



一、乡村旅游及其特点

近 30 年乡村旅游在世界范围蓬勃兴起。我国的乡村旅游虽然起步较晚,但乡村独特的魅力早已引起人们的广泛重视和极大兴趣。乡村旅游的特点有三:

1. **旅游客源市场明确。**随着城镇化的推进,城市规模不断扩大,以受教育水平较高、经济条件较好、向往乡村清新古朴的田园风光和浓郁的乡土文化气息的城市人群在不断增多。从地理区位上看,目前客源市场的乡村旅游者主要为城郊型旅游者和景郊型旅游者;但随着乡村旅游的发展,一批依托连接城市或景区之间的便利交通到中心区位旅游的乡村旅游者正在出现,并且队伍日益壮大。

2. **旅游者注重参与。**乡村旅游不仅是观光旅游,它还包括在乡村进行的运动休闲旅游、保健旅游、科学旅游、传统文化旅游及民族文化旅游等专项旅游和复合型旅游。在各种类型的旅游活动中,游客可通过直接品尝瓜果、蛋奶等农产品或直接参与种麦子、插稻子等农业生产以及养猪、养鸭、挤奶等农民家务,在体验民风民俗的基础上获得心理愉悦、满足猎奇心、丰富个性、增进与农民的友情、促进沟通和学习知识。

3. **低成本、低风险、收效快。**乡

村旅游是建立在乡村世界的特殊面貌、经营规模小、空间开阔和可持续发展的基础上的旅游类型。乡村性是乡村旅游整体推销的核心和独特卖点。因此在追求经济效益时不需把注意力放在旅游景观吸引力的开发上,只需提供并保持一种传统的、完全的乡村性,故开发难度小,成本低,投入少、产出多、建设周期短、设施服务面宽、风险小、投资回报率高,估算的投入产出比为:1:10。

二、西部发展乡村旅游的优势

1. **观念转变,政策扶持,条件改善。**由于观念的改变,西部绝大多数省区把旅游业作为支柱产业来培育,并把旅游的发展植根于民众之中,得到了民众的广泛支持和参与。同时旅游基础设施大为改善。近年来,国家在加快西部地区国道主干道建设的基础上,重点实施了西部开发大通道工程,规划西部铁路基建投资将达 1000 亿元左右。特别是青藏铁路的即将贯通,更是西部乡村旅游特别是青藏高原的乡村旅游如虎添翼。一批改建、扩建和新建的机场正在紧锣密鼓的进行,一部分已投入使用。

2. **西部自然景观丰富且品位高。**西部 12 省区市占据了第一级

阶梯的全部和第二级阶梯的绝大部分,地质条件的复杂多样形成了富积的“基础资本”:山脉纵横、山川秀丽、森林草原、物产丰富、河流众多、戈壁沙漠、自然风光旖旎且品位高。有联合国《世界遗产名录》列入的世界自然遗产项目 3 个,联合国《生物圈保护网》项目 6 个,国家重点风景名胜区 44 个和国家旅游度假区 2 个。此外,还有许多省、地和县级自然保护区、风景名胜区和森林公园等。

3. **西部人文景观多样且有不可替代性。**西部地区历史悠久,文化璀璨,古文化遗存积淀丰厚,孕育出了绚丽多彩的人文旅游资源。仅列入联合国《世界遗产名录》的世界文化遗产项目就有 8 个和国家历史名城 34 个。在西部除拥有儒、道、佛和伊斯兰教、天主教等宗教外许多民族还有自己的原始崇拜和宗教信仰,形成了长期和谐共生的多样宗教文化和多样社会文化。

4. **西部民族风情浓郁且绚丽多姿。**民族风情是最能满足旅游者寻求差异、开阔眼界、扩大知识面、满足猎奇心理并从中获得悦美的享受的旅游资源。西部有 5 个民族自治区,27 个自治州,少数民族人口占 2/3,除汉族外,55 个少数民族中有 49 个分布于西部,民族风情浓郁。由此,西部民族地区形成了绚

○ 西部发展

《民族经济与社会发展》2005年第4期

MIN ZU JING JI YU SHE HUI FA ZHAN

丽多彩的民族田园景观、民族聚落景观、民族建筑景观、民族农耕文化和民俗文化景观等。

三、西部“三农”问题与发展西部乡村旅游

西部的“三农”问题有其特殊性,主要是:

