

# 辽宁大梨树乡村旅游发展的SWOT分析及对策研究

■ 盖宏君 沈阳师范大学旅游管理学院

**【摘要】**2006年全国旅游宣传主题为“2006中国乡村游”，为乡村旅游的发展带来了新的机遇。近几年随着大梨树乡村旅游的快速发展，一些影响其发展的因素逐渐显现出来。本文通过SWOT分析，剖析大梨树乡村旅游发展的优势、劣势、机会和挑战，并提出深度开发大梨树乡村旅游的对策。

**【关键词】**大梨树 乡村旅游 SWOT 对策

大梨树村是发展乡村旅游的典型，主要以生态建设、农业观赏、科技示范、果药基地为特色。2004年大梨树风景区接待游客20万人次，旅游综合收入800多万元。随着大梨树乡村旅游的快速发展，一些影响其发展的因素逐渐显现出来。笔者在对大梨树乡村旅游进行实地考察的基础上进行了SWOT分析，剖析了乡村旅游发展的优势、劣势、机遇和挑战，并提出了进一步发展的对策，为深度发展大梨树乡村旅游提供借鉴。

## 一、大梨树乡村旅游发展的SWOT分析

### 1. 优势分析

(1) 先发优势。大梨树于1999年以村集体果园为基础开展生态农业观光旅游，是辽宁省较早发展乡村旅游的乡村。大梨树旅游区现已被列为首批全国农业旅游示范区，同时荣获“全国生态建设示范村”等荣誉称号。成为全国开展乡村旅游的典型。这种先发优势使大梨树享有“辽东第一村”的美誉。

(2) 区位优势。依据吴必虎先生的乡村旅游地空间结构理论，乡村旅游地主要分布在距主城市100km范围内，在20km和70km处形成两个密集带。大梨树距一级客源城市之间的距离在50km—60km之间，恰巧在这个密集带中，非常适宜城市居民“逃离城市到乡村休闲”的需要。

(3) 资源优势。大梨树拥有典型的辽东田园风光。大梨树的乡村旅游资源分类如下：

乡村旅游资源类型	大梨树乡村旅游资源
大梨树乡村旅游资源种类齐全，而且有一定特色，有些乡村旅游资源是独一无二的。同时“敢闯、敢干、苦干、实干”的大梨树精神更是大梨树最具特色和最有潜力的旅游资源。	田园风光 万亩五味子园；果园风光
	主题旅游区 药王谷
	农业特产 板栗；榛子；绿皮乌鸡蛋
	药材补品 五味子系列产品
	民俗文化 秧歌；二人转；民间习俗
	农业现代产业旅游地 农业高科技园
	饮食文化 乡土菜系；满族风味小吃

(4) 政策优势。在全国工农业旅游示范点验收工作培训班和观摩会上，孙钢副局长多次提到：辽东有个大梨树村，这几年大力发展乡村旅游，有力地促进了农村致富和农民增收。大梨树的政策优势使其获得更多土地、税收、投资等方面的优惠政策。

(5) 集体经济优势。发展集体经济是大梨树走上富裕之路的法宝。2000年大梨树村正式成立了旅游公司，对全村的乡村旅游资源进行统筹安排。在景区建设上，大梨树旅游公司投资建立了高科技示范园、药王谷主题旅游区。在管理上，制定统一标准对景区内的服务人员实行统一管理；在对外宣传上，打出大梨树的牌子，形成了大梨树的品牌效应。

### 2. 劣势分析

(1) 旅游产品单一。目前，大梨树的乡村旅游产品还处于初级阶段，项目类型少、活动内容单一，多为游览观光层次产品。从大梨树

开展乡村旅游至今，其主打产品一直是赏花、摘果的农业观光旅游。新开发的农业高科技园和药王谷虽然注意到参与性，但对其深度的挖掘不够。其他项目如特色住宿、游览娱乐等还得到开发或开发不足，无法满足游客多层次、多样化的需求。

(2) 旅游形象定位不明确。大梨树拥有典型的辽东田园风光，但现在市场定位是大梨树风景区。这个定位不但没有准确地反映大梨树的整体形象，且定位模糊、特色不彰。

(3) 从业人员文化素质相对较低。管理者多为村领导，管理理念和经营意识较为落后，缺乏创新意识；服务人员大都是当地的村民，且由于旅游培训工作开展不到位，对服务意识和服务技术的把握还不够成熟，与旅游接待服务的要求存在较大差距。

