

喀纳斯景区旅游可持续发展

监测报告

喀纳斯景区管理委员会

联合国世界旅游组织旅游可持续发展观测点管理与监测中心

2012. 08

联系地址：中国 广州 新港西路 135 号中山大学 329 栋

邮 编：510275

电 话：+86-2084114683

传 真：+86-2084113621

目 录

1	前言	6
1.1	监测缘起	6
1.2	监测过程	7
2	旅游与社区	18
2.1	旅游与社区监测指标.....	18
2.2	社区基础情况	20
2.2.1	禾木村.....	21
2.2.2	喀纳斯村（哈纳斯村）	22
2.2.3	白哈巴村.....	24
2.2.4	铁热克提村（乡集镇）	25
2.3	社区参与情况	26
2.3.1	各社区旅游参与形式差异不大	26
2.3.2	参与旅游培训比例差异较大	30
2.3.3	社区对旅游参与的期望较高	31
2.4	社区对旅游影响的感知.....	32
2.4.1	旅游经济影响的感知：积极和消极皆存在	32
2.4.2	旅游社会影响的感知：多为积极方面	36
2.4.3	旅游文化影响的感知.....	41
2.4.4	旅游环境影响的感知.....	45
2.5	社区居民对旅游的态度及满意度.....	51
2.5.1	社区居民对旅游持高度欢迎态度	51
2.5.2	社区居民对旅游发展的满意度	52
2.6	本章小结	55
2.6.1	社区参与意识普遍提高，但各村参与存在不同问题.....	55
2.6.2	居民对旅游影响的感知偏积极，社会经济影响较敏感.....	56
2.6.3	社区旅游发展存在的其他问题	56
3	旅游经济收益	59
3.1	旅游经济收益监测指标.....	59

3.2	旅游目的地经济收益呈波动性增长	59
3.3	旅游对目的地社区的经济贡献	62
3.3.1	旅游为社区创造的直接经济收入有限	62
3.3.2	旅游解决社区就业问题的程度偏低	62
3.3.3	社区旅游企业同质化竞争，整体收益减少	63
3.4	旅游季节性：淡旺季明显	65
3.5	本章小结	66
3.6	游客满意度监测指标	66
3.7	游客基本特征	68
3.7.1	游客个人信息	68
3.7.2	旅行信息	71
3.8	旅行体验评价	73
3.8.1	旅游资源评价：=满意度高	73
3.8.2	景区旅游环境评价：满意度较高	74
3.8.3	旅游服务评价	75
3.9	离境时满意度指标：满意度、重游和推荐意愿都较高	76
3.10	投诉及处理情况：处理率高	79
3.11	本章小结	79
4	旅游产品和服务	81
4.1	旅游产品和服务监测指标	81
4.2	游客旅游目的分析：目的集中	82
4.3	游客游览线路（产品选择）	84
4.4	旅游服务	89
4.4.1	喀纳斯景区提供的旅游服务范围	89
4.4.2	喀纳斯景区旅游服务设施分布情况	89
4.4.3	旅游服务质量保障措施强	96
4.5	旅游地形象保护	97
4.5.1	喀纳斯景区旅游形象：形象逐步鲜明	97
4.5.2	旅游形象营销与宣传成果显著	99
4.6	本章小结	101
5	旅游规划与控制	103

5.1	旅游规划与控制监测指标.....	103
5.2	旅游业与区域规划的整合.....	104
5.2.1	现有旅游规划或战略：执行力强	104
5.2.2	规划包括公众参与.....	105
5.2.3	规划实施监测：逐步实施中	106
5.2.4	政府对可持续旅游的理解：保障不断加强	108
5.3	旅游发展的控制：控制合理.....	108
5.3.1	控制程序.....	108
5.3.2	资产管理.....	108
5.3.3	实施执行.....	109
5.4	旅游相关交通：交通体系完善中.....	111
5.4.1	可达性已较高.....	111
5.4.2	游客选择交通方式：组合式交通	112
5.4.3	旅程时间：游旅比较高.....	113
5.4.4	空间和交通规划.....	114
5.4.5	内部交通和一体化服务	115
5.5	本章小结	118
6	健康与安全	119
6.1	健康与安全相关监测指标.....	119
6.2	食品卫生状况较好.....	121
6.3	环境质量：治理保障.....	123
6.3.1	自然环境质量评价.....	123
6.3.2	环境维护与治理.....	124
6.4	社区健康	125
6.5	游客安全	126
6.5.1	游客影响感知.....	126
6.5.2	游客安全保障措施到位	128
6.6	公共安全：应对措施不断完善.....	129
6.6.1	自然灾害.....	129
6.6.2	人为事故.....	130
6.6.3	安全措施.....	131

6.7	本章小结	132
7	旅游资源与环境保护.....	133
7.1	旅游资源与环境保护监测指标.....	133
7.2	资源环境概况	134
7.2.1	地理位置.....	134
7.2.2	生态地位.....	134
7.2.3	景观资源.....	135
7.3	旅游资源与环境保护现状.....	135
7.3.1	管理机构与人员.....	135
7.3.2	基础设施现状：配套效果显著	136
7.3.3	自然保护与森林资源管理严格	137
7.3.4	视觉景观控制严格.....	138
7.3.5	环境质量监测状况：环境保护良好	138
7.3.6	环境保护项目不断推进.....	140
7.4	本章小结	142
8	总结	143
9	附录	145
	附录 A 各社区关键人物访谈提纲	145
	附录 B 社区居民调查问卷	147
	附录 C 游客满意度调查问卷	150
	附录 D 旅游社区经营户访谈提纲	154

1 前言

1.1 监测缘起

近三十年来,中国的旅游业经历了空前的持续快速发展,为世人所瞩目。随着可持续发展理念的逐渐深入,推动旅游可持续发展成为中国旅游业未来发展的焦点。为了探求旅游目的地可持续发展的技术方法,长期的监测必不可少,监测指标的选择也显得格外重要。早在20世纪90年代初,联合国世界旅游组织(UNWTO)已经开始探索制订旅游可持续发展相关指标。在过去二十年中,该组织在全球范围内开展了大量的研究与研讨,收集了来自20多个国家的60多位专家在指标建设方面的经验与知识,形成了一套较为完善的旅游可持续发展监测指标体系。

2006年,中山大学与联合国世界旅游组织(UNWTO)建立了合作关系,致力于将世界旅游组织所指定的旅游目的地可持续发展指标应用于实际操作。2010年9月28日,联合国世界旅游组织与中山大学签署合作协议,成立“联合国世界旅游组织旅游可持续发展观测点管理与监测中心”(UNWTO Monitoring Center for Sustainable Tourism Observatories, UNWTO MCSTO, 下简称“监测中心”),负责中国乃至将来的亚太地区旅游可持续发展观测点的管理与监测等技术工作。迄今为止,监测中心已经在中国广西阳朔、安徽黄山、湖南张家界建立了旅游可持续发展观测点,定期(每年一次)对目的地的旅游发展状况实施监测。

2012年,监测中心在新疆喀纳斯景区、四川成都成立了新的观测点。其中,喀纳斯景区地处中国与哈萨克斯坦、俄罗斯、蒙古国接壤的黄金地带,根据《喀纳斯旅游区总体规划(2005—2020年)》,喀纳斯景区以北纬 $48^{\circ}13'$ 为南部边界,东以禾木乡为界,西北至国境线,规划面积10030平方公里,主要包括喀纳斯国家级自然保护区、喀纳斯国家地质公园、白哈巴国家森林公园、贾登峪国家森林公园、喀纳斯河谷、禾木河谷、禾木草原、那仁草原及禾木村、白哈巴村、喀纳斯村三个原始图瓦村落等八大自然景观区和三大人文景观区。此次监测,是监测中心对喀纳斯景区的第一次全方位的观测,意义深远。此份喀纳斯景区旅游发展监测报告,是基于《旅游目的地可持续发展指标使用指南》(英文原著为《World Tourism Organization (2012), Indicators of Sustainable Development Tourism Destination – A Guidebook》, UNWTO, Madrid)中的旅游可持续发展监测指标以及监测小

组在喀纳斯景区的具体调研情况而形成的，反映了当前喀纳斯景区旅游发展的状况，希望能为喀纳斯景区旅游管理委员会提供一些帮助，并为世界旅游组织及其他致力于旅游可持续发展研究的机构在相关指标的实际操作与应用上提供参考。

1.2 监测过程

本次监测可分为三个阶段：监测准备阶段，现场监测阶段，报告整理阶段。

监测准备阶段：从 2012 年 6 月中旬收到监测的任务，监测中心便开始组建监测小组积极开展监测准备工作。本次监测小组由中山大学旅游发展与研究中心老师、博士生、硕士生共 11 名组成。在此阶段，监测小组对监测任务进行了细致的讨论分析，根据《旅游目的地可持续发展指标使用指南》及喀纳斯景区的特征初步拟定了喀纳斯景区监测指标体系，同时设计了监测所需的游客问卷、社区问卷、社区访谈提纲、旅游经营户问卷。此外，小组内也对新疆旅游信息、喀纳斯景区信息等进行了普及，为后期监测工作打下坚实基础。

现场监测阶段：7 月 16 日，监测小组抵达喀纳斯正式开始实施调研，在为期 10 天的调研中，得到了喀纳斯景区管委会的大力支持与配合，顺利地完成了对喀纳斯景区可持续旅游发展指标的监测工作。监测小组先后在喀纳斯机场、禾木村、贾登峪门票站、喀纳斯湖区、喀纳斯游客中心、白哈巴村、铁列克提门票站等主要景点及游客停留节点对游客进行了随机调查；在禾木村、喀纳斯村、白哈巴村、铁列克提乡进行了社区居民入户访谈调查；同时还走访了喀纳斯景区管理委员会，禾木乡政府，铁列克提乡政府，白哈巴村村委等相关部门，收集喀纳斯景区相关的二手资料。

本次监测过程中收集了大量关于游客、社区居民、旅游企业及当地政府的一手资料。游客方面，共回收问卷 788 份，其中有效问卷 762 份，有效率 96.7%，在发放问卷的同时对部分游客、导游进行关键问题访谈以辅助分析；社区居民方面，共访谈社区居民 129 户，包括了喀纳斯景区内最主要的禾木村、喀纳斯新村和老村、白哈巴村以及铁列克提乡集镇共 4 个社区，主要采用入户深入访谈和半结构式问卷访谈方法进行社区调研；旅游企业方面，对喀纳斯 4 个社区内的主要经营形式进行抽样调查，共访谈了企业经营户 40 户，包括住宿企业、餐饮企业、纪念品商店、零售摊位。政府方面，主要在喀纳斯管委会的帮助下，收集了近些年喀纳斯区域的各类规划、工作报告、游客、社区、企业统计等各项资料。

报告整理阶段：7月26日至9月底，监测小组开始整理监测所获得的资料，最终形成本报告。根据所获得的资料，监测内容分为旅游与社区、旅游经济收益、游客满意度、旅游产品和服务、旅游规划与控制、健康与安全、旅游与资源环境保护七部分，内容梗概如下

表 1-1 所示, 所选择的指标如下**错误!未找到引用源。**所示。

表 1-1 监测报告内容概述

主要部分	调研方式	主要内容
旅游与社区	社区访谈+社区居民问卷	居民对旅游发展的态度、旅游对社区的影响；社区的服务与基础设施建设；社区参与程度和意识。
旅游经济收益	政府部门资料收集+旅游企业访谈	旅游发展现状、旅游对喀纳斯 GDP 及财政的贡献、旅游对就业及居民生活水平的影响、旅游对产业结构的影响（包括工商业）等
游客满意度	游客问卷+游客访谈	游客对当地的满意度，包括资源、环境、社会服务、价格、其他方面等等。
旅游产品和服务	游客问卷+游客访谈+旅游企业访谈	游客旅游目的的分析；游客游览路线（产品）；旅游服务范围
旅游规划与控制	政府部门资料收集+观测+访谈	各类规划与控制措施及成效；交通的规划与控制；
健康与安全	政府部门资料收集+观测+访谈	包括食物和环境卫生、游客安全、当地公共安全。
旅游与资源、环境保护	政府部门资料收集+观测+访谈	包括大气、水、噪音、固体、景观及视觉、能源等资源环境的保护情况。

表 1-2 监测报告指标汇总

部分	内容	问题组成	监测指标
旅游与社区	社区基础设施情况	人口统计信息	户数； 人口数； 构成（年龄、性别、学历、家庭人口数组成等，与本地、外地人口比例）；
		基础设施	社区能够使用的社会服务设施数量（由于旅游而新增社会服务设施所占的比例）； 医疗、教育、水电、道路、排污、垃圾处理等设施；
		社区旅游发展情况	旅游发展历程； 游客数量统计； 旅游收入水平；
	居民旅游参与情况	居民参与旅游方式	房子数量，经营状况及年收入； 马匹数量，是否租马，年收入； 奶制品是否有卖，卖给谁，怎样卖，卖多少，从中收入多少； 手工制作或其他经济活动情况； 政府补贴额度，补贴原因； 希望以什么样的方式参与旅游；
		旅游培训	是否有参与旅游方面的就业培训、频率及支出； 参与旅游主要优势和劣势； 觉得个人还需要在哪方面继续提高旅游参与能力；
	社区对旅游影响的感知	旅游经济影响感知	旅游对本地的经济发展影响感知； 旅游对就业机会影响感知； 旅游对物价影响感知；

部分	内容	问题组成	监测指标
			旅游对本地居民的贫富差距作用感知；
		旅游社会影响感知	旅游对基础设施建设影响感知（道路、水电等设施；拆迁及新建房屋） 旅游对社区医疗条件影响感知； 旅游对社区教育体系作用感知；
		旅游文化影响感知	与外地文化交流感知； 旅游对当地文化影响感知； 旅游对当地社区居民生活影响感知； 旅游对犯罪率影响感知；
		旅游环境影响感知	旅游对村内卫生条件影响感知； 旅游对环境教育和动植物保护感知； 旅游对当地资源消耗作用（如鱼、水）； 旅游是否增加对空气、噪声、水、固体等环境污染
	社区对旅游发展的态度	旅游支持和参与积极性	是否希望所在社区或地区的旅游业规模继续增加； 是否愿意从事与旅游相关的工作； 是否愿意主动为景区的发展提出建议； 是否愿意积极参与推广和宣传；
	社区对旅游发展满意度	对目前旅游发展满意度	旅游对目的地影响整体感知； 景区决策参与程度； 对当前旅游发展是否满意；
旅游经济收益	经济收益	旅游对地区经济收益的贡献 旅游对社区的直接经济贡献	景区的游客数量； 景区旅游总收入； 政府对社区的补贴及数量；
	社区就业	旅游对目的地社区	旅游企业数量；

部分	内容	问题组成	监测指标
		的贡献	经营性商铺提供服务性工作岗位数； 对旅游从业者的个人培训；
	旅游企业的竞争	旅游企业间的竞争	旅游商业业态； 旅游商铺店主对竞争的态度； 旅游商铺店主经营方式；
	旅游季节性	季节性程度	景区每年每月游客数量（全年游客分布情况）； 旺季与淡季游客量的比例； 旺季与淡季的分布；
游客满意度	游客基本特征	游客个人信息	游客居住地、性别、年龄、文化程度、职业比例；
		旅行信息	第几次到此旅游； 旅行方式的选择； 旅行信息的获得；
	旅行经历评价	旅游资源评价	游客对景区内原始森林、喀纳斯湖、民族风情、草原风光、边境、气候、人居环境的评价
		景区旅游环境评价	游客对景区社会治安、环境清洁、水质状况、空气清洁、噪音、当地居民友好程度的评价
		旅游服务评价	游客对景区内外部交通、餐饮、住宿、旅游商品、娱乐项目等服务质量评价
			游客对内外部交通、餐饮、住宿、门票、旅游商品、娱乐项目等价格合理性评价
	离境时满意度	游客在离开时候是否满意	整体满意度评价； 体验与期望一致程度； 重游意向； 推荐意向；

部分	内容	问题组成	监测指标
			总体印象； 游客建议；
		满意度对产业和目的地的影响	重游率；
	旅游投诉	旅游投诉情况	接受投诉的案件数； 主要案件内容； 投诉处理情况；
旅游产品和服务	游客旅游目的分析	游客的旅游目的	游客的旅游目的类别； 各旅游目的的游客量；
	游客游览线路（产品选择）	游览线路类型	旅游资源概况； 现有旅游产品概况； 各条旅游线路信息；
		各游览线路的使用强度	各条旅游线路上主要景点的游客访问量； 旅游者的平均停留时间；
	旅游服务	旅游服务范围	可提供的旅游服务种类；
		旅游服务设施分布	旅游服务设施的空间分布概况； 主要旅游服务经营场所分类统计分析； 近三年床位数统计分析；
		旅游服务质量	维持市场秩序的工作和投入； 近三年旅游投诉数量和解决程度； 对住宿餐饮的价格和多样化的满意度； 对旅游商品价格和特色的满意度； 对娱乐活动价格和丰富度的满意度； 对交通价格和便捷的满意度； 对景区门票价格的满意度。
	旅游形象地保护	主要旅游形象	成功的旅游形象； 景区获得的荣誉；

部分	内容	问题组成	监测指标
		旅游形象营销与宣传	营销宣传工作和投入； 取得的营销成果；
旅游规划 与控制	旅游业与 区域规划 的整合	现有旅游规划或战略的情况	是否存在与时俱进的规划；
		公众参与	规划过程中的利益相关者的参与程度；
			规划实施中利益相关者参与程度；
		规划实施监测	是否存在专门评估发展及规划利用效果的考核指标；
			已实现的规划的目标；
			已实现的规划所建议的环境、社会、文化行动
		政府对可持续旅游的理解	旅游部门在公共政策中的参与水平
	旅游发展 发展控制	控制程序	是否存在土地利用或发展规划； 规划中的旅游发展控制是否存在特定标准；
		资产管理	景区是否存在招商引资方案； 景区发展是否存在财务风险；
		实施执行	规划及其标准是否有系统实施方案； 是否存在复查程序（如景区参观、评价）；
	旅游相关 交通	可达性	可使用性，如公路网络的改善，铁路、港口及机场基础设施，公共交通进入旅游目的地的可行性； 公路密度（每平方公里区域内高速公路、公路里数）； 公共交通密度（每平方公里区域内公共交通便利数）； 通行能力及使用水平；

部分	内容	问题组成	监测指标
			直达航班数量、直航城市数量；
		游客选择交通方式	游客抵达旅游目的地的交通方式（飞机、汽车、长途汽车、铁路、自行车、步行及其他）。
		旅程时间	游客抵达目的地所需要的时间； 游客在目的地停留的时间
		空间和交通规划，旅游的交通需求管理，及合理分布模式的改善	是否有实施综合并环保的交通规划策略； 是否有转化为行动计划的策略； 区域间交通规划是否有实施
		内部交通和一体化服务	是否存在适合多种交通形式的站台； 是否存在一体化的交通服务； 网络或流动服务中心是否提供公共交通信息服务；
健康与安全	食品卫生	游客感知	游客对食品安全的关注程度； 游客对食品卫生问题的投诉； 游客对食宿的满意度；
		安全生产	针对食品管理组织提高餐饮服务单位或个人安全意识的活动程度； 食品安全知识教育与培训； 粮食安全生产、畜产品安全工作； 动物疫情防控；
		预防，规章制度	是否有食品卫生标准和规章制度，并实施监控 适当的卫生程序； 是否有餐饮从业人员接受过食物卫生培训； 对旅游从业人员健康情况的督查；
	环境质量	居民和游客评价的	空气质量；

部分	内容	问题组成	监测指标
		自然环境质量	噪声污染； 水体情况； 固体废弃物； 游客对环境卫生的满意度；
		环境维护与治理	旅游企业垃圾处理； 有效排污设施的数量； 污水处理相关条例的遵守情况和监测频率； 环卫设施分布与数量； 是否有卫生保洁相关制度，及其实施；
	社区健康	健康医疗的可获得性	医疗卫生机构、场所及设施设备； 医护人员，专业水平及培训； 医疗保障水平； 旅游业和卫生部门的协作程度；
		疾病预防	传染性疾病报告； 曾爆发过的重大病症报告； 接受健康教育、个人卫生发展和培训； 是否存在通过与公共健康或推广部门合作，以加强健康信息的推广； 安全饮用水、电力和卫生环境的可获得性；
	游客安全	游客影响感知	游客对旅游目的地安全信息的收集； 入住设施的安全保障水平； 游客对旅游目的地安全性的评价； 游客出行目的的安全性质； 游客对安全设施的满意度； 游客相关的上报事故数量和原因； 游客投诉的事故类型与频率；
		游客安全保障	是否存在吸引物和设施安全标准；

部分	内容	问题组成	监测指标
			游道、游船及其消防安全管理； 旅游从业人员的安全操作能力； 是否存在应急服务； 基础设施的安全隐患排查情况； 景区内防护栏、警示牌的设置区位与数量；
		安全知识传播	员工接受安全教育和培训的人次及频率； 发放的带有健康和安全警告的刊物数量；
		预防与控制	景区内安全隐患的排查与防控； 利用现代仪器与设施进行； 游客和居民在紧急事故中可获得的服务；
	公共安全	事故	媒体报道的事故数量； 事故数及类型；
		自然灾害	自然灾害种类、数量及危害程度；
		风险管理或回应	是否存在针对前往事故发生地游客和访问者的应急方案； 紧急事故设施的配备和有效使用； 治安程度； 边防保安水平； 出动警力的水平；
旅游资源 与环境保护	自然资源 管理与保护	管理机构设置	管理机构及人员配置；
			相关保护、科研监测、科研宣教、配套工程设施现状；
		自然保护与森林资源管理	国家重点物种数量；
			濒危物种种类及数量；
			自然保护区面积；
			生态资源保护方面的项目名称、任务、进度；
			新增保护措施；

部分	内容	问题组成	监测指标
		视觉景观保护	违规建筑拆迁的数量、执行情况；
			保护区内的建设面积、集中度；
			用于视觉控制（恢复、保护和维持）的资金和比例；
			新增政策与保护措施；
	环境质量评估	水环境	地表水水质达标情况；
			饮用水水质达标情况；
		污水处理	生活污水处理每年总量；
			污水厂扩建情况；
		固体废弃物处理	固体废弃物年产总量；
			处理废弃物的方式；
			循环再用的废弃物总量所占比例；
		植被覆盖	植被覆盖率及水土流失情况；
		大气环境	空气质量达标情况；
		土壤环境	土壤质量达标情况；
		声学环境	生活和交通噪声达标情况；

注：该指标体系参考自《目的地可持续发展指标使用指南》

2 旅游与社区

2.1 旅游与社区监测指标

本次社区情况监测涉及大喀纳斯旅游区的禾木村、喀纳斯新村和老村、白哈巴村以及铁热克提村(乡集镇)共4个社区,主要采用深入访谈和半结构式问卷访谈方法进行社区调研。首先对各个社区的1-2个关键人物进行深度访谈,了解社区的基本情况;其次入户调研,针对不同旅游参与类型的社区居民进行半结构式问卷访谈,了解居民的态度和感知。最终共访谈社区居民129户,具体分布如下表2-1所示,本章涉及的主要监测指标如错误!未找到引用源。所示:

表 2-1 居民访谈户数分布

村名	户数	居民参与旅游类型	备注
禾木村	26	租马、租房、自己经营家庭旅馆、售奶制品、未参与旅游	部分居民以 一种以上方 式参与旅游， 案例基本涵 盖各种类型
白哈巴	23	租马、租房、自己经营家庭旅馆、村口摆摊、未参与旅游	
喀纳斯	67	租马、租房、自己经营家庭旅馆、经营家访、摆摊、未参与旅游	
铁热克	13	经营家庭旅馆、手工艺制作、未参与旅游	
总计	129；这里的居民不包含外来经营者，基本为本地世居户		

注:各社区的访谈户数根据社区旅游发展程度选择,如喀纳斯旅游发展较为成熟,因此居民意见较为不一,需要尽量采集多人意见,而铁热克提旅游发展处于初级阶段,大家意见较为一致,居民的意见比较具有代表性。

表 2-2 旅游与社区监测指标

内容	问题组成	监测指标
社区基础情况	人口统计信息	户数； 人口数； 构成（年龄、性别、学历、家庭人口数组成等，与本地、外地人口比例）；
	基础设施	社区能够使用的社会服务设施数量（由于旅游而新增社会服务设施所占的比例）； 医疗、教育、水电、道路、排污、垃圾处理等设施；
	社区旅游发展情况	旅游发展历程； 游客数量统计； 旅游收入水平；
居民旅游参与情况	居民参与旅游方式	房子数量，经营状况及年收入； 马匹数量，是否租马，年收入； 奶制品是否有卖，卖给谁，怎样卖，卖多少，从中收入多少； 手工制作或其他经济活动情况； 政府补贴额度，补贴原因； 希望以什么样的方式参与旅游；
	旅游培训	是否有参与旅游方面的就业培训、频率及支出； 参与旅游主要优势和劣势； 觉得个人还需要在哪方面继续提高旅游参与能力；
社区对旅游影响的感知	旅游经济影响感知	旅游对本地的经济发展影响感知； 旅游对就业机会影响感知； 旅游对物价影响感知； 旅游对本地居民的贫富差距作用感知；
	旅游社会影响感知	旅游对基础设施建设影响感知（道路、水电等设施；拆迁及

内容	问题组成	监测指标
	响感知	新建房屋) 旅游对社区医疗条件影响感知; 旅游对社区教育体系作用感知;
	旅游文化影响感知	与外地文化交流感知; 旅游对当地文化影响感知; 旅游对当地社区居民生活影响感知; 旅游对犯罪率影响感知;
	旅游环境影响感知	旅游对村内卫生条件影响感知; 旅游对环境教育和动植物保护感知; 旅游对当地资源消耗作用 (如鱼、水); 旅游是否增加对空气、噪声、水、固体等环境污染
社区对旅游发展的态度	旅游支持和参与积极性	是否希望所在社区或地区的旅游业规模继续增加; 是否愿意从事与旅游相关的工作; 是否愿意主动为景区的发展提出建议; 是否愿意积极参与推广和宣传;
社区对旅游发展满意度	对目前旅游发展满意度	旅游对目的地影响整体感知; 景区决策参与程度; 对当前旅游发展是否满意;

2.2 社区基础情况

喀纳斯景区位于新疆阿勒泰地区布尔津县和哈巴河县境内,总面积约 10,030 平方公里。跨两乡——禾木哈纳斯蒙古民族乡和铁热克提乡,其中禾木哈纳斯乡下辖两个村——禾木村和哈纳斯村,总面积 3040 平方公里,人口 4806 人,耕地面积 1500 亩,草原面积 17.3 万亩,林业面积 16 万亩。而铁热克提乡包括乡集镇和三个行政村(白哈巴村、齐巴尔希力克村、阿克布拉克村),辖区总面积为 1323 平方公里,2503 人。

目前,开展旅游活动的区域主要有喀纳斯下湖口区新村和老村、禾木村、白哈巴村、那仁草原等地区,而铁热克提乡将成为承接白哈巴村、喀纳斯景区等核心景区与哈巴河县乃至

阿勒泰地区的游客中转接待基地。

本次调研涉及其中旅游发展主要社区，禾木村、喀纳斯村、白哈巴村以及铁热克提村乡集镇，通过对各村关键人物访谈及二手资料整理，获悉各村基础情况如下。

2.2.1 禾木村

气候地理：禾木村坐落在新疆市布尔津县，阿勒泰山脉中麓，准噶尔盆地北缘，隐于重山阻隔的一个大河谷里。春秋温凉，降水充沛，平均气温 18℃，无霜期不足 70 天，冬季漫长寒冷，长达 7 个月之久，积雪深度平均在 1.5 米以上。

主要景观：禾木村位于禾木河边上，村内房屋全为原木搭建，充满了原始的味道。禾木村最具吸引力的景观为万山红遍的醉人秋色和霞光普照的迷人日出，炊烟在秋色与晨光中冉冉升起，形成一条梦幻般的烟雾带，胜似仙境。在禾木村的观景平台上可以俯视禾木村以及禾木河的全景，是摄影爱好者必到之地。

人口统计：据禾木村村委统计，全村现共有 408 户，1408 人。分居新村和旧村，以蒙古图瓦族为主，同时混居部分哈萨克族、回族和汉族。大多数村民家建有 3 间大房，2 间小房，国家规定当地村民的宅基地最大为 800 平方米。

经济发展：目前，禾木村经济生产主要以旅游经营和畜牧业为主。据乡政府统计，禾木哈纳斯全乡 2011 年经济总产量为 720 万元；人均收入达 2323 元。畜牧业为基础产业，最高饲养量为 11000 头只，年末存栏数保持在 6700 头（只）左右，以大畜为主，占 60%。集体经济收入 85 万元，其中乡集体经济收入 50 万元，禾木村集体经济收入 20 万元，喀纳斯村集体经济收入 15 万元；全乡共有贫困人口 110 户、427 人，其中禾木村 75 户、287 人，喀纳斯村 35 户、140 人¹。近年来，旅游业逐渐成为村内的重要收入来源。

基础设施：（道路）布尔津县——喀纳斯主干线已全线贯通；从铁硫撒罕路口至禾木村 50 公里的贾—禾公路于 2005 年 10 月底竣工通车。投资 70 万元的禾木村道路硬化工程已完工。各牧业点之间无通车道路，大雪封山期只能依靠马匹维系交通。

（电力设施）禾木村建有水力发电站一座，在短暂的春秋季节可以正常供电；2003 年国家计委投资 420 万元，在禾木村建设了一座功率 36 千伏安光能发电站；2009 年 7 月，在

¹ 数据来源于喀纳斯景区管理委员会官网，禾木喀纳斯蒙古乡概况。

景区党委、管委会的积极争取下，总投资 2500 万元的贾登峪至禾木输变电工程开工建设，2011 年 10 月 11 日正式投入使用。

（科教卫生）村内建电视差转台一所，主要播放内蒙古卫视、新疆卫视和中视 1 套等频道。有中学一所，小学及卫生所均与喀纳斯村合为一起位于喀纳斯村。

旅游发展：旅游开发之前，禾木村为哈萨克族和蒙古族图瓦人杂居的西北牧业村庄，自然环境及社会文化均相对闭塞，村民主要以畜牧业为生。

自 20 世纪 80 年代末、90 年代初开始，禾木村逐渐有零散游客造访，当时没有正式的以旅游为目的的团队，多为散客且数量极少，没有对村落的自然和社会环境产生显著影响，村民基本保持原先的生活状态，社区中也未出现专门为游客服务的旅游设施。与少量游客的到来相伴随，社区外的一些经营商开始看到喀纳斯未来可能的旅游发展前景，逐渐迁移进入本地社区。

90 年代末期，游客数量逐渐增多，喀纳斯旅游受到更多外界关注，有组织的旅游开始出现，旅游的季节性形成，本地居民开始为游客提供一些简便的接待设施，一些本地居民为适应旅游发展而调整生活方式。

进入 21 世纪之后，禾木村新建房屋呈现爆炸性增长，新建房屋多达百栋。在外来人带动下的本地人也卷入旅游经营中，而这种转变多为被动的，加之大多数社区居民商品意识淡薄，专业技能匮乏，又没有资本的支持，使得社区居民成为了旅游发展的“弱势群体”，但其主体地位却是不容忽视的。目前，村内旅游旺季主要集中在 5 月末至 10 月初。

2.2.2 喀纳斯村（哈纳斯村）

气候地理：喀纳斯村位于下湖口区，包括新村和老村。与禾木村同属禾木哈纳斯蒙古民族乡，被当地人称为哈纳斯村。喀纳斯老村位于距离湖边 3.5 千米的喀纳斯河畔（现蓝湖餐厅所在地），位于景区中心地带，前往喀纳斯湖的交通干道从老村中心穿过。1999 年，在距离老村西南 4 公里远的喀纳斯河以西的一块牧场上选址建村，对图瓦老村的居民进行整体搬迁，实际上只实现了部分搬迁而形成了现在景区内的图瓦新村和老村并存的局面。

主要景观：喀纳斯村距离喀纳斯湖（核心吸引物）极近，区内最高点建有观鱼台，登上观鱼台可以俯瞰喀纳斯湖全景。从贾登峪至喀纳斯湖景区沿途有卧龙湾、月亮湾、神仙湾三

道湖湾，碧水青山，宛若仙境。

人口统计：喀纳斯村现共有 189 户，764 人。老村 80 多户，新村 100 户左右，此外还有一些散居在吐别克、哈拉苏等自然村，是现存蒙古族图瓦人仅余三村之一。蒙古族图瓦人世代居住在哈纳斯河流域至禾木河一带，现仅存 2000 余人，主要分布在禾木村、喀纳斯村和白哈巴村，整个禾木哈纳斯乡共图瓦人 1320 余人，占全乡总人口的 64%左右。

经济发展：喀纳斯村旅游发展较为成熟，其主导产业已由畜牧业转为旅游业。一方面，社区本身作为旅游吸引物之一，主要功能在于满足旅游者消费需求，近年来，社区内基础设施和旅游服务设施逐步完善，能为旅游者提供完整的旅游产品，满足游客综合需求。另一方面，社区又是旅游业发展的劳动力输出地，许多社区居民以参与旅游产品供给为主要的谋生手段。与此同时，畜牧业依然是当地重要产业，大多数家庭均有 100-300 亩的草场；每家饲养牛、马，少的有 1、2 只，多的有 20 多只甚至更多；各家各户都制作奶制品；夏天的时候村里的牛马实行集中放牧，清晨统一交给 2 个人赶至大山深处放养。此外，村里部分大学生毕业缺乏工作安排，对村子发展造成了一定的不良影响。

基础设施：喀纳斯村同样建有水力发电站一座，在短暂的春秋季节可以正常供电；2002 年 7 月，由新疆新能源公司承建，国家计委投资 130 万元，为禾木哈纳斯乡的喀纳斯村建设一座光能发电站；喀纳斯小学位于喀纳斯村，成立于 1962 年 9 月，为蒙、哈双语教学；禾木哈纳斯乡卫生院占地面积 3900 平方米，建筑面积 2000 平方米，其中业务用房 2000 平方米，建于 1985 年，位于老村村委会附近，2011 年度卫生院业务总收入已达 7 万元，年门诊量约 4600 人次，住院约 60 日，就诊较多的疾病为呼吸系统疾病（以上呼吸道感染）；村内建电视差转播台一所，主要播放内蒙古卫视、新疆卫视和中视 1 套等频道。

旅游发展：喀纳斯老村是先于景区存在的社区，社区本身也是旅游吸引物之一。喀纳斯新村则是在旅游区内原先无人的区域形成的新社区。喀纳斯景区旅游发展最早始于喀纳斯村所在下湖口区域，因此，不论是旅游基础设施建设，还是旅游发展都较为完善和成熟。

2012 年截止 7 月 9 日，喀纳斯景区（下湖口区域）游客人数已突破 10 万人大关，累计接待游客 103814 人，同比增加 11454 人，增长 12%，其中疆内游客人数为 18269 人，同比减少 7593 人，减少 29%；疆外游客 85066 人，同比增加 19098 人，增长 29%；海外游客 479 人，同比减少 51 人，降低 9.6%。

2.2.3 白哈巴村

地理位置：白哈巴村以图瓦人为主，地处中国版图最西北角哈巴河县铁热克提乡境内，距县城 117 公里，东距喀纳斯湖 31 公里，北距那仁草原 33 公里，南距铁热克提乡 38 公里。该村位于阿尔泰山的深山峡谷之中，四周森林密布，与哈萨克斯坦国仅一沟相隔，被称为“西北第一村”。由于老村土地有限，随着村内人口增长，为满足新婚家庭用房需求，2005 年开始于山另一头开辟新村，每户分配 1 处宅基地。

主要景观：白哈巴村以其金黄色的白桦林、具有传奇色彩的图瓦人和古朴、独特的木结构建筑，吸引了不少摄影、徒步爱好者。另白哈巴位于中国与哈萨克斯坦接壤的界河——哈巴河畔，中哈界碑也是目前游客趋之若鹜的景点之一。

人口统计：白哈巴村分为一村和二村，一村共 160 多户，600 多人，主要居住着图瓦人；二村有 95 户，263 人，主要为哈萨克族，此外，村内还杂居着少数回族、汉族。90 年代以前，村内各家各户小孩较多，平均每户就有 4-5 个，90 年代以后，随着计划生育政策的实施和人们素质的提高，小孩逐渐减少，现平均每户 2-3 个。

经济发展：白哈巴村目前仍然以畜牧业为主，饲养牛、羊等牲畜，但只有 70% 家庭有牛羊，30% 没有，尤其是年轻人，结婚后没有草场，没法养牛羊。平均每户约有羊 30 只、牛 15 头、马 4-5 匹，家庭年均收入为 6000-7000 元。白哈巴村整体土地少，过冬时间长，每户有草场 50 亩，冬牧场 20-30 亩。旅游发展以前，挖虫草、草药，打松子也是经济收入来源，现在这些都被禁止。

基础设施：2010 年 10 月，哈巴河县至白哈巴道路建成通车，这对于必经之地的铁热克提村来说是个天大的喜讯。村中心道路为水泥路，但是村内部分道路仍为石土路，雨后难行。2008 年，哈巴一、二村供排水工程已完成 90%，管委会出资 14 万元购买 110 千瓦发电机一台，乡政府配套 14.6 万元进行相关设施的配套，并储备柴油 20 吨，于 10 月中旬开始为两村农牧民供电；哈巴河县广播电视局提供 10 万元设备，该乡自筹 5 万元，完成了白哈巴村电视差转台的建设，景区通过“电视进万家工程”为该乡贫困农牧民家庭发放电视机 120 台。2010 年，完成白哈巴一、二村 10KW 输变电工程。2012 年，喀纳斯—白哈巴 35 KV 输变电工程为市政重点建设工程。

白哈巴村内于村路旁有一邮政所，为个人承包，以售卖明信片 and 邮寄明信片为主要业务，

没有其他邮递功能。白哈巴-哈巴河的班车已运营十几年，目前游客进入村内仅凭景区区间车。

旅游发展：白哈巴村的旅游发展过程与禾木村基本一致，随着游客的到来，村内形成大量的家庭旅馆。但由于地理位置不佳，旅游资源同质化，加上出于对喀纳斯景区资源的保护，住宿接待中心被整体迁移至贾登峪接待区，白哈巴村逐渐成为游线上的过路景点之一，游客在村内停留时间短，过夜游客少，仅于秋季，会有较多摄影爱好者前来，在村内停留一段时间。而其他时段，村民旅游收入主要来源于在村口摆摊售卖土特产和纪念品。

2.2.4 铁热克提村（乡集镇）

地理位置：铁热克提乡位于哈巴河县城以北 77 公里处，阿尔泰山脉以南，哈巴河上游东岸山区地带，驻铁热克提村。辖区东与布尔津县接壤，西与库勒拜乡喀拉乔克夏牧场毗邻，南与萨尔塔木乡相邻，西北与哈萨克斯坦交界，北至阿尔泰山山脉，总面积为 1323 平方公里。

人口统计：至 2010 年底，铁热克提乡总人口达 2545 人，其中非农业人口 695 人，农业人口 1850 人。白哈巴村、齐巴尔希力克村、阿克布拉克村为基层村，分别有 867 人、315 人、561 人；铁热克提村为一般集镇，现有 472 人。乡内教育水平主要以小学和初中为主，分别占总体的 37%、44% 左右，高中占 13%，大学和本科占 10% 左右。男女比例基本上接近 1:1。

基础设施：铁热克提村属于铁热克提乡的乡集镇，道路硬化较好，为有效地绿化、美化铁热克提乡广大群众的工作和生活环境，铁热克提乡大搞绿化创新，在乡政府院内办公楼外墙及驻地村铁热克提村主要街道两旁木屋上装设花架，栽种适应能力强并具有观赏价值的牵牛花、万寿菊、串串红等花卉。因花架悬空而挂，所以美名其曰“空中花园”。

2012 年，在喀纳斯景区的大力支持下，铁热克提乡高举建设旗帜，不断完善基础设施建设，建立长效保障机制。如今，白哈巴村输变电工程、特色村寨等 19 个新建项目已经破土动工，乡职工食堂、宿舍、木屋改造等 8 个续建项目也取得了重大进展。

旅游发展：随着喀纳斯旅游业的发展及其与周边其他旅游资源的融合，附近铁热克提乡的齐巴契列克村、阿克布拉克村、铁热克提村等地逐渐受到旅游的影响，铁热克提乡位于规

划线路上的三个村的居民均有发展旅游的强烈愿望，目前，铁热克提村村民已经做好了发展旅游的准备，但是由于交通的不便以及区位远离旅游环线，村内尚未有游客到达，旅游业迟迟无法启动。

2.3 社区参与情况

2.3.1 各社区旅游参与形式差异不大

总体而言，各社区的旅游参与方式主要有以下几种：租马；租房给外地人经营；自主经营家庭旅馆（包括餐饮）；自主经营餐饮；经营家访；摆摊；零卖奶制品；制作手工艺品等，还有部分居民处于未参与状态。调研中各社区被访对象参与情况及收入如下所示（表 2-3）：

表 2-3 各社区被访对象参与旅游情况及相应收入

参与形式	禾木村（26）		喀纳斯村（67）		白哈巴（23）		铁热克提村（13）	
	户数	年收入	户数	年收入	户数	年收入	户数	年收入
租马	16	0.5-2 万	23	1-6 万	6	0.3-1.5 万	0	
租房	10	1.5-20 万	4	1.5-60 万	2	0.2-2 万	0	
旅馆	1	刚开始	8	1-10 万	11	2-5 万	5	基本未有
餐饮			2	1 万多			0	
家访			8	1-3 万			0	
摆摊			6	0.5-2 万	5	0.2-0.5 万	0	
零售	10	0.2-1.3 万	10	0.2-1 万	2	0.15-0.4 万	2	2 千左右
手工	1	1 万多	0		3	基本没有	2	基本未有
管委	1	3 万	5	2.4 万	0		2	2.4 万
无	1		12		2		6	

注：零售为没有固定方式，在自己家里卖奶制品；管委为参加管委会或景区工作；

1 禾木村

禾木村以老村为核心景区，参与旅游的村民主要位于核心景区内，约 200 多户，占全村

总数 50%左右。另有 40%分布在自然村，还有部分散居在牧业点上，这两部分居民基本没有参与旅游，有些家庭对旅游尚缺乏认识。从表 2-3 中可以看到，禾木村目前的旅游参与方式主要有租马；租房；自主经营家庭旅馆以及部分零售奶制品，村内商业经营尚未受到管委会限制。

租马：马队租马是社区集体参与旅游的一种方式，以马队的形式存在。禾木村于 2006 年 7 月成立禾木景区旅游观光服务马队（以下简称“马队”）。马队在马证管理、马队管理等方面制订了详细的规章制度，但在具体实施上，还存在较多问题。目前，核心景区内约 2/3 住户均参与了租马经营，平均年收入为 1-2 万元左右。

租房：每至旅游旺季，村里就会有大约 1/3，100 多户村民通过租房给外地人间接获取旅游收益，最高租金可达 3 间房 15 万元一年，收入颇为可观。

自主经营家庭旅馆：禾木村内少量有经营意识和经营能力的村民选择自主经营家庭旅馆，约 20-30 户，年收入较高，可达 6-8 万元。

零售奶制品：当地自古以来便以游牧为生，奶制品是他们生活的日常必需品，只要有牛羊的家庭都会生产奶制品，但是极少进行规范买卖，部分居民遇到游客需要时会零售少许，年收入在几千元左右；村内有奶酒大户，一年可以产 3 吨奶酒，售价 35 元一公斤。

不参与：村内另有 1/3 的村民不主动参与旅游，以打零工为生，年收入约 1 万元左右。

其他：此外，有 7 户村民以养蜜蜂，采蜂蜜为生；村内居民除国家干部外，均享有 5000 元/人/年的旅游发展补贴（2010 年开始）。

2 喀纳斯村

喀纳斯村为景区内旅游发展较早的社区，村民最初从旅游业中获取经济收益的主要方式有马匹租赁、房屋租赁、开办图瓦人家访、担任管委会工作、出售工艺品（土特产）等。但近年来，出于对旅游区资源与环境的保护，管委会对喀纳斯社区的自主经营进行了规范和控制，原先从事旅游住宿、餐饮接待或向外来经营户出租房屋的经济收入都被管委会发放的房屋补贴所代替，村民主要的旅游收入只能依赖于游客食、购、娱三个方面，但仍有大部分老村和新村村民靠变相或暗地出租房屋获得收益，他们自家人则住在新村或住在老村院角的小板房中，平时偶尔上山挖虫草或者放羊、租马、打松塔等。从表 2-3 中也可以看到，喀纳斯

村目前仍然存在各种经营方式，其参与方式最具多样性，但是数量和比例却相对较低，可见管委会控制对村内旅游参与起到了一定的限制作用。

租马：租赁马匹是喀纳斯村目前获许的经营方式之一，参与面较广，同样以马队的形式组织进行，但马队经营情况不如禾木村。目前，马队仅有可利用马 40 余匹，每匹马收入约 200 元一天，包括 20 元管理费和 10 元保险费，50 元作为导游回扣，其余则属马匹所有者获得；租马年平均收入在 1-2 万元左右。

租房：喀纳斯村与管委会签订协议，即村民放弃租房给外地人以及自主经营，管委会将提供其一定的旅游收入补贴。一旦有人违反，则失去获得补贴的资格。尽管如此，老村仍有许多居民变相或暗地出租房屋，租金较高，收入可达 5 万元；新村也有 20 多户居民暗地出租，但由于缺乏地理优势，新村租房收入低于老村，年收入约 3 万元左右。

自主经营家庭旅馆：尽管协议限制在前，补贴诱惑在后，当地居民仍有 30 多户进行家庭旅馆经营，新村有 20 多户，老村由于管理更为严格，只有 10 多户。部分居民（尤其是老村）直接放弃补贴，大胆经营，年收入可达 10 万元；大部分则是暗地经营，主要靠熟人关系招揽游客，年收入在 2-5 万元左右。

餐饮：喀纳斯村居民有约 10 来户经营餐饮，但由于管委会控制，规模和档次有限，主要以给当地人提供餐饮为主，同时接待少量外来游客，年收入 2-3 万元左右，主要分布在老村。

家访：喀纳斯村现一共有图瓦家访 12 户左右，主要分布在老村，其中大概只有 4 家是由本地人经营或与外地人合作经营，较为正规；其余家访为外地人向本地人租房经营，很大程度上混淆了图瓦民族特色。图瓦家访人均价格在 60 元左右，其中导游可拿回扣 40 元，居民只收取 20 元，有时为拉拢导游，竞争游客，居民收入甚至低至 5 元。

摆摊：喀纳斯景区管委会统一在神仙湾、观鱼亭、喀纳斯湖等核心景点设立了 38 个零售摊位，由喀纳斯村村民内部抓阄决定摊位分配。摊位零售内容由摊主自行决定，主要以奶疙瘩、酸奶以及其他从布尔津进货的旅游纪念品为主，如帽子、手工艺品等；各摊位收入较为平均，每天约 40-50 元。

零售：由于景区内摊位有限，喀纳斯村部分居民自家零售奶制品，如奶疙瘩、奶酒等，

情况较好的，年收入可达 1 万元。

管委会工作：村里部分居民参与管委会工作，没有补贴，固定工资 2000-3000 元/月；同时村内环卫工人均雇佣自本地，月工资 2000 元，为当地村民提供了一定的固定收入。

不参与：自管委会对喀纳斯村经营进行控制开始，村内旅游参与比例大幅减少，未参与旅游者达村总人口的 1/3，作为补偿，喀纳斯村村民可享受由管委会提供的 1 万元/年/人的旅游补贴。

3 白哈巴村

白哈巴村作为“西北第一村”，吸引了不少游客前来，近年来，村民旅游参与意识逐渐提高。民居家庭旅馆、零售摆摊是白哈巴经营户目前参与旅游的两种主要形式(表 2-3 所示)。

租马：2006 年，白哈巴村村委会负责组织当地居民成立白哈巴景区旅游观光服务马队，由白哈巴村村委会负责管理，制订了统一管理的规章制度与简单的培训机制。然而，2008 年，由于游客极少且不成规模，村内马队难以为继而放弃组织。现主要是村内小孩利用暑假牵了自家马匹到村口拉客，半小时收费 30 元，每天可平均收入 80-150 元，用以支付来年的学费和生活费。

租房：白哈巴村游客较少，停留时间短，因而外来经营户少，租房市场并不活跃。村内只有 2-3 户租房给他人经营住宿餐饮，年租金 2 万元左右；4-5 户租房给他人经营超市等，年租金 5000 元。

自主经营家庭旅馆：民居旅馆以其开发成本和运营费用相对较低、经营简单方便、经济效益较好、女性能够充分就业而吸引农牧户介入，而餐饮由于既能为游客服务，又能在旅游淡季为居民服务也受到有意向介入旅游业的村民的青睐。村内经营的民居旅馆与餐饮规模多数属于中小型，共 60 多户，且由于区间车仅在此停留半小时，生意状况不佳，9 月份的时候散客较多，情况会有所好转，总体来看，经营年收入少的只有 3、4 千元，多的可达 3 万元。

摆摊：白哈巴村于村口区间车停靠处设置集中摆摊点，目前共 42 个摊位，不同于喀纳斯村，白哈巴村摊位并无限制，村里各户都可以选择来此摆摊，不少居民正处于筹备中，摊位规模有望扩大。各摊位经营内容相似，主要以售卖酸奶、马奶子、布尔萨克、烤肉等为主；

年收入在 6000-20000 元不等；游客一般乘坐区间车来到白哈巴村，在村口短暂停留，光顾各摊点的时间在 30 分钟以内，继而乘车前往界碑，短暂参观之后就到另外一个旅游景点。

管委工作：白哈巴村有 20 位居民参加了管委会的环卫队，旅游公司也雇佣了 2 个本村村民，虽无旅游补贴，但有固定工资 2000 元/月。

补贴：进入白哈巴村的门票价格为 60 元 / 人次，其中 20 元 / 人次分给白哈巴村，直接分给村民的仅有 12 元 / 人次。2007 年分至每人手中有 840 元。较多居民认为，因为白哈巴村旅游资源的主要载体是当地美好的自然环境、质朴的民风民俗风，而村民是这些资源的创造者和保护者，理应得到更多提成。此外，村民认为白哈巴村作为喀纳斯景区的一部分，也应该得到景区大门票收入的提成。2011 年开始，白哈巴村村民的旅游补贴提高至 4000 元/人/年。

4 铁热克提村

铁热克提村居民由于看到了旅游对核心社区经济的显著带动作用，对旅游发展的前景普遍看好。近两年，村民在政府的号召下，纷纷筹款购置各种设施，准备开设家庭旅馆，甚至有村民贷款 3 万，作为经营启动资金，然而，目前村内尚未有游客前来，各种设施处于闲置状态，未能投入使用，产生经济效益，村民投入无法收回，贷款无法还清。还有部分村民擅长手工艺制作，如十字绣和民族织品，但是经营情况不佳，只有少数零售给游客，获取几千元的收入，许多工艺品都堆积在家中。2011 年起，村民开始享受 1730 元/年/人的旅游补贴。

2.3.2 参与旅游培训比例差异较大

管委会为提高当地居民的旅游参与能力和整体素质，组织了一系列的旅游培训，主要包括租马培训、家庭旅馆经营培训、语言培训、手工艺培训、礼仪培训等，累计培训 3500 余人次，旅游从业人员的服务意识和服务水平明显提高。各社区被访者参与培训情况如下表 2-4 所示：

表 2-4 各村被访者参与旅游培训情况

村名	租马培训	经营能力培训	语言培训	手工艺培训	礼仪培训
禾木村（26）	5	3	4	2	
喀纳斯村（67）		1	1	2	1
白哈巴村（23）			3		
铁热克提村（13）		4			1

禾木村参与培训比例较高，租马参与者必须要参与租马培训，时间大约在每年4月份，一年一次，为期15-45天左右；喀纳斯村参与培训者较少，主要由于村内禁止经营，公开培训机会较少；而白哈巴村的主体经营为摆摊，因此村民主要参与了语言培训；铁热克提是在政府号召下开展家庭旅馆，集中组织了家庭旅馆经营能力方面的培训，时间安排在冬季，为期1个月左右。

2.3.3 社区对旅游参与的期望较高

经访谈了解，大多数居民表示希望参与旅游方式主要有：（1）经营家庭旅馆，因为家庭旅馆收入较高；（2）开家访，能够宣传本地民族文化和特色；（3）租马，成本较低；（4）租房，无成本便有固定收入。

