

的多样化。在一个地区,必须有多样化的乡村旅游类型,如成都市的“五朵金花”就是以梅花、花卉、菊花、荷花、菜园为主题发展的不同乡村旅游品牌,每个品牌又有一系列的观光、参与性产品。游人对乡村旅游品牌的多样性、内容的丰富性和体验的差异性的要求越来越高,乡村旅游目的地就越要尽快改变产品雷同、内容泛化的局面,创新产品的特色,使游客增加更多的选择,包括交通出行的自主化,旅行事务的自主化,订房、订票、订餐的自主化,游览乡村景物的自主化等。

(作者为该校教授,中国旅游地学与地质公园研究会副会长;收稿日期:2006-03-09)

## 中国乡村旅游发展的新形态和新模式

王云才

(同济大学建筑城市规划学院景观学系,上海200092)

我国是农业大国,更是乡村大国,乡村永远是中国大地上的主导景观。我国乡村旅游的发展是时代发展的需求,业已引起社会对乡村发展、乡村景观、乡村遗产、乡村旅游的广泛关注,并感悟到乡村景观保护与乡村旅游发展的紧迫性,对落实我国新农村建设具有重要意义。对比欧美发达国家发展过程和成就,乡村旅游在走过了贵族化阶段后成为体验乡村文化和乡村遗产重要的旅游方式,成为休闲、度假、康体、治疗等重要的旅游空间。在欧洲,乡村旅游曾一度成为“拯救乡村的乡村旅游”,成为乡村经济变革和推动乡村发展的重要动力,为乡村发展注入的活力和推动乡村持续发展所展现出的作用不仅在欧美发达国家,而且在今天我国乡村变革和发展中充分体现出来,成为乡村发展的新动力、新模式和新途径,是城乡统筹发展过程中最完整、最典型、最内在的体现。我国乡村旅游20多年的发展业已完成产业的第一次积累,乡村旅游亟待解决经营理念低俗化、品牌定位趋同化、产品层次粗浅化、乡土文化城市化、管理模式混乱化和产业组织自发化6大问题,抓住发展机遇,实现乡村旅游产业升级和产品换代。

新时期,替代传统乡村旅游产品的新形态和新模式主要有7个方面:(1)主题农园与农庄发展。形成教育农园、市民农园、租赁农园等多种形态,承载农旅结合的农事参与、自然教育和DIY创意空间等功能。(2)传承地方性遗产之乡村主题博物馆发展模式。承载传统产品与传统工艺、传统生活与生产

方式、非物质文化遗产展演和文化景观重现功能。(3)乡村民俗体验与主题文化村落发展模式。承载古村落、新文化村落、新经济村落等不同阶段乡村整体人文生态系统的物化与意化的统一过程的认知和体验功能。(4)乡村旅游基地化之乡村俱乐部。不仅是乡村旅游的高级会所和信息中心,而且是乡村旅游的中介机构;不仅向乡村旅游者提供全方位的乡村旅游服务,而且提供一种乡村旅游全过程的联程服务,旅游者可以在不同地方不同乡村俱乐部享受到一体化服务,并通过订购乡村旅游线路,向自驾车群体旅游提供自助式全程服务。(5)现代商务度假与企业庄园模式。承载企业董事会议、商务谈判、员工奖励度假和旅游景观房产等功能。(6)农业产业化与产业庄园发展。集生产、研发、销售、交流、教育和旅游为一体的现代化农庄,比较成熟的有葡萄酒庄园、香料庄园、草莓庄园和西瓜庄园等,产业庄园既要体现产业化生产特点,又要满足服务性企业的需要。(7)区域景观整体与乡村意境梦幻体验。是区域尺度下通道式动态旅游类型。乡村景观意境可划分为地方文化代表型——乡村文化意境,水体景观主导型——水乡意境,山野乡村主导型——自然意境,林间乡村代表型——林海意境,平原农耕代表型——农田耕作意境,牧区乡村代表型——自在天堂意境,民族村寨型——异域人文意境,城乡过渡代表型——都市乡村意境8大类型。基于追寻儿时的记忆、寻找传说中的桃花源里避世文化的理想空间、中国诗画文化的灵魂等多种意境追寻,乡村景观意境的感知和体验也成为现代最为时尚和有吸引力的乡村旅游活动和产品形态。

