

Study on the Characteristics of Rhododendron Resources and the Strategy of Tourist Attraction Enhancement in Tongling Mountain National Forest Park

Xuchuan Zhao¹ Chao Zhang¹ Haifeng Hu² Nannan Ye¹ Zupei Lei^{3*}

1. State-owned Yesheng Forest Farm, Wencheng, Zhejiang, 325300, China
2. Jinzhu Forest Farm, Wencheng, Zhejiang, 325300, China
3. Zhejiang Wuyanling National Nature Reserve Management Center, Taishun, Zhejiang, 325500, China

Abstract

Tongling Mountain National Forest Park is renowned for its abundant rhododendron resources and unique natural landscapes, with these flowers serving as a key symbol of the park's ecotourism. The rhododendrons, which bloom in concentrated periods and display vibrant colors, hold significant ecological, cultural, and economic value. However, the park currently faces challenges in developing rhododendron resources and enhancing visitor appeal, including monotonous landscape displays, insufficient brand promotion, and low innovation in experiential offerings. Based on theories of ecotourism and landscape aesthetics, this paper analyzes the ecological characteristics and cultural significance of Tongling Mountain's rhododendrons, proposing strategies for ecological conservation, cultural empowerment, digital dissemination, and experiential innovation. By establishing a thematic landscape system, creating festival event brands, optimizing visitor services, and developing digital exhibition platforms, the park can enhance its attractiveness and competitiveness, thereby promoting the sustainable development of ecotourism.

Keywords

Tongling Mountain National Forest Park; Rhododendron resources; Ecotourism; Landscape value; Tourist attraction

铜岭山国家森林公园杜鹃花资源特色与游客吸引力提升策略研究

赵旭川¹ 张潮¹ 胡海峰² 叶楠楠¹ 雷祖培^{3*}

1. 国营文成县叶胜林场, 中国·浙江 文成 325300
2. 国营文成县金朱林场, 中国·浙江 文成 325300
3. 浙江乌岩岭国家级自然保护区管理中心, 中国·浙江 泰顺 325500

摘要

铜岭山国家森林公园以丰富的杜鹃花资源和独特的自然景观而闻名, 杜鹃花成为园区生态旅游的重要标志。花期集中、色彩斑斓的杜鹃花具有极高的生态、文化和经济价值。然而, 当前公园在杜鹃花资源的开发与游客吸引力提升方面存在景观展示单一、品牌传播力不足和体验创新度不高等问题。本文基于生态旅游与景观美学理论, 分析铜岭山杜鹃花资源的生态特征与文化内涵, 提出生态保护、文化赋能、数字传播和体验创新的策略。通过构建主题景观系统、打造节庆活动品牌、优化游客体验服务和数字展示平台, 能够提升公园的吸引力与竞争力, 推动生态旅游的可持续发展。

关键词

铜岭山国家森林公园; 杜鹃花资源; 生态旅游; 景观价值; 游客吸引力

1 引言

森林公园作为生态保护与自然体验并重的旅游空间, 承载着生态修复、文化传播与产业发展的多重功能。铜岭山

国家森林公园位于亚热带山地气候区, 生态系统完整, 森林覆盖率高, 生物多样性突出, 其中杜鹃花资源尤为丰富。该地区分布有多种野生杜鹃, 如映山红、云锦杜鹃、猴头杜鹃等, 花期长、花色艳丽、群落壮观, 被誉为“群山花海”的代表性景观。杜鹃花不仅具有极高的观赏价值, 也承载着地方文化意象与生态教育功能, 是公园生态旅游的重要载体。

近年来, 随着生态旅游与自然教育理念的普及, 游客对高品质自然景观和沉浸式体验的需求不断提升。铜岭山杜鹃花旅游虽已具备一定知名度, 但在品牌塑造、资源展示、

【作者简介】赵旭川(1977-), 男, 中国浙江温州人, 本科, 工程师, 从事林业研究。

【通讯作者】雷祖培, 男, 中国浙江泰顺人, 本科, 正高级工程师, 从事生态保护修复研究。

产业融合等方面仍存在不足，游客黏性与复游率有待提高。本文从杜鹃花资源特征出发，分析其生态价值与文化潜能，探讨游客吸引力提升的策略路径，以期为类似山地生态景区的资源开发与品牌建设提供参考。

