

重慶「跑馬圈地」氾濫 「賞花經濟」恐曇花一現

■潼南油菜花觀賞園。本報重慶傳真



■孩子們從重慶潼南油菜花地裡嬉戲而過。資料圖片

花展同質化 跟風難長紅



■交通擁堵讓賞花人最頭疼。本報重慶傳真

四大缺陷阻新興經濟壯大

重慶旅遊業界認為，「賞花經濟」尚處在水平較低的起步階段，如果被急功近利的思想左右，「賞花經濟」必然只能是「曇花一現」。如欲把這一新興經濟態做大做強，必先解決制約發展的難題，才能讓「花兒持續紅」。

最頭痛：交通擁堵

「要看花？先堵車！」重慶花卉觀賞園大多遠離高速公路，連接兩者的省道、縣道蜿蜒曲折，且只有兩車道，難以承載較大的車流量。每到盛花期，公路都會變成巨大的「停車場」。另外，一些賞花地甚至沒有停車場和廁所，隨便搭個茅草棚，讓遊客解決內急，既不環保又尷尬。

最敗興：花品欠佳

「看一次不想來第二次」，是重慶賞花經濟面臨的另一難題。鬱金香、玫瑰、薰衣草等主流觀賞性花卉的種植，在重慶選處在起步階段，在技術層面存在花朵不夠大、色彩不夠艷麗和花期不夠長等花品欠佳的問題。同時，果蔬菜卉品種單一的問題更大。潼南縣、永川區及渝北區雖然都有體量巨大的油菜花、梨花和李花，初始能震撼到遊客，但色塊單一最終必然導致審美疲勞，同樣難贏「回頭客」。

最無奈：簡單循環

「種了看，看了種，種了再種」的簡單循環，是重慶絕大多數專業花卉園的真實境況。墊江縣樂天花谷創始人傅治剛透露，其一年要花費400萬元培育800萬株各類花苗，只是供遊客看一看，如果客流量不夠大，他就要「虧死」。「重慶賞花經濟，還沒能建立起完整產業鏈。」西南大學園林系主任易小林認為，沒有完整的產業鏈，就沒有明確的產業分工，讓花卉種植企業成本高企，也讓投資者知難而退，影響到重慶賞花經濟整體上的發展壯大。

最致命：惡性競爭

產品雷同，惡性競爭最終導致「N取俱傷」，這對賞花經濟來說是最致命的傷害。合川雲裡花海景區負責人稱，當初投資興建花海時，其並不知道「隔壁」也在建設佛香花海。當兩家花海逐步形成規模，並推上市場後，該負責人驚訝地發現了競爭者「從天而降」。兩家花海「心有靈犀」同把門票價格定為35元一張，試業期間，雲裡花海門票打5折，甚至購一張門票，可遊花海3次。價格戰可謂激烈異常。

每逢春夏兩季，尤其是春天，重慶8.2萬平方公里的土地上，到處怒放桃花、梨花、油菜花，吸引數以百萬計的遊客前往觀賞，「賞花經濟」由此誕生。但當「賞花經濟」被簡單地理解成「圍起菜地、果園收門票」時，市場衝動四起，一時間，天然花海和人造花海遍地開花。但跟風式「跑馬圈地」也讓重慶的「賞花經濟」顯露出各種弊端，如業主投入與景區產出難以持續、基礎設施建設跟不上等。專家認為，「賞花經濟」如不能突破瓶頸，「曇花一現」將是最終結局。

■香港文匯報記者 楊毅 重慶報道



■合川雲裡花海。記者楊毅攝

時光倒流10餘年，無人能料到，重慶漫山遍野、司空見慣的桃花、梨花、李花、油菜花，居然可以「賣錢」，甚至可以致富一方。賞花，這種古已有之的活動，是如何衍化為一種蔚為壯觀的產業形態的？從三個標誌性事件中便可追溯到重慶「花兒為什麼這樣紅」的軌跡。

建一個火一個 花展開遍山城

2000年，重慶墊江縣太平鎮利用明月山腰上的一片野生牡丹舉辦了重慶首屆賞花節——牡丹節。此舉旨在為招商引資營造氛圍，未料遊客蜂擁而至，讓墊江看到財路。次年，墊江開始收門票，但逐年上漲的門票依舊未能阻擋洶湧的人流，墊江順勢開闢了油菜花、李花等幾個賞花園區，賺了個「盆滿鉢滿」，重慶「賞花經濟」應運而生。

「看一眼野生牡丹還要買票，人工栽種的專業花卉應該更賺錢。」2006年，做花卉苗木生意的夏雨回到重慶涪陵區，在大木鄉的苗木花田裡興修基礎設施。次年，重慶首屆專業花卉園開門迎客，市場給了夏雨熱情的擁抱，每年30萬人自駕「不辭辛勞」前來賞花，讓夏雨大賺一筆。

2008年，全國唯一一個收費的油菜花觀賞園，在重慶潼南縣龍鎮建成，開園之際舉辦了重慶首屆油菜花節，日均最高客流量超過10萬人次。

「建一個火一個」，商機誘惑下，重慶各地複製模式：沙坪壩區、渝北區、巴南區、合川

區、江北區、南川區、雲陽縣、秀山縣接連推出梨花節、桃花節、李花節、油菜花節，搶食天然花海「蛋糕」；涪陵區、渝北區、銅梁區、合川區、墊江縣、巫山縣、巫溪縣分別種植大面積的鬱金香、玫瑰、薰衣草、牡丹等專業花卉，競爭專業花卉市場……

