

成都乡村旅游发展模式的调查与思考

徐 茜

(成都大学旅游文化产业学院 四川成都 610106)

【摘要】 通过对“五朵金花”为代表的乡村旅游进行调查研究,分析了成都市乡村旅游开发的不足、风险,以及成功、优势,提出了成都市乡村旅游产品和服务开发的差异化战略和策略模式。

【关键词】 成都农家乐;乡村旅游;市场调查;差异化战略

【中图分类号】 F592.771 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1008-9144(2007)01-0049-03

在成都,“农家乐”已经成为乡村旅游的代名词。“农家乐”是指利用庭院、堰塘、果园、花圃、农场等田园景观、自然生态和乡村人文资源,为游客提供以农业体验为特色的观光、娱乐、劳动、住宿、餐饮、购物等综合服务的经营实体。成都农家乐旅游始于上个世纪80年代的郫县农科村(另一种说法是:在这之前已经在温江区的农家苗圃开始流行)。经过20多年的发展,截止2005年,全市共有农家乐5596家(其中星级农家乐350家),直接从业人员5.8万人,年旅游收入7.3亿元,年游客接待量2038万人次。全市形成了以吃农家饭、干农家活、享农家乐为主要特色,以农家乐、乡村酒店、古镇旅游为依托的乡村旅游发展格局,并逐步形成了集休闲娱乐、康体健身、美食购物等要素的乡村旅游业态,成为成都旅游的特色品牌。

一、成都近郊乡村旅游产品和服务现状

(一)成都市近郊乡村旅游优势分析

1. 政府倡导和扶持乡村旅游。乡村旅游的发展促进了农村产业结构的调整,解决了部分农村剩余劳动力,并充分利用当地农产品和原材料,切实增加了农民收入,为第一产业与第三产业的良好结合提供切实可行的途径,建立起两大产业间的“以农业养旅游、以旅游促农业”的互动机制,充分发挥了旅游的经济效益和社会效益。

2. 有充足的客源保障。都市居民的生活节奏越来越快,生活压力也越来越大,渴望回归自然、进入乡村的意愿不断增强。成都市乡村旅游的开发,对丰富城市居民闲暇生活起到了积极作用,满足了都市人“回归自然”的心理需求。在被调查的消费者中,关于乡村旅游目的一项,52%的消费者都选择了休闲、放松,选择沟通交流、缓解工作和学习压力的占44%。此外,在是否经常到“农家乐”休闲的选项中,选择“是”的占63%。这反映出城市居民重视自己的精神生活,对乡村旅游的需求是持续上升的。

3. 成都近郊乡村具有得天独厚的自然、人文条件。自古以来,成都就是我国农业经济最发达的地区之一,素来就享

有“天府之国”的美誉。再加上优美的自然环境,独特的自然风光,悠闲的人文环境和乡村良好的区位优势,使得成都发展乡村旅游具有得天独厚的先天条件。

4. 政府统一规划,统一设计,旅游产品中有形产品质量有所提高。提供一个看似乡土的地方打牌、钓鱼,任意一栋看来或古朴或乡土的房屋大门挂上“某某休闲庄”就开门纳客,这种操作简单的休闲度假型乡村旅游“农家乐”吸引了许多想亲近乡村的都市人。而成都乡村旅游与之最明显的区别在于它是由政府统一规划和指导、管理,基础设施有了很大的改善,道路不再是以往的机耕小道,解决了乡村旅游中出行难的问题。房屋也经过了统一设计,大多以川西民居和木头小屋为主,有形产品比其他农家乐有了很大的提高。

(二)成都市近郊乡村旅游问题分析

1. 产品结构、服务模式单一。以“五朵金花”为代表的成都乡村旅游迅猛发展的背后,存在的问题也不少。最主要就是类型单一、低层次重复开发严重。吃饭、打牌、钓鱼,旅游活动项目千篇一律。无论是桃花节、梨花节,还是菜花节最后都变成麻将节。在被访者中,62%的人员在乡村旅游时的消遣方式都只是棋牌娱乐,35%的人是聊天、散步,只有3%的人是垂钓。其实,并不是大家只喜欢棋牌,而是因为除了棋牌以外,再没有更好的娱乐、消遣方式。更多的人希望除了这些活动以外,更能有些有主题的活动,或者说能增长知识的活动。比如:有关民俗方面的,有关农业耕种方面的,或者在节庆时能增加一些节庆专题活动,等等。

