

# 论体验经济时代乡村旅游的发展

孙 飒 (上海交通大学安泰管理学院, 上海 200030)

**摘要** 体验经济时代的来临要求我们用全新的视角来看待旅游业。笔者在分析了目前我国乡村旅游发展新趋势的基础上,着重探讨了如何将“体验”引入乡村旅游,并提出了促进乡村旅游发展的思路和对策。

**关键词** 体验经济;乡村旅游;发展思路

**中图分类号** F592.7 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2006)02-0378-02

## Study on the Development of Rural Tourism in the Age of Experience Economy

SUN Sa (Aetna Management College, Shanghai Jiaotong University, Shanghai 200030)

**Abstract** The coming age of experience economy requires us to look at the tourism industry in a brand new light. In this paper the new tendency of rural tourism in China today was analyzed. The “experience” into rural tourism was emphasized and the development of rural tourism was promoted.

**Key words** Experience economy; Rural tourism

### 1 体验经济时代的来临

所谓体验经济,是指企业以服务为舞台,以商品为道具,为消费者创造出难忘的感受。体验经济的出现是人们需求变化的新趋势,它反映人类的消费行为和消费心理正在进入一种新的高级形态。传统经济主要注重产品的实用和价格,随着体验经济的到来,生产和消费行为已经发生了以下变化:从生活和情境出发,塑造感官体验及心理认同,以改变消费行为,为产品和服务找到新的生存空间。1998年,美国战略地平线 LLP(Strategic Horizons LLP)公司的两位创始人约瑟夫·派恩(B·Joseph Pine II)和詹姆斯·吉尔摩(James H·Gilmore)在《哈佛商业周刊》发表了《欢迎进入体验经济》一文,以其远见卓识指出:体验式经济时代已来临,经济演进的过程随着消费形态的改变,已从过去的农业经济、工业经济、服务经济转变至“体验式经济”。

体验经济是服务经济进一步深化的结果,它关注的不再是产品或传统意义上的服务,而是顾客消费或使用的全过程。企业提供的不仅是商品或服务,而是最终的体验。在我国,体验经济也正在逐步渗透到各个领域。

### 2 乡村旅游发展的体验化趋势

**2.1 乡村旅游的概念** 乡村旅游是指以远离都市的乡野地区为目的,以乡村特有的自然和人文景观为吸引物,以城镇居民为主要目标市场,通过满足旅游者休闲、求知和回归自然的需求而获取经济和社会效益的一种旅游方式。从大范围看,所有在乡村开展的旅游活动都可以称为乡村旅游,乡村旅游紧紧依赖于乡土文化,乡土本色是其区别于都市旅游的最大特征。同时,乡村旅游与民族旅游、生态旅游关系密切。

多年来国内对乡村旅游的发展和研究中,对乡村旅游的称谓多样,有农业休闲旅游、乡村风光游、农业生态旅游、乡村民俗旅游、农事旅游、农家乐等。按照乡村旅游的项目可以将其分为三大类型:农业旅游、乡村民俗旅游和农事旅游。其中农业旅游包括刀耕火种的传统农业和现代的生态农业;乡村民俗旅游涉及乡村的民俗节日、工艺美术、民间

建筑、音乐舞蹈、婚俗禁忌、趣事传说等,是最富潜力的形式;农事旅游观赏性和参与性兼具。

**2.2 乡村旅游的体验化趋势** 体验经济启发我们对旅游的本质进行再认识。旅游本身就是一种体验,但体验经济赋予了旅游新的内涵。从体验经济的视角来看旅游,可以发现旅游者已经不仅仅满足于以新、奇、特的观光为主的旅游产品,而是追求新、奇、特的参与性体验。体验式旅游是体验经济时代旅游消费的必然需求,这对乡村旅游的发展也将产生巨大的影响。

我国的乡村旅游起步于20世纪50年代,相比国外大约晚了1个世纪左右。20世纪90年代以来,乡村旅游发展非常迅速,出现了一大批具有鲜明乡土特色和时代特点的乡村旅游地与乡村旅游区。比如北京的大兴西瓜采摘园,上海的都市农业园,广东番禺的农业大观园,深圳的荔枝观光采摘园,湖南益阳的农家乐园等。在体验经济时代,我国的乡村旅游呈现出新的发展趋势。

