

我国乡村旅游产品体系及其影响研究

王宏星 崔凤军

(西藏大学旅游与外语学院 西藏拉萨 850000)

摘要 乡村旅游是可以实现旅游者、农民和乡村社区多赢的一种生态旅游方式,对我国旅游业的发展和解决三农问题,有着相当重要的意义。文章通过考察多个国外的乡村旅游项目,分析了我国乡村旅游的特色与不足,提出了乡村旅游产品体系的系统概念,并对乡村旅游对我国农村可能产生的影响作出了分析,为我国乡村旅游的产业发展提供借鉴。

关键词 乡村旅游 产品体系 影响研究

中图分类号: F592.75 **文献标识码**: A **文章编号**: 1005-5738(2005)01-0081-07

进入 21 世纪,乡村旅游在我国已经悄然兴起。由于乡村旅游对农村经济有着极强的带动作用,具有广阔的发展空间,有望成为农村经济新的增长点,将在农村经济结构战略性调整、增加农民收入、扩大农民就业等方面发挥重要作用,因此,发展乡村旅游开始受到政府和社会各界的重视。温家宝总理在 2004 年的政府工作报告中指出,我国要努力推进农业和农村经济结构战略性调整,促进农业产业化经营,发展农村非农产业,多渠道扩大农村劳动力转移就业。在有发展条件的地区开发乡村旅游,将创出一条农村发展的新路子,成为解决三农问题的一个辅助性方案。

一、乡村旅游对我国农村的影响分析

发展乡村旅游业,对农村有着深远而广泛的影响。澳大利亚、印尼、泰国等地的案例研究表明,不管开发地是贫穷落后还是发达富裕,乡村旅游都会给乡村社区的经济、环境、社会和文化造成较大的影响。由于发展期较短,乡村旅游对我国农村的影响才初露端倪,学术界对此还缺乏长期的跟踪研究。笔者试图从地区发展的层次来综合考虑乡村旅游的经济和社会效益。

(一)乡村旅游对农村经济的影响

乡村旅游不是解决我国“三农”问题的一剂万能药,但在有条件的地区,乡村旅游完全可以成长为重要的非农产业,促进农村经济产业结构的优化和升级。

笔者认为,乡村旅游给农村带来的经济效益主要体现在:第一,游客的消费给乡村旅游的经营者带来的直接收益。第二,为农村人口创造就业机会。第三,通过旅游业的乘数效应带来经济效益。

关于乡村旅游的经济效益,笔者结合我国国情和国外研究成果,认为需要注意以下几个问题:

1、乡村旅游与当地农业的关系。

发展乡村旅游有时候被认为会有可能妨碍当地农业的发展,因为旅游业要和农业争夺人力、资金和土地。在发达国家,这一矛盾主要体现在人力资源不足上。而在我国乡村,这一矛盾可以说并不突出。在农村发展旅游业,有助于释放过剩的劳动力,尤其是可以为农村的青年人口创造就业机会。我国已经开展乡村旅游的各个地方,也没有出现因为发展旅游而导致农业衰退的案例。反而是由于乡村旅游对农业的较高要求,使得各乡村旅游地纷纷发展生态农业和绿色农业,促进了农村的产业升级和优化。我国乡村旅游业与当地农业的资源争夺主要体现在土地上。尤其是一些地区通过出让土地,

收稿日期:2004-11-05

作者简介:①王宏星(1972—)男,汉族,浙江杭州人,旅游管理硕士,浙江大学管理学院及西藏大学旅游外语学院讲师,①主要研究方向为旅游规划、旅游信息化、旅游文化等。

②崔凤军(1966—)男,汉族,山东泰安人,旅游规划博士后,杭州市旅游委员会副主任,主要研究方向为旅游规划、旅游营销。

换取外部资金来开发乡村旅游,导致可耕地被占用以及一些农民处于失地状态。但从整体来看,我国乡村旅游的小规模开发模式决定了乡村旅游项目对土地的资源争夺并不激烈。多数乡村旅游项目使用的是农民自己的住宅用地,乡村旅游对农田、果园、鱼塘等土地的使用对农业生产的影响也很少。