1. 农业剩余劳动力转移滞后。劳动力转移不仅对农户收入增长具有直接效应,而且还有助于提高家庭中其他劳动力的边际生产率和综合素质。有关资料表明,本地务农、本地非农、外出就业对家庭收入的边际贡献分别为5.08%、19.1%和55.11%。我国农村剩余劳动力的转移:一是通过乡镇企业的就地转移;二是通过进入城市的异地转移。但西部地区,一方面由于人口对土地资源的持久压力、现代化建设占用大量耕地、农业劳动生产率的提高等因素加大了西部农村剩余劳动力的形成;另一方面西部乡镇企业吸收农村剩余劳动力后继乏力。同时,由于劳动力市场的制度性分割、城乡隔离的户籍制度屏障、教育等人力资本以及其它人为因素,使农村剩余劳动力异地转移渠道不畅。这也必然导致在全国农业劳动力比重下降的背景下,西部近年有逐年上升的趋势。

2. 西部农业结构单一,产业结构升级滞后。到目前为止在广大西部地区,由于基础设施薄弱、人力资源贫乏和自然环境恶劣等原因,其产业结构调整明显滞后,大量劳动力主要集中在效益低、风险大的农业。因此,使农民与传统农业形成一种恶性循环的依附关系:一是以种植业为主的传统农业成为西部农民主要的劳作对象,而单一的农业结构为农民只能提供有限的且较为单一的收入。二是由于有限

性和单一性的收入,使西部农民观念更保守,风险最小替代了产出最大而成为他们的经营目标。这种产业结构畸形的发展不仅不利于农业自然的发展,也不利于工业和服务业等其它行业的发展。

3. 西部农村的非农化与城镇化水平低且质量差。研究表明,每1%的农业劳动力转移到非农业,将使GDP增加0.50~0.85%;每1%的农村人口转移到城镇,将使全国居民消费额提高0.19%~0.34%。世界城市化平均水平为47%,在一些发达国家已达到75%以上。我国东南沿海城市化水平达到50%,而在广大西部地区城镇化存在诸多问题:一是西部城镇化水平低,2002年东部、中部、西部城镇化率分别为46.1%、32.9%、28.72%。许多居住在镇上的居民其基本生活条件和面临的问题在很多方面更接近农村地区;二是城镇体系不合理,西部城镇体系现状是除了大多数省会是特大城市外,大中城市严重不足,小城镇发育十分缓慢,规模参差不齐且分布不均,远没有像“长三角”、“珠三角”那样形成体系;三是城镇化质量低,城市基础设施、交通和能源状况等落后,缺乏总体规划,土地利用率低。

通过对乡村旅游自身特点及西部发展乡村旅游优势的分析,不难看出,发展乡村旅游对西部许多地区而言,可加快农村经济结构,从而实现资源优势向经济优势转化,为解决西部“三农”问题开辟一条新的途径:

1. 发展乡村旅游有助于实现农业剩余劳动力的“内部消化”。我国正处在“工业化和信息化并行”的阶段,这将使资本和技术替代劳动的趋势加速,农民的非农化面临新的困难。发展乡村旅游,可就地扩

大农业人口就业容量,解决非农化难题。这是因为,旅游业属于劳动密集型为主导的服务性产业,就业比为1:5;其次,旅游业就业门槛低,旅游业的人力资源结构总体上向初级技能劳动者倾斜;再次,劳动就业培训成本较低,据测算旅游业安排就业的平均成本要比其他经济部门低36.3%。因此,发展乡村旅游不仅有利于剩余劳动力“内部消化”和非农转移,而且本着一切为“农”的理念,大作“农”和“土”的文章,增加农民收入。

2. 发展乡村旅游有利于拉长农产品增值链,改善西部传统农业结构。发展乡村旅游有助于将现代旅游业向传统农业延伸,化解这一问题:一方面,旅游者对食、宿、行、游、购、娱等直接相关的六大要素为核心的农产品和服务产生需求,农民通过农产品和劳务的提供直接受益;另一方面,开展乡村旅游的农民和农村把传统的耕地、除草、收割庄稼等农业生产活动转变为劳务和旅游产品,传统的喝茶、喝酒、唱歌跳舞已转变为具有民俗民风的文化旅游产品,传统的初级农产品转变为具有特色的土特产或旅游商品。通过农业和旅游业的有机结合,扩大农业生产的经营范围,拉长农产品增值链,调整和优化产业结构,提高农产品的附加值,形成新型产业。

3. 发展乡村旅游有助于西部农村推进“全面小康”社会的建设。广大西部,一方面随着人口增多,人均耕地面积或牧场减少,另一方面在小规模经营和务农比较利益下降的情况下,农民缺乏增加农业投资的能动性和积极性,很难建立有效的农业积累机制。无论在经济较发达的成都平原、关中

