



乐山市乡村旅游发展状况调查

□ 刘琼英¹ 孙颖²(乐山市职业技术学院¹ 中共乐山市委党校² 四川 乐山 614000)

摘要:该文通过对具有典型意义的乐山市乡村旅游点的调查研究,具体分析了乐山市乡村旅游的现状及其存在的问题,并有针对性地提出如何促进乐山市乡村旅游发展的对策建议。

关键词:乐山 乡村旅游 调查

中图分类号:F592 **文献标识码:**B **文章编号:**1009-6922(2006)05-54-02

国家旅游局确定2006年我国旅游宣传主题为“2006中国乡村游”,并且制定了“新农村、新旅游、新体验、新风尚”的鲜明口号。这为我国乡村旅游的发展带来了新的机遇。2006年7月12日—18日,乐山职业技术学院暑期社会实践团乡村旅游调研小组对乐山市市中区金鹰山庄、松竹山庄、苏稽天和园、夹江凤山村、峨眉山市清音阁、茶博园、五通桥区王家花园、杨柳镇国家花木科技园等地,采取走访、座谈、问卷等形式进行了深入的调查。

一、乐山市乡村旅游的基本情况

(一)游客的基本情况

1. 乡村旅游者以年轻人和中年人为主。游客年龄15—24岁的占游客总数的39.3%,25—44岁的占游客总数的32.4%,45—64岁的占游客总数的16.6%。

2. 乡村旅游者的文化程度较高,高中、中专及以上文化程度的占游客总数的71.66%。

3. 乡村旅游者以商贸人员、工人、离退休人员和学生为主

人民办实事,办好事,全心全意为人民服务是政府一切工作的出发点和归宿。不能以得到多少来衡量政府工作的好坏。同时必须明确,土地征用补偿费的目的是解决失地农民现在和今后一定时期的基本生活费用,补偿费的归宿最终属于农民,而不是其他。

(2)理顺分配关系,坚持农民得“大头”。据有关资料反映,我国目前在土地出让收益分配上,各乡(镇)留成的比例高达40%—60%。仅土地出让收益一项就占到一些市(县)地方财政收入的20%—30%,占到一些乡(镇)政府预算外收入的80%。如果以土地出让成本价为100,农民只占5%—10%,村级经济组织占25%—30%,县(市)乡(镇)财占到了60%—70%。这样的分配关系和比例,无法体现公平与正义,农民意见很大。建议在总成本价确定后,优先考虑农民的利益,农民所得的基数应是总成本价的绝大部分为宜。剩余部分按比例在其它部门和组织中进行分配,从而使失地农民的权益得到充分的保障。

(3)细化补偿内容,差别对待。由于集体土地的使用状态不同,其利益的补偿主体也应有差别。一般来说,补偿主体包括直接主体和间接主体,二者应获得共同补偿的内容包括三个方面:一是人均土地份额的补偿费;二是安置补助费或其他安置方案;三是社会保险强制保障份额。此外,直接利益主体还应获得附着物以及青苗补偿费。集体经济组织的留成部分应限制在补偿总额的5%—10%。目的是从源头上把目前不正常的分配现象颠倒过来。支付形式上在坚持“专款专用”的原则基础上,适当的多样化,可以一次性付给,也可以与农民协商分期付款付给。

体,占游客总数的64.78%。

(二)乡村旅游消费状况

1. 乡村旅游者到景区乘坐的交通工具主要以公交车、自驾车、包车为主,占77.3%,其中,公交车占38.06%。

2. 乡村旅游者在景区停留的时间较短,一般为半天或一天,两者占游客总数的76.1%。

3. 乡村旅游者以回头客居多。据调查,第一次乡村游占游客总数的24.5%,二次到同一景区的占13.4%,三次到同一景区的占27.5%,三次以上到同一景区的占34%。

4. 乡村旅游者的出游方式多样化。其中个人单独出行的占11%,与家人同行的占37.6%,与朋友同行的占37.7%,单位组织的占13.3%。

5. 乡村旅游的人均消费偏低。游客在乡村旅游点的人均费用在10元以下的占25.9%,10—20元占47.9%,20—50元占13.9%,50—100元占6.1%,100元以上的占6.2%。

(三)乡村旅游者对景区的评价

4. 健全和完善法定程序

(1)征地程序与异议程序。现行的《土地管理法》和《土地管理法实施条例》,对征地程序的规定过于原则、可操作性不强。根据实际情况,建议增加征地的听证程序,明确听证的相关内容,规定征地的公示与公告期,公示公告的条文要简洁明确。对“非公益性”开发用地,必须经民众同意,该开发计划方可实施。异议程序应明确规定异议受理机关,异议的期限,异议的处理程序以及司法终审权等。