本地居民认为自身所具备的参与优势主要来自于：（1）住宿、餐饮具有本地特色，自家有房屋；（2）对本地资源和环境更加熟悉；（3）有自己的马匹。

劣势则主要在于：（1）与游客沟通交流存在一定的语言障碍；（2）缺乏各种经营的经验和技术；（3）缺乏广阔的人脉，难以招揽到游客。

大多数居民均表示希望参与旅游培训，尤其是语言培训和经营技术培训等，不少居民指出想要学做餐饮和导游，可见村民的主动参与意识和参与积极性正在逐渐提高。

目前居民对于社区最满意的地方主要在于环境优美，空气好；而最大的困难在于医疗条件较差、新婚家庭无法解决住房问题、社区教育水平低（需到县城或者乡镇入学，年龄小的还需家长租房陪读）等，还有旅游参与受限，尤其是喀纳斯村，对此极为不满，村民自主经营的权利被剥夺，收入减少，同时他们并不理解管委会限制村民自主经营的原因，因此矛盾愈发突出。

2.4 社区对旅游影响的感知

2.4.1 旅游经济影响的感知：积极和消极皆存在

◇ 旅游促进了本地的经济发展

旅游发展给喀纳斯旅游社区带来的经济增长是有目共睹的,不论居民是否满意景区的发展,对这一点都不置可否,尤以喀纳斯村的认可度最为突出,而其中,铁热克提尚处于发展初期,因此认可度相对较低,总体而言,76.8%的被访者都认可旅游为本地带来的经济增长。因为相比于曾经以畜牧业为主的经济生产,目前旅游发展背景下,人们收入水平、生活水平普遍提高,即使没有参与旅游,也能获得相关补贴。而还有大概 10-20%的居民表示不认可(表 2-5),主要可能是出于对景区发展的抵触情绪或不满情绪。

表 2-5 旅游促进经济发展频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	96	76.8%	16	64%	56	84.8%	16	76.2%	8	61.5%
中立	7	5.6%	2	8%	2	3%	3	14.3%	0	0
不同意	22	17.6%	7	28%	8	12.1%	2	9.5%	5	38.5%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.65		3.48		3.79		3.67		3.23	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明: 非常同意为 5, 同意为 4, 合并为同意项; 中立为 3; 不同意为 2, 非常不同意为 1, 合并为不同意项										

◇ 旅游极大地增加了本地的就业机会

旅游的发展为本地居民提供了各种直接和间接就业机会,当地居民的就业形式由以往单一的放牧为主,转向了多元化的旅游就业,包括自主经营、租马等直接就业和租房等间接就业,从老人到小孩,就业机会都比以往增加许多,因此,绝大多数居民都认为旅游给当地带来了更多的就业机会(74.4%),其中仍以喀纳斯为最,因为喀纳斯是核心旅游发展区域,发

展较为成熟，就业形式更加多样，尽管目前已经受到各种限制，但是这种积极影响依然获得一致认可；而其他村落则基本以旅游发展程度高低依次降低，铁热克提村发展最为落后，认可度不超过 50%，说明旅游给当地带来的促进作用尚不明显（表 2-6）。

表 2-6 旅游增加就业机会频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	93	74.4%	18	72%	54	81.8%	15	71.4%	6	46.2%
中立	9	7.2%	3	12%	2	3%	1	4.8%	3	23.1%
不同意	23	18.4%	4	16%	10	15.2%	5	23.8%	4	30.7%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.63		3.80		3.73		3.43		3.15	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 旅游发展造成本地物价上涨

旅游发展造成物价上涨获得了旅游区 83.2%的居民认可，可见旅游给当地带来的生活成本的增加非常明显，同类商品价格比非旅游地高出 30%-50%，喀纳斯湖区、贾登峪、禾木以及白哈巴等核心旅游区域最为明显。以 500ml 瓶装雪碧为例，当地售价为 5 元人民币/瓶，非旅游地区售价为 3-4 元，涨幅在 25-67%之间。同时也说明人们对于生活成本的变化更加敏感。在此值得注意的是，对于物价上涨的认可度不再随着旅游发展程度的高低而依次降低，反而有相反的增长趋势，以铁热克提为最，而禾木也高于喀纳斯（表 2-7）。可能是由于旅游发展程度越高，当地居民收入越高，从而导致对生活成本增加的敏感度会较低。

表 2-7 旅游导致物价上涨频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	104	83.2%	22	88%	56	84.8%	14	66.7%	12	92.3%
中立	9	7.2%	1	4%	3	4.5%	4	19.0%	1	7.7%
不同意	12	9.6%	2	8%	7	10.6%	3	14.3%	0	0%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.84		4.00		3.86		3.52		3.92	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 旅游发展一定程度上加剧了本地居民的贫富差距

旅游发展促进了当地的经济发展，给当地居民创造了更多的就业机会，但由于不同居民的能力不同，参与形式不同，居民的收入之间可能存在较大差距，家庭旅馆收入可能要高于其他参与形式收入，即使同样开家庭旅馆，也会因为规模、技术、人脉的不同而产生不同的经营业绩，年收入差距可达 5 万元以上，由此，村民的贫富差距会因此而迅速加剧，然而，村民对此的认同并不高，只占总体的 68%；村民对于旅游是否对贫富差距有影响没有明晰的概念，大多数认为贫富差距取决于各自的经营能力及勤奋程度。各社区中，禾木的认可度最高，可能是因为禾木村的经营未受到限制，居民可以自由发挥，因此差距容易产生；而喀纳斯村尽管旅游发展较为成熟，但是大多数的经营都受到限制，均被统一的补贴所代替，导致差距反而有所减小，白哈巴经营有限，差距认可也较低，而铁热克提村由于发展尚未起步，大家基本处于相同的水平，因此认可度不到 40%（表 2-8）。可见，本地居民的贫富差距在禾木村最为显著。

表 2-8 旅游加剧贫富差距频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	85	68%	20	80%	46	69.7%	14	66.7%	5	38.5%
中立	23	18.4%	2	8%	11	16.7%	5	23.8%	5	38.5%
不同意	17	13.6%	3	12%	9	13.6%	2	9.5%	3	23%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.63		3.88		3.64		3.62		3.15	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 小结

总体而言，旅游给喀纳斯旅游区带来的经济影响非常明显，包括经济增长、就业机会增加、物价上涨以及贫富差距加剧等方面，各认知均值均高于 3.6，其中物价上涨最为当地居民所认可，高达 3.84，而其他方面则相差不大（图 2-1），说明居民对于旅游给当地带来的经济影响总体上较为敏感，认可度较高，尤其是对于生活成本的增加，而其他各种影响可能由于不同的参与程度和收入水平产生不同的认知。

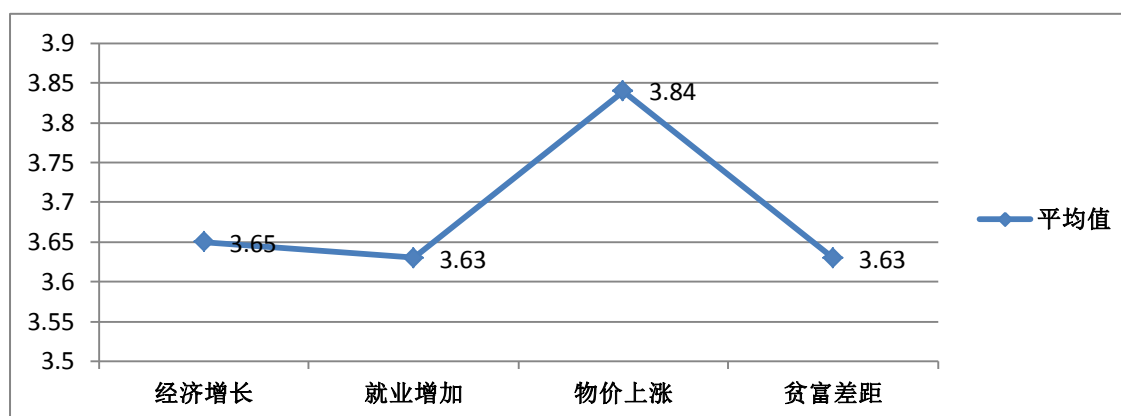


图 2-1 经济影响居民感知平均值

2.4.2 旅游社会影响的感知：多为积极方面

◇ 旅游发展促进社区基础设施改善

旅游基础设施的改善在核心发展景区喀纳斯村尤为明显，因此获得的认可度也高，达 92.4%，其次，分别按照景区旅游发展水平高低，依次降低（禾木为 88%，白哈巴为 76.2%，铁热克提为 53.8%，见表 2-9），因为大量的资金首先投入核心发展区进行基础设施建设，居民感知自然也因此不同。

表 2-9 旅游改善基础设施频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	106	84.8%	22	88%	61	92.4%	16	76.2%	7	53.8%
中立	10	8%	1	4%	3	4.5%	2	9.5%	4	30.8%
不同意	9	7.2%	2	8%	2	3%	3	14.3%	2	15.4%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.97		4.12		4.12		3.62		3.46	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 旅游发展促进了社区医疗水平的改善

医疗水平低依然是目前社区生活面临的重大难题之一，很多居民表示生病得不到有效医治，最终只能转到布尔津县或阿勒泰市区进行治疗。旅游对于医疗的水平提升已经初见成效，总体认可度达 59.2%，而其中喀纳斯的认可度达 54.5%（表 2-10），因为目前喀纳斯村只有一个卫生所，医疗设施设备相对缺乏，缺乏技术较好的医生，平时只能看一些感冒之类的常见病，同时由于该地区地处边境，交通不便，尤其是冬季，就医更加困难，医疗落后是当地居民的一大隐忧，还有待进一步的资金投入。这些问题在禾木村、白哈巴村、铁热克提均存在。而禾木村的认可度主要来自于旅游发展带来的医保等相关政策。

表 2-10 旅游改善医疗水平频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	74	59.2%	19	76%	36	54.5%	9	42.9%	10	76.9%
中立	22	17.6%	3	12%	15	22.7%	4	19.0%	0	0%
不同意	29	23.2%	3	12%	15	22.7%	8	38.1%	3	23.1%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.34		3.72		3.27		3.00		3.54	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游发展促进了本地教育水平的提高

随着旅游的发展，当地社区和外界交流增多，一方面开拓了眼界，增长了见识，受教育意识得到提高，目前，村里的小孩教育水平比起村里的中老年人，明显要高很多；另一方面，部分居民开始积极参与各种旅游培训，也提高了自身的素质和教育水平，此影响获得了大多数居民的认可（68.5%）。在此方面，禾木、喀纳斯、铁热克提认可度较高，达到 80%左右，而白哈巴则相对较低（23.8%）（表 2-11），这和培训参与程度可能存在一定关系（表 2-4）。同时，村民反映白哈巴的教师资源较少，家长只能将孩子送到县城读书，相应也增加了教育的成本。

表 2-11 旅游提高教育水平频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	85	68.5%	20	80%	50	76.9%	5	23.8%	10	76.9%
中立	20	16.1%	3	12%	9	13.8%	6	28.6%	2	15.4%
不同意	19	15.3%	2	8%	6	9.2%	10	47.6%	1	7.7%
有效 N	124	100%	25	100%	65	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.56		3.80		3.74		2.67		3.69	
总 N	129	96.1%	26	96.2%	67	97.1%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 旅游发展使村里的老房子拆迁，新房子增加

大多数居民（73.4%）表示，旅游发展促进了村落房屋的改造，很多老房子被拆，新房子增加，一方面是因为当地居民为响应旅游发展号召，开办家庭旅馆，需要改造或新建房屋；另一方面是由于旅游发展带来收入增加，村民有了更多可支配收入用来建房。各社区中，禾木的房屋改造较少，主要是因为禾木村作为重点村落景观，保护较为严格；而铁热克提作为旅游接待的中转站，则是鼓励新建房屋，因此影响较为明显（84.6%）（表 2-12）。

表 2-12 旅游促进新房改造频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	91	73.4%	15	60%	50	76.9%	15	71.4%	11	84.6%
中立	13	10.5%	5	20%	4	6.2%	2	9.5%	2	15.4%
不同意	20	16.1%	5	20%	11	16.9%	4	19%	0	0%
有效 N	124	100%	25	100%	65	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.64		3.52		3.68		3.48		3.92	
总 N	129	96.1%	26	96.2%	67	97.1%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游发展一方面改善交通条件，另一方面也造成了交通环境复杂

交通拥挤现象在喀纳斯景区并不明显，只有 59.7%的居民有所认知，因为旅游发展带来的不仅是大量的游客，也改善了当地的交通环境，两者共同发展，对于居民而言，可能比以前更加方便，也可能由于许多旅游区间车的往来显得有些拥堵，这在喀纳斯老村公路上较为显著；而禾木村则由于道路未加规范，马队、村民摩托车辆、旅游大巴混杂交错，导致交通拥挤突出，大多数居民（80%）对此表示认可（表 2-13）。因此，可以说旅游发展一定程度上改善了交通的硬件条件，如道路的拓宽和硬化；同时也使得当地的交通环境更为复杂，因此居民感知不一。

表 2-13 旅游导致交通拥挤频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	74	59.7	20	80	41	63.1	9	42.9	4	30.8
中立	24	19.4	1	4	7	10.8	8	38.1	8	61.5
不同意	26	21	4	16	17	26.2	4	19	1	7.7
有效 N	124	100%	25	100%	65	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.50		4.00		3.43		3.29		3.23	
总 N	129	96.1%	26	96.2%	67	97.1%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 小结

对于旅游给当地带来的社会影响，基础设施的改善获得了较高的认可度和感知度(3.97)；同时教育水平的提高、房屋的改造以及交通拥挤一定程度上受到了旅游发展的影响，总体感知均在 3.5 以上，只有医疗水平的改善并不明显，居民评价普遍不高（3.34），需要在旅游发展的带动下进一步加大投入（图 2-2）。

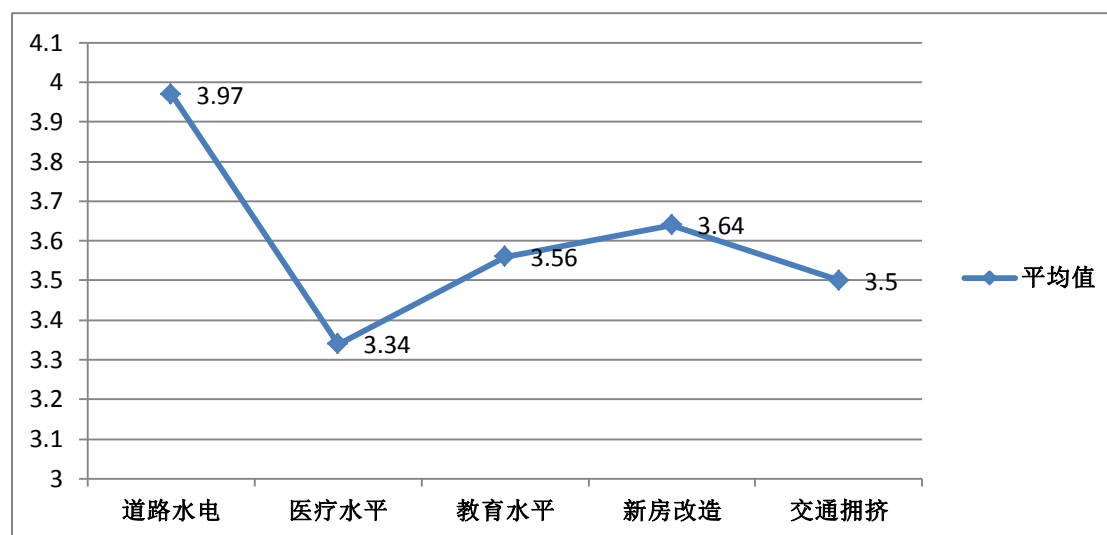


图 2-2 旅游社会影响感知总体均值

2.4.3 旅游文化影响的感知

✧ 旅游促进了本地和外地的文化交流

旅游给社区带来的文化交流与社区旅游发展程度息息相关，游客越多，越集中，文化的交流才越明显。因此，各社区对于该影响的认可度也呈现一定的规律，以喀纳斯村最为显著（87.9%），其次为禾木村（84%），白哈巴村（61.9%），铁热克提村不到 50%，充分说明了旅游发展程度与文化交流程度的密切联系（表 2-14）。

表 2-14 旅游促进文化交流频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	98	78.4%	21	84%	58	87.9%	13	61.9%	6	46.2%
中立	20	16%	2	8%	5	7.6%	6	28.6%	7	53.8%
不同意	7	5.6%	2	8%	3	4.5%	2	9.5%	0	0%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.82		3.96		3.92		3.52		3.46	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游对民俗和传统文化的侵蚀尚不明显

目前值得庆幸的是，旅游对当地社区传统文化的侵蚀尚不明显，或者是当地居民对此不够敏感，整体认可度只有 35.2%，即使是旅游发展较好的禾木村和喀纳斯村也不到 50%，但是这两个村也已经明显高于了白哈巴村和铁热克提村，这说明，旅游发展对于文化的冲击是潜移默化的，大量游客的涌入势必对传统文化造成威胁，这种文化影响只能控制，难以得到消除（表 2-15）。即使很缓慢，也确实在发生着，需要管理者和社区立足长远，及早防范。

表 2-15 旅游加速传统文化破坏频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	44	35.2%	12	48%	27	40.9%	4	19%	1	7.7%
中立	25	20%	5	20%	9	13.6%	5	23.8%	6	46.2%
不同意	56	44.8%	8	32%	30	45.5%	12	57.1%	6	46.2%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	2.91		3.16		2.97		2.62		2.62	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 旅游对于本地居民的休闲活动带动尚不明显

对于“旅游是否丰富了当地居民的生活”，被访者 50%表示同意，该比例并不高，说明旅游对于本地居民的休闲活动带动尚不明显。因为当地居民忙于参与旅游、服务游客、增加收入，即使村民认为旅游丰富了他们的生活，也大都是因为与游客接触让他们了解了更多来自外界的知识，而本地生活中的节庆娱乐活动并没有增加（表 2-16）。

表 2-16 旅游丰富居民生活频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	63	50.4%	15	60%	34	51.5%	6	28.6%	8	61.5%
中立	39	31.2%	4	16%	22	33.3%	8	38.1%	5	38.5%
不同意	23	18.4%	6	24%	10	15.2%	7	33.3%	0	0%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.36		3.48		3.39		2.95		3.62	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 旅游未导致犯罪率上升

总体只有 17.6%的居民认为旅游导致当地的犯罪率上升，而各社区的认可度除禾木村外，都在 15%左右，情况良好（表 2-17）。

表 2-17 旅游导致犯罪率增加频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	22	17.6%	6	24%	11	16.7%	3	14.3%	2	15.4%
中立	43	34.4%	5	20%	21	31.8%	8	38.1%	9	69.2%
不同意	60	48%	14	56%	34	51.5%	10	47.6%	2	15.4%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	2.66		2.64		2.61		2.67		3.00	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 旅游限制了当地人使用某些区域的权利

在禾木和喀纳斯村，均有 50%左右的居民表示活动范围受到了限制，主要是黑湖等区域禁止居民出入，是否是由旅游发展造成可能还需考证，而白哈巴村和铁热克提村对该影响的感知度较低（23.8%、23.1%）。总体来看，旅游对当地居民活动的限制并不明显，大多数居民对此并不认可（表 2-18）。

表 2-18 旅游限制居民活动区域频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	54	43.2%	13	52%	33	50%	5	23.8%	3	23.1%
中立	42	33.6%	6	24%	20	30.3%	9	42.9%	7	53.8%
不同意	29	23.2%	6	24%	13	19.7%	7	33.3%	3	23.1%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.26		3.44		3.33		2.95		3.00	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 小结

对于旅游文化影响的感知，当地居民普遍呈现出积极良好的态度，对于积极影响，包括文化交流、丰富生活的认可度均高于 3.3，而对于消极影响，如传统文化破坏、犯罪率上升普遍不认可，可见旅游对当地的文化影响较为乐观，同时也说明当地居民对于文化影响的感知相对滞后（图 2-3）。

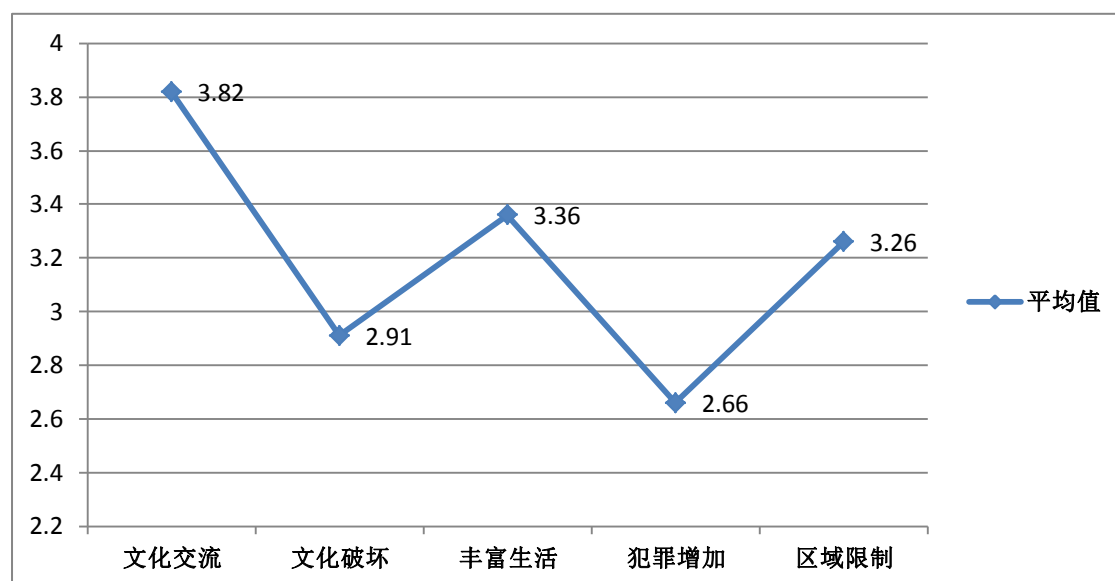


图 2-3 旅游文化影响感知总体均值

2.4.4 旅游环境影响的感知

◇ 旅游发展改善了社区的环境卫生条件

如下表 2-19 所示,大部分居民(68%)都表示旅游改善了当地社区的环境卫生条件,尤以铁热克提为最(84.6%),主要是由于铁热克提旅游发展处于准备阶段,做好了环境卫生等工作,但是游客少,因此环境卫生条件改善明显。而喀纳斯村和白哈巴村虽然也有投入环境卫生治理,村民反映路面较为干净,有清洁工及时清理,但是在树林以及很多角落里,垃圾比以前增加了很多,主要由于游客光顾较多,创造的垃圾也多,最终卫生改善状况感知较低,禾木村同样是由于管理的不规范造成了环境治理的困难,卫生状况不如其他社区,因此本社区居民的认可度最低(52%)。

表 2-19 旅游社区环境卫生频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	85	68%	13	52%	48	72.7%	13	61.9%	11	84.6%
中立	12	9.6%	1	4%	6	9.1%	3	14.3%	2	15.4%
不同意	28	2.24%	11	44%	12	18.2%	5	23.8%	0	0%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.48		3.04		3.58		3.43		3.92	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明:非常同意为 5, 同意为 4, 合并为同意项; 中立为 3; 不同意为 2, 非常不同意为 1, 合并为不同意项										

◇ 旅游发展促进了本地居民的环境保护

一方面,旅游的发展使得本地居民充分意识到了自身所居住环境的重要性,环境保护意识增强;另一方面,各种环境保护措施的强力执行也为当地社区的环境保护创造了强有力的条件,因此,居民对此影响普遍认可(72%),且旅游发展程度越低的社区,认可度越高,如铁热克提达 83.3%,而禾木村则只有 56%,可见,禾木村的环境保护亟待规范治理(表 2-20)。

表 2-20 旅游促进环境保护频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	90	72%	14	56%	50	75.8%	16	76.2%	10	83.3%
中立	15	12%	1	4%	9	13.6%	3	14.3%	2	16.7%
不同意	19	15.2%	10	40%	7	10.6%	2	9.5%	0	0%
有效 N	124	100%	25	100%	66	100%	21	100%	12	100%
平均值	3.62		3.32		3.68		3.67		3.83	
总 N	129	96.1%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	92.3%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游发展消耗本地资源，居民认知度低

游客的到来为当地注入了新的经济增长动力，与此同时，大量的游客涌入也掠夺了当地的环境等资源，但是居民对此认知并不十分强烈，总体只有 56.8%的居民对此有所感知，旅游发展较为成熟的喀纳斯也只达 60.6%，禾木更是只有 44%，说明目前，当地居民对于自身资源正在不断被消耗的事实缺乏认知，只看到了眼前利益，未图长远（表 2-21）。

表 2-21 旅游消耗本地资源频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	71	56.8%	11	44%	40	60.6%	15	71.4%	5	38.5%
中立	26	20.8%	2	8%	14	21.2%	4	19%	6	46.2%
不同意	28	22.4%	12	48%	12	18.2%	2	9.5%	2	15.4%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.38		3.04		3.45		3.62		3.23	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游发展增加了空气污染

旅游发展造成的空气污染在禾木村和喀纳斯村较为明显，喀纳斯老村沿街居民普遍反映车辆的尾气污染，说明旅游发展程度与此存在一定联系，可见，旅游的不断发展确实给社区环境带来了破坏，尽管目前尚不显著（68%、60.6%），但是现在的禾木状况可能就是白哈巴和铁热克提未来的状况，而禾木的未来可能状况就更加严峻，不容乐观，需要及早防范和治理（表 2-22）。

表 2-22 旅游增加空气污染频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	65	52%	17	68%	40	60.6%	5	23.8%	3	23.1%
中立	28	22.4%	4	16%	14	21.2%	6	28.6%	4	30.8%
不同意	32	25.6%	4	16%	12	18.2%	10	47.6%	6	46.2%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.34		3.68		3.52		2.76		2.77	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游发展增加了噪声污染

同空气污染相比，噪声污染的感知更加突出，同样是以禾木村和喀纳斯村较为显著（76%、65.2%），因为两村聚集了较大的游客量、车辆等等，故而嘈杂。说明村子宁静的生活正在被旅游发展的脚步所干扰，需要尽量减缓，如更换区间大巴为环保电瓶车，减少空气污染和噪声污染（表 2-23）。

表 2-23 旅游增加噪声污染频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	74	59.2%	19	76%	43	65.2%	8	38.1%	4	30.8%
中立	23	18.4%	3	12%	11	16.7%	5	23.8%	4	30.8%
不同意	28	22.4%	3	12%	12	18.2%	8	38.1%	5	38.5%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.46		3.88		3.56		3.00		2.92	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游发展增加了水污染

水系是喀纳斯景区的重要旅游资源，同时也是当地居民赖以生活的物质基础，应予以重点保护，然而，目前，禾木和喀纳斯的水体还是不可避免地受到了污染（84%、69.7%），如游船及附近的酒店排污，而白哈巴村和铁热克提村则相对较好（38.1%、15.4%），可见，旅游带来的环境污染会随着旅游发展的程度逐渐显现，应提前预防，防患于未然（表 2-24）。

表 2-24 旅游增加水污染频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	77	61.6%	21	84%	46	69.7%	8	38.1%	2	15.4%
中立	21	16.8%	1	4%	10	15.2%	5	23.8%	5	38.5%
不同意	27	21.6%	3	12%	10	15.2%	8	38.1%	6	46.2%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.50		3.88		3.65		3.05		2.69	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

✧ 旅游发展导致社区垃圾增多

对于垃圾的增多，禾木村居民显示了高度的认可（84%），喀纳斯村情况较好（59.1%），主要还是在于禾木村的管理不规范，需要加以控制。目前白哈巴村和铁热克提村垃圾状况良好（47.6%、38.5%），应在旅游发展影响不明显之前尽早做好各种规范和防范措施，以应对后续的旅游开发（表 2-25）。

表 2-25 旅游导致垃圾增多频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	75	60%	21	84%	39	59.1%	10	47.6%	5	38.5%
中立	14	11.2%	1	4%	7	10.6%	3	14.3%	3	23.1%
不同意	36	28.8%	3	12%	20	30.3%	8	38.1%	5	38.5%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.42		4.00		3.36		3.14		3.00	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 小结

从旅游对社区的环境影响来看，居民总体的感知较为一般，基本上都在 3.4 左右，其中，积极影响，包括环境卫生的改善和环境保护的加强认可度较高，达 3.48 和 3.62；而对于环境消极影响，如资源消耗，空气、噪声、水体、固体废弃物等污染，也具有一定的认可度，以禾木村和喀纳斯村较为显著，说明旅游发展给旅游带来的环境影响毋庸置疑，需要及早进行控制，而其中又尤以禾木村为最，可见禾木村的规范管理亟待整顿（图 2-4）。

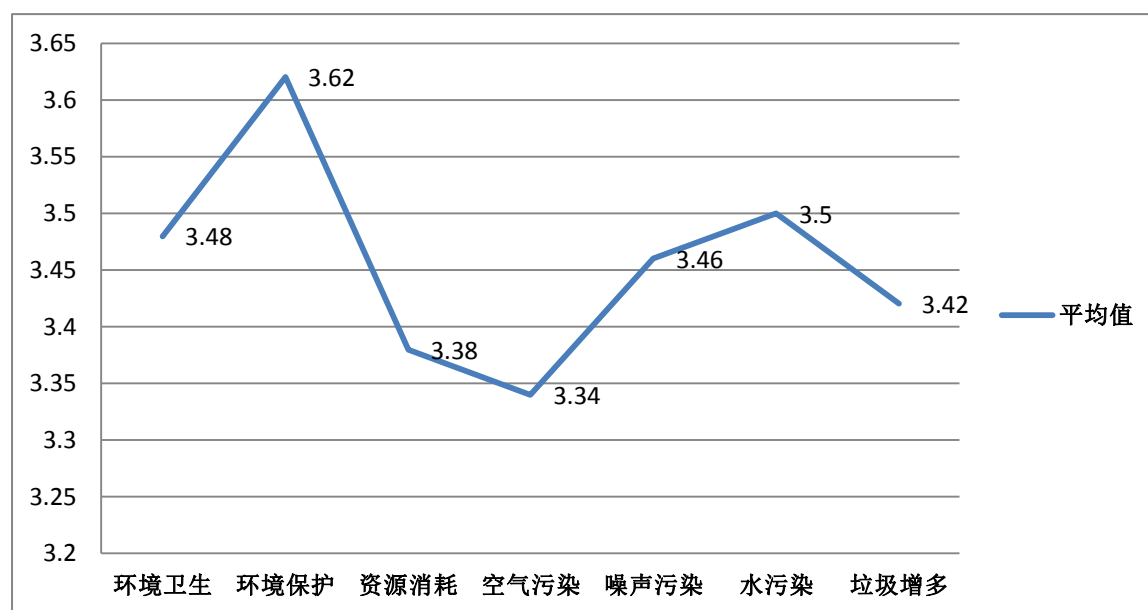


图 2-4 旅游环境影响感知总体均值

2.5 社区居民对旅游的态度及满意度

2.5.1 社区居民对旅游持高度欢迎态度

不论居民对于旅游影响的感知如何，从表 3-26 中可以看到，当地居民对旅游发展的态度目前仍呈现一片大好趋势，对旅游发展、旅游参与、旅游建议的积极性都高达 90%以上，同时还有 88%的居民表示愿意积极推广和宣传景区。而态度平均值也都在 3.9 左右(表 2-26)，各社区差异不大。可见，当地居民目前对于旅游仍然抱着积极欢迎的态度，他们有的尝到了旅游发展的甜头，期待更多的收获，有的则等待着步入旅游发展的大军队伍，对于旅游的消极影响，目前尚未引起大家的重视，也未影响当地社区发展旅游的热情。

表 2-26 居民态度频数及均值统计

指标 态度	支持发展		愿意参与		愿意提建议		愿意推广	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	112	90%	114	91%	112	90%	110	88%
中立	1	1%	1	1%	4	3%	3	2%
不同意	12	10%	10	8%	9	7%	12	10%
有效 N	125	100%	125	100%	125	100%	125	100%
平均值	3.92		3.94		3.90		3.86	
总 N	129	96.9%	129	96.9%	129	96.9%	129	96.9%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意								

2.5.2 社区居民对旅游发展的满意度

☆ 社区居民对于喀纳斯旅游发展的贡献满意度较高

居民感知到旅游给当地带来的各种积极影响，总体上都认可旅游发展给当地带来了巨大贡献，且旅游发展越成熟的地方认可度越高，喀纳斯村和禾木村都达到 80%以上（81.8%、80%），而铁热克提村尽管旅游尚未起步，但是地方环境、基础设施明显改善从而提高了当地居民的认可和满意度，白哈巴村处于旅游冷淡期，游客走过，却给当地带来的利益少，因此满意度较低（66.7%）（表 2-27），需要提高旅游在当地创造的附加值。

表 2-27 旅游对当地贡献频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	98	78.4%	20	80%	54	81.8%	14	66.7%	10	76.9%
中立	14	11.2%	3	12%	3	4.5%	6	28.6	2	15.4%
不同意	13	10.4%	2	8%	9	13.6	1	4.8%	1	7.7%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.74		3.92		3.73		3.57		3.69	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 社区居民对于喀纳斯旅游发展总体满意度较高

社区居民对于旅游发展的总体满意度较高，达 72.8%，均值为 3.64，而其中禾木村虽认可度一般，但均值最高，达 3.92，说明禾木满意者很满意，但是也存在一些不满意者；喀纳斯总体认可度与禾木差距不大，但是平均值却只有 3.5，说明喀纳斯不满意者的程度更甚于禾木村；白哈巴村认可度高达 81%，均值却低于禾木村（表 2-28），说明村里各户情况相仿，意见相似，没有极不满意者，也没有极满意者。

表 2-28 旅游发展总体满意度频数及均值统计

村名 态度	总体		禾木		喀纳斯		白哈巴		铁热克提	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
同意	91	72.8%	18	72%	47	71.2%	17	81%	9	69.2%
中立	14	11.2%	5	20%	4	6.1%	3	14.3%	2	15.4%
不同意	20	16%	2	8%	15	22.7%	1	4.8%	2	15.4%
有效 N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
平均值	3.64		3.92		3.50		3.81		3.54	
总 N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1，合并为不同意项										

◇ 小结

对于目前的旅游发展状况，居民总体满意度较高。大多数居民认为喀纳斯旅游为本地发展做出了很大贡献，可见，社区居民对于旅游影响总体上持积极乐观的态度，认可旅游发展给当地的影响是利大于弊的；然而，对于景区发展的民主性，大多居民表示不甚满意，景区的区决策未能很好听取大众意见，即使听了也未必实施，这一定程度上预示了景区管理者和社区居民之间的矛盾，沟通方面，有待改善。

但是，总体上来说，绝大多数居民对旅游发展还是比较满意的，这为社区旅游的持续发展和获取社区的支持奠定了良好的基础（图 2-5）。

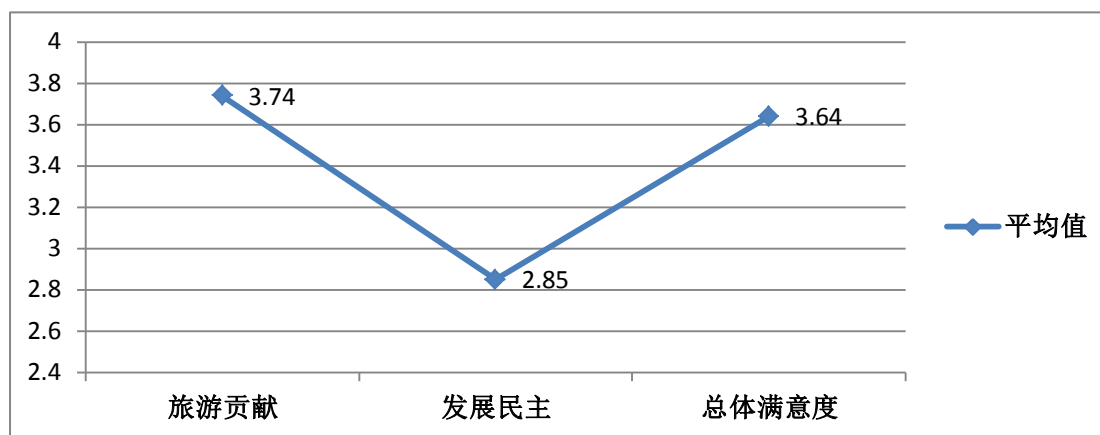


图 2-5 居民满意度均值

2.6 本章小结

2.6.1 社区参与意识普遍提高，但各村参与存在不同问题

总体而言，目前社区旅游参与正处于发展阶段，随着当地旅游的发展，居民参与旅游的意识和技术等普遍提高，社区参与旅游的形式也较为固定，各村由于旅游发展状况不同，参与的情况及所面临的问题也有所差异。

禾木村由于缺乏政府的严格约束和管理，经营处于无序蔓延状态，外来人员涌入较多，经营之势压制了当地的发展。同时，租马市场较为混乱，尤其是马队较为强势，制约了村民和其他相关群体的利益，社区参与管理是禾木村亟待规范的重点内容。

喀纳斯村分为新村和老村，作为旅游发展核心景区，为保护环境，政府对喀纳斯村实行严格的经营管制，禁止村民自己经营或租房给外地人经营家庭旅馆。但是，仍有不少居民暗地进行。老村是游客流动较多的地方，沿道路两旁分布着众多的家访和无挂牌的家庭旅馆，新村则主要以租马、租房和暗地经营家庭旅馆为主。喀纳斯村是参与方式最为多元化的旅游景区，但是由于管制，许多形式因为受到限制而比例较少。目前，经营管制是社区居民与管理部门之间最大的矛盾。

白哈巴村由于目前主要作为游客途中经停的景点之一，游客少，停留时间短，旅游发展较为单薄，社区参与形式主要以摆摊为主，尽管当地居民也有部分经营家庭旅馆，但是生意凋零，难以为继。无法留客是当地社区面临的主要问题。

铁热克提村目前基本处于旅游待开发状态,由于目睹了其他社区的旅游发展,加上政府的引导,当地村民纷纷开设家庭旅馆,绿化村道景观,做好一切接待准备,但是迟迟未有游客前来,因此,缺少游客探访是铁热克提村社区参与旅游的核心问题。

2.6.2 居民对旅游影响的感知偏积极,社会经济影响较敏感

总体而言,当地居民对于旅游影响的感知普遍偏向积极,对积极影响的认可度较高,消极影响的认可度较低。如下图 2-6 所示,较高平均值的都是积极影响,如经济影响各项指标、社会影响(除医疗外)各项指标、还有文化影响中的文化交流和丰富生活等指标;而消极影响的指标则相对较低,如环境影响中的各项指标、文化影响中的负面指标等。

由此,也可看出当地居民对经济和社会影响更为敏感,而对旅游可能造成的文化和环境影响敏感度较低,因为经济和社会条件与居民的生活密切相关,大多可以物化体现在居民的收入和生活设施等具体情境中,而文化和环境较为抽象,其影响更加缓慢而不可估量,与居民生活关联较小,尤其是文化,环境的感知敏感度是高于文化感知度的(图 2-6)。

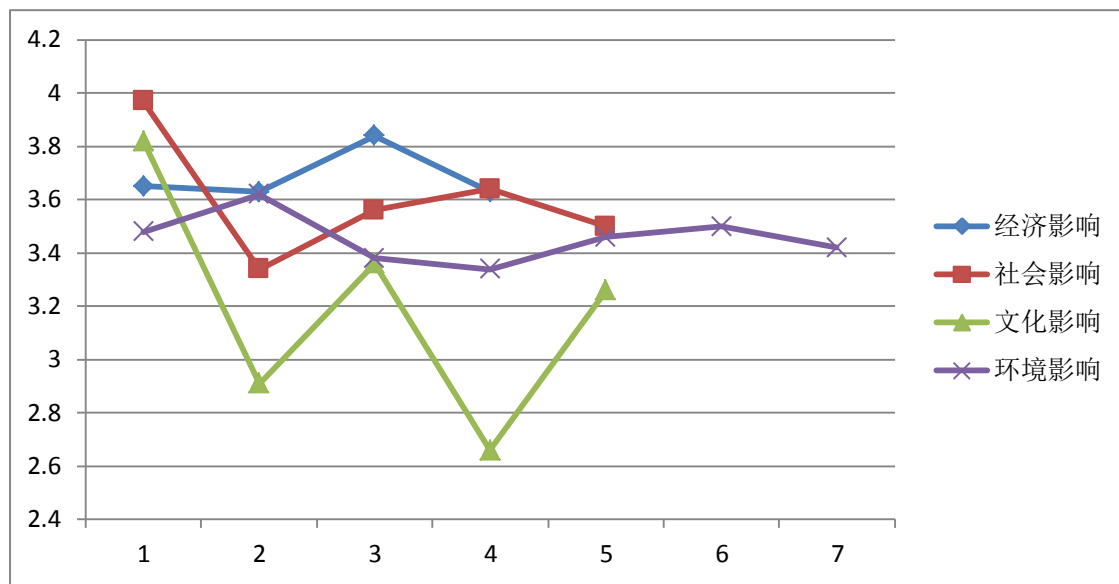


图 2-6 旅游影响感知对比

2.6.3 社区旅游发展存在的其他问题

社区调研发现,当地社区旅游正处于探索发展期,尚存在一系列的问题:

其一,旅游补贴纠纷。由于各村的地理区位和旅游发展状况不一,当地政府补给各社区

的旅游补贴额度不一，喀纳斯村 1 万元/人/年，禾木村 5000 元/人/年，白哈巴村 4000 元/人/年，而铁热克提乡只有 1730 元/人/年，访谈过程中，几乎 95%以上的居民都表示对补贴并不满意，喀纳斯村村民认为应该补贴 2 万元，其他村则认为应该补和喀纳斯村一样多的钱。更值得思考的是，大多数居民并不了解该补贴发放的原因，可见管理部门和当地居民缺乏有效的沟通，同时补贴机制有待协调改善。

其二，社区能力有限。通过实地了解和访谈发现，当地大多数居民仍然缺乏经营技术和参与经验，如本地居民开设家庭旅馆，不懂得营销技术和产品多样化塑造，还有许多居民有手工艺，却不知如何参与到旅游中，更多社区居民汉语能力有限，导致参与存在困难。同时，游客调查也显示，食宿条件和服务水平是当地社区所欠缺的。

其三，缺乏产业扶持。社区旅游产业链不够完善，当地社区参与形式有限，如纪念品加工、草药加工、地方特产等等，导致当地参与竞争激烈。

其四，多方利益分配不均。在旅游发展的过程中，社区往往处于弱势地位，首先，管委会和政府部门包揽旅游门票收入和区间车，以及部分高级宾馆；其次受导游权力挟制，大部分收入被导游拿走，居民只收取其中少部分。

其五，社区和游客之间存在信息不对称。由于当地有一定语言沟通障碍，导游成为社区和游客之间的交流媒介，但是许多导游素质不高，在一定程度上误导了游客，渲染了当地居民不卫生和不文明的形象，导致游客不愿意过多接近当地居民，而当地居民则抱怨导游毁坏他们的名声，和游客之间缺乏直接的信息交流和了解。

其六，当地青年的就业与未来发展问题。以喀纳斯村为例，当地大学毕业的青年就业形势不是很好，一方面，该地属管委会管辖，但是由于管委会的招新是需要参加国家公务员考试的，该地青年竞争力相对较低，无法入围，而布尔津县政府对于待就业大学生的培训安置政策又惠及不到该地区，因此该地大学毕业青年的出路较为狭窄，同时也不能更好的为当地服务。另外，对于每人一万元的补助也助长了该地一些青年酗酒、打架的风气，存在一定的隐患。

要解决这些问题，还需要当地政府部门和管理部门立足长远考虑，以可持续发展为原则，重视社区建设，首先建立公平合理的利益分配机制；其次加大对社区基础设施建设；第三，继续加强对社区居民的教育和培训；第四，拓宽产业链，扶持社区加工产业，扩大社区参与

范围和获益群体比例；第五，让当地居民参与到社区建设中来，听取多方的意见，多和当地居民沟通，使景区发展的各项决策和方针公开化、透明化乃至民主化。从根本上缓和管理部门和社区之间的矛盾，才能促进景区旅游的长远和谐发展。

3 旅游经济收益

3.1 旅游经济收益监测指标

一般来说,旅游产生的经济收益往往是推动旅游发展的主要动力。本章关于旅游经济收益的监测则一定程度上体现了喀纳斯旅游对喀纳斯整体经济贡献程度。本次旅游经济收益监测主要采用旅游企业、政府部门访谈及政府部门二手资料收集,主要涉及的指标如下表 3-1 所示。

表 3-1 旅游经济收益监测指标

内容	问题组成	监测指标
经济收益	旅游对地区经济收益的贡献 旅游对社区的直接经济贡献	景区的游客数量; 景区旅游总收入; 政府对社区的补贴及数量;
社区就业	旅游对目的地社区就业的贡献	旅游企业数量; 经营性商铺提供服务性工作岗位数; 对旅游从业者的个人培训;
旅游企业的竞争	社区旅游企业间的竞争	旅游商业业态; 旅游商铺店主对竞争的态度; 旅游商铺店主经营方式;
旅游季节性	季节性程度	景区每年每月游客数量(全年游客分布情况); 旺季与淡季游客量的比例; 旺季与淡季的分布;

3.2 旅游目的地的经济收益呈波动性增长

截止 2011 年底,喀纳斯景区已建成餐饮设施 131 家,餐桌总数达 5865;家庭旅馆 76 家,加上其他住宿设施(其中四星级饭店 3 家,三星级酒店 1 家),用于游客接待的床位数达 9154;购物商店 46 家。

2005年至2010年期间,喀纳斯景区累计接待游客172.5万人,实现旅游综合收入21.4亿元。2011年,喀纳斯景区接待游客90.66万人次²,实现门票收入9645万元,旅游综合收入11.66亿元;农牧民人均纯收入达到7620元,增收2830元。2012全年预计接待游客100万人次,增长10.3%(其中,下湖口60万人次,增长13.9%);实现门票收入1.06亿元,增长10%;旅游综合收入12.8亿元,增长10%。农牧民人均纯收入达到8120元、增收500元以上。相关具体数据请参考下图3-1、图3-2、图3-3。

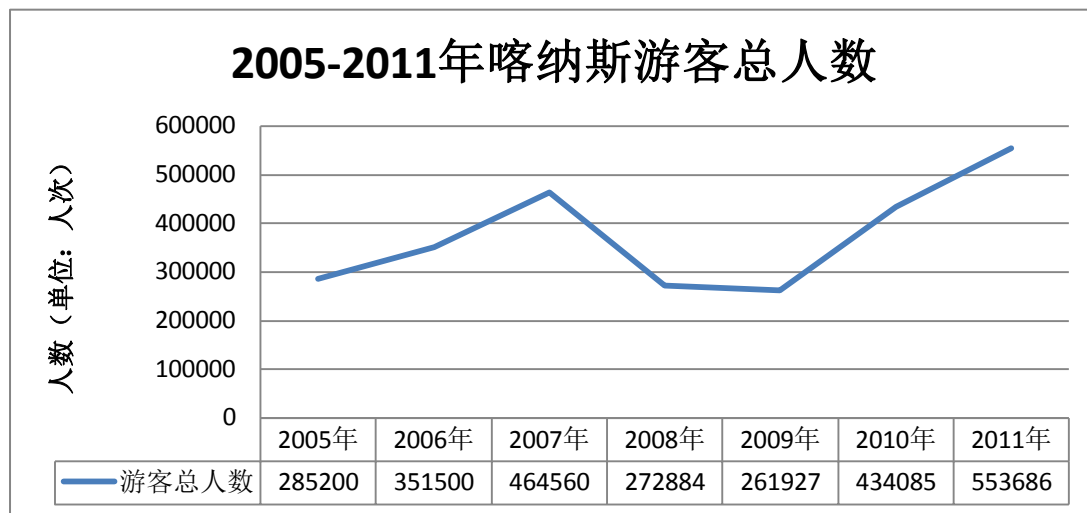


图 3-1 喀纳斯 2005-2011 年游客总数分布图

注:喀纳斯景区有较强的季节性,上表均为每年1-10月份的数据;此统计为人数统计,即进入喀纳斯大景区的人的数量,未重复统计喀纳斯内各个景区的游客量。

资料来源:喀纳斯景区管理委员会

² 此数据为人次统计,总和计算了喀纳斯大景区内各景点游玩人次

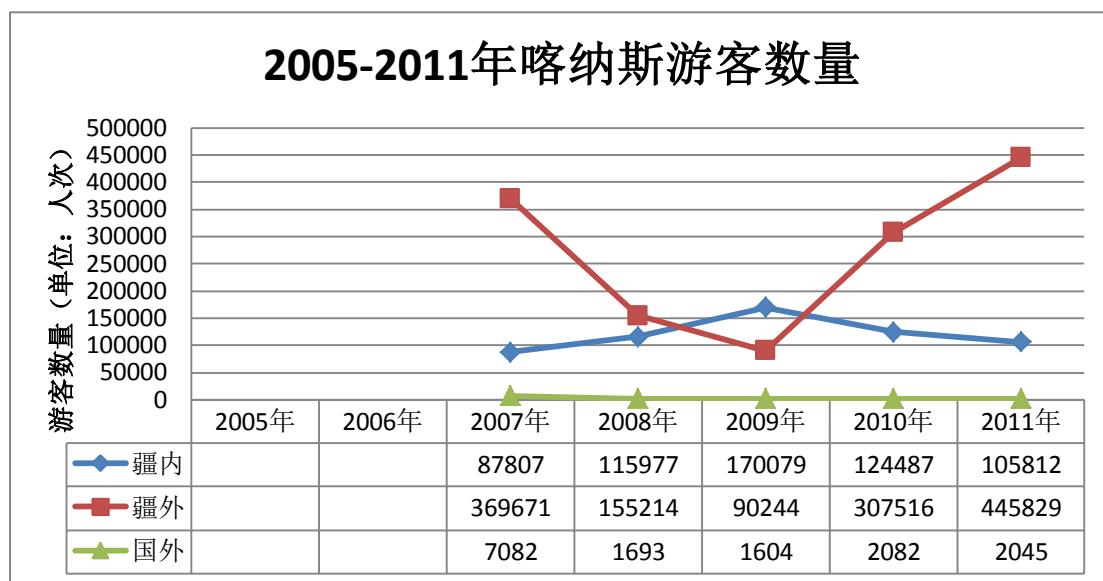


图 3-2 喀纳斯 2005-2010 年游客总数相关统计数据

注：喀纳斯景区有较强的季节性，上表均为每年 1-10 月份的数据。

资料来源：喀纳斯景区管理委员会

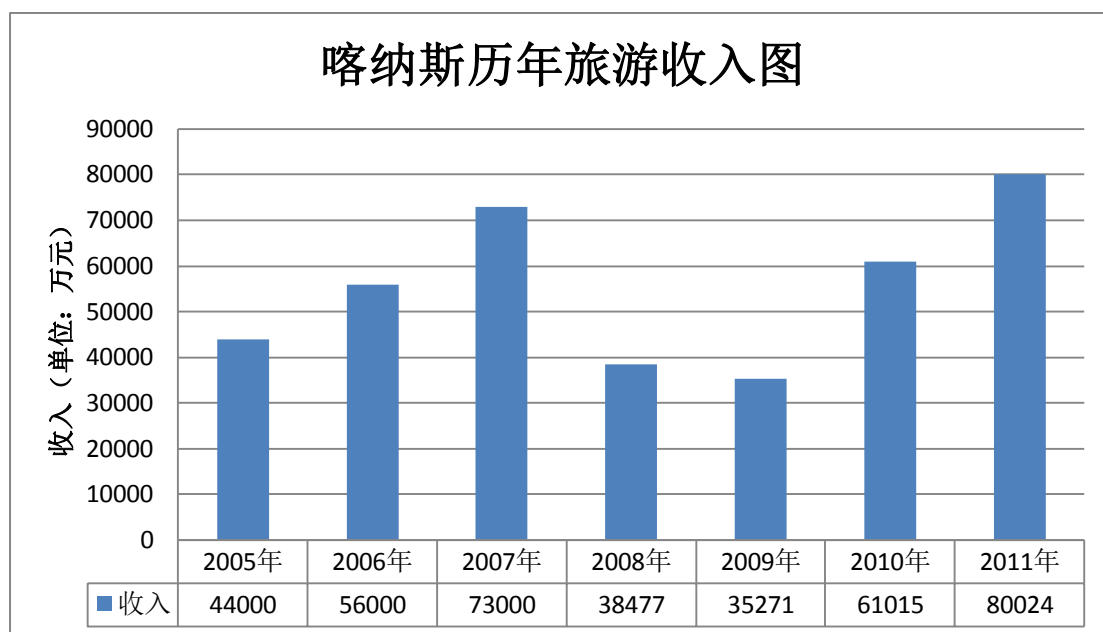


图 3-3 喀纳斯 2005-2011 年旅游收入图

注：喀纳斯景区有较强的季节性，上表均为每年 1-10 月份的数据。

资料来源：喀纳斯景区管委会

3.3 旅游对目的地社区的经济贡献

3.3.1 旅游为社区创造的直接经济收入有限

喀纳斯景区管委会对喀纳斯景区所辖的几个行政乡镇进行了直接现金补贴,这部分的补贴是直接由旅游收益来承担的。从2010年1月1日起,具体补贴措施如下:

禾木村:从每张禾木门票和区间车票中各提取10元。

喀纳斯村:从每张喀纳斯门票、区间车票和游船票中各提出5元。

白哈巴村:从每张白哈巴门票和区间车票中各提取10元。

铁热克提村、齐巴希力克村、阿克布拉克村:按照实有人数,以70元/人/月为基数,并根据喀纳斯旅游发展情况适当增加补助资金。

在管委会与当地居民所签订的补充协议中提及,针对禾木村、喀纳斯村(哈纳斯村)、白哈巴村和铁热克提乡分别按照5000元/人/年、10000元/人/年、4000元/人/年和1730元/人/年的方式进行。补充协议上提到,如果门票提成金额超过该数目,则按照实际应发金额发放给居民;如果提成没有超过该金额,则由管委会补齐至该数额后再发放给当地居民。

可以看到,在喀纳斯旅游发展过程中,当地居民可以获得一定数量的直接收益。但同时协议中也包含了相当多的限制,主要体现在政府对居民从事经营性项目(经营性项目主要是指餐饮和住宿)进行了管制。因此,除了政府补贴外,只有少部分居民可以依靠参与牵马、家访或者在景区内摆摊等为数不多的经营性活动获得收益。另一方面,在走访当地居民的过程中了解到,近几年,喀纳斯景区由于发展旅游,游客大量造访以及基础设施建设等各种原因导致草场质量和数量都呈下降趋势,这样原本从事放牧的当地居民,现面临一个就业转型的问题。而当地旅游行业也存在一定的进入性壁垒,这种两难的情况导致多数的当地居民无法通过有效的工作途径增加自身的经济收入。

3.3.2 旅游解决社区就业问题的程度偏低

根据喀纳斯景区管委所提供资料,整理得2009-2010年喀纳斯景区内经营工作岗位情况如表3-2所示。其中经营性商铺主要包括家访、餐饮、住宿、娱乐等各种形式的商铺或场

所，岗位数为每家商铺对应年中就业的服务员总数加总所得。可以发现 2009 年喀纳斯经营性商铺所能提供的直接就业岗位为 463 个，到 2010 年上升为 772 个，增长幅度高达 40.0%。但 2010 年岗位数占当地户籍人口比例仅为 16.9%，即经营性商铺 2010 年最多能解决 16.9% 的当地人的就业问题。并且这 772 个直接就业者中，仍有不少比例的为外地人，这意味虽然就业岗位增长速度很快，但现实中能提供给当地人的岗位依旧很少。

表 3-2 喀纳斯 2009-2010 年商铺工作岗位数及当地居民人数情况表

	2009 年	2010 年
经营性商铺提供服务性工作岗位数	463	772
喀纳斯当地户籍人口数	—	4565
岗位数占当地户籍人口比例	—	16.9%

数据来源：喀纳斯旅游局、喀纳斯发改委

另外，在提高当地居民就业能力方面，当地企业个体经营户中少有对自身员工提供针对工作本身而开展的培训工作。而在旅游参与过程中，旅游相关技能的培训主要是由喀纳斯景区管委会所组织。管委会的资料显示，2009 年，管委会全年累计培训农牧民 2100 余人次；2010 年，管委会对喀纳斯农牧民培训近 2500 人次；2011 年，先后开展马队、家访点、餐饮服务、区间车讲解、区间车安全驾驶等专题培训 20 余场次，累计培训 3500 余人次，可谓为当地人的就业能力提升提供了较大的帮助。

3.3.3 社区旅游企业同质化竞争，整体收益减少

✧ 景区内商业业态单一，同质化现象较为突出

根据喀纳斯景区管委会提供的资料，整理得到 2011 年喀纳斯禾木村、喀纳斯村和白哈巴村等喀纳斯 3 个景区的商铺种类分布情况，如图 3-4 所示（景区内商业业态情况，详见 4.4 旅游服务）。从图中可以看到喀纳斯景区内最主要的商业经营形式为餐饮和住宿两大类。这两大类商铺总共占到商铺总数的 80%（160 家），商业业态较为单一。纪念品商店、百货、娱乐及其他分别占到 4%（8 家）、12%（26 家）和 4%（8 家）。此外，我们在走访中，通过观察发现多数的商家提供的服务和产品没有太大的区别，同质化现象极为严重。

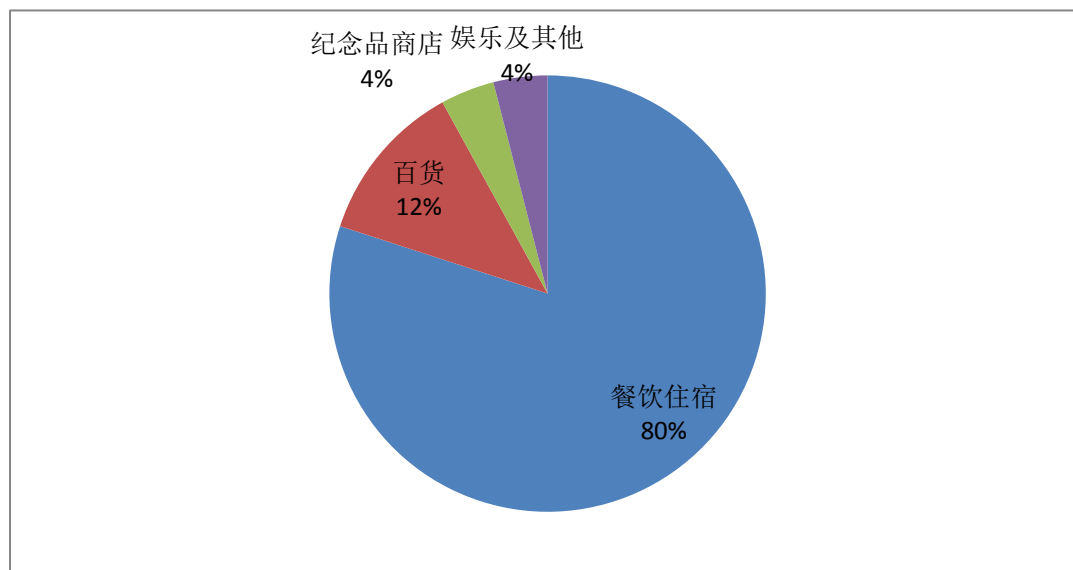


图 3-4 喀纳斯三村不同业态商铺数量比重饼图

◇ 商铺业主商业意识淡薄，竞争意识不强

经过对当地商铺的走访发现，多数商铺经营者在提及店铺之间的竞争时，多数从业者说的最多的是“我们不拉别人店铺的客人”。其次，在问及他们在采取何种经营方式去吸引游客时，他们表示绝大多数都是“去停车场拉游客”，仅有个别人提及自家店铺有用网络宣传的方式去做经营推广。

◇ 商铺经营产品单一，存在着某种程度上的不对等价格竞争

在走访喀纳斯老村的过程中发现，为游客提供“家访”服务的商铺主要是由外地人经营。但是，在经营过程中却打着本地人经营的旗号。除此之外，纯粹由喀纳斯本村人经营的家访数量较少。本地经营者与导游之间以及外地经营者与导游之间的利益分配情况存在着较大的差异。对游客来说，享受家访服务时需要提前缴纳 60 元的费用。如果游客去的是外地人经营的商铺，导游可以从 60 元中拿到 40 元的回扣，剩余 20 元由店主所得。但是，游客去的是本地人经营的商铺，导游却可以从 60 元中拿走 50 元的回扣，店主得 10 元。

提供“家访”服务的商铺除了提供“家访”之外，官方规定商家不能再提供其他方面的服务，这在某种程度上导致每家商铺所提供的“家访”服务的差异性非常小。除此之外，本地的商铺经营者由于不用承担房租成本，因此他们往往提高导游的回扣额度以吸引更多的游客，这无疑大大挤压了外地商铺经营者的经营空间。也在一定程度上扰乱了市场秩序，压缩

了本地人的利益空间。

3.4 旅游季节性：淡旺季明显

喀纳斯地处国土北疆，由于纬度较低，气候变化明显，冬季较长，气温低至零下 40 度，因此，喀纳斯旅游呈现出明显的季节性特征。其中每年的七至九月份为游客高峰期，8 月为喀纳斯每年游客最多的月份。每年的 11 月至来年的 4 月都是漫长的寒冷冬季，游客甚少，只有少量的冰雪旅游者，游客量最多在几千人左右。5 月和 10 月为淡旺季过渡期，5 月，气温逐渐回升，旅游开始复苏，游客逐渐上升，10 月份游客减少，逐渐步入旅游淡季。可见，喀纳斯的淡季与旺季的时间比例几乎约为 3:1，气候问题极大地限制了喀纳斯的旅游发展，另一方面，极寒的冰雪气候为开发冬季冰雪旅游提供了得天独厚的天然条件，因此，未来加大冰雪旅游市场开发将成为喀纳斯淡季的应对措施。

下图 3-5 为 2007-2010 年期间喀纳斯 5-10 月每个月份的游客数量统计。从图中可以清楚地看到喀纳斯呈现出较为明显的季节性，同时我们还可以发现，喀纳斯旅游淡旺时节转换较快，游客数量呈现明显的单峰特征。5 月份游客数量为旺季中游客最少的月份，但进入 6 月份时游客数量往往呈现较大幅度的增长。并且，在旺季的尾月 10 月份，游客数量下降速度相比于 5 月份到 6 月份游客增长的速度较为缓和。此外，淡旺季游客量反差极大，旺季最高游客量为 8 月达 15 万以上，淡季游客最少可能为 12-1 月份，几千人左右。

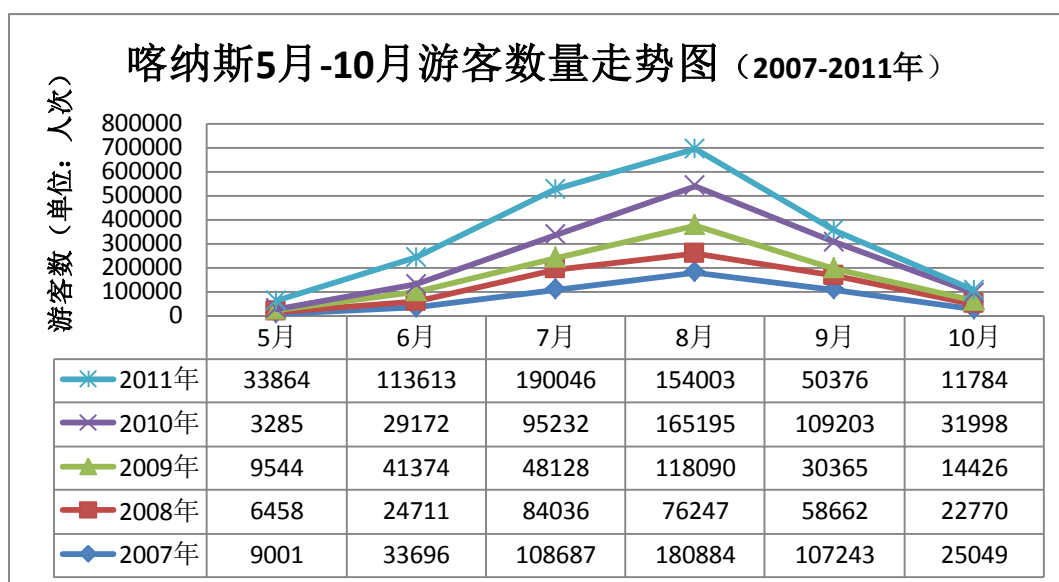


图 3-5 喀纳斯 2007-2011 年 5 月-10 月游客数量走势图

数据来源：喀纳斯景区管委会

注：由于喀纳斯 11-12 月以及来年 1-4 月为全年中的淡季，游客数量非常少，这里就没有纳入分析的范畴之内。并且，由于数据缺乏，也不方便做统计分析。

3.5 本章小结

总的来看，旅游产业已经成为了喀纳斯景区不可或缺的经济支柱。喀纳斯景区所吸引的游客为喀纳斯带来了巨大的直接经济收益，这些收益也通过其他的各种渠道产生着乘数效应。同时，旅游的发展增加了当地社区居民的就业机会以及日常收入，也为当地的旅游企业提供了良好的成长环境。

但喀纳斯旅游经济收益也存在一定的问题，由于喀纳斯旅游的季节性明显，且容易受到外界政策环境的干扰，因此主要凭借门票收入的方式有较大的风险。此外，景区内企业的竞争日益加剧，问题频频显现，当地经营户与外地经营户的矛盾，企业间的价格竞争，导游的拉客行为等都对整体景区形象造成影响。所以，未来景区可以进一步开拓新的冬季旅游项目调节旅游季节性，制定规范约束导游的行为，引导企业良性竞争。

3.6 游客满意度监测指标

游客满意度是决定游客是否会重游、是否会向他人推荐的重要因素，是旅游地可持续发展的重要指标。本次对喀纳斯景区的游客满意度监测主要通过抽样问卷调查的方式进行，利用客观选择题对游客的基本行为特征进行调查，并利用一系列旅游资源、环境评价的“认知指标”对游客的满意度进行评估（3-3）。同时利用旅游局接受旅游投诉及处理情况作为客观材料进行参照分析。

3-3 游客满意度监测指标

内容	问题组成	监测指标
游客基本特征	游客个人信息	游客居住地、性别、年龄、文化程度、职业比例
	旅行信息	第几次到此旅游； 旅行方式的选择； 旅行信息的获得；
旅行体验评价	旅游资源评价	游客对景区内原始森林、喀纳斯湖、民族风情、草原风光、边境、气候、人居环境的评价
	景区旅游环境评价	游客对景区社会治安、环境清洁、水质状况、空气清洁、噪音、当地居民友好程度的评价
	旅游服务评价	游客对景区内外部交通、餐饮、住宿、旅游商品、娱乐项目等服务质量评价
		游客对内外外部交通、餐饮、住宿、门票、旅游商品、娱乐项目等价格合理性评价
离境时满意度	游客在离开时候是否满意	整体满意度评价 体验与期望一致程度 重游意向 推荐意向 总体印象 游客建议
	满意度对产业和目的地的影响	重游率
旅游投诉	旅游投诉情况	接受投诉的案件数； 主要案件内容； 投诉处理情况

3.7 游客基本特征

3.7.1 游客个人信息

✧ 调查中游客以省内游客为主，经济发达城市游客较多

在 762 份有效问卷中，有 732 位游客完成了居住地的调查，其居住地按省份划分的结果如下表 3-4 及下图 3-6 所示。从各省份的频数及百分比表格，以及各省频数排名比较图中可以看出，被调查的游客中，新疆省内的游客最多，有 252 位，占 34.43%；其余游客较多的省（市、自治区）依次为广东、北京、浙江、江西、河南、上海、山西、山东等。

表 3-4 各省游客频数

省份	频数	百分比	省份	频数	百分比	省份	频数	百分比
新疆	252	34.43%	四川	19	2.60%	台湾	9	1.23%
广东	58	7.92%	湖北	15	2.05%	黑龙江	7	0.96%
北京	48	6.56%	重庆	15	2.05%	吉林	7	0.96%
浙江	48	6.56%	湖南	14	1.91%	云南	7	0.96%
江西	42	5.74%	甘肃	13	1.78%	天津	6	0.82%
河南	35	4.78%	河北	13	1.78%	辽宁	5	0.68%
上海	32	4.37%	安徽	12	1.64%	海南	1	0.14%
陕西	28	3.83%	福建	11	1.50%	宁夏	1	0.14%
山东	25	3.42%	山西	9	1.23%	合计	732	100.00%

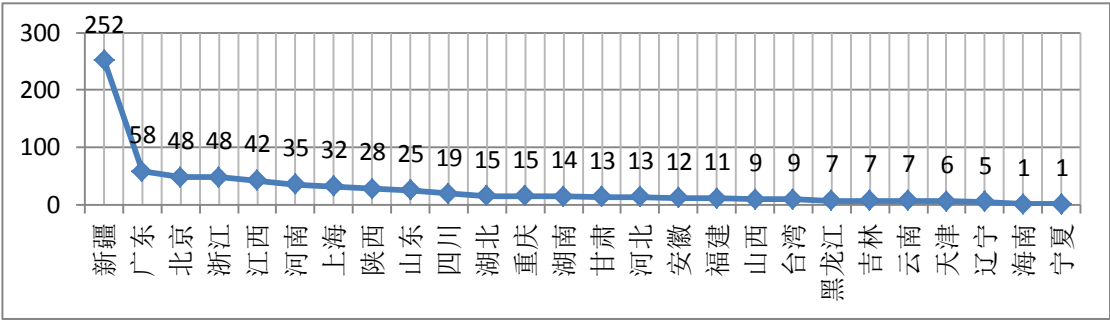


图 3-6 各省游客频数

✧ 游客性别比例协调

在 740 份完成性别调查的有效问卷中,男性和女性游客所占百分比分别为 46.08%、53.92% (图 3-7), 男性略多于女性, 整体比例协调。

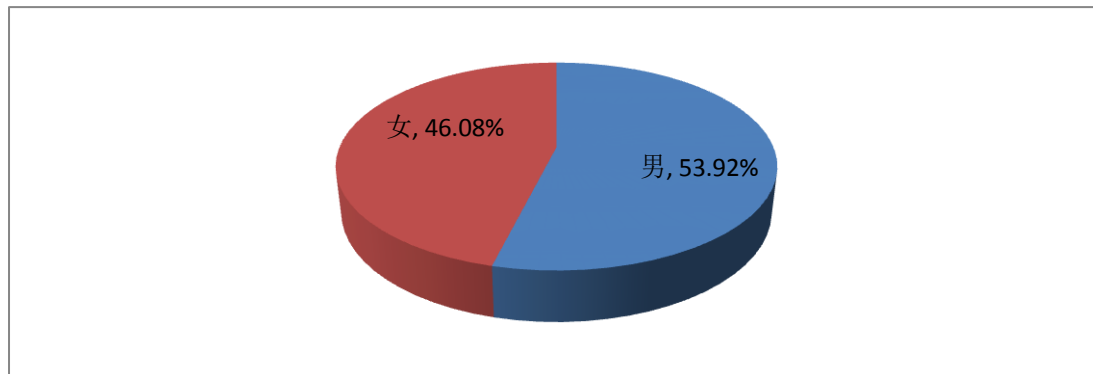


图 3-7 游客性别比例

✧ 年轻人为主, 老年游客少

在 743 份完成年龄调查的有效问卷中,24-44 岁的游客最多,为 367 人,占总数的 49.4%; 其余为 45-64 岁及 18-24 岁两个年龄段, 分别为 173 人, 23.3%及 127 人, 17.1%; 18 岁以下的游客为 64 人, 占总数的 8.6%; 其余 12 人为 65 岁以上的游客, 占 1.6% (图 3-8)。

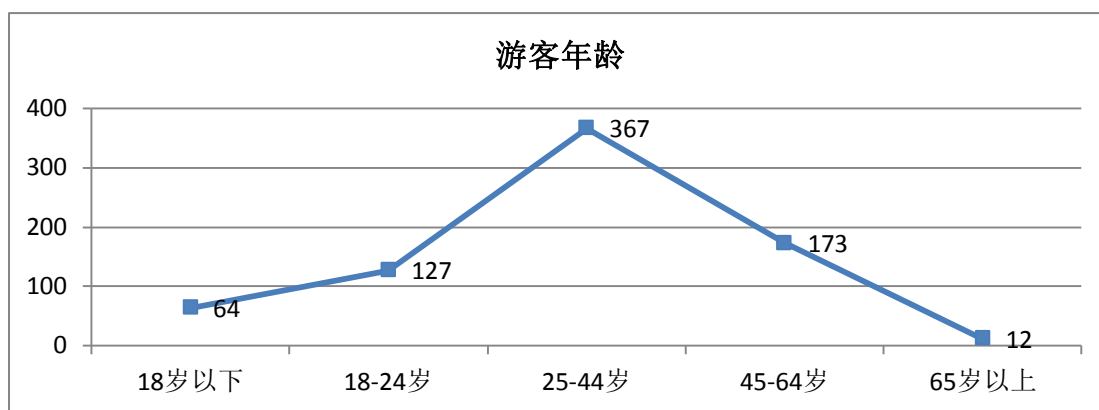


图 3-8 游客年龄频数

✧ 游客文化层次普遍较高

在 738 份完成文化程度调查的有效问卷中,游客的整体文化层次较高:本科学历为 335 人, 占 45.39%; 大专为 149 人, 占 20.19%; 高中或中专为 118 人, 占 15.99%; 研究生及以上为 78 人, 占 10.57%; 初中为 48 人, 占 6.5%; 小学为 10 人, 占 1.36% (图 3-9)。利用

SPSS17.0 对年龄和文化程度进行交叉分析（表 3-5），可以看出小学、初中学历的游客主要集中在 18 岁以下，即这部分游客的文化程度是受年龄限制。从整体上来说，到喀纳斯景区旅游的游客文化层次高。

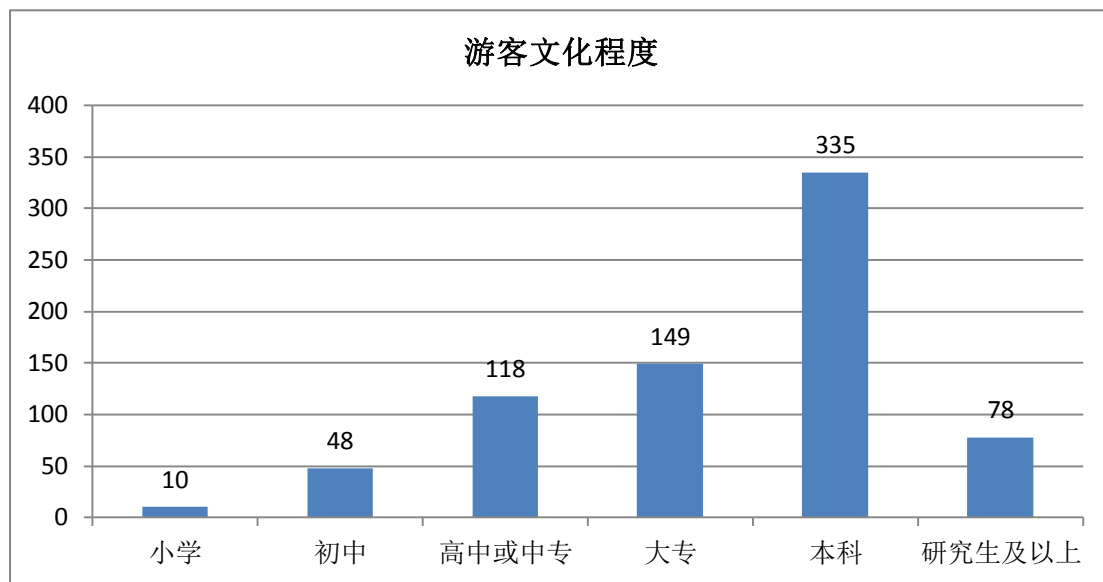


图 3-9 游客文化程度

表 3-5 游客文化程度*年龄交叉统计表

文化程度 年龄	小学	初中	高中或 中专	大专	本科	研究生 及以上	合计
18 岁以下	9	26	28	0	1	0	64
18-24 岁	0	1	20	20	78	8	127
25-44 岁	0	12	37	87	177	50	363
45-64 岁	1	8	29	41	75	17	171
65 岁以上	0	1	3	1	4	3	12
合计	10	48	117	149	335	78	737

◇ 职业分布集中

在 728 份完成职业调查的有效问卷中，游客的职业分布较为集中，最多的三种职业类型为：政府机关或事业单位的为 224 人，占 30.3%；学生为 147 人，占 19.9%；公司、企业职工为 141 人，占 19.1%。其余较多的三种职业类型为：个体私营业主 69 人，其他类 53 人，

科研教学 52 人等（图 3-10）。

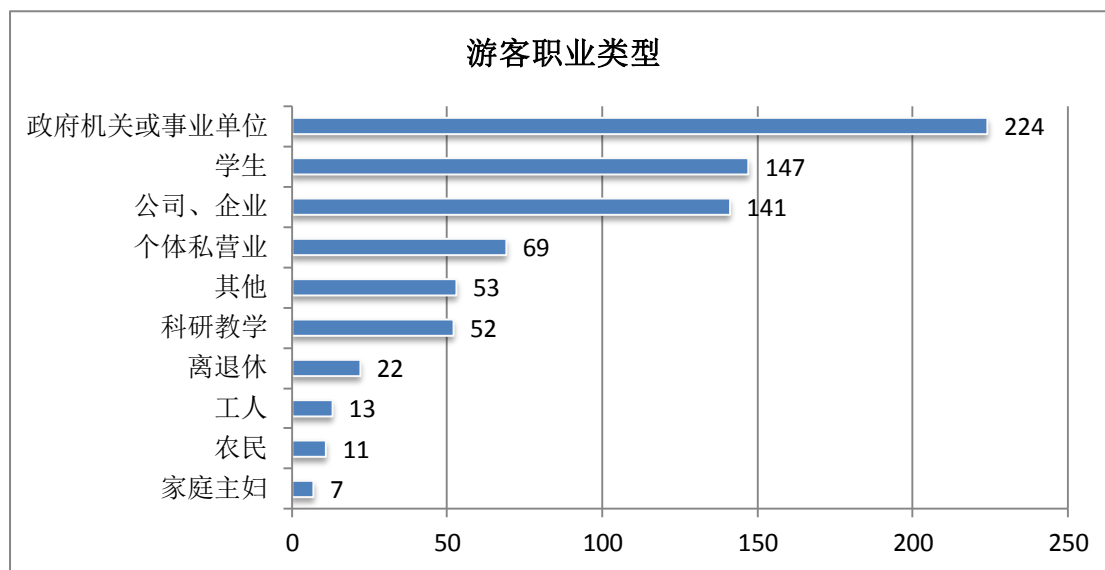


图 3-10 游客职业类型统计图

3.7.2 旅行信息

✧ 初次游客为主体，重游游客少

在 762 份有效问卷中，有 641 份是第一次来喀纳斯景区，占 84.1%；到过 2 次及以上的重游游客仅占总被调查游客的 15.9%，目前喀纳斯景区重游游客的比例小（图 3-11）。

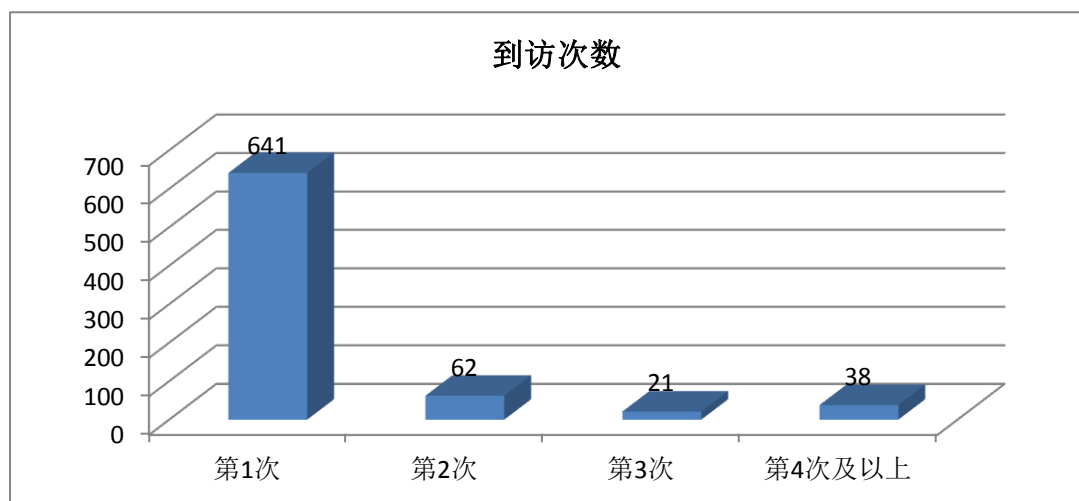


图 3-11 游客到访喀纳斯统计图

✧ 团队游客最多，单位组织、自助游游客比例相当

在 758 份完成旅行方式的有效问卷中,有 226 份是自助游,占 29.8%;个人参团的为 87,占 11.5%,与朋友或家人参团的为 216,占 28.5;单位组织的为 191,占 25.2%。整体来说,团队游客数量最多,其次为自助游、单位组织,三种旅行方式的游客共同组成了喀纳斯总游客数的 95%。其余旅行方式为会议考察 3.7%,其他形式 1.3% (图 3-12)。

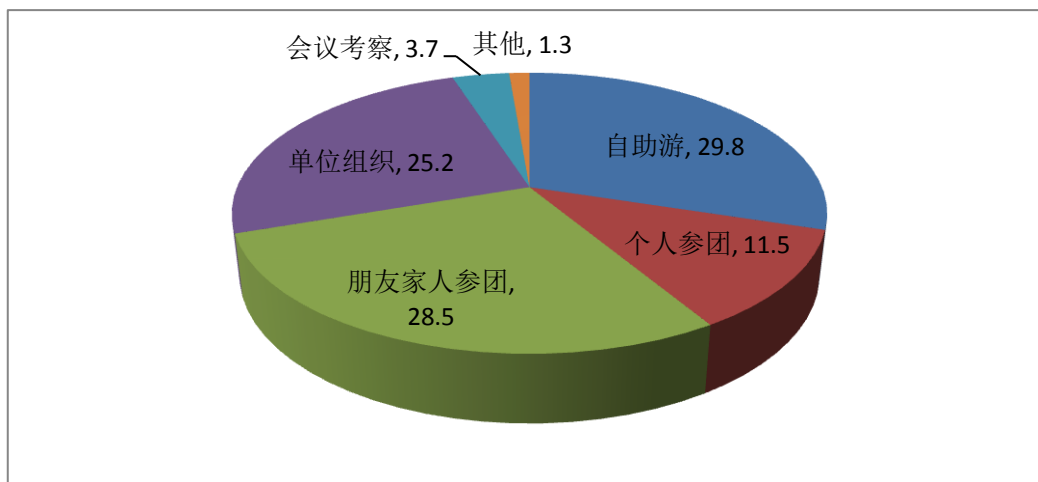


图 3-12 游客旅行方式统计图

◇ 旅游信息来源以亲朋好友推荐及网络电视为主

在 762 份完成旅行信息来源的有效问卷中,有 272 份是亲朋好友推荐,占 35.70%;网络搜索和电视,分别有 250 份 (32.81%) 和 241 份 (31.63%),此外,旅行社宣传占 19.42%,旅游书籍和报刊分别为 17.06%和 12.60% (图 3-13),整体来说,亲朋好友推荐、网络和电视是喀纳斯景区游客信息获取的三大主要渠道,是管理者日后需要加以重视的方面,同时需要加大旅行社以及出版物宣传的力度。

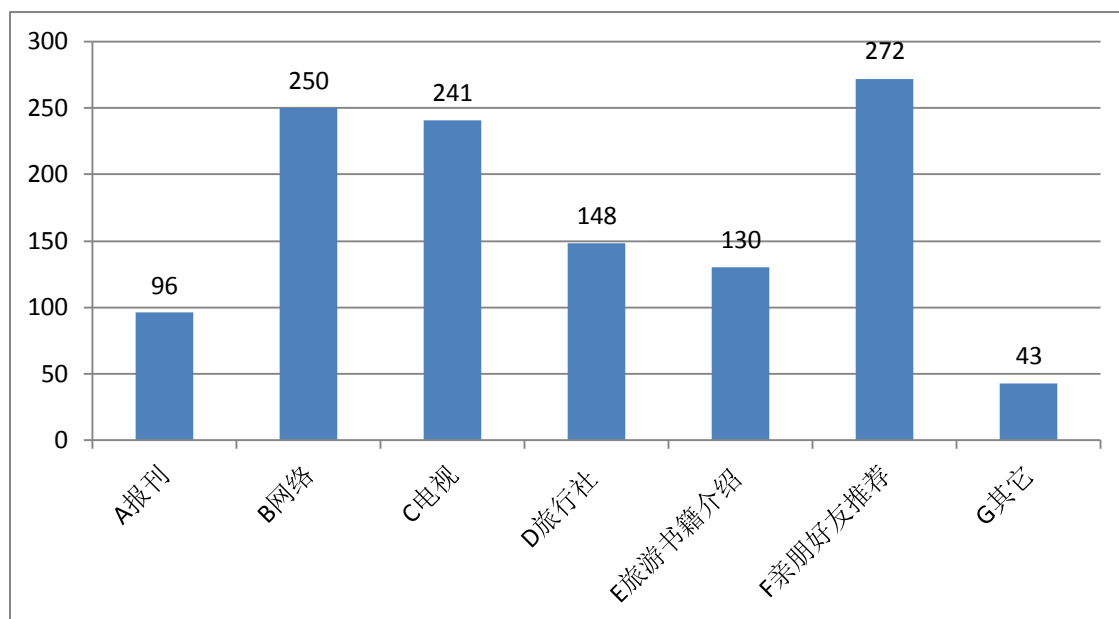


图 3-13 游客旅游信息来源渠道统计图

3.8 旅行体验评价

3.8.1 旅游资源评价：=满意度高

游客对喀纳斯的旅游资源满意度高，问卷中对旅游资源的评价共有 7 个子项目，如表 3-6 所示。从中可以发现，游客对喀纳斯景区的旅游资源总体满意度高，总体满意度均值为 4.24，选择总体旅游资源非常满意的频率的百分比为 47.95%，满意的有 32.62%；表示不满意或者非常不满意的仅为 3.42%。

除“边境地区吸引力大”以外，其余选项的均值均高于 4。评分的均值从高到低依次为喀纳斯湖 4.63、原始森林 4.54、草原风光 4.38、气候 4.16、民族风情 4.08、人居环境 4.04、边境 3.93。

表 3-6 游客旅游资源满意度评价统计分析图

	森林	喀纳斯湖	民族风情	草原风光	边境	气候	人居环境	总体
5	61.94%	67.76%	39.86%	53.65%	33.80%	41.46%	36.59%	47.95%
4	30.97%	27.62%	33.24%	32.74%	30.59%	37.19%	36.04%	32.62%
3	6.28%	4.49%	22.21%	11.97%	26.26%	18.32%	22.97%	16.01%
2	0.82%	0.00%	4.00%	1.24%	6.84%	2.34%	3.16%	2.61%
1	0.00%	0.14%	0.69%	0.41%	2.51%	0.69%	1.24%	0.81%
均值	4.54	4.63	4.08	4.38	3.93	4.16	4.04	4.24
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1								

3.8.2 景区旅游环境评价：满意度较高

游客对于景区的旅游环境整体评价较高，问卷中游客对景区旅游环境的评价共有 6 个子项目，如表 3-7 所示。

表 3-7 游客景区旅游环境评价统计表

	社会治安状况好	景区环境清洁	景区水质状况好	景区空气洁净	景区噪音小	当地居民十分友好	总体
1	0.14%	0.27%	0.28%	0.14%	0.55%	1.12%	0.41%
2	1.79%	3.84%	2.07%	0.55%	2.33%	3.64%	2.37%
3	16.51%	12.19%	9.92%	4.55%	11.39%	23.39%	12.96%
4	44.29%	42.60%	37.60%	32.78%	38.55%	39.22%	39.18%
5	37.28%	41.10%	50.14%	61.98%	47.19%	32.63%	45.08%
均值	4.17	4.2	4.35	4.56	4.29	3.99	4.17
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1							

从上表可以看出，游客对于景区的旅游环境总体来说评价较高，均值为 4.17，选择对景区总体旅游环境非常满意的频数的百分比为 45.08%，满意的为 39.18%，不满意或者非常不满意的有 2.78%。

每一个子项目的均值均大于 3，其中景区空气满意度最高，为 4.56，其次为景区水质 4.35、景区噪音小 4.29、景区清洁 4.20、治安状况 4.17，得分最低的为当地居民十分友好，

为 3.99（图 3-14）。

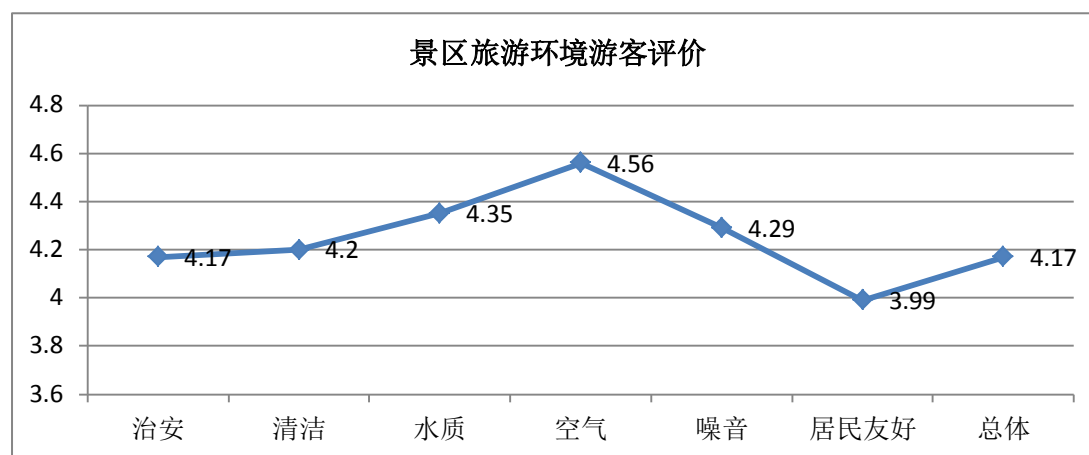


图 3-14 景区旅游环境游客评分图

3.8.3 旅游服务评价

✧ 游客对旅游服务满意度较低

游客对景区的旅游服务整体满意度相对前两大类较低，问卷中游客对景区旅游服务的评价共有 11 个子项目，如表 3-8 所示。

表 3-8 景区旅游服务游客评价统计表

	1	2	3	4	5	均值
到喀纳斯旅游区的交通十分方便	4.57%	10.94%	24.79%	35.32%	24.38%	3.64
旅游区内部换乘交通通畅、省时	3.88%	13.71%	26.59%	33.93%	21.88%	3.56
交通价格合理	8.19%	19.31%	35.28%	24.58%	12.64%	3.14
住宿设施选择多样	5.11%	16.99%	39.64%	24.17%	14.09%	3.25
餐饮品种多、质量高	10.06%	21.07%	39.94%	17.22%	11.71%	2.99
食、宿价格合理	10.15%	21.70%	39.36%	19.47%	9.32%	2.96
景区门票价格合理	7.37%	19.19%	36.58%	25.03%	11.82%	3.15
旅游商品具有当地特色	4.46%	16.02%	37.74%	26.32%	15.46%	3.32
旅游商品价格合理	6.46%	18.82%	43.54%	20.79%	10.39%	3.1
娱乐活动丰富	5.02%	19.53%	40.31%	22.32%	12.83%	3.18
娱乐活动价格合理	5.53%	18.44%	45.53%	20.99%	9.50%	3.1
总体	6.44%	17.79%	37.18%	24.57%	14.02%	3.22
说明：非常同意为 5，同意为 4，合并为同意项；中立为 3；不同意为 2，非常不同意为 1						

由此可以发现游客对于喀纳斯景区的旅游服务的评价并不十分良好。总体上来说, 游客对景区旅游服务的满意度均值为 3.22, 在对各项旅游服务的总体评价中, 满意的总频数的百分比仅为 24.57%, 非常满意的仅为 14.02%。与表 4-4 中的旅游资源评价结果和表 4-5 中的景区旅游环境评价结果相比, 旅游服务评价平均分数较低, 显示游客对于旅游服务的满意度较低。其中游客满意度最低的项目为餐饮和食宿的种类、质量和价格以及交通价格, 不满意度高达 30%左右或以上。应加强这几方面的调整。

3.9 离境时满意度指标：满意度、重游和推荐意愿都较高

◇ 离境时整体满意度较高

问卷中在问及游客对旅游资源、景区旅游环境以及旅游服务等各项的满意度后, 让游客直接选择整个旅行过程的整体满意度, 根据统计结果, 均值为 3.86, 整体满意度较高, 根据前文以及调查员访谈资料分析, 整体满意度一定程度上受旅游服务满意度低的影响, 但大

部分游客的旅游期望得到满足。在调查中让游客选择来到喀纳斯后，旅游体验与预想中的是否一致，选项设置有比预想的更好、与预想的十分一致、一般、比预想的差一点、比预想的差很多等五项，结果统计如下（图 3-15）。

有 190 位游客认为比预想的更好，占 25.2%；有 207 位游客认为与预想的十分一致，占 27.5%；有 188 位游客选择一般，占 24.9%；有 141 位游客选择比预想差一点，占 18.7%；同时，有 28 位游客认为比预想的差很多，占 3.7%。因此到喀纳斯旅游的游客中，期望得到满足的程度较高，仅有 22.4% 的游客认为是低于预期的。总体上来说，大部分游客的期望得到了满足。而大部分不满足的原因主要是由旅游服务水平较差造成。

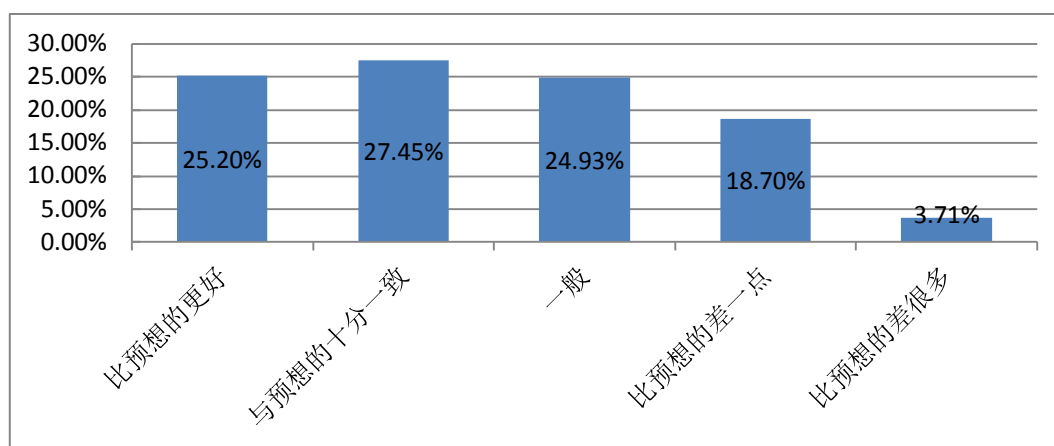


图 3-15 游客体验与预期差异图

✧ 重游意向较高

在调查中让游客选择是否愿意再来喀纳斯，有 364 位游客选择“是”，占 48.1%，有 93 位游客选择“否”，占 12.29%，其余 300 位游客选择“不确定”，占 39.6%（图 3-16）。其中选择“否”的游客中，具体原因主要为交通、费用两个因素。整体上到喀纳斯景区旅游的游客中重游意向较高。未来应加强交通的改善，合理调整费用结构，扩大重游市场。

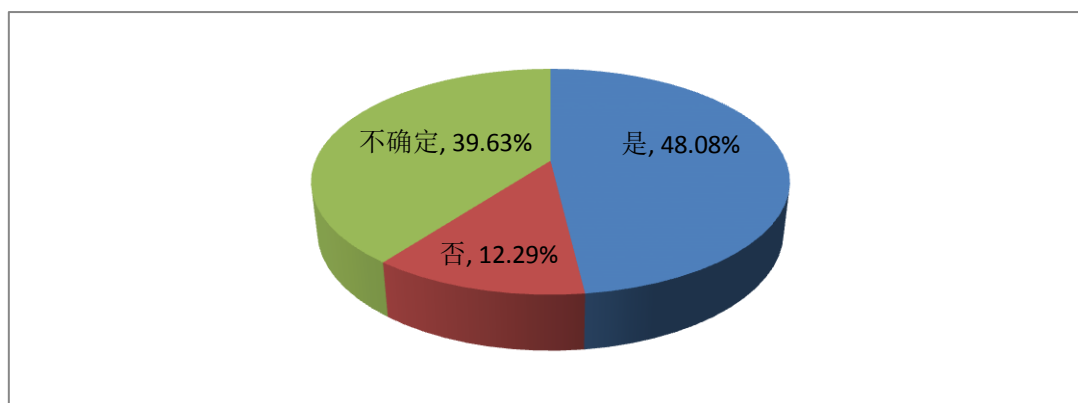


图 3-16 游客重游意向统计图

✧ 推荐意向强烈

在调查中让游客选择是否愿意向亲友推荐喀纳斯，有 630 位游客选择“是”，占 85.9%，有 37 位游客选择“不会”，占 5%，其余有 66 位游客选择“不确定”，占 9%（图 3-17）。在游客访谈中，调查员了解到，游客向亲友推荐的意愿比较强烈，整体上到喀纳斯旅游的游客中向亲友推荐的意向高。

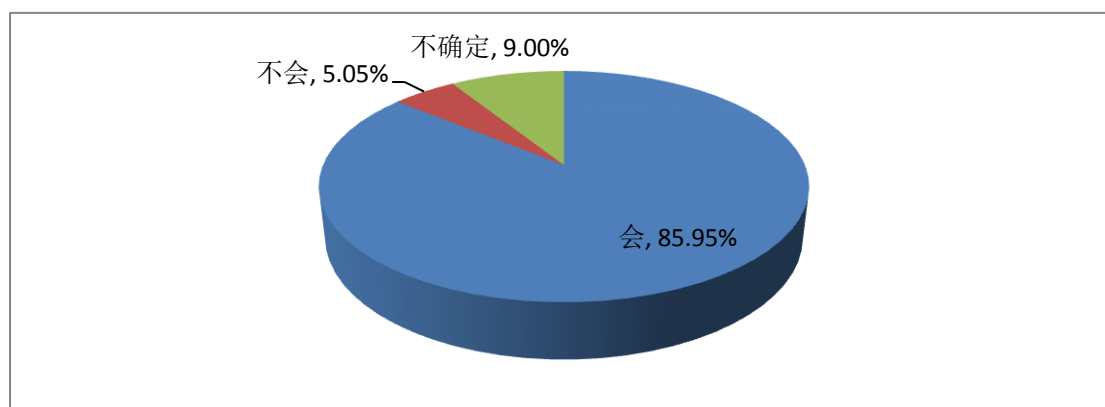


图 3-17 游客推荐意向统计图

✧ 对自然美景的印象深刻

在 504 位填写对喀纳斯印象的游客中，有 268 位、超过 50%的游客直接用“人间仙境”、“风景优美”等词语直接赞美了喀纳斯景区的自然环境，另有多名游客简单的用“美”等字眼表示了对景区美景的赞扬。可见，自然环境是喀纳斯最为突出的核心吸引力。

✧ 对各项收费、区间交通意见强烈

在游客填写对喀纳斯的印象以及对未来喀纳斯发展有何意见、建议时,游客多提及“贵”字,主要集中在抱怨门票(及二级门票)、食宿价格和区间车价格上。其中对于区间车的抱怨除收费外还包括其时间设置不当,应引起相关管理部门日后的重视。

✧ 对基础设施、服务有意见,但较为包容

不少游客在对规划提出建议时提及厕所等基础设施的建设不到位,服务水平低等,但同时这类注重细节的游客也对景区目前的发展持包容心态。

3.10 投诉及处理情况:处理率高

根据喀纳斯景区旅游局提供的资料,2009年至2011年间共接受投诉案件68件,现已全部结案(表3-9)。

从表中可以看出,随着旅游的发展,游客数的增多,三年来,受理的案件数有上升趋势。主要投诉内容为旅游服务质量方面的投诉,包括经营者服务工作态度的投诉,旅游项目体验的投诉,对景区基础设施的投诉,对马队的投诉,对价格方面的投诉。与游客调查中满意度的评价结果基本吻合,是目前喀纳斯景区需重点解决的问题。

表 3-9 2009-2011 受理案件统计表

时间	受理案件总数(起)	处理情况	备注
2009	17	全部结案	
2010	18	全部结案	
2011	33	全部结案	其中 12301 转办 15 起

3.11 本章小结

综上所述,游客对喀纳斯旅游满意度较高;对喀纳斯资源与环境的各项指标评分均较高,其中资源评价方面,最为青睐喀纳斯湖;景区环境评价方面,最为满意景区空气质量。对喀纳斯旅游服务的评价则存在一定的差异,其中最为满意的为景区的交通通畅,而最为不满意的则为景区内食宿的价格及餐饮的质量。同时,游客在离境时均表现出了较高的重游意愿(虽然当前重游的游客较少),以及较高的推荐意愿。此外,目前针对游客服务的投诉呈现出逐

年递增的趋势，但与日益增多的游客呈现出一定的相关性，且相对于总体游客量来看仍占极少数。管理部门需持续改善餐饮食宿等服务水平和质量，促进景区的持续良好发展。

4 旅游产品和服务

4.1 旅游产品和服务监测指标

旅游产品和服务依托旅游资源开发和设计而成,是旅游地存在和发展的核心内容和根本保障。通过打造多元化特色旅游产品和服务完善旅游产品和服务体系,提高旅游产品和服务的质量,可以提高到访游客的旅游体验满意度,增强旅游地的吸引力和持续发展的活力,进而有助于持续、健康、活力的旅游地的构建。本次监测中对大喀纳斯旅游区的旅游产品和服务的调查,主要是通过游客问卷调查、管理人员访谈以及观察记录的方式实现的。通过游客问卷、访谈记录和观察记录的整理和分析,并结合喀纳斯景区管委会提供的原始资料和数据,我们得以掌握大喀纳斯旅游区的旅游产品和服务的现状概况,最终形成本部分的报告。本部分报告涉及的监测指标如下表 4-1 所示。

表 4-1 旅游产品和服务监测指标

内容	问题组成	指标
游客旅游目的地分析	游客的旅游目的	游客的旅游目的类别； 各旅游目的的游客量。
游客游览线路（产品选择）	游览线路类型	旅游资源概况； 现有旅游产品概况； 各条旅游线路信息；
	各游览线路的使用强度	各条旅游线路上主要景点的游客访问量； 旅游者的平均停留时间；
旅游服务	旅游服务范围	可提供的旅游服务种类；
	旅游服务设施分布	旅游服务设施的空间分布概况； 主要旅游服务经营场所分类统计分析； 近三年床位数统计分析；
	旅游服务质量	维持市场秩序的工作和投入； 近三年旅游投诉数量和解决程度； 对住宿餐饮的价格和多样化的满意度； 对旅游商品价格和特色的满意度； 对娱乐活动价格和丰富度的满意度； 对交通价格和便捷的满意度； 对景区门票价格的满意度。
旅游形象 地保护	主要旅游形象	成功的旅游形象； 景区获得的荣誉。
	旅游形象营销与宣传	营销宣传工作和投入； 取得的营销成果。

4.2 游客旅游目的分析：目的集中

旅游目的在很大程度上可以反映游客对旅游目的地旅游的心理预期，也就是在旅游过程中期望获得的旅游体验。通过对喀纳斯游客旅游目的的信息收集和分析，一方面有助于大喀

纳斯旅游区修正和改善现有旅游产品和服务体系,另一方面也可以推动大喀纳斯旅游区潜在旅游资源的开发,针对不同类型游客群体打造新型特色旅游产品,进而完善并形成具有强吸引力的多元特色旅游产品和服务体系。游客旅游目的的调查和分析主要是利用游客问卷获得的数据分析实现的。由于游客往往具有多重旅游目的,问卷调查中旅游目的的问题设置为多选题,以便于获得全面信息。通过对回收的游客问卷分析,整理出喀纳斯游客的旅游目的分析表 4-2 和图 4-1。

表 4-2 喀纳斯景区旅游产品和服务监测指标体系

旅游目的	游客数	百分比 (%)	排序
观光旅游	581	76.25	1
休闲度假	437	57.35	2
摄影	102	13.39	3
公司、单位奖励旅游	38	4.99	4
野外探险	36	4.72	5
公务会议、考察	35	4.59	6
商务活动	21	2.76	7
探亲访友	23	3.02	8
科学考察	16	2.10	9
节事活动	7	0.92	10
宗教朝拜	5	0.66	11
其他	5	0.66	12