2 铜岭山国家森林公园杜鹃花资源特征分析

2.1 物种分布与生态特征

铜岭山地形起伏显著，海拔变化大，为杜鹃花的多样化生长提供了优越的生态条件。公园内共分布杜鹃花科植物20余种，主要包括火列鸟、马银花、映山红、满山红、麂角杜鹃、刺毛杜鹃、云锦杜鹃、猴头杜鹃等。则形成火列鸟、马银花、映山红、满山红、麂角杜鹃混生的十里长廊景观带。杜鹃花群落密度高、花期跨度长，从三月至五月持续盛开，形成层次丰富的立体花海景观。该植物对生态环境的适应性强，能有效保持水土、调节小气候、涵养水源，在森林生态系统中具有重要的生态功能。

2.2 景观美学与视觉形态特征

杜鹃花以其色彩绚丽、形态优雅和群落壮观著称，具有极高的视觉冲击力与审美价值。铜岭山的杜鹃花景观在空间分布上形成“花海—林带—山峰”相交融的自然格局，呈现出春季花浪翻腾、夏季绿荫映衬、秋冬层林叠彩的景观变化。群落集中分布于主峰及林间谷地，花色涵盖粉、红、紫、白等多种色系，花期重叠形成连续的视觉节奏。杜鹃花的绽放与山体云雾、溪流潺潺相映成趣，构成独具特色的生态画卷，具有较强的摄影吸引力与艺术创作价值。

2.3 文化意象与地方认同价值

杜鹃花在中国传统文化中象征着坚贞、热烈与希望，是文人墨客笔下的重要意象。铜岭山地区民间长期流传“杜鹃啼血”“花开迎客”等传说，使杜鹃花与地方文化情感形成深度联结。每年春季，杜鹃花节成为当地最具代表性的民俗活动，融合文艺演出、摄影比赛、民俗展演等形式，体现出文化与自然的共生关系。杜鹃花已从单一的自然景观演变为铜岭山的文化符号与情感载体，具有独特的文化品牌潜力。

3 铜岭山杜鹃花旅游发展的现状与问题

3.1 资源开发层次较浅

目前，铜岭山杜鹃花资源的开发主要集中在观光层面，景区的主要景观呈现方式以赏花步道和固定观景点为主，缺乏深度体验型和互动型的旅游产品。这种单一的观光模式虽然能够满足基础的观光需求，但未能充分挖掘杜鹃花的生态、文化与教育价值。旅游活动仍以“看花”为主，缺少生态教育、科学研学和文化体验等多元功能，未能深入开发杜鹃花背后的生态与文化内涵。部分花区设施老旧，导览标识不清晰，游客对杜鹃花的植物知识与生态价值了解较少，造成游览过程中缺乏参与感和沉浸感。因此，铜岭山的杜鹃花资源开发亟需多元化，尤其是在提升游客深度体验、互动

性与教育性方面做出改进，以提升整体旅游吸引力和游客满意度。

3.2 品牌传播与市场影响力不足

尽管铜岭山的杜鹃花景观独具特色，但在品牌传播和市场推广上仍显薄弱。当前景区的营销方式主要依赖传统线下宣传和短期节庆活动，缺乏系统化的品牌定位与长期宣传机制。景区的网络传播内容较为单一，未能有效传递杜鹃花资源的生态特色和深厚的文化内涵，这使得铜岭山的品牌辨识度较低，影响力有限。相比周边其他同类花卉景区，铜岭山的外地游客比例较低，游客来源集中在本地及周边地区，未能充分拓展更广泛的市场。因此，铜岭山需加强品牌建设与市场推广，借助多渠道、多元化的传播方式，提升杜鹃花景区的知名度与吸引力，进一步扩大市场影响范围，吸引更多外地游客。

