

# 结合日本经验浅析贵州省梵净山旅游发展策略

姚雨成, 黄明扬, 万艳娟

贵州大学外国语学院, 贵州 贵阳  
Email: yao\_usei@163.com

收稿日期: 2020年8月28日; 录用日期: 2020年9月11日; 发布日期: 2020年9月18日

## 摘要

贵州省梵净山自成功申请“世界自然遗产”以及被美国《国家地理》杂志列为中国唯一入选全球28个最值得到访旅游目的地后,掀起了一阵旅游热潮,但梵净山的旅游资源在人文和环境等方面还未被充分开发,难以在众多中华名山中脱颖而出。同为世界遗产的日本富士山景区较好地平衡了生态环境、社会文化和经济发展三者之间的关系,并以“信仰的对象与艺术的源泉”闻名遐迩。本文总结了富士山景区的保护和开发经验,对比梵净山景区,通过对梵净山存在的问题进行分析,为其旅游可持续发展提出建议。

## 关键词

梵净山, 旅游可持续发展, 景区开发, 富士山

# Analysis on Tourism Development Strategy of Mount Fanjing in Guizhou Province Based on Japanese Experience

Yucheng Yao, Mingyang Huang, Yanjuan Wan

College of Foreign Languages, Guizhou University, Guiyang Guizhou  
Email: yao\_usei@163.com

Received: Aug. 28<sup>th</sup>, 2020; accepted: Sep. 11<sup>th</sup>, 2020; published: Sep. 18<sup>th</sup>, 2020

## Abstract

After successfully applying for “World Natural Heritage Sites” and being listed by *National Geographic* as the only Chinese site of the 28 most worthwhile tourist destinations in the world, Mount Fanjing in Guizhou Province has raised a wave of tourist boom. However, because the tourism resources of Mount Fanjing have not been fully developed in terms of culture and environ-

ment, it is difficult to stand out among many famous mountains in China. Meanwhile, as a world heritage site, Mount Fuji in Japan balances the relationship among ecological environment, social culture and economic development, and is famous for “sacred place and source of artistic inspiration”. This paper summarizes the protection and development experience of Mount Fuji, compares with Mount Fanjing, analyzes the existing problems of Fanjing Mountain, and puts forward suggestions for its sustainable tourism development.

## Keywords

Mount Fanjing, Sustainable Development of Tourism, Tourism Development, Mount Fuji

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

自 2018 年成功列入“世界自然遗产”名录，位于贵州省铜仁市的梵净山一举成为中国最新的联合国教科文组织世界遗产地之一，并于 2019 年以第三名成为中国唯一入选美国《国家地理》杂志全球最值得到访的旅游目的地之一，引起了全球旅游爱好者与媒体的关注，成为了旅游观光的热门之选，极大地促进了当地的旅游产业发展[1]。但景区的不断开发和游人的大量涌入，使得梵净山在生态环境、社会文化、经济发展之间产生了不可避免的矛盾，如何有序推进梵净山保护管理工作科学保护开发的问题迫在眉睫。

梵净山虽山形极具特色，可与三山五岳相比略逊风骚；虽主打佛教文化，但因打造力度不足，名气远低于为人们广泛接受的四大佛教名山；虽保存和展现了中亚热带孤岛山岳生态系统的完整性以及显著的生物多样性，但前往的游客很少真正了解其所孕育生命的价值。近年来在梵净山景区的总体规划蓝图下，景区在自然人文保护、区域发展与产业链、基础服务设施等方面有了一定的成果，但仍需进一步开发其在人文和环境等方面的旅游资源，实现环境、文化与经济统一，可持续发展其自然人文体验型旅游产业，从而在众多中华名山中脱颖而出，打造铜仁乃至贵州的南非兰特标志[2] [3] [4]。

与梵净山同为世界遗产的日本富士山因资源与环境保护等原因曾申请“世界自然遗产”失败，而后以“信仰的对象与艺术的源泉”申请“世界文化遗产”成功，多年来在政府、企业、人民等共同努力之下，旅游资源得到了较充分的开发，加之通过实施一系列的政策与条例，富士山不仅在保护自然资源方面，而且在文化传播方面都取得了举世瞩目的成就，其作为日本的象征，获得了极高的海外认知度。

本文利用网络图书馆、旅游类网站、图书馆藏书、社交平台等，收集并整理梵净山与富士山在旅游开发方面的相关文献及资料，以其在旅游开发各方面的现状为基础，通过对比分析梵净山与富士山在景区开发方面的异同之处，借鉴富士山景区保护条例、开发经验等，总结梵净山可持续发展的措施与方向，对梵净山的发展规划针对性地提出一定的意见与建议，有利于政府对梵净山旅游资源的保护，充分发挥景区优势打造自身文化，促进梵净山的旅游产业市场可持续发展，形成人与自然和谐发展新格局，推进梵净山的文化风情更自信地走向世界[5]。

## 2. 梵净山景区开发现状

### 2.1. 梵净山旅游资源开发现状

梵净山自然资源丰富，现存有较完整的亚热带原生态系统，拥有 4395 种植物，森林类型多样，覆盖

面积高达 95%，孕育有 2767 种动物，包括许多珍惜濒危和特有物种[6]。此外，梵净山作为被由石灰岩构成喀斯特地貌包围的“生态孤岛”，其山脉由变质岩构成，具有独特的地质特征和山岳地貌景观。梵净山利用其显著的生物多样性以及地质独特性，在山门广场西建有展示中心，从视觉和听觉上介绍了梵净山所孕育的生命的魅力。此外梵净山有关部门还面向当地学生举办观赏生物标本、宣传旅游资源与路线等活动，面向当地居民组织志愿者等活动，旨在推广其作为生物资源库的普世价值。但由于宣传的范围多年来均局限于铜仁，使得其知名度远低于其他名山。

