

# 地质公园可持续发展的核心竞争力研究

石晨霞<sup>1</sup>, 张忠慧<sup>1,2\*</sup>

(1. 河南省地质调查院, 河南郑州 450001; 2. 河南省山水地质旅游资源开发有限公司, 河南郑州 450001)

**摘要** 分析了地质公园在经过十几年的蓬勃发展之后涌现出的一系列问题, 认为最重要的问题就是地质旅游不繁荣。指出促进地质旅游的繁荣, 实现地质公园的可持续发展, 是我国旅游地质工作者面临的严峻问题。从地质公园核心竞争力的角度对这些问题进行了探讨, 从主体、客体、媒介 3 个方面, 提出形成地质公园核心竞争力的方法和手段。

**关键词** 地质公园; 地质旅游; 核心竞争力; 可持续发展

**中图分类号** S181.4 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2013)02-00710-03

## Core Competitiveness for Sustainable Development of Geopark

SHI Chen-xia et al (Henan Institute of Geological Survey, Zhengzhou, Henan 450001)

**Abstract** After more than 10 years of vigorous development, a series of problems of geopark were analyzed. The most important problem is the geological tourism is not flourishing. How to promote the flourishing of geological tourism and realize the sustainable development of the geopark are two serious problems faced by geological tourism workers in our country. These problems were analyzed from the angle of geological park core competitiveness, namely from three respects of main body, object, medium. Finally, method and means to form the core competitiveness of geopark were put forward.

**Key words** Geopark; Geological tourism; Core competitiveness; Sustainable development

## 1 地质公园的定义

地质公园是指以具有特殊地质科学意义、稀有的自然属性、较高的美学观赏价值, 且具有一定规模和分布范围的地质遗迹景观为主体, 并融合其他自然景观与人文景观而构成的一种独特的自然区域。地质公园既为人们提供了具有较高科学品位的观光游览、度假休闲、保健疗养、文化娱乐的场所, 又是地质遗迹景观和生态环境的重点保护区域, 地质科学研究与普及的基地<sup>[1]</sup>。地质公园应具有三大作用: 一是保护地质遗迹, 二是普及科学知识, 三是开展地质旅游。

## 2 地质公园发展现状及存在问题

**2.1 发展现状** 2000 年, 中华人民共和国国土资源部制定了《全国地质遗迹保护规划(2000-2001)》和《国家地质公园总体规划工作指南》, 开始了通过建立地质公园对地质遗迹进行保护的历程。2001 年, 国土资源部成立了国家地质遗迹保护(地质公园)领导小组和国家地质遗迹(地质公园)评审委员会<sup>[1]</sup>。各省市自治区涌现出地质公园的建设热潮。国土资源部分别于 2000、2002、2004、2005 年分 4 批批准了 138 家国家地质公园。此后, 国土资源部针对前面批准的国家地质公园建设中存在的问题, 从加强公园建设的角度, 对公园的批准程序进行了改革。分别于 2009、2011 年分两批授予 63 家国家地质公园建设资格, 要求这 63 家国家地质公园必须在 3 年内完成公园建设, 并且揭牌开园, 经国土资源部组织专家验收合格之后, 才能够正式授予国家地质公园称号。

截至目前, 中国已经拥有 26 家世界级地质公园, 218 家国家级地质公园, 地质公园的建设在中国已初具规模。然而, 地质公园在发展建设过程中存在的各种问题也开始浮出水面。

**2.2 存在的主要问题——地质旅游不繁荣** 地质公园的三大作用中, 保护地质遗迹和普及科学知识这两个作用体现的是地质公园的社会意义, 开展地质旅游体现的是地质公园的经济意义, 而经济意义的最好体现在于地质旅游的发展。对于前两个作用, 依靠国家财政和省财政投资的地质遗迹保护资金的支持, 基本能够完成, 但对于第三个作用——繁荣地质旅游, 则是目前我国地质公园建设中普遍存在的重要问题。