3.3 管理体系与服务配套滞后

尽管铜岭山杜鹃花景区在自然资源上具有独特优势，但在游客接待、交通导向、公共服务设施及安全管理等方面仍存在一定问题。特别是在高峰期，游客流量激增时，步道拥堵、停车难、卫生维护不及时等问题较为突出，影响了游客的整体体验。景区管理部门在生态保护与旅游开发之间的平衡把控不够精细，部分花区出现了人为踩踏、垃圾污染等生态压力，威胁到杜鹃花的生长与景区的生态环境。此外，景区缺乏专业的生态解说和服务团队，无法为游客提供足够的生态知识普及和深度体验，导致游客的参与度与满意度受到影响。为提升景区的整体服务质量，铜岭山应加强基础设施建设，优化游客管理体系，完善生态保护措施，并增加专业服务团队的配备，以提升游客的整体体验和景区的服务质量。

4 杜鹃花资源价值挖掘与展示创新

4.1 构建多层次景观展示体系

铜岭山杜鹃花观赏系统应依据不同花区的地形与生态特征，设计具有层次感、主题鲜明的景观展示体系。高海拔区域应保持原生态花海景观，突出自然群落的原始魅力，呈现杜鹃花在自然环境中的生长状态。中部区域可设置主题花径与观景台，通过步道与休憩空间的结合，创造“步移景异”的游览节奏，增加游客的沉浸感与体验性。在入口区则可打造“杜鹃迎宾园”，集中展示不同品种与花期的差异，便于游客欣赏和了解杜鹃花的多样性。通过合理的空间序列设计与景观视线控制，能够引导游客的游览路径，塑造富有节奏感与艺术性的花卉景观带，增强景区的视觉冲击力和层次感，使游客的游览体验更为丰富和多样。

4.2 融入生态教育与研学功能

杜鹃花作为重要的生态资源，其展示不仅限于观赏功能，更应承担生态教育的责任。为提升公众对生态环境的认识，可以建设十里长廊“杜鹃植物野外科普馆”与完善的

生态解说系统,利用多媒体手段向游客介绍杜鹃花的生长环境、分类特征与生态功能,帮助游客更全面地了解杜鹃花的生态价值。同时,为中小學生群体设计多样化的研学课程,如“花卉识别”“生态摄影”和“植物标本制作”等,既能提高学生对植物的认知,也能加强他们的环保意识。通过这种融教育于景观的方式,不仅提升了景区的文化内涵和社会服务价值,也让游客在欣赏杜鹃花的同时,获得更加深刻的生态体验与学习机会,进而推动环保理念的普及。

4.3 强化文化创意与品牌塑造

杜鹃花作为铜岭山景区的核心资源,具有深厚的文化象征意义,应该深入挖掘其背后的文化价值并打造独特的文化品牌。首先,可以结合地方的传说与历史背景,推出相关的文创产品,如“杜鹃之恋”纪念品、“山花烂漫”艺术衍生品、以及具有节庆特色的“生态之约”纪念章等,这些产品能够有效传达景区的文化内涵,并为游客留下纪念。其次,通过举办如“杜鹃花摄影展”“花语诗会”以及“花艺巡展”等文化活动,能够强化游客的情感共鸣,提升景区的文化体验。为提升品牌的长期影响力,杜鹃花节可以从短期活动延伸为季节性品牌,并通过线上直播、文旅融合等宣传形式,增强铜岭山品牌的传播力和市场竞争力,进一步提高其在全国乃至国际间的知名度与美誉度。

5 游客吸引力提升与可持续发展策略

5.1 完善服务设施与体验体系

提升游客体验是增强景区吸引力的核心要素。首先,景区应优化交通组织,增加观光车服务,确保游客能够便捷地进入景区各个景点。同时,设置清晰的步道指引,增强游客在景区内的导航体验,并为老年人、儿童及行动不便人士提供无障碍设施,确保每位游客的顺畅体验。此外,景区的休憩区、卫生设施也应不断完善,提升游客的舒适度和满意度。