数据来源:大喀纳斯旅游区可持续发展调查问卷,有效问卷共 762 份。

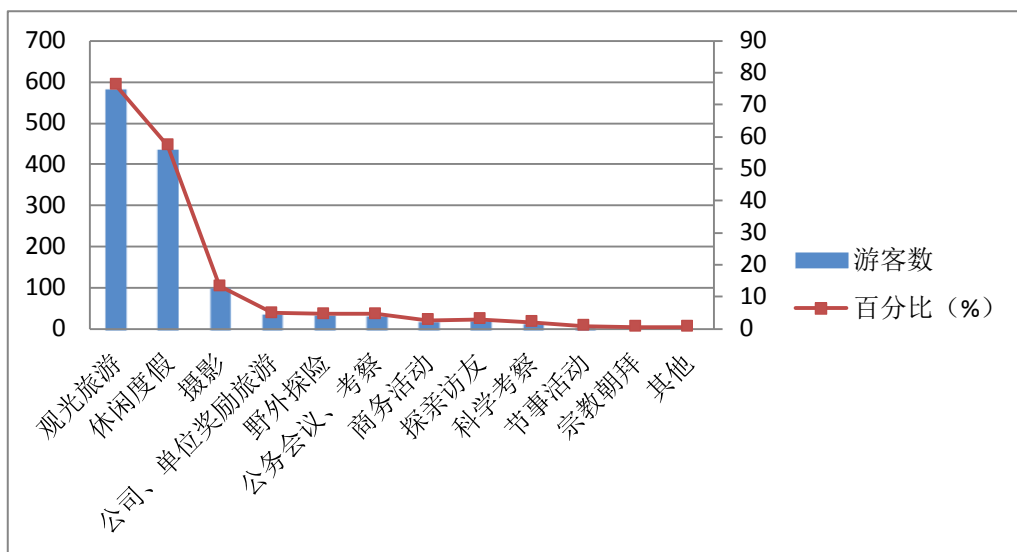


图 4-1 喀纳斯游客旅游目的的分析图

由此可知，喀纳斯景区游客的三大出游目的为观光旅游、休闲度假和摄影，分别占被调查游客总数的 76.25%、57.35%和 13.39%。可见，当前喀纳斯景区游客仍以大众型观光游客为主体；同时，由于具备宜人舒适的气候条件、优美的自然风光、浓郁的民族风情等特色魅力，景区休闲度假类游客群体也占较高比重。此外，在景区管委会的营销宣传下，喀纳斯景区以其独具魅力的自然和人文景观成为摄影家天堂，吸引了众多摄影爱好者到访。

4.3 游客游览线路（产品选择）

✧ 自然人文景观丰富

大喀纳斯景区集冰川、雪原、高山、河流、湖泊、森林、草原等各种自然景观于一体，共有大小景点 55 处、分属 33 种基本类型，占全新疆 56 个基本类型的 58.9%，其中高品位景点有 11 处。主要包括哈纳斯国家级自然保护区、喀纳斯国家地质公园、白哈巴国家森林公园、贾登峪国家森林公园、喀纳斯河谷、禾木河谷、那仁草原、禾木草原及禾木村、白哈巴村、喀纳斯村等国内外享有盛名的八大自然景观区和三大人文景观区。

✧ 旅游产品趋于多元化

依托丰富的自然人文景观，喀纳斯管委会精心打造旅游特色产品。积极开发民俗风光游、自驾体验游、冬季摄影游、探险游等旅游产品；探索开发双湖、白湖科普特种游以及贾登峪

至禾木、铁热克提至贾登峪徒步旅游线路,并倾力打造阿勒泰至喀纳斯千里高品质旅游画卷。经过多年开发和建设,喀纳斯景区现已形成了集观光游览、边境旅游、民俗文化旅游等于一体的多元化旅游产品体系。在这里,游客可以进行多样化的旅游活动,获得多样化的旅游体验。

✧ 自然人文精品线路成熟, 冬季旅游线路快速发展

基于多样化的自然和人文景观,以及已开发的旅游产品,喀纳斯景区打造了六条精品游览线路。其中,常规线路和户外徒步、科考、探险线路各三条。详见表 4-3。

表 4-3 喀纳斯景区旅游线路及相关信息

类型	序号	线路内容	主题特色	沿途景点
常规线路	线路一	贾登峪—喀纳斯	喀纳斯之旅必游线路, 体验喀纳斯湖及沿途精彩的自然与人文景观	驼颈湾、花楸谷、白桦林、卧龙湾、月亮湾、圣泉、神仙湾、鸭泽湖、喀纳斯村、喀纳斯湖、观鱼台、吐鲁克岩画、泰加林廊道
	线路二	喀纳斯—白哈巴—铁热克提	西北第一村, 西北第一哨, 感受边境图瓦村的人文与自然景观	白哈巴村、中国 5 号界牌、中华林、大峡谷
	线路三	贾登峪—禾木	原始古朴的图瓦村体验之旅, 感受沿途自然景观, 体验图瓦人民俗风情	贾登峪、齐巴罗依、禾木村、美丽峰
户外徒步、科考、探险线路	线路一	贾登峪—禾木(禾木—喀纳斯)	喀纳斯湖及沿途精彩的自然景观, 草原游牧文化风情	贾登峪、布拉勒汗桥、禾木河、美丽峰、黑湖、也买盖提草原

	线路二	喀纳斯—双湖	优美的草原、湖泊和森林自然景观	那仁牧场、双湖、原始泰加林
	线路三	喀纳斯—白湖	优美的湖泊和森林自然景观	喀纳斯湖头、原始泰加林、白湖

资料来源：喀纳斯景区管委会

上述六条精品旅游线路将喀纳斯景区内的主要旅游景点（喀纳斯湖、禾木、白哈巴、那仁草原等）有机串联和贯通起来，主题特色鲜明。游客不仅可以体验喀纳斯湖及各线路沿途精彩的自然景观，还可以畅游原始古朴的图瓦村落，体验图瓦人民民俗文化风情。可以说，多样的自然和人文景观，丰富的旅游产品，可以满足游客多样化的旅游体验需求，使游客尽享旅游欢乐。参照喀纳斯景区管委会提供的统计资料和游客问卷分析结果，大喀纳斯旅游区的游客以休闲观光的大众游客为主（76.25%），大众游客（包括参团和自助游）主要选择常规线路进行旅游活动，其中，线路一（贾登峪—喀纳斯湖）的游客到访量最高，核心景点喀纳斯湖的游客接待量最大；线路三的游客到访量次之，核心景点禾木村的游客接待量最大；线路三的游客到访量最少，核心景点白哈巴的游客接待量最大。

此外，景区管委会利用喀纳斯冬季旅游优势，以“人类滑雪最早起源地”、“中国最美雪乡”为品牌，加快构建多元化的冬季旅游产品体系，打造喀纳斯冰雪风情旅游节、单板滑雪邀请赛、古老毛滑雪板狩猎比赛、冬季摄影游等旅游节庆活动，并推出冬季旅游线路，包括一条跨景区长线 and 五条景区内短线，其中长线旅游线路为：

乌鲁木齐—布尔津县城—科克逊狩猎场（活动内容为观看野生动物、摄影、体验冰雪运动，宿布尔津）—冲乎尔乡—喀纳斯，游客可乘坐马拉爬犁、骑马、溜冰、滑雪、射箭、摄影等，还可到哈萨克族、图瓦人家中做客。

喀纳斯景区下湖口区内短线旅游有五条，分别是：

线路一：喀纳斯老村至观鱼亭，沿途骑马游览雪景；

线路二：喀纳斯老村至新村，骑马或乘马拉雪橇；

线路三：骑马或乘马拉雪橇至湖区；

线路四：喀纳斯老村至白哈巴村，骑马或乘坐马拉雪橇，晚宿白哈巴村，次日返回；

线路五：驾驶雪地摩托，游览地点在喀纳斯湖湖面。

凭借冬季旅游资源优势，开发冬季旅游产品和游览线路，使喀纳斯全年对游客保持吸引力，从而可以降低季节性对旅游发展的干扰，有效实现旅游资源的经济效益，平衡全年的旅游收入。

✧ 主要景点的游客量与可进入性密切相关

依据喀纳斯景区历年旅游接待情况，我们从上述旅游产品体系和旅游线路中抽取喀纳斯湖、贾登峪、禾木村、白哈巴村和那仁大草原五个核心旅游区（点）对游客进行调查，并结合访谈了解游客对景区内其他旅游景点的到访情况，得出以下结果（见表 5-4 和图 5-2）。

表 4-4 喀纳斯核心旅游区（点）的游客到访统计

旅游区（点）	游客人数	比重（%）	排序
喀纳斯湖	702	92.13	1
禾木村	509	66.80	2
贾登峪	479	62.86	3
白哈巴村	325	42.65	4
那仁大草原	111	14.57	5

数据来源：大喀纳斯旅游区可持续发展调查问卷，有效问卷共 762 份。

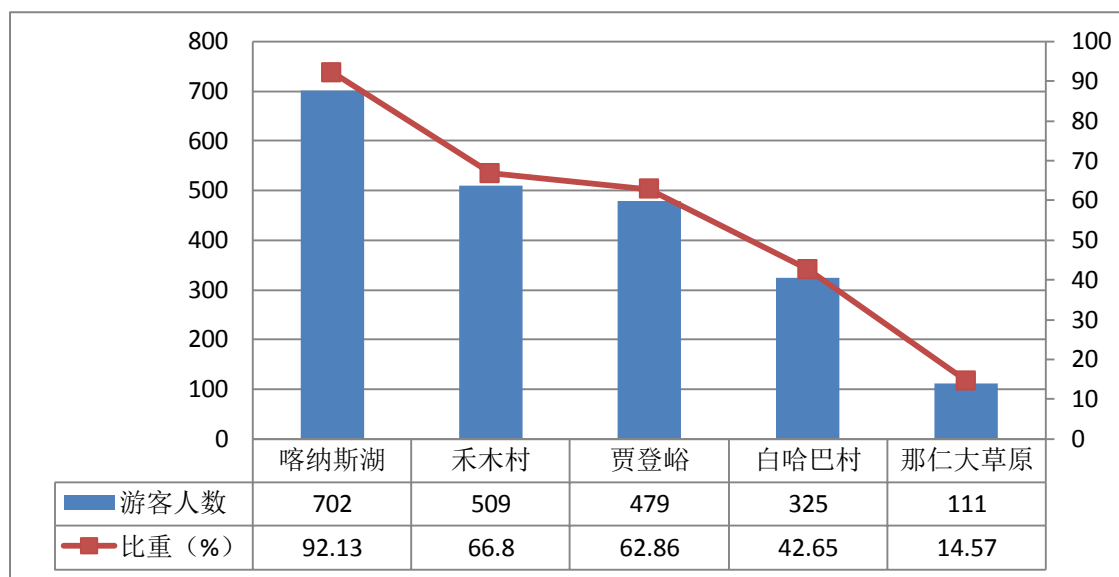


图 4-2 喀纳斯核心旅游区（点）的游客到访量

喀纳斯湖在景观美学、民族文化、地质地貌以及生物生态等方面具有较高价值，成为游客必到的旅游景点，调查中超过 90% 的游客是慕喀纳斯湖之名而来。相对喀纳斯湖的高到访率，贾登峪凭借喀纳斯湖景区东大门的旅游接待和服务角色优势吸引较多游客就餐和入住（62.86%），而禾木村作为东线上进入喀纳斯湖区的重要节点，以其图瓦文化风情和变幻多彩的自然景观吸引大量游客到访（66.80%）。从喀纳斯管委会管理人员访谈中获知，由于禾木村偏离布尔津县至喀纳斯湖的主要交通线，且进入禾木村的道路为单程道路，即游客由同一条道路进出禾木村，可进入性相对喀纳斯湖低。因此，禾木村虽然为东线上进入喀纳斯湖区的重要节点，但实际上由于道路交通的问题并未充分承担和发挥重要节点的角色。也正是因为上述事实，禾木村目前并未被旅行社正式列入现有的旅游行程安排。但是，在管委会的大力营销宣传下，游客从多种渠道获知其独特魅力，加上导游的引导作用，进入喀纳斯景区的旅游者很大部分会前往禾木，进行观光和摄影等活动。白哈巴则凭借地处中哈边境的地理区位和图瓦村落及文化风情吸引部分游客到访（42.65%）。那仁大草原虽然景色优美，民族风情浓郁，但由于可进入性问题导致到访游客不多（14.57%）。

✧ 游客总停留时间较长，存在继续发展的空间

一方面，由于大喀纳斯旅游区在地理空间上与疆外主要客源地（京津地区、长三角地区、珠三角地区）和旅游集散地（乌鲁木齐、阿尔泰市和布尔津县）有一定距离；另一方面，由

于大喀纳斯旅游区内主要旅游景区（点）（喀纳斯湖、禾木村、白哈巴村、铁热克提乡）也存在一定空间距离，到访游客多为二日游以上（包含二日游）游客，一日游游客较少（4.72%）。游客在景区的总平均停留时间为 3.32 天，从在各旅游景点的停留时间来看，大部分游客在喀纳斯湖和禾木村至少各停留一天，而在白哈巴停留时间较少（数小时至半日不等）。

4.4 旅游服务

4.4.1 喀纳斯景区提供的旅游服务范围

目前，喀纳斯景区可提供的旅游服务有：餐饮，住宿（星级酒店，家庭旅馆，青年旅社、毡房），特色土特产品（奶疙瘩、奶酒，酸奶等），工艺品（戈壁玉、额河奇石等），服饰皮革（少数民族服饰、皮具），娱乐（家访、酒吧等），旅游交通（区间车、马匹）、邮政服务以及其他旅游相关服务。

4.4.2 喀纳斯景区旅游服务设施分布情况

喀纳斯景区的旅游服务设施主要围绕景区内的主要旅游景点进行布局建设，以喀纳斯湖区、贾登峪、禾木和白哈巴等布局最为集中。因此，基于喀纳斯景区的旅游景点的空间布局 and 分区情况，以核心景点区域（喀纳斯湖区、禾木村和贾登峪）作为重点，通过旅游服务经营场所统计分析，考察旅游服务设施的建设情况。

1 喀纳斯湖区

喀纳斯湖区（包括喀纳斯老村和新村）的旅游服务经营场所提供的旅游服务主要包括：住宿（星级酒店，家庭旅馆，青年旅社、毡房），餐饮，特色土特产品（购物商店），工艺品（特色工艺品店），服饰皮革，娱乐（图瓦家访，酒吧），旅游交通（区间车、马匹）和邮政服务等。在规划和管理控制下，区内的经营场所呈现一定的空间集聚特征。星级宾馆和酒店（餐饮住宿类）主要布局在平台及附近区域，家庭旅馆（餐饮住宿类）、家访和酒吧（娱乐类）、购物商店和工艺品店等主要分布在喀纳斯老村，新村有少量分布。

依据景区管委会提供的统计资料和实地调研结果，整理出 2010 年和 2011 年旅游服务经营场所（餐饮和住宿类）统计（表 4-7、表 4-6）、和近三年床位数、餐桌数统计（表 4-7 与图 4-3）。

表 4-5 2010 年喀纳斯湖区主要旅游服务经营场所（餐饮住宿类）

序号	经营企业名称	床位数	餐桌数
1	喀纳斯山庄	114	16
2	喀纳斯餐饮中心	—	194
3	蓝湖宾馆	63	122
4	地区接待中心	72	6
5	财政接待站	54	14
6	边防接待站	38	2
7	联通公司	24	—
8	林海山庄	110	5
9	地区公安局接待站	64	6
10	林场（1 号楼）	28	6
11	额河山庄	30	3
12	电力山庄	62	—
13	交警大队接待站	20	4
14	一路吉祥	60	13
16	北辰宾馆	46	—
17	移动公司	12	2
18	消防大队接待站	15	—
19	环湖山庄	53	38
20	克拉玛依山庄	49	6
总计		914	431

资料来源：喀纳斯景区管委会

表 4-6 2011 年喀纳斯湖区主要旅游服务经营场所（餐饮住宿类）

序号	经营企业名称	床位数	餐桌数
1	喀纳斯山庄	114	20
2	喀纳斯餐饮中心	—	194
3	蓝湖宾馆	60	122
4	地区接待中心	72	6
5	财政接待站	54	14
6	边防接待站	38	2
7	联通公司	43	6
8	林海山庄	113	5
9	地区公安局接待站	56	7
10	林场接待站	90	4
11	北屯额河别墅	34	5
12	电力山庄	58	4
13	一道弯	32	6
14	鉴苑	77	6
总计		841	376

资料来源：喀纳斯景区管委会。

表 4-7 喀纳斯湖区近三年床位和餐桌数统计表

类别	2009 年	2010 年	2011 年
床位数（个）	673	914	841
餐桌数（个）	375	431	450

资料来源：喀纳斯景区管委会

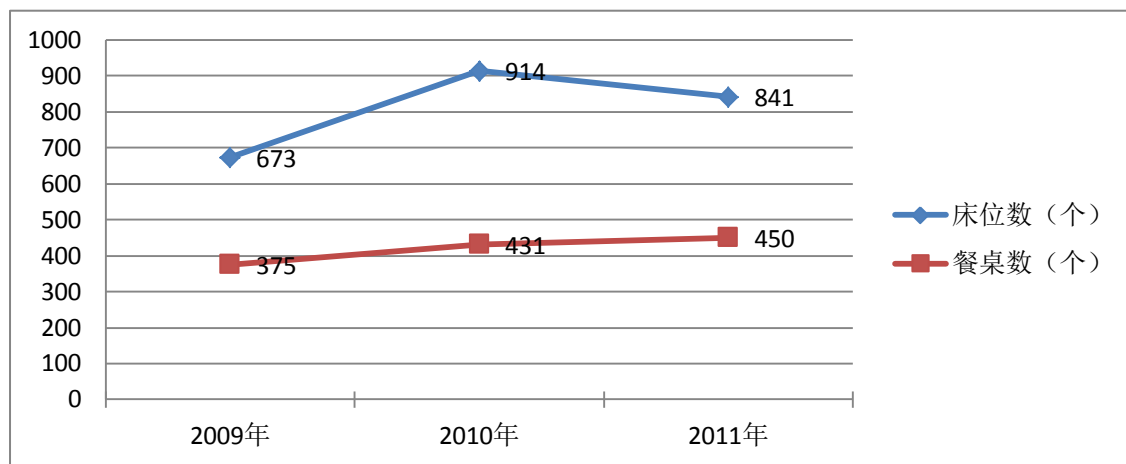


图 4-3 喀纳斯湖区近三年床位和餐桌数变化图

从 2010 年与 2011 年景区内商业数量统计表可以看出,喀纳斯湖区的企业经营场所数量呈下降趋势,由 2010 年的 20 个减少为 14 个(2011 年);而从床位、餐桌数统计表及统计图可以发现,2010 年床位数有所增加,2011 年减少;而餐桌数逐年增加。这主要是景区管委会的管理政策导致的。为维护喀纳斯湖区的环境风貌,避免人工建筑物对当地自然和人文景观风貌的破坏,管委会一直执行严格的管理策略,通过拆除破坏景观的建筑物,严禁在核心旅游区修建人工建筑物等政策,有效降低了湖区的建筑密度,保护了喀纳斯湖区的优美环境风貌。

图瓦家访是依托图瓦民居,向游客讲解和展示图瓦文化,表演图瓦乐器和歌舞的参与性和体验性高的旅游娱乐项目。游客不仅可以参观图瓦人特色民居,还可以深入了解图瓦民俗文化,欣赏图瓦乐器和歌舞表演。区内的图瓦家访主要集中分布在老村主道两侧。据景区管委会的统计,2010 年为 9 家,2009 年为 10 家,详见表 4-8。

表 4-8 2009 和 2010 年喀纳斯湖区家访统计

序号	2009 年	2010 年
1	蒙克家访	蒙克家访
2	传统苏尔家访	传统苏尔家访
3	传统图瓦家访	传统图瓦家访
4	大红鱼家访	大红鱼家访
5	小塔家访	小塔家访

序号	2009 年	2010 年
6	别克家访	别克家访
7	那奇家访	洪津图瓦民俗屋
8	首家图瓦民俗屋	图瓦民间艺术家访
9	葛林家访	英塔家访
10	蒙克义家访	

资料来源：喀纳斯景区管委会

此外，区内有 11 家旅游商店，5 家旅游纪念品店，出售当地的土特产品和玉石、皮革等旅游纪念品。目前，规划区内有 38 个本村村民经营的摊位，分布在喀纳斯湖边、观鱼亭和神仙湾，售卖奶疙瘩、酸奶等土特产品和饮料、方便面等食品。

2 贾登峪

贾登峪作为喀纳斯湖区的入口服务区，承担着重要的旅游接待功能，有效分担了湖区内的旅游接待压力。贾登峪的旅游服务设施布局相对集中，主要经营场所为住宿、餐饮、旅游商店和纪念品店等。依据喀纳斯景区管委会的统计资料和实地调研结果，整理出贾登峪近三年旅游经营场所分类统计表 4-9 及床位与餐桌数统计（表 4-10 与图 4-4）。

表 4-9 2009-2011 年贾登峪旅游经营场所统计表

类别	2009		2010		2011	
	数量	比重 (%)	数量	比重 (%)	数量	比重
住宿	47	78.33	47	79.67	38	62.30
餐饮 ¹	5	8.33	5	8.47	16	26.23
旅游商店	8	13.34	7	11.86	7	11.48
合计	60	100	59	100	61	100

资料来源：喀纳斯景区管委会

¹餐饮统计中并未包含提供餐饮服务的酒店和旅馆等住宿类经营单位，仅指提供餐饮服务的经营单位。

表 4-10 贾登峪近三年床位和餐桌数统计表

类别	2009 年	2010 年	2011
床位数 (个)	3921	5607	6260
餐桌数 (个)	1968	3012	4656

资料来源：喀纳斯景区管委会

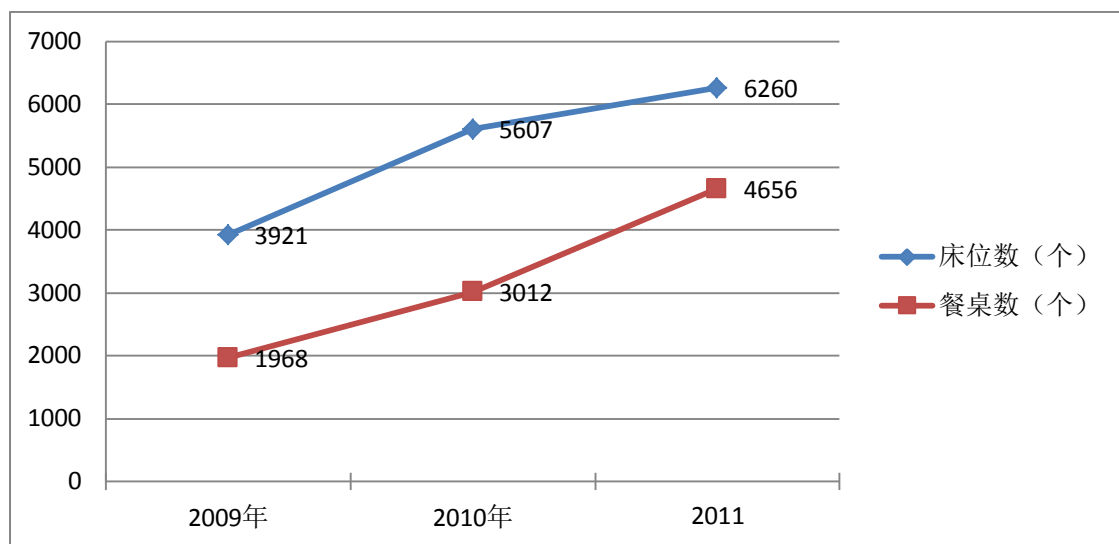


图 4-4 贾登峪近三年床位和餐桌数变化图

从以上两表可以看出，贾登峪在喀纳斯景区中扮演着重要的旅游接待服务功能，是景区的旅游集散地和接待大本营。贾登峪主要提供住宿和餐饮服务，住宿类和餐饮类的经营单位比重一直保持较高水平，床位和餐桌数在整个景区内位居前列。2009-2011 年期间，床位数和餐桌数不断增加（图 4-4），接待和服务能力不断增强。此外，贾登峪停车场有 40 个经营摊位，出售土特产品和旅游纪念品。

3 禾木村

禾木村是喀纳斯景区的核心景点之一，到访游客量大。禾木村提供的旅游服务主要包括：住宿（星级酒店，家庭旅馆，青年旅社），餐饮，特色土特产品和旅游纪念品（购物商店和旅游纪念品店），旅游交通（区间车、马匹）以及邮政服务等。从空间布局上来看，旅游服务接待设施集中分布在入口服务区和老村，其中入口服务区的住宿和餐饮服务档次较高；家庭旅馆类的住宿接待设施、旅游商店和其他服务类设施则集中分布在老村，其中旅游纪念品店集中布局在老桥桥头附近道路两侧，家庭旅馆（山庄）沿村内主要道路布局，以村东部主

道沿线和老桥桥头主道沿线布局相对集中。

根据喀纳斯景区管委会提供的统计资料和实地调研结果,整理出禾木近三年主要经营场所分类统计(表 4-11)以及床位和餐桌数统计(表 4-12 和图 4-5)。

表 4-11 禾木近三年主要经营场所统计表

类别	2009 年		2010 年		2011 年	
	数量	比重 (%)	数量	比重 (%)	数量	比重 (%)
住宿	37	56.06	38	54.29	60	54.05
餐饮 ¹	4	6.06	13	18.57	20	18.02
旅游商店	25	37.88	19	27.14	27	24.32
其他	—	—	—	—	4	3.61
合计	66	100	70	100	111	100

资料来源:喀纳斯景区管委会

表 4-12 禾木近三年床位和餐桌数统计表

类别	2009 年	2010 年	2011 年
床位数(个)	935	1267	1432
餐桌数(个)	380	498	686

资料来源:喀纳斯景区管委会

¹餐饮统计中并未包含提供餐饮服务的酒店和旅馆等住宿类经营单位,仅指提供餐饮服务的经营单位。

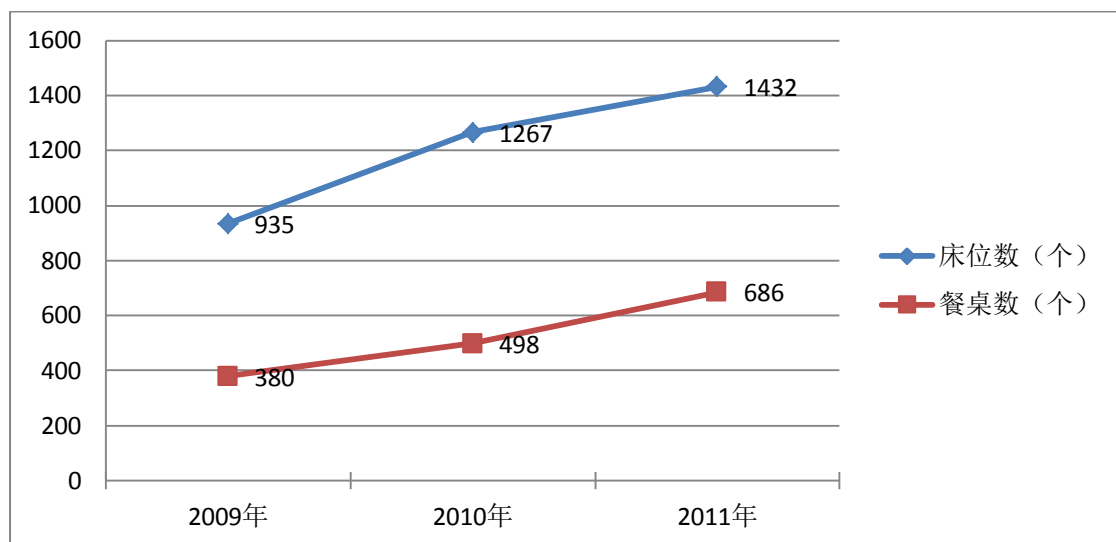


图 4-5 禾木近三年床位和餐桌数变化图

由以上两表可知，禾木各类旅游经营场所数量逐年增加，床位数和餐桌数增长迅速（图 4-5），这主要是由旅游业的发展拉动的。近年来，禾木基础设施不断完善，可进入性不断提高，旅游接待能力也在不断增加。在管委会的营销宣传下，禾木的知名度逐渐在主要客源地市场不断扩散，进而凭借其独特的高质量自然和人文景观吸引大量游客到访。大量游客进入后产生巨大的消费需求，吸引当地居民开办家庭旅馆和商店等，同时，也吸引大批外来经营户进入，他们以租赁本地居民房屋的形式开办家庭旅馆和商店等，导致各类旅游经营场所数量逐年增加。

4.4.3 旅游服务质量保障措施强

随着景区的不断发展，景区管委会积极采取多种措施保障旅游服务质量，在行业监管、市场秩序、食品卫生安全、导游监管以及区间车管理等方面加大执法力度，严厉打击欺客宰客、野导游、食品问题等违法行为，加强就业和经营技能培训，并及时妥善处理游客投诉，有效保障了游客利益，同时也推动景区旅游服务质量不断提升，市场秩序更加规范。具体工作有：

严把经营企业准入关，与进入景区的 120 余家经营企业（户）签订了旅游服务质量责任状。成立阿勒泰地区消费者协会喀纳斯景区分会，下设贾登峪、禾木、白哈巴三个“消费维权服务站”，进一步优化了旅游消费环境。加大培训工作力度，先后开展马队、家访点、餐饮服务、区间车讲解、区间车安全驾驶等专题培训 20 余场次，累计培训 3500 余人次，旅游

从业人员的服务意识和水平明显提高。在景区旅游局下设了 13 个旅游工作站，分别负责各节点的游客和车辆疏导、咨询服务、投诉受理、区间车调度、旅游秩序维护、突发事件处理等工作。加强对旅游客运市场的管理，成立喀纳斯下湖口游客换乘中心，对区间车、马队进行统一售票、统一管理，有效减少了强买强卖、欺客宰客等不文明行为的发生。加大旅游市场监管力度，累计检查导游 3100 人次，查处违规导游 230 人。

尽管喀纳斯景区管委会的执法力度和监管力度不断加大，但由于景区空间范围较大，经营群体较多，加上景区游客接待量逐年增长，景区内仍存在一定的旅游服务质量问题。依据景区管委会提供的统计资料，2009 年受理游客的旅游投诉 19 件，2010 年为 18 件，2011 年为 33 件。投诉的主要内容是游客对旅游服务质量方面的不满意，包括经营者服务工作态度的投诉，旅游项目体验的投诉（如漂流时发生的意外事故），对景区基础设施的投诉（如木栈道造成游客伤害），对马队的投诉（长线自助游客较多），对价格方面的投诉（主要为餐饮服务价格和交通价格）等等。

为获知游客对喀纳斯景区各类旅游服务质量的满意度情况，我们在游客问卷中专门设计 10 道评分题，邀请游客对景区的住宿、餐饮、商品、娱乐和交通等五个大类的旅游服务进行评价，评价结果如此前第四章中表 3-8。从表中可知，游客对景区内的住宿、餐饮、商品、娱乐和交通等五个方面的评分均值在 3-4 之间，说明大多数游客对景区服务质量的态度处于中立与赞同之间，但总体评分不高。因此，景区内各项服务质量仍景区需要进一步改善。

4.5 旅游地形象保护

旅游地形象对旅游地的发展有着举足轻重的作用。特色鲜明的旅游形象，可以对目标游客群体形成有效的吸引力，提升旅游地的知名度和美誉度，扩大旅游地的客源市场。在旅游发展过程中，应着力保护已成功塑造的旅游地形象，并以游客需求为导向，以潜在旅游资源和现有旅游产品为基础，适时修正旅游形象，形成品牌形象。

4.5.1 喀纳斯景区旅游形象：形象逐步鲜明

喀纳斯景区依托优质的特色自然景观和人文景观，塑造了“人间净土”的总体旅游形象，并通过不断开发新的旅游产品和提升服务质量，加大营销宣传等措施，使得喀纳斯景区的知名度不断提高，到访的旅游者规模不断扩大，并赢得多项殊荣（见

表 4-13)。

表 4-13 喀纳斯景区所获部分荣誉

时间	获得荣誉
2001 年	AAAA 级旅游景区和全国文明景区示范点；
2002 年 10 月	中国人与生物圈网络；
2003 年 8 月	中国摄影家协会创作基地；
2003 年 9 月	国家森林公园；
2003 年 12 月	国家地质公园；
2005 年	中国最美的五大湖泊之一； 中国最美的六个古镇古村之一； 中国西部十佳景区；
2006 年 4 月	中国最值得外国人去的 50 个地方金奖；
2007 年 5 月	国家首批 AAAAA 级旅游景区之一；
2007 年 12 月	2007 中国青年喜爱的旅游目的地；
2008 年	西霞口•2008 中国青年喜爱的旅游目的地； 中国最美的旅游胜地； 中国最美的十大湖泊； 中国最美的古村镇；
2009 年	2009 中国青年喜爱的旅游目的地； 中国最令人向往的地方； 中国最美十大湖泊； 中国最美十大古镇； 中国最美的 18 处风光；
2010 年	全国低碳旅游实验区；

时间	获得荣誉
	2010 中国十大最佳旅游目的地； 中国最美十大秋色；
2011 年	新疆滑雪之乡； 中国十大最有魅力休闲乡村； 2011 最具人气旅游目的地； 新疆首家国家级刷卡无障碍景区； 国土资源科普基地；

资料来源：根据喀纳斯景区管委会相关工作报告整理。

依据游客问卷调查和访谈记录，游客对喀纳斯的整体景观风貌和旅游资源的满意度较高。被调查游客中，将近一半游客（48.08%）表示会重游喀纳斯，将近 90% 的游客（85.9%）愿意向他人推荐喀纳斯。

4.5.2 旅游形象营销与宣传成果显著

景区管委会一直坚持按照“国际视野、世界精品”以及建设“新疆会客厅”的要求，努力做好服务个性化、管理标准化、设施便利化、市场国际化，扎实推进国际旅游目的地建设，树立喀纳斯良好的旅游形象。2009-2011 年间，依托优质的旅游资源和特色丰富的旅游产品，不断创新营销宣传的内容和形式，利用多种渠道宣传喀纳斯旅游形象和品牌，营销景区的旅游产品，取得了一些显著成果。具体见表 4-14。

表 4-14 喀纳斯景区近三年主要营销工作和成果

年份	营销工作和成果
2009	建立喀纳斯景区电子商务网站”，在全疆各大景区中率先开通在线订票业务； 与阿迪力达瓦孜传播有限公司强强联合，策划举办了阿迪力喀纳斯高空走钢丝活动”； 成功冠名新疆喀纳斯滑雪队、新疆喀纳斯速滑队”，并在全国 U 型槽场地冠军赛中夺得两项桂冠； 完成《喀纳斯灵》、《喀纳斯颂》、《喀纳斯秀》系列丛书的编辑及《喀纳斯情歌》的出版发行。

年份	营销工作和成果
	在央视播出《走进喀纳斯》、《喀纳斯北极熊之谜》等专题节目近 320 分钟，网络、报刊等媒体刊载喀纳斯文章和图片 1300 余篇；在凤凰卫视每天播出 10 秒钟的喀纳斯广告。
2010	建立神秘喀纳斯论坛”，实现了喀纳斯与游客的互动； 成功举办首届喀纳斯国际马术拉力赛，推出阿尔泰悍马”品牌，中央电视台、新华社及凤凰网等知名媒体对赛事进行了全程跟踪报道； 承办 新疆国际旅游节—阿勒泰之旅”大型宣传推介活动； 首次组团参加海峡两岸 2010 年第五届台北旅展会”； 加强在央视等主流媒体的重磅宣传，先后在央视播出相关新闻及《喀纳斯冰川》、《遥远的云间部落》等专题片累计时长近 22 小时； 在新华网、人民网、新浪网等网络媒体及《中国旅游报》、《深圳特区报》、《新疆日报》等报刊刊发各类宣传报道和专题文章 1400 余篇次。
2011	联合天山天池、葡萄沟、那拉提、赛里木湖四家疆内知名景区召开共建和谐诚信景区恳谈会”； 与吉林省净月潭、黑龙江省亚布力签订友好景区协议，打造客源互送、线路互推、市场共享”的旅游宣传营销新机制 参加国际旅游与世界遗产旅游博览会、首届亚欧博览会、冬博会以及西洽会等大型旅游宣传促销活动； 联合全国 20 余家著名湖泊景区发起成立了中国湖泊旅游联盟”； 成功举办张健横渡队纵渡喀纳斯湖挑战赛、2011 新疆喀纳斯湖滑翔伞俱乐部选手赛暨国际选手邀请赛、第十一届喀纳斯金秋国际摄影节等节庆赛事活动； 以人间有净土—新疆喀纳斯”为主题，在央视一套、新闻频道分别播出一个月的喀纳斯形象广告。 累计在央视播出喀纳斯专题片 10 部、新闻报道 464 篇（次），共 700 多分钟； 在网络及报刊刊载喀纳斯文章和图片 1300 余篇（幅）； 完成新诗写新疆·喀纳斯诗会以及广东最具实力旅行商及主流媒体考察团、南航集团踩线团赴喀纳斯的考察活动，对喀纳斯冬季旅游进行了全方位的推介；

年份	营销工作和成果
	成功举办第五届喀纳斯冰雪风情旅游节及第四届禾木杯”古老毛滑雪板狩猎比赛；

资料来源：根据喀纳斯景区管委会相关报告整理。

4.6 本章小结

通过对游客问卷、访谈记录、观察记录和喀纳斯景区管委会提供的资料的整理和分析，我们对景区游客的旅游目的、线路选择、景区产品和服务以及形象保护等内容进行了监测和分析，对喀纳斯景区的产品和服务形成了较为系统的了解和认识，主要包括：

1. 喀纳斯景区的到访游客的旅游目的多样，以观光旅游、休闲度假和摄影为主。
2. 喀纳斯景区依托丰富的旅游资源，打造特色多样化旅游产品体系，推出常规线路、户外徒步、科考、探险线路和冬季旅游线路，各条线路将景区内的核心旅游景点贯通起来，主题各异，特色鲜明，可以满足游客多样化的旅游体验需求。喀纳斯湖、禾木、贾登峪、白哈巴等核心景点的游客接待量较大。
3. 景区内的旅游服务设施主要围绕主要旅游景点（喀纳斯湖、禾木河贾登峪、白哈巴）进行布局建设，提供的服务范围多样，质量较高，游客满意度较高，但仍需要进一步完善。
4. 喀纳斯景区积极围绕“人间净土”的旅游形象进行营销宣传，取得了一些较为显著的成就，并赢得多项荣誉。

总的来看，喀纳斯景区已建立起多元化、多层次、复合式的旅游产品体系，形成自然景观和人文景观互补的、多样的游览线路，能够向游客提供较高质量多样化的旅游服务体验。但是，景区内仍有许多高质量的潜在旅游资源尚未得到重视和利用，到访游客主要集中于喀纳斯湖区、禾木、白哈巴和贾登峪等核心旅游景点，服务接待压力和生态环境压力不断加大，容易导致服务质量问题 and 环境问题，进而影响游客的旅游体验质量。因此，应适当加快高质量潜在旅游资源的开发，并进一步完善区内的基础设施，从而实现对核心旅游景点的游客分流，减少服务接待压力和环境压力，降低环境污染和生态破坏的风险。喀纳斯景区正积极营销冬季旅游产品和游览线路，但由于空间距离和可进入性的限制，冬季到访游客量较少，季节性导致的旅游淡旺季差异将会继续存在。如何有效降低季节变化对旅游发展的干扰，实现

全年较为均衡的发展将是景区继续面临的一个难题和挑战。

景区在继续推进旅游产品和服务不断完善的同时，应当着力加大营销宣传，特别是要依托摄影、自驾游、探险游等专项旅游产品，打好观光旅游和休闲度假两张牌，增加大众型观光游客量的同时，吸引更多专项旅游者到访。因此，需要针对不同的目标游客群体采取的特殊营销策略，并适时保护和修正景区的旅游形象。

5 旅游规划与控制

5.1 旅游规划与控制监测指标

一般来说,详尽的旅游目的地规划可以避免旅游发展的许多负面影响,因此,旅游规划与旅游可持续发展往往紧密联系在一起。而对于旅游规划的监测对规划是具有相当的辅助作用的,首先在其他各项指标的监测上可以为规划提供直接而明确的信息,其次,指标对规划的可持续性进行了一定的评估,为规划者在规划的介入阶段和发展过程中提供了重新衡量目标和目的的机会。第三,指标也可用于衡量旅游目的地规划和政策环境或框架的可持续性。本章针对喀纳斯旅游规划与控制的监测指标主要如下表 5-1 所示,主要监测手段为问卷调查、政府访谈及政府二手资料收集整理。

表 5-1 旅游规划与控制监测指标

内容	问题组成	指标
旅游业与区域规划的整合	现有旅游规划或战略的情况	是否存在与时俱进的规划;
	公众参与	规划过程中的利益相关者的参与程度;
		规划实施中利益相关者参与程度;
	规划实施监测	是否存在专门评估发展及规划利用效果的考核指标;
		已实现的规划的目标;
		已实现的规划所建议的环境、社会、文化行动;
	政府对可持续旅游的理解	旅游部门在公共政策中的参与水平;
旅游发展 发展控制	控制程序	是否存在土地利用或发展规划; 规划中的旅游发展控制是否存在特定标准;
	资产管理	景区是否存在招商引资方案; 景区发展是否存在财务风险;
	实施执行	规划及其标准是否有系统实施方案; 是否存在复查程序(如景区参观、评价);

内容	问题组成	指标
旅游相关 交通	可达性	可使用性，如公路网络的改善，铁路、港口及机场基础设施，公共交通进入旅游目的地的可行性； 公路密度（每平方公里区域内高速公路、公里数）； 公共交通密度（每平方公里区域内公共交通里数）； 通行能力及使用水平； 直达航班数量、直航城市数量；
	游客选择交通方式	游客抵达旅游目的地的交通方式（飞机、汽车、长途汽车、铁路、自行车、步行及其他）。
	旅程时间	游客抵达目的地所需要的时间； 游客在目的地停留的时间；
	空间和交通规划，旅游的交通需求管理，及合理分布模式的改善	是否实施综合并环保的交通规划策略； 是否有转化为行动计划的策略； 区域间交通规划是否得以实施；
	内部交通和一体化服务	是否存在适合多种交通形式的站台； 是否存在一体化的交通服务； 网络或流动服务中心是否提供公共交通信息服务；

5.2 旅游业与区域规划的整合

5.2.1 现有旅游规划或战略：执行力强

从喀纳斯景区旅游发展历程上看，喀纳斯景区主要编制过八次规划。其中影响较大的是2000年同济大学编制的《新疆阿勒泰地区喀纳斯国家级自然保护区及周边地区风景旅游开发建设策划规划》，2004年中国城市规划设计研究院编制的《新疆喀纳斯湖风景名胜区总体规划》，以及2006年中山大学编制的《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》。

喀纳斯目前执行的旅游规划，是 2006 年由中山大学编制的《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》。从战略全局考虑，规划中包含了喀纳斯景区及周边重要景区景点，以北纬 48°13' 为南部边界的景区规划范围，其中包括了禾木村、喀纳斯村和白哈巴村的部分行政范围以及喀纳斯国家级自然保护区的全部范围，总面积约 10,030 平方公里（见图 5-1）。对现在开展旅游活动的主要区域喀纳斯湖二道湾以南的部分、喀纳斯河河谷、禾木村、白哈巴村、那仁草原等地区进行了详细的规划统筹。

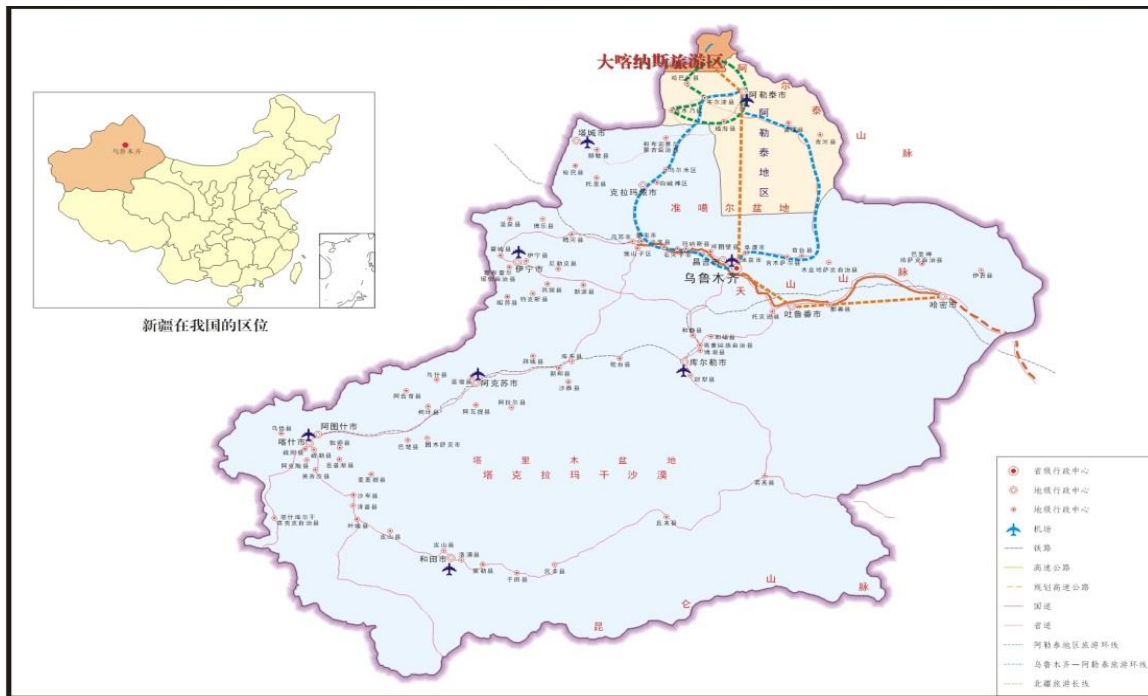


图 5-1 喀纳斯景区规划的范围

5.2.2 规划包括公众参与

对于喀纳斯编制过程中的公众参与，从最近 2006 年由中山大学编制的《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》来看，在编制规划过程中规划小组对规划区域内的政府部门、旅游企业、社区居民、游客等核心利益相关者进行了调查，针对一些典型的个案进行了详细的调查，较为充分地了解了喀纳斯旅游发展的总体情况。

对于喀纳斯规划实施过程中的公众参与，2000 年同济大学编制的《新疆阿勒泰地区喀纳斯国家级自然保护区及周边地区风景旅游开发建设策划规划》中提出了“为了防止喀纳斯湖被污染破坏，必须将大规模综合性旅游基地撤出喀纳斯山庄和喀纳斯村，改以贾登峪为基地，将吃喝玩乐购物有限制的满足”，在此后规划实施中，政府部门牵头，旅游企业配合，对贾登峪

旅游中和接待基地进行了建设。2006 年中山大学编制的《大喀纳斯旅游区总体规划》中提出将禾木村、喀纳斯村和白哈巴村的行政范围以及喀纳斯国家级自然保护区的范围全部纳入规划范围，划定为大喀纳斯旅游区”，在此后的实施中，政府部门专门成立了喀纳斯景区管理委员会，在景区管委会的统一引导下，下湖口区内大批住宿接待设施迁至贾登峪，并对喀纳斯大景区范围内的旅游活动实施统一管理，一方面限制景区内旅游企业经营活动，另一方面以补贴的形式对景区的社区居民进行补助。

5.2.3 规划实施监测：逐步实施中

在《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》中，将喀纳斯未来旅游发展划分为近期（2006-2010）、中期（2010-2015）、远期（2015-2020）三个阶段，并描述了喀纳斯旅游发展不同阶段的目标，其中主要的规划考核目标如表 5-2 所示：

表 5-2 旅游规划中的考核目标

规划目标	近期	中期	远期
游客人数	年接待游客量控制在 60 万人次	年接待游客量控制在 100 万人次	旅游接待人数合理 (接待人数未详细)
旅游收入	以游客数量为基础, 当游客数量达到 100 万人次时, 门票收入达 3.2 亿元, 带动相关产业 147.2 亿元		
社区居民收入	脱贫, 农民年均收入达到 2,945 元	无	1—1.2 万元
设施	住宿: 床位 8,000 张; 交通: 修建贾登峪—喀纳斯湖口的复线; 禾木—贾登峪机动车道; 贝留提—阿克沙拉—禾他纳斯—铁热克提机动车道; 海流滩—乎吉尔特机动车道; 通讯: 建设贾登峪、喀纳斯湖口区、禾木村、白哈巴等地区的程控交换电话设施; 电力: 实现贾登峪、喀纳斯村、禾木村、白哈巴村等主要节点的电网建设; 环卫: 建设规划区内的环卫设施和废物(固、液、气)处理系统。	将旅游接待床位最终控制在 1.5 万张	形成功能设施完善的国家公园式的国际级

资料来源:《大喀纳斯旅游区总体规划(2005-2020)》

此规划中, 规划近期的主要任务以补充、调整为主, 主要目标是理顺旅游区内的管理体制, 编制各种规划和详细的管理文件, 落实拆迁整治事宜, 规划期末力图形成设施相对完备、功能相对完整的西部国家公园的雏形。主要工作包括: 调整公园的内部功能结构, 整治旅游环境, 增强外部交通的可进入性, 建设公园内的大环路交通, 加大基础设施的投入力度, 拓展观光旅游产品内涵, 策划和开发冬季旅游项目, 启动生态和文化旅游产品建设, 调整社区居民利益, 补充公园内标识系统、旅游服务接待设施等。就此次监测的调查情况来看, 规划的主要短期目

标已经基本实现。

5.2.4 政府对可持续旅游的理解：保障不断加强

为了确保《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》的实施，阿勒泰地区政府特别在 2006 年 6 月成立喀纳斯景区党委，将禾木乡、铁列克提乡的七个村划归喀纳斯景区管委会，由景区托管，赋予景区管委会相应的政府职能和执法权。并在 2007 年 7 月，申报成立十个行政部门和四个事业部门，得到地委批准；2009 年管委会又申请成立了 3 个事业单位，使得喀纳斯管委会的组织架构基本完善，为规划的执行提供了制度保障。此期间，景区管理机构的地位得以提高，增强了景区管理能力，而稳定的管理团队也为规划实施创造了良好的条件，进而为有力促进景区旅游可持续发展提供了强有力的机构保障。

5.3 旅游发展的控制：控制合理

5.3.1 控制程序

目前，喀纳斯景区针对喀纳斯的特定景区有相关的土地利用控制性规划，同时在《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》中，对喀纳斯景区进行了功能区的划分及土地利用的指引性建议，此外，喀纳斯景区管理委员会也对景区范围内土地开发活动实施了相关的限制标准：在保护地带中，不得安排对景观有妨碍、有污染，危及环境质量和影响参观游览的项目。土地使用采取分区分级管理，核心区以自然保育为主，在划定的低敏感区域进行旅游接待设施的集中布局，避免旅游建设用地零星无序，便于集中控制与处理旅游影响。对景区内的生产生活活动实行合理控制。禁止开矿、伐木等大规模的自然资源开发，原则上不再扩大农牧业规模，引导产业转移。以上的限制也保证了旅游景区内的开发建设活动遵守国家建设项目环境保护的规定和环境影响评价的要求。

5.3.2 资产管理

目前，喀纳斯管理委员会主要已经吸引的外资有：大西部旅游股份有限公司喀纳斯分公司投资 1.7 亿元，主要完成贾登峪接待一区、二区建设 1.5 亿元，建设规模为 2 栋接待中心（4175 平方米）、60 余栋欧式建筑（3.6 万平方米）及配电、供排水等配套设施，共有床位数 1280 张；下湖口区投入 2000 万元，主要建设项目包括喀纳斯环湖客房、餐厅、演艺大厅、游艇、漂流

等。喀纳斯旅游有限责任公司投入 1.5 亿元，主要用于购置观光车（139 辆）、观鱼亭基础设施建设、平台供水管线、环保公厕（3 座）、快餐厅后星级厕所、喀纳斯山庄、贾登峪职工宿舍及配套设施、禾木景区（655.76 万元）等。新疆新乐(集团)投资公司计划投资 4 亿元，规划建筑面积 7.9 万平方米 3258 张床位的接待能力。

同时，为了提升景区基础设施建设速度，在景区门票收入与上级财政支持有限的情况下，喀纳斯管理委员会还通过发行国债（如表 5-3 所示），银行贷款的形式弥补景区建设的资金缺口。从近几年喀纳斯景区整体门票收入发展态势来看，2011 年门票总收入有 9645 万元，2010 年则有 7411 万元，景区的负债经营结构存在一定的财务风险，不过喀纳斯除了门票收入，从 2007 年开始，自治区党委连续五年，由自治区财政每年安排 2000 万元基础设施建设资金和 500 万元行政办公经费，对喀纳斯景区的发展给予重点扶持，在政府的大力扶持下，喀纳斯整体负债风险大大降低，资产管理保持良好的态势。