花田佈局「撞衫」 宣傳口號雷同

經過膨脹式建設，天然、人造花海同時陷入同質化競爭的困局，價格戰一觸即發。

潼南縣崇龕鎮提供的數據顯示，2014年油菜花景區接待賞花遊客約78萬人，門票每張50元，門票總收入應在4,000萬左右。但該鎮一名副鎮長透露，真實情況是門票收入只有300多萬元，「一張門票10元、15元都在賣，另外還有不少是贈票。」

再看專業花卉。涪陵大木花谷、墊江樂天花谷、渝北盛世花都、銅梁奇彩夢園、潼南玫瑰園及銅梁沙心玫瑰園都種植大面積的鬱金香、玫瑰。渝北盛世花都和銅梁奇彩夢園甚至在花田佈局上都極為相似。而在合川區，佛香花海和雲裡花海甚至「毗鄰而居」，「肩並肩」競爭。雲裡花海負責人告訴記者，「一步之遙」建設了兩家相似度極高的花海，競爭不可避免。

更誇張的是，花海之間已開始複製宣傳口號。去年開張的銅梁奇彩夢園，推出「到銅梁去聽花開的聲音」的攬客口號；今年九龍坡區金鳳鎮賞花旅遊節，口號則是「來金鳳聽花開的聲音」，二者雷同度極高。

農委倡做差異化市場

重慶市農委特經處處長洪國偉認為，賞花經濟的高級階段是一個國家或地區形成獨有的、難以代替的特色優勢品種，例如日本櫻花、荷蘭鬱金香或法國薰衣草。但國內還沒有達到這樣的水平，都還在嘗試尋找自己的優勢品種。

獨有品種 突出優勢

在目前階段，洪國偉認為，富有地域特色的文化是最難以複製的，經營者可以借力地域文化，培育自己獨有的花卉品種。

重慶酉陽因桃花源而出名，可以大量種植桃花，形成關聯消費；大足、榮昌、永川片區是古海棠園所在地，可嘗試大規模種植海棠花；金佛山是中藥材富集地，可考慮種植富有觀賞性的中藥材花卉；江津四面山有愛情天梯故事，可以種植象徵愛情的玫瑰。

「目前重慶的花卉觀賞品種大同小異，產品同質化必然導致惡性競爭。」西南大學園林系主任易小林認為，調整產品結構，做差異化市場，可幫經營者化解潛在市場風險。

而目前，已有經營者正在嘗試通過「借力打力」，確立自己的比較優勢。

政府搭台 市場唱戲

縱觀國內「賞花經濟」比較「夠爛」的江西婺源，政府成為背後最大的推手。當地每年發動百村萬戶在房前屋後種植桃、李、梨等帶花果木，已經形成了賞花的規模效應。

在重慶，政府重視成效顯著的例子也已出現。銅梁區委書記陳勇親自抓旅遊，並將旅遊定位於支柱產業，短時間內銅梁便打造了「五朵金花」和黃梅門奇彩夢園花海，特別是花海開園不到半年，周末接待遊客的平均量已在6萬人以上。

此外，尤值一提的是，政府重視應當體現在政策和服務方面，而非直接參與景點建設。政府只負責給予規劃支持和政策服務，而景區內部的建設、營銷和管理的主動權交給業主和投資方，由市場去主導效益，效果事半功倍。

健全產業鏈 增收入來源

景觀單一、產業鏈不全給「賞花經濟」帶來的弊病，讓花海投資人深受其害。在破解此難題上，已有先行者。

開發花茶等產品

2012年，化學博士何泉在潼南縣栽種了6,000畝玫瑰，用於提取植物精油，賣給下游的化妝品生產商。除了銷售工業原材料，何泉還賺取門票收入。同時，他還建起了接待中心和生產車間，前者賺取餐飲和住宿收入，後者銷售玫瑰精油和精油提取設備，以及玫瑰餅、玫瑰酒、玫瑰茶、玫瑰糖等食品。算下來，何泉的這朵「玫瑰」，至少能賺十筆錢。

無獨有偶，銅梁沙心玫瑰園同樣開發了玫瑰精油、玫瑰麵條、玫瑰茶等產品，健全產業鏈。

培育數品種攬客

此外，涪陵大木花谷「動作」也挺大，遊客在春季可以欣賞名貴的鬱金香，4至5月可看高山杜鵑、東洋杜鵑等200多個品種的杜鵑花，6至7月有綻開的繡球花，8月以百合花為主，9至11月以海棠花為主，冬季是茶梅、山茶花的開花時節，基本做到月月有花賞，盈利點在增長。同時，大木花谷還帶動附近的農戶擺脫貧困，一般農戶年收入從過去的2,000元，陡增到10多萬元，甚至可達數十萬元。很多村民不僅蓋起了小洋樓，而且絕大多數家庭還購買了汽車。



銅梁奇彩夢園



渝北盛世花都

■銅梁奇彩夢園和渝北盛世花都花田佈局極為相似。

網上圖片