平原、河西走廊等经济区域,还是在经济落后的黄土高原、云贵高原、青藏高原等经济区域,传统农业改造缓慢,农业集约化、产业化水平低,生产规模小,致使农业生产成本居高不下。在匈牙利和波兰等发达国家和我国的北京、上海、广州等相对发达地区发展乡村旅游的成功经验表明,乡村旅游在短期内有效克服和缓解农村资金供给严重不足这一症结。一是乡村旅游以传统乡村地区的自然环境、风景、物产及乡村生活为旅游吸引物,不过多依赖资本,较少使用专门接待服务设施,提供的旅游产品是传统、原生的乡村生活和环境,土地利用方式以农业、林业和自然占地为主,在短期内有效缓解农村资金供给不足;二是随着乡村旅游的发展,在市场的导向下,带来大量的人流、物流、资金流和信息流,实现以游促贸、以游结友、以游招商和就地创汇;三是随着乡村旅游环境的改善和优化,将有效促进城乡旅游一体化,使之成为资源、环境和市场共享,优势互补,良性循环。可见,发展乡村旅游,使西部农业由“散而弱”向“大而强”转变,并在此过程中,使农民向城镇持续、稳定、永久性转移,使城乡二元结构向城乡一元结构转化,加速西部地区的非农化和城镇化进程,从而,从根本上解决西部“三农”问题,推进“全面小康”社会的建设。

四、开发西部乡村旅游的思路

西部乡村旅游的开发应在突出“乡村性”的基础上,结合乡村旅游的特点、西部的优势及“三农”问题等因素综合考虑,强调西部乡村旅游产品、商品和劳务开发的主体多元化、突出乡村意象和构筑旅游大品牌,充分发挥旅游业的三大效益:

1. 以市场为导向,科学规划、多

元开发。乡村旅游景区规划要具有宏观和微观思考,即宏观上以大农业资源为依托,以区域内现有乡村自然文化景观为基础,建立综合性乡村旅游业,维护和美化农业性乡村自然景观风貌;微观上要因地制宜,选择合适项目,增强农民的广泛参与。因此,政府特别是中央政府应继续加大对基础设施建设的投资力度,如解决“交通”瓶颈、增强通达性。由于乡村旅游的接待主体是以村组为单位的集体或以一家一户为单位的农户,因此在发展乡村旅游产业中,政府、集体(企业)和农户三位一体,以旅游市场为导向,以大农业和旅游业为依托,沟通农业、农民和农村与旅游市场的有机联系,多元开发,共同将乡村旅游这快蛋糕做“大”、做“强”。

2. 突出形式多样的乡村意象,赋予旅游六大要素新意。乡村意象是乡村在长期的历史发展过程中在人们头脑中所形成的“共同心理图景”,具有丰富的内涵,是开展乡村旅游的一项无形资源和动力,主要表现为乡村环境意象和乡村景观意象。乡村意象要求乡村旅游产品、商品和劳务应挖掘乡村文化内涵,通过一种整体氛围营造体现特有的乡村意象。而这种整体氛围的营造,一是必须赋予乡村旅游六大新要素:吃,由传统旅游的宾馆化、固定程式化、高档化转向家常化、消遣化和土特化;住,由“星级”宾馆向清洁、卫生、舒适、功能齐全的“无星级”农舍转化;行,一要快捷,二要修筑与周围景观相协调的道路,三要因地制宜的选择区内道路运载工具,畜力、人力、自然力齐上,突出地方特色;娱,利用民俗文化等资源,开展健康活泼、适于游客参与的自娱自乐项目设施;购,

突出商品的观赏价值、纪念意义、发展具有当地特色或民族特色的旅游商品和土特产。游,不断提高层次,增加活动内容。二是尊重游客选择和兴趣,开发游客参与、融入和可操作的独具乡村意象的旅游项目。三是树立包括工业、农业、科技、基础设施在内的大旅游观,提供优质服务。

3. 打造西部乡村旅游地品牌,实施大品牌战略,构造旅游大板块。品牌具有使旅游产品突出个性、增加附加值、开拓市场和高亲和力等功能,且旅游地品牌成为21世纪旅游业竞争的焦点。乡村旅游作为带动西部农村经济发展的龙头产业,应实施大品牌战略。既充分利用城市的“扩散效应”,又充分发挥西部乡村本身的特点,构造游客前往某地旅游的主要吸引源,发展旅游地品牌。西部乡村旅游地品牌的构建途径除加大营销投入外,围绕主题品牌进行资源开发整合,在资源开发整合过程中,加强区域板块构造。如将西部作为一个大板块或分为西南、西北两大板块,使乡村旅游资源和旅游产业在一定空间内协调发展,烘托出旅游地品牌。再如,西北5省虽在不同程度上都存在着相对落后的一面,但同时都拥有西部大开发国家经济政策向西部倾斜、退耕还林还草等共性,以及由于地缘关系和共同文化历史导致的资源类似性,所有这些,为构建西北旅游板块提供了可能性和必要性。在乡村旅游地品牌下开发系列产品品牌和企业品牌等,实现乡村旅游地品牌为主导和核心,兼顾其他相关系列品牌的开发与发展。

(作者单位:西北民族大学经济管理学院)