

旅游特色小镇同质化困境及其破解

——以云贵川地区为例*

熊正贤^{1,2}

(1.长江师范学院 武陵山区特色资源开发与利用研究中心,重庆 408100;
2.长江师范学院 武陵山片区绿色发展协同创新中心,重庆 408100)



摘要:资源禀赋依赖、规划团队依赖、行政过度干预、社会资本介入等原因,导致旅游特色小镇的同质化现象已经普遍存在。云贵川地区旅游类特色小镇比重较大,同质化现象比较明显,但同质化竞争未必导致效率低下。大理喜洲以建筑抢眼,靠文化制胜;千户苗寨以业态完整,靠规模制胜;洛带古镇以历史厚重,靠创意制胜的建设经验验证了特色小镇的“个性生存”法则。基于此,提出三点建议:一是科学设计“适度距离”,优化特色小镇的空间布局;二是建立“跨省对话”机制,预防同质竞争于“未然”;三是规范设计“门槛条件”,使特色小镇级别与禀赋级别对号入座。

关键词:旅游特色小镇;同质化;城镇化

中图分类号:F590.1

文章编号:1007-4074(2020)01-0123-08

基金项目:国家社会科学基金规划项目(17BMZ099)

作者简介:熊正贤,男,博士,长江师范学院武陵山区特色资源开发与利用研究中心教授,博士后合作导师。

一、引言

近年来,特色小镇作为我国新型城镇建设的创新模式和乡村振兴的重要推手,在风靡全国的同时,开始显现“千镇一面”的同质化现象,如规划设计相互模仿,“产业产品”如出一辙,开发项目重复建设等现象开始涌现,由此导致特色小镇建设效益低下,产能过剩。这种现象已经引起了国家和社会各界的关注,住房和城乡建设部原副部长刘志峰指出特色小镇建设需要降降温,重复、交叉、同质化问题比较严重^[1]。2018年9月,国家发改委下发的《国家发展改革委办公厅关于建立特色小镇和特色小城镇高质量发展机制的通知》

提出特色小镇将采用创建达标制,由“多而广”向“小而精”发展转变。

旅游特色小镇具有历史积淀性和发展惯性,其类型和资源禀赋多数是历史形成的或是自然积淀起来的,相似的资源禀赋必然形成相似的特色小镇,且短期内难以进行大的调整,其同质化弊病具有不可回避性,但是同质化现象一定会导致效率低下吗?从自然界的现象来看,银河系有数千亿颗类似于太阳的恒星,太阳系有9大类地的行星,他们在各自的轨道上正常运行,很少出现“越轨”现象而影响其他天体的运行。从文化现象来看,某些相同的民族文化由于两地之间恰当的距离,以及所处的外部自然环境和社会环境不同,也出现了“美美与共,各美其美”的共存格局。种种

现象表明:同质化现象不论是自然界还是社会界,都是普遍存在的,同质化的两个事物未必不能“共存”。那么共存的背后存在哪些科学规律呢?

国外学者针对同质化问题很少直接阐述其规律,早期的理论多从差异化策略角度提出对策建议,E.H.Chamberlin 认为,差异化发展战略是企业争夺市场份额的重要手段,能增强企业的垄断力^[2]。Michael E. Porter 提出,企业要开发有差别又有市场的产品,才能实现盈利^[3]。近年来,有部分学者从资源禀赋、文化特质角度探索同质化问题,如 DLND Jesus 通过对土著社区旅游经济的观察,认为旅游开发导致了社区的退化加剧,但文化的同质化和大众化对土著文化的复兴和维系具有价值^[4]。F Ding, T Ma 认为随着旅游目的地规模的增加,景区同质化现象导致目的地形象趋同和竞争力下降,由于共同的文化背景、资源和环境,产品同质化是普遍存在和不可避免的,同质化区域的发展差异与开发强度有关。差异化发展要从总体规划入手,综合考虑资源特征、类型、结构、分布和形成^[5]。国内学者对同质化的研究以旅游景区、旅游文化为主,如周大鸣认为民族旅游的同质化现象有三种情况,景区的同质化、旅游商品的同质化、族群的同质化,并提出以文化多样性破解同质化倾向^[6]。李明瀚认为我国旅游小镇、温泉度假、旅游纪念品等存在激烈的同质化竞争,主要原因是缺乏专业人士和旅游开发经验,导致相互模仿^[7]。谢正发、郑志宏以重庆 816 三线军工特色小镇为例,从同质化的规避和差异化的发展角度阐述军工文化资源的独特性^[8]。