表 5-3 喀纳斯景区部分贷款项目

贷款名称	金额	起止时间	备注
一期国债	总投资 1565 万元	1999 年~2001 年	国债投资 1000 万元
二期国债	总投资 7300 万元	2002 年~2004 年	全部属于国债投资
三期国债	国债资金 1000 万元		国债资金 1000 万元
国际信托贷款	4800 万	2003 年~2004 年	实收贷款 1843.6 万元
亚行贷款	7753 万美元	2006 年~2010 年	其中亚洲开发银行贷款 4000 万美元
意大利政府贷款	500 万欧元	2010 年~2012 年	折合人民币 5000 万元

数据来源：喀纳斯管委会

5.3.3 实施执行

在成立专门的喀纳斯景区管理委员会后，管理委员对《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》中的建议进行落实。按照大规划的设计，喀纳斯的主要接待基地将在贾登峪，湖口区的大规模住宿接待设施要按计划陆续迁移到贾登峪旅游综合服务区。因此，喀纳斯景区管委会制定《喀纳斯景区下湖口区拆迁方案》，主要分为三个阶段：第一阶段：2006 年内拆迁接待设施建筑总面积约 11258 平方米，总造价为 1978.2 万元，预计第一阶段各项总的费用为

1152.1 万元。拆迁后的植被恢复工作于当年内完成。第二阶段：2007 年拆迁接待设施建筑总面积 8414.9 平方米，总造价为 2022.57 万元，预计第二阶段各项总的费用为 1462.3 万元。拆迁后的植被恢复工作在 2007 年内完成。第三阶段：2008 至 2009 年内拆迁接待设施建筑总面积约 9780.8 平方米，总造价为 3078.5 万元，预计第二阶段各项总的费用为 2708.2 万元。主要拆除的建筑如表 5-4 所示，虽然在拆迁工作中由于各种干预并没有彻底，但拆迁方案基本已经实现，景区规划也得以良好执行。

此外，为了进一步落实喀纳斯规划的实施情况，中山大学旅游发展与规划研究中心于 2010 年对喀纳斯规划执行情况进行了专项评估，并与 2012 年开始对原《大喀纳斯旅游区总体规划（2005-2020）》进行修编，以应对景区发展过程中新出现的现象及问题。

表 5-4 2006-2010 年喀纳斯景区拆迁建筑统计表

建筑名称	建筑名称
喀纳斯环湖山庄	华瑞山庄
篝火晚会（环湖哈哈毡房）	粮食局招待所
鉴苑山庄	喀纳斯交警大队接待点
民俗风情园	景区八栋购物木屋
林海山庄	喀纳斯快餐厅
云峰山庄	原演艺大厅
喀纳斯管理局办公及职工宿舍	平台木屋
华光电力山庄	平台砖混房屋
碧绿山庄	额河别墅
西域风情篝火晚会	凤舞山庄
工商局招待所	平台电力宾馆
任、洪两栋房屋	北辰别墅
蓝湖宾馆	喀纳斯三级电站
克拉玛依石油局职工休闲山庄	红十字诊所接待点
税苑山庄	老干部疗养院

资料来源：喀纳斯管委会

5.4 旅游相关交通：交通体系完善中

5.4.1 可达性已较高

目前来看，喀纳斯的外部交通主要包含三种交通方式，及机场、铁路以及公路。

与喀纳斯联系最为密切的机场主要是乌鲁木齐国际机场、阿勒泰机场以及喀纳斯机场。乌鲁木齐国际机场是新疆的门户机场，进入新疆的民航飞机都需要通过乌鲁木齐机场转机。阿勒泰机场是进入喀纳斯景区的重要机场，位于阿勒泰市南郊 12 公里处，与国道 216 相接，距离布尔津县约 120 公里。喀纳斯机场位于喀纳斯景区内，为喀纳斯门户机场，距离贾登峪接待中心约 40 公里，距离布尔津县城约 74 公里。在一般情况下，喀纳斯机场的航班每天两班，航线均为喀纳斯——乌鲁木齐，到达喀纳斯机场后，有专门的机场巴士直达贾登峪接待中心。

与喀纳斯联系最为密切的铁路站主要为乌鲁木齐站与北屯站，乌鲁木齐站为新疆铁路的主要枢纽，大部分选择铁路交通的疆外游客都需在乌鲁木齐站中转，北屯站为距离喀纳斯最近的火车站，北屯站距离布尔津县约 83 公里，到达喀纳斯约 4 小时。

喀纳斯对外的公路主要通过布尔津县—喀纳斯旅游公路（三级）连接到国道 216 与国道 217，再通过这两条国道与新疆其他主要城市相连接，下表 5-5 为喀纳斯主要的对外公路及技术等级情况，下表 5-6 则为喀纳斯对外公路的通行能力情况。

表 5-5 喀纳斯主要对外公路现状技术等级表

路线代码	起止点名称		公路里程总 计	公路技术状况		
	起点	止点		二级	三级	四级
国道						
G216	阿勒泰	巴仑台	454.207	85.932	368.28	
G217	阿勒泰	库车	253.505	23	230.51	
省道						
S227	哈巴河	布尔津	57.231	57.231		
S229	吉木乃	黑山头	85.079	5.729	79.35	

S232	喀纳斯	布尔津	161.81		132.97	28.839
S318	北屯	额敏	120.1	120.1		
S319	北屯	吉木乃	188.558	25.785	162.77	

资料来源：《大喀纳斯旅游区交通规划（2006年—2020年）》

表 5-6 喀纳斯主要对外公路现状通行能力表

路线 代码	公路里程 (公里)	技术等级	车道数	基本通行能力 pcu/h	设计通行能力 pcu/h	年平均日 交通量 pcu/d
G216	85.932	二级	双车道	2500	1600	15000
G216	368.275	三级	双车道	1300	700	6000
G217	23	二级	双车道	2500	1600	15000
G217	230.505	三级	双车道	1300	700	6000
S227	57.231	二级	双车道	2500	1600	15000
S229	5.729	二级	双车道	2500	1600	15000
S229	79.35	三级	双车道	1300	700	6000
S232	132.971	三级	双车道	1300	700	6000
S232	28.839	四级	双车道	1200	400	2000
S318	120.1	二级	双车道	2500	1600	15000
S319	25.785	二级	双车道	2500	1600	15000
S319	162.773	三级	双车道	1300	700	6000

资料来源：《大喀纳斯旅游区交通规划（2006年—2020年）》

总体看来，目前喀纳斯旅游的外部交通可达性不强，景区距离主要航空口岸和游客集散地距离较远，大部分游客进入大喀纳斯景区需要先到达布尔津县，但布尔津县距离大喀纳斯旅游区的核心景区有 160 几公里，且公路等级不高，交通承载力较低，通行速度较慢。

5.4.2 游客选择交通方式：组合式交通

根据对喀纳斯游客的调查发现（图 5-2），大部分游客抵达喀纳斯是通过公路交通方式（客车 30.18%，自驾车 23.49%），而有近三分之一的游客乘坐飞机直达喀纳斯，较少游客通过火车（3.94%）到达喀纳斯。此外，由于喀纳斯处于较为偏远的区域，缺乏直达的交通方式，

许多疆外游客采用混合的交通方式到达喀纳斯，比如先坐飞机抵达乌鲁木齐或阿勒泰，之后乘坐客车到达喀纳斯，过程较为繁琐。

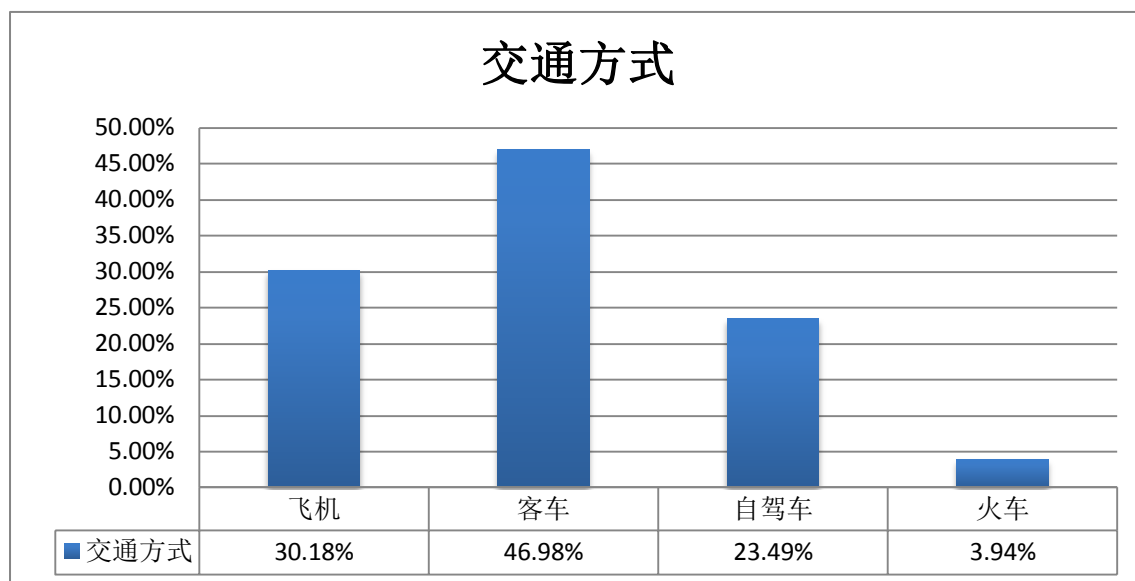


图 5-2 游客交通方式统计图

5.4.3 旅程时间：游旅比较高

根据对喀纳斯游客问卷统计发现，游客从居住地到达喀纳斯平均的交通时间为 2.51 天，具体情况如图 5-3 所示。由图可以发现，超过半数的游客，从自己居住地到达喀纳斯用了两天以上的时间，一方面说明了喀纳斯极具游客号召力，另外一方面也可以看出喀纳斯的外部交通环境一定程度上成为了其旅游发展的瓶颈。根据对游客的停留时间统计，可以看出游客在喀纳斯的平均停留时间为 2.91 天，具体情况如下图 5-4 所示。由图可以发现超过 8 成的游客选择在喀纳斯的停留时间超过 2 天，在一定程度反映出游客对喀纳斯的游览兴致高，另一方面也体现出喀纳斯主要以过夜游客为主，应继续拓展旅游产品链，进一步延长游客的停留时间。

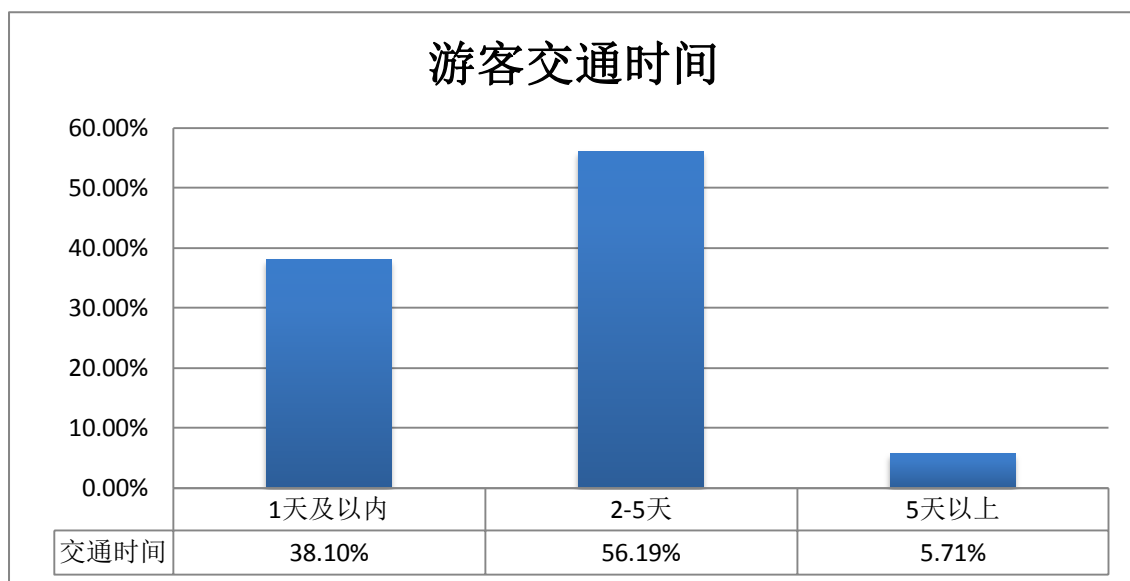


图 5-3 游客路上时间统计图

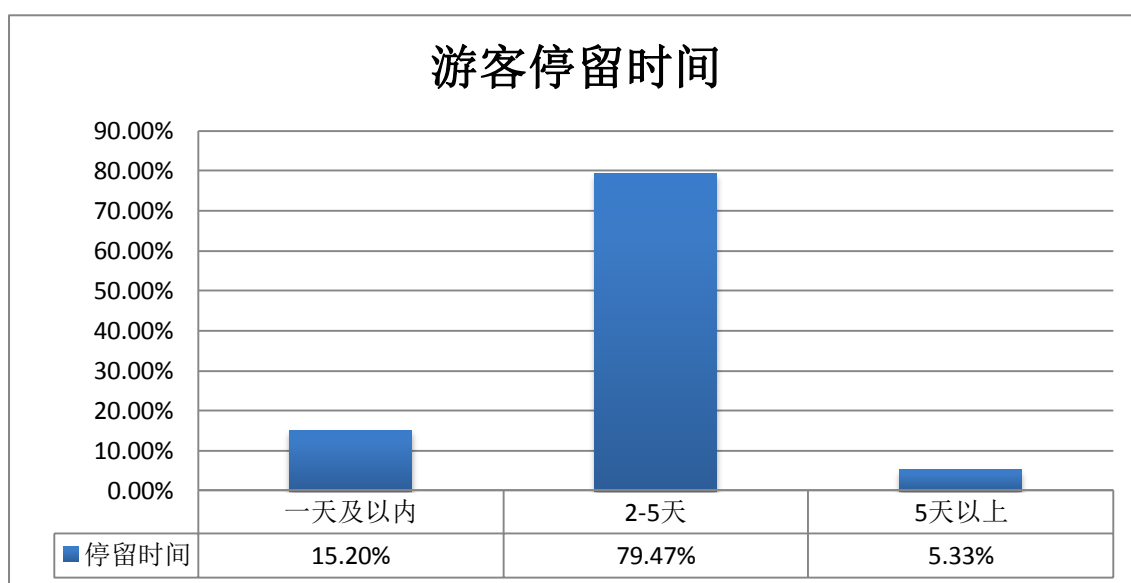


图 5-4 喀纳斯游客停留时间统计

5.4.4 空间和交通规划

对于喀纳斯内交通规划，国家交通部科学研究院曾于 2006 年编制《大喀纳斯旅游区交通规划（2006 年—2020 年）》，规划原则中提出可持续发展原则，即大喀纳斯公路网的布局注意环境保护，包括耕地保护、水土保护、文物保护、山林保护等。在满足需要的前提下，特别是在山区，靠近景区的公路采用合理的标准，减少公路建设对环境的影响。既要加快旅游公路的

建设,缓解制约旅游发展的状况,支持旅游业的可持续发展,又要加强环境保护,避免破坏资源,保障旅游业的可持续发展。同时规划中还对喀纳斯景区未来进出景区的交通需求进行预测,如下表 5-7 所示,并针对预测的游客需求量适当超前的进行了公路的布局与规划。以上来看,可以认为喀纳斯景区实施了综合并环保的交通规划策略。同时,可以在规划中发现其中有详细的实施策略,并就此观测情况看,其中许多基础设施(如停车场)的建设已经完成,部分道路设施则仍在完善中。

表 5-7 喀纳斯旅游区进出景区路段交通需求预测表

路段	机动车 类型	日交通量(辆/日)				换算成标准小客车(pcu/日)			
		2006	2010	2015	2020	2006	2010	2015	2020
海流滩—贾登峪	旅游客车	296	677	925	1156	347	794	1090	1363
	其他客车	119	203	185	231	119	203	185	231
	货车	30	95	161	226	44	142	242	339
	合计	445	975	1271	1612	510	1139	1517	1933
哈巴河—铁列克提	旅游客车	99	203	416	462	124	256	461	576
	其他客车	40	61	83	92	40	61	83	92
	货车	21	61	101	143	32	92	151	215
	合计	159	326	600	698	195	409	695	883

资料来源:《大喀纳斯旅游区交通规划(2006年—2020年)》

5.4.5 内部交通和一体化服务

目前,喀纳斯景区内部交通主要有内部公路,马道与步道三种形式。

内部公路主要有三条:贾登峪—喀纳斯湖湖区,属三级公路;贾登峪—齐巴罗依—海因布拉克—禾木乡,四级公路;喀纳斯湖—白哈巴,三级公路;具体情况如下表 5-8 所示。总的来看,虽然喀纳斯景区内公路等级不高,但主要景区之间均已经连通。

表 5-8 喀纳斯景区内部公路网现状

	起止点名称		里程	公路技术状况				高级路面	简易铺装	未铺装
路线代码	起点	止点		等级公路			等外公路			
				合计	三级	四级				
S232	喀纳斯	布尔津	161		133	28		161		
X848	S227 岔口	冲乎尔乡	63	63		63			63	
X852	铁勒沙汗	禾木喀纳斯	48.6	12.1		12.1	36.5			48.6
X868	S227 岔口	铁列克提乡	73.5	73.5		73.5			18.5	55.1
Z848	白哈巴	喀纳斯湖	30			30		30		
Z852	Z848 线岔口	那仁	17.6	17.6		17.6				17.6
Z856	铁列克提	扎玛拉什	6.3				6.3			6.3
Z857	铁列克提	白哈巴	38				38			38
	塔尔德	铁列克提	53			53				53

资料来源：《大喀纳斯旅游区交通规划（2006 年—2020 年）》

马道的线路主要为满足游客骑马需求。从具体景点来看，禾木乡和喀纳斯新村有具体的牵马路线。禾木乡的牵马一般路线可以分为四条：村内临时停车场—禾木平台；禾木平台上骑马；美丽峰登山马道（禾木村—美丽峰）；村内骑马。前两种更加普遍，后两种只是为少部分游客选用。喀纳斯新村的牵马路线是新村停车场—观鱼亭。既有单程，也有往返。

步道线路主要针对游客游览需求而设（表 5-9），主要为三条线路：喀纳斯湖一道湾东岸、喀纳斯河下湖口河道、卧龙湾河道等处共修建了总长度约为 12 公里的旅游木栈道；观鱼亭上山道和下山道共修建了总长度约为 5 公里的登山栈道；禾木平台上修建的观景步道以及上下平台的两条步道。此外，游客满意度调查发现，游客对喀纳斯景区内部交通通达性满意度达到了 3.56（5 分为非常满意，1 分为非常不满意）。总的来看，喀纳斯景区内部已经形成了通达、有层次的旅游交通网络。

表 5-9 喀纳斯旅游区步行游览线路概况

类别	路段名称	宽度 m	长度 Km	合计长度 Km
登山旅游线路	观鱼亭上山道	1.5	2.57	4.77
	观鱼亭下山道	1.5	2.2	
湖边木栈道	一道湾东岸	1.2	2.9	6
	下湖口河道	1.2	1.1	
	卧龙湾	1.2	2.0	
禾木平台	平台上山道	——	——	——
	平台观景道	——	——	——

资料来源：《大喀纳斯旅游区交通规划（2006年—2020年）》

目前，喀纳斯至贾登峪建成一个游客公交枢纽中心，并在喀纳斯老村区域建成综合游客服务中心，其中包括了一体化的交通中转中心，负责喀纳斯内部公交线路。由于喀纳斯实行交通专营制度，外来车辆不许进入景区，景区内交通主要由枢纽中心提供。主要公交线路情况如表 5-10 所示，公交车的收费基本与景区门票结合，游客也可以进行自主选择。从对游客满意度调查情况来看，游客对喀纳斯景区交通收费满意度为 3.14（5 分为非常满意，1 分为非常不满意），部分游客表示虽然交通通畅，在枢纽中心等待时间较短，但交通价格过高。此外，喀纳斯游客服务中心可为游客提供相关公共交通信息服务，如气象信息，车次信息等。

表 5-10 喀纳斯旅游公交线路情况

道路起讫点	宽度 m	长度 Km
贾登峪—卧龙湾、月亮湾	8	24.7
月亮湾—神仙湾、鸭泽湖	8	2.6
鸭泽湖—喀纳斯村	8	4.5
喀纳斯村—下湖口	8	4.0
喀纳斯村—观鱼亭	6	6
贾登峪—禾木乡	8	47.5
贾登峪—草原石人、海流滩	8—10	19.2

资料来源：《大喀纳斯旅游区交通规划（2006年—2020年）》

5.5 本章小结

总的来看,当前喀纳斯景区已经存在较为科学的旅游发展规划,且规划得到了政府的大力支持以及广大公众的配合。喀纳斯景区旅游的发展也在规划的指引下进行相应的控制,其明确的控制标准,较为合理的资金管理,极强的执行力度以及及时的规划评估和修编,确保了喀纳斯景区旅游的可持续发展。对于喀纳斯景区目前的交通,由于其边疆地区的客观条件,限制了其可进入性,不过同时也致使游客的旅程时间与停留时间较长,有利于景区未来开发更加高附加值的旅游项目。此外,目前景区内部的交通已基本完善,监测结果显示游客对旅游交通服务质量表示满意,但对交通价格上存在一定的意见。

6 健康与安全

6.1 健康与安全相关监测指标

健康与安全问题对旅游发展至关重要，它是影响游客决策的决定因素之一。旅游发展中对健康与安全问题的管理需从游客、旅游企业和当地社区三个维度考虑，具体包括疾病的预防、治疗、意外事故等。本次对大喀纳斯旅游区健康与安全的监测工作主要围绕以下指标（表6-1），主要通过游客及社区问卷和居民访谈、政府访谈及二手资料收集完成。

表 6-1 健康与安全相关监测指标

内容	问题组成	监测指标
食品卫生	游客感知	游客对食品安全的关注程度； 游客对食品卫生问题的投诉； 游客对食宿的满意度；
	安全生产	针对食品管理组织提高餐饮服务单位或个人安全意识的活动程度； 食品安全知识教育与培训； 粮食安全生产、畜产品安全工作； 动物疫情防控；
	预防，规章制度	是否有食品卫生标准和规章制度，并实施监控 适当的卫生程序； 是否有餐饮从业人员接受过食物卫生培训； 对旅游从业人员健康情况的督查；
环境质量	居民和游客评价的自然环境质量	空气质量； 噪声污染； 水体情况； 固体废弃物； 游客对环境卫的满意度；

内容	问题组成	监测指标
	环境维护与治理	旅游企业垃圾处理； 有效排污设施的数量； 污水处理相关条例的遵守情况和监测频率； 环卫设施分布与数量； 是否有卫生保洁相关制度，及其实施；
社区健康	健康医疗的可获得性	医疗卫生机构、场所及设施设备； 医护人员，专业水平及培训； 医疗保障水平； 旅游业和卫生部门的协作程度；
	疾病预防	传染性疾病预防； 曾爆发过的重大病症报告； 接受健康教育、个人卫生发展和培训； 是否存在通过与公共健康或推广部门合作， 以加强健康信息的推广； 安全饮用水、电力和卫生环境的可获得性；
游客安全	游客影响感知	游客对旅游目的地安全信息的收集； 入住设施的安全保障水平； 游客对旅游目的地安全性的评价； 游客出行目的的安全性质； 游客对安全设施的满意度； 游客相关的上报事故数量和原因； 游客投诉的事故类型与频率；
	游客安全保障	是否存在吸引物和设施安全标准； 游道、游船及其消防安全管理； 旅游从业人员的安全操作能力； 是否存在应急服务； 基础设施的安全隐患排查情况；

内容	问题组成	监测指标
		景区内防护栏、警示牌的设置区位与数量；
	安全知识传播	员工接受安全教育和培训的人次及频率； 发放的带有健康和安全警告的刊物数量；
	预防与控制	景区内安全隐患的排查与防控； 利用现代仪器与设施进行； 游客和居民在紧急事故中可获得的服务；
公共安全	事故	媒体报道的事故数量； 事故数及类型；
	自然灾害	自然灾害的数量、规模、伤害度；
	风险管理或回应	是否存在针对前往事故发生地游客和访问者的应急预案； 紧急事故设施的配备和有效使用； 治安程度； 边防保安水平； 出动警力的水平；

6.2 食品卫生状况较好

食品卫生造成的食物中毒、腹泻等慢性或急性疾病不仅威胁到游客的身体健康，更影响到游客对目的地的安全感知。世界卫生组织（WHO）表示，食物中毒是与旅游有关的最常见疾病。在食品卫生条件较好的地区相应的安全风险也较小。

通过在大喀纳斯景区内发放的 762 份有效游客问卷可以发现，餐饮信息并非游客最希望获取的关于喀纳斯的信息。如图 6-1 所示，游客对于食品状况的关注程度处于中等水平。同时，根据旅游局的投诉受理及处理统计，在游客的投诉中，食品安全问题所占的比例较少。

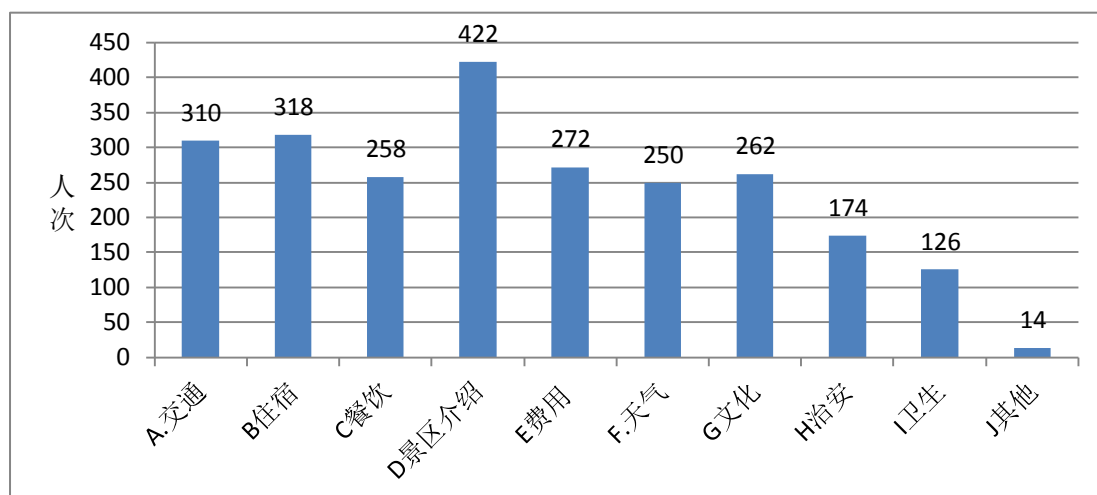


图 6-1 游客最希望获取的关于喀纳斯的信息统计图

根据综合执法局提供的文件可知，2009 年 6 月 1 日以来，喀纳斯景区开始实施《食品安全法》，并通过宣传食品安全法律知识、举办食品安全知识培训班、进行餐饮业专项检查。当年共出动执法监督人员 423 人次、累计检查餐饮经营单位 1038 户次，以提高食品安全意识、景区食品质量和流通环节的监管水平。2010 年，阿勒泰地区及时制定了《阿勒泰地区食品药品监督管理系统体制调整资金、资产划转工作实施方案》，继续推进食品安全监督工作并进行了联合执法大检查。2010 年 6 月初，禾木景区 37 家餐饮经营单位接受了食品专项检查；7 月底，相关部门对景区餐饮经营的原材料进货验收状况进行了检查。此外，86 家餐饮经营单位的 1224 份餐具、63 个公共场所的 598 份用具以及空气状况都受到了检查。常规卫生监督检查累计出动执法监督人员 490 余人次、检查经营单位近 1600 户次。粮食安全生产、动物疫情防控和畜产品安全工作也在开展当中。

2011 年，景区继续组织食品安全知识专题培训班；对销售蜂蜜的情况进行执法检查，保护了当地蜂农的合法利益的同时也维护了游客的饮食安全；对贾登峪屠宰场和餐饮场所进行了监督检查；与经营单位签订《畜产品质量安全承诺书》，发放《动物防疫法》宣传单 150 份。总体上看，相关部门对餐饮经营单位的监督检查较为得力，跟进食品原料监督工作、对从业人员健康情况进行逐户督查，跟景区内 150 户餐饮单位签订了食品安全责任书，检查餐饮服务单位 628 户次、下达整改意见书 18 户次。近年来景区内并未发生重大的食物安全问题。

6.3 环境质量：治理保障

环境质量对大喀纳斯旅游区的游客及社区居民的身心健康存在潜在而长期的影响,也直接关系到游客的体验质量。根据 Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, 旅游业需要对以下现象负责: 稀缺自然资源(如水和能源)的过度消耗; 农业和水产业被取代; 过量固体废弃物和污水(富含化学物质、病原体和营养盐负荷); 环境恶化导致生物多样性减少, 水土流失, 舒适度下降和公共空间受到挤缩。另一方面, 同国内其他地方相比, 喀纳斯景区所在的西北地区的气候比较特殊, 旅行中的季节和气候变化、空气和水质的改变, 以及海拔、湿度、微植物、气温和时差都会对游客的身体产生压力, 这些变化通常会打破旅游者日常的平衡, 可能会导致疾病的发生, 在长途旅行的疲劳状态下或者在一些慢性病的诱发下, 将更加严重。

6.3.1 自然环境质量评价

对喀纳斯景区地区的自然环境监测主要考察空气质量、噪声污染、水体情况和固体废弃物等指标。空气污染主要考虑喀纳斯湖上的游船, 宾馆饭店和当地居民生活燃煤、烧柴排放的煤烟、汽车排放尾气、游客烧烤点的废气等; 水体污染包含宾馆餐饮排放废水和居民生活污水、游船滴油造成的景区水体污染等; 固体垃圾主要指当地居民生活垃圾、旅游垃圾、建筑工程垃圾等造成固体废弃物污染。此外, 湖面游艇活动产生的噪音可能会破坏湖滨的自然宁静、影响野生动物的个体行为。

从图 6-1 可以看出, 游客在出行前对目的地的卫生状况信息的收集和了解并不如景区介绍、住宿、交通等等, 但是对于“天气”信息的获取积极性相对较高, 说明游客在出行时比较关心天气变化或者气候差异, 以便提早预防因环境不适而产生的疾病。

根据对游客和社区居民的调查问卷, 可以得出两个不同主体对于喀纳斯景区的空气、噪音、水质和整体环境清洁(固体废弃物)的评价(从 0-5 评价依次增高)。从图 6-2 可以看出, 在空气、噪声、水体和固体废弃物四个方面, 游客和居民的总体评价都处于中上等水平, 然而景区游客对当地的环境质量评价均高于本地居民对其的评价。据当地旅游局统计, 2011 年喀纳斯景区游客的环境卫生满意度超过了 75%。从单项来看, 游客对于喀纳斯景区的空气质量的评价要优于其他三个指标表的评价, 而在这个问题上居民的观点正好相反。

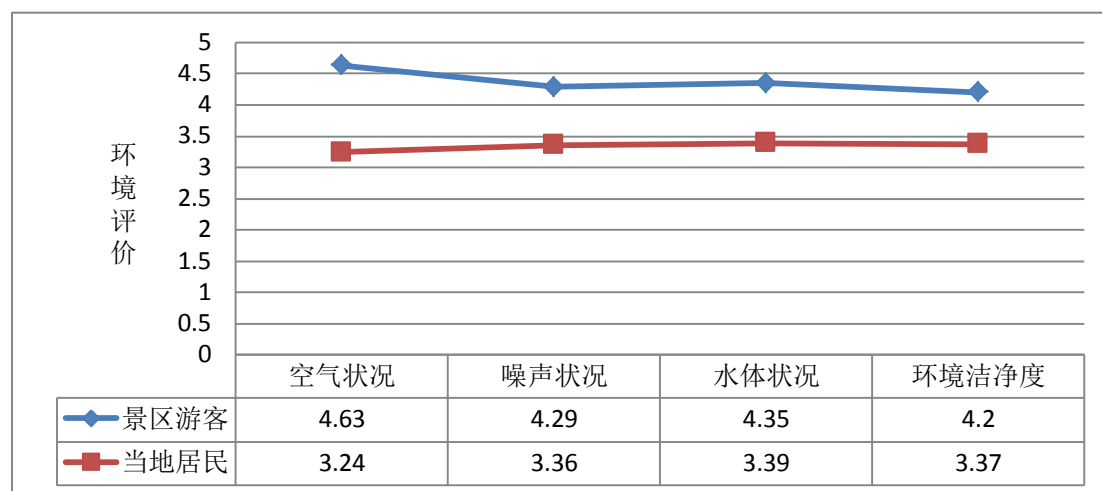


图 6-2 游客、居民对景区环境质量的评价

6.3.2 环境维护与治理

喀纳斯景区管理部门的统计数据显示，2010 年景区内拥有污水处理站 5 处，其中喀纳斯村 2 处、贾登峪 1 处、禾木 1 处，污水处理后排放入河内。当前整个区域内的污水处理设施还较缺乏，除喀纳斯地质公园内的宾馆之外，部分其他旅游接待设施和区内的居民点尚未有专门进行污水净化处理的设施和管线，所有污水均在重力作用下自由排放，最终汇入喀纳斯河和禾木河，对整个水体环境和整个旅游环境造成了一定程度的污染，急需相应的设施和技术手段对这些问题进行治理。

至 2010 年 6 月，公园垃圾处理主要采用填埋式处理，区内有少量景区的部分地段设置了一定数量的环卫设施。其中，贾登峪、喀纳斯湖区部分宾馆的环卫设施已经初步完善，对废弃物品和垃圾可以进行集中收集和处理。此外，贾登峪—喀纳斯湖沿线已经配备了一定数量的垃圾箱、垃圾转运站、公厕等环卫设施，但这些设施的数量尚难满足游客的需求。另一方面，白哈巴村和那仁等景区内主要节点还没有建设相应的环卫设施。

目前，在禾木景区，卫生保洁制度的完善使得全日制保洁措施得以实施，“乱搭乱建、乱摆乱放、乱贴乱挂等三乱”现象有了明显改观。禾木喀纳斯乡组建了 1 支禾木景区环卫队，制定了《禾木景区环卫队工作管理办法》，保洁工人的服装得到统一，禾木景区所有垃圾全部运至阿合巩盖垃圾场，并由专人进行管理，将垃圾进行分类、回填。此外，在景区经营的企业和建筑施工单位若有随意排放生活污水及生活垃圾的，将对其进行罚款；对驻景区的排污单位征收排污费。

从综合执法局得知,2007 年开始,景区已经开始开展以治理环境卫生、乱停乱放、违规经营、违法建设为主要内容的环境综合整治。2009 年 7-8 月,景区配合地区纤检所及布尔津县质监部门对景区共 31 家宾馆酒店、山庄、商店超市的计量器具、电梯,锅炉及 2720 张床位床上絮棉制品、租售的 733 件军用棉大衣进行了执法检查。大多数床上用品为合格产品,所租用的军用棉大衣填充物合格率为 2.9%。2011 年 5 月中旬以来,对景区内 117 家经营企业(户)进行了逐一登记并与其签订了卫生责任状,划分了卫生三包”责任区;购置并安装环保果皮箱 100 个;增加喀纳斯、贾登峪、白哈巴、铁热克提及禾木区域保洁员人数,使得各景点有专人负责保洁工作,并投入 3 辆皮卡及 1 辆轻卡对垃圾进行清理;对于破坏生态环境的行为进行查处。

6.4 社区健康

社区的健康问题不仅关系到当地居民,更和游客息息相关。很多健康风险是个人责任,但企业和相关政府部门应主动承担起食物卫生、环境卫生等问题的责任。定期审查、员工培训、资料出版、健康警告发布和游客健康信息的完善对保护游客和维持旅游业的正常运转都具有至关重要的意义。

目前景区内已实现各村均有医疗卫生机构、场所和医护人员;乡卫生院药房、病房等办公设施陆续建成,购进安装 X 光机、B 超机、心电图机设备,但病房、手术室等必需场所仍旧较为缺乏。医护人员专业医疗水平较低,为边远牧区牧民服务的能力较差,普遍缺乏持续性的学习、培训和深造。目前,在契巴罗衣已有村医入住;在禾木乡卫生院有培训过的医护人员,在喀纳斯村卫生室有医疗就诊房数间和若干医护人员。

面临这种现状,相关部门正努力提高医疗保障水平和卫生服务能力,建立以县人民医院为主导、乡镇卫生院为重点、村卫生室为基础、牧业医疗服务站为补充的医疗卫生服务体系。在健全基层医疗卫生服务体系的同时,提升基本公共卫生服务,加强卫生应急工作常态管理。2010 年,喀纳斯景区内居民按期完成了疫苗强化免疫活动。另外,区域内的健康教育持续进行,并为两乡卫生系统参加上级业务单位统一组织的,在地区以外进行继续教育的医护人员,解决差旅费。

2011 年,投资 160 余万元的禾木哈纳斯乡卫生院项目已经竣工,乡村医疗卫生服务网

络不断完善,禾木哈纳斯、铁热克提乡卫生机构的医务人员招聘工作得到完善,每人每月发放工资 800 元。新型农村合作医疗制度持续运行,农牧民参合率达到 100%,全年农牧民报销医疗费用 77.6 万元。此外,农村低保和农村养老保险工作进展顺利,实现了动态管理下的“应保尽保”和“分类施保”。两乡卫生院改扩建工程也顺利完成,基层医疗卫生条件得到提升。同年,投资 1097 万元的铁热克提乡给排水项目、投资 50 万元的阿克布拉克抗旱井项目以及投资 73.75 万元的阿克布拉克村艾力克居民点安全饮水工程已全部竣工并交付使用。

在对社区居民的访谈中发现,居民普遍认为自家的卫生条件良好,以其目前的卫生水平足以开设家庭旅馆并提供餐饮服务,“我们自己吃喝没问题,游客也不会生病的,条件都是一样的”。由此可以看出当地居民对自身的健康与卫生状况比较自信,也反映出他们参与旅游发展的积极性比较高。但是当地居民与游客的身体结构与适应性存在差异,游客的身心健康仍然需要重点关注。

6.5 游客安全

游客选择旅游目的地的决策直接依赖于对安全与危险的感知。喀纳斯景区的自然灾害和人为事故都会对其旅游的可持续发展造成威胁,进而影响到游客的安全及其行程的选择。环境的变化会对游客身体健康造成影响,而交通事故、心脏病、食物中毒以及一些突发健康威胁等都会对游客的安全感产生影响。危险的普遍感知将导致某种旅游方式的低迷,也可能会影响与事发地临近的旅游目的地。游客的安全感知来自于他们对于喀纳斯地区风险、国内战争、恐怖主义、冲突的预判,对其自然灾害的反应与承受,以及对景区应对管理、应急方案及其简易度的认知与评判。

6.5.1 游客影响感知

图 6-1 显示了游客在前往喀纳斯旅游前的信息收集行为特征。交通信息与出行安全密切相关,处于信息收集排名的前三位。而游客对治安信息的收集热情不高。而由图 6-3 可得,游客的出行目的主要集中在安全系数较高的观光旅游和休闲度假,而绝大多数游客并未涉及科学考察、野外探险等比较危险的旅行活动。

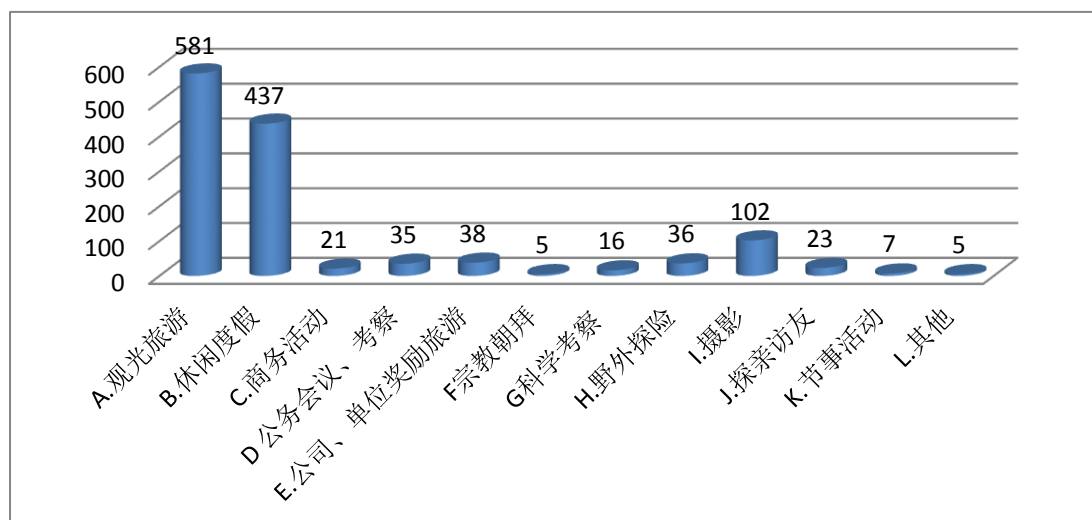


图 6-3 游客出行目的统计图

游客普遍比较关心的是住宿方面信息，而最终选择星级酒店的游客占 53.8%，入住家庭旅馆的游客占 32.4%，还有 13.8% 的游客选择其他住宿设施（图 6-4）。因此，星级酒店一定要加强安全防范，配备较为完备的安全保障设施，为游客提供一个安全的入住环境。

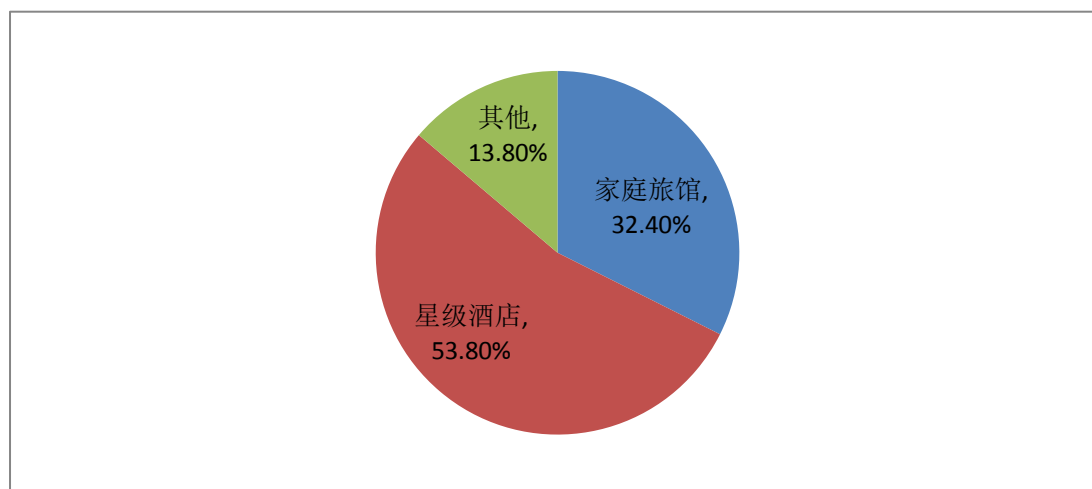


图 6-4 游客的住宿选择统计图

在游后评价中，游客普遍对景区治安状况给予了好评（4.17/5）。据当地旅游局统计，2011 年喀纳斯景区游客的安全设施满意度超过了 75%，而对食宿满意的程度不及 50%。近三年来景区游客上报的事故主要为 147 起交通简易程序事故。而根据最新的喀纳斯景区旅游局投诉受理及处理统计数据，游客的投诉主要集中在以下四个方面：旅游服务质量、意外事故、马队经营以及餐饮价格。漂流时或者在木栈道游玩时容易发生对游客造成伤害的意外事故。

在景区为游客做好安全与健康服务的同时，游客自身也应提高防范意识，以防安全事故的发生。

6.5.2 游客安全保障措施到位

1 监察与执法

近年来，景区联合地区及布尔津县有关部门组建了综合执法队，定期对景区各旅游点、经营场所进行集中排查和整治。除了道路交通安全监管、消防安全监管之外，监察队对导游、违规经营、违规入住游客等各类违法违纪行为和偷逃票行为进行了持续的监察。

2012年6月26日，景区综合执法局与阿勒泰路政海事局、布尔津路政海事局对在喀纳斯湖面营运的船舶进行了一次船舶安全联合大检查，共检查大小船舶18艘，对检查中发现的问题，进行了现场反馈，并下发了书面整改通知书，责令限期整改。检查的重点包括船舶消防设备、救生设备、一般安全设施、应急安全设备等，此外，对船员的操作能力和应急能力也进行了现场考核。

2 培训与教育

为保证游客的安全与健康，景区有意识地加大培训和安全教育工作力度，先后开展马队、家访点、餐饮服务、区间车讲解、区间车安全驾驶等专题培训20余次，累计培训3500余人次。其中，有200余人参加了2011年举行的景区驾驶人员安全知识专题培训班，联合交警部门对观光车队驾驶人员、禾木乡村民集中进行安全宣讲，发放宣传单500余份。

3 设施与设备

根据景区管理部门提供的资料，2008年冬至2009年春，为确保景区道路全线畅通和农牧民群众安全出行，累计投入140余万元，出动铲车、扬雪机、刮路机等大型除雪设备240余台次，并协调布尔津县公路总段及交通厅喀纳斯道路养护中心，对景区道路积雪进行了及时清理。整个冬季旅游共接待游客近6000人次，实现旅游综合收入110万元。

同时，景区进行了“禾木小环线”建设，合理布局禾木村内及哈登平台人、马、车分流的观光线路；实施了贾登峪停车场和下湖口游客换乘中心的智能化工程，提高游客聚集场所的信息化、规范化管理水平，尽量消除安全隐患。此外，相关部门要结合亚行贷款、国家遗

产地保护建设等项目，对景区的水毁路段、隐患桥涵等基础设施进行认真排查和维护，确保农牧民群众和广大游客生命财产安全。目前，在喀纳斯地质公园游道上的危险地带、崖陡路滑处已经设置了防护栏和警示标牌，游览步道定期有人员清理维护。公园内黑湖、千湖景区游牧道危险处设置安全警示牌，部分路段设置围栏。在禾木村公路沿途观光停车场边上还修建了5个观景台安全防护。

2012年投资300万元全面建设的景区公安局110指挥中心平台也已经完工，配备巡逻车辆和巡逻船支，使派出所的装备建设达到现代化、规范化。

4 预警与防控

景区按照《喀纳斯景区精细化管理实施细则》对安全隐患进行预防和整治，在各旅游区成立相应规模的专门的安全应急小组，建立安全事故应急救援预案，及时处理各类治安问题，保护游人生命财产的安全，维护各旅游区的正常秩序。2011年，景区综合执法局等相关部门针对旅游高峰期景区道路、景点、区间车、宾馆饭店超负荷运转、人员配备紧张、安全管理存在隐患等问题进行了相关的防控工作。结合数字喀纳斯公共服务平台项目，景区各重点区域、重点部位的电子监控系统建设逐渐完善，快速反应、出警能力也有所提升。

面对游客投诉较为集中的马队问题，景区在通过培训来提高马队服务人员安全意识之外，还对马队游览线路进行实地勘察和调整，实现人路、马道分离，杜绝随意拉客甩客、欺客宰客；设立公示牌，标明租马需知、价格、线路、安全保障、旅游投诉等有关内容。2011年安全事故起数和死亡人数较往年有大幅双下降，事故指标下降到最低，全年无重大安全事故。

6.6 公共安全：应对措施不断完善

6.6.1 自然灾害

自然灾害具有不确定性、不可避免性、不可减轻性以及严重的危害性。访谈中，喀纳斯当地居民表示自然灾害对道路等基础设施的破坏对于旅游发展和他们参与旅游的发展是十分不利的。近年来，景区发生了一些自然灾害对喀纳斯的旅游可持续发展造成了重大影响。

据新华网等资料，2004年6月，公园内发生了最大的一次火灾。2008年以来，发生森林火警十余起。2007新年伊始，乌鲁木齐发生了1·2”特大火灾。2007年秋季，由于多种

原因，喀纳斯村和禾木村在两天之内连续发生了 3 起重大火情，2008 年 6 月份禾木区域发生了三起重大森林火情，虽然被及时扑灭，但是此类现象的发生对景区具有重要的影响。为了预防和监测森林火情，景区采购了 GPS、对讲机等护林防火物资，新建林业管护站，配备了人员和马匹，同时统筹协调布尔津、哈巴河两个山区林场，以确保国家森林资源和生态环境安全。

2009 年 12 月 21 日至 2010 年 2 月，景区出现持续强降雪、强降温和大风天气过程，遭受了 60 年一遇的暴雪灾害，最低气温达 -43.8°C ，积雪厚度达 210 厘米。1 月-3 月阿勒泰降水在 63.8-147.8 毫米，与历年同期相比异常偏多 300%-620%。持续出现的强降温、降雪、雪崩和大风天气对当地社区和游客的人生安全造成了极大的威胁，农牧业生产和群众生活受到严重影响。压塌和损坏房屋众多，受灾牲畜和受损/倒塌的牲畜棚、压塌的蔬菜大棚分别有数百个，农村公路受阻，经济损失达 5109 万元。严峻的灾情虽得到阶段性控制，但持续的降雪降温，及其引发的融雪性洪灾、雪崩等次生灾害的危险仍然严重威胁着农牧业生产和农牧民生命财产安全。

此外，冰雹天气，洪灾也是需要防范的自然灾害。2010 年开春以来，各地区县（市）不同程度出现洪灾，部分农田水利设施受到损坏，给农民及农业生产带来不利影响。持续大风的灾害天气也对农业生产造成了损失，对居民造成了很大的负面影响。

6.6.2 人为事故

人为事故在直接对游客的健康和安全造成损失之外，还可能引起其他潜在游客的焦虑感，直接或间接地影响到喀纳斯景区的可持续旅游发展。

2009 年“7·5”事件的发生对景区的可持续发展造成了冲击。之后，景区加强了安全防范工作和边境管控力度。聘用 247 名护边员与武警战士一起进行边境巡逻。在出入景区的重要通道设立了 4 个检查站，对进入景区的 990 多名流动人口全部建档立卡，到网上通缉逃犯 4 人，并全部抓捕归案。此外，景区还开展了民族团结宣传教育活动，派出宣讲组深入基层一线，面对面开展宣讲工作，累计开展宣讲 21 场次，覆盖面达 90%以上。

《布尔津县 2011 统计年鉴》中记载了 2010 年 9 月 16 日，喀纳斯景区禾木岔路口（禾木路段 48 千米+878 米）处发生的一起特大交通事故。事故中 11 人死亡，6 人重伤。当日

14 时许，交警大队赶赴现场，景区管委会、消防、边防及时组织 100 多名人员、30 多辆车赶赴现场参与紧急救援、开展各项应急处置工作。事后调查显示，发生事故的大型客车安全性能不符合技术标准，同时，车主虽知司机的驾驶技术有限，仍交付其驾驶是事故发生的两个主要原因。

6.6.3 安全措施

1 灾害应对

公园内护林防火工作十分严峻。目前已制定了《哈纳斯国家级自然保护区森林防火预案》，成立了专门的工作小组，能有序地向受灾地区运送资金、饲料草料等物资，派出医务人员和兽医进行抗灾救灾工作。

2011 年，加强护林防火基础建设，成立 31 人的自治区级半专业扑火队伍，配备了灭火专业机具、通讯设备以及后勤装备等，并开展了灭火演练，成功扑救“9•6”喀纳斯四道湾森林火灾。投入 600 余万元，顺利完成“9•13”、“9•20”、“9•22”禾木苏木河林区森林火灾后勤保障工作。2011 年 5 月中旬以来，景区多次开展了清山清边活动。

2012 年，景区继续健全森林防火体系，维护森林生态安全。景区与禾木哈纳斯蒙古民族乡、铁热克提乡、哈巴河林场、布尔津林场以及各旅游经营单位层层签订护林防火目标责任书；健全完善《哈纳斯国家级自然保护区森林防火预案》，并通过电视电话会议组织抗灾救灾活动。

据布尔津国土资源局提供资料，喀纳斯国家地质公园内，分布着地质灾害低易发区（约占 30%）与地质灾害高易发区（约占 70%）。高中山区所在是地质灾害低易发区，主要分布于喀纳斯湖景区；在低中山区所在是地质灾害高易发区，主要分布于除喀纳斯湖景区外的其它景区。

2 预防监督

结合《关于加强社会治安综合治理基层基础工作的实施意见》、《阿勒泰地区乡镇（街道）综合信访维稳中心规范化建设考核标准》，持续推进社会治安综合治理、平安建设和社会治安防控体系建设。社会整体预警防范能力也有所提高。突发事件应急处置机制得到建立完善，经常性地开展队伍拉练和实战演练，提高现场控制和处置能力。积极推行重大事项社会稳定