(2)监督机制与监督程序。我国目前负责监督征地的机构是国土资源部或土地资源管理局,这些机构本身属于政府部门,没有独立性可言,这方面可参考日本和香港的做法,设立专门的,独立的仲裁机构或裁决组织,对土地征用实施全程监控,并制定明确的监督程序,规定发生争议后如何处理及处理的方式。

(3)处罚制度与收回程序。长期以来,很多地方借口“招商引资”,盲目圈地,长期闲置不用,造成土地资源的极大浪费。针对这种情况,应尽快建立相关的法律法规,对那些征而不用组织和部门实施处罚,对超出用地期限仍使土地闲置的,要给予警告和罚款,经处罚后仍使土地闲置的,要无条件地收回。因此,要认真研究制定具有法律效力的处罚条文和收回程序,规定和明确处罚机关、执行机关,收回条件,收回程序,收回后如何处理等。

土地是农民的命根子,在土地征用中能否优先考虑失地农民的根本利益,这不仅仅是个经济问题,而且是个严肃的政治问题,为此各级党委、政府和相关部门必须引起高度的重视。

责任编辑:杨柳明

[收稿日期]2006-10-16

[作者简介]刘琼英,女,乐山职业技术学院旅经系经济学副教授;孙颖,女,中共乐山市委党校经济学副教授。



据调查,游客对乡村旅游点的评价普遍较高。其中认为景区旅游接待条件“好”和“很好”的占72.2%,对景点消费价格的满意度达64.9%,游客评价景区服务“好”、“很好”的占游客总数的76.8%,评价景区环境“好”、“很好”的占游客总数的75.9%,评价景区住宿“好”、“很好”的占游客总数的82.6%,评价景区餐饮“好”、“很好”的占游客总数的75.8%,评价娱乐项目“好”、“很好”的占游客总数的78.8%,评价景区外部交通“好”、“很好”的占游客总数的70.8%。

(四) 旅游经营者状况

1. 经营各具特色,服务内容多样。乐山市乡村旅游点普遍以农业资源为载体,旅游业经营为实体,家庭式个体经营为主要方式,各乡村旅游点又有自身的经营特色。主要以农村自然风光,花卉、花果、园林等特色农业吸引游客上门观光、休闲、娱乐;个别以特色餐饮、文化活动招徕游客,如乐山市中区古桥大酒店和沙湾大自然度假村突出地方餐饮特色。大部分乡村旅游点同时为游客提供餐饮、住宿、棋牌、茶座、练歌、垂钓、农技、美术、儿童娱乐等旅游配套服务,满足各种游客的需求,使游客在回归自然的体验中愉悦身心,增长见识。

2. 经营时间长(一年以上占77.3%),经营方式以自建家庭经营为主(占经营者总数的85.7%),所聘用的工作(服务)人员主要来自家庭成员(占72.7%),其次是当地居民(占22.7%)。

3. 经营规模较小。最多可以接待游客在50人以下的占18.2%,50—100人的占27.3%,100—200人的占36.4%,200人以上的占18.2%。经营者的年营业额在2万元以下的占52.4%,2—5万元占23.8%,6—10万元占14.3%,10—20万元占4.8%,20万元以上占4.8%。

4. 旅游经营效益显著。各乡村旅游点在经营旅游服务的同时积极推销花卉、花果农作物产品,既降低了经营风险,又增加了农作物附加效益。统计表明,旅游经营效益约占总收入的80%以上,大大超过了农作物的经营效益。经营者认为自己的经营状况“好”和“很好”的占27.3%，“一般”的占59.1%，“差”的占13.6%。

二、乐山市乡村旅游存在的主要问题

1. 在经营理念上,还停留在特别看重菜品味道和价格,而对于旅游接待地吸引游客至关重要的一些因素:特色(农家风味)、环境(人居环境)、服务(服务水平)却没有放在重要位置。经营者提供的产品和服务以餐饮和娱乐为主,两者占96.4%,特色单一,千篇一律。经营者乐意在主体建筑上花钱,而不愿在治理、美化环境方面下功夫,乐意在量上投入,而不愿意在经营特色、服务质量上花钱。主张少投入,多产出,采购质劣价低的商品欺骗顾客;目光短浅的“井底意识”还表现在不愿走出本地去做比较,学习别人的先进管理经验的要求不强烈;“单兵作战”的多,团结协作,致力于树立整体景区形象的意识不强。

2. 在招徕客源上,宣传促销意识不强,促销手段单一。大多数乡村旅游点对促销认识不够,投入不够,采用最多的是发传单(或发名片)和游客的口碑相传等传统促销手段,主动宣传和参加集体促销的意识和要求不强,这很难适应旅游市场竞争日趋激烈的新形势。