由于发展自身旅游业的需求，梵净山不可避免地面临了部分动植物资源和山岳地貌景观由于景区基础设施建设和景点规划的需要，受到了一定的破坏，生物多样性在一定程度上受到影响[7] [8]。尽管有关部门一直坚持以生态为先发展梵净山，出台了一系列的政策以平衡开发景区与自然资源保护两者之间的关系，但由于景区旅客数量激增，景区承载负荷过重，加之游客素质参差不齐，出现多种不文明行为，导致景区自然环境进一步受到破坏[9]。

在人文旅游资源方面，梵净山虽一直致力于宗教与民族民俗旅游资源的开发，形成梵净山的独特卖点，实现观光型旅游向人文自然型旅游的转变，但现阶段的开发只是挖掘了其一部分的价值[10]。

一方面，梵净山作为佛教道场着力打造“梵天净土”的佛教文化，在宗教旅游资源的开发过程中，梵净山主要从宗教建筑与宗教圣地为切入点进行旅游功能的开发：建有可供欣赏和体验佛教文化的文化苑，此外其佛山核心为一分为二供奉弥勒佛与释迦佛的红云金顶，接引之四大皇庵与四十八座脚庵，构成“弥勒道场”。而“佛光”出现最为频繁、清晰也成为其一大卖点[11]。但梵净山缺乏对能让游客感受到文化倾向性更强的宗教活动的关注，如 2005 年护国寺佛诞节，2010 年 8 月金玉弥勒开光大典，2014 年与 2018 年佛教文化主题论坛，多面向于佛教研究者与资深爱好者，与普通民众关系则较为疏远。加之虽建有佛教文化苑等主题景区，但无论是佛教文化本身还是衍生的产品抑或是宗教文化艺术活动的展开及宣传力度都不足，其虽在历史渊源上有着佛教文化的显著优势，但在后期打造影响力上远不如中国四大佛山，并未由此产生良好的经济与社会效应[12] [13]。

另一方面，梵净山山脚下苗、土、侗、羌等少数民族与汉族共同生息，民族民俗旅游资源也是其得天独厚的一大优势[14]。其中作为非物质文化遗产的侗戏在梵净山设有国内第一大民族文化遗产展示中心，包括博物馆、面具展及侗戏表演。因其在现代文化的冲击之下传统技艺近年来面临失传的风险，梵净山侗戏文化中心现面向全社会招收侗戏手工艺学徒传承其非遗文化，但由于其落后的文化宣传与快速的旅游产业发展不相适应，侗文化的发展举步维艰[15]。此外苗族刺绣、蜡染和民间绝技、土家族花灯以及侗家大歌也在梵净山进行民族民俗文化产业化、名片化过程中扮演了重要的角色，而这些民族民俗旅游资源的开发所带来的经济效益均以门票和住宿的单一型消费为主，并未形成设想中的综合性产业链[16]。因此多数游客在前往梵净山时多为以观赏山上的自然风光与庙宇为主的一日游，对于梵净山景区背后蕴含的文化价值了解少之甚少。

## 2.2. 梵净山人力资源开发现状

梵净山景区的人力资源主要包括由当地居民构成的人口资源以及由景区服务和管理人员所构成的人才资源两部分[17]。

在人口资源开发方面，梵净山多年来把保护区高达 1.3 万多的居民作为梵净山区域天然的一个组成部分，在对景区进行可持续发展的同时不仅在保障居民生活环境的前提下为提高其生活质量根据居民如耕作种类、所在区域等的家庭特性，针对性地在开发景区的进程中引导居民发挥其主观能动性将自身的劳作效益尽可能最大化；梵净山有关部门对一部分居民进行职业培训，增加就业机会，对附近区域的学生进行有关梵净山的夏令营等活动，挖掘潜在的人力资源，保证其可持续性与再生性；还联合居民参与

开发与管理工作,为推动梵净山的发展和提升经济效益提供了天然的劳动力数量基础[18]。

在人力资源开发方面,梵净山“自然保护区管理局”“投资控股有限公司”等相关部门会因工作需要根据相关招聘规定与简章以德才兼备的标准严格引进高层次人才,且对梵净山景区内的工作人员进行相关服务培训,保证了这些人才资源素质的优越性[19]。

从近几年对于梵净山生态旅游区的大众评价来看这些具有推动当地经济增长能力的人力资源在数量上的开发已经足矣,但在质量上的开发仍有待提高。随着慕名而来的游客数量激增,景区会临聘工作人员,无法确保其服务质量,如在2018年人民日报《民生周刊》发布的全国景区差评排行中,梵净山景区就因景区管理与服务质量差上榜;而近几年当地旅游发展势头较猛,大量相关人员为经济利益所驱动,大幅度地降低了游客旅行中的服务标准,黄牛、提供劣质住宿环境、旅行社随意变更行程、强行增加购物点等现象屡见不鲜[20]。

### 2.3. 梵净山旅游设施开发现状

梵净山在景区内主要依托交通、食宿、娱乐及购物四大旅游设施向到往景区的游客提供服务,并以此刺激旅游消费,提升综合效益[21]。

在交通运输设施开发方面,攀登梵净山时有乘坐索道和徒步登山两种方式,无论采取哪一种登山方式,都需从景区大门乘坐环保摆渡车耗时20分钟经过一段长9.5千米无任何景点的盘山公路至登山步道起点或索道上行起点[22]。随着梵净山申遗成功,知名度得到大幅提升,加之贵州省对外省游客实行过路费、景区门票半价优惠等政策的经济刺激,招徕大量外省游客,尤其是暑期等旅游高峰期,极易导致游客需花大量时间无聊地排队乘坐环保摆渡车。