风险评估机制，把社会稳定风险评估作为重大项目立项、重要政策出台的前置条件，预防和减少社会矛盾。为保障居民、游客以及员工的生命财产安全，各级各类应急预案已在逐渐实施。其中，道路安全隐患的排查治理以及道路安全巡查（严查超载、超速、疲劳驾驶以及非法营运的机动车）十分重要，景区公安局利用景区内主干道及交通路口的4至6套电子警察系统维护旅游旺季的公共安全。此外，村调解网络和矛盾排查机制（司法、信访合并办公）的建立也对安全隐患的预防和消除起到了一定的作用。近两年来，景区建立了基层情报信息网络，实现情报信息全覆盖，增强情报信息互通共享。

3 边境管理

公安局数据表明，目前景区的边防安全工作所配备的人员数量及成分为：26名公安干警，83名边防干部，39名协警，以及80名战士。近两年，边境重点区域、重点部位实行了24小时值班制，开展了5次大规模排查，在中哈边境2至4号界碑之间设置执勤点一处，与驻地边防部队进行联合巡逻。此外，景区还认真组织广大牧民群众积极参与“管边控边建边”活动，防止人员、牲畜越界等涉外事件发生。

6.7 本章小结

综上所述，目前喀纳斯景区内的游客、居民和企业从业人员并未发生重大的食品、食物中毒及投诉事件，食品安全工作以及预防措施进行的比较顺利。游客对景区内环境卫生的满意度较高，居民对此区的环境质量评价也处于中上等水平。但随着旅游的发展，配套的环保设施已经有所不足，还应进一步完善。游客出行前对天气信息的关注度较高，气候突变对游客、居民及企业员工的健康状况影响并不显著。整个区域的医疗机构及卫生服务不断发展，尚未爆发过大型传染性疾病、或其他威胁到居民和游客生命财产安全的病症。大部分游客参与旅游活动性质较为温和，游客对治安信息的收集热情不高。游客普遍对景区治安状况给予了好评，但是对意外事故的投诉比较集中。景区内的自然灾害主要为火灾、洪灾、雪灾、冰雹以及大风天气，预警机制以及应急方案不断强化；人为安全隐患主要反映在民族暴力犯罪事件以及景区内交通事故的发生，而维持政治稳定和预防交通事故的发生一直以来都是景区的重点工作。

7 旅游资源与环境保护

7.1 旅游资源与环境保护监测指标

自然资源作为喀纳斯旅游区的首要吸引力，其保护显得尤为重要。本次监测主要走访了喀纳斯保护区管理局下设的旅游局、林业局、环境建设交通局、环保科、污水处理站，收集了大量客观的二手数据，作为主要的资料来源；结合 WTO 指标方法、大喀纳斯旅游区总体规划以及旅游区旅游发展实际情况制定了旅游资源与环境保护监测的基本指标，具体如表 7-1 所示，后续监测会根据当期的实际情况与调查结果对问题和指标进行适当的增减，重点对二手数据进行分析。

表 7-1 旅游资源与环境保护监测指标

内容	问题组成	基本指标
自然资源 管理	管理机构设置	管理机构及人员配置
		相关保护、科研监测、科研宣教、配套工程设施现状
	自然保护与森林资源管理	国家重点物种数量
		濒危物种种类；数量
		自然保护区面积
		生态资源保护方面的项目名称、任务、进度
		新增保护措施
	视觉景观保护	违规建筑拆迁的数量、执行情况
		保护区内的建设面积、集中度
		用于视觉控制（恢复、保护和维持）的资金和比例
		新增政策与保护措施
环境质量	水环境	地表水水质达标情况
		饮用水水质达标情况
	污水处理	生活污水处理每年总量
		污水厂扩建情况
	固体废弃物处理	固体废弃物年产总量

		处理废弃物的方式
		循环再用的废弃物总量所占比例
	植被覆盖	植被覆盖率及水土流失状况
	大气环境	空气质量达标情况
	土壤环境	土壤质量达标情况
	声学环境	生活和交通噪声达标情况

7.2 资源环境概况

7.2.1 地理位置

喀纳斯景区位于新疆维吾尔自治区阿勒泰地区北部，阿尔泰山脉中段南坡，南部以北纬48° 13′ 为界，北面越阿尔泰山脉山脊线与哈萨克斯坦共和国、俄罗斯共和国接壤，东邻蒙古人民共和国，总面积约一万零三十平方公里。该区地跨布尔津和哈巴河两县，包括禾木村、喀纳斯村和白哈巴村的部分行政范围以及喀纳斯国家级自然保护区的全部范围。现在开展旅游活动的区域主要有喀纳斯湖二道湾以南的部分、喀纳斯河河谷、禾木村、白哈巴村、那仁草原等地区。

7.2.2 生态地位

喀纳斯景区地处我国西伯利亚冷湿气流的入境前锋。区内有国内保存最完好的原始泰加森林类型、灌丛和草甸草原，自然生态系统完善，生态功能强大，在改善区域气候与生态环境、维持生态平衡、保障新疆乃至国家生态安全方面具有十分重要的生态地位。

同时，喀纳斯也是我国现代冰川的重要分布中心之一，区内冰川雪山面积占到阿尔泰山冰川雪山面积的 70% 以上。冰川地貌景观类型多样，角峰、刃脊、冰斗、羊背石冰川湖等地貌景观齐全，是我国典型的冰川景观博物馆。由于冰雪融水丰富，区内湖泊、河流发育，水资源十分丰富。对下游布尔津河和外流河——额尔齐斯河水量起到重要调节作用，对北疆广大流域区人民群众和工农业生产起到重要保障作用。

区内野生动植物资源丰富，有众多国家一、二类珍稀濒危保护动植物种类和稀有珍贵的

西伯利亚红松原始林，生物多样性丰富，在我国自然保护中具有举足轻重的地位。

7.2.3 景观资源

喀纳斯景区森林植被茂密，环境优美，景观资源丰富，包括了生物景观、水域景观、地质地貌景观、天象景观、文化历史景观等众多景观类型，景观品位高。目前已发现和开发景观景点 52 处，其中水域景观 18 处、生物景观 8 处，地文景观 11 处、胜迹 6 处、民俗 6 处、其它 3 处。著名景观景点主要有喀纳斯湖、白湖、鸭泽湖、神仙湾、月亮湾、双湖、骆驼峰、友谊峰、图瓦族村落等。其中，图瓦族村落作为独特的人文景观，构成了喀纳斯旅游区独具魅力的民族风情。图瓦亦称“土瓦”或“德瓦”，在世界的人口总量仅为 20 万人左右，仅有少数人口分布在我国新疆地区。图瓦人保存着自己独特的生活习惯和语言，较完整地保留着古老的部落氏族观念和宗教信仰，每年举行祭天、祭湖、祭山、祭鱼、祭火等宗教活动。

7.3 旅游资源与环境保护现状

7.3.1 管理机构与人员

1980 年，经新疆维吾尔自治区人民政府批准成立喀纳斯自然保护区。1986 年，喀纳斯自然保护区晋升为喀纳斯国家级自然保护区。2003 年，为了协调自然保护与旅游开发的关系，阿勒泰地区在原保护区管理机构基础上成立了喀纳斯景区管理委员会，并赋予充分的行政职能，很好地协调了自然保护与旅游开发的关系。目前，喀纳斯景区旅游管理委员会设办公室、计划财务科、规划建设项目科、林政科、宣传培训科、旅游服务质量监督科、资源保护整治科 7 个科室，下设门票站、环境卫生大队、旅游服务中心、生态环境研究中心等 4 个科级自收自支单位。哈纳斯保护区管理局下设党政办公室、政治部、监督与审计局、公安局、计划财政局、旅游局、农牧水局、林业局、环境建设交通局、社会事业管理局、综合执法管理局等部门。

其中，森林资源与自然保护由林业局具体负责，设有资源林政科、森林防火科、保护科、天然林保护办公室等职能部门，至 2010 年 7 月，共设有林业派出所 1 个、检查站 2 个，已建保护管理中心站 1 个、保护管理分站 10 个。

7.3.2 基础设施现状：配套效果显著

自从在喀纳斯旅游区设立自然保护区以来，截至 2010 年，先后完成了保护区一期”、二期”、三期”工程建设和 2004 年保护区能力建设。共投入建设资金 2508.2 万元，其中国家投资 1732.0 万元，地方配套 776.2 万元。保护区局站址建设、保护工程、科研监测、宣传教育及基础设施设备等基本完善，保护管理体系和科研监测体系初步形成，保护管理能力与科研监测水平有了显著提高。在自然资源与生态保护、森林防火、有害生物防治等方面做出了显著成绩。

1 保护工程

至 2010 年，区内共有中心站 1 个，保护站 10 个，并设有区界牌 502 个，保护区大门 1 个。防火林带 22.85 km，防火线 50 km，防火物质储备库 70 m²，森林防火指挥车 1 辆，油锯 8 台，摄像机 1 台，适马镜头 1 个，灭火装备 30 套，灭火器 12 个，对讲机 16 台，短波电台 3 套，卫星电话 2 个，无线电话 7 个。森林监测系统 3 套，瞭望塔 1 座，配套望远镜 2 架、发电机 4 台。保护站卫星接收设备 10 个，电视机 10 台，保护站小型发电机 14 台。检查站有卫星接收设备 1 个，电视 2 台。巡护队伍配备马匹 17 匹，巡护马匹用具 17 套，巡护艇 1 艘，马爬犁 2 个，GPS4 个，森林公安车 1 辆，森林病虫害监测设备 1 套。

2 科研监测工程

至 2010 年，共设有生态定位监测站 1 处，自动气象站 1 处，气象梯度观测塔 1 座，水文监测站 1 处，水质监测站 1 处，野外考察相机 1 台。

3 科研宣教工程

至 2010 年，共建有博物馆 895 m²，宣传中心 112 m²。野外考察相机 1 台。宣教中心配有台式电脑 1 台、笔记本电脑 1 台、移动硬盘 1 个、音响设备 1 套。

4 配套工程

至 2010 年，共建有局址生产办公用房 2152 m²，生活用房 1652.8 m²，辅助用房 284 m²；修建马道 324 km、巡护桥梁 3 座、林区道路 29 km。与外连接道路 196km；辅助设施围墙 771 m，水泥地坪 514 m²。

7.3.3 自然保护与森林资源管理严格

喀纳斯景区内喀纳斯自然保护区,位于新疆维吾尔自治区布尔津县境内北部,西部与哈巴河县毗连,西北部与哈萨克斯坦国,北部与俄罗斯、东部与蒙古人民共和国接壤,1980年划为保护区,面积5588平方公里,其中绝对保护区1885平方公里。

复杂的自然地理环境特征孕育了丰富的动植物资源,是我国唯一的欧洲—西伯利亚生物区系的代表,具有重要的保护价值和科研价值。目前整个喀纳斯自然保护区核心区域的环境仍旧保持着原始状态,这种原始状态为野生动植物的栖息和成长提供了良好的场所。其优势树种为西伯利亚勒特有种,是我国唯一的泰加林景观。据统计,目前保护区内共有植物83科298属798种。其中双子叶植物64科234属624种,单子叶植物9科48属127种。木本植物23属66种,草本植物273属732种。森林主要构成:新疆落叶松、新疆云杉、新疆冷杉、新疆五针松、疣枝桦和欧洲山杨等树种。

同时,区内有兽类39种,两栖爬行类4种,鸟类117种。其中,珍稀野生动物种类较多,属国家一类保护动物的有雪豹、黑颈鹤、貂熊、紫貂、北山羊等5种;二类保护的有雪兔、棕熊、水獭、猓狍、兔狍、马鹿、原麝、黑琴鸡、花尾榛鸡等22种。阿勒泰林蛙、蝾螈、胎生蜥蜴、岩雷鸟、松鸡等在国内为本区所特有。

辖区内的喀纳斯湖属北冰洋水系的外洋高山湖泊,水面宽广,水产资源丰富,主要鱼类有哲罗鲑、细鳞鲑、江鳕、阿勒泰鲟、北极鲑和西伯利亚斜齿鲑等,均为北方山麓复合体和北极淡水复合体冷水性淡水鱼类,其中大部分在国内为本区所特有。

为保护自然保护区的自然生态和森林资源,管理机构加强了森林防火力度,严厉打击乱砍滥伐、乱采滥挖、乱捕乱猎的违法行为,积极开展森林病虫害的监测与防治,对河流湖泊水质进行定期监测;加强了宣传教育工作,积极向游客和社区居民经常性地向国家《森林法》、《野生动植物保护条例》、《环境保护法》、《草原法》等法律法规,同地方相关部门和社区居民群众联合联防,开展宣传教育活动,努力提高游客及社区居民群众的自然保护意识。

喀纳斯景区管理委员会先后制定了《喀纳斯自然保护区旅游管理办法》、《喀纳斯风景区环境卫生管理暂行办法》等一系列规章制度,在积极争取国家专项保护投资的同时,自筹数千万元,先后用于植被恢复、环卫设施、宣传设施和野生动物抢救等工作。在争取国家林业局一、二、三期保护区建设投资的同时,积极实施了国家天然林保护工程、湿地保护与恢复

工程等林业重点工程，使喀纳斯的自然资源与生态环境得到十分完好的保护，保证了其可持续发展。

7.3.4 视觉景观控制严格

喀纳斯景区的草原风光尤其需要注重的是景观敏感性的控制，合理控制视觉阈域，将旅游开发影响降低到可以接受的范围内。开辟新的牧道，减少牲畜对景观和草场的破坏。为保持景观视廊通畅、视域开阔，显露自然景色；管委会严格按照大喀纳斯旅游区总体规划（2006—2020），将新建设施建设在视觉环境影响小的地点；在高质量景观区域，禁止商业宣传，架设大幅面广告牌；陡坡禁止开发；避免某些材料、色彩和与周围不相协调的设施建设等；根据地方性，改变设施材料、色彩及样式；在设施周围建设绿化带；迁移、拆除或更替影响严重的设施。其中，2008年，景区累计完成拆迁面积7326平方米；2009年，完成拆迁面积11600平方米；2011年，完成拆迁面积7000平方米。在完成拆迁工作的同时，还对暂时保留的建筑进行了外观降色处理，有效的改善了景区的整体视觉环境。

7.3.5 环境监测状况：环境保护良好

1 水环境质量

喀纳斯景区内的主要河流喀纳斯河发源于友谊峰下的喀纳斯冰川，从东北向西南流经全区，沿途又有布的乌哈纳斯、阿克土尔滚阿仁等支流汇入。喀纳斯河上游山体多为灰质岩组成，由于冰川、溪水的侵蚀和冲刷作用，致使灰质岩溶解物和泥沙进入河道，导致喀纳斯上游溪流呈现乳白色，对喀纳斯湖的水质和湖底淤积造成一定影响。经过喀纳斯湖的沉淀过滤作用，其下游水质清澈透明，含砂量为6.5g/m³，矿化度低；PH值6.58—7.02，属中性极软水。

喀纳斯景区的水体环境除上游因地质条件收到局部影响外，总体保持在一个相对较优的状态，区内水资源丰富，水分条件优越，矿化度低，水质优良，地表水和地下水符合GB3838-88及GB/T4848-93的Ⅰ类标准。它不仅为西伯利亚泰加林的南延及生长发育提供了优越的水湿条件，而且也是布尔津及额尔齐斯河流域各县工、农、牧业生产和人民生活的主要水源。截至2011年，景区先后投入100余万元对景区水源地设施升级，加强水源地保护标准化建设，

按照《自治区城市集中饮用水水源保护区规划》要求,设立了水源保护区护栏、界桩、警示牌等,保证了景区饮用水源安全。

2 污水处理

至 2009 年,基本形成覆盖景区各节点游客集中区域的供排水系统,能够为游客提供安全卫生的应用水。仅贾登峪区域,2009 年完成供水 30000 方,处理污水 40000 方,海流滩垃圾集中填埋场回填处理垃圾 3500 余吨。据统计,2010 年景区内拥有污水处理站 5 处,其中喀纳斯村 2 处、贾登峪 1 处、禾木 1 处。2011 年的重点民生工程——贾登峪污水处理厂改造升级项目已完工投入使用。目前,污水厂日处理污水量达 2000 立方,污水处理达到一级标准,在一定程度上对贾登峪区域的接待能力及旅游小镇的建设起到积极的推动作用。

3 固体废弃物处理

至 2010 年,主要采用填埋式处理各类固体废弃物,贾登峪、喀纳斯湖区部分宾馆的环卫设施已经初步完善,对废弃物品和垃圾可以进行集中收集和处理;沿线也已经配备了一定数量的垃圾箱、垃圾转运站、公厕等环卫设施。为加强环境卫生管理,景区在 2011 年购置并安装环保果皮箱 100 个,增加喀纳斯、贾登峪、白哈巴、铁热克提及禾木区域保洁员人数,实行景区道路沿途及各景点有专人负责保洁工作。共投入 3 辆皮卡及 1 辆轻卡对垃圾进行及时清理,2011 全年垃圾清运量 4200 余吨,垃圾收集清运率达到 98%以上。同年,对景区内 117 家经营企业(户)进行了逐一登记并与其签订了卫生责任状,划分了卫生三包”责任区,并对在景区经营的企业和建筑施工单位随意排放生活污水及生活垃圾的违法行为进行罚款,对驻景区的排污单位征收排污费。但目前的环卫设施数量尚难满足游客的需求,白哈巴村和那仁等景区内主要节点还没有建设相应的环卫设施。

4 植被覆盖

喀纳斯自然保护区现有森林全部为天然原生、自然演替形成,群落结构稳定,生态系统完善,生态服务功能强大,森林景观优美,主要分布在喀纳斯湖、白湖周围和哈纳斯河及其主要支流两侧,呈“树型”分布格局。林地保护等级均在Ⅱ级以上,其中核心区、缓冲区Ⅰ级保护林地面积占到 63%以上。根据最近两期森林资源二类调查成果对比,从 1992 年到 2008 年,保护区林地面积明显增加,森林面积大幅增长。16 年间森林面积增加了 54.8%,森林覆盖率提高了 9.2%。至 2010 年,保护区有乔木林 38674.99hm²、疏林 2471.72hm²、灌木林

18861.27hm²，森林覆盖率达到 26.23%，是新疆自治区森林覆盖率（4.02%）的 6.5 倍，也高于全国平均水平的 20.36%（表 7-2），是自治区内森林资源最丰富的地区之一。

表 7-2 各功能区林地面积及森林覆盖率一览表

统计单位		土地总面积	森林覆盖率%	林木绿化率%
保护区		219346.72 hm ²	26.23	26.23
功能区	核心区	70520.00 hm ²	24.69	24.69
	缓冲区	82342.00 hm ²	22.92	22.92
	实验区	66484.72 hm ²	31.96	31.96

资料来源：《新疆哈纳斯国家级自然保护区森林资源规划设计调查报告（2010）》

5 大气环境

喀纳斯景区大部分区域仍保持着较为原始的状态，居民相对稀少，绝大多数地域为无人区，空气清新，阴离子浓度高，粉尘、降尘量低，没有空气污染源，符合国家 GB3095-1996 大气环境 I 级标准。

6 土壤环境

喀纳斯景区由于地形复杂，垂直高度相差悬殊，不同地形、不同高度的气候条件各异，从而发育了各种不同的土壤类型，共有 8 个主类 12 个亚类，分布具有明显的垂直地带性。因人为活动稀少，没有工矿污染企业，土壤环境没有受到污染和破坏。

7 声学环境

喀纳斯景区远离城市和人口聚居区，自然环境静谧，噪声主要来源于宾馆、饭店、商店、文化娱乐设施、居民生活和车辆运行所产生，分为生活噪声和交通噪声。除喀纳斯湖湖口区域受旅游带来的局部影响外，基本没有其它噪声源，符合国家 GB12348-90 噪声 I 级标准。

7.3.6 环境保护项目不断推进

为了协调自然保护与旅游开发的关系，减小旅游开发对自然保护的影响，景区引进了众多生态保护项目，并获得良好成效，具体如表 7-3：

表 7-3 生态保护重点项目表

项目	概况	完成进度
亚行贷款新疆基础设施和环境改善项目喀纳斯子项目	喀纳斯景区 2008 年—2013 年重点生态建设保护项目，涉及环保与生态改善的项目有哈流滩垃圾收集转运系统和填埋场、贾登峪至喀纳斯沿途植被恢复工程、垃圾处理与环卫设备、环境监测设备采购等六个单项工程	已完成贾登峪—喀纳斯、喀纳斯—白哈巴道路沿线及喀纳斯村—东西列克管护站等植被恢复项目，植被恢复面积达 2 万多平方米
喀纳斯国家遗产地保护设施建设项目	分为生态保护工程和生态恢复工程	完成喀纳斯老村大街两侧植被恢复、喀纳斯至白哈巴沿途植被恢复，植被恢复总面积达 323.5 公顷
水源地升级改造	对景区水源地设施升级，加强水源地保护标准化建设	设立了水源保护区护栏、界桩、警示牌等，从而保证景区饮用水源安全
贾登峪污水处理厂改造升级项目	重点民生工程	2011 年已完工投入使用，污水厂日处理污水量达 2000 立方，污水处理达到一级标准
贾登峪广汇能源加气站项目建设	发展景区清洁能源事业，积极推进气化阿勒泰”建设	贾登峪广汇能源加气站现已投入试运行，景区喀纳斯旅游公司引进燃气观光旅游车 25 辆，现已全面投入使用
违规建筑拆除项目	各类与大规划不符的建筑设施的拆迁工作	2008 年，累计完成拆迁面积 7326 平方米；2009 年，完成拆迁面积 11600 平方米；2011 年，完成拆迁面积 7000 平方米

7.4 本章小结

目前,各调查数据显示,喀纳斯景区内环境质量良好,大气、土壤、水质均未受到污染,符合国家一级标准,各类违规建筑也逐步进行拆除,生态环境得到较好的保护。

根据对游客和社区居民的问卷调查,发现两个主体对于喀纳斯旅游区的空气、噪音、水质和整体环境清洁(固体废弃物)的评价,总体都处于中上等水平。居民对环境卫生的改善和环境保护的加强认可度较高,游客对景区的自然环境也表示较高的认同。同时,居民对于环境消极影响,如资源消耗,空气、噪声、水体、固体废弃物等污染,也具有一定的认可度;游客也表示旅游已经对喀纳斯的自然环境造成一定负面影响。

因此,随着喀纳斯作为旅游目的地的地位不断上升,需要接待的游客数量也会日益增长,旅游发展给其带来的环境影响毋庸置疑,需要及时对相关的环卫配套设施进行完善以满足不断增加的游客需求,及早对各类环境破坏行为进行控制,保证生态环境的可持续发展。

从以上观测分析可以发现,影响旅游区环境的主要因素有:区内居民及游人的生活垃圾和生活污水对环境的污染;工程建设对自然植被及其生境的局部破坏,土建工程的土石方开挖,施工废弃物及建筑材料废弃造成环境污染;区内及周边群众以木材为燃料对保护区自然资源的破坏等等。为了较好地解决这些影响环境的主要因素,建议采取如下措施:严格审批制度,禁止开展污染空气、水源、土壤、开山采石、挖掘、毁林等一切以破坏保护区自然生态环境为代价的生产经营活动。注重生态建设,注重种树植草、恢复植被,防止水土流失。同时严格控制环境容量,重视“三污”处理,并建立环境影响监测制度。此外,注重并加强对居民和游客的资源环境保护教育。

8 总结

回归到最初监测的缘起，监测最主要的目的便是为了旅游的可持续发展，事实上，我们对可持续发展的理解亦需要达到一定的共识。从逻辑上看，可持续发展是存在一定的内在矛盾的，其矛盾主要在于“可持续”要求物质上的维持与延续，而“发展”则指新事物取代旧事物的一个过程。在“可持续”与“发展”的选择上，因为整个社会环境对“发展”的需要远远高于对“可持续”的需要，往往把发展作为第一位，作为首要的问题来对待。因此，“可持续”的诉求常常被忽略。但诸多历史的经验告诫我们，在缺乏“可持续”的限定下，盲目的、不负责任的、无节制的“发展”则必然会产生灾难性的后果。所以，我们所追求的“可持续发展”应该区别与传统中的“持续发展”或者“不断发展”，而是一种有限制的发展，既限制又发展，既发展又限制的状态。

此外，我们也要区分“发展”与“增长”的区别，不能将“发展”片面的理解为增长，特别是经济的增长。增长应是属于发展的一部分，是发展的基础，却不能等同于发展本身。发展绝不是仅限于经济的增长，而是指社会的进步、人们的自由全面的发展，包括制度、精神、生态的发展，人的素质的提升。正如有的学者指出：“增长不等于发展，两者的区别，正如人一样，增长着眼于身高和体重，发展则着眼于机能、素质的提高。”由此可见，增长趋向于数量的增加，而发展则是数量和质量的统一，增长仅仅体现出了对经济增长的需求，而发展不但体现出了对经济增长的要求，同时也包含了广泛的社会意义和价值取向。

所以来看，我们所期望的可持续旅游发展应该包含以下几点：1. 将“最优化利用环境资源”作为旅游发展的核心，维系基本的生态过程并保护自然遗产和生物多样性。2. 尊重当地社区社会文化原真性，保护他们所构建的物质和非物质文化遗产及其传统价值，并促进文化间的理解与宽容。3. 确定长期、可行的经济运作模式，保障社会经济利益在所有利益相关者中公平分配，包括提供稳定的就业和赚取收入的机会，为当地社区提供社会服务，并帮助扶贫。

从此次喀纳斯旅游发展监测的情况来看，在旅游资源保护、旅游安全控制以及旅游目的地规划控制方面整体情况较好，主要的问题存在于社区居民满意度，旅游产品服务以及整体旅游产品体系方面。社区居民满意度方面，问题主要为政府津贴的分配，社区参与与政府限制的矛盾，社区就业等；旅游产品服务的问题主要集中与游客对景区内住宿、餐饮及交通价格与服务质量的评价低；旅游产品体系的问题主要在于当前喀纳斯旅游季节性明显，旅游发展波动性较

强。此外，值得注意的是旅游资源保护，虽然目前游客对景区内环境的评价普遍较高，但随着游客数量的增多，来自游客与社区的环境影响势必增大，对环境的保护工作将日益艰巨。

总的来看，此次监测在世界旅游组织可持续发展监测指标体系的指导下，已经较为全面针对喀纳斯旅游发展的各个方面进行了详细而深入的阐述，希望能对喀纳斯管理委员会及其他相关部门有所启发。愿喀纳斯的旅游明天更美好。

9 附录

附录 A 各社区关键人物访谈提纲

表 9-1 各社区关键人物访谈提纲

类 别	调研项目	说 明
基本情况	驻地、面积范围、行政村区划	访谈关键人物 以村为单位
	户数、人口数及构成（年龄、性别、学历、家庭人口数组成等，与本地、外地人口比例）	
	村、镇主要产业及市场收益、土地	访谈关键人物
居民从业状况及与旅游相关性	居民谋生方式变化，从事旅游业的人口比例	访谈关键人物、 村民调研
	在旅游业中的岗位及工资待遇	
	本社区为喀纳斯旅游发展做出的贡献，获得的收益	
	他们农产品产出中有多少是供给本地市场，多少销往外地	
社区建设	该镇及其所辖村近几年的发展历程	访谈关键人物、 走访典型片区， 村民调研
	社区能够使用的社会服务设施数量（由于旅游而新增社会服务设施所占的比例）	
	是否有社区发展专项基金？基金来源及使用情况	
	了解本镇开发的景点或村镇自办企业、成功企业案例	
	旧城改造、旧房拆迁、农民土地收购及建房住房问题	

类 别	调研项目	说 明
	文化变迁（服饰）、社区生活方式、价值观和风俗	
	排污、垃圾处理，空气、噪声监测、饮用水及相关环境问题	
社区关系	邻里关系	访谈关键人物， 村民调研
	社区是否出现过度商业化问题（旅游影响？）	
	贫富差距	
	人口流动状况	
居民态度与 发展认知（总 体）	居民生活与喀纳斯旅游发展、本地旅游发展的关系	问卷为主、 访谈为辅
	对本地旅游发展的满意度	
	对当地旅游发展现状、趋势、利益分配问题的态度	
	当地居民投诉状况	
其他补充问 题	参与社区传统工艺创作、技能、风俗活动的居民所占的比例； 受保护的当地建筑占全部建筑数量的比例。 游客数量和居民数量的比例（游客量均值和峰值）： 每天、每周的游客量等；每平方千米的游客量 免费向公众开放的景点所占的比例 当地居民使用重要区域的频率。	访谈为主

附录 B 社区居民调查问卷

社区居民调查问卷

(1) 基础情况:

性别_____ 年龄_____ 文化程度_____ 职业_____ 是否与旅游相关_____

本地居住时间_____ 若为外地 来自_____省_____市/区 您每月的收入_____

家庭总人口_____,教育水平_____ 有_____人在外打工,有_____人从事与旅游相关的工作。

对本地生活的哪些方面感到满意? _____ 现在生活遇到的最大困难是什么? _____

(2) 经济生产(从中了解旅游收入所占比例):

房子情况: 数量、建造时间、具体位置、是否出租或自己经营、年收入?

马匹: 数量、是否租马、年收入?

奶制品: 是否自己做(没有的话是否吃? 怎么获得?) 年产多少奶疙瘩, 奶酒? 是否有卖?
卖给谁? 怎样卖? 卖多少? 从中收入多少?

手工制作或其他经济活动情况: 参与方式、收入情况?

牲畜: 牛、马、羊各多少? 每年卖多少? 收入多少?

打草: 是否参与? 是否找人帮忙? 是否买草? 是否帮人打草? 收入和支出情况怎样?

政府补贴: 每年额度, 补贴原因, 是否认可补贴, 应该如何补贴?

其他经济收入: 是什么? 有多少?

(3) 旅游参与:

是否有参与旅游方面的就业培训? 频率及支出?

希望以什么样的方式参与旅游?

目前参与旅游主要优势和劣势?

是否觉得自己参与旅游能力有了提高? 在哪些方面? 觉得个人还需要在哪方面继续提高旅游参与能力?

(4) 居民对旅游影响的感知和满意度

请根据您对喀纳斯旅游发展影响的认知度和满意度，在您认为合适的选项上划“√”。

经济影响	非常不同意	不同意	没影响	同意	非常同意
旅游促进了本地的经济发展	1	2	3	4	5
这里就业机会较多	1	2	3	4	5
旅游使本地物价上涨	1	2	3	4	5
旅游发展使本地居民的贫富差距扩大	1	2	3	4	5
社会影响	非常不同意	不同意	没影响	同意	非常同意
改善了道路、水电等设施	1	2	3	4	5
提高了医疗条件	1	2	3	4	5
提高了教育水平	1	2	3	4	5
旅游发展使老房子拆迁，新房子增加	1	2	3	4	5
旅游使交通拥挤	1	2	3	4	5
文化影响	非常不同意	不同意	没影响	同意	非常同意
旅游促进本地和外地的文化交流	1	2	3	4	5
旅游使民俗和传统文化被破坏和淡忘	1	2	3	4	5
增加了节庆活动，丰富了我们的生活	1	2	3	4	5
导致犯罪率上升	1	2	3	4	5

让当地人无法使用旅游者使用区域	1	2	3	4	5
环境影响	非常不同意	不同意	没影响	同意	非常同意
村里的环境卫生条件明显改善	1	2	3	4	5
促进了环境教育和动植物保护					
消耗了当地居民所需资源（如鱼、水）	1	2	3	4	5
增加了空气勿扰	1	2	3	4	5
增加了噪声污染	1	2	3	4	5
增加了水污染	1	2	3	4	5
垃圾增多	1	2	3	4	5
居民态度	非常不同意	不同意	没影响	同意	非常同意
希望今后所在社区或地区的旅游业规模继续增加	1	2	3	4	5
我愿意从事与旅游相关的工作	1	2	3	4	5
我愿意主动为景区的发展提出建议	1	2	3	4	5
喀纳斯旅游为本地发展做了很大贡献	1	2	3	4	5
景区做决策时会听取我们的意见	1	2	3	4	5
我愿意积极参与推广和宣传	1	2	3	4	5
居民满意度	非常不满意	不满意	中立	满意	非常满意
喀纳斯旅游发展是否满意	1	2	3	4	5

附录 C 游客满意度调查问卷

大喀纳斯旅游区可持续发展调查问卷

尊敬的女士/先生：

您好！我们是联合国世界旅游组织（UNWTO）旅游可持续发展喀纳斯监测项目组的调查员，对喀纳斯旅游发展相关问题进行调查。大喀纳斯旅游区主要包括喀纳斯湖、禾木村、白哈巴村、贾登峪、铁克列提，本调查成果仅用于学术研究，不会用于任何商业用途，所有问题均为匿名回答，请您根据自己的实际情况放心填写。非常感谢您的配合与支持！

中山大学旅游发展与规划研究中心

～ 感谢您的支持！ ～

1. 请问您此次的旅行方式是：

A. 自助游 B. 个人参团旅游 C. 朋友或家人参团旅游 D. 单位组织 E. 会议考察 F. 其它__

2. 请问您从何处获得关于喀纳斯旅游的相关信息（可多选）

A. 报刊 B. 网络 C. 电视 D. 旅行社 E. 旅游书籍介绍 F. 亲朋好友推荐 G. 其它_____

3. 请问您在喀纳斯最希望获取到的信息有哪些（可多选）

A. 交通 B. 住宿 C. 餐饮 D. 景区介绍 E. 费用 F. 天气 G. 文化 H. 治安 I. 卫生 J. 其他_____

4. 您此次出游的主要目的是（可多选，不超过三个）：

A. 观光旅游 B. 休闲度假 C. 商务活动 D. 公务会议、考察 E. 公司、单位奖励旅游
F. 宗教朝拜 G. 科学考察 H. 野外探险 I. 摄影 J. 探亲访友 K. 节事活动 L. 其他_____

5. 喀纳斯吸引您的主要因素有(可多选, 不超过三个):

A. 自然风光 B. 气候条件 C. 民族文化 D. 边境氛围 E. 当地居民的生活和热情好客

F. 建筑 G. 其他 _____

6. 您预计在喀纳斯停留的时间为_____天

7. 请问您在喀纳斯所选择的住宿设施为

A. 家庭旅馆 B. 星级酒店 C. 其它 _____

8. 您预计此行来到喀纳斯旅游的总花费为

A. 1000 元以下 B. 1001-2000 元 C. 2001-3000 元 D. 3001-5000 元 E. 5000 元以上

9. 您计划在喀纳斯旅游区观光的景点包括(可多选)

☐ 白哈巴村 ☐ 禾木村 ☐ 那仁大草原 ☐ 喀纳斯湖 ☐ 贾登峪 ☐ 其他(请注明: _____)

10. 您在喀纳斯旅游区购买的旅游纪念品有哪些(可多选)

A. 现代工艺制品 B. 毛皮制品 C. 木制品 D. 骨制品 E. 民族刺绣品 F. 保健品

G. 戈壁玉 H. 额河奇石 I. 珠宝 J. 黄金白银 K. 其他 _____

11. 您是否经常自驾车旅游?

A. 不会 B. 是(如果是, 您是否期望未来可以在喀纳斯自驾旅游 ☐ 是 ☐ 否)

12. 您来到喀纳斯后, 您认为您的旅游体验与您预想中的是否一致

A. 比预想的更好 B. 与预想的十分一致 C. 一般 D. 比预想的差一点 E. 比预想的差很多

13. 您将来是否还会到喀纳斯旅游 A. 是 B. 否(原因 _____) C. 不确定

14. 您是否会向亲友推荐喀纳斯 A. 是 B. 否(原因 _____) C. 不确定

15. 请根据您的此次的旅游经历评分, 在您认为合适的选项上划“√”

喀纳斯旅游资源评价	非常赞同	赞同	中立	不赞同	非常不赞同
原始森林十分独特	5	4	3	2	1
喀纳斯湖水十分干净	5	4	3	2	1
民族风情浓郁	5	4	3	2	1
草原风光迷人	5	4	3	2	1
边境氛围很好	5	4	3	2	1
气候十分独特	5	4	3	2	1
人居环境和谐	5	4	3	2	1
喀纳斯旅游环境评价	非常赞同	赞同	中立	不赞同	非常不赞同
社会治安状况好	5	4	3	2	1
当地居民十分友好	5	4	3	2	1
到喀纳斯旅游区的交通十分方便	5	4	3	2	1
旅游区内部换乘交通通畅、省时	5	4	3	2	1
交通价格合理	5	4	3	2	1
住宿设施选择多样	5	4	3	2	1
餐饮品种多、质量高	5	4	3	2	1
食、宿价格合理	5	4	3	2	1

景区门票价格合理	5	4	3	2	1
旅游商品具有当地特色	5	4	3	2	1
旅游商品价格合理	5	4	3	2	1
娱乐活动丰富	5	4	3	2	1
娱乐活动价格合理	5	4	3	2	1
对于此次喀纳斯旅游总体 感到满意	5	4	3	2	1

16. 请用一句话形容您对喀纳斯的整体印象或者给您留下深刻印象的事件、景点

17. 根据您此次旅游的感受，您认为喀纳斯未来发展旅游中还有哪些需要注意的地方

以下是您的一些个人资料，我们将依此进行研究分类，请您放心填写：

- 1、现居住地：_____省（市、自治区）_____市
- 2、性别：1) 男 2) 女
- 3、年龄：1) 18 岁以下 2) 18—24 岁 3) 25—44 岁 4) 45—64 岁 5) 65 岁及以上
- 4、文化程度：1) 小学 2) 初中 3) 高中或中专 4) 大专 5) 本科 6) 研究生及以上
- 5、个人月收入：1) 3000 元以下 2) 3001—5000 元 3) 5001—10000 元
4) 10001—30000 元 5) 30000 元以上
- 6、您目前从事的职业是：1) 政府机关或事业单位 2) 公司、企业等服务行业 3) 个体私营业主
4) 科研教学 5) 离退休 6) 家庭主妇 7) 学生 8) 农民 9) 工人 10) 其他_

附录 D 旅游社区经营户访谈提纲

社区经营户访谈提纲

(1) 基础情况:

店名_____ 经营内容_____ 经营时间_____

店主姓名_____ 性别_____ 年龄_____ 籍贯_____ 省_____ 市/区_____

房东姓名_____ 租房数量_____ 间, 租房时间_____ 月至_____ 月

租金_____ 元/间/年 租金变动情况_____

员工数量_____ 人, 其中本地居民有_____ 人, 商铺年营业收入_____ 元

(2) 经营相关

1. 为何选址在此地进行经营? 经营内容选择的原因?
2. 平时招徕游客的主要方式是什么? 是否在网络上有做宣传? 是否由于旅行社合作? 是否方便谈一下利润是如何分配的?
3. 是否与当地社区居民有交流或合作?
4. 经营利润情况如何? 如何应对同类商铺的激烈竞争? 认为在经营过程中遇到的最大困难(阻碍)是什么?
5. 对景区未来的发展有何想法? 对喀纳斯景区当前的规划建设有何建议?

Monitoring Report on the Sustainable Tourism Development of Kanas

Kanas Management Committee

Monitoring Center for UNWTO Sustainable Tourism

Observatories

August 2012

Address: Building 329, Sun Yat-sen University, 135, Xingang West Road,
Guangzhou, P.R. China

Postcode: 510275

Tel: +86-20-84114683

Fax: +86-20-84113621

Table of Content

1	Foreword	159
1.1	Origin.....	159
1.2	Monitoring Process.....	160
2	Tourism and Community	178
2.1	Basic Community Conditions	178
2.2	Community Engagement	178
2.2.1	The Difference Among the Ways of Community Engagement in Tourism Is Small... ..	178
2.2.2	The Difference Among The Percentages of Community Interviewees' Participation in Tourism Trainings Is Large.....	180
2.2.3	Community Expectation Towards Tourism Engagement Is High.....	181
2.3	Perception of Tourism Impacts by Community.....	181
2.3.1	Perception of Economic Impact of Tourism: Positive and Negative	181
2.3.2	Perception of Social Impacts of Tourism: Most of Them Are Positive.....	185
2.3.3	Perception of Cultural Impacts of Tourism	189
2.3.4	Perception of Environmental Impact of Tourism.....	193
2.4	Chapter Conclusion	197
2.4.1	Though The Awareness of Community Engagement Is Improved, Problems Exist in All Villages.	197
2.4.2	The Resident Perception of Tourism Impacts Is Positive and The Perception of Social Economic Impacts Is Sensitive.	197
2.4.3	Other Problems Existed in Community Tourism Development	198
3	Economic Benefit from Tourism	200

3.1	The Economic Benefit from Tourist Destination Shows a Tendency of Volatile Growth.	200
3.2	Economic Contribution of Tourism to Destination Community	202
3.2.1	Tourism Has Increased the Community’S Direct Economic Income and Job Opportunities	202
3.2.2	Homogeneous Competition Is Common Among Tourism Enterprises Within the Community.....	202
3.3	Seasonality of Tourism: Clear Distinction Between Hot Season and Off Season ..	203
3.4	Chapter Conclusion	204
4	Tourist Satisfaction	206
4.1	Basic Tourist Characteristics.....	206
4.1.1	Personal Information.....	206
4.1.2	Travel Information	209
4.2	Evaluation of Tourism Experience	211
4.2.1	Evaluation of Tourism Service	211
4.3	Satisfaction Indicator at the Time of Departure: Satisfaction and the Willingness to Revisit and Recommend Are High.	212
5	Tourism Products And Services.....	215
5.1	Tourism Purposes Analysis: The Purposes Are Centralized on Several Points	215
5.2	Tour Routes (Product Selection)	215
5.3	Tourism Services	217
5.3.1	Tourism Service Scope Provided in Kanas.....	217
5.3.2	Strong Quality Assurance Measures for Tourism Services	217
5.4	Protection of Destination Image.....	217
5.4.1	Tourism Image of Kanas: The Image Becomes Increasingly Distinctive	218
6	Tourism Planning and Control.....	220
6.1	Integration of Tourism Industry and Regional Planning.....	220

6.1.1	Current Tourism Planning or Strategy: Strong Enforcement.....	220
6.1.2	Public Participation in Planning	221
6.1.3	Planning Monitoring: Monitor the Planning Step by Step	222
6.2	Tourism Development Control: Rational Control	224
6.2.1	Control Procedure.....	224
6.2.2	Implementation.....	224
6.3	Tourism Transportation: The Transportation System Is in the Process Of Improvement	226
6.3.1	Easy Access	226
6.3.2	Means of Transportation Chosen By Tourists: Combined Transportation	228
6.4	Chapter Conclusion	229
7	Health and Safety.....	230
7.1	Good Food Sanitation.....	230
7.2	Environment Quality: Control and Protection.....	230
7.2.1	Evaluation of Natural Environment Quality.....	230
7.3	Community Health	231
7.4	Chapter Conclusion.....	232
8	Tourism Resources and Environment Protection.....	233
8.1	Introduction of Resources and Environment.....	233
8.1.1	Ecological Status	233
8.2	Current Situation of Tourism Resources and Environment Protection.....	233
8.2.1	Management Organization and Staff.....	233
8.2.2	Current Situation of Infrastructure: Remarkable Supporting Effect	234
8.2.3	Strict Natural Protection and Forest Resources Control	234
8.2.4	Progress of Environmental Protection Project.....	235
9	Conclusion.....	237

1 Foreword

1.1 Origin

In 2006, Sun Yat-sen University established a cooperation relation with UNWTO for the purpose of putting the sustainable development indicators of the tourist destinations designated by UNWTO in actual use. On September 28, 2010, UNWTO entered into a cooperation agreement with Sun Yat-sen University to set up the “UNWTO Monitoring Center for Sustainable Tourism Observatories” (UNWTO MCSTO for short, hereinafter referred to as the “Monitoring Center”) to manage and monitor the sustainable tourism observatories in China and the Asian and Pacific regions. So far, the Monitoring Center has established sustainable tourism observatories in Yangshuo (Guangxi Province), Mt. Huangshan (Anhui Province) and Zhangjiajie (Hunan Province) respectively to monitor the tourism development of the destination on a regular basis (once per year).

In 2012, the Monitoring Center established a new sustainable tourism observatory in Kanas (Xinjiang Autonomous Region) and Chengdu (Sichuan Province) respectively. Kanas is located at Chinese prime area bordering Kazakhstan, Russia and Mongolia. According to the *General Plan of Kanas (2005-2020)*, with 48°13' north as the southern border and Hemu village as the eastern border and northwest to boundary line, Kanas is composed of eight natural attractions (including Kanas national nature reserve, Kanas national geological park, Baihaba national forest park, Jiadenyu national forest park, Kanas river valley, Hemu river valley, Hemu grasslands, Naren grasslands and three primitive Tuwa villages, such as Hemu village, Baihaba village and Kanas village) and three cultural attractions, covering a planning area of 10030 square kilometers. The monitoring is of significant because this is the first time for the Monitoring Center to conduct an all-round observation in Kanas. The monitoring report is developed based on the sustainable tourism development indicators given in *World Tourism Organization (2012), Indicators of Sustainable Development Tourism Destination – A Guidebook* (UNWTO, Madrid) and the survey made by the monitoring group within Kanas,

reflecting the current state of Kanas tourism development. It is hoped that the report can offer some help to Kanas Management Committee and provide reference about actual operation and application of relevant indicators to UNWTO and the organizations engaging in the study of sustainable tourism development

1.2 Monitoring Process

The monitoring is divided into three stages: Monitoring preparation, field monitoring and report making.

Monitoring preparation: Upon receipt of the monitoring task in mid-June, 2012, the Monitoring Center began to organize a monitoring group to prepare for monitoring. During the preparation, the monitoring group discussed and analyzed the monitoring task in detail, established a preliminary monitoring indicator system for Kanas scenic zone according to *World Tourism Organization (2012), Indicators of Sustainable Development Tourism Destination – A Guidebook* and the features of Kanas scenic zone, and designed the monitoring-needed questionnaires for tourists, community and tourism operators and the interview outlines for community. It also popularized tourism information about Xinjiang and Kanas scenic zone with the aim of making a solid foundation for future monitoring.

Field monitoring: On July 16, the monitoring group arrived in Kanas for field survey. Thanks to the great support and coordination given by the Kanas Committee during the 10-day survey, the group succeeded in monitoring the sustainable tourism development indicators of Kanas. It randomly survey the tourists in some major scenic zones and stopovers, such as Kanas airport, Hemu village, Jiadenyu ticket office, Kanas lake region, Kanas tourist center, Baihaba village, and Tielieketi ticket office, and talked with the community residents door to door in Hemu village, Kanas village, Baihaba village and Tielieketi village. At the same time, it visited the relevant departments, such as Kanas Management Committee, Hemu Village Government, Tielieketi Village Government, and Baihaba Village Committee, to collect the secondary data related to Kanas scenic zone.

A bulk of primary data concerning tourists, community residents, tourism enterprises and local governments were collected in the monitoring process. As for tourists, a total number of 788 questionnaires were collected, of which 762 were effective, with the effective rate of 96.7%. To facilitate analysis, during the questionnaire distribution, the group members also talked with the tourists and tour guides on key issues. The community survey is divided into two parts: door-to-door interview and semi-structured questionnaire. During the survey, a total of 129 households in four communities (including Hemu village, the most important village within Kanas scenic zone, Kanas new and old villages, Baihaba village and Tielieketi town) were interviewed. A sample survey was conducted among tourism enterprises. During that survey, 40 business operators in the above four communities were visited, including hotels, restaurants, souvenir shops and retail booths. As for local governments, under the help of Kanas committee, the group collected the recent data concerning planning, work, report, tourists, communities and enterprises in Kanas.

Report making: From July 26 to the end of September, the monitoring group began to sort out the data obtain from the monitoring process to form a report. According to the data, the monitoring contents can be divided into seven parts: tourism and community, economic benefit from tourism, tourist satisfaction, tourism product and service, tourism planning and control, health and safety and tourism and resource environment protection. See table 1-1 for more details and table 1-2 for indicators selected.

Table 1-9-1 Summary of Monitoring Report

Main part	Survey method	Contents
Tourism and community	Community interview + community resident questionnaire	Resident's attitude to tourism development and tourism impact on community
Economic benefit from tourism	Data collection from government departments + tourism enterprise interview	Current tourism development state, tourism contribution to Kanas GDP and finance, tourism impact on employment and resident's living standard, tourism impact on industrial structure (including industry and commerce), etc.
Tourist satisfaction	Tourist questionnaire + tourist interview	Tourist satisfaction with local place, including resources, environment, social service, price and other aspects.
Tourism products and services	Tourist questionnaire + tourist interview + tourism enterprise interview	Tourism purpose analysis; Tour route (products); tourism service scope
Tourism planning and control	Data collection from government departments + observation + interview	Planning and control measures and effects; traffic planning and control;
Health and safety	Data collection from government departments + observation + interview	Including food and environmental health, tourist safety and local public safety
Tourism and resources, environment protection	Data collection from government departments + observation + interview	Protection of resources and environment, including air, water, noise, solid, landscape, vision and energy

Table 1-9-2 Summary of Monitoring Report Indicators

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
Tourism and community	Basic community situation	Demographic statistics	Number of households; Number of population; Composition (Composition of age, gender, education background and family population in proportion to local population and foreign population);
		Infrastructure	Number of social service facilities used in community (Proportion of social service facilities added for tourism); Medical, educational, water and power, road, sewage disposal, and waste disposal facilities;
		Social tourism development state	Tourism development experience; Statistics on number of tourists; Tourism receipts;
	Resident engagement in tourism	Way of resident engagement in tourism	Number of houses, operation state and annual income; Number of houses, horse rental or not, annual income; Is there any dairy product on selling? To whom? How to sell? How many dairy products do you sell? How much do you earn?

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			Hand-made or other economic activities; Government subsidy and reason leading to such subsidy; How do you wish to involve yourself in tourism;
		Tourism training	Have you participated in tourism employment training? How many times do you participate in such type of trainings and how much do you spend on them? Main advantages and disadvantages of tourism engagement? What do you need to improve about tourism engagement?
	Perception of community to tourism impact	Perception of economic impact of tourism	Perception of local economic development impact of tourism; Perception of job opportunity impact of tourism; Perception of price impact of tourism; Perception of tourism's role in local gap between the rich and the poor;
		Perception of social impact of tourism	Perception of infrastructure construction impact of tourism (road, water and power facilities and other facilities; house demolition and house building)

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			Perception of community medical condition impact of tourism; Perception of tourism's role in community education system;
		Perception of cultural impact of tourism	Perception of cultural exchange with outside world; Perception of local cultural impact of tourism; Perception of tourism impact on the living standard of local community residents; Perception of crime rate impact of tourism;
		Perception of environment impact of tourism	Perception of village sanitation impact of tourism; Perception of tourism's role in environment education and animal and plant protection; Tourism' role in local resources consumption (such as fish and water); Does tourism lead to environment deterioration, such as air, noise, water and solid?
	Community attitude to tourism development	Tourism support and participation initiative	Do you wish that the tourism scale continues to increase in the local community or place? Are you willing to engage in tourism;

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			Are you willing to give advices for the development of scenic zone? Are you willing to actively participate in the promotion and publicity activities?
	Community satisfaction with tourism development	Satisfaction with current tourism development	Overall perception of destination impact of tourism; Decision-making participation of scenic zone; Satisfaction with current tourism development;
Economic benefit from tourism	Economic benefit	Tourism contribution to regional economic benefit Tourism's direct economic contribution to community	Number of tourists of scenic zone; Total tourism receipts from scenic zone; Subsidies of government given to community;
	Community employment	Tourism contribution to destination community	Number of tourism enterprises; Number of service posts offer by the operating stores; Personal training to tourism employees;
	Competition among tourism	Competition among tourism enterprises	Tourism business state; Attitude of tourism business owner to competition;

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
	enterprises		Operation mode taken by tourism business owner;
	Tourism seasonality	Seasonality	Number of tourists of scenic zone each month/year (Annual tourist distribution); Proportion of tourist number in hot season and tourist number in off season; Distribution of hot season and off season;
Tourist satisfaction	Basic tourist characteristics	Tourist's personal information	Place of residence, gender, age, education background and occupation proportion;
		Travel information	Number of times you've been there; Selection of way of travel; Travel information acquisition;
	Travel experience evaluation	Tourism resources evaluation	Tourist evaluation of virgin forest, Kanas lake, national customs, grasslands, border, climate and living environment within the scenic zone
		Scenic zone environment evaluation	Tourist evaluation of social security, environment cleaning, water quality, air, noise and local resident-friendly within the scenic zone;
		Tourism service evaluation	Tourist evaluation of service quality concerning accessibility, dinning, accommodation, tourist commodities

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			and entertainment
			Tourist evaluation of price reasonableness concerning internal traffic, accessibility, dinning, accommodation, tourist commodities and entertainment
	Satisfaction at the time of departure	Are the tourists satisfied at the time of departure	Evaluation of overall satisfaction; Consistency of experience and expectation; Willingness to revisit; Willingness to recommend; Overall impression; Tourist advices;
		Impact of satisfaction on industry and destination	Rate of revisit
	Tourist complaints	Tourist complaints	Number of complaints received; Main contents; Complaint handling;
Tourism products and services	Tourism purpose analysis	Tourism purpose	Tourism purpose category; Number of tourists for each tourism purpose;
	Tour route (Product selection)	Type of tour route	Introduction of tourism resources; Introduction of current tourism products; Tour route information;

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
	Tourism services	Use intensity of each tour route	Number of tourists visiting the main attractions on each tour route; Average length of stay of tourists;
		Tourism service scope	Available tourism services;
		Tourism service facilities distribution	Spatial distribution of tourism service facilities; Statistical analysis on classification of major tourism service operation places Statistical analysis on number of beds in the recent three years;
		Tourism service quality	Work for and investment in maintaining market operation order; Number of tourist complaints received in the recent years and their solutions; Satisfaction with price and diversification of accommodation and dinning; Satisfaction with prices and characteristics of tourism commodities; Satisfaction with prices and abundance entertainment activities; Satisfaction with price and convenience of traffic; Satisfaction with thicket price.
	Tourism	Major tourism	Successful tourism image;

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
	image protection	image	Honors received by the scenic zone;
		Tourism image promotion and publicity	Marketing promotion and investment; Marketing results obtained;
Tourism planning and control	Integration of tourism industry and regional planning	Existing tourism planning or strategy	Is there any planning which keeps pace with the time?
		Public engagement	Engagement of the interested parties in planning process;
			Engagement of the interested parties in planning implementation;
		Planning implementation monitoring	Is there any indicator for evaluating the development and planning implementation effect?
			Planning goals achieved;
			Environmental, social and cultural activities made for planning
		Government's understanding of sustainable tourism	Engagement of tourism department in public policy
	Tourism development control	Control procedure	Is there land utilization or development planning?
			Is there any specific standard for tourism development control during planning?
		Asset management	Is there any investment attraction plan for the scenic zone? Does any financial risk exist in the

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			scenic zone development;
		Implementation	Is there any systematic implementation plan for planning and its standard? Is there any review procedure (such as visit and evaluation of scenic zone)
	Tourism traffic services	Accessibility	Availability (such as improvement of highway network improvement), railway, port and airport infrastructures and public traffic access to tourist destination; Density of highway (Mileages of expressway and highway per square kilometer); Public traffic density (Public traffic mileage per square kilometer); Traffic capacity and use level; Number of direct flights and number of cities having direct flight;
		Means of transportation chosen by tourists	Means of transportation to tourist destination (By airplane, vehicle, long-distance bus, railway, bike, foots and others)
		Travel time	Time to go to the tourist destination; Length of stay at the tourist destination
		Space and transportation planning,	Are there any comprehensive and environment-friendly transportation planning strategies?