**2.2.1 乡村旅游的吸引力越来越强。** 城市居民是乡村旅游的主要目标市场。随着城市化进程的加剧,城市居民虽然获得了丰足的物质享受,但是不得不面对快速的工作节奏和强大的竞争压力,同时还必须忍受城市严重的环境污染和压抑的城市景观,他们越来越渴望亲近自然,感受与城市生活截然不同的时空差异。乡村旅游正是顺应了这种返璞归真、回归自然的心理需要而日渐升温。城市居民对于乡村旅游的要求也不仅仅满足于走马观花式的游览,而是期望通过全方位的参与,由表及里地用“心眼”去领略。

**2.2.2 人文资源成为乡村旅游开发的重点。** 乡村是洞察一个民族风俗文化的最好窗口,将乡村居民在生活和生产中的传统以更为突出的形式呈现在旅游者面前,开发通过体验融入到乡村生活的旅游活动,极大地丰富了乡村旅游内容。民俗旅游是乡村旅游中最富潜力的形式,其内容涉及民俗文化中的所有层次,如:物化民俗的体验(品尝食品、歌舞欣赏、购买土特产品);制度民俗的参与(节庆活动、婚俗、地方娱乐、竞赛);精神民俗的感知(民间传说、旅游感受等)。通过参与到乡村古朴的生活方式中去进行体验,能赋予乡村旅游新的生命力。

**2.2.3 乡村旅游逐渐呈现高品味、高层次的特点。** 乡村旅游

**作者简介** 孙飒(1981-),女,浙江上虞人,硕士研究生,研究方向:旅游营销。

**收稿日期** 2005-10-12

的高品味、高层次的特点主要体现在文化内涵和给游客带来的精神体验上。越来越多的游客选择乡村旅游不是因为价格低廉,而是为了寻找净化的空间、绿色文明以及传统淳朴的民俗文化氛围,他们所追求的是精神享受而不是物质享受。乡村旅游是探知我国乡村传统文化的有效手段,是传承我国传统文化的较好途径,是连接城乡的纽带,是沟通传统与现代的桥梁。

### 3 体验经济背景下乡村旅游的发展对策

由于我国乡村旅游起步较晚,在快速的发展过程中,存在着不少问题,比较突出的如产品单一,参与性不足,难以形成品牌。除了吃农家饭、观赏民族歌舞表演之外,绝大多数在乡村进行的仍然是观光旅游,很少有融知识性、趣味性于一体的参与性旅游项目。再如乡村旅游消费表现为低水平的旅游供给、低层次综合素质和节俭为主的消费观念等多种因素影响下的较低消费水准,旅游者获得的也是质量较低的服务和较低层次的精神感受。此外,整个乡村旅游业在科学管理、整体营销等方面存在着许多困难和实际问题,如管理混乱,整体接待水平低下,配套设施不协调,品牌意识薄弱,缺乏有效的营销渠道等。体验经济为我国乡村旅游的发展带来了新的启示,乡村旅游应对体验经济,可从以下策略入手:

**3.1 确定体验主题** 目前的乡村旅游产品形式单一,缺乏特色与个性,这与规划者、建设者、经营者缺乏鲜明独特的主题思想,或者主题定位错误有关。确定乡村旅游的体验主题应该植根于当地的地脉、文脉和对主导客源市场的需求、个性、特色等的充分认识。乡村旅游的主题构思可以在历史、心理学、宗教、艺术等主题范围里,以地位、身份的错位,体验体会乡愁,体验荒芜,展现回忆等作为主要出发点。乡村体验旅游的主题必须符合乡村本身的特色,与乡村的自然、人文、历史资源相吻合,主题设计要素和体验的事件要风格统一。

