乡村旅游探论

万 青

(南京农业大学 经贸学院, 江苏 南京 210095)

[摘 要] 我国广大农村拥有较好的生态环境和特色农业。大力开发乡村旅游市场, 意义重大。但我国目前的乡村旅游存在着项目单一、季节性明显、模式雷同、缺乏特色、认识不到位、环境恶化等问题。对此必须采取以下对策: 政府积极引导, 规范管理, 强化农民的旅游服务意识, 维护景区形象; 搞好旅游宣传; 开发适销对路的旅游产品; 努力做好乡村旅游市场开发服务; 搞好基础设施建设。

[关键词] 乡村旅游; 劳动力转移; 经济发展

[中图分类号] F592.3 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1671-9824(2004)06-0027-03

乡村旅游是现代旅游业中的一项新事物, 然而它却以极快的速度, 在各国发展起来。特别是在欧美的一些发达国家, 乡村旅游已具有相当的规模, 并且已走上规范发展的轨道, 显示出越来越大的发展潜力。我国的乡村旅游是在国内外市场需求的促动下, 在发达国家的影响下, 在我国特殊的旅游扶贫政策的指导下应运而生的, 由于起步较晚, 目前尚处于初期。如何使其规范发展, 从一开始就能走上健康、高效的道路, 将直接影响着我国旅游业未来的发展方向和发展速度。为此, 本文在分析乡村旅游的内涵基础上, 讨论了我国发展乡村旅游的意义、存在问题及对策。

一、乡村旅游的内涵

(一) 乡村旅游的概念

所谓乡村旅游, 是以农村地区为特色, 以农民为经营主体, 以旅游资源为依托, 以旅游活动为内容, 以促进农村发展为目的的社会活动。它是农业经济体系的一个组成部分, 农业的一部分消费功能, 不是以营养物、生活用品、工具等形态去满足人们的物质消费要求, 而是以多姿多彩的情趣来满足其文化消费要求。最近几年以来, 中国乡村旅游发展迅速, 花样翻新, 一些大中城市的郊区乡村创造性地开展了许多独具特色的“农家乐”旅游、“农业观光”等, 对不同地区和不同年龄段的旅游者都产生了新的吸引力。

(二) 我国乡村旅游的特点

1. 旅游者的一切旅游活动均发生在“乡村”这一特定的区域环境内。

2. 旅游资源应是乡村已开发的和待开发的, 原生的或再生的, 属集体的或个人所有的各类自然、社会资源。

3. 旅游资源、旅游设施、旅游服务具有比较浓厚的地方特色、乡村特色、民族特色。

4. 为旅游者提供各种服务的从业人员包括管理人员, 应该以经过培训的农业人口为主。

5. 乡村旅游经济兼有乡村集体经济和乡村个体经济成份, 它应纳入乡村经济核算体系; 有些核算内容可虚拟地纳入整个国家旅游经济统计, 以反映我国旅游事业的发展。

(三) 我国乡村旅游的区位模式

目前, 我国各地开展的乡村旅游均在朝着融观赏、考察、学习、参与、娱乐、购物和度假于一体的综合型方向发展。然而, 由于地理条件的差异、兴起原因的不同, 各地乡村旅游的内容各有侧重。比较分析我国各地乡村旅游的形成过程, 对其成因及特征形成影响大的因素是区位。如何构建乡村旅游布局模式, 在乡村旅游发展过程中作用重大。根据旅游资源、客源市场和区位条件的不同, 目前应重点开发以下三种区位模式:

1. 都市郊区。城郊经济基础较好, 交通便利, 地域空间相对开阔, 空气清新, 环境洁净, 乡村植被景观保存较好, 加上长期作为城市农产品供应基地, 其农业生产往往种类繁多, 特色鲜明, 与城市有极大的反差。所有这些决定发展城郊乡村旅游会有稳定的城市客源。