由武汉三特公司历时4年建造而成的梵净山索道,标志着梵净山区域旅游发展步入了新的阶段。索道的建成虽然极大地缩短了登山时间,方便了游客登山游览,但对梵净山的生态环境造成了一定程度的破坏[23]。政府及有关部门出台一系列景区规划文件,规定梵净山东西线总环境可容纳游客量为10,000余人,东线限售8000张票,西线限售2000张,为缓解索道建设对环境带来的影响,保护其固有的自然生态环境,促进区域可持续发展,每小时限定入园1000人,并且上午限定入园人数为5000人,中午12点后限入3000人[24]。尽管采取了游客限流的措施,但景区观光车和索道单次运力有限,难以满足持续井喷的游客人数,在游客集中时段需花费大量时间排队等候依次乘坐观光车和索道。

可供徒步登山的梵净山万步云梯,从起点至老金顶垂直高差1658米,路程约10千米,近9000级台阶,攀登需4~6小时,耗费巨大体力。作为朝山古道的万步云梯在当年设计修建时宽度较窄,坡度较大,且为人工铺设石阶,表面凹凸不平,因其一路穿越原始森林,山间雾气较大,步梯常年湿滑,且年代较久远,年久失修也造成了一些步梯破损,一定程度上增加了登山风险[25]。而且梵净山原始森林内物种繁多,夏季登山步道易出现毒蛇、毒虫等生物;贵州冬季常有风雪凝冻天气,再加梵净山海拔较高,步梯易结冰,对游客的生命安全构成威胁。梵净山万步云梯3600级以下和6500级以上,坡度较缓,食水补给站分布较多;3600~4500级坡度极大,中间仅有一处补给站,为最难走路段;尽管中途设有食水补给站,但因价格偏高,许多游客选择携带大量水及食物登山,不仅消耗体力,还因随地抛弃垃圾造成了一定的环境污染[26]。自梵净山索道建成并开通运营以来,景区对万步云梯的开发及管理缺乏重视,自山脚至山顶沿途并无可供观赏的景点,一定程度上减少了万步云梯的吸引力。

在食宿接待设施开发方面,梵净山生态旅游规划指出,梵净山核心区、缓冲区、游憩区严禁新建任何开展生产经营活动等设施,导致梵净山景区内尤其是山顶餐饮提供极度缺乏,山顶因物资运输需耗费大量人力及财力,山顶食物价格高,种类少,给游客带来极大的不便[27]。

在大量游客慕名而来之际,梵净山周边酒店、民宿出现供不应求的情况,在旅游旺季、节假日,价

格普遍偏高,甚至出现“一房难求”的情况。周边酒店、民宿等绝大部分是由当地居民开设,从业人员未经过专业培训,部分酒店、民宿卫生状况差,难以满足游客的住宿需求,降低了景区的整体服务水平。而在山上的住宿区并非正规宾馆和招待所,也存在价格偏高、环境潮湿较差的现象。由于服务意识和水平没有落实以人性化服务为导向的要求,降低了想在景区留宿、次日欣赏日出等游客的体验感及满意度[20]。

在游览娱乐设施的开发方面,梵净山景区目前还处于与周围各类旅游设施未能良好配合发展的缓慢开发阶段,现以宗教性游览设施为主。据史料记载,梵净山于明代初年已建成弥勒道场,鼎盛时期形成了“一大正殿、四大皇庵、四十八脚庵”的格局,但因多次爆发起义、叛乱,加之现今景区缺乏对寺庙的修复、重建,景区现存宗教类景点相对有限,且难以突出与中国其它佛教名山的差异性,与其宣称的“中国佛教道场”、“弥勒菩萨道场”不符[11]。

此外景区寺庙内工作人员服务态度差,香火收费高,景区内管理人员缺乏对寺庙周边人员的管理,常出现假僧侣骗游客钱的事件,给游客带来极其不好的游览体验。

在旅游购物设施的开发方面,近年来,梵净山景区持续上升的游客数量为当地提供了潜力巨大的旅游消费市场,调查数据显示,梵净山景区游客购物意愿强烈,但由于梵净山景区相关旅游购物设施开发停滞不前,周边并无系统的大型旅游购物配套设施。目前,仅有山顶普渡广场及山脚梵街可供游客购物,无法满足游客多样化的购物需求。山顶普渡广场提供游客购买纪念品的商店仅是一座木质岗亭,商品种类稀少,因运输成本较高,纪念品售价不菲。山脚梵街的建成虽一定程度上改善了旅客的购物体验,但因入住商家较少,并未形成较大的购物规模。由于景区疏于对商家的管理,商品价格不统一、不透明,商家服务意识差,游客购物体验差。梵净山作为“中国弥勒菩萨道场”,周边少数民族村寨聚集,佛教文化及少数民族民俗文化兴盛,具有极大的开发价值,但景区内售卖的旅游纪念品形式单一,且与国内其它佛教名山旅游景点售卖的商品差异不大,对游客购买的吸引力较低。其中紫袍玉带石作为梵净山最具特色的玉石,由其制造的旅游纪念产品虽种类繁多,但大部分商家售卖的产品并无相关鉴定证书,假冒伪劣产品较多,定价虚高,未能形成良好的旅游口碑[28]。