完整的旅游产品包括了吃、住、行、游、购、娱,同样乡村旅游也应该包括这六大项。但就目前而言,乡村旅游里除了一小部分景点提供住宿以外,其余均是单一的吃、行、游、娱。就是提供住宿的质量也很不尽人意,要么环境太糟糕,要么又太豪华,失去了乡村的味道。购物方面,除了当地特产的食品和少量蔬菜外,再没有其他什么可买。

2. 经营者经营理念与游客需求之间存在差距。经营者在经营理念上,还停留在特别看重菜品质量、味道和价格,而

【收稿日期】2006-10-08

【作者简介】徐 茜(1973—)女,成都大学旅游文化产业学院,助教。

对于旅游者的需求,旅游地吸引游客的至关重要的一些因素:特色(农家风味)、环境(绿化环境)、服务(服务水平)却没有放在重要位置。他们乐意在主体建筑上花钱,而不愿在治理、美化环境方面下功夫;乐意在量上投入,而不愿意在经营特色、服务质量上花钱。

3. 服务质量有待提高。硬件设施、环境质量有所提高的同时,服务质量依旧欠缺。旅游产品无形性,生产消费同时性的特点,使得游客对服务的要求相当高。但由于从业人员大多为当地的失地农民或外来务工人员,整体文化素质、服务意识都尚待提高。同时,乡村旅游管理人才欠缺,经营者没有经过系统培训,旅游业务知识贫乏,管理水平不高,专业化程度低。所以,在开放型问题“你有什么建议”里,76%的被访者都谈到了希望改进服务质量,提高服务人员素质。

4. 旅游产品“趋同化”。由于大多数“农家乐”提供的服务相似,旅游的替代程度高,旅游者的选择余地大,且旅游产品雷同、长期不变,导致游客随游览次数的增多而满意程度降低,客源就会大量流失。这就造成了使价格高低成为消费者选择的唯一条件的被动局面。乡村旅游每人每天的消费多在10~20元之间,虽然价廉物美是成都乡村旅游的优势之一,但是长期的低价竞争,经济效益无法得到保障,影响乡村旅游的发展前景,造成既没有自己的特色,容易被竞争者模仿的局面,又不可能满足游客越来越高的消费需求,无法为农户带来更高的经济效益。同时,“低价格”恶性竞争使乡村旅游经营者走进了只求维持现状和无力开发新产品的窘境。许多游客都认为,增加特色,不要千篇一律是现在最急需解决的问题。

5. 市场意识淡薄,旅游经营者在旅游市场消费方面的促进策略十分简单。在招徕客源上,过于迷信“回头客”和口碑传播,对朋友关系的依赖也说明经营户的宣传促销意识还停留在原始的、被动的认识上。采用最多的宣传促销手段——发传单(或发名片),也局限在人际的范围和较原始的手段。主动宣传和参加集体促销的意识和要求不强,很难适应旅游市场竞争的形势。

二、成都市乡村旅游产品和服务开发差异化思考

(一)形成乡村旅游产品和服务结构的个性化

拥有个性化的乡村旅游产品和服务组合就能拥有稳定而持久的需求市场,而能稳定且持久地生产下去的旅游产品和服务组合也才是高质量的乡村旅游产业形态。所以,“越是自然的才越是人类的,越是民族的才越是世界的”,这一指导旅游业发展的重要思想原则在这里得到了最充分的体现。根据调查结果发现,能够满足游客需求的产品组合可以归结为以下几方面:

1. 现代科技农业观光产品组合。培养扶植生态农业接待户,以旅游经济的附加值来保证生态农业的发展。在产品组合中增加传授教育的教育内容,使游人通过旅游获得现代农业科技知识;同时可以开辟生态农业区,为游人提供参与活动的充分空间。在此我们可以借鉴法国的经验,在法国葡萄园和酿酒作坊,游客不仅可以参观酿酒全过程,还可以品

尝、带走自酿的葡萄酒,体验到与在城市商场买酒迥然不同的乐趣。其实欧洲国家的乡村旅游大多如此,他们住在农民的家里,吃着农民自产自制的新鲜食品,观赏农庄周围的自然风景和农舍,到附近不加任何修饰的小池塘里游泳、钓鱼,学习农家制作面包、奶酪、果酱、葡萄酒的手艺,通过感受农家的生活来增加对自己的认识。