综上所述,现有研究对同质化问题关注较少,现象的表述多于理论构建,经验总结多于问题剖析。本文在系统梳理特色小镇同质化特征和形成机理的基础上,以云南喜洲古镇、贵州西江千户苗寨和四川洛带古镇为例进行对比分析,为我国特色小镇百花齐放的发展提供理论遵循和实践引导。

二、旅游特色小镇同质化的基本特征

基于云贵川三省的系统调查,发现旅游特色小镇同质化的基本特征既有外在表象,也有内在

原因,形成机理上受到资源、规划、行政和资本等多重约束。

(一)外在表象

从外在表象来看,特色小镇的同质化现象表现为四个方面。

表象一:旅游商品千篇一律。“吃”方面,多数特色小镇没有开发出本地独特的饮食产品,部分小镇有 2~3 种零零散散的本地特色小吃或本地菜,更多的饮食商品是家常菜和普遍性的小吃,如回锅肉、水煮鱼、辣子鸡丁、鱼香茄子、麻辣鸡块、酸脆萝卜等。“住”方面,多数旅游类特色小镇以重建、仿建为主,民俗旅馆较多,建筑风格雷同,除了居住功能之外,本地文化符号的融入性较差,很难给游客留下深刻印象。“行”方面,多数旅游特色小镇交通方式简陋,公交线路不全,的士车辆少,面包车,黑的士成为主要交通工具。部分知名度较高的旅游类特色小镇有旅游观光车和游览车,但缺乏特色。“购”方面,旅游纪念品通常是规模化生产,大众化品味,由工厂统一生产,然后分发到各旅游景区,导致大面积的景区都是类似的旅游商品,景区内的整条街都是类似的旅游纪念品,让游客的审美极为疲倦。土特产方面,如腊肉、牛肉干、药材等带有地域特色的产品,由于“流动性商贩”的存在,也逐步失去了地域标签,变成了遍在性商品。

表象二:建筑风格千镇一面。有历史文化背景的特色小镇,热衷于青砖瓷瓦和仿古建筑,有民族文化背景的特色小镇热衷于民族风格,重建吊脚楼,修旧如旧,墙体统一格调,重新粉刷,真真假假,让游客无所适从,毫无惊喜感。甚至有些店铺门窗、墙壁、屋顶都是一种模式,店铺货架、牌匾也一模一样,给人一种走错店的感觉,来也匆匆,去也匆匆。

表象三:开发项目如出一辙。有自然山体的特色小镇热衷于建玻璃栈道,缆车等旅游项目,有自然水体的特色小镇热衷于建漂流、泳池、垂钓等项目,没有特色资源的地区,就仿建,重建古城、古镇,制造步行商业街,做商业地产。“娱乐”项目方面,歌吧、迪吧、酒吧林立,娱乐方式大同小异。让人有“一叶知秋”“五岳归来不看山”的感觉。

表象四:经营模式如法炮制。多数特色小镇开发企业都不是做自己的本行,属于跨行经营,有

做汽车的,做零售的,做地产的等多种属性的企业,进入特色小镇领域后,没有成熟的经验,没有专业技术团队,有些是为了拿地,有些是为了获取税收减免优惠政策。拿到特色小镇开发项目之