2. 风景名胜区周边的乡村地域。通过农民自主开发一些参与性强、民俗风味浓郁、农业特色鲜明的旅游项目, 可以缓解假日旅游高峰著名风景区和旅游城市的压力, 促进风景区和城市的可持续发展, 同时也提高了游客的浏览体验质量。

[收稿日期] 2004-07-20

[作者简介] 万青(1970-), 男, 安徽霍山人, 南京农业大学博士生, 皖西学院经贸系讲师, 研究方向: 农业经济管理。

3. 旅游资源独特的老少边穷地区。在一些偏远的乡村贫困地区,现代化工业文明尚未辐射至此,往往有十分原始而优美的乡村自然环境,这对热爱大自然、崇尚返璞归真的城市游客具有莫大的诱惑力。当地政府可配合国家“扶贫攻坚”战略,引导和扶持农民发展旅游业,变被动脱贫为主动致富。

二、开辟乡村旅游市场的意义

2003年11月24日,百家国内旅行社及众多旅游业专家、学者共聚厦门,商讨中国旅游业的发展大计。与会专家认为:乡村旅游将成为未来我国旅游市场发展的一大亮点。大力开发乡村旅游市场,大力开发乡村旅游景区,具有十分重要的作用和意义:

(一)有利于加强城乡文化交流,改变农业生产者落后的观念

通过城市居民的参与活动,把先进的科技知识带到乡村,有利于科技推广;城市居民可以亲身了解和体验农村生活;旅游者的观光活动将有利于促进农业生产者封闭保守思想的改变,形成市场意识;通过对观光农业基地的管理,可以提高管理水平和适应市场的能力,实现土地的合理开发和经营多样化,提高用地效益。

(二)改善环境,提高生活空间质量

观光农业不仅以农业生产方式、多种参与活动、民俗文化等吸引游客,而且以优美的环境给游客以美的享受。因此,植树种草,美化环境是其必要的投入,在客观上起到了保护环境的作用,特别是在水土流失严重的地区,其意义更大,对于我国发展生态旅游也有促进作用。在台湾,观光农业在政府的引导下,发展“三生”农业,即是把农业的发展引向“生产、生活、生态”结合,平衡发展,达到生产企业化、生活现代化和生态自然化。

(三)有利于进一步刺激消费,充分发挥旅游业在扩大内需方面的作用

消费不旺、需求不足是我国当前和今后相当长一段时间内经济生活中的一个十分突出的问题,进一步刺激各方面消费,扩大有效需求,对于促进我国经济持续稳定增长具有重要作用。旅游业由于关联性强,带动功能大,扩大消费需求的作用十分明显。可以说,充分发挥旅游业在刺激消费、扩大内需中的作用,既是旅游产业自身发展的需要,又是时代赋予旅游业新的历史使命。要进一步发挥旅游业在这方面作用,充分挖掘潜在的游客市场,扩大旅游者队伍是一个重要的方式和途径。目前,通过发展乡村旅游来启动乡村市场,刺激消费,扩大内需,成效将会十分显著。

(四)有利于扩大旅游产业规模,推进我国世界旅游强国建设步伐

新的时期,我国旅游业提出了要实现由亚洲旅游大国向世界旅游强国跨越的目标,要实现这一宏伟目标,壮大旅游产业规模和进一步提升旅游产业素质必不可少,而大力加强乡村旅游市场开拓,对推进我国旅游强国建设将大有裨益。随着我国全面小康社会建设的不断加快,人民收入水平的逐步提高,不断扩大的乡村旅游市场对壮大我国旅游经济规模将会起到积极巨大的作用。