经济效益的好坏是地质公园能否继续发展的决定因素。如果地质旅游不能产生良好的经济效益, 地方政府就会放弃地质公园的发展。因此, 地质旅游的繁荣程度决定着地质公园的发展程度。该研究将重点讨论地质旅游及其发展路径。

## 3 地质旅游

顾名思义, 所谓地质旅游就是以地质旅游产品为主要游览特色的旅游行为。既然称为旅游行为, 就是说游客往往是带着某种愿望和目的而从事一种旅游活动。这就要求地质旅游产品必须能够满足游客的旅游需求, 而不仅仅是知识需求。因此, 地质旅游绝不能是知识的强加, 必须强调主要产品的吸引度——魅力。只有主要产品具有足够的吸引度, 地质公园才能形成竞争力, 进而形成核心竞争力。

## 4 地质公园核心竞争力

地质公园竞争力是指以地质遗迹资源为基础形成的地质公园的资源保护能力、综合接待能力和持续发展能力在各种环境比较中形成的相对优势, 也就是地质公园利用地质遗迹资源改造成旅游产品的能力。地质公园核心竞争力是指以目标市场为导向, 以彰显公园地质旅游资源特色、提供差异性体验为核心, 让旅游者得到真正好于、高于竞争对手的不可替代的旅游体验。就如何使游客获得不可替代的旅游体验的问题, 笔者将从主体、客体、媒介 3 个方面进行分析。

