖、新疆天山天池、云南泸沽湖等湖泊旅游区, 具有湖泊旅游成功开发的经验^[2]。江西是湖泊大省, 湖泊资源丰富, 具有较优越的湖泊旅游条件。江西是全国生态文明先行示范区(第一批)四个省份之一。江西被国家批准为鄱阳湖生态经济区。江西湖泊旅游业遇到前所未有的发展机遇。江西湖泊旅游业也担负着重大的历史使命。发展湖泊旅游业是湖泊强省的重要环节, 意义重大。如何将江西湖泊资源优势转化为旅游资源优势, 进而将旅游资源优势转化为旅游经济效益, 是一个现实而紧迫的课题。当前江西面临的重大问题就是如何培育与创新江西湖泊旅游产品, 加快江西湖泊旅游发展, 提高江西湖泊旅游的市场竞争力与吸引力, 提升江西湖泊旅游产业综合竞争力。本文从江西湖泊旅游产品培育的视角探讨江西湖泊旅游的发展。

1 江西湖泊旅游产品开发存在的问题

近年来江西湖泊旅游逐渐受到重视, 湖泊旅游产品的开发力度逐渐加大。但是在对江西湖泊旅游产品开发的过程中也存在着如下问题。

1.1 江西湖泊旅游产品对文化资源的挖掘不深

江西湖泊旅游产品开发, 还停留在初级产品开发阶段, 还没有深度地挖掘江西文化内涵。江西文化种类多样, 文化旅游资源

¹作者简介: 熊文平(1980—), 男, 江西抚州人, 硕士, 副教授, 研究方向: 区域与旅游规划。

基金项目: 江西省高校人文社会科学研究项目(编号: GL21137); 江西文化艺术规划科学规划项目(编号: YG2020150); 江西教育厅科技项目(编号: 181087)

较为丰富，但如何将丰富的江西文化旅游资源转化为江西湖泊文化旅游产品还有一段较长的路要走。

1.2 江西湖泊旅游产品的地域性和湖泊特色还不够明显

江西湖泊文化旅游资源丰富，但由于当前一些滨湖旅游区文化特色还不够鲜明，无论一些旅游基础设施及配套设施还是软件服务，没能较好地与湖泊文化相结合，做到游湖览湖、说湖讲湖、吃湖玩湖、湖字当头。在对湖泊文化外化的过程中，常常特意通过复古、堆砌等方式去大投入进行像主题公园式的开发，欠缺时效性、综合协调性等要求，没有很好地与地域文化环境结合，使外地游客不能很好地感受到当地特有的地域文化和湖泊特色。

1.3 江西湖泊旅游产品湖陆互动局面还欠缺

江西湖泊旅游产品开发没有很好地与滨湖陆地相结合，没有很好地形成湖陆互动，相互促进的局面。江西的鄱阳湖、仙女湖都是江西开发比较早、较为成熟的湖泊旅游产品，但是没有形成与区域内外湖泊依托陆域城镇和相关产品有效组合的局面。

1.4 江西湖泊旅游产品开发缺乏科学规划，产品开发出现同质化现象。

由于江西省到现在还没有具有权威性的湖泊旅游业发展规划，缺乏科学系统的规划设计，这样导致江西湖泊旅游资源开发的宏观规划和协调力度还不够。由于目前湖泊旅游存在着盲目借鉴和模仿别的地方，使得旅游产品同质化现象存在。

2 江西湖泊特色旅游产品链构建的主要内容

江西湖泊旅游产业需要不断发展，产业形态需要不断提升，其中重要的因素就是构建江西湖泊旅游特色产品链。江西凭借其资源特色、区位条件和旅游市场需求，当前已具备开发条件的江西湖泊特色旅游产品主要表现在八大方面。这几大旅游产品构成江西湖泊旅游特色产品链，它不仅可以满足不断发展的旅游个性化消费需求，又产生了许多新的旅游业态，从而促进江西旅游业的转型与发展升级。

