

江苏省周庄风景区游客清洁生产活动研究*

朱国伟

陆小明

(南京农业大学土地管理学院 南京 210095) (南京师范大学地理科学学院 南京 210097)

摘要 从优化农村景区旅游业生产过程着手,以江苏省深居乡野的周庄风景区游客清洁生产活动为例,通过意愿调查法分析游客清洁生产行为的特点,揭示清洁生产对农村生态、经济、社会可持续发展的价值,并提出旅游业风景区游客清洁生产发展的对策。

关键词 风景区游客 清洁生产 意愿调查法

Study on activity in cleaner production of tourists in Zhouzhuang Scenic Spot. ZHU Guo-Wei (College of Land Management, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095), LU Xiao-Ming (College of Geographical Science, Nanjing Normal University, Nanjing 210097), *CJEA*, 2002, 10(3): 129~131

Abstract Based on the region system relativity and the study on the production process of countryside tourism, this paper gives the contingent valuation method in original Zhouzhuang Scenic Spot, analyses the character of cleaner production and the valuation related to sustainable development of ecology, economy and society, and at the same time provides the suggestion for the cleaner production in tourists in the scenes.

Key words Tourist in the scene, Cleaner production, Contingent valuation method

清洁生产是指一种一体化的预防性环境战略不断运用于工艺和产品,以期减少对人体和环境的风险,它也被称为低废和无废技术,废物最少化和废物削减。1995年世界经济合作发展组织(OECD)对清洁生产的定义未包括第三产业的清洁生产,旅游业是第三产业的支柱产业,“食、住、行、游、购、娱”等环节无不与环境密切相关,目前我国在风景区开展清洁生产研究尚处于试点试验阶段。周庄风景区是江苏省确定的第三产业清洁生产试点单位之一,周庄深居乡野,座落在太湖的东南方,东临上海市,北濒苏州市,东南与古都杭州相望,古镇周庄迄今已有900余年的历史,曾是明朝首富沈万三的发迹之地,因其深居乡曲,幸免于历年战乱才得以保存了明清时期江南水镇的盎然古韵,“中国第一水乡”便是周庄风景区的旅游形象定位,明清民居和小桥流水作为周庄风景区的核心构景要素吸引了众多的国内外游客,其主要客源集中在上海、苏南、浙江等华东地区。本项调查风景区游客清洁生产活动采用了问卷面访意愿调查法,问卷主要针对4方面内容设计,一是关于公众对清洁生产的熟悉度,包括公众对清洁生产内涵的认识,公众对清洁生产活动意义的认识以及公众将以怎样的行动支持风景区清洁生产活动等;二是绿色风景区审核指标问题,包括绿色风景区达标应审核的主要项目及其指标,江苏省将会有哪些达标风景区等;三是公众出游选择风景区时优先考虑的因素;四是公众在开展清洁生产前后旅游支出涨幅调查,包括此次出游实际开支额,再次光临时意愿开支额,公众为整治风景区意愿捐赠额等,然后根据个案及调查资料的统计结果,结合公众清洁生产活动的若干现状,分析得出公众清洁生产意识及行动特点,为进一步推进风景区清洁生产工作开展,均衡生态、经济和社会效益,发展乡村特色经济提供参考依据。

1 周庄风景区游客清洁生产活动特点

江苏省周庄风景区游客清洁生产活动的基本特点一是随着可持续发展思想的不断深化,通过各种途径清洁生产已渐为更多人所知晓,但理解较片面,首先是公众对第一、第二产业清洁生产了解较多,但对第三产业清洁生产活动知之甚少,清洁生产活动进程体现了人类的需求层次,即优先被意识到并投入清洁生产的均与人类生理健康密切相关,如第一产业中农副业产品的清洁生产,工业生产中“三废”的治理,通讯、医疗、保健等器材的电磁辐射,汽车尾气的处理,环境噪音的控制等,而审美、文化、心理层面上的清洁生产如影视、