### 3. 富士山的开发经验

#### 3.1. 富士山环境保护开发

跨越静冈县与山梨县的富士山作为日本的最高峰,有植物 2000 余种,北麓有 5 个堰塞湖,山顶终年积雪,景色绝美。2013 年 6 月 22 日,联合国教科文组织决定将富士山列入世界文化遗产名录。日本自 1992 年加入《保护世界文化和自然遗产公约》就一直期待着富士山以“自然遗产”被列入名录,直至此次成功申遗,历时约 20 年[29]。富士山无法登录成为“自然遗产”,垃圾管理不善、排泄物遍地等环保问题是原因之一。随着富士山申遗成功,大批登山者前往攀登富士山,引发了环境超负荷的问题。而日本的政府与民众不断探寻环境改善的措施,近几年通过一系列的举措,不仅保护了富士山固有的自然资源,其环境问题也得到了一定的改善[30]。

1) 政府依靠行政手段加强环境保护。一方面日本依靠行政手段加强环境保护,政府通过出台相应的政策条例与法律法规,对游客、附近的居民、有关部门进行行为约束与引导,旨在于保护生物多样性和自然景观完好的前提下进行旅游开发。

在自然资源保护方面,日本因国土山林面积高达七成,1909 年制定法规,禁止开采包括富士山在内的山中植物并要求保护栖息于山中的动物[31];2013 年静冈县三保松原作为富士山的一部分被列入世界文化遗产目录,为了妥善处理自然资源被迫害的威胁,不损害其作为人类共同遗产的价值,静冈议会于 2014 年 11 月定例会中,一致通过了《静冈市世界遗产三保松原保全活用条例》提案;为了实现富士山

的美丽景观和协调开发,2016年6月山梨县实行了《山梨县世界遗产富士山保全相关景观关怀手续条例》,提出资产的整体构想和管理来访者富士山,限制土地利用,严格控制富士山区域的开发力度,要求经营者通过实施更好的事业措施,活用本条例,以提升企业形象,更好地打造富士山旅游产业[30][32][33]。

在垃圾管理方面,过去游客对垃圾问题缺乏认识,景区固体垃圾遍布,加之山道人烟稀少,很多人为了逃避抛弃家用电器需缴纳相关费用,选择在夜晚将大型废旧家电非法丢弃至富士山山道。对此政府出台《关于处理和清扫废弃物的法律》规定抛弃或非法丢弃垃圾将被判处5年以下有期徒刑或一千万日元以下罚款,或两者并罚,并装置摄像头于富士山主要道路口,严格处置违法分子。同时定期组织人员在登山口及停车场集中开展“请您带回富士山的垃圾”等环保宣传活动[34]。

在排泄物处理方面,富士山上山道路海拔高,安装公共卫生间和回收废物难度大,资金投入需求大。尽管登山道上设有有多处公厕,但在第五、六处景观间并未设有,随地大小便现象频发。十几年前,富士山的公厕几乎都以“堆积在罐子里,登山季节后扔到山腰”的方式处理,因山顶温度低微生物分解速度慢,即使排泄物随着融雪消失,被丢弃的厕纸和垃圾仍残留于山间。对此国家和县、各山中小屋共同合作,于2006年度前将所有的公厕改造为环境对应型,如燃烧式、净化循环式厕所等,具有无味、无需下水设施、回收费用低、环保卫生、可设置在自然环境恶劣地区等特点,成为至今仍延续使用的有效方法。因环保型公厕维持费大,富士山公厕均收取200日元的管理合作金即使用费[35]。

在景区可持续发展方面,富士山有关部门为避免交通拥堵、减少尾气排放、减轻游客增多带来的环保压力,提倡游客乘公共交通前往。为确保游客安全和维护富士山景区环境不受破坏,静冈县和山梨县政府联合实施了严格的封山制度,规定每年7月1日开山,游客只限于此后至9月10日前攀登富士山顶,其余时间段只允许爬至半山腰的五合目;其次设定冬季封山期,从冬季11月上旬至次年五月中旬,任何车辆不可进入登山车道及五合目,游客只允许在山下远望富士山。此外,山梨县和静冈县自2014年开始征收富士山环境保全金,用于富士山的环境保护和登山道整顿[30]。

2) 民众自觉进行环境保护。为打造无垃圾的美丽富士山,1998年11月由市民、企业和行政部门三者组成的维护富士山自然环境的非盈利性志愿者团体——富士山俱乐部成立。其于每月举行一次例行富士山麓清扫活动,从开始统计的2004年度至2018年度共计实施992次,参与总人数为74,215人,回收垃圾总量为850吨[36]。富士山俱乐部不定期向附近的居民、学生、企业员工进行环境知识教育,进而使更多人提高对自然环境和环境问题的兴趣与关心,以获得必要的相关知识、技术和应对态度。由于清扫活动、监视巡逻、防止非法投弃等宣传活动的开展,富士山周边的不法投弃逐年减少[37][38]。

随着人们思想道德素质的逐步提升,游客积极配合出台的各种政策。日本山梨、静冈两县2013年7月24日晚宣布富士山次日开始尝试向登顶游客收取每人1000日元登山费,登山者可自由选择是否支付,当天配合支付登山费者就高达2765人。也有越来越多的人响应富士山的环保宣传活动,随身携带“便携式厕所”,将自己产生的垃圾带下山等[39]。

此外富士山脚下的居民,自发建立了过着不使用化肥与农药、不制造多余垃圾,成员们发挥各自优势,从事农事、料理、育儿、照顾精神疾患者、音乐创作、对外的情报发信等生活的生态村,旨在为人与自然和谐共存贡献一份力量,促进社会、环境与生态持续健康发展[36][40]。