(作者为该校副教授;收稿日期:2006-03-15)

## 国外乡村旅游管理者与经营者角色定位之启示 刘军萍

(北京市农村经济研究中心,北京100029)

乡村以其旖旎的田园风光、浓郁的乡土文化气息、新鲜的蔬菜瓜果和原汁原味的乡村生活而受到都市居民的亲睐。乡村旅游以乡村性为最大的卖点而蓬勃发展。国外发展乡村旅游历史悠久而成熟,为中国开展乡村旅游提供了成功的典范和经验。

笔者就政府管理者和产业经营者在发展乡村旅游中的角色分配与工作定位问题谈一些粗浅认识。

### 一、政府作为产业管理者,应该干些什么

多数国家把乡村旅游作为政治任务或公益事业来发展,把社会效益放在经济效益之上。西班牙、希

腊、爱尔兰等国都是这种情况。他们为了给本国或本地区乡村经济发展注入新的活力,在政府规划指导下,采取各种措施,给予乡村旅游开发积极的引导和支持。借鉴西班牙瓦伦西亚大区 and 我国台湾省等国内外的经验,政府作为产业管理者应着重履行好以下4项职责。

第一,编制总体规划和执行项目计划,保证区域发展的均衡性和产业发展的驱动力。西班牙瓦伦西亚大区政府主持并提供了规划编制的技术支持和资金支持。许多国家还实施了一系列计划支持乡村旅游的发展,如法国的“假期绿色居所计划”与“欢迎来到农场来”、奥地利的“农场假期”项目、意大利的Toscana乡村节庆、波兰的“波兰绿肺”项目,以及泰国的Umphang社区旅游项目等。我国的台湾省1989年4月开始实施“发展休闲农业计划”,积极辅导、推动观光休闲农业区的规划及建设工作。北京早在1998年就编制了《北京市观光农业发展总体规划》,2005年也有了《北京市乡村旅游发展规划》,但规划的实施不到位,也缺乏适时适地的项目计划,带来了目前的乡村旅游出现区域发展不平衡、项目类型同质化、缺乏特色与内涵等问题,已经对乡村旅游的产业前景和可持续发展构成了威胁。

第二,制定规章,引导和规范乡村旅游的健康发展。西班牙瓦伦西亚大区早在1994年就制定了《乡村住宿法》,规定了乡村住宿的基本条件和从事住宿经营接待者的政府登记要求;此外,政府对非法经营也有严格的管理与处罚规定。1992年起,我国台湾省也陆续实施了包括休闲农业辅导办法、休闲农业标章核发使用要点、休闲农场设置管理要点等主要法规和其他近50个相关法规在内的观光休闲农业法规体系。北京市也在发展初期就意识到了规范管理与规范经营的重要性和必要性,2002年开始实施《北京市郊区民俗旅游接待村(户)评定标准(试行)》、《北京市郊区民俗旅游接待村(户)评定暂行办法》,截至2005年底,共评定出三批市级民俗旅游村110个和四批市级民俗旅游接待户7119个;2004年开始按照《北京市观光农业示范园区评定标准(试行)》评定出了两批45个市级观光农业示范园区。

第三,给予资助,帮助乡村旅游提高质量。资助主要用于两个方面:一是投向产业经营者进行基础设施的建设与完善,二是用于扶持乡村旅游协会的成长和网络开发建设,搭建平台交流信息。国内外的实践显示,非政府组织在发展乡村旅游中有重大作用。1992年美国建立了非营利组织——国家乡