**4.1 主体方面** 即地质公园本身具有高度吸引力的旅游吸引物, 也就是将公园内地质遗迹资源通过独具匠心的策划,

**作者简介** 石晨霞(1982-), 女, 河南驻马店人, 工程师, 硕士, 从事地质公园申报和地质公园建设工作, E-mail: 478704878@qq.com。\* 通讯作者, 高级工程师, 从事地质公园申报和地质公园建设工作。

**收稿日期** 2012-11-12

打造成具有特色的旅游产品,并使其成为公园独特的旅游吸引物(图 1)。

地质公园的建设是一个长期完整的过程,主要包括地质

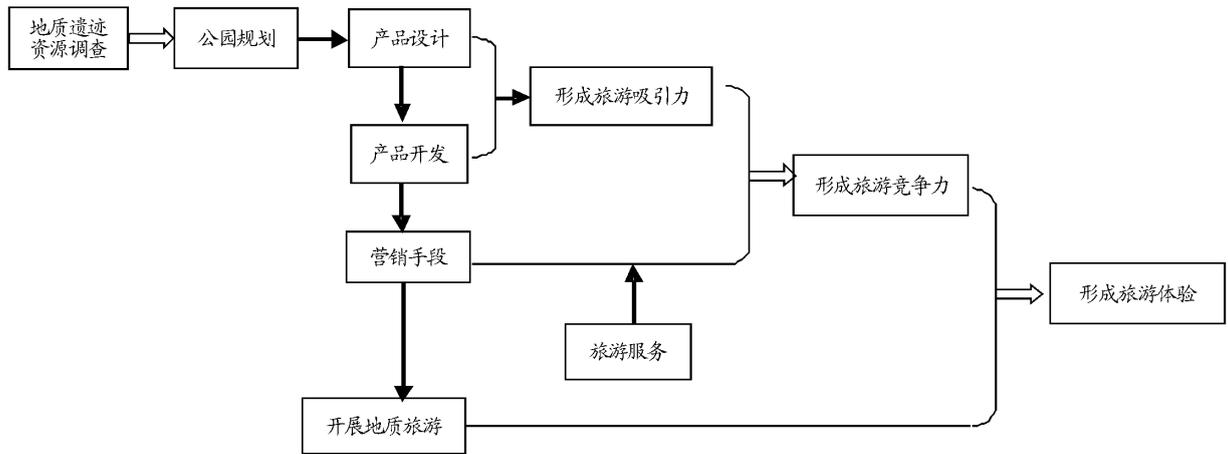


图 1 地质公园旅游体验的形成过程

**4.1.1 掌控具有垄断性的地质遗迹资源,并通过策划使其形成核心吸引力。**垄断性的地质遗迹资源极易形成不可替代的旅游吸引物,这并不意味着只要具有垄断性资源就可以高枕无忧。地质公园的特色是地质遗迹,地质遗迹价值的高低在于地球发展过程中所起到的决定性作用,而地质遗迹旅游吸引力的强弱在于其美学价值、观赏价值、稀有性、独特性和能够为人们所接受吸收的程度。因此,并不是价值越高的地质遗迹就具有越强的吸引力。“金钉子”,是世界级的地质遗迹,但是依靠“金钉子”本身,并不一定能够成为该公园的核心吸引力,而是要通过对“金钉子”的策划、设计、包装,凸显其稀有性、独特性和美学观赏价值,增加娱乐性,强调参与性,使其成为能够让游客理解、接受的旅游景点,进而让人们通过对“金钉子”景点的游览,获得一种不同于其他地质遗迹资源的体验内容,从而形成该地质公园独特的吸引力。

**4.1.2 选择适合的旅游吸引物,形成独特的竞争力。**旅游吸引物的选择是否合适也是决定着能否形成独特竞争力的关键因素。地质旅游的首要任务就是策划和打造具有地质特色的旅游吸引物,这个旅游吸引物可以是自然景观,也可以是人工景观,但无论是自然景观还是人工景观,都必须能够对游客产生巨大的吸引力,也就是说该地质景观的典型性、稀有性以及安全性、通达性,都能够给人们留下深刻的印象,产生一种“想象的形象”,同时产生强烈的旅游需求。当这种潜在的旅游需求转变为现实的旅游行动,潜在游客转变为现实游客之后,要使游客对旅游地的实地感知印象和旅游之前想像的形象达到重叠或更进一步的上升。此时,旅游吸引物就转变为独特的竞争力。

云台山,堪称旅游界的黑马,并引发了被誉为“焦作现象”的旅游业奇迹。云台山的地质遗迹以云台地貌为主,是在裂谷作用的大背景下、以伸展为主的新构造运动的作用下形成的。新构造运动形成太行山断块山,使古元古代、古生代海洋环境形成的巨厚的近水平状堆积的碎屑岩、碳酸盐地层发生折离、裂解,并在自然侵蚀的作用下,形成山体雄壮、

遗迹资源调查、公园规划、产品设计、产品开发、销售、开展地质旅游。在这个过程中,产品设计、产品开发是旅游吸引力的策划形成的主要过程。

群峡间列、峰谷交错、悬崖长墙的云台地貌地质遗迹,峡谷、崖墙和点缀其间的水体是云台地貌的主要游览对象。云台山在选择旅游吸引物时,充分利用云台地貌,提炼出与云台地貌相符的“山水焦作”作为旅游形象和对外宣传口号。旅游者游览之后,无不为其峡谷地貌和水体景观感到震撼,红石峡、老潭沟、小寨沟、茱萸峰等,与游客想象中的云台山形象相互呼应,实地感知印象在游览过程中不断得以加深和提升,形成难忘的旅游经历。云台山对旅游吸引物的恰当选择,让人们喜闻乐见,为地质旅游带来了优越的条件,使云台山成为太行山一颗璀璨的明珠。

西峡恐龙遗迹园,是伏牛山世界地质公园的主要旅游地,是一座人造的地质旅游园区。恐龙具有神秘色彩,对游客也有很大的吸引力,但恐龙化石本身是没有吸引力的,大多数的恐龙遗迹分布区也多因缺乏具有极高吸引度的自然旅游产品而魅力不佳。恐龙遗迹的魅力在于恐龙这一物种本身的奥秘,在于恐龙时代的奥秘。西峡恐龙遗迹园以恐龙化石作为展示手段来体现恐龙物种和恐龙时代的奥秘,因此其旅游发展也极为迅速。