2、乡村旅游的乘数效应。

发展乡村旅游除了带来游客的直接消费外,还可以促进当地上下游产品的销售,引发乘数效应。不过,研究表明,如果乡村旅游中所消费的各类产品本地化程度很低,则乘数效应的作用非常有限。因此各地政府在规划和扶植乡村旅游时,要注意相关产品的本地化,尤其是要注意对农产品和工艺品等产品向旅游商品的转化,使乘数效应最大化。

3、乡村旅游的投资。

发展乡村旅游可以使农民将一般的生活性资产和农业生产资产转化为经营性资产,乡村旅游的投资小、风险小,经营灵活,投资门槛相对较低,容易激发农民的投资热情。印尼、泰国等地的研究经验表明,当投资者主要来自外部时,乡村旅游对本地的经济贡献就较低,同时,投资者与本地社区之间的利益协调也较为困难。因此各地在开发乡村旅游项目时,应以投资和经营主体本地化为主,以吸引外部投资为辅,而不应该盲目引进投资,或是压制本地农民的投资。

4、乡村旅游的时间效应。

乡村旅游可以使农民在农闲时也能够获取收入,避免人力资源和资产的季节性闲置。当然,农忙时乡村旅游的经营往往会面临人力不足的问题,但在我国,农村短期劳动力的供应非常充足,因此不会对乡村旅游业的经营和农业生产造成较大影响。例如,杭州龙井、梅家坞一带,每年的采茶季节也是旅游旺季,当地村民就会大量雇佣外地采茶女工来从事生产,解决劳动力紧张的矛盾。

综上所述,乡村旅游具有良好的经济效益,而且这种效益是可以在不影响农业效益的前提下取得的,乡村旅游对农村社区的经济贡献作用尤其显著。因此,在一些条件适合的农村地区开展乡村旅游,是解决三农问题的一个较好的辅助性方法,有望成为农村经济新的增长点。在某些区位条件特别好、旅游资源禀赋特别优厚的乡村,甚至还可以成为当地的支柱产业。

(二)乡村旅游的社会效益

相对于经济效益,对乡村旅游所产生的社会效益的争论要激烈得多,不过从国外的研究成果和国内的实践经验来看,就整体而言,乡村旅游可以给

乡村社区带来良好的社会效益。

1、乡村旅游有助于保护乡村文化和历史遗产,增强乡村社区的自豪感。

有一些观点认为,发展乡村旅游将对旅游地造成较大的文化冲击,从而破坏传统的乡村文化,同时游客的大量涌入将对旅游地的古建筑等历史遗产造成破坏。国外的很多研究案例表明,情况则恰恰相反,在乡村旅游开发之前,乡村社区的一些独特文化和历史传承很少为人所知,处于逐步衰微的状态,乡村旅游的开发不仅没有破坏乡村的独特文化,而且在保留历史传承、发掘乡村文化上起到了较好的作用。同时,旅游地的乡村文化和历史遗产因为开展旅游业而受到破坏的案例很少,反而是乡村旅游通过发掘、包装和宣传当地的历史传承和独特文化,提高了乡村的知名度,增强和复兴了乡村社区的自豪感。事实上,乡村旅游的经营者和当地政府总是会逐渐认识到乡村文化在旅游业中的核心作用而加以保护开发。某些乡村文化和历史遗产,其最好的保护方法是让它成为乡村旅游项目的组成部分。例如在西班牙,有许多历史地位和文物价值不是第一流的古城堡,如果作为单独的观光项目开发,其吸引力有限。因此西班牙政府结合当地社区,将古城堡通过保护性开发改造成乡村旅馆,成为乡村旅游和乡村文化结合的一个典范。我国有大量的古村落和古民居,但这一类型的观光景点开发已经接近饱和。在有条件的地区,应考虑通过乡村旅游的方式进行保护性开发。