(五)有利于农村产业结构调整 and 农业产业化发展,促进农村剩余劳动力问题的解决

我国农业仍然是以种植业为主的农业,农业结构不合理,农村第三产业比例太小,农业经济效益低下。发展乡村旅游必然带动乡村商业、服务业、交通运输、建筑、加工业等相应产业的发展,带动产业结构的调整。同时,乡村旅游的发展必然引起区域农业产品的特色化,有利于形成对产品的加工、储藏、运输和销售系列化,促进农业产业化发展,增加就业机会,进一步解决农村剩余劳动力的就业问题。

三、我国乡村旅游存在的问题

(一)思想认识问题

受我国城市化进程和经济发展水平的影响,人们对乡村旅游的认识不足,对农业的多种用途和功能并未加以考虑,忽视了农业的旅游观光功能;在旅游业和农业的决策层中,对开发农业旅游资源漠然视之,导致乡村旅游的投资严重不足;农业部门与旅游业部门缺少必要的联系,以致乡村旅游资源得不到有效的利用和开发。

(二)项目单一,且季节性明显

由于忽视农业旅游资源的综合开发,部分地区的乡村旅游规划不够合理,项目功能、活动内容单一,难以满足游客的多种旅游需求,吸引力不够。因而旅客逗留时间短,经济效益不高。例如:果园除了可供游人观光、采摘之外,缺乏其他设施和功能;垂钓乐园除可供游人垂钓以外,不能提供其他相关服务。各地乡村旅游都不同程度地存在此类问题。如上海浦东“孙桥现代农业开发区”的园艺场,虽然在探索农业、科研和旅游联动发展方面作了很大的努力,拥有了一定的知名度,是上海市郊区发展旅游观光农业的佼佼者,但其旅游功能仍未得到最大程度的发挥,活动内容显得比较单一。

受自然气候条件、农事的影响,乡村旅游时间具有季节性,淡旺季的反差明显。农业旅游资源的季节性变化,引起乡村旅游吸引力的季节性差异。例如观光果园在夏秋挂果期间游人如织,而到了冬季则门庭冷落。

(三)模式雷同,缺乏特色

我国疆域辽阔,农业旅游资源类型多样,地域性明显,有利于各地形成自己的农业特色。但是目前具有地方特色的农业旅游项目尚不多见,各地农业旅游资源开发模式雷同,开发利用多限于果园、林地、鱼塘等类型,开发项目也多为观光果园、森林公园、垂钓园等,观赏型蔬菜园、瓜果园、花卉园、租赁果园、租赁花圃、租赁菜地、民俗观光村、民俗农庄开发较少,耕作、栽培、牧羊、赛马、驾船、捕鱼等农事活动以及民俗资源开发不够。

(四)乡村旅游中存在破坏环境的问题

1. 对当地资源的供给产生压力。旅游开发活动必将引起大量的水、食品、电等物资和能源的消耗,对于一些经济比较落后的地区,势必改变当地的物流和能流,从而产生了新的环境影响。此时如果环境保护和治理方面的资金投入不够,就可能引起环境恶化。

2. 旅游基础设施建设破坏了原有的自然景观。开发自然风景旅游区,进行公路、宾馆、饭店、旅游管理设施等基础

设施的建设,如果规划不合理,同原有景观不协调,就会破坏原有的景观和生态。

3. 旅游活动的“三废”排放污染了景区。近几年在偏远山区和农村地区不断涌现出旅游休闲度假区,但由于管理不善,景区经营者又只重开发、收益,而忽视了环境“三废”的处理,甚至不处理,对原有景区造成了明显的破坏。

4. 旅游者素质低对原有风景构成破坏。由于旅游者素质低下,人为破坏乡村景观的情况并不少见。

四、发展我国乡村旅游的对策建议

(一)政府积极引导,规范管理,增强农民的旅游服务意识,维护景区形象

乡村旅游在内部由一家一户分散经营,自负盈亏。但对旅游市场来讲,对社会来讲,一个地方的乡村旅游是一个统一的形象,包括这个地方乡村旅游的知名度、经营特色、服务质量、文化品位等,任何局部的印象都会带来游客对整个地区乡村旅游的肯定或否定。所以,乡村旅游景区的整体形象关系着景区的全局利益,也关系着经营者一家一户的利益。这就需要当地政府和职能部门为了广大游客的利益、当地经营户的利益、旅游地健康发展的长远利益而进行积极引导,规范管理。政府当前最需要做的工作是建立健全有效的管理体系。各级政府职能部门要明确责任,制定出相关管理办法或条例,对乡村旅游的规划审批、经营管理、安全管理、环境卫生等进行规范与监督,引导其逐步走向行业协会自律管理。^[1]