王屋山同样具有优越的地质旅游优势,拥有天坛峰“王者之山”的美誉和举世无双的天坛山方山地貌,但是王屋山的旅游并没有取得优异的成绩。王屋山在选择核心旅游吸引物时并没有充分利用这一罕见的旅游景观产品,而是一直在宣传道教第一洞天、愚公移山的故乡等,导致游客到王屋山以后,把注意力都集中在寻找道教第一洞天、愚公移山故乡的遗迹方面,使游客在实地旅游的感知印象和旅游之前的想像存在很大的差异,旅游之后十分失望。由于旅游吸引物的选择失误,导致王屋山旅游一落千丈,而王屋山“王者风范”举世无双的天坛山方山地貌也被人们渐渐遗忘。

嵩山是我国地质学研究的重要基地,被称为“地质大典、地学摇篮”,嵩山地质旅游的主题创意也非常震撼,称为“五代同堂、三大运动”,但嵩山的地质旅游一直没有火起来。主要有两个原因:①少林寺作为一个人文旅游的吸引物,历史

久远,源远流长,使得嵩山的地质旅游一直长期处于人文旅游的一个形象遮蔽之中。②嵩山地质旅游吸引物为“五代同堂、三大运动”,游客到达嵩山之后根本就找不到,不知道到哪里去游,而少林寺作为一个人文旅游的吸引物,游客的旅游目的很明确。旅游吸引物和宣传口号的失当选择成为制约嵩山地质旅游发展的重要因素。

**4.2 客体方面** 即地质公园的市场优势,包括公园的交通优势、区位优势等。区位条件决定了公园潜在游客量的多少,交通优势则是抵达公园的难易程度,两者共同决定了公园使潜在游客转变为现实游客的能力的高低。区位优势明显,交通条件便利的公园,先天上的旅游优势就明显高于偏僻地区、交通不便、通达性低的地质公园。

西藏札达土林国家地质公园,遥居世界之巅——青藏高原的阿里地区札达县,拥有举世闻名的古格王国和札达土林。札达土林核心区分布面积可达 500 km<sup>2</sup>,是中国唯一一处在冻土环境下形成的新近系黄土地貌景观。土林总貌的雄奇壮观、个体的精细多样、科学价值之丰富、美学价值之高,都远胜于国内其他地区的土林(元谋土林 42.9 km<sup>2</sup>、大同土林 1.06 km<sup>2</sup>、景东土林 0.4 km<sup>2</sup>)。但是,前往西藏交通不便,仅有青藏、滇藏、川藏 3 条公路,1 条铁路,前往札达只有拉萨至新疆叶城的 219 国道和新开通的阿里机场每周 3 次航班,无铁路。位置的偏远和交通的不便,造成札达县虽然拥有如此可观的资源,但全县全年游客总人次尚不能突破 10 万<sup>[2]</sup>。

**4.3 媒介方面** 即如何将地质公园的旅游吸引物提供给游客的中间力量,包括旅游服务和宣传营销策略。

**4.3.1 旅游服务。**是指地质公园借助一定的接待设施设备满足游客需求的能力。包括目的地的餐饮、住宿、休闲、娱乐、交通等,贯穿于食、住、行、游、购、娱的旅游全过程。

旅游服务是游客所购买的旅游产品的隐形产品,是伴随于旅游产品的购买而同时得到的一种不可缺少的附属产品。当两地的旅游产品不存在差异时,被游客同时得到的作为附属产品的旅游服务所发挥的作用就会被放大。也就是说,当两地旅游吸引物存在替代关系时,服务质量优劣、设施完善程度、交通安全便捷程度将会对旅游者的目的地决策产生重要影响<sup>[3]</sup>。此时,旅游服务的好坏就成为游客进行选择的决定性因素。