2、乡村旅游从长远来看有助于提高乡村综合环境的质量,不过要警惕早期的破坏性开发行为。

优美的自然生态环境是乡村旅游的核心吸引要素,维护这一要素是乡村旅游长盛不衰的根本。各地的发展经验表明,当乡村旅游发展到一定阶段,保护自然生态环境、对周边环境做综合治理就会成为当地政府的头等大事。我国乡村旅游尚处于初级阶段,由于经营者经营理念的落后以及市场需求的畸形,还存在着滥捕野生动物、随意排放污水等现象,对旅游地的生态环境造成了一定程度的破坏。不过随着生态、环保等观念在消费者心目中逐步深入,以及“非典”等现实案例的教育作用,这些现象将有望逐步减少。各地政府在监管上也逐步加大力度,例如湖南益阳市为确保“农家乐”健康有序发展,实行严格准入制度,并建立健全了《旅游村管理暂行办法》、《农家乐经营管理办法》,以控制和保护乡村综合环境。印尼和泰国的发展经验表明,乡村旅游发展的早期确实容易出现破坏性的开发行为,不过从长远来看,乡村旅游可以促进当地基础

设施和公共服务设施的发展,促进农村社区树立生态和环境保护的意识。

3、乡村旅游的发展可以促使乡村社区的多元化发展,促进社区进步,促进乡村人口素质的提高。

乡村旅游的发展在使乡村社区人口多元化的同时,最终还会促进乡村社区的农业活动、商品和服务的多元化,乡村旅游的发展可以使农村培养自己的经营人才,促进劳动力素质的提高。旅游业的文化传播作用可以使乡村社区走出相对封闭落后的环境,促进社区进步。

二、乡村旅游的产品体系

(一)国内外对乡村旅游的认识差异

乡村旅游(Rural Tourism)是以远离都市的乡野地区为目的,以乡村特有的自然和人文景观为吸引物,以城镇居民为主要目标市场,通过满足旅游者休闲、求知和回归自然等需求而获取经济和社会效益的一种旅游方式。

国外对乡村旅游涵盖范围的界定相当宽泛。例如,为培植和促进乡村旅游的发展,欧盟执行了一项名为“LEADER”的计划。该计划特别强调了对乡村旅游产品的管理、控制和提供的“本地化”特色。“LEADER”计划对乡村旅游的定义是从分析构成乡村旅游产品的要素出发,认为乡村文化是乡村旅游最关键的内容,农业旅游、绿色旅游、美食旅游、狩猎旅游等也是乡村旅游的子领域。辨别一种旅游服务产品是否属于乡村旅游的关键要素在于:是否为游客提供对乡村的自然和人文环境的亲切接触,并使游客参与到乡村本土的各种活动、传统和生活方式中去。澳大利亚政府认同的定义是:“在都市化外围环境中从事的、为旅游者带来乡村生活基本体验的多样化活动”。在美国、泰国、印尼等国家的乡村旅游发展计划中也可以看到类似的定义。

需要指出的是,这些定义在现实旅游发展中的作用往往比在学术研究中的作用更大,直接影响了各国政府的乡村旅游产业政策和各种发展计划的制定执行。

我国由于乡村旅游尚处于起步阶段,产品形式单一,服务内容初级。因此公众对乡村旅游的认识还比较狭隘,我国各地政府和旅游管理部门在发展乡村旅游的过程中,往往把乡村旅游等同于“农家乐”的旅游方式,认为“乡村旅游是指以当地农民为经营主体,以农民所拥有土地、庭院、经济作物和地方资源为特色、以为游客服务为经营手段的农村家庭经营方式。”可以说对乡村旅游是什么,哪些旅游

产品可以纳入乡村旅游范畴还缺乏系统的认识。这些认识势必将影响各地乡村旅游开发规划的视野,并使产业发展计划过于狭隘。

(二)我国乡村旅游发展的驱动因素

到底是哪些因素促使游客们到乡村旅游?哪些因素促使了乡村旅游市场的形成?深入了解和剖析乡村旅游发展的驱动因子,有助于我们更好地把握乡村旅游的产业发展规律。我国乡村旅游发展的驱动因素主要有:

1、经过二十几年的改革开放,我国的城市人口有了极大增长,尤其是经济发达地区的城市化进程发展迅速。城市生活的压力和对自然环境的疏远,使城市居民有暂时逃离单调的城市生活的渴望,而乡村是人们释放压力,亲近自然,回归田园的理想场所。