## 3.2. 富士山文化开发

### 3.2.1. 富士山形成的文化

富士山雄伟而优美之姿自古为人们所推崇,其存在也以艺术开始为世界所知。奈良时代已有以富士山为题材的和歌收录于日本最古的和歌集《万叶集》之中,也出现于物语、俳句、汉诗、小说、绘画等作品之中,到现代更是绘就了众多佳作,其中传至海外绘入从各地远眺的富士山的浮世绘,对梵高、莫

奈等西方著名艺术家产生了巨大的影响[41]。

作为艺术的源泉，富士山的文化价值作为日本人信仰山岳的具体化象征而闻名遐迩。古代日本人将频频爆发的富士山视为神明居住的灵山崇敬，修建浅间神社以镇富士山喷发；富士山归于沉静的平安时代后期，富士山作为“修验道”道场吸引人们“登拜”；战国时代富士山信仰被整理成教义；其教义在江户时代中期作为“富士讲”广为流行；现今浅间神社、富士讲与富士冢三者一同构成富士山信仰，成为了日本人生活中必不可少的一种精神支撑[41]。

### 3.2.2. 富士山文化发展

富士山的成功“申遗”掀起了一股遗产旅游热潮，作为世界文化遗产，在相关的商业活动层出不穷之际，需要在文化的本义上叠加和激发“创造力”，将之赋予新的文化活力，使其不但成为国民经济的新增长点，更能继承和弘扬富士山文化。2013年5月日本政府为促成访日潮流，促进经济增长，出台了《观光政策草案》，力争打造高品质的观光资源，以提升访日游客量，向世界展示日本旅游产品的品牌产品彰显日本魅力[42][43]。

富士山在旅游开发时，将文化传播最大限度地融合于一体，于登山道上设立可供游客享受自然的富士山主题公园式的休憩所[44]，还有如富士山酱油碟、纸巾架、饮料杯、信封、茶叶包等将富士山特色与生活所融合的文化旅游创意产品，不仅在富士山景区内，百货商店、登山用品商店、书店等均设有专用卖场[45]。

“Tastes of JAPAN by ANA”这一旨在通过与地方共同宣传日本多样魅力的方式，为振兴地方经济做出贡献的计划中也包含了富士山项目[46]。在山梨县立富士山世界遗产中心，可全方位通过影像、光影和音效于富士山模型的回廊，了解从古至今的富士山历史和与自然共存的人类信仰历史，欣赏以信仰和艺术为主题的富士山世界观，馆内还设有出售特产店铺、咖啡馆以及可拍摄绝景富士山的景点，以供人们在禁止登峰期间一展富士山在文化与自然上的风采；三保松原文化创造中心，也发挥其作为介绍富士山美丽景观的场所的作用，不仅在传说及艺术作品中得以呈现，同时还出现在澡堂壁画及日用品等与人们的生活密不可分的载体中，成为触动日本人心灵的风景广受喜爱[47]。

具有山岳文化的富士山，每年都会举行传统的祭山仪式，以表达日本人对富士山的敬仰之情，此外有关政府部门也会推出一系列信息传播节目以此向世界宣传世界文化遗产富士山[48]。

### 3.3. 富士山人才培养

日本十分注重“自然体验活动”与“环境教育”，富士山也响应国家出台的有关自然环境教育的政策与倡议，定期组织面向学生的实践活动，在潜移默化中培养了青少年创造自身社会价值的意识，为提高富士山的可持续发展能力储备了极具潜力的人才[49]。

对于景区从业人员，政府及有关部门均进行了严格的专业培训，此外为了保护游客的生命安全，富士山还举行服务人员应对火山喷发的专业素质培训，无论是在技能还是道德素养上富士山景区的从业人员均具有较高的服务意识与服务水平[50]。

而附近一带居民对于富士山景区来说更是“活”资源，对其进行专业从业培训，在人才的质量和数量上都做了较好的把控。

### 3.4. 富士山旅游设施开发

富士山旅游设施开发以环境保护为首，如生态型厕所、生态村的建立，并最大程度地利用已开发的旅游设施不再过多开发商业场所。

继而以满足游客多样化需求为目的，富士山的吉田、须走、御殿场和富士宫四条登山路线每条各主

打不同的特色,同时也向游客提前公布了各线路的优缺点,可供游客自主选择[51]。而在网络平台上也官方提供了大量的旅游资源及设施,如山中各景点等详细信息,山上简易的富士山小屋也有透明化的收费与基本条件告知,因此在游客实地体验时也不会产生“货不对板”等的矛盾,这种公开化的旅游服务大幅度地提高了富士山景区的服务质量[52]。富士山的环山缆车也在官方网络平台注有交通、使用规则,且当地工作人员也会反复提醒,确保了其旅游活动的有序性[53]。对于购物设施,富士山也采取了公开各家商店的地址信息及售卖商品的具体信息,极大程度地减少了游客到处寻找比较产品所耗费的时间[54]。

## 4. 梵净山可持续发展建议

### 4.1. 以环境保护为先

首先应当确保生态持续性。梵净山现存的优渥的生态环境与丰富的生物资源归功于多年来的环境保护措施,但随着其客流量的剧增,必须在原有的基础上进行旅游开发,也势必会对环境造成一定的影响。因此必须本着节约和保护自然资源的原则,只有一直拥有优美的生态环境,才能确保景区的景观品质,从而提高其经济价值,实现旅游产业的可持续发展。对此,在景区基本道路设施建成的基础上,在出现安全性损坏的情况下需及时修缮,若不及时,等到恶劣天气则易发生安全事故或亟需封道进行设施整改,将加大维修成本及经济亏损。

此外在分时段购票入景区的政策上,可以增加分季观赏生物的政策,例如在动物的交配、哺乳等敏感时期,以及易出现冰雪霜冻等恶劣天气的季节,适当减少观赏游客量,不仅有利于保障游客生命安全,还能一定程度上减少人类活动对动植物生息的影响。