后,到处观摩学习,剽窃抄袭,短时间内就形成了一套经营模式,最终导致大多数特色小镇的经营模式和盈利模式基本相同,毫无创意。如图 1 所示。

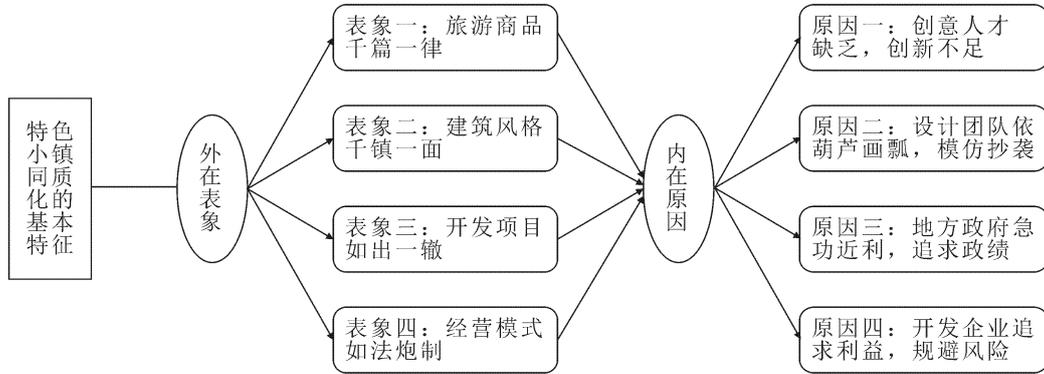


图 1 旅游特色小镇同质化建设的基本特征

(二)形成机理

特色小镇同质化现象背后有其内在的形成机理。四大制约因素促使同质化现象的形成,分别是资源禀赋、规划团队、行政力量、社会资本。

一是资源禀赋依赖。资源禀赋是特色小镇形成的基础,有些特色小镇依靠深厚的历史文化,有些特色小镇依靠鲜明的民族文化,有些特色小镇依靠良好的自然资源、有些特色小镇依靠原有的产业园区基础。这些资源禀赋在特色小镇申请时起到了重要作用,但是在建设过程中也会导致发展惯性和路径依赖,对后续的发展带来不利影响,尤其是排他性不强,独特性不足的资源禀赋很容易被观摩学习和模仿(如民族文化,公共文化资源,农产品等),这成了特色小镇同质化现象的重要原因之一。

二是创新团队依赖。开发设计是特色小镇的灵魂,规划团队的创新性是关键,有些规划团队每年手中的规划项目数十个,创新团队成员寥寥几人,或是服务外包,或是拉郎配完成任务,创新供给严重不足,于是采取“依葫芦画瓢”的方式,将国外的开发模式照搬照抄用在国内的特色小镇之中去,将发达地区的模式用在西部欠发达地区中去,将 A 省的模式套在 B 省的特色小镇之中去,结果是同一模式遍地开花,同质化成必然。无独有偶,地方政府在选择设计团队时,陷入“拥挤餐馆”陷阱(吃饭拥挤的地方就是味道好的地方),往往选择居“庙堂之高”的大学或科研院所,“高、大、上”

几乎成必然选择,而忽略了地方性本土人才的使用,导致规划设计偏离实际、偏离本土、偏离特色。

三是行政过度干预。行政力量的干预导致特色小镇的规划设计和建设风格成为“个人喜好”的产物,西部地区的特色小镇基本上属于政府主导建设模式,资金投入、建设风格、政策倾斜、项目设计都离不开关键领导的决策,这些干预的思维来自他们的个人素养、或观摩学习后的感悟,或者“拍脑袋”行为,而真正懂行又具有创新性的领导毕竟是少数,在任期政绩的驱使下,难免会形成过度干预,比速度、比数量、比规模,而忽略发展质量,最终导致与其他特色小镇重复建设,陷入同质化发展陷阱。

四是社会资本介入。社会资本是特色小镇建设的主要驱动力,但是“圈地”“圈利”型开发企业是多数,或为商业地产而来,或为优惠政策而来,他们的目的是“逐利”。由于开发新的项目要花费巨资,尤其创新性项目需要承担巨大风险,因此,这些企业一旦接下特色小镇开发重任之后,往往会选择成熟稳妥的建设和经营模式,实现稳步盈利,很少有企业投入大量资金和精力去创新。部分开发公司信息灵通,通过低价方式和特惠招商进来之后,基本不投资,坐地观望,等待被政府赎回,或等待被其他企业收购,留下陈旧的基建、破烂的道路、淘汰的项目给后来者,玩“金蝉脱壳”,给特色小镇带来“一地鸡毛”。如图 2 所示。