(4) 村民参与程度有待提高。大梨树旅游公司拥有职工200多人。从职工的比例看，以中青年居多；从职工的来源看，不仅包括本村村民，邻村村民也占有一定比例。从职工参与的方式看，多以参与餐饮、住宿等服务工作的方式参与乡村旅游，与游客交流的机会不多。在对游客调查中发现，有95%以上的游客愿意到农户家中与农民同吃、同住体验乡村生活，但大梨树没有这项服务项目，这不但减少了农民参与旅游的机会，而且直接影响了他们支持旅游发展的积极性。

### 3. 机遇

(1) 政府支持。近年来，乡村旅游因其在农业和旅游业中的特殊作用受到各方面的重视。2006年，国家旅游局确定全国旅游宣传主题为“2006中国乡村游”，为乡村旅游的发展提供了新的机遇。

(2) 游人青睐。在辽宁省旅游局公布的黄金周旅游综述中显示，农业旅游产品受到游人青睐。假日里有限的城市公园和风景区已经不能满足游客的需求，迫切需要到郊外农村寻求新的旅游空间。

(3) 世园会召开。2006年世界园艺博览会将在沈阳召开。世园会的召开，不仅是大梨树宣传自己的好机会，也是大梨树学习世界先进经营管理经验的好机会。

### 4. 挑战

(1) 需求多样化。随着旅游者经济文化水平的提高和旅游经历的丰富，其对旅游目的地选择日益多元化，更为注重有实质性内容的旅游，要求提供多样化的旅游产品。这就对旅游目的地的开发和管理提出了更高的要求。

(2) 竞争者日益增多。近几年，辽宁省内新兴的乡村旅游地不断出现。大连、抚顺、鞍山、本溪等城市的“农家乐”旅游吸引众多的游客，竞争者的产生给大梨树的生存和发展带来了一定威胁。

## 二、深度发展大梨树乡村旅游的对策

### 1. 制定发展规划

大梨树目前缺乏科学合理的乡村旅游发展规划，应聘请专家联合制定大梨树乡村旅游发展总体规划。旅游规划的制定也离不开村民的参与，专家在制订规划时需征求村民的意见，村民的参与对于确保规划的全面性和科学性有重要意义。

## 2. 积极创新产品

在坚持传统观光旅游产品的同时,积极开发参与型旅游产品。春季赏花和秋季摘果的果园可开发成为“动手果园”。通过“领养”果树,游客可利用节假日时间照顾自己的果树,其他时间由果园看护。农业高科技园可通过举办摄影、农艺、园艺等系列比赛和优秀作品展览活动,或者周期性举办以特定植物品种展示为主题的专项活动,使旅游与竞技、旅游与知识相结合。药王谷中可以从种药、采药、制药等各个环节来设计旅游活动,把中国医药文化与旅游活动结合起来,使游客在愉悦身心的同时又对中国医药文化有较深层次的体会。

## 3. 明确市场定位

在市场定位上,大梨树景区应明确定位为乡村生态旅游。大梨树这些年的发展一直为人们所关注,由一个山秃地荒、人均收入不足百元的穷山村发展成为山清水碧、花果满山、人民富裕的小康村,这本身就是一个奇迹,已形成一定的品牌效应。且大梨树景区主要以生态建设、农业观赏、科技示范、果药基地为特色,从长远发展的需要出发,结合具体实际,定位为乡村生态旅游区与其提供的产品相一致。同时,乡村旅游健康和绿色的特征对城市居民构成较大的吸引力。

在客源市场细分上,进一步将客源市场细分为周末工薪阶层市场、离退休职工市场、学生市场等。尤其重视周末工薪阶层市场和离退休职工市场,周末工薪阶层大都是家人和朋友相伴出游,对于时间和收入都有限的他们来说,到乡村旅游是个不错的选择;离退休职工对农村一般都有一定的感情,且拥有较多的可自由支配时间,相对于城市中嘈杂的环境,健康和绿色的乡村更适合他们的居住,乡村旅游较低的花费也在他们承受的范围之内。