2、我国的传统观光旅游已经较为成熟。城市居民在熟悉以至于厌倦了传统景点和旅游方式之后,希望有多样化的选择,期盼旅游活动具有休闲、文化、运动、探险等多种色彩。乡村旅游可以使游客亲身体验乡村文化,参与多样化的乡村活动。尤其是受过良好教育的游客,越来越倾向于具有生态旅游、特殊主题旅游、户外活动等多种色彩的乡村旅游,以追求更为独特的个人体验。

3、乡村旅游的健康和绿色的特征对城市居民构成极大的吸引力。乡村一般具有新鲜的空气、纯净的水、绿色景观,并能提供户外活动机会。同时,乡村可以为游客提供新鲜而独特的食物。在我国,很多地区的乡村旅游都是从提供独特的餐饮服务开始的。

4、城市的日益雷同化倾向,使得乡村的多样化更为游客所看重。同时,在中国,许多传统和文化遗产也只有在乡村还有保存。通过和本土农民的交流沟通,乡村旅游还能为游客提供真实的乡村生活和乡村文化的体验。

5、随着双休日和黄金周等休假制度的推行,休闲度假旅游在我国逐渐从边缘的旅游方式上升为主流,乡村旅游是城市居民休闲度假旅游的一种较为廉价和方便的选择。

6、乡村旅游的经济效益逐渐为人所认识。投资乡村旅游可以利用农村现有的资源,投资门槛相对较低。同时,农业经济效益的低迷和农村就业压力促使人们对乡村旅游的投资热情日渐高涨。

7、乡村(尤其是处于经济发达地区的乡村)的交通条件在近年来得到极大改善,城市居民到乡村旅游已经比较方便,目前开发的乡村旅游点大多数位于中心城市的1—2小时交通圈内。同时,我国城

市居民的汽车拥有量增长极快,自驾车出游已经是城市居民日益普及的时尚活动,这使得乡村旅游业可以逐渐摆脱公共交通不够发达的困扰。

8、网络媒体的发达也对乡村旅游的发展有很大的促进作用。调查中我们发现,在一些较为偏远,区位优势较差,公共知名度较低的乡村旅游点,通过网络营销照样可以吸引大量的网友来游玩。

(三)乡村旅游产品体系的三个层次

在辨析各种乡村旅游定义和综合分析国内外的各类乡村旅游产品的基础上,从分析乡村旅游产品组织者和提供者的市场行为以及旅游者的消费行为入手,可以构建整个产品体系。如图1所示,我们将乡村旅游从产品域上分为三个层次:

1、核心产品域:

乡村旅游位于农业景观带,以垦殖地带的风景和乡村文化为主要审美特征,构成乡村旅游吸引物的基础与核心。其核心产品包括:乡村接待和度假服务、乡村景观和乡村文化。核心产品域基本上属于农业旅游(Agri-tourism)或农庄旅游(Farm-based Tourism)的范畴。核心产品是旅游者获取旅游体验的主要对象,主要内容是在乡村景观中与当地村民

共享乡村文化和乡村生活。

2、辅助产品域:

辅助产品是由本土的各种直接或间接从事旅游业的人员提供的产品,这些产品可以超越农业旅游或农庄旅游的范畴,如餐饮、工艺品、土特产品、特色活动等。其服务对象一般也不局限于乡村旅游者,还包括本地居民。辅助产品不是基础要素,不过可以作为乡村旅游体验的重要组成部分,是增强核心产品吸引力的主要途径。辅助产品包括当地的社会餐饮服务,当地可供参观的博物馆、古建筑、民间工艺品和土特产品作坊,钓鱼、登山等各类户外活动,还包括一些多样化的乡村活动,比如引领游客获得社戏、舞龙、龙舟竞赛等各种乡村文化体验。

3、扩张产品域:

由政府、企业、行业协会等组织的面向乡村旅游的营销或服务网络。扩张产品是乡村旅游发展到一定阶段、形成一定规模后的产物,游客通过乡村旅游网络获得旅游信息、预订及其他增值服务,乡村旅游的从业者也通过该网络共享资源并开展营销活动。