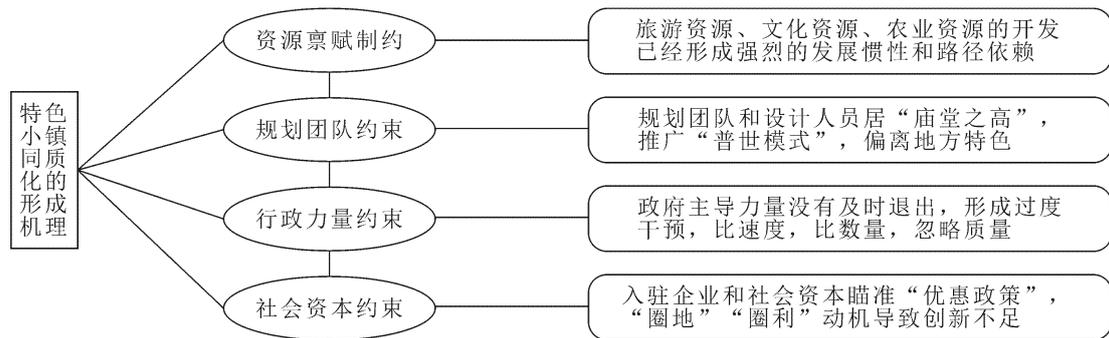


图 2 特色小镇同质化的形成机理

三、云贵川旅游特色小镇的“个性生存”法则

(一) 云贵川旅游特色小镇总体概况

云南、贵州、四川三省共计入选第一批、第二批国家级特色小镇 48 个，入选国家体育总局的体育特色小镇 10 个，其中以旅游、文创、康养、体育

运动等为主导产业的特色小镇 34 个，占总数的 58.6%，此外，还有不少以观光农业，休闲农业为重要支撑的特色小镇，如遵义市湄潭县永兴镇以茶叶生产和销售主导，但也在加强开发茶叶观光旅游产业，一些小镇以特色农业加工业为主导，但旅游融合趋势比较明显，如遵义茅台镇。由此可见，云贵川地区特色小镇旅游化和泛旅游化趋势明显，见表 1。

表 1 云贵川国家级旅游特色小镇基本情况

地区	特色小镇名称	特色小镇产业类型	特色小镇级别	
云南省	1 红河州建水县西庄镇	旅游、特色农业	国家住建部公布的国家特色小镇(2016—2017)	
	2 大理州大理市喜洲镇	旅游		
	3 西双版纳州勐腊县勐仑镇	旅游		
	4 保山市隆阳区潞江镇	旅游		
	5 保山市腾冲市和顺镇	旅游		
	6 楚雄州姚安县光禄镇	旅游、有机蔬菜		
	7 大理州剑川县沙溪镇	旅游与特色农业		
	8 迪庆州香格里拉市建塘体育休闲小镇	休闲旅游与体育运动	国家体育总局公布的首批体育特色小镇(2017)	
	9 红河州弥勒市可邑运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动		
	10 曲靖市马龙县旧县高原运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动		
	11 昆明市安宁市温泉国际网球小镇	休闲旅游与体育运动		
四川省	1 成都市大邑县安仁镇	旅游与文创产业	国家住建部公布的国家特色小镇(2016—2017)	
	2 攀枝花市盐边县红格镇	康养与旅游产业		
	3 宜宾市翠屏区李庄镇	旅游		
	4 雅安市雨城区多营镇	藏茶文创产业		
	5 阿坝州汶川县水磨镇	旅游		
	6 成都市龙泉驿区洛带镇	文化旅游产业		
	7 自贡市自流井区仲权镇	彩灯文创和旅游		
	8 眉山市洪雅县柳江镇	休闲度假与旅游		
	9 甘孜州稻城县香格里拉镇	旅游		
	10 绵阳市江油市青莲镇	旅游与休闲养老		
	11 达州市渠县龙潭乡賸人谷运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动		国家体育总局公布的首批体育特色小镇(2017)
	12 广元市朝天区曾家镇运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动		
	13 德阳市罗江县白马关运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动		
	14 内江市市中区永安镇尚腾新村运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动		

表 1(续)

地区	特色小镇名称	特色小镇产业类型	特色小镇级别	
贵州省	1 安顺市西秀区旧州镇	旅游		
	2 黔东南州雷山县西江镇	旅游与文创产业		
	3 铜仁市万山区万山镇	旅游与文创产业		
	4 黔西南州贞丰县者相镇	旅游	国家住建部公布的国家特色小镇(2016—2017)	
	5 黔东南州黎平县肇兴镇	旅游		
	6 安顺市镇宁县黄果树镇	旅游、蜡染产业		
	11 贵阳市花溪区青岩镇	旅游		
		8 遵义市正安县中观镇户外运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动	国家体育总局公布的首批体育特色小镇
		9 黔西南州贞丰县三岔河运动休闲特色小镇	休闲旅游与体育运动	(2017)

