

水利资源 流淌的风景

李丰华



福建闽湖水利风景区 来自网络

孔子曰：“智者乐水，仁者乐山”，他从山水中发现了道德之美。老子提出“上善若水”、“水几于道”。庄子由鱼“相忘于江湖”悟出人“相忘于道术”……自古以来，中国人就具有亲水的天性，从水中汲取营养，寻求水与人类心灵的融合。近年来，人们愈来愈青睐以自然真山水、宏伟水利工程和独特水文化为特征的水利旅游，在与水共舞中，他们回归自然、愉悦身心、感悟文明。

养在深闺 有待人识

何谓水利旅游？中国水利水电科学研究院水利史研究所所长吕娟介绍，水利旅游的概念最早由国家水利部于1997年提出，水利部建设与管理司将其定义为“社会经济各界利用水利行业管理范围内的水域、水工程及水文化景观开展旅游、娱乐、度假或进行科学、文化、教育等活动的统称”。

中国的水利资源丰富多样，主要集中在长江、黄河、淮河、珠江、海河、辽河、松花江七大江河流域，鄱阳湖、洞庭湖、洪泽湖、太湖、巢湖五大湖泊和9万余座水库及众多的水电站等。这些河流、湖泊与水利工程在大自然和人力的共同作用下，塑造出绚丽多彩的水利景观。水利风景区主要有水库型、湿地型、自然河湖型、城市河湖型、灌区型、水土保持型6种类型。

水库型水利风景区建筑气势恢宏，泄流磅礴，科技含量高，人文景观丰富，主要用来改善交通、通讯、供水、供电、供气等基础设施条件。如小浪底水利风景区、十三陵水库水利风景区、汾河水库水利风景区。

湿地型水利风景区主要以保护水生态环境为主要内容，重点进行水源、水环境的综合治理，增加水流的延长线，保护生物多样性。如江苏徐州潘安湖风景区、甘肃玛

曲黄河首曲水利风景区、黑龙江伊春红星湿地水利风景区。

自然河湖型水利风景区在尽可能维护河湖自然特点的前提下，以维护水工程、改善水环境、保护水资源、修复水生态、弘扬水文化等为主体功能。如甘肃玉树通天河水利风景区、安徽黄山黟县桃花源长廊景区、江苏昆山明镜荡水利风景区。

城市河湖型水利风景区除具防洪、除涝、供水等功能外，还是城市建设和发展规划的一处集亲近自然、湿地科普、体育运动等多种功能的休闲观光区。如安徽铜陵天井湖景区、河南南乐西湖生态水利风景区、河北滦河生态防洪水利风景区。

灌区型水利风景区是典型的工程、自然、渠网、田园、水文化等景观的综合体，灌区水渠纵横，绿树成荫，鸟鸣蛙叫。如扬州江都沿运灌区、赣抚平原灌区型、山东邢家渡引黄灌区等水利风景区。

水土保持型水利风景区把水土保持工程、生态保护与景点景观融为一体，如湖北宜昌百里荒高山草原旅游区、贵阳扎佐野生动物园、甘肃庆阳南小河沟水利风景区。

巧夺天工 独特魅力

水是构成风景的基本要素之一，无水不成景，水利工程形成的水体景观是一种宝贵的旅游资源，具有独特的风格和新颖的结构形式，风格迥异的水利工程建筑物本身就能构成旅游景点。中华水文化专家委员会委员王凯认为，水利风景区之所以能吸引游客的原因主要有以下三点：

首先是人的亲水性。亲水是指人愿意接近水的一种物理现象和心理状态。由水的自然属性和社会属性可知，水不仅是一种物质资源，也是一种精神资源，是分布广

泛而又作用突出的景观资源，可使人陶冶情操、平心静气。水景观的美学特征体现出的表相美、时相美、位相美和境相美，使人们喜欢在水边休闲、散步、游憩，不同的水景给人们带来不同的亲水感受。

其次是因为水利工程景观的稀有性。水利工程是水利风景区重要的景观资源与审美对象：水库型水利风景区大坝高大宏伟、水面广阔；水土保持型水利风景区山水林田湖融为一体，形成一幅山水画，兼具生产性、生态性和旅游资源性；城市河湖型水利风景区滨水空间展示河流文化与地域文化……水利风景区的水工建筑物既有水利功能，又可对其进行文化解读，具有与其它景区景观不同的稀有性。