为了进一步提升游客体验,铜岭山可以打造一系列沉浸式的旅游项目,如“夜赏杜鹃”让游客在夜晚享受杜鹃花的独特魅力,举办“花海音乐会”让自然与音乐融合,或开设“生态露营节”提供更贴近大自然的休闲体验。这些活动不仅能够丰富游客的旅游形式,还能增强游客对景区的认同感。

此外,引入智能导览系统,如通过手机APP、AR导航和语音讲解,能够提供个性化的游览体验,帮助游客更好地了解杜鹃花的生态背景和文化内涵。提升餐饮与住宿服务质量,打造“赏花—休闲—度假”一体化的旅游链条,不仅能延长游客的停留时间,也能提升景区的整体吸引力。

5.2 推动数字化传播与智慧管理

通过社交媒体、短视频平台和虚拟现实技术的应用,可以进一步提升杜鹃花景观的网络传播力,吸引更多潜在游客的关注。虚拟现实展示可以让无法亲临现场的游客通过数字技术感受杜鹃花的美丽,促进线上宣传和线下游客流量的相互促进。通过大数据分析游客来源、偏好和消费行为,景

区可以精准制定市场推广策略,提升营销效果。

此外,云端信息共享系统的建立,将有助于景区运营效率与安全监管水平的提升。通过大数据与云计算的技术支持,景区能够实时掌握景区内的各项运营数据,为决策提供准确依据,推动铜岭山国家森林公园向“智慧森林公园”转型。

5.3 生态保护与旅游开发的协调机制

景区应建立生态承载力评估与动态监测机制,对游客流量、花期分布和植被恢复情况进行科学管控。通过合理评估生态承载能力,景区能够在保护生态环境的同时,确保游客数量与生态负荷之间的平衡。

为了确保生态保护的长效性,可以通过生态补偿与收益分配制度,将部分门票收入用于植物保护和科研投入。这样既能保证生态环境的保护,又能实现“以游养花、以花促保”的良性循环,推动景区的可持续发展。

6 结语

铜岭山国家森林公园杜鹃花资源是区域生态旅游的核心竞争力,也是自然美学与文化精神的集中体现。研究表明,只有在生态保护前提下实现科学开发,才能保证景观的持久魅力与经济效益。通过构建科学的资源展示体系、强化品牌传播、完善游客体验与服务体系、推动数字化与智慧管理,铜岭山有望形成集生态观光、文化体验、研学教育与休闲度假于一体的高质量生态旅游目的地。未来,应进一步深化杜鹃花资源保护与研究,推动生态旅游与乡村振兴融合发展,使铜岭山成为展示自然之美、文化之韵与生态文明的典范,为我国森林公园可持续发展提供可复制的经验样本。

参考文献

- [1] 孙刚,王子凡,陈杰,等.三岭山国家森林公园大戟科植物资源及园林应用[J].江苏农业科学,2020,48(20):121-126.
- [2] 王喜平.广东三岭山国家森林公园景观林建设及其生态价值评估[J].防护林科技,2007,(05):55-56+104.
- [3] 陈妹,杜丽清,邓旭,等.“红色文化”主题林的植物景观设计分析——以广东三岭山国家森林公园红林印迹园植物景观设计为例[J].热带农业科学,2019,39(11):109-113.
- [4] 周玮,郭龙琴,姜晓涵,等.基于层次分析法的杜鹃花属自然杂交和变异种质资源观赏价值综合评价[J].西南农业学报,2024,37(12):2640-2646.
- [5] 拉巴潘多,罗大庆.杜鹃花植物资源的保护与利用[J].农业与技术,2025,45(04):117-120.
- [6] 朱春艳.杜鹃花资源及其园林应用研究[D].浙江大学,2008.
- [7] 钟乐,龚鹏,古新仁.江西省国家重要森林风景资源评价与保护对策[J].南方园艺,2015,26(05):37-39.
- [8] 程洁婕.中国野生杜鹃花属植物地理分布格局和贵州省野生杜鹃花属植物观赏价值评价[D].贵州大学,2021.
- [9] 程淑媛,戴利燕,卢建,等.江西杜鹃花科植物多样性特征与开发利用[J].赣南师范大学学报,2017,38(03):85-89.