注:根据国家住建部和体育总局公布特色小镇名单整理,产业类型根据作者调查走访及地方政府官方提供资料整理。

(二)同质竞争背景下云贵川典型旅游特色小镇的制胜法则

西南地区的国家级特色小镇中,旅游类特色小镇所占比重最高,但同质化现象也明显存在,本文从云贵川三省各选取一个典型的旅游型特色小镇,分别是云南的大理喜洲、贵州的西江镇和四川的洛带古镇。上述三个特色小镇都以旅游为主导

产业入选了第一批或第二批国家特色小镇,它们在商业模式、旅游产业链方面具有很强的相似性,但它们在文化内核、建筑风格、产业业态方面又具有各自的“个性”特征,见表 2。从实践来看,这三个旅游型特色小镇都很成功,社会知名度都较高,属于国内知名旅游目的地。下面从“个性”特征和“生存法则”方面归纳其原因。

表 2 大理喜洲、西江千户苗寨、洛带古镇的个性比较

	大理喜洲	西江千户苗寨	洛带古镇
文化内核	历史文化:南诏大理国文化 商帮文化:蜀滇缅印古道文化 白族文化:白族风情与工艺文化	村寨文化:苗族村寨群 苗族文化:服饰、习俗 工艺文化:银饰、蜡染	历史文化:会馆祠堂 客家文化:客家迁徙 艺术文化:文化创意
建筑风格	白族传统建筑风格,如“三坊一照壁”“四合五天井”等建筑随处可见。	苗寨建筑群,吊脚楼,青石板,穿斗式木结构房屋,依山傍水。	四大会馆、客家博物馆和客家公园、清代建筑群。
产业业态	旅游休闲,业态比较丰满。特色项目有严家大院,三道茶表演,四方街等。饮食有喜洲粑粑,玫瑰酿和桃花酿等。各种商贩、个体户人数众多,商业氛围浓厚。	旅游门票、客栈住宿、餐饮、演艺节目、银饰、蜡染等。商贩云集,个体户众多,众产业呈融合态势。	古镇观光、客家建筑大观园、文创企业、文创品商店、民宿客栈、文艺名家名人工作室等,商务会展博览产业等。

注:根据作者的调查和各特色小镇的内部资料整理。

1.大理喜洲:建筑抢眼,文化制胜

云南省大理喜洲古镇是第一批国家级特色小镇,地处云南大理北部,是我国最为典型的白族历史文化名镇,也是云南省著名的侨乡之一,人口 6 万多,白族人口占 90% 以上,是以白族为主体的民族类型建制镇。大理喜洲于 2016 年入选第一批国家特色小镇,也是云南省重点打造的一流特色小镇。2017 年,大理喜洲古镇农村经济收入达 52 亿元,接待国内外游客 344 万人次,旅游收入达到 2 亿元,农村居民可支配收入为 14 862 元。

大理喜洲在众多古镇中脱颖而出,其“个性生存”法则有两个:一是白族建筑风格抢眼,大理喜洲的民居建筑保存完整,与周边自然环境浑然一

体,街巷空间感很强,生活气息浓厚。清朝末年,喜洲工商业的繁荣发展带来了外来文化的融入,建筑文化形成了独具一格建筑风格,喜洲古镇的建筑以古建筑院落和白族传统风格为主,典型代表有“四合五天井”和“三坊一照壁”。二是白族文化制胜。典型文化有南诏大理国历史文化,蜀滇缅印古道文化商帮文化以及白族习俗与工艺文化。大理喜洲是唐代南诏故都,是南诏时期的十险之一,具有深厚的南诏历史文化。西汉时期,蜀滇地区开通了一条对外商道,即从四川通往印度的古道,历史上称为“蜀身毒道”“蜀滇缅印古道”,学术界将其称为“西南陆上丝绸之路”。从四川开始,经过昆明、大理,至腾冲,经缅甸、印度,阿富

汗、直至地中海地区。20 世纪 40 年代,喜洲商帮有鹤庆祥、永昌祥、复春和和鸿兴源等 100 多家,有行商 200 多家,商帮文化极为活跃。白族人的雕刻技术和绘画艺术历史久远,名扬中外,习俗方面的婚丧嫁娶,节庆习俗文化特色鲜明,“三道茶”是其特有的待客礼节。最为重要的是,在金庸的笔下,“大理国”的印象家喻户晓,这为大理喜洲的文化穿透和传播增添了底色,很多游客慕名前往,只为一睹南诏大理国故都的风采。白族独特的建筑风格和白族风情又以大理喜洲尤为典型,让人有一种“了解白族,必去喜洲”的感觉。基于此,以自然风貌、建筑风格、白族风情、文化风味为基础,形成集旅游休闲、观光、饮食、娱乐、住宿于一体的旅游产业链就水到渠成了。