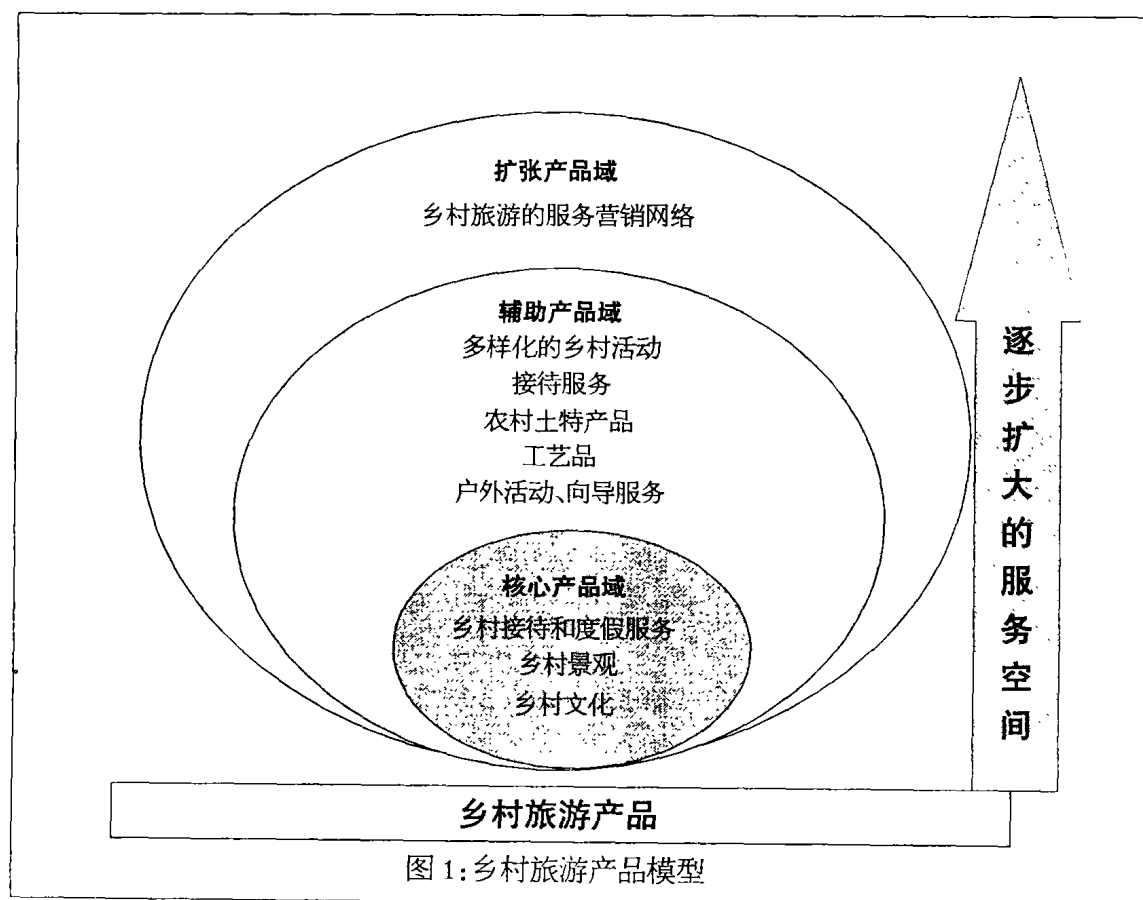


图1:乡村旅游产品模型

三、从产品体系角度分析我国乡村旅游

对照上述模型来考察我国的乡村旅游产品,可以发现我国的乡村旅游还处于起步阶段,产品相对低级,完整的旅游产品体系尚未真正形成。

(一)核心产品已经基本形成,但缺乏足够的策划和包装,乡村文化资源还没有得到足够开发,核心产品的质量有待提高。

我国已经开展乡村旅游各个地方,可以说都具备了乡村旅游的核心吸引力,并且旅游资源的特色十分明显。如广西阳朔的田园风光、杭州梅家坞的茶乡风情、皖南的古村落等,都是景观和文化资源双重优厚的乡村旅游地。但总体而言,乡村旅游经营者对旅游者的需求了解不够深入,对乡村旅游的核心吸引力还缺乏准确的把握。乡村景观处于自然呈现状态,大多数经营者不清楚如何以最佳的方式引领游客观赏景观,也不会将游览路线与参与性的活动结合起来。多数的乡村旅游经营者只是为游客提供餐饮和休闲服务,而让游客自主游览。经营者对哪些乡村文化最吸引游客也缺乏了解,例如,我们在临安指南村考察时,发现村里有一个打年糕的手工作坊,城市游客莫不对此很感兴趣,然而经营者们却从不将这个作坊介绍给游客参观,使许多游客错失接触传统食品加工工艺的机会。这类乡村资源对经营者来说司空见惯,但对来自于城市的游客则是新鲜好玩。可以说,我国各地在挖掘、整理和开发乡村文化资源,使之成为乡村旅游产品要素上,还处于粗放状态,极大地影响了游客乡村生活体验的深度和完整性。此外,核心产品的质量有待提高,有很多旅游者在乡村度假时会因为卫生、生活设施落后等原因而不愿意在乡村过夜,这在很大程度上影响了乡村旅游的经营收入。例如,对阳朔乡村旅游的一项调查表明,46.67%的游客认为当地卫生条件差或很差,主要表现在农村卫生间、饮食卫生和住宿卫生等方面。在290位希望住在农民家里的游客中,只有一位旅游者如愿以偿,其他游客均因为农家卫生条件未能满足要求而改住宾馆。核心产品质量不高还体现在服务上,乡村旅游经营者和从业人员多数未受过现代服务业培训,服务程序不规范,对外来游客漫天要价,拉客宰客现象时有发生。一些乡村旅游从业人员利用“天高皇帝远”的地理位置,进行不良经营,甚至为满足和迎合游客消费需求,乱捕滥杀国家保护野生动物等。

(二)辅助产品不够丰富,经营特色不够,经营者还不能依托辅助产品来进一步细分市场及细化