2.1 江西湖泊休闲度假产品

湖泊度假是世界旅游的传统项目，它是以前康养或休闲度假为旅游目的。水上交通工具，把湖泊与大陆连成一体，拓宽了游客的活动空间和休闲方式，将湖泊旅游休闲活动从滨湖拓展到湖面上的岛屿以及湖上，充分显现出亲水性的特点，符合游客追求精神愉悦与放松的旅游需求，是非常有潜力的旅游产品。

江西滨湖城市秀美风光，综合阳光、湖面、沙滩三大湖泊旅游要素，是优越的湖泊生态旅游目的地。滨湖观光、湖泊竞技、湖面运动、以湖泊湖岛风光为依托的休闲文化旅游、结合湖岛渔村风情和渔家乐等，都是新时期的旅游休闲方式。通过开发特色化的旅游产品来增强湖泊区域的旅游吸引力，江西一些城镇和渔村成为短途休闲市场的新时尚。例如当一天江西渔民、体验江西渔家风情等湖泊旅游项目，是体验新生活方式的一种，将旅游与其他产业融合，形成体验休闲湖泊旅游产品。例如：在湖上钓鱼、在湖泊码头吹着湖面上的风、在湖泊沙滩晒太阳等，旅游不仅是观赏湖泊风景，还是一种远离喧嚣的城市悠然自得的休闲生活。

2.2 江西湖泊科普旅游产品

江西湖泊科普旅游产品是将湖泊旅游与湖泊科技有机结合的一种产品，主要是通过湖泊旅游资源中的科技成分，利用各种湖泊自然与人文风光，通过科学合理地规划和设计，开发出集湖泊观光、科普教育、参与体验、娱乐休闲等于一体的旅游产品。

就江西滨湖地区而言，独特的滨湖区位和悠久的人类文明，赋予江西湖泊旅游资源浓郁的文化气息；江西历史悠久，形成了特色明显、内涵丰富的湖泊文化体系，可联合开发具有丰富知识、浓厚的趣味性和娱乐性的特色旅游产品。江西湖泊科普旅游产品展现了知识时代的特征，展现了人与自然和谐相处的氛围，旅游者从中感受到江西湖泊历史文明的脉络和辉煌，在旅游休闲中增长旅游知识，在参与体验中领悟到科技的无限魅力，使游客在游览中体验到湖泊的神奇，获得湖泊美的享受的同时，也享受到湖泊休闲娱乐的乐趣。

2.3 江西湖泊会展节庆旅游产品

无论是会展或者是节庆活动，都能够在一定程度上、一定时期内促进当地乃至周边地区旅游业的发展^[3]。会展或是节庆活动，通过举办各类会议、展览、文体活动，在取得直接经济效益的同时，带动一个地区或一个城市相关产业的发展，从而促进经济和社会全面发展的经济现象和经济行为^[4]。以发展经济和传播文化为主题的各种国际会展节庆活动，现已成为江西旅游业的一大新兴项目。充分利用江西丰富的湖泊旅游和湖泊度假设施，以南昌为中心，主动承接国内外各种会展业务，是江西会展旅游业的优势。江西各城市优势互补、资源共享，开发独具特色的湖泊节庆旅游产品是江西旅游发展的策略。

2.4 江西湖泊专项旅游产品

湖泊专项旅游是为了适应旅游市场需求，满足游客特殊喜好而逐渐形成的湖泊旅游产品。湖泊专项旅游是一种专项旅游或特种旅游，可以开展湖泊探险、湖上体育运动、湖上拓展活动等活动都是近些年新兴的湖泊专项旅游活动，受到旅游市场的青睐。江西湖泊专项旅游产品开发要注意与休闲观光产品等旅游产品的差异性，它是结合游客的特殊喜好与需求而开展的旅游活动，在消费市场上更偏向于游客的个性化、目的性等需求，更突出游客的参与体验与精神的追求。在江西，湖泊专项旅游产品也慢慢成为一些旅游企业重点经营的旅游产品，湖泊体育运动和拓展活动、湖泊荒岛生存受到一些管理人员的喜欢，成为锻炼身体、磨炼意志、增强团队协作精神等的一种旅游方式。

