

# 关于我国乡村旅游的几点思考

夏继军

(南昌大学 历史系 江西 南昌 330047)

**摘要:** 我国的乡村旅游映射着我国的国情,本文从我国乡村旅游的概念、乡村旅游与其它旅游的关系、乡村旅游的管理、乡村旅游的客源等方面进行了探讨。

**关键词:** 乡村旅游 替代 互补 游客 客源

欧美等发达国家进入工业化社会的历史已近二百年了,乡村旅游于上世纪三十年代在工业化的欧洲率先出现,在很多发达国家现已发展成为成熟产业。虽然早在隋唐时期,我国就出现了以商业经济为特征的繁荣的城市文明,并领先于世界,但时至今日,我国仍是一个农村和城镇的人口比为9:4的农业大国,长期的二元经济使代表着工业文明的城市在中国人的眼里依旧是稀有资源。在这样的国情背景下,我国的乡村旅游于上世纪80年代起步,因其资源丰富、魅力独特,而发展迅猛,在拉动农村经济、提高农民收入等方面起了很大作用,并在有些地区成为新兴的替代产业。但我国的乡村旅游离发展成为成熟的产业这个目标还有很大差距,我国的乡村旅游在发展中还有很多问题需要探讨和解决

## 一、我国的乡村旅游应如何定义

乡村旅游至今没有统一的概念,笔者所看到的有关乡村旅游的文章几乎都探讨过乡村旅游的定义,虽语言不一,但可以归纳为如下几点:(1)依托农村资源,不管是依赖自然风光、古村遗貌还是民风民俗、现代农业,都是突出“农”字特色。(2)客源地近,居留时间短,游客主要为城里人。(3)游客意在回归自然,重游率高,有休闲特征。(4)有少数文章认为乡村旅游高效益、低风险。

目前我国的乡村旅游是资源丰富的农村面对资源稀有的大中城市,从理论上讲应为买方市场。所以简单地认为我国的乡村旅游高效益、低风险是站不住脚的。从地域分布上讲,我国突出“农”字特色的旅游分布在三个地区,第一,城市郊区,特别是经济相对发达的大中城市的郊区;第二,依附于著名景点,处其附近或必经之路;第三,受现代工业文明冲击较小、古代文明保存相对较好,但交通落后、位置偏僻的地区。如果把客源近、重游率高、休闲等特征放在上述第二和第三类旅游上显然不妥。所以,我国的乡村旅游除集体具备一“农”字特色外,再没有别的共同特征了。对我国乡村旅游的定义也只能在这“农”字特色的基础上,根据各旅游区的实地情况赋予具体的内涵了。一个更重要的启示是,不管是借鉴国外的先进经验还是学习国内的

成功案例,都要结合自己的实际情况,吸取有益于己的,不能简单地移花接木。

## 二、乡村旅游和其他旅游产品之间应由替代向互补发展

乡村旅游是旅游大集体中一位富有特色的成员,它凭自己资源和特色跟其它旅游平分秋色。乡村旅游如何与其它旅游和谐相处,并实现自己的利润最大化呢?

乡村旅游与其它旅游之间无非是苹果与梨的替代关系和电脑与电脑软件的互补关系。如果面对的是客源的竞争,乡村旅游和其它旅游之间应该是替代关系,它们都能满足游客出游的愿望,都面临被游客选择的机会和放弃的可能。在游客的旅游支出尚不丰裕或出游的时间不能随心所欲的情况下,选单的可能性就更大了。在此情形下,其它旅游就成了乡村旅游的竞争对手,乡村旅游必须内强自身素质,充分发挥自己的特色,吸引游客,通过广告宣传扩大自身影响,通过适当降价促销实现总收入的增加,更要注意对手的动态,以便及时调整策略,在动态的运作中保持自己的品牌,创造并扩大自己的优势。崇明岛在生态旅游的开发中就是努力迎合上海这个大客源,提高自己的特色和品味,取得了成功。<sup>①</sup>如果乡村旅游和其它旅游之间面对的是相同的客源,那他们之间就是互补关系,这尤其适用于依附于著名景观的乡村旅游。这时乡村旅游应和其它旅游共同组成一个整体,尽量突出同一主题,同时乡村旅游要保住自己的特色,使其成为必不可少的旅游环节。既服从大局,又保持自我,乡村旅游和其它旅游在合作中实现了双赢。

走和其它旅游合作的互补之路,对于乡村旅游来说是最理智的,但依附于著名景点的乡村旅游毕竟是特例。想实现这一目标,乡村旅游必须摆脱孤军作战的局面,扩大规模,形成区域化影响。正如贺小荣所说,我国乡村旅游的目标应是大文化、大市场、大空间的大旅游。<sup>②</sup>王云才也认为,我国的乡村旅游应走规模发展,协调统一市场,均衡利益分配之路。<sup>③</sup>

## 三、游客是上帝但不是主宰

乡村敞开她质朴的胸怀迎接给村民带来财富的游客,农村

的资源以旅游接待的形式变成了改变村民生活的钞票,游客因给村民带来了勿须辩驳的实惠而成了村民的“上帝”,为迎合“上帝”的口味深挖农村的资源便成了乡村旅游最原始的动力。但在这获得利益的欢喜和为获得更大利益而暴发出的热情的背后,却潜伏着隐患。