其次应当加强环境监管力度。现出台的相关环境保护政策以倡议类为主,辅有通报类,一方面因其无严重后果,无必要的责任条款,另一方面景区监管不足,不文明的破坏环境行为仍大量存在,因此在倡导文明的同时,必须严加管控不文明行为。可以增加景区环境监管的巡查力度,对于破坏环境的行为进行劝导,必要时予以罚款或是限制其旅游行为等处罚;此外可以加强大众监督,如在确保游客隐私的情况下进行不文明行为曝光等措施从而对不文明行为进行社会性约束。

此外应当进行生态文明建设宣传,增强个人道德素质。个人道德修养的驱动力一般为社会的整体利益,而现今社会存在一部分人追求自身利益,致使景区内不文明现象大量涌现。政府及有关部门虽出台了一系列“保护生态环境”“不文明行为管理”等政策,但其目前只起了约束管理层人员的作用,由于大部分的个体对于政策基本无了解,其对于个人行为的限制微乎其微,而且对于个人道德素质的强调仅限于在网站上的呼吁以及极少数标语展示,未能较好地将生态文明建设和个人道德素质建设的重要性宣传到位,因此加大环境保护宣传力度,从根本上提高游客的整体素质才是促进梵净山可持续发展抽薪止沸的方法。

梵净山组织的志愿活动多属为了维护景区秩序或解决游客问题的服务型活动,可以设置一部分志愿人员在人流量多的地方进行文明行为宣传与劝导,呼吁游客投身并成为文明行动践行者;其次在组织学生进行社会实践时也可以融入环境保护等宣传活动,将环境保护从孩子抓起,也易使游客意识到自身作为榜样的力量,从而提升整体文明,进而减少对自然资源带来的破坏;多数游客会采取网上预约,可以在梵净山景区的官网和公众号上推送有关环境保护等宣传,引导游客自觉保护环境;可在景区周边的居民农作点进行生态民宿的打造,使其融入环境感受自然的同时提高当地居民的经济收入,从而提升环境保护意识。

### 4.2. 重构文化创意,提升景区文化软实力

一方面可以通过文化再包装,大力展示梵净山的价值魅力。梵净山景区主要包含生物资源、地质资

源、佛教以及民族民俗四大文化价值，其虽申遗成功，但在景区文化价值的挖掘上发展缓慢。

在梵净山展示中心设有动植物标本或是图像及文字解释，可以建立 3D 展或航拍影像等，更具象地向一些由于身体、天气、季节等原因难以观赏各类生物地质资源的游客展示相应的历史及外观等；展示中心、景点讲解牌、寺庙等大多以文字形式简略展示各生物或景点，而导游多为简单讲解其中的历史及特性，因此大量游客对此类文化内容兴趣不足，在短暂的观赏时间内仅以欣赏风景为主，对此可深挖文化内涵，培训相关人员对这些蕴藏的文化历史提供讲解服务，更易提升文化价值对游客的吸引力。

针对佛教及民族民俗文化，可以定期举办主题活动，如根据不同季节举办相应的节日庆典、斋菜等饮食活动等，让有意愿的旅游参与到其中，也可利用山脚的旅居环境，打造主题式民宿与酒店，多方位地展示梵净山的文化魅力。而在佛教文化传入梵净山区域的时候也与少数民族文化进行了交融，更利于打造属于梵净山的鲜明文化形象，以此区别梵净山与别的佛教名山，也有利于吸引游客增加在梵净山区域游玩时间，形成新的消费热点，使游客切身感受其文化价值，从而促进景区开发与文化传播的融合。

还可像制作 CCTV 纪录片在各大公共媒体上加大资金投入，增强旅游景区及其文化内涵的宣传力度，凝练景区独特卖点吸引更多的游客。

另一方面可以创新梵净山文化产品，形成独特品牌。文化的丰富度与高度有利于构建梵净山景区在旅游市场中的形象，而文创产品作为一种文化输出产业更能成为景区具有独特性的品牌，提高其旅游产业在经济和文化上的高附加值。

在文化产品的开发中，梵净山举办多年文创开发活动，但投入生产的却较少，对此可以将梵净山的旅游纪念品巧妙融合当地的沉淀千百年的文化故事等，多样化文化产品，且需迎合不同消费水平的游客需求，契合日常生活融汇古今，外观、功能、内涵三位一体，打造雅俗共赏的梵净山风格的系列产品。而在出售相关手工艺品时也可提供游客 DIY 活动，让其融入到文化产品的制造过程中去，更有利于文化的传播。

#### 4.3. 加强旅游市场监管，建设景区人员专业素养

在开展旅游活动时，必须健全旅游市场监管体系，从而提升旅游从业人员的整体水平，确保旅游活动井然有序地展开。在涉及交易的旅游活动中，景区需在游客能提前接触到的平台等公开化景区各项收费，做到明码标价不坐地起价，合理定价不虚抬物价，且提供有纸质或电子类收据等，杜绝欺诈行为，提供诚信的交易环境，提高旅游质量；在旅行社带团活动中，需建立信用制度，不乱改行程、不强制性购买商品等。其次对于提供服务活动的旅游从业人员如导游、管理人员、售卖人员等均需进行规范化的技能与道德素质培训，建立一定的奖惩制度，合理地以游客为先，为游客提供专业化、高素养的旅游服务。