2.5 江西湖泊游艇旅游产品

湖泊游艇旅游是旅游业中增长较快的产品，也能带来可观的经济价值。开发湖泊游艇旅游是滨湖地区实现湖泊经济可持续发展的较好的旅游项目。湖泊游艇旅游可以开展湖泊观光、湖泊垂钓、休闲度假、美食娱乐等活动，功能丰富，对游客有较大的吸引力，深受广大游客的青睐。现在很多在陆地上开展的休闲项目可以搬到湖上，使游客有较强的参与体验性。江西湖泊资源丰富，湖泊面积大，近些年经济发展较快，靠近广东、福建、浙江等发达的省份，该省以及邻近省份都具有较好的消费能力，发展湖泊游艇旅游条件比较优越。

2.6 江西湖泊体育旅游产品

参与体验式的湖泊休闲体育活动也是当前打造的湖泊旅游新产品。湖泊体育旅游是以湖泊体育资源为基础，吸引游客参与体验体育活动和享受大自然带来的情趣的一种新型旅游方式，主要有湖泊参与体验型旅游产品和湖泊健身休闲型旅游产品。例如：打沙滩排球、踢沙滩足球、放沙滩风筝、骑卡丁车、骑摩托车等活动，在湖面进行冲浪、游艇、摩托艇、帆船帆板、水上飞机等活动，在湖面上进行湖泊垂钓等活动，在沿湖的绿道上开展跑步和徒步等活动。这些活动可让游客从中享受到体育休闲带来的快感和冒险刺激，也使其在优美的湖泊背景下展现自己迷人的风采。随着高科技的不断发展，新型体育器材的出现，使得湖泊体育休闲旅游活动形式不断多样化、游客不断增多。

2.7 江西湖泊旅游景观房产

依托江西丰富的湖泊旅游资源，为实现度假休闲而兴建的集休闲、娱乐、购物、旅游、居住于一体的房地产项目，包括兴建

度假村、会议中心、休闲别墅、酒店、公寓等。近些年，由于许多省内外民营资本的进入，加上江西丰富的湖泊旅游资源和较好的区位条件，江西旅游房地产不断发展，已发展为一种新型的旅游产品项目。以湖泊景观为依托，展现湖泊文化风采，具有丰富的内涵且具有较强的吸引力和竞争优势的湖景房地产正在蓬勃发展，未来的国际性的湖泊休闲度假基地、花园湖岛等将在江西省形成，满足游客休闲度假的需求。

2.8 江西湖泊渔业旅游产品

湖泊渔业旅游是江西湖泊开发比较好并能较好地实现的旅游产品。通过湖泊渔家乐精品建设，进一步提升渔村渔家游。挖掘江西湖泊资源优势，将其打造成为集渔村观光休闲、参与体验捕捞、品尝美食、享受文化于一体的江西湖泊综合性休闲旅游产品。可开展湖泊旅游观光、湖泊垂钓为主的体育休闲活动，例如：参观湖泊养殖基地、湖泊捕鱼活动观赏、编织捕鱼网具、滑艇、收集贝壳、参与体验捕鱼、品尝各类鱼、烧烤鱼等休闲项目，设计观赏美丽湖景、参与体验捕捞鱼、品尝美味鱼鲜、购买新鲜鱼等为特色的旅游精品线路。另外，还可以开展江西渔业商品博览会等项目。

3 创新发展思路，实现江西湖泊旅游“五化”提升的思路

3.1 湖泊旅游发展的国际化

加强国际国内交流与合作，积极学习世界先进的湖泊旅游开发的经验，借鉴和引进世界好的理念、先进的技术，促进江西湖泊旅游产业、人员以及相关旅游企业的整体国际化发展。充分发挥江西丰富的湖泊旅游资源优势，充分吸引世界上先进的旅游开发公司以及旅行社、娱乐企业来江西投资湖泊旅游产业，建设国际一流的湖泊旅游基地。