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
		transportation demand management for tourism and improvement of reasonable distribution mode	Is there any strategy transforming into action plan: Is any inter-regional transportation planning implemented?
		Internal traffic and integration service	Are there any platforms suitable for various means of transportation? Is there any integrated transportation service? Does the network or mobile service center provide public traffic information service?
Health and safety	Food sanitation	Tourist perception	Tourist attention to food safety; Tourist complaints about food safety; Tourist satisfaction with food and accommodation;
		Safe production	Activities organized to improve the safety awareness of catering service providers or individuals on food management; Food safety knowledge education and training; Food safety production and livestock products safety; animal epidemics prevention and control;

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
		Precautions and rules and regulations	Are there any food safety standards, rules and regulations and food safety monitoring? Appropriate sanitation procedure; Have the restaurant employees accepted food safety training? Examination of tourism employees' health;
		Evaluation of natural environment quality by residents and tourists	Air quality; Noise pollution; Water; Solid waste; Tourist satisfaction with environmental health;
	Environment quality	Environment maintenance and control	Waste disposal by tourism enterprise; Number of effective sewage disposal facilities; Compliance with related sewage disposal regulations and monitoring frequency; Distribution and number of environmental sanitation facilities; Related sanitation and cleaning regulations and their implementation;
	Community health	Availability of health medical treatment	Medical and health organization, site, facility and equipment; Medical staff, professional level and

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			training; Medical care level; Collaboration between tourist industry and health department;
		Disease prevention and control	Infectious disease report; Report of serious disease outbreak; Health education, personal hygiene development and training; Is the health information promoted by means of cooperation with public health or promotion department? Availability of safe drinking water, power and sanitary environment;
	Tourist safety	Perception of tourist impact	Tourist information collection about tourist destination safety; Safety guarantee of accommodation facilities; Tourist evaluation of tourist destination safety; Safety of tourism purpose; Tourist satisfaction with safety facilities; Number and causes of accidents reported by the tourists; Type and frequency of tourist complaints;
		Tourist safety	Is there any attraction and facility

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
		guarantee	safety standard? Tour line, boat and fire safety management; Safe operation capacity of tourism employees; Is there any emergency service; Investigation of potential safety hazard; Location and number of protective guards and warning signs within the scenic zone;
		Safety knowledge communication	Number of employees receiving safety education and training and frequency of such receipt; Number of publications concerning health and safety warning distributed;
		Prevention and control	Investigation, prevention and control of potential safety hazard in the scenic zone; Use of modern instrument and facilities; Services tourists and residents receive in emergency;
	Public safety	Accident	Number of accidents reported by the media; Number and type of accidents;
		Natural disaster	Type, number and hazard of natural

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			disasters;
		Risk management or response	Is there any emergency plan given to the tourists and visitors at the accident place? Provision of emergency facilities and effective use; Public security; Border security; Police force deployment;
Tourism resources and environment protection	Natural resources management and protection	Establishment of management organization	Management organization and staffing;
			Related protection, scientific research monitoring, scientific research propaganda and education and supporting engineering facilities;
		Natural protection and forest resource management	Number of national key species;
			Type and number of endangered species;
			Natural reserve area;
			Project name, task and progress of ecological resources protection;
			Newly-added protection measures;
		Visual landscape protection	Number of illegal buildings removed and removal implementation state;
			Building area and concentration of natural reserve;
			Capital and percentage used for visual control (Restoration, protection and

Part	Contents	Question	Monitoring indicator
			maintenance);
			Newly-added policy and protection measure;
	Environment quality evaluation	Water environment	Compliance of surface water quality;
			Compliance of drinking water quality;
		Sewage disposal	Total amount of sewage disposed each year;
			Sewage plant expansion;
		Solid wastes disposal	Total amount of solid wastes produced each year
			Waste disposal method;
			Proportion of recycled wastes;
		Vegetation coverage	Vegetation coverage and soil erosion;
		Atmospheric environment	Compliance of air quality;
		Soil environment	Compliance of soil quality;
		Acoustics environment	Compliance of living and traffic noises;

Note: Refer to *World Tourism Organization (2012), Indicators of Sustainable Development Tourism Destination – A Guidebook* for indicator system

2 Tourism and Community

2.1 Basic Community Conditions

Kanas is located in Burqin county and Habahe county in Altay, Xinjiang, with a total area of about 10,030 square kilometers. It crosses two villages (Hemu Hanasi Mongolian Nationality village and Tiereketi village). Hemu Hanasi village has two villages (Hemu village and Hanasi village), with a total area of 3040 square kilometers, a population of 4806, an arable area of 1500 mu, a grasslands area of 173,000 mu and a forestry area of 160,000 mu. Tiereketi village is composed of a village-market place and three administrative villages (Baihaba village, Qiba'er Xilike village, and Akebulake village), with a total area of 1323 square kilometers and a population of 2503.

At present, regions engaging in tourism mainly include new and old villages at the lower lake outlet of Kanas, Hemu village, Baihaba village, and Naren grasslands. Tiereketi village will serve as a transit station for the core scenic spots, such as Baihaba village and Kanas as well as Habahe county and Altay.

The main tourism development communities involved in the survey include Hemu village, Kanas village, Baihaba village and the village-market place in Tiereketi village. The basic conditions of each village are shown as follows upon interview with the key figures in each villages and collection of secondary data.

2.2 Community Engagement

2.2.1 The Difference among the Ways of Community Engagement in Tourism Is Small

Generally speaking, the ways of community engagement in tourism include: Renting horses, renting houses, self-running family inn (including food); catering service; home

visiting; setting up a stall; selling dairy products; making handicrafts, etc. Some residents are not involved in tourism. The following shows the engagement of community interviewees in tourism and their incomes (table 2-1).

Table 2-1 Engagement of Community Interviewees in Tourism and Relevant Incomes

Way of engagement	Hemu village (26)		Kanas village (67)		Baihaba (23)		Tiereketi (13)	
	Number of households	Annual income	Number of households	Annual income	Number of households	Annual income	Number of households	Annual income
Renting horses	16	5,000-20,000	23	10,000-60,000	6	3,000-15,000	0	
Renting houses	10	5,000-20,000	4	1,5000-60,000	2	2,000-20,000	0	
Hotel	1	Just started	8	10,000-100,000	11	20,000-50,000	5	No
Catering service			2	Over 10,000			0	
Home visiting			8	10,000-30,000			0	
Stall running			6	5,000-20,000	5	2,000-5,000	0	
Retail	10	2,000-13,000	10	2,000-10,000	2	1,500-4,000	2	About 2,000
Hand-ma	1	Over	0		3	No	2	No

Way of engagem ent	Hemu village (26)		Kanas village (67)		Baihaba (23)		Tiereketi (13)	
	Num ber of house holds	Annual income	Numbe r of househ olds	Annual income	Numbe r of househ olds	Annual income	Numbe r of househ olds	Ann ual inco me
de		10,000						
Involvem ent in managem ent committe e	1	30,000	5	24,000	0		2	24,0 00
N/A	1		12		2		6	

Note: Retail has no definitive formulation, such as selling home-made dairy products; Management committee means doing jobs assigned by the management committee or scenic zone;

2.2.2 The Difference among the Percentages of Community Interviewees' Participation in Tourism Trainings Is Large

See table 2-2 for details about the community interviewees' participation in trainings:

Table 9-1 Participation in Tourism Trainings by Interviewees of Each Village

Name of village	Horse renting training	Business capacity training	Language training	Handwork training	Etiquette training
Hemu village (26)	5	3	4	2	
Kanas village (67)		1	1	2	1
Baihaba village (23)			3		
Tiereketi village (13)		4			1

2.2.3 Community Expectation towards Tourism Engagement Is High

Most of residents hope that they can participate in tourism trainings, especially language training and business technique training. Many want to be part of catering service and tour guide. We can see from this that the villagers' awareness and initiative of tourism engagement is improving.

2.3 Perception of Tourism Impacts by Community

2.3.1 Perception of Economic Impact of Tourism: Positive and Negative

✧ Tourism has boosted local economic development

76.8% interviewees think that tourism has brought local economic growth. This is because that compared with the economical production which was based on stock raising, both per capita income and living standard have increased under the current background of tourism development. Even those who don't engage in tourism may obtain related subsidy (table 2-3).

Table 9-2 Statistics on Frequency and Average of Economic Development Promoted by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uency	Percentage	Freq uency	Percentage	Freq uency	Percentage	Freq uency	Percentage	Freq uency	Percentage
Agree	96	76.8%	16	64%	56	84.8%	16	76.2%	8	61.5%
Neutral	7	5.6%	2	8%	2	3%	3	14.3%	0	0
Disagree	22	17.6%	7	28%	8	12.1%	2	9.5%	5	38.5%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.65		3.48		3.79		3.67		3.23	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism has brought more local job opportunities**

A majority of residents think that tourism has brought more job opportunities (74.4%), from which Kanas village enjoys the most benefit. As Kanas is the core tourism development region, it is relatively sophisticated with diversified job opportunities. This is a positive impact (table 2-4).

Table 9-3 Statistics on Frequency of Average of Job Opportunities Brought by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	93	74.4%	18	72%	54	81.8%	15	71.4%	6	46.2%
Neutral	9	7.2%	3	12%	2	3%	1	4.8%	3	23.1%
Disagree	23	18.4%	4	16%	10	15.2%	5	23.8%	4	30.7%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.63		3.80		3.73		3.43		3.15	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism development has led some prices to rise**

83.2% of residents in the scenic zone think that tourism development has led some prices to rise. The increase of local living cost driven by tourism is obvious (table 2-5).

Table 9-4 Statistics on Frequency and Average of Price Rise Caused by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	104	83.2%	22	88%	56	84.8%	14	66.7%	12	92.3%
Neutral	9	7.2%	1	4%	3	4.5%	4	19.0%	1	7.7%

Disagree	12	9.6%	2	8%	7	10.6%	3	14.3%	0	0%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.84		4.00		3.86		3.52		3.92	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism development has exacerbated the gap between the rich and the poor to some extent**

Though tourism development has promoted local economic growth and created more job opportunities to local residents, as the resident ability and engagement in tourism differ from one another, large income gap among residents may exist (table 2-6), particularly on the part of Hemu village.

Table 9-5 Statistics on Frequency and Average of the Gap between the Rich and the Poor Driven by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tierketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	85	68%	20	80%	46	69.7%	14	66.7%	5	38.5%
Neutral	23	18.4%	2	8%	11	16.7%	5	23.8%	5	38.5%
Disagree	17	13.6%	3	12%	9	13.6%	2	9.5%	3	23%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.63		3.88		3.64		3.62		3.15	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%

Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.

2.3.2 Perception of Social Impacts of Tourism: Most of Them Are Positive

✧ Tourism development has improved community infrastructure greatly

As most of funds are invested in the infrastructure construction in the core development area, the residents' perceptions are different. As the improvement of infrastructure for tourism is prominent in the core development area Kanas, 92.4% of residents living in Kanas recognize the impact (table 2-7).

Table 9-6 Statistics on Frequency and Average of Infrastructure Improved by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	106	84.8%	22	88%	61	92.4%	16	76.2%	7	53.8%
Neutral	10	8%	1	4%	3	4.5%	2	9.5%	4	30.8%
Disagree	9	7.2%	2	8%	2	3%	3	14.3%	2	15.4%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.97		4.12		4.12		3.62		3.46	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%

Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.

✧ Tourism development has improved medical level

Medical level is still one of the biggest problems in community life. Many residents think they are unable to receive effective medical treatment when they're ill and have to go to Burqin county or Altay for further treatment. Tourism has brought little impact on medical level. Generally, 59.2% of residents recognize the improvement of medical level by tourism,

of which 54.5% are from Kanas (table 2-8).

Table 9-7 Statistics on Frequency and Average of Medical Level Improved by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	74	59.2%	19	76%	36	54.5%	9	42.9%	10	76.9%
Neutral	22	17.6%	3	12%	15	22.7%	4	19.0%	0	0%
Disagree	29	23.2%	3	12%	15	22.7%	8	38.1%	3	23.1%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.34		3.72		3.27		3.00		3.54	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism development has improved local education.**

Tourism development has increased the exchanges of local community with outside world. This not only broadened the views of residents and make them more open-minded, but also improved their awareness on education. Some residents have begun to participate in different types of tourism trainings. At the same time, tourism development improved local quality and education level. Many residents (68.5%) recognize this impact (table 2-9).

Table 9-8 Statistics on Frequency of Average of Education Improvement Caused by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	85	68.5%	20	80%	50	76.9%	5	23.8%	10	76.9%
Neutral	20	16.1%	3	12%	9	13.8%	6	28.6%	2	15.4%
Disagree	19	15.3%	2	8%	6	9.2%	10	47.6%	1	7.7%
Effective N	124	100%	25	100%	65	100%	21	100%	13	100%
Average	3.56		3.80		3.74		2.67		3.69	
Total N	129	96.1%	26	96.2%	67	97.1%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism development has increased the number of new houses**

A majority of residents (73.4%) think that tourism development has promoted house renovation, old house demolition and increase of new houses. On one side, to promote tourism development, many residents built or transformed their houses into family inns; on the other side, as the tourism development has driven income increase, residents has disposable income to build a new house (table 2-10).

Table 9-9 Statistics on Frequency and Average of Increase in New Houses Driven by Tourism Development

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	91	73.4%	15	60%	50	76.9%	15	71.4%	11	84.6%
Neutral	13	10.5%	5	20%	4	6.2%	2	9.5%	2	15.4%
Disagree	20	16.1%	5	20%	11	16.9%	4	19%	0	0%
Effective N	124	100%	25	100%	65	100%	21	100%	13	100%
Average	3.64		3.52		3.68		3.48		3.92	
Total N	129	96.1%	26	96.2%	67	97.1%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Although tourism development has improved traffic condition, it further complicates the traffic environment**

Traffic congestion is not obvious in Kanas, and only 59.7% of residents think that tourism development leads to traffic congestion. As tourism has resulted in large increase of tourists and improvement of local traffic environment, there is a possibility that tourism makes their transportation more convenient (table 2-11).

Table 9-10 Statistics on Frequency and Average of Traffic Congestion Caused by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	74	59.7	20	80	41	63.1	9	42.9	4	30.8
Neutral	24	19.4	1	4	7	10.8	8	38.1	8	61.5
Disagree	26	21	4	16	17	26.2	4	19	1	7.7
Effective N	124	100%	25	100%	65	100%	21	100%	13	100%
Average	3.50		4.00		3.43		3.29		3.23	
Total N	129	96.1%	26	96.2%	67	97.1%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

2.3.3 Perception of Cultural Impacts of Tourism

✧ Tourism has promoted local cultural exchange with outside world

Cultural exchange and tourism development are closely interrelated. The more tourist are found, the deeper the cultural exchange is (table 2-12)

Table 9-11 Statistics on Frequency and Average of Cultural Exchange Promoted by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y		Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	98	78.4%	21	84%	58	87.9%	13	61.9%	6	46.2%
Neutral	20	16%	2	8%	5	7.6%	6	28.6%	7	53.8%
Disagree	7	5.6%	2	8%	3	4.5%	2	9.5%	0	0%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.82		3.96		3.92		3.52		3.46	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism has brought more local recreation and entertainment activities**

50% of interviewees agree that tourism has enriched local resident life. Tourism has brought more local recreation and entertainment activities (table 2-13).

Table 9-12 Statistics on Frequency and Average of Resident Life Enrichment by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	63	50.4%	15	60%	34	51.5%	6	28.6%	8	61.5%
Neutral	39	31.2%	4	16%	22	33.3%	8	38.1%	5	38.5%
Disagree	23	18.4%	6	24%	10	15.2%	7	33.3%	0	0%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.36		3.48		3.39		2.95		3.62	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism hasn’t increased crime rate**

Generally, only 17.6% of residents think that tourism has increased local crime rate (table 2-14)

Table 9-13 Statistics on Frequency and Average of Increase in Crime Rate Driven by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	22	17.6%	6	24%	11	16.7%	3	14.3%	2	15.4%
Neutral	43	34.4%	5	20%	21	31.8%	8	38.1%	9	69.2%
Disagree	60	48%	14	56%	34	51.5%	10	47.6%	2	15.4%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	2.66		2.64		2.61		2.67		3.00	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism has restricted local people’s right to some areas**

In Hemu village and Kanas village, the black lake area is inaccessible. Generally speaking, many residents disagree that tourism restricts their moves (table 2-15).

Table 9-14 Statistics on Frequency and Average of Resident’s Movement Area Restricted by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	54	43.2%	13	52%	33	50%	5	23.8%	3	23.1%

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Neutral	42	33.6%	6	24%	20	30.3%	9	42.9%	7	53.8%
Disagree	29	23.2%	6	24%	13	19.7%	7	33.3%	3	23.1%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.26		3.44		3.33		2.95		3.00	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

2.3.4 Perception of Environmental Impact of Tourism

✧ Tourism has improved the community’s environmental health

A large number of residents (68%) agree that tourism has improved the local community’s environmental health. In Tiereketi, 84.6% of residents recognize this impact (table 2-16).

Table 9-15 Statistics on Frequency and Average of Community’s Environmental Health Improved by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	85	68%	13	52%	48	72.7%	13	61.9%	11	84.6%
Neutral	12	9.6%	1	4%	6	9.1%	3	14.3%	2	15.4%
Disagree	28	2.24%	11	44%	12	18.2%	5	23.8%	0	0%

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.48		3.04		3.58		3.43		3.92	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ **Tourism development has promoted environment protection among local residents**

On one side, tourism development lets the local residents realize the importance of living environment and improves their awareness on environment protection; on the other side, the enforcement of environment protection measures has created favorable conditions for the local community to protect environment (table 2-17).

Table 9-16 Statistics on Frequency and Average of Environment Protection Promoted by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	90	72%	14	56%	50	75.8%	16	76.2%	10	83.3%
Neutral	15	12%	1	4%	9	13.6%	3	14.3%	2	16.7%
Disagree	19	15.2%	10	40%	7	10.6%	2	9.5%	0	0%
Effective	124	100%	25	100%	66	100%	21	100%	12	100%

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
N										
Average	3.62		3.32		3.68		3.67		3.83	
Total N	129	96.1%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	92.3%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ Tourism development consumes local resources

Tourists give impetus to economic growth, but also plunder local environmental resource and other resources as well (table 2-18).

Table 9-17 Statistics on Frequency and Average of Local Resources Consumption by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	71	56.8%	11	44%	40	60.6%	15	71.4%	5	38.5%
Neutral	26	20.8%	2	8%	14	21.2%	4	19%	6	46.2%
Disagree	28	22.4%	12	48%	12	18.2%	2	9.5%	2	15.4%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.38		3.04		3.45		3.62		3.23	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ Tourism development has led to part of air pollution

Air pollution caused by tourism becomes evident in Hemu village and Kanas village. Residents living along the street of Kanas old village generally reflect the pollution is caused by vehicle exhaust. This indicates that tourism development and air pollution are interrelated (table 2-19).

Table 9-18 Statistics on Frequency and Average of Air Pollution Caused by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	65	52%	17	68%	40	60.6%	5	23.8%	3	23.1%
Neutral	28	22.4%	4	16%	14	21.2%	6	28.6%	4	30.8%
Disagree	32	25.6%	4	16%	12	18.2%	10	47.6%	6	46.2%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.34		3.68		3.52		2.76		2.77	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

✧ Tourism development has led to part of noise pollution

Compared with air pollution, the perception of noise pollution is more prominent, particularly, on the part of Hemu village (76%) and Kanas village (65.2%) (table 2-20).

Table 9-19 Statistics on Frequency and Average of Noise Pollution Caused by Tourism

Village name Attitude	General state		Hemu		Kanas		Baihaba		Tiereketi	
	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage	Freq uenc y	Perce ntage
Agree	74	59.2%	19	76%	43	65.2	8%	38.1%	4	30.8%
Neutral	23	18.4%	3	12%	11	16.7	5%	23.8%	4	30.8%
Disagree	28	22.4%	3	12%	12	18.2	8%		5	38.5%
Effective N	125	100%	25	100%	66	100%	21	100%	13	100%
Average	3.46		3.88		3.56		3.00		2.92	
Total N	129	96.9%	26	96.2%	67	98.5%	23	91.3%	13	100%
Note: Strongly agree is 5 and agree is 4. Both of them belong to ‘agree’ options; Neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1. Both of them belong to ‘disagree’ options.										

2.4 Chapter Conclusion

2.4.1 Though the Awareness of Community Engagement Is Improved, Problems Exist in All Villages.

Generally speaking, the community engagement in tourism is still at the development stage. With the local tourism development, the resident awareness on engagement in tourism and technique thereof will improve. The ways of community engagement in tourism are fixed. As the tourism development situation is different in all villages, the engagement and problems encountered are different.

2.4.2 The Resident Perception of Tourism Impacts Is Positive and the Perception of Social Economic Impacts Is Sensitive

In general, the resident perception of tourism impacts is relatively positive. Most of them recognize the positive impacts and the negative impacts are low. As shown in figure 2-1, the averages of positive impacts are high, such as economic impact indicators, social impact (excluding medical care) indicators, and cultural impact indicators (such as cultural exchange and life enrichment), etc. The indicators of negative impacts are relatively low, such as environmental impact indicators and negative indicators of cultural impact, etc.

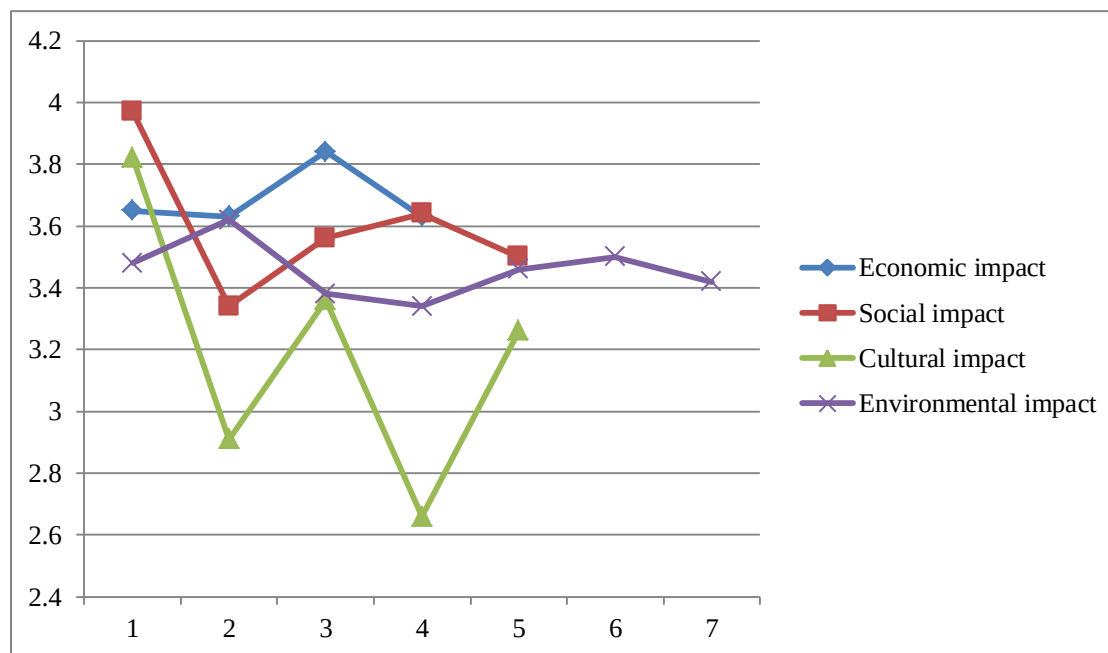


Figure 2-1 Comparison of Perceptions of Tourism Impacts

2.4.2 Other Problems Existed in Community Tourism Development

It is found from community survey that the local community tourism is in the process of exploration and development. Some problems still exist;

1. Tourism subsidy dispute. As different village has different geological location and tourism development situation, the tourism subsidy line given by the local government to community is different, e.g. 10,000 yuan/person/year in Kanas village, 5000 yuan/person/year in Hemu village, 4000 yuan/person/year in Baihaba village and 1730 yuan/person/year in Tierketi village. In the interview, nearly 95% of residents were not satisfied with the subsidy. Residents in Kanas village suggest that the subsidy should increase to 20,000 while resident

of other villages think that they should get the same subsidy as Kanas residents.

2. Limited community capacity. It is found from field survey and interview that most of the local residents lack business technique and engagement experience. For instance, residents running a family inn know little about marketing technique and product diversification. Though many residents have handicraft skill, they don't know how to put it in tourism. Many residents find difficulty in engaging themselves in tourism due to their limited Chinese proficiency. The tourist survey shows that food, accommodation and service are not good enough in local community.

3. Lack of industry support. The imperfect community tourism industrial chain and the limited local community engagement ways, such as souvenir processing, herbal medicine processing and local specialty, lead to intense local competition.

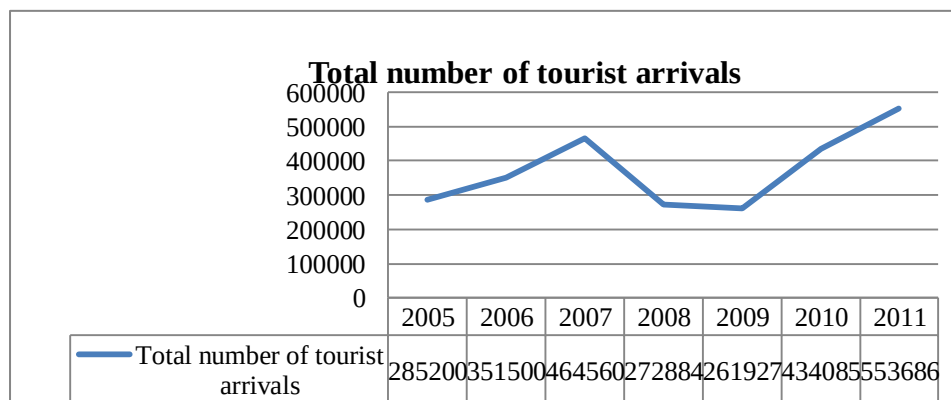
4. Information asymmetry existed between community and tourists. The language communication barrier makes the tour guide become the communication media between community and tourists. However, as the quality of many tour guides is low, tourists are misled by the tour guides. Many tourists are not willing to get in touch with the local residents because the tour guides over-exaggerate the unhealthy and uncivilized image of the local residents. On the other hand, the local residents complain that the tour guides ruin their reputations. All these result in lack of direct information exchange and understanding between local residents and tourists.

6. Employment of local youth and future development. Take Kanas village as an example. The local employment situation of graduates is not good. On one hand, Kanas is subject to the management committee. However, as the local youth has to pass the national civil servant exam before being hired by the management committee, it is hard for them to make it to the final due to poor competitiveness. The induction training policy implemented by Burqin government for job-waiting graduates fails to reach Kanas village, so it is hard for the local graduates to find a way out, let alone serve for the local community.

3 Economic Benefit from Tourism

3.1 The Economic Benefit from Tourist Destination Shows A Tendency of Volatile Growth

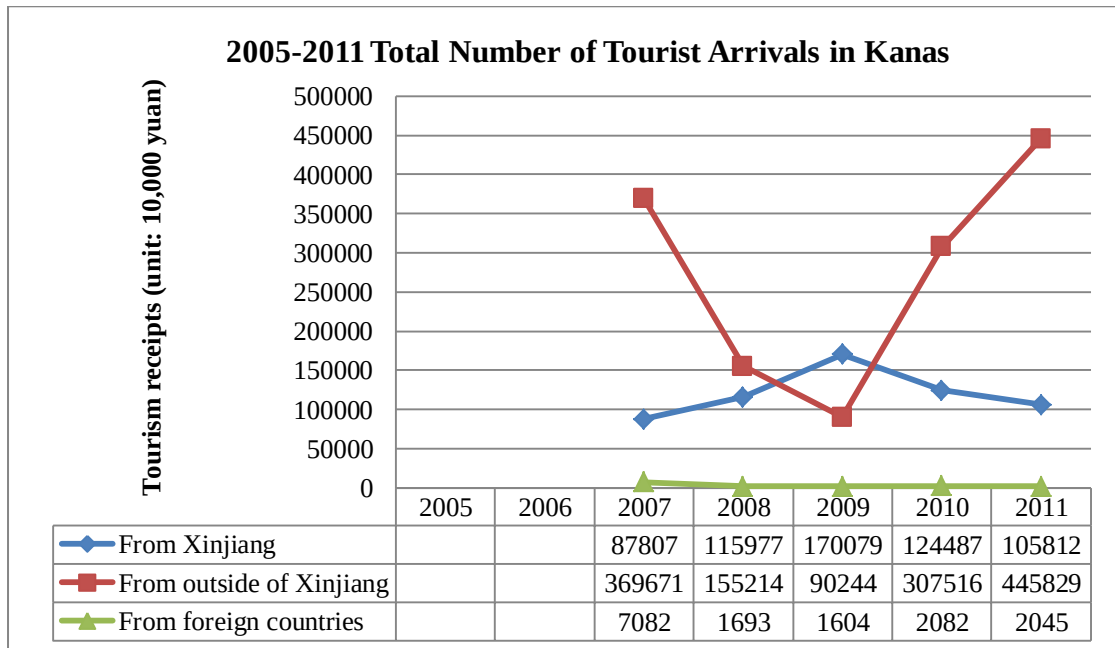
From 2005 to 2010, Kanas received 1.725 million tourists, achieving the tourism receipts of 2.14 billion yuan. In 2011, Kanas received 906,600 tourists⁵, achieving the ticket proceeds of 96.45 million yuan and the tourism receipts of 1.166 billion yuan; the per capita net income of farmers and herdsmen amounted to 7620 yuan, an increase of 2830 yuan. In 2012, the number of tourists grew by 10.3% to 1 million (of which 600,000 were found at lower lake outlet of Kanas, up by 13.9%); the ticket proceeds grew up by 10% to 106 million yuan; the tourism receipt grew by 10% to 1.28 billion yuan. The per capita net income of farmers and herdsmen was 8120 yuan, an increase of more than 500 yuan (figures 1-3, 3-2 and 3-3).



Source: Kanas Management Committee

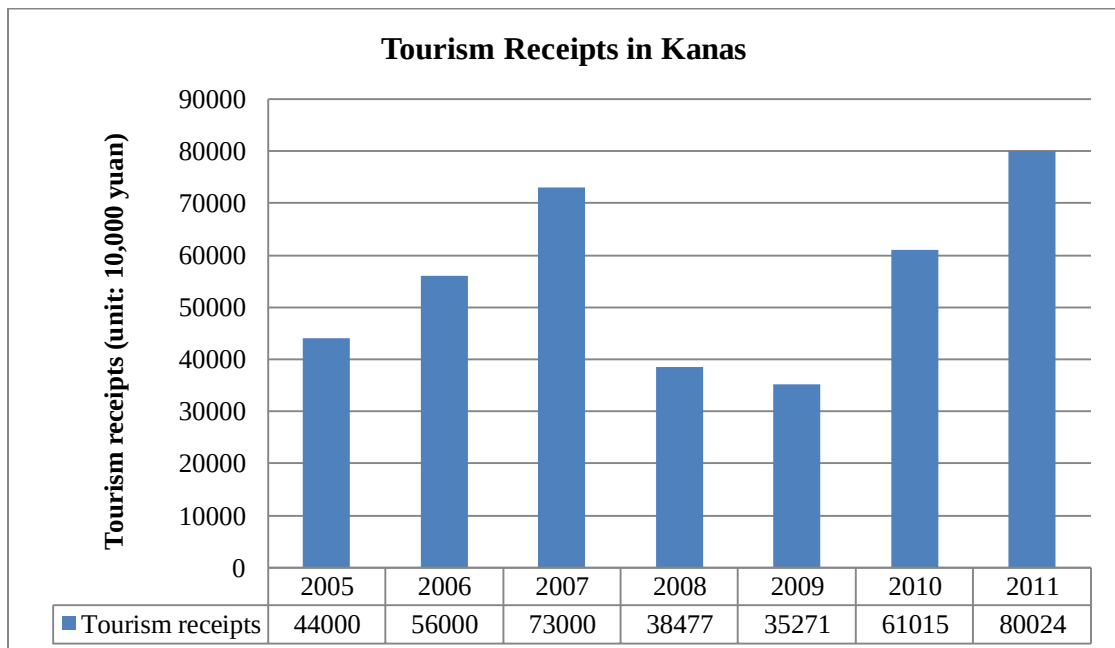
Note: Kanas is featured by strong seasonality. The data shown in the above diagram is for the period from January to October; the figures shown in the diagram represent the number of people entering Kanas without double-counting the number of tourists found in each Kanas scenic spot.

⁵ This data is counted on a person-time basis. The total number consists of number of tourists in every scenic spot of the great Kanas zone.

Figure 3-1 Total Number of Tourist Arrivals from 2005 to 2011

Note: Kanas is featured by strong seasonality. The data shown in the above diagram is for the period from January to October.

Source: Kanas Management Committee

Figure 3-2 Statistical Data Related to the Total Number of Tourists to Kanas from 2005 to 2010

Source: Kanas Management Committee

Note: Kanas is featured by strong seasonality. The data shown in the above diagram is for the period from January

to October.

Figure 3-3 Kanas Tourism Receipts from 2005 to 2011

3.2 Economic Contribution of Tourism to Destination Community

3.2.1 Tourism Has Increase the Community's Direct Economic Income and Job Opportunities

Kanas Management Committee offer direct cash subsidy to the administrative villages and towns subject to Kanas. This subsidy is from tourism receipts.

In the supplemental agreement signed between the management committee and local residents, residents in Hemu village, Kanas village, Baihaba village and Tiereketi village can receive 5000 yuan/person, 10000 yuan/person, 4000 yuan/person, and 1730 yuan/person respectively each year. According to the supplemented agreement, if the ticket commission exceeds this number, the subsidy will be given according to the actual amount payable; if the commission is lower than this number, the management committee shall make up the number before distributing the subsidy to the local residents.

3.2.2 Homogeneous Competition is Common among Tourism Enterprises within the Community

- ✧ **The commercial form in the scenic zone is monotonous, and homogenization is obvious**

We conclude the types of stores in Hemu village, Kanas village and Baihaba village in 2011 by means of the materials provided by Kanas management committee. See figure 3-4 (see 5.4 Tourism Service for details about commercial form within the scenic zone). It can be seen from the figure that the most important business modes in Kanas is catering and accommodation provision. 80% (160) of stores engages in these two businesses. The

commercial form is monotonous.

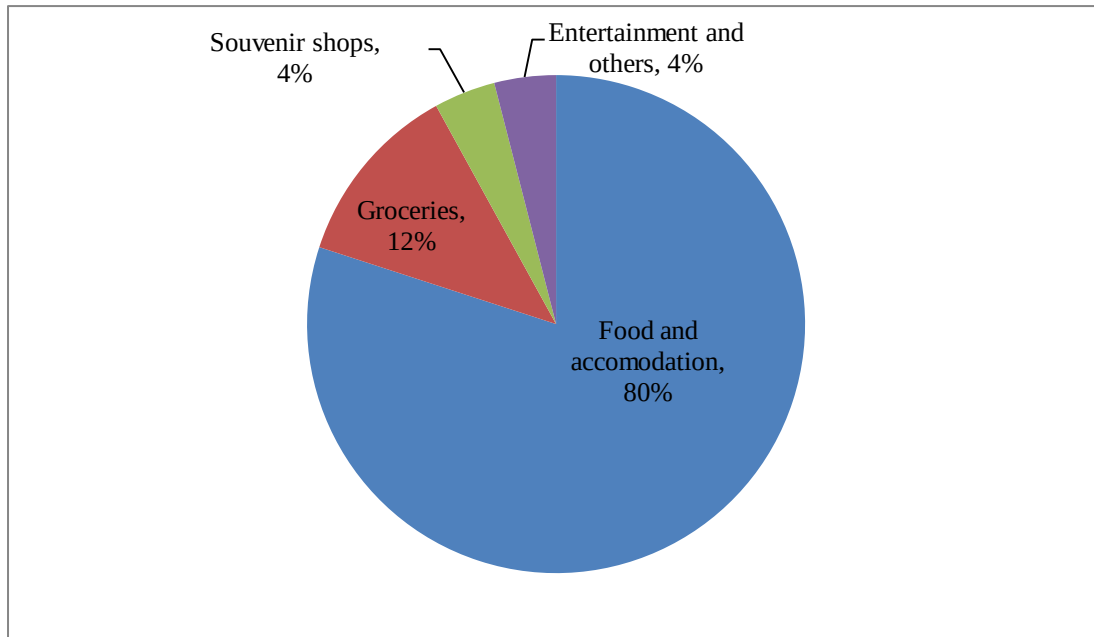
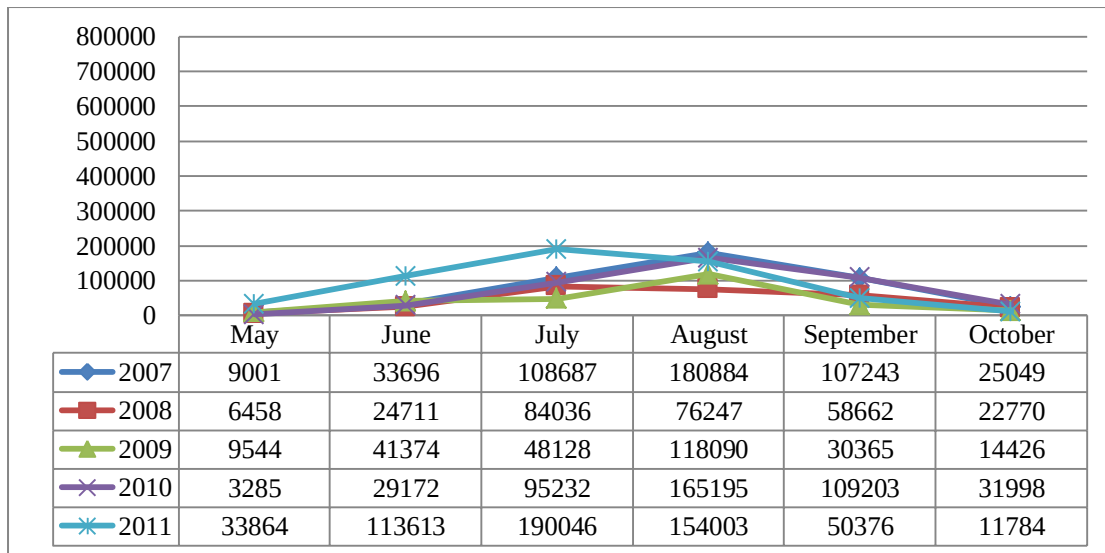


Figure 3-4 Pie Chart for Number of Stores Engaging in Different Business Forms in the Three Villages Of Kanas

3.3 Seasonality of Tourism: Clear Distinction between Hot Season and Off Season

Figure 3-5 shows the monthly number of tourists to Kanas from May to October during 2007 and 2010. It is clear from the figure that Kanas has strong seasonality. The tourist number in hot and off seasons changes so quickly in Kanas. The trend of number of tourists is featured by single peak.



Source: Kanas Management Committee

Note: As Kanas is in off season from November to December and from January and April, the number of tourists is small. The trend of number of tourists during this season is not included in the analysis scope. It is very hard to conduct a statistical analysis for this season due to lack of data.

Figure 3-5 Trend of Number of Tourists to Kanas from May to October during 2007 and 2011

3.4 Chapter Conclusion

Generally speaking, the tourism industry has become an essential economic pillar for Kanas. Tourists attracted to Kanas have brought direct economic benefits to Kanas. These benefits produce multiplier effect by other channels. At the same time, the tourism development has not only created more jobs for local residents and increased their daily income, but also provided a favorable growth environment for local tourism enterprises.

However, some problems exist in Kanas economic benefit from tourism. As Kanas is featured by obvious seasonality and is easily subject to outside policy interference, a large risk exists for its overdependence on ticket proceeds. As the competition among enterprises in the scenic zone becomes more intense, more problems are found, such as the dispute between local and outside business operators, price competition among, competing for customers by tour guides. All these will easily impact the image of the whole scenic zone. It is suggested that the scenic zone should develop more tourist projects in winter to adjust the tourism

seasonality and establish standards to regulate tour guides conduct for healthy competition.

4 Tourist Satisfaction

4.1 Basic Tourist Characteristics

4.1.1 Personal Information

- ✧ **Tourists from Xinjiang dominate the part in the survey and many tourists to Kanas are from economically-developed cities.**

Of 762 effective questionnaires, 732 tourists complete the information of residence place. According to the results made on provincial basis (figure 4-1), the source of tourists is diffuse.

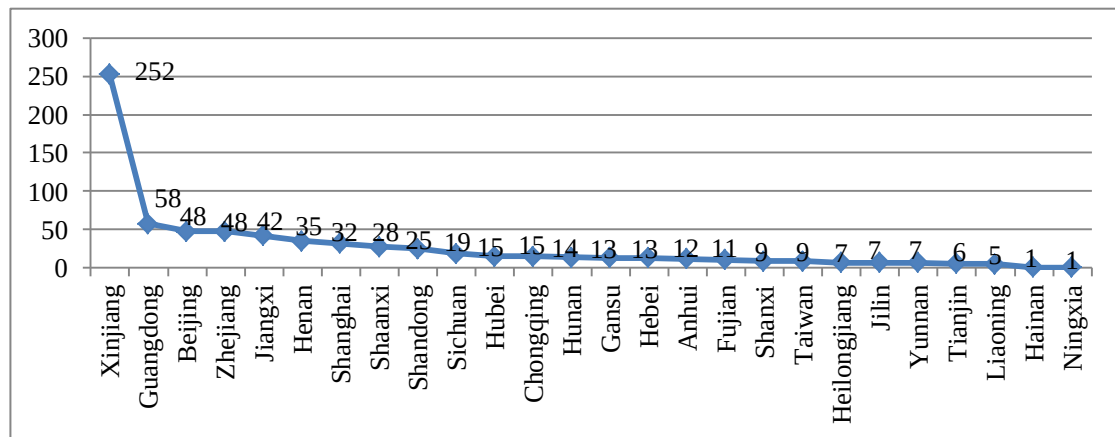


Figure 4-1 Frequency of Tourists of all Provinces

- ✧ **The sex ratio of tourists is harmonious**

Of 740 effective questionnaires in which the information about sex is completed, the percentage of male tourists and female tourists is 53.92% and 46.08% respectively (figure 4-2). The number of male tourists is slightly higher than the number of female tourists. The overall proportion is harmonious.

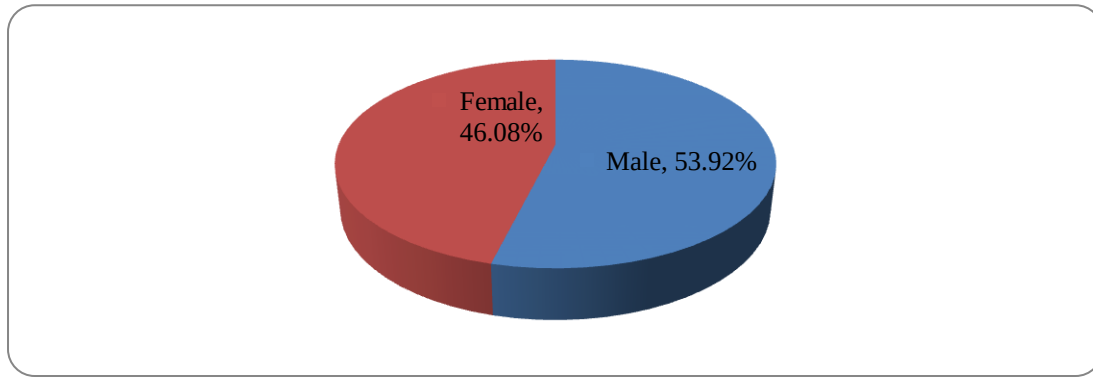


Figure 4-2 Sex Ratio of Tourists

✧ **Many tourists are young and elderly tourists are in the minority.**

Of 743 effective questionnaires in which the information about age is completed, most of tourists (367) are at the age of 22-44, accounting for 49.4% of the total number; only 12 tourists are over 65, accounting for 1.6% (figure 4-3).

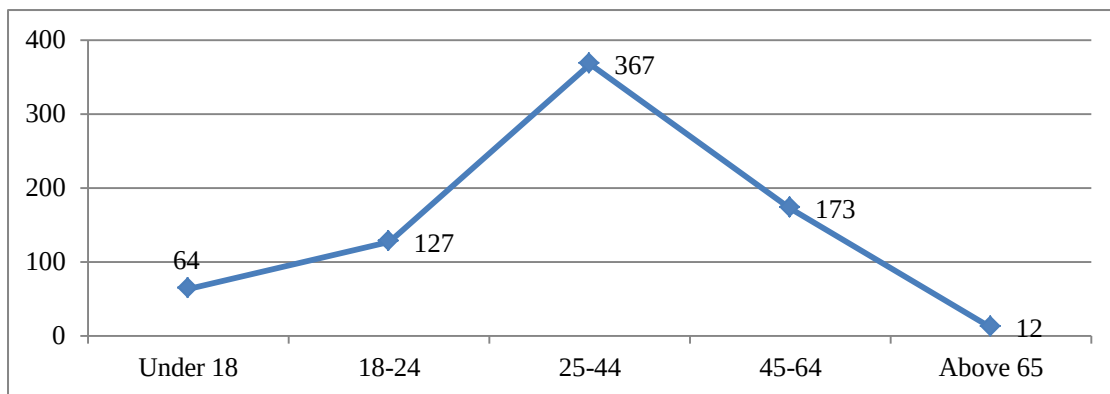


Figure 4-3 Frequency of Ages of Tourists

✧ **The educational level of tourists is relatively high**

Of 738 effective questionnaires in which the information about educational level is completed, the overall education level of tourists is relatively high; 335 tourists were graduated from universities, accounting for 45.39% and 149 were graduated from junior colleges, accounting for 20.19%; It can be seen from the cross-over analysis on age and educational level via SPSS17.0 (table 4-1) that tourists with primary school degree and secondary school degree are mostly under 18. In other words, the educational level of this part of tourists is age limited. Generally speaking, the education level of tourists to Kanas is high.

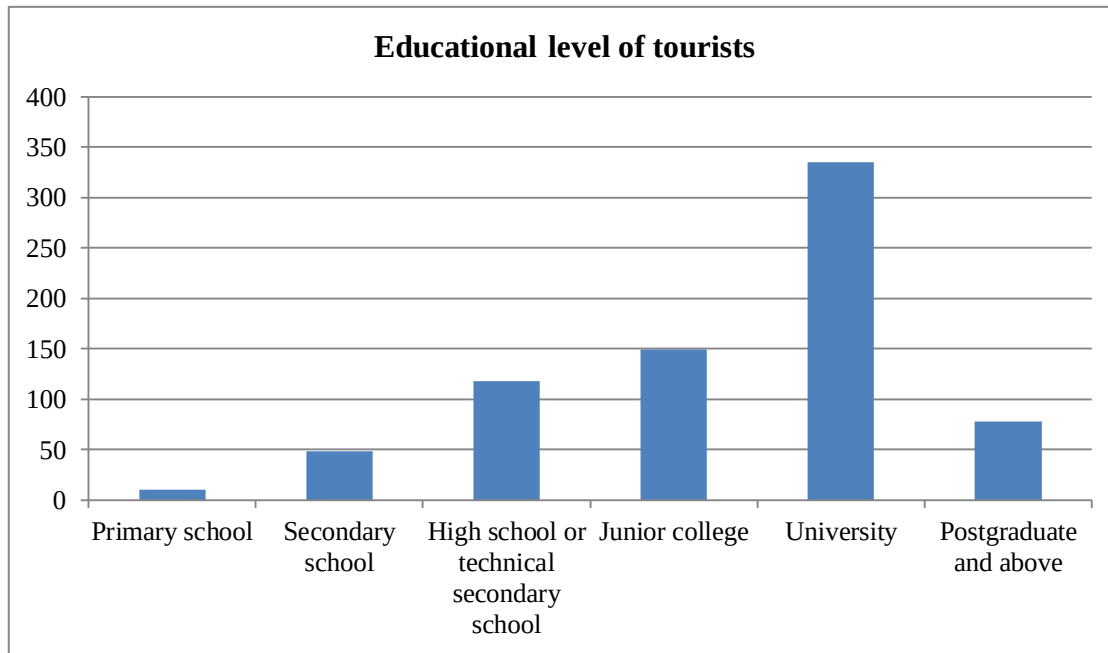


Figure 4-4 Educational Level of Tourists

Table 4-1 Statistical Table for Tourists' Educational Level * Age

Educational level Age	Primary school	Secondary school	Secondary high school or technical secondary school	Junior college	University	Postgraduate and above	Total
Under 18	9	26	28	0	1	0	64
18-24	0	1	20	20	78	8	127
25-44	0	12	37	87	177	50	363
45-64	1	8	29	41	75	17	171
Over 65	0	1	3	1	4	3	12
Total	10	48	117	149	335	78	737

✧ **The occupational distrubution is centralized**

Of 728 effective questionnaires in which the occupation information is completed, the occupation distribution of tourists is centralized. Tourists (244) working in government

organization or public institution dominate the role, accounting for 30.3% (figure 4-5).