再次是水文化的多元性。水文化是水利风景区的核心与灵魂，古代治水先贤的治水智慧和治水功绩让人们记忆犹新；文人墨客游历河流、湖泊吟诵的诗词歌赋给河湖增加了文学色彩；水文化的多样性使河流湖泊更具人文性；人们一边游览河流湖泊，一边与古人对话，仿佛穿越历史的长廊。水利风景区以其特有的魅力吸引着游客。

人水和谐 任重道远

“山得水而活，水得山而壮”。水不但能直接给人以美的愉悦和享受，还常以滋润万物、浮天载地之能造化出山水之美。从古到今人类与水息息相关，守护“生命之源”，实现人水和谐，才能创造出美好家园。

跟着科学去旅行⑨

徐博书

贵州黔南发力旅游产业

本报电（黄仕权）日前，贵州省黔南布依族苗族自治州第十一届旅游产业发展大会在独山县举行。本届旅发会以“悠悠独山·醉爽天堂——品茶品灯品古韵”为主题，围绕独山县的自然景观、民族文化、智慧旅游进行宣传推介，充分展示黔南州的优质旅游资源与服务。据大会组委会介绍，此次大会开启了黔南州承办贵州省第十二届旅游产业发展大会的序幕。目前，独山县全力完善一批配套设施、开发一批旅游产品、推出一批景区景点，着力打造“全县域、全天候、全季节”的旅游目的地。

作为旅发大会的议程之一，黔南州2017年旅游工作推进会也在独山召开。黔南州州长吴胜华在推进会上介绍，经测算，当地旅游业每收入1元，可带动相关产业增加收入5元。黔南州去年全年旅游收入603.04亿元，增幅42.7%；今年上半年旅游收入369.67亿元，同比增幅40.1%。旅游经济呈现出持续向好的发展态势，旅游业正成为黔南经济发展的绝佳路径。

张家界建七星山“空中圣境”

本报电（王建军、郑龙腾、杨明远、李金霞）日前，张家界七星山旅游开发项目举行开工仪式。张家界沉寂亿万年的神秘七星仙山，将逐步撩开神秘的面纱。该项目以美艳绝伦“天空之城”奇境和独一无二“追星逐月”意境为特征，集观光、体验、休闲、度假、康养、竞技、科普、探索等多功能于一体，将在3年内完成投资约20亿元并开园纳客，计划实现年接待1000万人次的目标，形成“宛若天界”的国际休闲度假胜地，成为张家界旅游新的增长极。

七星山属世界罕见的喀斯特孤峰台型地貌，四面多为约500—700米不规则的悬崖绝壁，与张家界天门山隔峡谷并立。七星山顶为形似哑铃状分布的巨型丘陵台地，有较高山峰7座，呈北斗七星分布，因此得名七星山。山上森林覆盖率约87%，山顶保存了近2000亩原始森林，山间溪谷密布，动植物资源丰富，有动物的天堂和植物的基因库之称。七星山如一幅精美的山水墨彩，雄奇峻险、狂野多变，多年来吸引了各国户外爱好者前来探险考察。

张家界市副市长欧阳斌介绍说，七星山将在严格保护和利用现有绿色生态资源、自然景观的前提下，以国际化的视野凸显其世界罕见的喀斯特孤峰台型地貌特征，用高科技的手段营造“天空旅游”“天上人间”的体验感，打造全新概念的原生态旅游度假区，实现张家界旅游提质升级，为张家界旅游胜地建设再添浓墨重彩的一笔。

观唐山古长城

马冀圆

之最，也堪称世界之最。

同样是在侯家寨乡境内，另有一段古长城蜿蜒盘旋于北部崇山峻岭之上，全长18556米，敌楼55座（其中保存完好的12座），烽火台32座，关城8座。据史料记载，戚继光任蓟镇总兵时，在北齐长城基础上加宽加固砌上砖墙，并骑墙建楼，增设了敌台，但部分山势险峻地段的北齐石砌长城保留了原貌。前后杖子村有北齐长城和明代两次修建的长城，它们连接在一起，一面是北齐长城，一面是明代在北齐长城基础之上修建的砖长城，被称为“一步越千年”。