2. 千户苗寨:业态完整,规模制胜

贵州千户苗寨是第一批国家级特色小镇,位于黔东南州雷山县西江镇境内,全寨 99.5% 的居民为苗族,由东引、也通、平寨、南贵、养嵩、羊排、欧嘎、也东八个自然苗寨组成,区域面积 5 平方公里。2017 年,西江苗寨参与各种旅游就业的村民超过 1000 人,西江苗寨从事旅游经营的农户家庭超过 500 户,苗寨内居民人均年收入达到 22100 元,户均收入达到 86190 元^[9],真正意义上实现家家户户脱贫致富。

千户苗寨不是我国苗寨村寨的唯一代表,全国范围内,类似的苗寨数量很多,但最为知名的,旅游开发最为成功的当属千户苗寨。归纳其原因,有以下几点制胜法宝:一是业态完整。千户苗寨拥有优美的自然风光、典型的苗族文化、独特的苗族建筑、成熟的文化展示项目等,景区山清水秀,空气清爽,景区内的文化旅游项目非常丰富。苗寨有苗族飞歌、银饰制作技艺展示、苗族酿酒技艺展示、苗族蜡染技艺展示、苗族刺绣技艺展示、苗族农耕文化参观、农民画家体验、苗族文化博物馆、祈福体验仪式、苗族原生态歌舞表演、苗族生态芦笙舞蹈表演、苗族情歌对唱、斗鸟、鱼酱酸制作工艺与讲解、苗族狩猎文化及腊肉制作工艺讲解等 28 个项目,让游客目不暇接。此外,景区内商户云集,全国各地的中小企业,个体商户车水马龙,汇集在千户苗寨,本地居民返乡创业热情高涨、邻近居民进寨务工人员逐年增加,演艺表演、特色饮食、客栈住宿、特产销售、工艺制作、照相摄

影等产业业态非常成熟而丰满。二是规模制胜。千户苗寨赖以成名的法宝是其“苗寨规模”,全国各地零零散散的苗族村寨不计其数,湖南、湖北、重庆和贵州东北部,贵州东南、黔南和广西北部、四川、云南和广西西部都有苗寨村寨的分布,甚至美国、澳大利亚、加拿大等国家也有苗族聚落的分布,但连片的苗族建筑群达到 1000 户以上规模的只有西江苗寨,而且其中大多数还是原存建筑体,这是任何其他苗寨无法比拟的,这给游客带来无比震撼的心理冲击和视觉感知,因此,我国知名学者余秋雨先生赞誉道:“看西江而知天下苗寨”。无与伦比的苗寨规模,丰富多彩的苗族文化展示项目,加上成熟丰满的文化旅游业态,成就了千户苗寨“人有我全,人小我大”的旅游开发模式。

3. 洛带古镇:历史厚重,创意制胜

四川洛带古镇是第二批国家特色小镇,位于成都市龙泉驿区境内,是国家 4A 级旅游景区、全国首批特色小镇。全镇面积 43 平方公里,城镇规划区 12.36 平方公里,建成区 3 平方公里;常住人口 5 万人,户籍人口 2.9 万人,其中 90% 为客家人。国家领导人贾庆林、李长春、贺国强等同志先后视察洛带镇并给予肯定。近年来,洛带镇年均接待游客 500 余万人次,近 3 年实现旅游收入 31 亿元、文创收入 7 亿元,实现新增就业 5000 余人,农村就业人口占全镇就业人口的 40% 以上,旅游就业带动效果良好(根据洛带镇人民政府提供的资料整理)。