对旅游者的服务。

我国乡村旅游开展地的辅助产品还相当单调。首先,能够让游客观赏和参与的多样化乡村活动还很少,一般少数民族聚居的村落会有以民族风情为主题的表演,其他的案例就较为少见。事实上,乡村并不一定要具备非常有特色的资源才可以开展多样化的旅游活动,一些农村常见的资源在经过策划和包装后,就可以成为合适的乡村旅游辅助产品。如给游客提供采摘、种植、畜牧的实践机会,对城市游客来说,既是体验乡村生活,也是获取教益的健康活动。一些乡村旅游经营者已经意识到这种游客需求,开始带领游客开展参观农田、竹园、采摘水果等活动。某些先行的经营者已经在丰富旅游者活动上获得了较好的效益。如宁波的滕头村,其乡村文化在江南一带没有什么特色优势,但滕头村以生态农业为招牌,引领游客参与种植、采摘等农业活动,并开展斗鸡、赛猪等表演活动,使旅游的参与性和趣味性得到极大提高。其次,乡村土特产品和工艺品的市场还没有得到比较全面的开发。乡村旅游的主要市场是短途旅游市场,因此游客在购买旅游商品时较少受到携带不方便的困扰。经过近年来的农产品结构调整和优化,各地的乡村土特产品日益丰富,不过还有很大的开发潜力。尤其是在将手工艺品作为旅游商品时,现在普遍出现雷同化的趋势,小商品市场上可以批发到的手工艺品在各个旅游点随处可见。手工艺品的本土化程度普遍较低。整体而言,旅游者在乡村旅游时可以从事的活动相对单调,难以满足旅游者的多样化需求,导致游客的平均逗留时间和消费额难以提高。

(三)扩张产品还没有形成,营销和信息服务还依赖于经营者的个人努力。

国外乡村旅游发展较为成熟的地区,通常会有政府、同业联盟或企业出面组织的乡村旅游服务和营销网络,尤其是在欧盟的各个国家,由政府组织的非赢利性营销和服务网络在乡村旅游的发展过程中起到了很大的作用。例如,在西班牙等国家,游客要到乡村去旅游,并不需要花费很多时间就可以在乡村旅游的连锁网站上查找到目的地的详细信息,这些乡村旅游目的地在网站上根据经营风格和特色进行分类,使每一位旅游者都能方便地找到自己偏好的乡村旅游目的地,并在网络上进行预订。乡村旅游经营者们也通过网络联盟的形式开展同业交流合作,如开展共同的营销宣传和团体采购等活动。而我国的乡村旅游营销和服务网络尚未形成,这使得旅游者和经营者双方都遭受效率损失。一方面,旅游者很难发现合适的旅游信息,以制定