2. 休闲度假产品组合。利用不同的农业资源,如森林、牧场、果园、湖滨等环境宜人的地方,提供休闲度假服务。休闲度假型应是对传统观光农业的突破。经营者可以提供乡间度假、观鸟、观察野生动植物、写生、摄影、赏景、酒吧休闲等特色活动,还可以专为儿童提供童玩活动,包括自制玩具、宠物饲养、放风筝等等。

3. 寻幽探险和健身产品组合。乡村旅游也具有参与、竞争、时尚、现代和快节奏的需求特征。定向越野、生存游戏、漂流、冲浪、空中滑翔、暴走等冒险旅游和体育健身旅游也成为追求个性和时尚的青少年感兴趣的旅游方式,如成都市都江堰虹口漂流就为这类活动的开展提供了先例。

4. 商务会议产品组合。在调查中发现有许多企业公司都愿意把一些小型会议、团队激励训练融入乡村旅游中,尤其是生存训练、素质训练。所以,“农家乐”还要在硬件上多下功夫,比如提供会议室、多媒体设备等等。

5. 民俗文化产品组合。“民族的才是永恒的”,所以考古、探访历史文化遗迹永远都是最有生命力的。这一产品组合有许多内容可供选择,如举办民俗文化节,学习民间传承、民间手工艺,欣赏乡村民谣,参加乡村音乐会,寻找美食来源,品尝地方风味,参观民间手工业企业、博物馆和民间艺术工作室,开展英语教学培训、园艺培训、厨艺培训、民族舞蹈培训等等。

(二)形成乡村旅游产品和服务结构的特色化

调查中发现成都乡村旅游产品和服务结构中乡村旅店和购物以及服务是主要的弱势所在,所以经营者要想在产品和服务经营上有所特色,就一定要在发展乡村旅店、开发旅游纪念品以及提供特色服务这三个方面下功夫。

1. 发展乡村旅店。调查发现,有接近50%的游客愿意在乡村旅游后能够在此休息,而对于住宿的要求,58%选择的是完全农家风格的小院,42%选择的是干净的双人间,没有人选择豪华乡间别墅。所以,可以选择性地修建一些高品质的、有特色的乡村旅店。

2. 大力开发乡村旅游纪念品。现在成都的乡村旅游地,除了为游客提供休闲、娱乐外,能带走的就只有当地出产的一些食品和蔬菜。而游客到一个地方总想买到独一无二的纪念品,“把这个地方的灵魂带回去”。旅游纪念品可以联动各行各业,不仅可以创收,而且也能为农业、商业、加工业、服务业、纺织业等行业提供发展空间和就业机会。

旅游纪念品要吸引人,一是要特色鲜明,就地取材,充分反映当地的民俗、文化和地域特征,力争具有唯一性。一定要结合当地的景点和特产来进行设计制作,并着重突出当地的历史沉淀,这样做出来的产品才富有浓郁的地域特色。二

是做工要精细,富有艺术性,绝不能粗制滥造。三是旅游纪念品价格不能太贵,而且还要轻巧便携,这样才是赠送亲朋好友的佳品。旅游纪念品是一个非常潜力的市场,它不仅能完善旅游产品的构成还能促进当地产业链的完善。

3.提供特色服务。乡村旅游差异化战略里面有个非常重要的因素就是服务人员,要通过培训,提高旅游服务人员的服务技能和知识,形成有特色的旅游服务。对于知识的培训不仅仅是民俗知识,还要了解产品组合,这样才会使游客得到全方位的服务,以此凸现自己的特色。特色服务还可体现在建立游客档案,实施关系营销,以及在服务人员的着装、服务程序上建立自己的特色。比如在乡村旅游服务特色建立中可以倡导亲情服务,通过建立相互间的亲情纽带将游客与农家紧密地联系在一起,将乡村旅游里的“农家乐”办成游客的第二个“家”。

(三)形成乡村旅游产品和服务结构的优化

1.突出原汁原味的乡村特色。乡村旅游发展的初期,经营农户都容易从自己的角度去理解城市游客的需求。农村人向往城市生活,经营者就往往把城市化作为乡村旅游发展的目标,常常爱把极具地方特色和自身特色的东西花大力气改造成普通的一般化的东西。如把乡村小道改为水泥路面;菜园田埂改为停车场;以经营园林花木为主的花农,也逐步放弃了自己的专长,把花木庭园改作露天饭堂或卡拉OK厅,追求急功近利。“你们城里有的东西我们样样不缺”常常成为他们骄傲的口头禅,这是一种“围城现象”。城市人希望在农村享受到原汁原味的农村本色生活内容,这与经营者的理解刚好错位,劳神费力却削弱了景区的特色和自己的优势。所以说,如果一味迎合城里人,乡村将变得不真实;而不真实的乡村,就不会存在吸引力了。在发展乡村旅游时,就应该彰显自己的优势,保持地道的乡土味:富有川西特色的民居,配以院门、墙壁上的装饰,简单明了;突出农家特色的木床,风车、水车、石磨、鸡公车等几近绝迹的农耕用具,制法古朴、用料简单、原汁原味的石磨豆花、野菜、土鸡、粗粮等农家菜以及土碗、大铁锅,都能使游客品味到土气和野性,有一种返璞归真之感。