洛带镇的成功之道主要体现在两个方面:一是历史文化有厚重感,且展示较为充分。洛带汉时成街、三国兴市,唐宋有关典籍中正式出现洛带镇名称,千年未更名,“一街七巷子”格局千年未变。拥有宋真宗赐名“瑞应禅院”——千年燃灯古寺等古建筑,是成渝古商道桥头堡,自古为巴蜀名镇,文脉传承千年。洛带是“西部客家第一镇”,1686 年,康熙颁诏,客家人“湖广填川”迁徙洛带,形成客家文化特色。拥有明清客家建筑群 50 余万平方米,国家级文保单位四大会馆享誉全国,客家祠堂近 50 个,客家文化博物馆 12 个,客家文化非物质文化遗产 11 项,客家古村落 2 个,本地居民至今保持客家乡音。二是洛带镇以创意制胜,并不断创新发展。洛带是国家文化产业示范基地。先后引进社会资金 45 亿元,吸引 500 余家文

创企业、文创品商店、民宿客栈等,集聚,吸引赵树桐、张修竹等 20 余名文艺名家名人工作室落户,初步形成文化产品研发、制造、体验、消费产业链。近三年来,第三届中国汽车财经论坛、全国科研类飞行器挑战赛、中法(成都)生态园国际合作投资推介会等近百场商务会展博览活动相继在洛带举办。2017 年 8 月,首届中国(西部)特色小镇创新发展论坛在洛带举行,不知不觉中,洛带成为了成都近郊商务会展博览的首选地。站在深厚历史文化的肩膀上,增添文化创意的翅膀,洛带镇充分展现了自身魅力和发展潜力,是传统文化与现代创意相结合的特色小镇代表。

四、结论与启示

从经济学角度,只有一个特色小镇存在的区域会形成垄断,导致效率低下,而多个同质性特色小镇存在的区域会导致激烈竞争,甚至恶性竞争,也会导致效率低下,因此,“度”的把握就非常关键。本文在大量实地调研的基础上,系统梳理了特色小镇同质化的表象形式和形成机理,认为旅游特色小镇同质化竞争不可避免,但只要能满足以下条件,它们就可能“共存”:一是空间距离的控制,各特色小镇的“有效辐射”空间要保持足够大,否则就会导致交叉重叠,恶性竞争。根据国家发改委、住房和城乡建设部的规划,到 2020 年,我国将培育 1000 个国家级特色小镇,在目前我国已经公布的 403 个特色小镇中,旅游发展和历史文化型特色小镇占比超过了 50%,按此比例,到 2020 年,我国旅游文化类特色小镇数量将达到 500 个以上,用我国国土面积除以特色小镇个数,并假设小镇以圆为方式向外辐射,每个国家级特色小镇辐射周边区域约 1.9 万公里,辐射半径为 780 公里,才不会出现空间重叠。前述的大理喜洲、千户苗寨和洛带古镇之间的距离也验证了各小镇之间空间距离的重要性;二是“个性魅力”是旅游特色小镇的第一生存法则。个性魅力的展示类似于无线电的“发射频率”,两个相似的特色小镇对外辐射一定要“调频”,不然就会相互干扰。如果“同”不能避免,那么“异”就必须突出。

从提高“存活率”的角度,同质化背景下旅游特色小镇建设可做如下改进:

一是科学设计“适度距离”,优化特色小镇的空间布局。距离间隔是有效缓解旅游特色小镇同质化问题的有效方法,因此,各级各类旅游特色小镇应遵循科学的空间布局。比如相邻的两个国家级旅游特色小镇的空间布局,应科学地计算游客流量和小镇的空间范围,用距离调节同质竞争。虽然当前国家第一批、第二批国家级特色小镇已经公布,但后续的第三批、第四批国家级特色小镇尽可能遵循这个原则进行宏观把握、审核和批准。全国省级以上旅游特色小镇数以千计,也应该科学计算间隔距离和“辐射半径”,并严格审批、考察与立项,形成一种空间上错落有致,同质而不重复,相似而不相同的发展格局。

二是建立“跨省对话”机制,预防同质竞争于“未然”。缺乏足够的信息沟通是导致同质竞争的重要原因,尤其是涉及到跨省区情况下,各特色小镇建设与申报单位往往缺乏沟通,彼此信息不对称。等投入大量人力、物力、财力之后,“沉淀成本”高昂,撤出来的代价太高,重复建设与同质化格局也就无法回避了。因此,相邻省区的城乡建委、发改委等部门可以建立定期“跨省对话”机制,或委托,或自筹组织半官方性质的“特色小镇”研讨会,邀请相关领域的设计公司、研究机构、高等院校、地方职能部门等参加,定期释放项目建设信息,从源头上规避同质化项目的立项,防患于未然。