村旅游基金(NRTF),从事项目规划、募集和发放资助、提供宣传。任务是鼓励可持续的乡村旅游发展,提供网络信息服务,执行州旅游合作计划,推广国际旅游项目,提高联邦旅游和休闲场所的知名度,实行游客分流,开发全美森林服务项目等。加拿大分别于1977年、1990年成立了乡村度假农庄协会(CVA)和土著旅游协会(CNATA)。我国台湾省的休闲农业协会也在发展网站,倡导分工合作,强调同一地区的联合,以及鼓励奇观、氛围、风景和主题等“情境消费”产品的开发,保证产业有序发展等方面发挥着重要作用。北京市已经于2004年经民政部门批准成立了全国第一个观光休闲农业行业协会,开发建设了“北京乡村旅游网”,两年来协会尽管开展了许多有意义的活动,社会影响力和知名度也正逐渐扩大与提高,但其作用和地位尚有待明确和巩固。

第四,组织培训,帮助从业人员转变观念,注重参与者的能力建设。1989—1994年,我国台湾省农政单位成立了发展观光休闲农业策划咨询小组,一方面在台湾大学、屏东技术学院等院校,开设观光休闲农业课程,建立观光休闲农业理论基础,另一方面着手和注重培训观光休闲农业的经营人才。

## 二、企业作为产业经营者,应该怎样去干

都市周边乡村旅游以其参与形式的多样性、参与主体的广泛性、旅游效益的综合性,表现出蓬勃的发展势头和巨大的开发潜力。但是,要想让乡村旅游真正成为我国旅游业的一个新的增长点和亮点,企业经营者的作为很重要。

首先,要选好项目定准位。作为经营者首要的是挖掘、认识目标客源市场,不能幻想让所有客源都成为自己的客人。假想周一到周五也热闹起来,就要锁定特定的客户群,研究他们的需要,懂得发挥自己的优势,配置适当的项目。

其次,要选择适当的开发模式,设计独特的旅游产品。比如在捷克摩拉维亚乡村建设“摩拉维亚葡萄酒之乡”遗产廊道,将当地丰富的文化遗产和历史遗迹——诸如乡村博物馆、城堡、葡萄酒、酿酒作坊、手工艺作坊、有音乐和舞蹈的酒吧等连接起来,还在途经之地建设了酒店、客栈、宿营地、自助餐厅和餐馆,重要的是从经营管理上将分散的旅游吸引物集成一项可在市场上推广的旅游产品,进行联合营销,实现了多赢。摩拉维亚遗产廊道的“当地人所有,共同决策”经验告诉我们,遗产廊道所连接的每一个旅游企业都独立经营,同时又可以在建设基础设施、标志系统与旅游代理商谈判和定价等方面协

商合作,从而保证了不同利益主体的协调。北京目前还缺乏类似的通过资源整合取得显著效益的案例。建议构建一个“政府+企业+协会(含农民合作组织)+旅行社”的联动运营机制,政府负责规划和基础设施建设,优化发展环境;企业负责经营管理和商业运作;旅行社负责开拓市场,组织客源;协会则负责组织村民参与表演、导游、工艺品制作、提供住宿餐饮等,并负责协调企业、旅行社与农民之间的利益。

第三,要选择适合的营销模式,做到“经营有道”。鉴于乡村旅游产品具有空间上的不可转移性、生产与消费的时空同一性、时间上的不可储存性等特征,推荐使用“口碑传播”。位于加拿大蒙特利尔省的一个汤布朗小镇,凡去过该镇的旅行社导游和游客无不为她那美丽的乡村景观以及与名品折扣购物相结合的旅游产品“搭配”手段所折服,凭借游客身体力行的宣传,吸引了越来越多的游客。2005年北京观光休闲农业行业协会的一项市场调查表明,市民认为口碑宣传(亲友介绍)是乡村旅游的重要营销手段,而且收入越高、学历越高的消费者更注重相互之间交流的商品品牌信息。此外,网络营销的作用也将越来越明显。据德国《旅游业分析》调查显示,2003年,27%的德国人使用互联网作为查询旅游信息的工具,9%的人使用互联网进行预订。北京城乡信息中心2005年春节前的一次调查表明,46.7%的游客是通过网络实现旅游意愿的。

2006年,伴随中央“关于建设社会主义新农村”一号文件的出台,伴随“新农村、新旅游、新体验、新风尚”的“中国乡村游”主题年项目的启动,相信不久的将来,我们的乡村旅游也必将更加兴旺、辉煌!