旅游计划和做出旅游消费决策。调查中我们发现,旅游者多是通过朋友的介绍或是根据传统媒体的宣传资料才了解到乡村旅游目的地的信息,由于无法获得更详细准确的旅游信息,大多数旅游者不愿意制定较长时间的旅游计划。同时,旅游者如果想去一些不是太大众化的乡村旅游,通常会很难搜寻到详细的交通、旅游信息,更谈不上先做好预订了。另一方面,经营者只能依靠传统方式招徕客源,调查显示,我国乡村旅游经营者一般都过于迷信“回头客”和口碑传播,采用最多的宣传促销手段一发放传单(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,这很难适应现代旅游市场的竞争。乡村旅游的特性决定了其经营规模一般偏小,经营者掌握和使用现代旅游经营方法以及可使用的资源非常有限。因此,如果没有一个营销和服务网络的支持,单纯依靠经营者单打独斗的努力,乡村旅游是很难突破其发展瓶颈的,尤其是至关重要的旅游营销瓶颈。在我国各个乡村旅游先行之地,目前还没有出现连锁营销服务网络的案例。有少数经营者在互联网上设立了一些宣传网页,取得了一定的营销效果。但由于网页知名度有限,再加上信息量少、功能简单等原因,还无法对乡村旅游的业务形成较强的支撑。而在各个地方性旅游门户网站上(通常由当地旅游管理部门开发),乡村旅游的内容往往被忽视。即使在杭州、桂林、皖南等开发乡村旅游较早的地方,其官方旅游网站上对乡村旅游点也只有很少的文字资料。

(四)从产品体系的角度来观察,政府应该如何促进乡村旅游业的发展

乡村旅游业在我国基本上是一个自发形成的产业,在各地的乡村旅游发展初期,政府直接介入的案例很少。不过由于乡村旅游对于地区发展的重要性,当一个地区的乡村旅游稍具规模之后,当地政府往往会及时介入并发挥重要作用。我们认为各地政府在推动乡村旅游业的过程中,应该从产品体系的角度来观察本地乡村旅游业的不足,采取相应的推动措施:

1、通过旅游资源普查和评估,掌握可用于乡村旅游发展的核心资源,明确本地乡村旅游的特色及核心吸引力。

2、综合评估乡村旅游的目标市场,围绕主要目标市场的需求,结合本地的资源特色,规划、设计和开发乡村旅游的辅助产品,使乡村旅游的内容逐步丰富完善。

3、有条件的地区应制定专门的乡村旅游发展

规划,用规划来指导乡村旅游的开发和建设审批工作。

4、通过培训和宣传,在乡村旅游从业者中普及现代旅游业的基本观念。通过监督管理,促进乡村旅游的安全、健康发展。从整体上提高乡村旅游产品的质量。

5、挖掘、整理和保护当地独特的乡村文化资源,组织开展有当地特色的文化活动,塑造旅游地独特的文化形象。

6、组织地区性的乡村旅游同业公会,促使乡村旅游经营者开展联合营销等互惠互利的经营活动。扩大乡村旅游产品的影响领域。

7、组建乡村旅游的营销和服务网络,该网络可以依托各地的政府网和旅游网来运营,通过政府主导营销的方式,解决乡村旅游小规模经营的营销瓶颈问题。

四、结语

总体看,尽管乡村旅游在我国还是个新生事物,各地在发展乡村旅游业的过程中不可避免地会出现很多失误,但是乡村旅游符合我国现代旅游业的发展需要,具有广阔的市场前景和增长空间。尤其是在一些有中心城市可依托,旅游资源较为丰富的农村,乡村旅游完全有可能成为农村经济的新亮点,为三农问题提供一个辅助性的解决方案。