3.2 湖泊旅游发展的精品化

在旅游产品项目的开发与设计中，深挖江西地域文化的内涵，设计湖泊旅游精品项目，彰显江西本土特色，使江西湖泊旅游产品追求具有赣鄱文化风味和艺术情怀。积极引导江西湖泊各景区建立具有特色鲜明、互不雷同的湖泊旅游项目，进一步拓宽江西湖泊旅游的内涵，如开展康养湖泊旅游，进行食疗与药疗，开发各种具有养生保健的农家风味的菜系。在深入调查、评估江西湖泊旅游资源潜在价值的基础上，优先挑选资源品质好、特色鲜明、交通通畅的地区作为江西湖泊旅游的基地，树立可持续发展的理念，打造与培育一批江西湖泊旅游精品项目，加大对江西湖泊旅游科技的投入，进一步提升江西湖泊旅游的观赏性与参与体验性，使游客在充分获取旅游带来的快乐的同时，学习到较多的知识。

3.3 湖泊旅游发展的生态化和人文化

生态环境是湖泊旅游的立足之本。文化是湖泊旅游的灵魂。生态因素、文化因素是湖泊旅游得以发展的重要因素。国外发展湖泊旅游，不仅仅是依靠渔业风光来吸引广大的游客，而是要依靠优美的生态环境与当地文化相结合。

江西各地具有特色各异的文化，应将这些文化特色与湖泊旅游相融合，更多地向旅游者展现所在地方的历史、文学、婚俗、音乐、传说、故事、趣闻等。不仅如此，还要充分利用本地区特有的生态资源，充分借鉴国外渔业和生活开发方式。湖泊旅游不能只是限制在观赏方面，还需要走湖泊旅游与文化、生态相结合的发展道路，深挖滨湖地区的文化内涵，维护和打造优美的生态环境，才能很好地使江西湖泊旅游可持续发展。

3.4 湖泊旅游发展的品牌化

围绕江西湖泊旅游资源中特殊的湖泊地域环境，将具有江西区域文化特色的鄱阳湖候鸟旅游品牌、仙女湖爱情旅游品牌、军

山湖美食旅游品牌、艾溪湖城市旅游品牌培育成国内外著名品牌，并通过品牌延伸，形成江西湖泊系列旅游产品，从而全面带动江西湖泊旅游市场的蓬勃发展。

4 江西湖泊旅游产品培育与创新发展的战略

4.1 江西湖泊旅游产品的多样化发展战略

湖泊旅游产品的多样化发展体现在湖泊旅游功能方面的多样化和旅游产品类型的多样化上。湖泊旅游功能的多样化需要发挥湖泊旅游关联度高的特点，把湖泊旅游与美食、体育、交通文化、农业、渔业等方面相结合，打造出湖泊美食旅游、湖泊体育旅游、湖泊交通旅游、湖泊文化旅游、湖泊农业旅游、湖泊渔业旅游等湖泊旅游产品。湖泊旅游产品类型要全方位发展，形成湖边、湖面、湖底、空中全方位立体的江西湖泊旅游产品系列。

4.2 江西湖泊旅游产品的陆湖联动发展战略

江西湖泊旅游产品开发和推广需要邻近湖泊的陆地上相关部门的经济与技术的全力配合，如湖泊岛的开发与建设，在建筑、水电、规划设计等方面需要陆地上的全力配合。

4.3 江西湖泊旅游产品的文旅融合发展战略

文化是旅游的灵魂。文旅融合发展是当今发展的趋势。江西文化种类繁多、内涵丰富、特色鲜明，包括红色文化、宗教文化、陶瓷文化、戏曲文化、书院文化等方面。江西湖泊旅游产品发展需要与江西文化相融合，打造出具有地域特色文化的湖泊旅游产品和湖泊旅游精品旅游线路。

4.4 江西湖泊旅游产品的数字化发展战略

充分利用现代信息技术建立湖泊旅游公共服务体系，加快江西湖泊旅游数字化景区的打造，可以很好地提高江西湖泊旅游产品的市场竞争力和提升江西湖泊旅游产业综合竞争力。

参考文献:

[1]周玲强,林巧.湖泊旅游开发模式与21世纪发展趋势研究[J].经济地理,2003(1):139-143.

[2]陆林,虞虎.湖泊旅游研究进展及启示[J].自然资源学报,2014(1):177-188.

[3]杨建.会展节庆促进旅游业发展的影响[J].社会科学家,2013(3):84-87.

[4]王颖.武汉会展经济发展研究[D].武汉:武汉大学,2011.