3. 旅游特色文化含量低。特色是旅游的灵魂,文化是旅游的基础。全市具有乡村文化特色,特别是农业文化的乡村旅游点很少,多数只能提供棋牌娱乐、品茶聊天等单调的活动内容,无特色文化(餐饮、农业等)作为支撑,缺乏旅游市场竞争力,很容易被激烈竞争的旅游市场所淘汰。

4. 游客消费水平偏低。由于产品的档次和消费者经济水平的限制,与成都市郊乡村旅游点相比,我市大部分乡村旅游点人均消费都不高,一般的乡村旅游点消费仅10—20元/人次(占47.9%),少数乡村旅游点不足10元(占25.9%)。因此,影响了部份经营者的经济效益,调查中,认为自己的经营状况

很好和好的占27.3%,一般的占59.1%,差的占13.6%。

三、对发展乐山市乡村旅游的几点建议

1. 以政策为导向,鼓励发展乐山乡村旅游。政府应采取积极的措施支持乡村旅游发展。

首先,制定我市乡村旅游资源开发的总体规划,编制高质量的旅游规划和凸现特色的创意策划项目,以不同资源结构优势为依托,发挥现有旅游景区点的辐射作用,开发形成大规模的乡村旅游区,如以乐山大佛景区为依托的水域风光乡村休闲旅游区、以峨眉山景区为依托的绿色生态乡村休闲区,等等。

其次,鼓励民营经济投资乡村旅游市场,在土地转让、租赁、出售等方面给予外来投资者优惠政策扶持,引进大额资金尽快建成一批上规模档次的乡村旅游示范点。

再次,积极引导现有乡村旅游点通过合并、合资、合作等方式,进一步完善乡村旅游点的硬件设施,提升服务水准。形成经营主体多元化、规模档次多样化,充满活力的乡村旅游市场,满足大、中、小城市不同消费者的需要,增强乐山市乡村旅游点的整体竞争力。

2. 加大宣传力度,打造旅游精品,突出“品牌化”经营,促进乐山乡村旅游快速发展。品牌是企业经营的核心,也是实现效益最大化的必然途径。乐山市乡村旅游点要改变等客上门的经营模式,充分利用乐山市“名山、名佛、名城、名人”的效应,依托乐山大佛——峨眉山这一世界品牌,创建具有乐山市本土特色的乡村旅游点,或突出“佛文化”底蕴,或突出“经典名食”,或突出“人文氛围”、或突出“自然生态”,打造出一批在省内、国内乃至国际上叫得响的乡村民俗旅游品牌。转变“酒好不怕巷子深”的经营观念,有组织、有计划、有针对性地到成都、重庆等周边城市促销,借助我市旅游企业多年旅游营销的网络,以精致绝伦的旅游产品、质优价廉的人文服务吸引中远距离游客,抢占民俗旅游市场的先机。

3. 改善基础设施,提高乐山乡村旅游的接待能力。解决“可进入性差”的问题。在保护当地生态不受破坏的原则下,根据不同客户群体的要求,设计专门的与当地环境协调的旅店、农居及小型娱乐场、购物店等,使游客进得来,住得下,玩得愉快,走得高兴。

4. 创新乐山乡村旅游投融资体制,优化乐山乡村旅游发展环境。乡村旅游作为一种新兴的旅游休闲形式,有其特殊发展规律和经营模式。要让农民一家一户在实践中去摸索经验需耗费太大的成本,容易动摇经营者的自信。对政府而言,自发的、分散的、粗放的小农个体私营形式的经营,其产业意义不大;对大众游客而言,没有特色、规模,管理不规范的旅游目的地是没有吸引力的。因此政府在旅游经济发展中要起主导作用,要成立区域协调机制、长效管理机制、创新投融资体制,对整个区域的旅游经济发展起到宏观调控的作用。

在投融资方面,单靠农民自身资金的投入是远远不够的,因此要大力拓展投资渠道,形成以企业投资为主,鼓励民营资本投入,努力吸引内、外资,形式多元化的投资体系。如旅游所在地的村集体入股,农户以山田或住宿入股等等。坚持旅游资源所有权、管理权与经营权相分离的原则,以承包、租赁等方式,吸引社会资本参与旅游项目的开发与建设。

5. 大力培养高素质的乐山乡村旅游管理人才。只有好的人才队伍才能产生好的创意、好的策划和高水平的管理。可以组织人员到大专院校旅游管理专业进修培训或组织相关人员到外地成功景区参观取经,还可以组建专家智囊团,“借脑引智”;普通的导游及服务人员可以让初中以上文化水平的农村青年通过职业培训,持证上岗。

总之,通过各种措施提高整个区域的旅游经营管理水平,促进乡村旅游业持续、健康地发展,乡村休闲旅游将成为21世纪都市人的主要休闲度假方式。

责任编辑:秦利民