参考文献

- [1] Ian Knowd .2001 Rural Tourism[M].Panacea and Paradox UWS Hawkesbury.
- [2]Cox.L.J.Fox, [M., Bowen.R.L., 1995, Does Tourism Destroy Agriculture[J], Annals of Tourism Research, Vol 22 Num 1, Pergamon Press, USA.
- [3] DOT, 1994, National Rural Tourism Strategy[M], Commonwealth Department of Tourism, Canberra..
- [4]Swarbrooke. J.1996,.Culture, Tourism, and Sustainability of Rural Areas in Europe in Robinson[M]. University of Northumbria, Newcastle, UK.
- [5] Williams, A. 1995. A Supply Side Examination of Farm Stay in Australia[M], National Tourism and Hospitality Conference 1995, Bureau of Tourism Research, Canberra.
- [6]WTO, 1997, Rural Tourism: A Solution for Employment[M], Local Development and Environment.World Tourism Organization.Spain.
- [7]Marios SOTERIADES, 2002,Tourism & Environment in rural areas: A case study of strategic development planning in Crete under the EU Initiative[J] LEADER II(下转第 90 页)

- 2002.第 75 页.
- [7] 王利明等.人格权法[J].法律出版社.1997.第 1 页.
- [8] 胡长清.民法总论[J].中国政法大学出版社1997第57-58页.
- [9] 王伯琦.民法总则[J].第 41-42 页.
- [10] 梅仲协.民法要义[M].中国政法大学出版社1997第 53 页.
- [11] 梅夏鹰.民事权利能力、人格与人格权[A].法律科学[J].1999(1).第 55 页.
- [12] 梁慧星.民法总论[M].法律出版社.1996.第 57 页.
- [13] [德]罗伯特·霍恩等.德国民商法导论[M].中国大百科全书出版社.1996.12(1).第 75 页.
- [14] 曾世雄.民法总则的现在与未来[M].中国政法大学出版社.2002.第 76 页.
- [15] 殷生根、王燕译.瑞士民法典[J].中国政法大学出版社.1999.第 7 页.
- [16] 梅仲协.民法要义[M].中国政法大学出版社.第 53 页.
- [17] 李宜琛.民法总则[J].第 56 页.
- [18] 郑玉波.民法总则[J].第 66 页.
- [19] 江平主编.法人制度论[M].第 34 页.
- [20] 赵群.非法人团体作为第三民事主体问题的研究[A].中国法学[J].1999(1).
- [21] [奥]凯尔森.法和国家的一般理论[M].中国大百科全书出版社.1996.第 106 页.

Civil Capacity of Right and Moral Quality

Wangmaoqi

(University of Wuhan, Hubei, Wuhan 430072)

Abstract: As an important component of general provision, regulations on civil capacity of right are essential to the whole system. This article tries to explore the relationship between civil capacity of right and moral quality so that it can clarify some misunderstandings and criticize the traditional theory on this area.

Key words: civil capacity; moral quality

[审稿人:许广智]

[编辑:拉巴次仁]

~~~~~  
(上接第 86 页) [8] Syukur Iwantoro, 2001, Rural Tourism - The Impact On Rural Communities In Indonesia. Agribusiness Agency, Ministry of Agriculture Jalan Harsono RM No. 3, Ragunan Jakarta, Selatan, Indonesia  
[9] 张济民.2003.关于湖南“农家乐”旅游发展的思考[J].湖南省旅游局;  
[10] 谢花林、刘黎明 2003.城市边缘区乡村景观综合评价体系研究—以北京市海淀区白家疃村为例[J].地域研究与开发.

vol.22 No.6.

[11] 刘黎明.2001.乡村景观的发展历史及其在我国的发展前景[J].农村生态环境. Vol17.No.1.

[12] 李伟.2003.乡村旅游开发规划研究[J].地域研究与开发. vol22 No.6.

[13] 程道品、李丰生、吴郭泉、荣悦.2003.乡村旅游理论研究与实践—阳朔乡村旅游个案研究[J].发展中国家旅游规划与管理国际研讨会(桂林)

## Our National Rural Tourism Products System and its Impacts Research

Wang Hongxing Cui Fengjun

(SCHOOL OF Tourism and Foreign Language Tibet University, Lhasa, 850000)

**Abstract:** Rural tourism is a style of eco-tourism which can both benefit tourists, farmers and rural society. WTO considers there is a high potential market for rural tourism. This article analyzed some foreign cases on rural tourism, summarized the distinguish features of our national rural tourism, developed a system of rural tourism products, and researched the impacts on our rural country made by rural tourism.

**Key words:** Rural Tourism, Products System, Impacts

[审稿人:图登克珠]

[编辑:尼玛拉姆]