(二)搞好乡村旅游宣传

通过宣传促销工作,提高乡村旅游的知名度,扩大乡村旅游的影响。政府作为管理者其首要责任是起到引导、协调作用,应把主要精力放在制定、修改、完善乡村旅游经济的法律体系、行业规范上,通过向国民宣传大旅游观念及塑造国家整体旅游形象,为我国乡村旅游经济开拓国际国内两个市场,促进乡村旅游经济迅速发展。

(三)开发适销对路的旅游产品

由于乡村旅游市场还处在起步阶段,决定了我国绝大多数乡村旅游发展水平还不是很高,旅游的主要方式还是

以观光旅游为主,而乡村旅游产品开发不足,对此应遵循以下的思路和原则:以大城市和著名风景名胜为依托,以观光旅游产品开发为主导,以专项旅游产品建设为支撑,突出“行、游、购”三要素,形成一批适应乡村居民消费心理和消费需求的旅游产品,如安徽金寨的天堂寨镇农贸市场,就是乡村考察、旅游中的一个很好的购物游览点。总之,在乡村旅游产品的开发设计上,要力求做到消费物美价廉,形式多样。

(四)努力做好乡村旅游市场开发服务

根据旅游业的发展,必须满足吃、住、行、游、购、娱的基本要求。做好乡村旅游市场开发服务工作,需要始终紧扣“方便、热情、周到”六个字进行,为人们参加乡村旅游提供方便。如在农家乐园搞更多更好的项目来吸引游客,利用特色农业资源举办各种农产品节庆活动,如此既扩大了当地农副产品的知名度,又吸引了大批游客,并使节庆成为自己的旅游品牌。

(五)搞好基础设施建设

乡村旅游是一项涉及多种行业的复合型产业,它的产生和发展,是以交通、水电、餐饮、住宿、通讯等基础设施行业的发展为前提条件的,反过来,乡村旅游的发展又会促进这些行业的完善和发展。因此,在规划设计布局时,应当设计专门的旅店、餐厅、娱乐场和度假村,开发具有特色的农副产品以及旅游产品,供游客观光、游览、品尝、购物、参与、休闲度假等多项活动。

旅游业是国民经济的新的增长点,又是“窗口行业”、“无烟工业”、“腾飞事业”,把乡村广阔天地作为旅游点开发是合适和明智的选择。富有丰富旅游资源的乡村是理想的投资沃土和安全的旅游胜地。乡村旅游将为我国乡村经济的发展发挥着不可小觑的作用。

[参 考 文 献]

[1] 朱广伟等. 乡村旅游开发中的环境保护与经济可持续发展[J]. 农业现代化研究, 2000, (5).

[责任编辑:师连枝]

Discussion on rural tourism

WAN Qing

(School of Economics and Trade, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095, China)

Abstract: China has vast rural areas with better ecological environment and agriculture with characteristics. It is of great significance to develop rural tourist market. But problems such as lacking variety of items and characteristics, similar patterns, clear seasonality and deterioration in environment still exist in rural tourism. Countermeasures as follows must be taken: the government guides actively, normalize the management, strengthen the peasants' consciousness of tourist service, safeguard the image of the scenic spots, attach importance to tourist propoganda, develop appropriate tourist products and perfect the construction of infrastructure.

Key words: rural tourism; labourer transfer; economic development