由此向东，来到位于宽城县和迁西县交界处的潘家口水库。潘家口、喜峰口城堡在此地已有500多年的历史了。这两处是中国明代长城的两个重要关隘，也是当时中原通往北疆和东北边陲的咽喉要道。



唐山古长城一瞥 张志广摄

1975年潘家口水库在此修建，蓄水后水位超过了长城高度，喜峰口、潘家口两座长城关口被淹没于水中，从此这段历经500年沧桑的长城便隐身水下。万里长城蜿蜒曲折，沿着山势，如一条巨龙上下跳跃飞腾。当长城穿越潘家口、喜峰口两处库区时，从高山上盘旋而下，伸入水底。泛舟水上，山影倒影，水下长城的墙体隐约可见。放眼望去，长城又从对岸挺身扬起，向山上延伸，沿山脊蜿蜒而上，形成了蛟龙出水的绝妙景观。眼前美景，不禁令人浮想联翩，感叹历史沧桑。

逶迤绵延的古长城，历经千年屹立于燕山之巅，虽经过漫长岁月的风雨洗礼，但它的筋骨依然在。于冲认为，唐山长城的知名度相比八达岭、慕田峪等北京长城还是有差距的。如果要推广唐山长城品牌，就必须与北京的长城品牌形成差异化。唐山长城要在以长城文化和生活为主的产业链上做文章、下功夫。



张家界七星山 李秉生摄

旅游业在创新中领跑经济增长

本报记者 赵珊

近日，中国旅游研究院发布了《中国国内旅游发展年度报告2017》。《报告》指出，国内旅游市场继续维持12%以上的高速增长，家庭休闲度假成为国内游主要市场特征。预计今年国内旅游收入达4.4万亿元。

国内旅游市场规模长期保持在15%左右的增长速度，而旅游收入总体保持12%左右的增长速度。目前，中国国内旅游发达地区是：江苏、浙江、广东、山东；国内旅游发达地区是：安徽、河北、四川、湖北、河南、北京、江西、湖南、辽宁、福建。区域旅游流空间格局总体稳定，东部地区在游客流量和旅游交通便捷度方面均保持较强优势。国内游的客流量依然以东部三大经济区之间、三大经济区与成渝地区之间、长三角与中部地区之间旅游流为主。

休闲度假和探亲访友成为居民国内游的主要动机。2016年中国城镇居民的旅游动机主要以休闲度假及娱乐为主，占48.3%；其次是探亲访友，占27.2%，再次是观光游览，占13.9%；商务出差、健康疗养以及其他旅游目的地的游客比例均低于10%，分别为8.1%、1.4%、1.1%。而对于农村居民来说，休闲度假及娱乐也是最核心旅游动机，占到36.4%，其次是探亲访友，占到31.7%。

节假日旅游占国内旅游市场近四成比重。假日旅游是当前中国国内游市场的一大热点，其中市场规模及旅游收入均保持着10%左右的增长。当前全国7个节假日接待游客量达到14亿人次左右，约占全国国内旅游市场的32%，仅春节、国庆和清明三大节日，旅游收入就达到了8863亿元人民币，占了全年收入的22.5%，可以推测出七大节日所占比例将达到40%左右。

假日旅游市场呈现6大特征。一是拼假错峰出行成为新趋势；二是旅游消费换代升级，乡村休闲度假受到青睐；三是举家出行旅游成为新假日旅游重要方式；四是短途自驾是假日旅游的首要交通方式；五是主题化节日活动深受旅游者喜爱；六是学生游成为节日游客主力军。

假日旅游消费行为受假期长度、气候气温、空间距离影响明显。其中，3天假期的旅游市场主要以近郊游为主，而7天长假的旅游空间则大幅扩展，中远距离比例显著提升；冬季期间的元旦、春节假日，旅游者偏向去南部避寒旅游和北部冰雪旅游。夏季则偏向去东部滨海旅游。

《报告》分析指出，中国旅游市场规模稳步扩大，旅游业在创新发展中继续领跑经济增长。中国旅游已经发展到大众化旅游中高级阶段，向日常休闲回归，差异化游憩环境逐渐成为休闲的手段。休闲需求进入越来越多百姓的日常生活，国内旅游需求旺盛，旅游投资维持高位，旅游就业稳步增加。据推断，预计2017年全年旅游总收入5.3万亿元，同比增长12.3%。