#### 4.4. 完善配套旅游设施，提供景区人性化服务

景区配套旅游设施作为发展当地旅游业举足轻重的物质基础，必须适应游客的基本需求，提供舒适的服务。

在景区的交通运输设施方面，首先需保障游客的生命安全，因此设置登山救护站是必要的，其次应注重游客在登山或排队等待百无聊赖之际的情感关怀，可以在此过程中提供一些可在手机平台和等待处设置播放屏播放宣传梵净山的歌曲影片等，或是安排一定的工作人员进行景区介绍等活动；在景区的食宿接待方面，重点保障游客基本的居住环境和食宿卫生条件，在能力范围内提供更为优质的旅居条件和服务态度；在游览娱乐设施和旅游购物设施方面需提高有关人员的服务意识，以及及时告知游客相关设施的开闭情况，树立梵净山特色、满足大众需求从而完善游览与购物设施；网络上现有的梵净山旅游攻

略缺失系统化, 均为分散景点的旅游推荐, 对此可举办活动征集有特色且可行性高的旅游攻略通过信息平台介绍给不太了解梵净山的游客。

此外还可提升旅游信息化服务水平, 在梵净山官网及公众号以及梵净山售票处等地及时更新景点开闭与天气情况, 完善网络上有关梵净山有关资源的历史文化信息, 以及旅游设施的提供情况等, 构建相关旅游数据系统, 提高旅游服务效率; 在梵净山官网、公众号、大众点评等 APP 上完善并形成以旅客评价与投诉机制为主的服务体系, 及时处理相关投诉与差评, 从而利用宣传成本低、可信任度高的大众口碑更加直观且有较强针对性地宣传梵净山, 从而提升梵净山景区的好评度与知名度, 吸引潜在的消费者。

## 基金项目

本论文受贵州大学 SRT 计划项目《结合日本经验浅析贵州省梵净山旅游发展策略》(项目编号: 贵大 SRT 字(2019) 481 号)资助。

## 参考文献

- [1] 行走地理. 梵净山的前世今生品略[EB/OL]. <http://www.pinlue.com/article/2018/08/1418/186787985325.html>, 2020-07-13.
- [2] 李志豪. 旅游经济发展的现状——基于旅游产业经济对国民经济的推动[J]. 商情, 2017(5): 71.
- [3] 张谊佳, 陈丹. 浅析梵净山国家级自然保护区生态旅游总体规划的资源评价体系[J]. 林产工业, 2014, 41(5): 53-55.
- [4] 车文兴. 梵净山旅游开发困局和破题探析[J]. 中共铜仁地委党校学报, 2011(3): 54-57.
- [5] 宋瑞. 新时代赋予旅游业新使命[N]. 中国旅游报, 2017-10-27(003).
- [6] 贵州梵净山: 生态文化交相辉映人与自然和谐共生[EB/OL]. 人民网. <http://travel.people.com.cn/n1/2018/0704/c41570-30124301.html>, 2020-07-13.
- [7] 邱述彬. 如何实现生态旅游经济的可持续发展[J]. 企业导报, 2015(11): 69 + 40.
- [8] 钟林生, 马向远, 曾瑜哲. 中国生态旅游研究进展与展望[J]. 地理科学进展, 2016, 35(6): 679-690.
- [9] 张明, 张寒梅. 梵净山生态文明建设与旅游开发研究[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2015, 37(1): 32-38.
- [10] 吕龙根. 导游文化基础知识[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2011.
- [11] 肖忠民. 梵净山佛教之兴衰[N]. 贵州民族报, 2017-06-26(A08).
- [12] 张振江. 梵净山佛教文化旅游发展路径探析[J]. 知行铜仁, 2016(6): 53-56 + 41.
- [13] 李家凯, 姚丁月. 全域旅游背景下梵净山佛教文化资源开发模式研究[J]. 商业经济, 2017(9): 56-57.
- [14] 赵玉娇. 黔东梵净山佛教与地域文化研究[J]. 佛学研究, 2019(2): 279-288.
- [15] 喻帮林. 傩戏与铜仁旅游[C]//中国傩戏学研究会、贵州省文化厅、铜仁地区行政公署、贵州民族学院西南傩文化研究中心. 中国梵净山傩文化研讨会论文集, 2003: 399-406.
- [16] 惊呆了!原来梵净山竟有这种民俗文化[EB/OL]. [https://www.sohu.com/a/163491065\\_764045](https://www.sohu.com/a/163491065_764045), 2020-07-20.
- [17] 贺勤龙. 人力资源管理研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京理工大学, 2001.
- [18] 杨天友, 杨业勤. 梵净山如何与原住民和谐共处?[J]. 中国生态文明, 2019(2): 47-50.
- [19] 2020年贵州梵净山国家级自然保护区管理局引进高层次人才公告[EB/OL]. 事业单位招聘网. <http://www.shiyebian.net/xinxi/335675.html>, 2020-05-01.
- [20] 一周景区游客评价报告来啦!看看本周差评率高的景区有哪些?[EB/OL]. 民生网人民日报社《民生周刊》杂志官网. <http://www.msweekly.com/show.html?id=104759>, 2020-07-22.
- [21] 查尔斯·R·格德纳. 旅游学(第12版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2014: 264.
- [22] 梵净山攻略——全程徒步详解[EB/OL]. <http://travel.gog.cn/system/2017/03/14/015492849.shtml>, 2020-07-25.
- [23] 梵净山景区官方网站[EB/OL]. <http://www.fjsfq.com/page/construction!info.htm?id=2455>, 2020-07-25.