(作者为该中心副研究员,北京观光休闲农业行业协会副会长;收稿日期:2006-03-16)

## 中国乡村旅游:现状、热点与薄弱环节 程遂营

(河南大学历史文化学院旅游系,河南 开封 475001)

我国乡村旅游研究应客观认识发展的现状,认真应对一些热点,同时还应该关注个别薄弱环节。

### 一、乡村旅游的发展现状——初始阶段

从整体上衡量,我国目前的乡村旅游还处于初始阶段。乡村旅游在我国虽然早已存在,但真正形成规模效应,并获得与城市旅游相提并论的地位,是近几年的事情。眼下,形成一定规模的乡村旅游目的地主要集中在城市近郊、城乡结合部,江南古镇、古村落,中西部山村、少数民族村寨等地,乡村旅游

资源的开发利用空间还很大。乡村旅游的客源以国内游客为主,入境客源不多。而在国内旅游市场份额中,乡村旅游所占的比例也十分有限。乡村旅游以城镇游客为主要客源,时间主要集中在双休日、3个黄金周,季节性很强,且经济效益不明显,旅游收入没有成为当地居民的主要经济来源。由于受到政策、资金、观念、生活习惯等因素的制约,我国乡村旅游目的地行、食、住、购、娱,以及旅游管理和服务水平等都还处于较低水平,大多只能满足游客的基本需要,离舒适、愉快的旅游需求还有一定的距离。

另外,在许多地方,出于扶贫解困等目的的旅游开发意图明显,个别政府行为违背了旅游资源开发和市场发育规律,造成了对自然旅游资源和原生传统文化的损害,不利于乡村旅游的健康与可持续发展。

### 二、乡村旅游的一个热点——自驾车游

由于受到时间、空间、费用等方面的制约,自驾车游大多选择的是中近距离的旅游目的地,出游的时机一般是黄金周或双休日。一些风景秀丽、文化底蕴丰厚的乡村以其自由的停车空间、方便的食宿条件、廉价的旅游消费等因素,成为自驾车旅游者向往的主要旅游目的地。目前开展自驾车游比较火爆的北京、上海、广州、南京、苏州、杭州、成都、郑州等地的情况就说明了这一点。

乡村自驾车游也反映出了不少问题:一是交通问题亟须解决。大多富有吸引力的乡村旅游目的地交通不便,很多自驾车游客往往花费数小时在路途颠簸,劳顿之苦严重影响了旅游兴致。二是食宿条件有待改善。乡村旅游食宿虽不追求奢侈,但应该保证让游客吃的卫生、住的干净,这样才能带来舒适、愉悦的旅游享受。三是管理与服务水平有待提高。专门为自驾车游客设计的旅游线路较少、方便自驾车游客携带的土特产品不足。四是安全隐患应及时消除等。在未来一段时期内,自驾车游客将越来越多,乡村旅游市场中自驾车所占份额也会逐步扩大。克服交通瓶颈,完善基础设施,改善食宿环境,提升管理与服务水平,提供适销对路的产品,将是乡村旅游开发与研究人员共同面对的课题。

### 三、乡村旅游研究中的一个薄弱环节——农民旅游

一般意义上的乡村旅游只是触及了农村与农业的问题,“三农”中的9亿农民则成了被遗忘的角落。这是乡村旅游研究中的一个薄弱环节。中国社会科学院旅游研究中心的魏小安把乡村旅游划分为三个层次,即农业旅游、农村旅游和农民旅游。这意味着