可以说对乡村旅游内涵的认识不足,乡土特色不明显,没有充分发挥自己的优势是乡村旅游的最大弊端;盲目引进工业化、城市化的旅游产品形式更是败笔。所以,提高经营者对乡村旅游的认识,培养农民对农耕文化的优越感和自豪感,是非常重要的。要让农民认识到:从工业文明中逃离出来的人们要体验的是地道的农业文明,而不是工业文明的复制品;真正富有乡土特色的产品才是具有生命力的乡村旅游产品。

2.突出生态、文化内涵。生态因素、文化因素本来就是乡村旅游得以兴起的自身优势所在。因此,乡村旅游必须向着生态旅游、文化旅游的方向发展才可能是可持续的、规范的、健康的、高速的发展。乡村旅游开展所依托的资源,不是先人遗留下来的、死气沉沉的、被称作凝固乐章的静景观,不是靠恢复、模仿而再现的历史场景,不是失去原有自然环境

的高度浓缩在有限空间中的民俗风情,而是世代伴随人类繁衍、进化,充满生气与兴旺景象的能将游人融于其中的环境、氛围和活动。生态旅游、文化旅游正是“天人合一”这一中国传统哲学思想在旅游业发展方向上的体现。反过来说,乡村旅游也是保护原始生态环境和传统文化的最佳方式。乡村旅游,正是在人们意识到环境的恶化将使人类失去栖息地,文化一体化将是人类最大的悲剧之后,成为城里人青睐、追求的新目标。所以,我国的乡村旅游不能只停留在观赏、采摘的表象繁荣上,必须走与生态旅游、文化旅游相结合的道路,营造良好的生态环境,挖掘民族文化中丰富的营养,才能持久而兴旺地发展下去。

3.发掘民风民俗,突出地方特色。成都有长达3000多年的巴蜀文化,巴蜀民俗也别具一格。参与富有民俗风情的乡村游,不仅可以了解民风民俗,还可以使得民风民俗得以传承。游客亲身参与离现在早已久远的磨豆腐、编草鞋、打年糕、烤红薯,体验最纯朴的乡情,这样的吸引力是什么也代替不了的。成都“五朵金花”里的民间工艺如泥塑、木板画、剪纸、草编,就是乡村游的亮点,但如何将他们形成民俗产业,则是需要考虑的。同时,乡村的刺绣、服饰更具有悠久历史,它凝结着过去的生活方式和审美标准,通过这些,游客可以在差异中获得新知,可以从过去找回自我。

4.推出多种多样的主题化旅游活动。乡村的优势就在于拥有多种多样的资源,这些资源也是开发乡村旅游的素材。成都的“梨花节”、“桃花节”、“枇杷节”、“樱桃节”、“冷水鱼节”、“河鲜节”等等,所利用的就是这些千变万化的资源,而这正是乡村发展旅游的优势所在。每个乡村旅游景点都有自己与众不同之处,所以结合自己的优势推出主题化旅游活动应是乡村旅游差异化战略里面非常重要的一个环节。

总之,成都市的乡村旅游正呈现出快速发展的态势,就目前而言还有很大的发展潜力和空间。但是,要使成都的乡村旅游真正成为重要的产业,要打造成为全国乃至世界知名的品牌,必须要实施差异化战略,并在这个发展的过程中,不断调整、改进、规范和创新。

【参考文献】

- [1]甄先尧.中国农家乐[M].成都时代出版社,2005.
- [2]詹姆斯·伯克.旅游产品的营销与推销[M].电子工业出版社,2004.
- [3]王瑞花,张兵,尹弘.国外乡村旅游开发模式初探[J].云南地理环境研究,2005,(3).
- [4]史菁.法国的农会与观光旅游农场[J].全球科技经济瞭望,2004,(5).
- [5]王云才.国际乡村旅游发展的政策经验与借鉴[J].旅游学刊,2002,(4).
- [6]尹振华.开发我国乡村旅游的新思路[J].旅游学刊,2004,(5).