三是规范设计“门槛条件”,特色小镇级别与禀赋级别对号入座。特色小镇同质化现象的出现,很大一个原因在于“管理混乱”和“门槛缺失”。目前我国特色小镇有四个鲜明的层次,第一层次是国家住房与城乡建设部发布的国家级特色小镇,全国有 403 个;第二层次是国家林业局、农业部、体育总局等部委发布的特色小镇,数量过百;第三层次是各省(区、市)发布的省级特色小镇,数量过千;第四层次是各地区在建和筹建的特色小镇,数量庞大。第一层次与第二层次属于国家级水平,显示度高,社会影响力大,第三层次属于省级水平,在省内具有显示度,第四层次属于地方性水平,部分具有申请省级和国家级的潜力。资源特色是特色小镇发展的“底牌”,在“千军万马过独木桥”的背景下,一些地方没有资源禀赋,但无中生有,强行建设和申请高级别旅游特色小镇;一些地方只有三分资源,却要做成七分,越级申请特色

小镇类型。这些情况的出现必然导致真假特色小镇鱼目混珠。因此,应建立一种“门槛条件”和对应机制,比如某地要申请旅游特色小镇,首先要做资源评估。申请地厅级特色小镇,需要有地厅级以上非物质文化遗产或自然遗产;要申请省级旅游特色小镇,要求有省级以上非物质文化遗产或自然遗产(或其他相应省级资源称号);申请国家级特色小镇,要求有国家级非物质文化遗产或自然遗产等,这样才能保证特色小镇后续建设有潜力、有特色、有差异。

参考文献:

- [1] 冯蕾.警惕特色小镇成房地产开发[N].光明日报, 2017-06-24(2).
- [2] CHAMBERLIN E H. The Theory of Monopolistic Competition[M].New York: The Harvard University Press Cambridge, 1939:78.
- [3] PORTER M E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors; with a New Introduction[M].Free Press, 1980:86-87.
- [4] JESUS E. The [re]traditionalization of Aboriginal Territories for Tourism: A Comparative Study Between the Kadiwéu (Brazil) and the Maori (New Zealand)[J]. Estudios Y Perspectivas En Turismo, 2012, 21(6): 1389-1408.
- [5] DING F, MA T. Dynamic Relationship Between Tourism and Homogeneity of Tourist Destinations [J]. IEEE Access, 2018, 99:1.
- [6] 周大鸣.树立文化多元理念,避免民族旅游中的同质化倾向[J].旅游学刊, 2012(11):16-17.
- [7] 李明瀚.基于资源基础理论的同质化旅游产品竞争策略研究——以云阳梯田为例[D].昆明:云南大学, 2013.
- [8] 谢正发,郑志宏.重庆 816 三线军工特色小镇建设研究[J].长江师范学院学报, 2018(1):42-45.
- [9] 李天翼,麻勇斌,苍铭.西江模式:西江千户苗寨景区十年发展报告(2008—2018)[M].北京:社会科学文献出版社, 2018:20-22. (责任编辑:朱 磊)

Analysis of Homogenization of Small Towns with Tourism Characteristics and the Solution to the Dilemma: A Case Study in Yunnan, Guizhou and Sichuan Provinces

XIONG Zhengxian^{1,2}

(1. Research Center for the Development and Utilization of Characteristic Resources in Wuling Mountainous Area, College of Finance and Economics, Yangtze River Normal University, Chongqing 408100, China; 2. Green Development Collaborative Innovation Center of Wuling Mountainous Area, Yangtze River normal University, Chongqing 408100, China)

Abstract: Such factors as the dependence on resource endowment and planning team, the excessive administrative intervention, and the intervention of social capital, etc., have led to the homogenization of small towns with tourism characteristics. With obvious homogenization, the proportion of small towns with tourism characteristics in Yunnan, Guizhou and Sichuan provinces is large; however, the homogenization competition may not cause inefficiency. Xizhou in Dali is eye-catching in architecture and culture; Thousand-Miao Village is famous for its integrated industry and scale; and Luodai Ancient Town wins favor for its profound history and originality. Based on this, three suggestions are put forward that the "appropriate distance" should be scientifically designed to optimize the spatial layout of characteristic towns, a mechanism of "inter-provincial dialogue" should be established to prevent possible homogeneous competition, and the design of "threshold conditions" should be standardized to make the level of characteristic town match the endowment level.

Key words: small towns with tourism characteristics; homogenization; urbanization

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>