- [24] 梵净山景区官方网站[EB/OL]. <http://www.fjsfq.com/page/news/info.htm?id=2606>, 2020-07-25.
- [25] 梵净山——万步云梯淋漓汗天路踪迹两对半美篇[EB/OL]. <https://www.meipian.cn/lj6ncm6n>, 2020-07-25.
- [26] 8月游记, 徒万步云梯, 登梵净山顶[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1640677894051848696&wfr=spider&for=pc>, 2020-07-25.
- [27] 贵州梵净山国家级自然保护区生态旅游区控制性详细规划[EB/OL]. MBA 智库文档. <https://jz.docin.com/p-736167762.html>, 2020-07-25.
- [28] 杨萍. 梵净山旅游形象传播模式调查与分析[J]. 旅游纵览(下半月), 2017(2): 161-162.
- [29] 富士山[EB/OL]. 百度百科. <https://baike.baidu.com/item/%E5%AF%8C%E5%A3%AB%E5%B1%B1/744?fr=aladdin>, 2020-02-12.
- [30] 富士山情報オフィシャルサイト[EB/OL]. <http://www.fujisan-climb.jp>, 2020-02-12.
- [31] 富士山垃圾遍野日本首创“山之日”促环保[EB/OL]. [https://www.sohu.com/a/82831065\\_125484](https://www.sohu.com/a/82831065_125484), 2020-02-13.
- [32] 静岡県/自然保護課/富士山環境保全[EB/OL]. [http://www.pref.shizuoka.jp/kankyoku/ka-070/fujisanpage/main\\_j.html](http://www.pref.shizuoka.jp/kankyoku/ka-070/fujisanpage/main_j.html), 2020-02-13.
- [33] 三保松原. 关于三保松原文化创造中心“三保方向灯(MihoShirube)”[EB/OL]. <https://miho-no-matsubara.jp/lang/zh-cn/center>, 2020-02-13.
- [34] 保護富士責無旁貸[EB/OL]. Nippon.com. <https://www.nippon.com/hk/views/b00306>, 2020-02-15.
- [35] 富士山厕所[EB/OL]. <http://www.pref.shizuoka.jp/kankyoku/ka-070/fujisanpage/otherlanguage/zh/guide3.html>, 2020-02-16.
- [36] 富士山クラブ[EB/OL]. <https://www.fujisan.or.jp>, 2020-02-17.
- [37] 公益財団法人富士山をきれいにする会[EB/OL]. <https://www.sannichi-ybs.co.jp/fujisan>, 2020-02-17.
- [38] 静岡県环保宣传活动: 请您带回富士山的垃圾 2019 [EB/OL]. <https://fujisan.jp/Chinese.html>, 2020-02-17.
- [39] 富士山保全協力金/富士登山のルールとマナー/富士登山オフィシャルサイト[EB/OL]. <http://www.fujisan-climb.jp/manner/kyoryokukin.html>, 2020-02-17.
- [40] 静岡県富士宮市/日月俱樂部/株式会社富士山静養園[EB/OL]. <https://hitsuki-club.com/aboutus/index6.html>, 2020-02-18.
- [41] 富士山入選世界文化遺產的理由/世界遺產富士山究極指南[EB/OL]. <http://www.fujisan223.com/tw/reason>, 2020-02-20.
- [42] 富士山申遺成功开发保护陷两难[EB/OL]. <http://sports.sina.com.cn/outdoor/2013-06-24/08536351.shtml>, 2020-02-23.
- [43] 柳小正, 王秀海. 日本旅游资源开发与重构探析[J]. 现代日本经济, 2018(1): 73-83.
- [44] 富士山[EB/OL]. 维基百科. <https://zh.m.wikipedia.org/wiki/%E5%AF%8C%E5%A3%AB%E5%B1%B1>, 2020-02-24.
- [45] 把富士山融入日常生活的那些日本小物[EB/OL]. 日本邦. <https://www.ribenbang.com/2233844>, 2020-02-25.
- [46] 静冈名胜富士山观光: 在富士山世界遗产中心体验模拟登山! [EB/OL]. ANA. <https://www.ana.co.jp/zh/cn/japan-travel-planner/shizuoka/0000003.html>, 2020-02-27.
- [47] 三保松原. 静岡市三保松原文化創造センター(みほしるべ) [EB/OL]. <https://miho-no-matsubara.jp/center>, 2020-02-27.
- [48] NHK 纪录片《富士山》富士山为日本的象征之一, 在全球享有盛誉[EB/OL]. [https://k.sina.cn/article\\_6209134117\\_m17217de2503300so0x.html?from=ent&subch=oent](https://k.sina.cn/article_6209134117_m17217de2503300so0x.html?from=ent&subch=oent), 2020-02-28.
- [49] 张佳, 李东辉. 日本自然教育发展现状及对我国的启示[J]. 文化创新比较研究, 2019, 3(30): 155-158.
- [50] 日本培训富士山服务人员应对火山喷发疏散游客[EB/OL]. 新浪新闻. <http://news.sina.com.cn/w/2015-04-25/103731759515.shtml>, 2020-06-12.
- [51] For Climbers of Mt. Fuji, Supported by フジヤマ NAVI. <http://app.fujiq-resorts.com/fujitozan/knowledge/page/planning/lang/cn>
- [52] 山小屋情報/登山をより楽しむために/富士登山オフィシャルサイト[EB/OL]. [http://www.fujisan-climb.jp/hospitality/mountain\\_hut.html](http://www.fujisan-climb.jp/hospitality/mountain_hut.html), 2020-06-20.
- [53] 富士山五合目情報[EB/OL]. <http://www.fujiyama5.jp/index01.html>, 2020-06-20.

- 
- [54] レジャーみやげ店一覧[EB/OL].  
<http://www.fujigoko.tv/search.cgi?key=%83%8c%83%57%83%83%81%5b+%82%dd%82%e2%82%b0%93%58>,  
2020-06-20.