**3.2 打造体验旅游产品** 乡村体验旅游产品设计的根本原则是应体现人与自然、文化与环境的和谐共生,其具体设计导向就是使旅游消费者在乡村旅游活动中得到身心享受,获得难以忘怀的经历和回忆;同时经营者可以获得可持续发展的经济效益。

**3.2.1 满足娱乐诉求,寓娱乐于体验。**游客通过渗透在乡村旅游全过程中的娱乐体验,如参与活动、观看演出等,充分感受乡村愉快、自由的氛围,从而达到愉悦身心、放松自我的目的。增加旅游产品的娱乐体验成分,必须重视游客的感官刺激(触觉刺激,视觉刺激,甚至味觉的刺激),重点设计游客感兴趣的项目:各时期示范表演(如古代生活情景);游客动手制作工艺品;有奖励的游戏和竞赛;农家风味的食物、饮料;庆典、游行和各式各样的狂欢;赠送纪念品等等。

**3.2.2 迎合审美情趣,开发审美型的体验旅游产品。**乡村旅游必将走体验式的发展之路。由于乡村地处山区,缺少发展第一、二产业的常规经济的自然条件,又不具备交通区位的

优势,旅游业开展容易受到各种外因的限制。但正是这种封闭使当地保留着原始而优美的自然环境,传统的农耕文化和浓厚的民族习俗,适合开展较长时间的深入欣赏,体会人文生态景观和原始的乡村习俗的旅游活动。旅游者通过感觉和知觉捕捉美好景物的声、色、形而获得愉悦,继而通过理性思维和丰富想象体会乡村景物的精粹,由外及内体验美好的感觉。

**3.2.3 强调文化要素,寓教育于体验。**教育体验是乡村旅游的功能之一。旅游产品的设计应抓住目标市场所追求的价值,集中于学知识、受教育的方面创造出独特的体验来。旅游者通过参与乡村旅游活动,体验乡村风情,了解我国丰富的农林资源和悠久的农耕文化,在与自然的亲密接触中进一步深切体验人类生存对土地、环境、生态的依赖关系,培养关爱土地、善待环境的现代发展观念。教育型的乡村体验旅游开发让游客愿意花更多的时间和金钱,参与乡村旅游项目、文化价值的挖掘、交际,以及提升自我感觉等活动。

### 3.3 通过服务传递体验

**3.3.1 避免城市化。**乡村旅游最需要避免的一点就是“城市化”,即在规划设计、设施设备、管理服务各方面盲目追求城市化接待标准,甚至不珍惜宝贵的自然资源和乡村特色,大兴土木,将乡村旅游点建设成为一个个小城镇,大大损害和降低了乡村旅游原生的高经济附加体验价值,扭曲了乡村旅游的本质。

**3.3.2 开发内部的体验价值。**服务是旅游经营者用以展示和传递体验的天然平台。实际上乡村旅游的从业人员本身也在进行一种体验,这种体验不仅可以提高工作的效率和创造性,还可以更好地稳定人们之间的关系,起到沟通信息和知识共享、协调等作用。旅游体验是互动的,所以必须充分重视内部体验氛围的营造,加强员工之间的情感、尊重和成就方面的体验,才能形成与游客的良好互动,共同创造令游客难忘的深刻体验。

## 4 结语

体验经济时代的来临,让我们以全新的视角来审视传统的乡村旅游。乡村旅游迎合了21世纪全球人居与旅游回归自然的生活质量意识。发展乡村旅游,在为广大游客拓展休闲度假的第二空间的同时,将潜在的乡村和农业旅游资源优势转化为现实的经济优势,是提高农业效益,增加农民收入,使农业向多元化发展的有效途径,是实现农业效益、社会效益协调发展的重要措施。乡村旅游在体验经济时代获得新的发展,也将引导旅游者更深地融入体验经济。

### 参考文献

- 1 詹姆斯 H 吉尔摩, B 约瑟夫·派恩.体验经济[M].夏业良译.北京:机械工业出版社,2002.
- 2 肖佑兴,明庆忠.论乡村旅游的概念和类型[J].旅游科学,2001,(3):8-10.
- 3 施密斯 B H.体验营销[M].周兆晴编译.南宁:广西民族出版社,2004.
- 4 吴文智,庄志民.体验经济时代下旅游产品的设计与创新[J].旅游学刊,2003,(6):66-70.