* 2000年江苏省环境保护科技资金项目部分研究内容

收稿日期:2001-11-04 改回日期:2001-12-23

服装、旅游等产业的清洁生产滞后,因而公众的理解自然局限于与个人生理安危密切相关的领域;其次是公众对第三产业中旅游业的清洁生产理解较肤浅,旅游业清洁生产至少包括食、住、行、游、购、娱及信息管理等,概括而言包括旅游风景区的基础设施和科学管理两大部分,而游客在回答“您认为该风景区开展清洁生产要做好那些工作?”时几乎98%的游客都提到“注重绿化”、“管好垃圾”,85%的游客提到“食宿卫生”、“不吸烟”等问题,而只有少数受过大专以上学历的游客才提到“保护风景区原有风格”、“合理把握商业气息的度”等深层问题,可见受教育程度也是导致游客清洁生产意识差异的重要影响因素;再次公众对风景区清洁生产的社会效益认识不足,被访者在回答“您认为开展绿色清洁生产活动的意义有那些?”问题时,近75%的游客同意“风景区清洁生产可以吸引游客,创造品牌效应,赢得更高的经济效益”,60%的游客同意“保护优化生态环境”,而只有15%的游客同意“纯净、丰富游客的旅游体验,渗透清洁生产与可持续发展思想”。二是游客清洁生产个人行为从众,而对他人缺乏信心,游客是旅游活动的主体,同时也应是风景区清洁生产的主体,这样才能把清洁生产的经济、生态和社会效益三者结合,通常风景区主管部门通过制定规章制度来管理游客的行为,而当前执法行为的不力和监督机制的不健全导致了游客行为更多地受个人生活习惯支配,且在公众场合又表现出从众行为。公众在回答“您将会怎样配合该风景区的清洁生产活动?”问题时,35%的游客认为自己会把垃圾“随手扔掉”,65%的游客认为自己“不会乱扔垃圾”,也有些游客坦白承认“在别人乱扔垃圾没关系时,自己也没必要认真”。在回答“您认为别人会怎样参与该风景区的清洁生产”问题时,被访者认为约60%的人能做到“不乱扔垃圾”,该比率低于65%的自我估计值,表露游客对他人支持清洁生产活动的信心不足。根据个案和调查资料统计显示,许多被访者认为这种对公众缺乏信心的从众心理十分危险,人们在不自觉的行为中破坏环境却心安理得毫无负疚感,这对形成良好的公众舆论十分不利,有关部门需引起高度重视。三是游客对风景区清洁生产寄予很大希望,一般游客热心于公益捐赠,周庄风景区以明清民居和小桥流水为其核心构景要素,因而风景水的优劣与周庄风景区的可持续发展息息相关,目前景区风景水已出现许多问题如河道淤积、水质退化、水生生物消逝、自来水有异味等,尽管主管部门对风景水也进行治理如清捞悬浮垃圾等,但这仅限于初级处理,游客对风景水治理工作却表现出极高的热情,从个案和调查统计结果看,100%的游客愿意捐赠,数额5~100元不等,其中意愿捐赠额占此次出游总开支10%以上的占游客总人数的45%,平均意愿捐赠额占总开支的14.44%,达人均21.25元,即便是再次光临周庄而不愿增加开支的游客,他们的意愿捐赠额也占其总开支的6.17%。游客再次光临周庄时因风景区清洁生产活动的开展愿意增加支出,游客寄希望于清洁生产活动还表现在他们重游周庄风景区时的意愿增支率上,相比较而言,游客在车费上的意愿增支率最低,仅上涨了9.58%;门票的意愿增支率为33.96%,其中仍有近35%的游客因重游或价格太高而不愿买沈厅门票;购物意愿增支率为35.89%,而特色消费包括游船、快艇等水上娱乐活动的意愿增支率则高达222.12%,远高出37.5%的平均意愿增支率。四是清洁生产事业促进公众旅游消费,风景区清洁生产活动是满足游客发展需求的建设性投资活动,据统计资料显示,游客在选择风景区时优先考虑的因素按照其重要程度依次为食宿方便卫生程度>旅游经费可承受度>风景区自然风光优美度>出游的动机>交通便捷度>绿化达标率>空气清新度>风景区人文积淀>旅程时间限度>特色商品丰富度>休闲、娱乐参与度>水环境状况>社会人际友善度>风景区的知名度等,公众除对基本生活条件有所要求外,对景区的环境、治安、社会风尚提出了更高要求,这说明该选择序列具有其特殊性,如“风景区知名度”在皖南黄山游客眼中十分重要,因为各风景区的游客实际已经是经过价值审断之余不期所致。清洁生产所带来的良好经济效益是推动企业开展清洁生产活动的动力之一,旅游业的增长同样依赖于清洁生产活动的深入开展,通过对调查资料统计分析得出游客在风景区开展清洁生产活动前后的实际开支与再次光临时意愿增支对照见表1,由表1可知特色消费从人均10.40元增至人均33.50元,增支率高达222.12%,远远