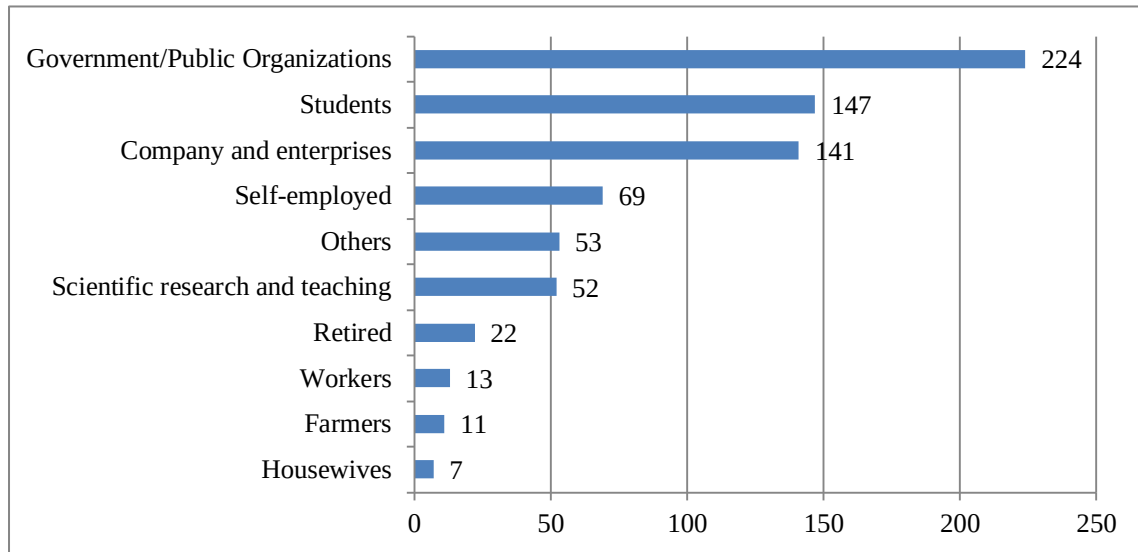


Figure 4-5 Types of Tourist Occupations

4.1.2 Travel Information

✧ **Most of the tourists travel Kanas for the first time and the revisit rate is low.**

Of 762 effective questionnaires, 641 interviewees come to Kanas for the first time, accounting for 84.1%; Interviewees coming to Kanas for the second time or more only account for 15.9%. The revisit rate is low in Kanas (figure 4-6).

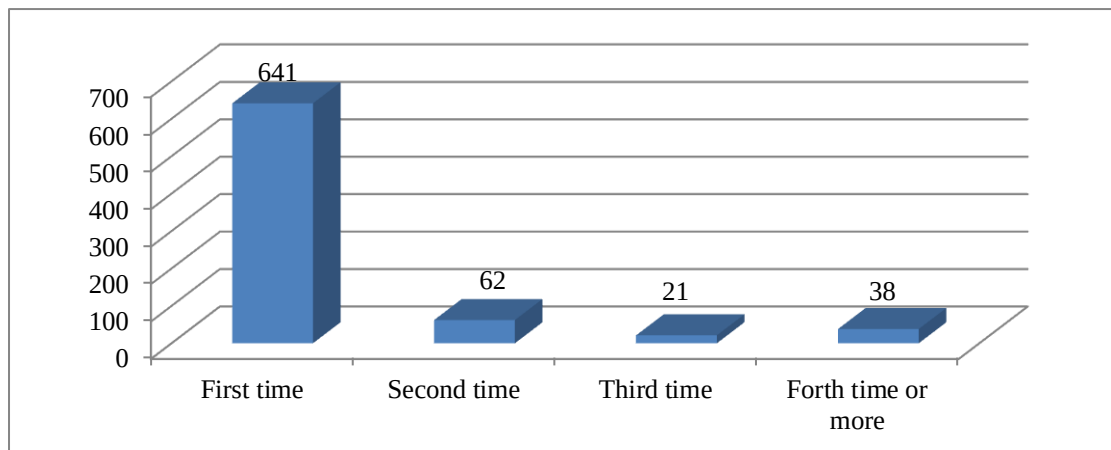


Figure 4-6 Number of Times to Visit Kanas

- ✧ **Most of tourists go there through package tour, and the percentages of tourists going there through company arrangement or DIY tour are basically equal.**

Generally speaking, most of tourists go there through package tour. A certain number of tourists go there through company arrangement and DIY tour. These three travel modes constitute 95% of number of tourists to Kanas. Other travel modes include 'go for meeting and field investigation' (3.7%) and others (1.3%) (figure 4-7).

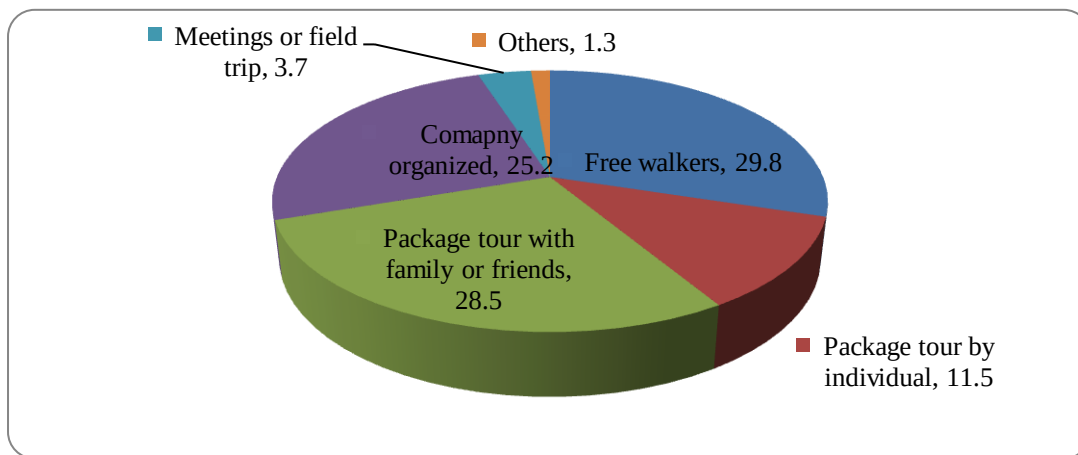


Figure 4-7 Tourists' Travel Modes

- ✧ **The source of travel information is mostly from friends and relatives or internet and TV.**

In general, relatives and friends recommendation, internet and TV are three major channels to acquire Kanas information. Administrator needs to attach importance to these three aspects in the future. At the same time, the travel agencies and publishing houses shall intensify efforts to promote Kanas travel (figure 4-8).

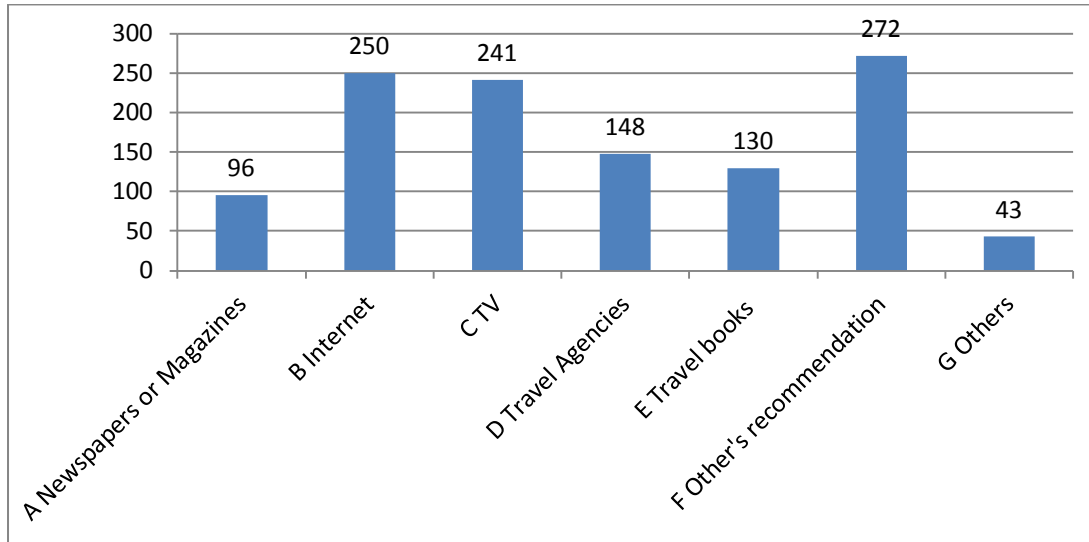


Figure 4-8 Channels to Acquire Travel Information

4.2 Evaluation of Tourism Experience

4.2.1 Evaluation of Tourism Service

✧ **Tourist satisfaction with tourism service is relatively low**

Tourist satisfaction with tourism service in the scenic zone is relatively low compared with the above two satisfactions. In the questionnaire, tourist evaluation of tourism service includes 11 sub-items. See table 4-2.

Table 4-2 Statistical Table for Tourist Evaluation of Tourism Service in the Scenic Zone

	1	2	3	4	5	Average
Easy access to Kanas scenic spot	4.57%	10.94%	24.79%	35.32%	24.38%	3.64
Convenient and timesaving internal transportation	3.88%	13.71%	26.59%	33.93%	21.88%	3.56
Reasonableness of transportation fares	8.19%	19.31%	35.28%	24.58%	12.64%	3.14
Diversified accommodation facilities	5.11%	16.99%	39.64%	24.17%	14.09%	3.25
Diversified food and high food quality	10.06%	21.07%	39.94%	17.22%	11.71%	2.99

	1	2	3	4	5	Average
Reasonableness of food and accommodation prices	10.15%	21.70%	39.36%	19.47%	9.32%	2.96
Reasonableness of ticket price	7.37%	19.19%	36.58%	25.03%	11.82%	3.15
The tourism commodities are of local characteristics.	4.46%	16.02%	37.74%	26.32%	15.46%	3.32
Reasonableness of tourism commodity price	6.46%	18.82%	43.54%	20.79%	10.39%	3.1
Rich entertainment activities	5.02%	19.53%	40.31%	22.32%	12.83%	3.18
Reasonableness of price to pay for entertainment	5.53%	18.44%	45.53%	20.99%	9.50%	3.1
General state	6.44%	17.79%	37.18%	24.57%	14.02%	3.22

Note: Strongly agree is 5 and agree is 4; neutral is 3; disagree is 2 and strongly disagree is 1.

It can be seen from the table that the tourist evaluation of tourism service in Kanas is not good. Generally speaking, the average of tourist satisfaction with tourism service is 3.22. Compared with the evaluation result of tourism resources in table 4-4 and the evaluation result of tourism environment in table 4-5, the average of tourism service is low.

4.2 Satisfaction Indicator at the Time of Departure: Satisfaction and the Willingness to Revisit and Recommend Are High

Many tourists to Kanas say that their expectations are met and only 22.4% think that Kanas is lower than their expectations. Generally speaking, the expectations of a majority of tourists are satisfied. The reason for those who are not satisfied lies in poor tourism service (figure 4-9).

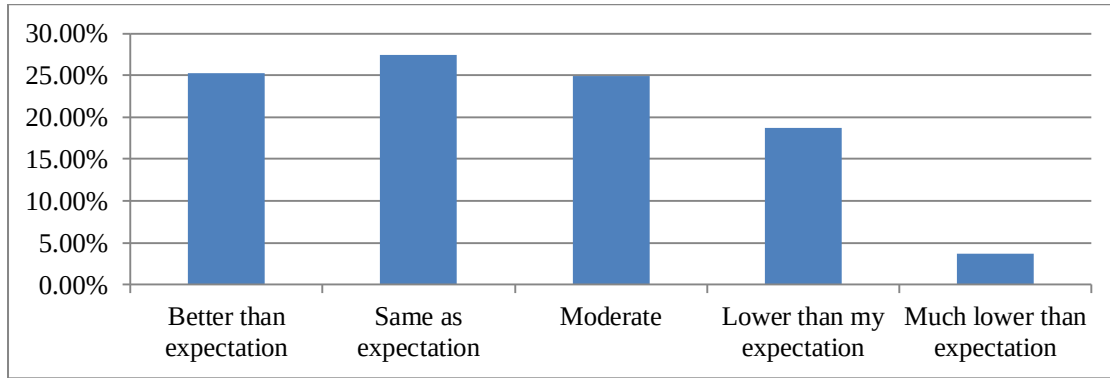


Figure 4-9 Difference between Experience and Expectation

✧ **Many tourists express their willingness to revisit**

In the survey, 364 tourists say that they are willing to revisit Kanas, accounting for 48.1%, and 93 are not willing to do so, accounting for 12.29%. The remaining 300 are not sure whether they will come again, accounting for 39.6% (figure 4-10).

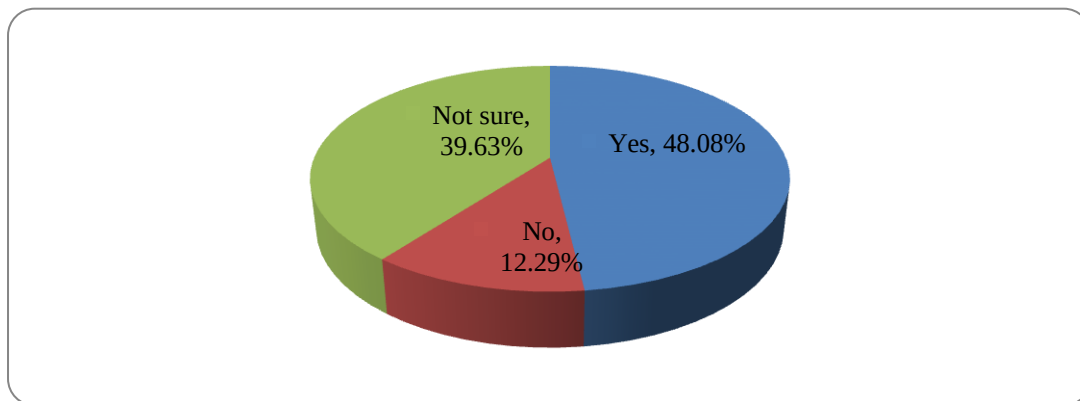


Figure 4-10 Willingness of Tourists to Revisit

✧ **The willingness to recommend Kanas is strong**

In the survey, 630 tourists are willing to recommend Kanas to their relatives and friends, accounting 85.9% and 37 are not willing to do so, accounting 5%. The remaining 66 are not sure whether they will do so, accounting for 9% (figure 4-11).

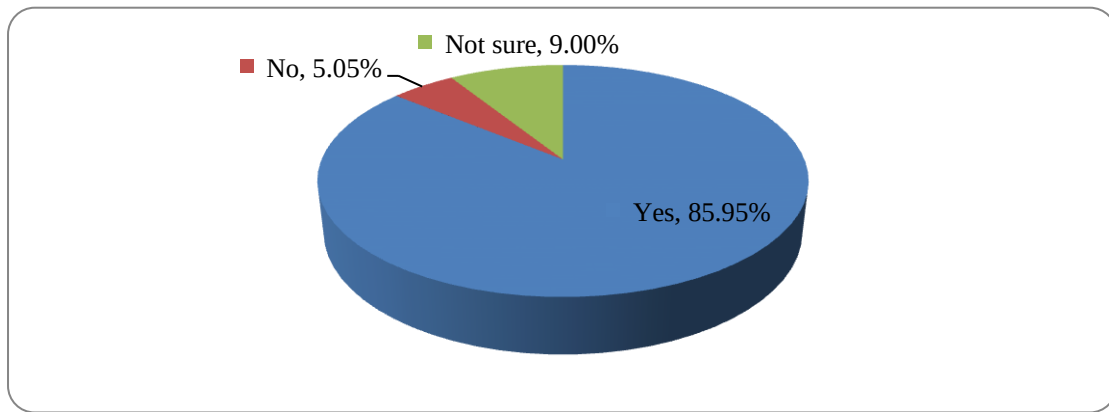


Figure 4-11 Willingness of Tourists to Recommend

5 Tourism Products and Services

5.1 Tourism Purposes Analysis: the Purposes Are Centralized on Several Points

Through analysis of the tourist questionnaires collected, the tourism purposes of tourists to Kanas are analyzed as follows (figure 5-1).

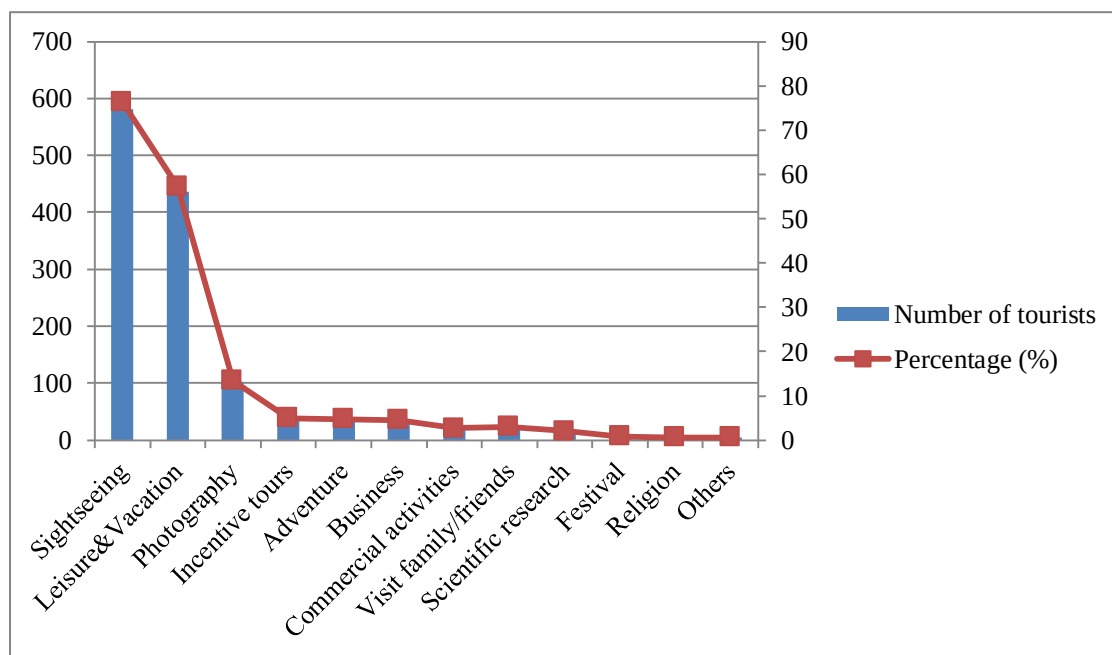


Figure 5-1 Analysis on the Tourism Purposes of Tourists to Kanas

It can be seen from figure 5-1 that most of tourists come to Kanas for sightseeing, vacation and photography, accounting for 76.25%, 57.35% and 13.39% of total number respectively.

5.2 Tour Routes (Product Selection)

- ✧ The number of tourists in major scenic spots and accessibility are closely interrelated.

According to the number of tourists received per year in Kanas, we select five core scenic zones (spots) for survey from the above tourism product system and tour routes: Kanas lake,

Jiadengyu, Hemu village, Baihaba village and Naren grasslands, and know the number of tourists to other scenic spots of Kanas through interview. The results upon survey and interview are as follows (see table 5-1 and figure 5-2):

Table 5-1 Number of Tourists to the Core Scenic Zones (Spots) of Kanas

Scenic zone (spot)	Number of tourists	Ratio (%)	Ranking
Kanas lake	702	92.13	1
Hemu village	509	66.80	2
Jiadengyu	479	62.86	3
Baihaba village	325	42.65	4
Naren grasslands	111	14.57	5

Source: Questionnaires for sustainable tourism development of Kanas. 762 questionnaires are effective.

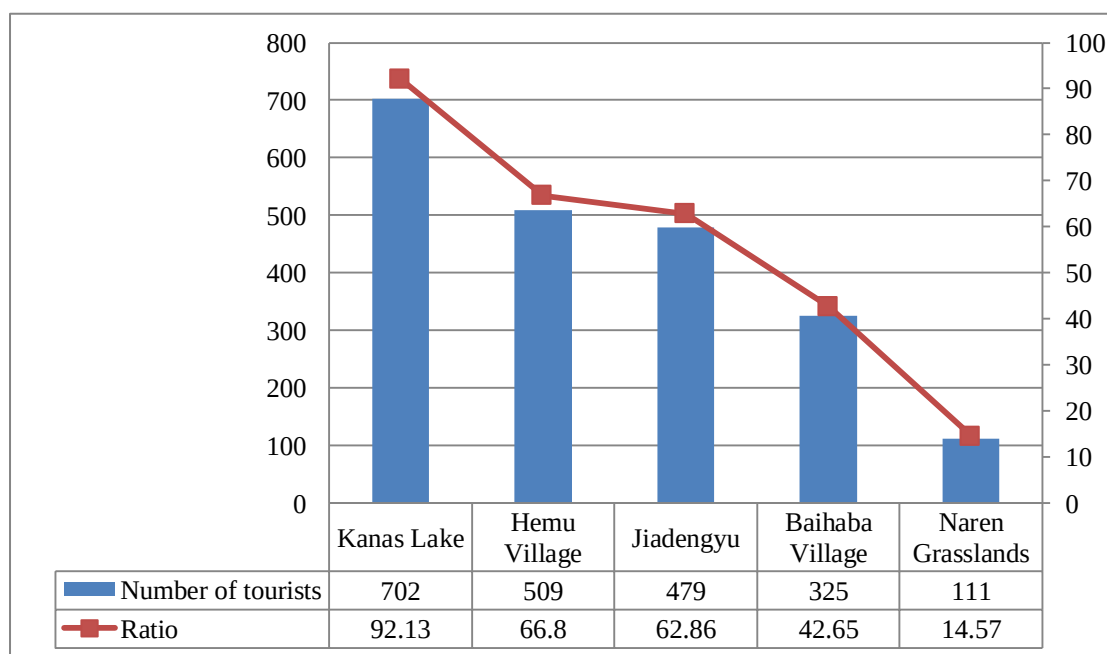


Figure 5-2 Number of Tourists to the Core Scenic Zones (Spots) of Kanas

5.3 Tourism Services

5.3.1 Tourism Service Scope Provided in Kanas

At present, the tourism services provided in Kanas include: catering, accommodation (star hotel, family inn, youth hostel, and yurt), native food (dry yoghurt, fermented milk, yoghurt, etc.), handicraft articles (Gobi jade, Ehe stone), clothes and leather (native costume and leather), entertainment (home visit and bar), transportation (interzonal vehicle and horse), postal service and other related tourism services.

5.3.2 Strong Quality Assurance Measures for Tourism Services

(i) Set up Altay Consumer Association (Kanas branch), and three “consumers’ right protection service stations” in Jiadengyu, Hemu and Baihaba thereunder to further optimize the consumption environment. (ii) Intensify efforts for training to improve the tourism employee’s service awareness and level and offer more than 20 trainings on horses, home visit, catering service, and introduction and safe driving of interzonal vehicle. More than 3500 persons have been trained. (iii) Set up 13 tourism stations under the tourism bureau of the scenic zone to be responsible for tourist and vehicle guidance, consulting service, complaint handling, interzonal vehicle dispatch, tourism order maintenance, and emergency handling in each node. (iv) Strengthen the management of passenger transportation market, establish a passenger transfer center at the lower outlet of Kanas lake, set up ticket offices for interzonal vehicle and horse to avoid buy and sell tickets under coercion, swindling money out of customers and other uncivilized conducts.

5.4 Protection of Destination Image

Destination image plays an important role in its development.

5.4.1 Tourism Image of Kanas: the Image Becomes Increasingly Distinctive

Kanas depends on beautiful natural landscape and human landscape to create a tourism image of “perfect pure land” and improve its reputation and attract more and more tourists by continuously developing new tourism products, improving service quality and enhancing marketing promotion. It has won many honors since its development (see table 5-2).

Table 5-2 Honors Won by Kanas

Time	Honors
2001	AAA tourist attraction and national civilized tourism demonstration site;
October 2002	Chinese and biosphere network;
August 2003	Chinese Photographers Society Creation Base;
September 2003	National forest park;
December 2003	National geographic park;
2005	One of five most beautiful lakes in China; One of six most beautiful ancient towns and villages in China; Top 10 scenic spots of West China;
April 2006	Top 50 Chinese destinations for foreigners (Gold award);
May 2007	One of the 5A tourist attractions in China;
December 2007	Favorite tourist destination among Chinese youth in 2007;
2008	Xixiakou . Favorite tourist destination among Chinese youth in 2008; The most beautiful Chinese tourist attraction; Top 10 lakes in China; The most beautiful ancient village and town in China;
2009	Favorite tourist destination among Chinese youth in 2009; Most desirable place in China; Top 10 lakes in China; Top 10 most beautiful ancient village and town in China;

Time	Honors
	Top 18 most beautiful sceneries in China;
2010	National low carbon travel experimental area; Top 10 Chinese tourist destinations in 2010; Top 10 most beautiful autumn sceneries in China;
2011	Home of skiing of Xinjiang; Top 10 most charming resorts in China; Most favorite tourist destination in 2011; First national barrier-free card transaction scenic spot in Xinjiang; Popular science base of land resources;

Source: Related work report of Kanas Management Committee

6 Tourism Planning and Control

6.1 Integration of Tourism Industry and Regional Planning

6.1.1 Current Tourism Planning or Strategy: Strong Enforcement

From the tourism development history, eight plans were designed for Kanas. The influential plans include *Tourism Development Planning for Kanas National Natural Reserve and Its Surroundings in Altay, Xinjiang* prepared by Tongji University in 2000, *General Planning for Kanas Lake* prepared by China Academy of Urban Planning and Design in 2004 and *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)* prepared by Sun Yat-sen University in 2006.

The tourism planning implemented by Kanas now is *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)* prepared by Sun Yat-sen University in 2006. From the strategic point of view, the planning occupies a total area of about 10,030 square kilometers (see figure 6-1). It covers Kanas and its surrounding scenic spots and takes 48°13' north as the southern border, including part of administrative regions in Hemu village, Kanas village and Baihaba village and Kanas national natural reserve. Southern part of second arm of Kanas Lake, Kanas river valley, Baihaba village, and Naren grasslands are also included in the planning.

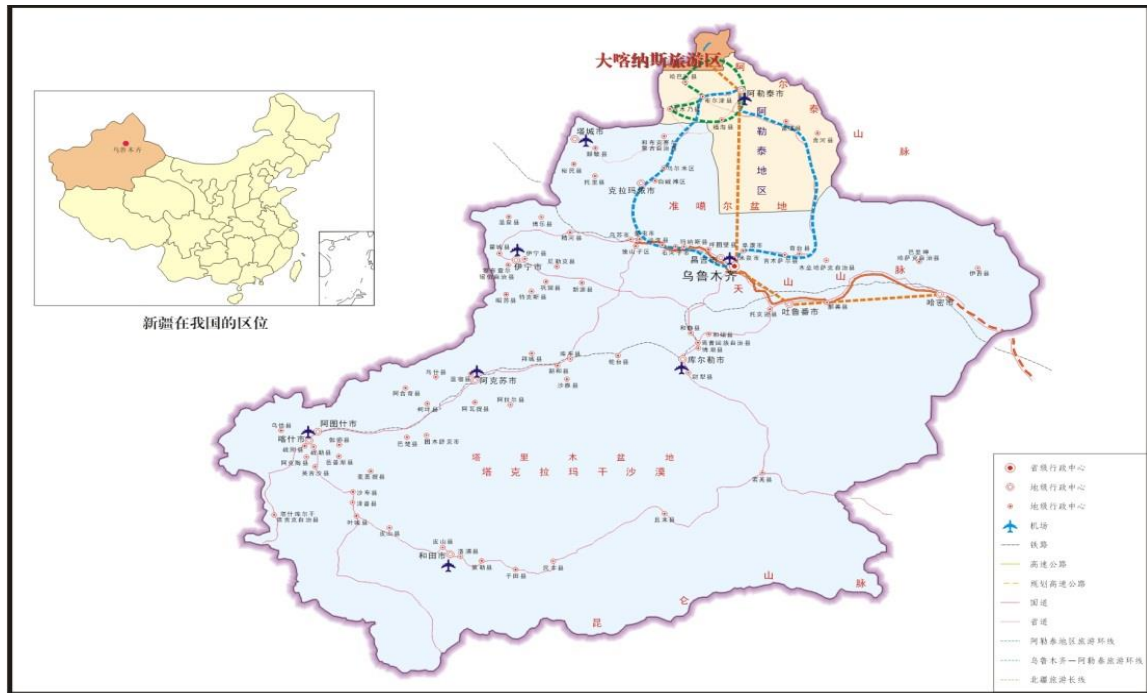


Figure 6-1 Planning Scope of Kanas

6.1.2 Public Participation in Planning

For the public participation in the process of planning preparation, as mentioned in the recent *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)* prepared by Sun Yat-sen University in 2006, the planning group made a survey among the core interested parties (such as government departments, tourism enterprises, local residents and tourists) in the planning area during the preparation, and analyzed some typical cases to understand the general situation of Kanas tourism development.

For the public participation in the process of Kanas planning implementation, as mentioned in the *Tourism Development Planning for Kanas National Natural Reserve and Its Surroundings in Altay, Xinjiang* prepared by Tongji University in 2000, “to prevent Kanas lake pollution, we must move the large-scale comprehensive tourism base out of Kanas mountain villa and Kanas village to Jiadengyu to satisfy the limited needs for food, entertainment and shopping”. The government took a lead and cooperated with tourism enterprises during the subsequent planning implementation to establish the tourism base in Jiadengyu. The *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)* prepared by Sun Yat-sen University in 2006 covers the administrative

regions in Hemu village, Kanas village and Baihaba village and Kanas national natural reserve and define the coverage as the “great Kanas zone”. During the subsequent implementation, the government set up Kanas management committee. Under the guidance of the committee, a large number of accommodation facilities were moved to Jiadengyu. It also manages the tourism activities within the great Kanas zone on a unified basis. On one hand, it limits the business activities of tourism enterprises in Kanas, on the other hand, it offers subsidy to local community residents.

6.1.3 Planning Monitoring: Monitor the Planning Step by Step

According to *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)*, the future tourism development of Kanas is divided into three terms: short term (2006-2010), middle term (2010-2015) and long term (2015-2020). The planning also describes the development objectives at different terms. See table 6-1 for major planning objectives.

Table 6-1 Tourism Planning Objectives

Objectives	Short term	Middle term	Long term
Number of tourists	Control the annual number of tourists within 600,000.	Control the annual number of tourists within one million.	Control the number of tourists within reasonable limit (the number of tourists received is unknown)
Tourism receipts	Take the number of tourists as a basis. When the number reaches 1 million person-time, the ticket proceeds will be 320 million yuan. Bring along the related industry of 14.72 billion yuan.		
Community	Shake off poverty. Increase the farmer's	N/A	10,000 – 12,000

Objectives	Short term	Middle term	Long term
resident income	average annual income to 2,945 yuan		yuan
Facilities	Accommodation: 8,000 beds; Transportation: A multiple track between Jiadengyu and Kanas lake outlet; a motorway between Hemu and Jiadengyu; a motorway for Beiliuti – Akeshala-Hetanasi- Tiereketi; and a motorway between Hailiutan and Huji'erte will be completed. Communication: Program-controlled telephone exchange facility for Jiadengyu, Kanas lake outlet area, Hemu village and Baihaba will be done; Power: Power grid construction in major nodes such as Jiadengyu, Kanas lake outlet area, Hemu village and Baihaba will be completed. Environment protection: Environment protection facility and wastes (solid, liquid, gas) handling system in the planning area will be completed.	Control the number of beds within 15,000.	A complete set of improved functional facilities will be formed for the national park.

Source: *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)*

It is seen from table 6-1 that the major tasks in the short term focus on two aspects – replenishment and adjustment. The main objective is to regulate the management system within the tourist area, develop different plans and detailed management documents, and handle the matters concerning demolition and renovation. In the long run, the objective is to form a

complete set of functional facilities for national park in west China.

6.2 Tourism Development Control: Rational Control

6.2.1 Control Procedure

Kanas has related land utilization control plans for specific scenic zones. In *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)*, the Kanas is divided into several functional districts and guidelines on land utilization are provided. Kanas management committee also implements related standards to limit the development within Kanas: Project which affects, pollutes and damages the environment and affects sightseeing is prohibited in the protection zone.

The land utilization is administered at different zones and levels. The core area emphasizes natural conservation. In the defined low sensitive area, the tourism facilities are arranged in a centralized way to avoid disorder management and facilitate centralized control and handling of tourism impacts. The production and living activities within scenic zone is under rational control.

Large scale natural resource development such as mining and woodcutting is prohibited. Expansion of husbandry scale is not allowed in principle and industrial transfer is advocated. These restrictive conditions ensure that the tourism development within the scenic zone complies with the environmental protection regulations of national construction projects as well as the requirements of evaluation of environmental impacts.

6.2.2 Implementation

Kanas management committee, upon its establishment, implemented the advices provided in *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)*. According to the planning design, the major reception base of Kanas lies in Jiadengyu, and the large accommodation facility at the lake outlet will be moved to Jiadengyu tourism service area. In view of this, the committee

designed *Demolition Plan for the Lower Lake Outlet of Kanas*. See table 6-2 for main buildings removed. Though the demolition work has not been thoroughly done due to various interventions, the framework to the demolition plan is basically achieved and the planning of scenic zone is well-implemented.

To further implement the Kanas planning, the Center for Tourism Planning & Research, Sun Yat-sen University evaluated the implementation of Kanas planning in 2010 and began to revise *General Planning for Great Kanas zone (2005-2020)* in 2012 to tackle the new problems appeared in the process of scenic zone's development.

Table 6-2 Buildings Demolished in Kanas from 2006 to 2010

Name of building	Name of building
Mountain villas around Kanas lake	Huarui mountain villa
Campfire area (Yurts around lake)	Guesthouse of food bureau
Jianyuan mountain villa	Kanas traffic police reception station
National customs garden	Eight shopping houses
Linhai mountain villa	Kanas fast-food restaurant
Yunfeng mountain villa	Former performance hall
Kanas management bureau office and dormitory	Pingtai wooden house
Huaguang electric power mountain villa	Pingtai brick house
Bilu mountain villa	Erhe villa
Western style campfire	Fengwe mountain villa
Guesthouse of industrial and commercial bureau	Pingtai electric power hotel
Buildings of Ren's and Hong's	Beichen villa
Lanhu hotel	Kanas tertiary power station
Mountain villa for staff of Karamay petroleum bureau	Red Cross clinic
Shuiyuan mountain villa	Nursing house for veteran cadres

Source: Kanas management committee

6.3 Tourism Transportation: the Transportation System Is in the Process of Improvement

6.3.1 Easy Access

Now, there are three ways to get to Kanas: by plane (airport), by train (railway) or by car (road).

Tourists can get to Kanas from Urumqi international airport, Altay airport and Kanas airport. Urumqi international airport is the gateway airport of Xinjiang. Tourists to other regions of Xinjiang must transfer to other flights at this airport. Altay airport is an important point to access to Kanas. Located at 12 kilometers away at the southern suburbs of Altay, it connects with national highway 216 and is 120 kilometers away from Burqin county. As the gateway airport of Kanas, Kanas airport is located within the Kanas scenic zone, and is about 40 kilometers away from Jiadengyu reception center and 74 kilometers away from Burqin county. Typically, there are two flights between Urumqi and Kanas each day. Upon arrival, tourists need to take an airport bus to Jiadengyu reception center.

Tourists can get to Kanas from two railway stations – Urumqi station and Beitun station. Urumqi station is the main hub of Xinjiang railway. Many tourists going to Xinjiang by train need to transfer to other train at this station. Beitun station is the nearest station to Kanas. It is about 83 kilometers away from Burqin county, and takes about 4 hours to get to Kanas.

Tourists at Kanas may get to other major cities through national highway 216 and national highway 217 from Burqin county-Kanas road (class 3). Table 6-3 shows the major highways to Kanas and their technical classes. Table 6-4 shows the traffic capacities of the highways to Kanas.

Table 6-3 Technical Classes of Main Highways to Kanas

Code	Names of starting point and terminal		Total highway mileage	Technical state of the highways		
	Starting point	Terminal		Class 2	Class 3	Class 4
National highway						
G216	Altay	Balguntay	454.207	85.932	368.28	
G217	Altay	Kuqa	253.505	23	230.51	
Provincial highway						
S227	Haba river	Burqin	57.231	57.231		
S229	Jeminay	Heishantou	85.079	5.729	79.35	
S232	Kanas	Burqin	161.81		132.97	28.839
S318	Beitun	Emin	120.1	120.1		
S319	Beitun	Jeminay	188.558	25.785	162.77	

Source: *Transportation Planning for Great Kanas zone (2006-2020)*

Table 6-4 Traffic Capacities of Main Highways to Kanas

Code	Highway mileage (kilometer)	Technical class	Number of lanes	Basic traffic capacity pcu/h	Designed traffic capacity pcu/h	pcu/d Annual average traffic volume per day
G216	85.932	Class 2	Double lane	2500	1600	15000
G216	368.275	Class 3	Double lane	1300	700	6000
G217	23	Class 2	Double lane	2500	1600	15000

G217	230.505	Class 3	Double lane	1300	700	6000
S227	57.231	Class 2	Double lane	2500	1600	15000
S229	5.729	Class 2	Double lane	2500	1600	15000
S229	79.35	Class 3	Double lane	1300	700	6000
S232	132.971	Class 3	Double lane	1300	700	6000
S232	28.839	Class 4	Double lane	1200	400	2000
S318	120.1	Class 2	Double lane	2500	1600	15000
S319	25.785	Class 2	Double lane	2500	1600	15000
S319	162.773	Class 3	Double lane	1300	700	6000

Source: *Transportation Planning for Great Kanas zone (2006-2020)*

Generally speaking, Kanas is not easy to access. The distance between the tourist destination and main airports or distribution center is far. Many tourists need to arrive in Burqin County before reaching Kanas, but the county is over 160 kilometers away from the core area of Kanas. The highway classification is not good, the road capacity is low and traffic speed is slow.

6.3.2 Means of Transportation Chosen by Tourists: Combined Transportation

According to the questionnaires (figure 6-2), most of tourists arrive in Kanas by car (30.18% by passenger bus and 23.49% by self-driving). About 30% of tourists go there by plane. Only a few (3.94%) go there by train. As Kanas is at remote area and not easy to get through to. Many tourists outside Xinjiang choose more than one means of transportation to go there. For example, they will first fly to Urumqi or Altay, and then take a passenger bus to Kanas.

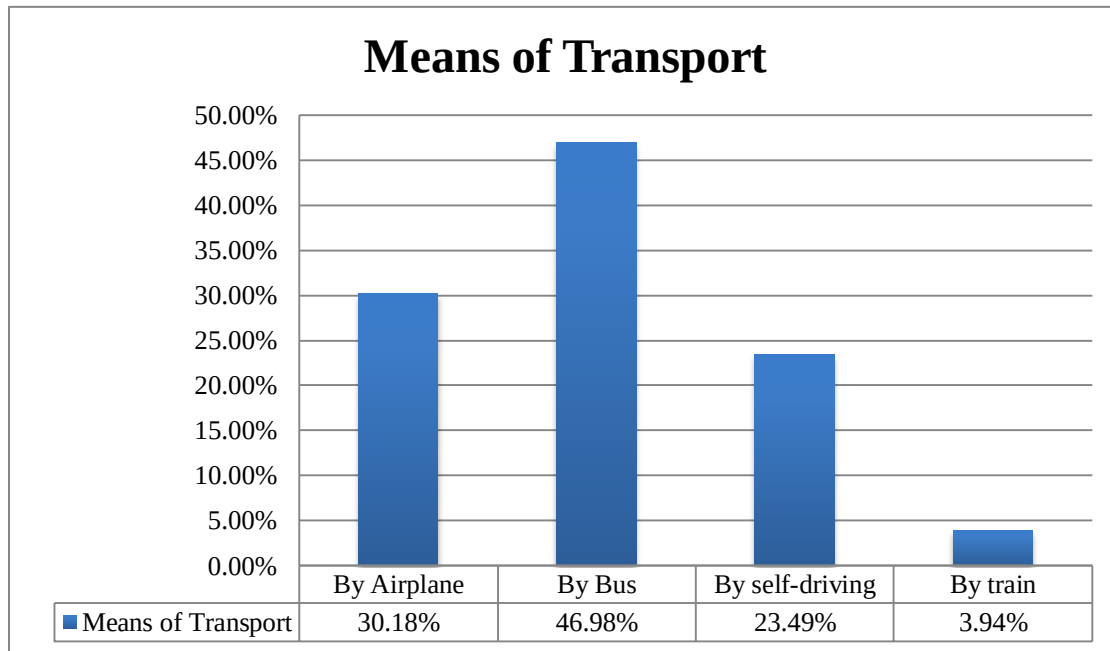


Figure 6-2 Diagram of Means of Transportation for Tourists

6.4 Chapter Conclusion

Generally speaking, Kanas has now a scientific tourism development plan which is supported by the government and public. Under the plan guidance, Kanas tourism development is under control. Its defined control standards, reasonable capital management, strong enforcement and timely plan evaluation and revision guarantee the sustainable tourism development of Kanas. Though the accessibility is limited due to the objective conditions of border areas, it is conducive to developing more value-added tourism projects thanks to long travel time and length of stay. Currently, the transportation facilities within the scenic zone have been basically completed. The monitoring result shows that tourists are satisfied with the transportation service quality, but complain about the price.

7 Health and Safety

7.1 Good Food Sanitation

As shown in figure 7-1, tourists pay moderate attention to food. According to the tourist complaints accepted and handled by the tourism bureau, only a few of them is related to food safety.

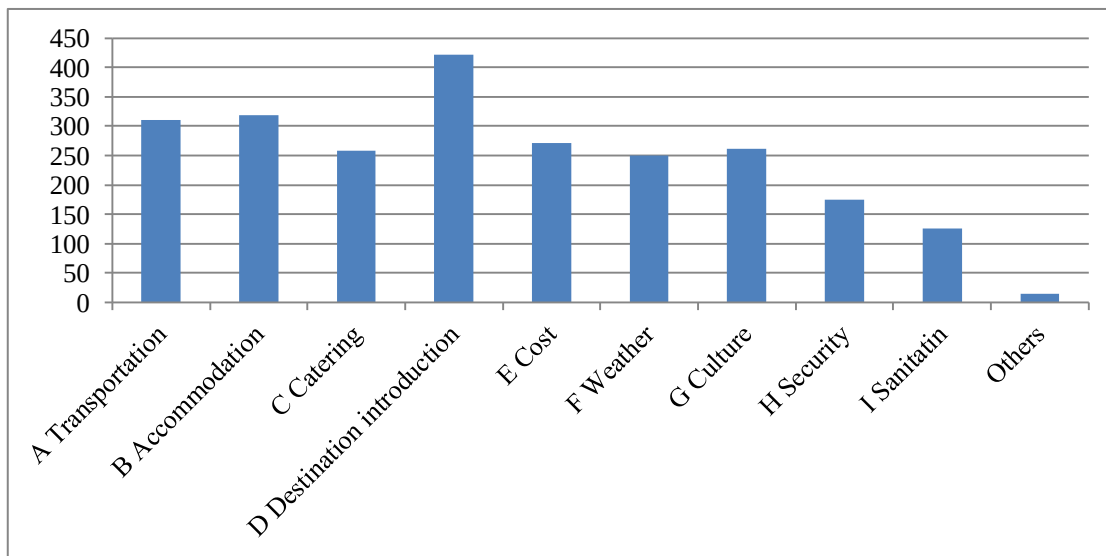


Figure 7-1 Kanas Information Most Wanted by Tourists

7.2 Environment Quality: Control and Protection

Environment quality not only exerts a potential and long-term impact on the physical and psychological health of tourists and residents in great Kanas zone, but also has a direct bearing on the tourist's experience quality.

7.2.1 Evaluation of Natural Environment Quality

As shown in figure 7-1, tourists tend to collect and learn more information about the destination, accommodation and transportation rather than local sanitary conditions. They concern about the weather change or climate difference and want to acquire more "weather"

information to prevent disease caused by weather.

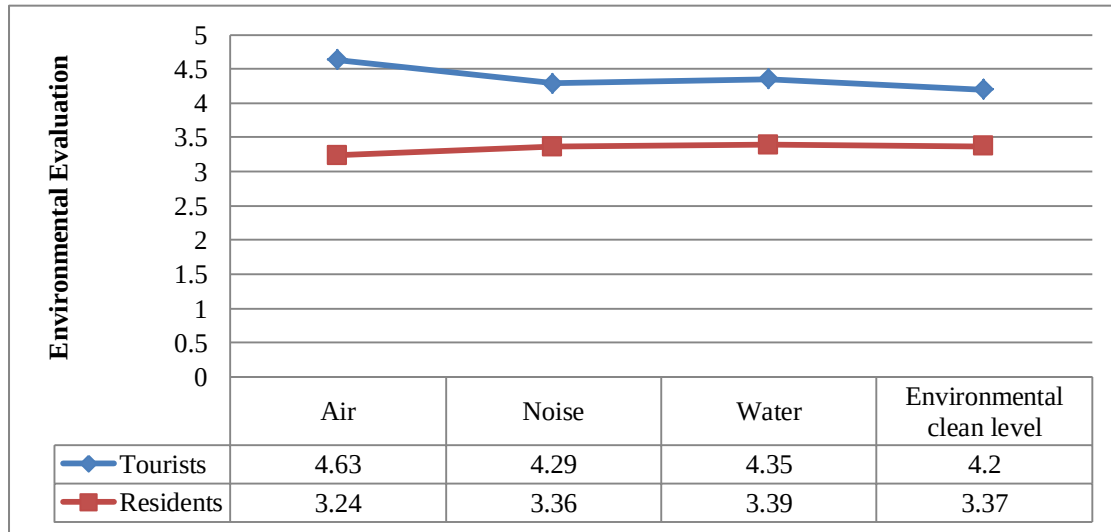


Figure 7-2 Evaluation of Destination's Environment Quality by Tourists and Residents

7.3 Community Health

Community health not only has a bearing on local residents, but also on tourists. In 2010, the supplementary immunization activity by vaccine was done as schedule in Kanas. The health education within the area is still on the way. Travel charge has been given to the medical staff who participates in further education for village health system outside the area organized by higher unit.

In 2011, Hemu-Kanas health center, with an investment of more than 1.6 million yuan, was completed. The village medical health service network was enhanced on a continuous basis and the recruitment of medical staff for the health agencies of Hemu-Kanas and Tiereketi was improved. All farmers and herdsmen (100%) now benefit from the new rural cooperative medical treatment system, with the annual reimbursement for medical expenses of 776,000. The rural minimum subsistence guarantee system and rural aged insurance system have been run smoothly. Under the dynamic management, the “sufficient insurance coverage” and “classified insurance coverage” has been achieved. The expansion of Hemu-Kanas health center was completed and the basic medical health conditions were improved.

7.4 Chapter Conclusion

In summary, no major food poisoning incident and complaint have been found among tourists, residents and tourism employees so far in Kanas. The food safety work and protective measures progress smoothly. Tourist satisfaction with the local environmental health is relatively high. The resident evaluation of local environment quality is above the average. However, with the tourism development, the supporting environmental facilities become insufficient and need to be further improved. Tourists pay closely attention to weather change before leaving for travel, so abrupt climate change bring very little impact on the health of tourists, residents and enterprise employees. The medical institution and health service of the whole area continue to develop. No large-scale infectious disease or other life and property threats have been found so far. The nature of tourist activities for many tourists is mild. Tourists are not interested in collecting local security information. Though they speak highly of the local security, they complain about unexpected accident. The early warning mechanism and emergency plan continue to be improved to respond to the main local natural disasters, such as fire, flood, snowstorm, hailstone and windstorm. Nationality violence incident and traffic accident belong to man-made potential safety hazards. Maintenance of political stability and prevention of traffic accident have always key to the scenic zone.

8 Tourism Resources and Environment Protection

8.1 Introduction of Resources and Environment

8.1.1 Ecological Status

Kanas is a place which first meets the cold wet airflow from Siberia in China. It has well-preserved primitive forest, bushwood and meadow prairie, perfect natural ecological system, and strong ecological function, and plays a very important ecological role in improving regional climate and ecological environment, maintaining ecological balance, and safeguarding the ecological safety of Xinjiang and even the entire country.

It is one of the important distribution centers of present ice in China with the coverage of glacier and snowberg accounting for over 70% of the Altai Mountains. With the diversified glacial landforms such as horn peak, arête, cirque and roche moutonnée, Kanas is regarded as a typical glacier museum in China. The huge amount of ice and snow melting water results in various lakes and rivers and rich water resource. Glaciers in Kanas play a key role in regulating the amount of water in the lower reaches of Burqin river and outflow river – Irtysh river, and in water supply to the mass living by the rivers in north Xinjiang and industrial and agricultural production.

Kanas is rich in wild animal and plant resources and biological diversity and has various first class and second class national rare and endangered animal and plant species, and precious *Pinus Sibirica* wildwood and diversified. Its role in nature preservation in China is significant.

8.2 Current Situation of Tourism Resources and Environment Protection

8.2.1 Management Organization and Staff

In 1980, Kanas Nature Reserve was established upon approval of the Xinjiang Uygur

Autonomous Region People's Government. In 1986, Kanas Nature Reserve was escalated to national level. In 2003, to balance the relation between natural protection and tourism development, Altay established Kanas management committee on the basis of the former nature reserve management institution, and gave the committee a full right to perform executive functions. Now, the committee consists of seven divisions, including office, finance and accounting division, planning and construction division, forest administration division, publicity and training division, tourism service quality monitoring division, and resources protection and control division.

8.2.2 Current Situation of Infrastructure: Remarkable Supporting Effect

Great progress has been made since the establishment of Kanas Nature Reserve. As of 2010, the phase 1, phase 2 and phase 3 construction projects and the capacity building of the reserve in 2004 were completed. Of 25.082 million yuan of construction fund, 17.32 million were for national investment, and 7.762 million were for construction of local supporting facilities. The construction of nature reserve station, protection project, scientific research monitoring, publicity and education and infrastructure construction have been basically improved. The frameworks to protection management system and scientific research monitoring system have been formed. The protection management capacity and scientific research monitoring have been enhanced. Remarkable achievements have been made in natural resources and ecological protection, forest fire prevention, and pest control.

8.2.3 Strict Natural Protection and Forest Resources Control

Kanas management committee has developed a series of regulations and rules, such as *Measures of Tourism Management of Kanas Nature Reserve* and Interim Measure on Management of Environmental Health of Kanas, and raised tens of millions of yuan for vegetation recovery, environment sanitation facilities, promotional facilities and wild animal rescue in the course of striving for national special protection investment. During its application for investment of phase 1, phase 2 and phase 3 nature reserve construction with State Forestry

Administration, it actively executed the national natural forest protection project and other key forestry engineering projects, such as wetland protection and restoration, to protect the natural resources and ecological environment of Kanas, ensuring Kanas sustainable development.

8.2.4 Progress of Environmental Protection Project

To balance the relation between natural protection and tourism development and minimize the impact of tourism development on natural protection, the scenic zone has introduced many ecological protection projects with good results. See table 8-1:

Table 8-1 List of Key Ecological Protection Projects

Project	Description	Progress
Kanas subproject under the Project on Loan Provision by Asian Development to Xinjiang for Infrastructure Construction and Environment Improvement	Of all key ecological construction and protection projects for Kanas from 2008 and 2013, the following six involves environment protection and ecological improvement: Haliutan waste collection and transfer system and landfill yard, Jiadengyu-Kanas vegetation recovery, waste disposal and procurement of environment sanitation equipment and environment monitoring equipment	The vegetation recovery along the way from Jiadengyu to Kanas and from Kanas to Baihaba and for the management and protection station from Kanas village to Dongxilieke has been completed with a total revegetation area of over 20,000 square meters.
Protective facility construction project for Kanas national heritage site	The project is divided into two parts: ecological protection and ecological restoration	The vegetation recovery on both sides of the street of Kanas old village and along the way from Kanas to Baihaba has been completed with a total revegetation area of 323.5 hectare.

Project	Description	Progress
Upgrading and reconstruction of water source area	Upgrade the facilities at the water source area in the scenic zone and strengthen the standardization of water source area protection	Guardrail, boundary marker and warning sign are provided at the water source protection area to ensure safe drinking water.
Reconstruction and upgrading project of Jiadengyu sewage disposal plant	Key livelihood project	The plant was put into use in 2011 with the daily sewage disposal capacity of 2000 cubes. The sewage disposal is up to primary standard.
Project for construction of Jiadengyu Guanghui Energy Gas Station	Develop the clean energy business in the scenic zone, and actively promote the construction of “Gas-based Altay”	The station has been put into trail use. The 25 fuel gas sightseeing buses introduced by the local tourism enterprise have been put into use.
Illegal building removal project	Demolish the buildings which fail to meet the standards of the general planning	The removal area is 7326 square meters in 2008, 11600 square meters in 2009 and 7000 square meters in 2011.

9 Conclusion

It can be seen from the report that the tourism resources protection, tourism safety control and destination planning control are good. The problems mainly lie in the community resident satisfaction, the tourism product service and the entire tourism product system. On the part of community resident satisfaction, the main problems are government subsidy distribution, dispute between community engagement and government restriction, and community employment; as for tourism product service, the tourist evaluations of accommodation, catering and transportation prices and service quality are low; the main problems in tourism product system are strong seasonal nature and tourism development fluctuation. Besides the above three, we should keep our eyes on the protection of tourism resources. Though the tourism evaluation of local environment is high, with the increase number of tourists, the environmental impact brought by tourists and community will inevitably increase, which makes the environment protection more difficult.

Generally speaking, under the guidance of the indicator system of MCSTO, the report has provided detailed and in-depth information on various aspects of Kanas tourism development. We hope that the report will be helpful to Kanas management committee and other related departments. May Kanas has a better tourism prospect.