## 4. 实施科学化管理

乡村旅游要想有好的发展,关键要有高素质的经营管理人才。要积极引进一批既懂旅游开发管理,又懂乡村生产生活情况的管理人才;对原有的管理人员可以通过组织他们外出学习、考察,扩大他们的视野,提高其水平。通过制定管理规定、服务规范、质量标准等规章制度,使大梨树乡村旅游管理更加科学规范。在提高管理层经营管理意识的同时,加强对一线服务人员的培训,定期举办旅游技能培训和教育,强化服务意识,提高服务水平。

## 5. 提高村民参与热情

村民的积极参与是乡村旅游持续、健康发展的保证。村民参与旅游发展的范围包括很多方面,不仅仅在于一些服务性的工作,还要介入一些实质性的过程。首先,在进行旅游规划时要吸收村民的参与。其次,将当地村民引入到乡村旅游发展决策中。建立村民与旅游公司的交流互动机制,以此为平台加强旅游公司和村民的交流。定期开会商谈旅游发展相关问题,充分反映村民的目标和社情民意。最后,在利益分配上,村民可以通过土地入股的方式参与乡村旅游发展的利益分配,创造乡村居民参与利益分享的机制,使村民成为旅游发展积极影响的受益者,而非消极影响的受害者。

## 参考文献:

- [1] 王云才:乡村景观规划设计的理论与实践[M],科学出版社,2004年第一版
- [2] 曹洪涛:浅谈发展乡村旅游[J],辽宁经济,2004年1期
- [3] 方增福:乡村旅游规划的基本原则与方法[J],玉溪师范学院学报,2000年06期
- [4] 尹振华:开发我国乡村旅游的新思路[J],旅游学刊,2004年第5期
- [5] 吴必虎:中国城市周边乡村旅游地空间结构[J],地理科学,2004年06期

# 我国开征燃油税的经济学分析

■段航 刘强 西南财经大学

2005年1月11日上午,在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上,国家税务总局局长谢旭人透露,燃油税改革的方案经过研究已有了初步意见,但需要在比较合适的时间推出;22日,国务院发展中心的报告称:我国已经制定征收汽车燃油税的方案,并将择机在全国公布推行。本文就推行征收汽车燃油税的合理性做经济学分析。

首先,公路道路交通设施具有明显的非竞争性和非排他性纯公共产品特征,汽车在公路上行驶并不排斥其他车辆行驶,行驶也不分先后,尤其在城市里不征收过路过桥的情况下,公共产品的特征越加明显。其次,汽车在行驶中,尾气的污染排放具有负的外部性,行驶中汽车必然排污,但在仅支付养路费的情况下,并没有为其污染买单。我们以某路段每小时通过的汽车为横轴,汽车行驶支付的费用为纵轴建立模型, $S$ 表示由于路段上由于汽车的增加而支付的机会成本, $D$ 表示该路段实际行驶的汽车数,我们假定可以找到一个均衡点 $E_0$ ,价格机制发挥作用,在 $E_0$ 点实现帕累托最优效率,达到最优的汽车行驶数为 $Q_0$ ,所耗费的机会成本为 $C_0$ 。

上面我们的分析得知,道路交通设施作为公共产品,必然造成汽车的数量增多,和相对道路设施的供给不足,汽车排污的负外部性,污染会更加严重,我们假定道路设施在短期内供给无法改变,即图中的 $D$ 曲线不动,我们主要讨论汽车数量的增加所引起的行驶机会成本(主要指时间和对健康的损失)的变化,即图中 $S$ 曲线的移动。由于道路上行驶的汽车数的增加,道路将会更加拥挤,污染会更加严重,这样汽车行驶的机会成本必然增加, $S$ 必然向左移动,在一个新的均衡点 $E_1$ ,达到一个新的行驶汽车数量和费用(机会成本) $Q_1$ 和 $C_1$ ,我们发现 $Q_1$ 小于 $Q_0$ , $C_1$ 大于 $C_0$ ,出现了市场失灵。

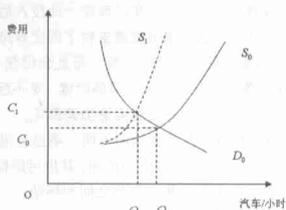


图1

按照新古典经济学的证明,在由于垄断或竞争、外部性、公共产品,信息不对称引起市场失灵,使得社会偏离帕累托最优,