表1 清洁生产活动对公众人均旅游消费开支的影响*

Tab. 1 The comparison of every tourist consumption influenced by cleaner production

项目 Items	门票 Ticket fee	购物 Buying	车费 Traffic fee	特色消费 Special consumption	合计 Total
清洁生产前/元	26.50	46.75	62.65	10.40	147.20
清洁生产后/元	35.50	64.75	68.65	33.50	202.40
增支率/%	33.96	35.89	9.58	222.12	37.50

*周庄风景区交通便捷,大多为1日游客,故住宿开支未作统计。

超过37.50%的平均增支率,而特色消费开支在总开支额中的比重由7.07%增至16.55%,增长率为134.09%,故特色消费应作为潜力最大的重点开发项目。

2 风景区清洁生产发展对策

风景区清洁生产发展对策一是风景区基础设施达标为开展清洁生产的前提,科学定位分析是风景区可持续发展的保障,旅游风景区的可持续发展依托于风景区科学的旅游形象定位、客源定位、旅游产品定位等一系列战略决策;风景区的交通、通讯、宾馆等配套基础设施的等级、规模必须与战略性决策相吻合,以期形成强大的合力,发挥优势,提高经济、生态和社会效益;科学制定审核指标,定期考核,风景区基础设施建设的审核、验收必须依据一定的指标,而指标是依据风景区的科学定位所制定的,在制定指标过程中应协调好实事求是和发展性原则的关系,基础设施建设因其具有长期性、不易变更性等特点,故科学管理是弥补基础设施老化的有效措施,定期考核、机动验收是促进风景区发展的保障,主管部门在建设好风景区基础设施的同时,还要协调好风景区与周边企业生产活动、农事活动的关系,努力做到优势互补,和谐、持续发展。二是强化管理,管好基础设施是前提,管好人员是风景区清洁生产之根本,人类是开展清洁生产活动的主体,只有游客和风景区工作人员共同致力于清洁生产活动,才能保证风景区可持续发展,游客的清洁生产活动作为个人行为主要包括风景区内垃圾的妥善处理,公共场合不吸烟,不乱刻划,爱护绿化,多去清洁生产达标的单位消费,间接鼓励、支持清洁生产活动,注意市民形象,努力建设风景区的优良社会风尚等。从调查统计结果看,95%的游客愿意自觉遵守风景区清洁生产的规章制度,主管部门一定要充分调动游客的积极性,将制定好的规章制度宣传到位,并深入到每位游客中去,可适当运用广告牌或将提示性标语安排在门票以及游园内的适当部位等。游客管理工作需依靠游客的自我管理,首先是每个人都自觉管理好自己,其次是依靠游客间的相互监督,努力营造正确的舆论导向,提高游客遵守游园规章制度的自觉性。此外为加强管理力度,适当的奖惩是必要的。注重清洁生产人员的培训和教育是开掘人力资本潜力的主要途径,对风景区工作人员的教育培训和对风景区游客的提醒、宣传、教育同等重要,凡旅游名胜区或具有可持续发展潜力的旅游风景区均应具有一流的服务理念,即将丰富、提升游客的审美情趣作为风景区旅游服务系统工作的中心任务,将时尚的服务理念、新的服务技术运用到风景区管理中,必须强化教育、培训这个中心环节,且应从幼儿早期教育开始培养清洁生产、环境保护意识,使每个公民真正热爱大自然,自觉保护生态环境,从而实现旅游风景区可持续发展。

参 考 文 献

- 1 洪大用. 我国公众环境保护意识的调查与分析. 中国人口、资源与环境, 1997 (2): 27~29
- 2 李耀新. 上海市公众可持续发展意识的调查与分析. 中国人口、资源与环境, 1998 (4): 81~83