**4.3.2 宣传营销策略。**地质公园市场营销的最终目标同样是为了满足游客需求。由于地质公园的专业性和特殊性,不同年龄、性别、职业,尤其是受教育程度不同的游客,在地质公园进行游玩、娱乐、学习、研究的需求不同。这就要求要以游客需求为导向,针对不同游客,进行目标市场的细分,并且分得越细越好。在进行目标市场细分的基础上,针对不同的目标市场采取不同的营销手段,充分体现差异化策略和独特性目的。

目前,地质公园的建立和建设大多是政府行为,针对地质公园的这一独特性,采取“政府的形象宣传与企业的务实操作紧密结合”<sup>[4]</sup>的整合营销策略。一方面,由政府方面对地质公园进行形象宣传;另一方面,由对公园进行资金投入的企业进行营销策略的实际操作,由出色的市场营销经验和高效的市场分销网络形成市场营销竞争力。张掖是古丝绸之路上的重镇,但是对内地来说是一个路途遥远而又名不见经传的地方。张掖国家地质公园也是新批复建设资格的国家地质公园,不为人们所熟悉。2012 年 8 月,由张掖市政府承办的“中国地质学会旅游地质学与地质公园研究分会第 27 届年会”在张掖召开,与会的专家学者无不被张掖独特的丹霞地貌和多彩丘陵所震撼。会议的召开,大大提高了张掖的知名度,提升了张掖国家地质公园的吸引力,改变了张掖在人们心目中“荒凉、戈壁”的老印象。

## 5 结论

地质公园要想获得长远的发展,必须依赖公园独特的核心竞争力,依赖地质旅游的发展所产生的经济效益。充分利用地质公园主体、客体、媒介力量的有机结合,形成地质公园的核心竞争力,使其成为地质公园长期稳定的竞争优势,形成地质公园开展地质旅游的关键因素,进而实现地质公园的可持续发展。

## 参考文献

- [1] 姜建军,李明路,田明中,等.中国国家地质公园建设指南[M].2版.国土资源部环境司,2002:5-1.
- [2] 任志涛.阿里地区旅游接待数据分析报告[EB/OL].(2012-04-11) <http://www.ally.gov.cn/xwzx/zxrd/20120411584.html>.
- [3] 宋章海.试论旅游目的地的核心竞争力的培育[J].改革与战略,2008(8):43-45.
- [4] 郭球.加强旅游景区的宣传营销工作[J].河南师范大学学报:哲学社会科学版,2004,31(4):77-78.
- [5] 崔淑勇.城市园林绿化工程中植物配置研究[J].安徽农业科学,2007,35(13):3852-3853.
- [6] 俞孔坚,李迪华,段铁武.生物多样性保护的景观规划途径[J].生物多样性,1998,6(3):205-212.
- [7] FORMAN R T T. Land mosaics: the ecology of landscapes and regions [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.
- [8] FORMAN R T T. Ecologically sustainable landscapes: the role of spatial configuration [M]//ZONNEVELD I S, FORMAN R T T. Changing landscapes: An Ecological Perspectives. New York: Springer-Verlag, 1990.
- [9] 陈敏捷.中国古典园林植物景观空间构成研究[D].北京:北京林业大学,2005.
- [10] 杨芸.论多自然型河流治理对河流生态系统的影响[J].成都水利,1998(3):48-50.
- [11] 郝日明,毛志滨.浅议城市绿地系统建设中的树种规划[J].中国园林,2003,19(11):69-72.
- [12] 张海霞.园林规划中如何体现生物多样性[J].江苏林业科技,2004,31(4):44-46.
- [13] 王新民,许艳霞.谈城市园林植物配置[J].河北农业科学,2009,13(5):77-78.
- [14] 姚红梅.彩叶植物对提升城市园林景观的重要作用及应用前景[J].内蒙古农业科技,2011(6):98-99.

(上接第 709 页)