涂。因此在归纳以后,教师要进行详细地总结,并且要用演绎法,让学生能够举一反三。在语言的选择上,教师语言应该符合学生的年龄和认知水平。因此,我们不能简单地得出结论,在小学或初级阶段不应该讲语法。其实,尽管是讲解词性或词组,也是讲解语法中的词法。学习一门语言,对于外语环境中的我们,应该根据自己的实情因势利导。一位研究二语习得的老师就这样总结到:“外语老师在学习过程中的重要作用,不再体现于用什么‘方法’去教,而体现于如何引导学习者去学,体现于引导学习者以最适合自己的学习风格的学习方法充分地有效地利用所能得到的外语学习机会。”^[4](54-60)]

注释:

i PPP教学法: Presentation, Practice, and Product 它是交际教学法中典型的教学模式,即:呈现——练习——结果

ii Specifier: 标志语, 标成成分。在句法学中, 是典型的短语界限。Complementizer 补语成分。是引导分句的成分, 有时用引导语代替。

【参考文献】

- [1] 戴炜栋, 何兆雄. 新编简明英语语言学教程[M]. 上海外语教育出版社, 2002.
- [2] 加兰·坎农著. 英语史[M]. 尹敬勤译. 中国对外翻译出版公司, 1987.
- [3] 徐烈炯. 生成语法理论[M]. 上海外语教育出版社, 2003.
- [4] 张思武. 英语学习过程诸因素探讨[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2005, (4).

[5] 章振邦. 新编英语语法教程[M]. 上海外语教育出版社, 2003.

[6] Dulay, H. and Burt, M. (1973) 'Should we teach children syntax?' *Language Learning* 23/2: 245 - 58.

[7] Howatt, A. P. R. *A History of English Language Teaching*, Oxford: Oxford University Press, 1984.

[8] H. Douglas Brown. *Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy*, Peking: Foreign Language Teaching and Research Press, 2005.

[9] Jack C. Richards, Theodore S. Rodgers. *Approaches and Methods in Language Teaching*, Foreign Language Teaching and Research Press and Cambridge University Press, 2005.

[10] Keith Johanson. *An Introduction to Foreign Language Learning and Teaching*, Peking: Foreign Language Teaching and Research Press, 2002.

[11] Lado, R. *Linguistics across Cultures: Applied Linguistics for Language Teachers*, Ann Arbor, Michigan: University of Michigan, 1957.

[12] Norman Blake. *The Cambridge of History of the English Language*, Peking University press, Cambridge University Press, Volume II, 1997.

[13] Pike, K. 'Discussion', *Proceedings of the Eighth International Congress of Linguistics*, Oslo: Oslo University Press, 1958.

[14] Randolph Quirk, Sidney Greenbaum, Geoffrey Leech, Jan Svartvik. *A Comprehensive Grammar of the English Language*, New York: Longman Inc, 1985.

Analysis of Auxiliary Verb "do" and Practical Use in Elementary Level

LI Ling

(Teacher College of Chengdu University, Chengdu, 610036)

Abstract: In this article, the author analyzes the incorrect use of auxiliary verb 'do' from the angle of language transfer and error analysis. Furthermore, the history of auxiliary verb 'do' is presented to show native speakers' psychology development. And then, the author illustrates why language learners insert 'do' into the sentence by Deep Structure of Chomsky's transformational theory. In the last part of the paper, the practical teaching method is put forward.

Key words: Language Transfer; Error Analysis; Transformation; Cognitive Level

(上接第51页)

[7] 韦汉群, 徐大勇, 刘 瑶, 孙海琼. 从国外农业旅游发展现状正视国内农业旅游的升级换代[J]. 西昌师范高等

专科学校学报, 2004, (11).

[8] 王 兵. 从中外乡村旅游的现状对比看我国乡村旅游的未来[J]. 旅游学刊, 1999, (2).

Surveys and Reflections on Chengdu's Development Mode for Rural Tourism

XU Qian

(Chengdu University, Sichuan Chengdu, 610106)

Abstract: This paper, through the surveys and studies of the rural tourism in "the Five Flowers", tries to analyze the shortcomings and risks as well as the successes and advantages that exist in Chengdu's development of rural tourism, and then advances a new mode - the strategy and tactics of "variety" for developing the rural tourist products and service in Chengdu.

Key words: peasant - home holiday - inns in chengdu; rural tourism; market survey; the stratege of varity