首先,乡村旅游资源的开发和保护的矛盾。变“给游客们想要的”(giving the customers what they want)为“生产我们能出售的”(producing what we can sell)<sup>④</sup>,是一个非常好的思路。让乡村旅游开发的决定权掌握在开发者手里是乡村的资源能够得到保护的前提,只有在这个前提之下,理性的开发者才能用科学的理念、系统的措施去协调旅游资源的开发和保护的关系。

其次,乡村旅游应承担哪些社会功能。王云才认为,乡村旅游的功能是综合的,表现在乡村经济、社会、生态环境和乡村空间组织等多个方面。<sup>⑤</sup>所以,对乡村旅游的管理也应是一个综合体系,既有经济运作系统,又有生态环境、人文环境的保护,还有农村社区的协调与管理等等。政府及相关部门必须介入,按照国家法律,结合本地实情,进行合理规划;成立专门机构,处理乡村旅游事务,对乡村旅游管理但不管死,放手但不放任,让乡村旅游按市场规律有序发展。

游客是旅游业的生命,特别是我国的乡村旅游,客源面窄,竞争力大,尤其容易倒向游客的意愿。游客是上帝但不是主宰,我国的乡村旅游只有在相关机构的指导下,进行合理规划,确立自己的卖点,吸引更多的游客,才能切实走上良性的发展之路。

#### 四、我国乡村旅游的客源趋向二元化

在我国,过厌了城市里紧张、繁忙、高心理压力生活的都市人凭自己的经济实力,从狭窄、拥挤的钢筋混凝土中走向大自然,实现了返璞归真的梦想。而代表着城市文明的高楼大厦在农民眼中却是一道充满向往的美丽风景。所以城里人便成了人们潜意识中乡村旅游的唯一客源,所谓乡村旅游的特色也是针对城里人而言,如“美丽的村庄、传统的生活本身就是乡村旅游的重要资源”。<sup>⑥</sup>但,随着我国新农村建设力度的加大,长期的二元经济所造成的城乡之间的差距正在逐步缩小,在9亿人口的农民中已经显现出了对旅游的需求已是不争的事实。乡村旅游不可以把这潜力巨大的客源先人为之地拒之于门外。

笔者通过一所农村小学对7个自然村共300个家庭做了一次问卷调查(见表一)。

笔者做调查的地区是山东半岛的普通农村,通过选择人数的对比,我们明显感觉到,城市的魅力在农村中尚占有绝对优势,通过调查,选择A为旅游地的家庭主要以种田为主,收入相对较少,外出机会也相对较少,他们对城市充满向往,并想利用进

表一:给你一次免费旅游

2006年3月

序号	旅游地及距离	选择	是否想购物	原因汇总
A	青岛一日游(100公里)	201人	是	1、未去过青岛 2、想看大海、栈桥
B	保存上世纪70年代以前风貌及习俗的“农家一日游”(70公里)	29人	否	1.去过青岛一次或多次 2.好奇 3.借此回味自己的童年
C	寿光绿色蔬菜示范基地“观光学习一日游”(130公里)	57人	视具体情况而定	1、学习他们的技术 2、感受他们的经营理念

注:①B旅游地为假想旅游区。②13人放弃。

城的机会购置生活用品,这类家庭是目前农村的主体;选择B、C两类旅游地的家庭占了调查总数的1/4强,他们的家庭都相对较富裕,一般从事经商、运输、专业加工等,同时不放弃种田,收入渠道广,外出机会较多。他们的出游目的地开始摆脱城市的吸引,趋向多元化,并且有明确的出游动机,不盲目购物,出游趋向理性化。

上述调查是一个假想问卷,和人们现实中的出游出入很大,但它清晰地给我们论证出了一个趋势:当农民的恩格尔系数低到可以支付外出旅游时,从涌入城市的大军中会游离出一支又回到农村的旅游人群,并且随着农民恩格尔系数的降低,这支游离出的队伍会越来越壮大。那么,乡村旅游的客源也就不能只定位于城里人,乡村旅游保持的相对于城里人来说的“农”字特色也必须向深层次发展,直至让农村游客也感到有鲜明的特色。当然,到农民真正成为乡村旅游有分量的客源还需要一个过程,我们应该用战略的眼光看待这一现象。

#### 五、结束语

我国的乡村旅游是在相对于发达国家来说并不成熟的国情中发展起来的,虽表面兴盛,实质却很脆弱。和其他产业一样,我国的乡村旅游也必须具有中国的特色和本地区的特色,这是研究我国乡村旅游的立足点和出发点。

#### 参考文献:

- ①叶建东,发展生态旅游[J],上海经济,2004(6).
- ②贺小荣,我国乡村旅游的起源、现状及其发展趋势探讨[J],北京第二外国语学院学报,2001(1).
- ③⑤王云才,国际乡村旅游发展的政策与借鉴[J],旅游学刊,2002(4).
- ④何景明,国外乡村旅游研究述评[J],旅游学刊,2003(1).
- ⑥乌恩、蔡运龙、金波,试论乡村旅游的目标、特色及产品[J],北京林业大学学报,2002(3).