

农家屋、干农家活、享农家乐”成为乡村旅游的新内容,受到城里人们的欢迎。

目前我国乡村旅游的发展还存在如下问题:

一是对发展乡村旅游还缺乏足够认识,观念和理念还比较落后,因而指导和引导不力;

二是普遍缺乏规划和策划,往往造成盲目开发,重复雷同,特色不突出;

三是缺乏市场调查和分析,旅游产品缺少品牌,吸引力不强,效益不高;

四是经营管理水平低,人才缺乏,旅游服务水平不高;

五是资金缺乏,基础设施不配套,环境卫生状况不好;

六是管理体制不健全,缺乏相配套的法律、法规制度。

三、发展乡村旅游的主要对策

我国十分重视乡村旅游的发展,2004年胡锦涛总书记视察上海时指出:“要发展农业旅游、生态旅游,促进农民增收”。2005年国务院副总理吴仪同志在全国旅游工作会议上指出:“旅游业发展要有新思路,要把旅游业与解决三农问题结合起来,积极开发农村旅游资源,大力发展农业旅游”。2001年国家旅游局还制定了“全国农业旅游发展指导规范”,2004年国家批准了203个全国首批农业旅游示范点。中央领导同志的这些指示,对发展我国乡村旅游具有重要的指导意义。

根据我国乡村旅游发展条件、现状及问题,今后进一步发展乡村旅游,应采取以下四点对策:

1. 转变观念,充分认识发展乡村旅游的重要意义。首先要认识农业和农村功能的多样化,在发展农村生产的同时,要开发农业和农村旅游功能,要认识到随着城市发展,城市居民希望到乡村旅游,形成了巨大的客源市场。要认识到农村具有多种多样、丰富多彩、文化内涵很深的旅游资源,开发潜力很大。观念转变了,认识提高了,就可以构建农业、农村和旅游相结合的新型产业,形成了农村经济新的增长点。

2. 搞好规划,因地制宜,合理布局,突出特色。发展乡村旅游要坚持科学的发展观,以资源为基础,以市场为导向,以效益为目标,按照“因地制宜,合理布局,突出特色”的原则,优先做好规划设计,分析客源市场,构建主导产业,树立旅游品牌,提高文化品味,用规划指导和规范乡村旅游业发展。当前要在制定旅游总体规划的基础上,开展制定乡村旅游规

划、农业旅游和民俗旅游规划,以推动乡村旅游业的发展。

3. 在政府引导和支持下,建立统一的管理体制,制定促进发展的优惠政策。建议各级旅游部门和农业、文化等部门密切配合,分工协作,规范指导。支持成立乡村旅游协会和农业旅游、民俗旅游协会,制定行业评价标准。加强经营管理水平,培训相关人员,加强基础设施业建设,进行规范化管理,提高服务质量。

4. 宣传促销促游,开拓乡村旅游的客源市场。要利用各种宣传媒体进行宣传促销,充分利用农村各种节庆假日,组织观光旅游、举办展览会、科普培训等活动,大力宣传乡村旅游产品。加强与周边旅游景区(点)的结合,加强与旅行社的合作,提高乡村旅游景点的知名度,以吸引更多的游客,扩大乡村旅游的市场。

中国是一个农业大国,又是一个乡村大国,发展乡村旅游具有四大优势:

一是中国乡村自然景观多样、优美,生态环境好;

二是农业历史悠久,农业景观类型多样,地区差异显著;

三是民族文化和民俗文化丰富,开发潜力大;

四是随着城市化发展,城里人到乡村旅游的会越来越多,有巨大客源市场。

展望未来,具有中国特色的乡村旅游将会在中国大地上蓬蓬勃勃发展、壮大,成为具有生命力的乡村新型旅游产业。

(作者为该所研究员;收稿日期:2006-02-12)

如何推动中国式乡村旅游的发展

马彦琳

(华中科技大学公共管理学院,湖北 武汉 430074)

19世纪中期兴起于法国的乡村旅游活动经过100多年,从最初单一的度假旅游空间选择,已经发展成为具有相当规模、内容丰富的旅游活动,并且已走上规范发展的轨道,显示出极强的生命力和越来越大的发展潜力。目前,乡村旅游已经成为一种重要的旅游方式。在欧美发达国家,乡村旅游主要有三种形式:(1)休闲度假型;(2)参与劳作型;(3)其他类型,包括科考、修学等,主要包括三方面内容:逐步深入的体验性活动;逐步深入的学习型活动;接受环境教育、开展生态环境补偿方面的活动。在发展中国,乡村旅游主要表现为农业观光旅游形式,旅游

者与农民的接触和交流还停留在表面的层次。

乡村旅游包括了乡村性的环境旅游和乡村民俗(民族)文化旅游,其动机同时包括了“观光(感知)、度假(享受)、专题(认知)”三方面的因素,其内容是“观光—休闲—专项”旅游的复合体,即乡村旅游具有田园风光观光、休闲度假、自然生态和民俗文化专项旅游等的综合功能。因其可以实现旅游与保护生态环境的结合、旅游和民族文化的结合、旅游和扶贫的结合,在国外又被称为“绿色旅游”、“生态旅游”、“可持续性旅游”。在许多国家和地区,乡村旅游被认为是阻止农业衰退和增加农村收入的一种有效手段,是农村地区经济发展和经济多样化的动力。乡村旅游业为乡村创造了大量的就业机会,已经成为降低乡村贫困程度的重要因素,成为缩小权力和财富差异的主要机制。

在中国,20世纪80年代以来,随着国民收入水平的提高和农村产业结构的调整,农业观光旅游项目的设计与开发,使其成为农村地区发展旅游业的重要渠道,并逐渐形成了几种基本模式——农家乐、农业观光园、农业新村、古村落(民族村落)、农业景观观光等。1998年以来,随着中国生态旅游的展开,农家旅馆在中国经济发达地区悄然兴起,成为乡村度假旅游的重要载体,乡村旅游实现了从观光旅游到度假旅游方式的升级,加之国内外旅游需求个性化发展,形成观光旅游、度假旅游、专题旅游等多元并存和共同发展的局面。

中国乡村旅游的发展基本上是一个市场化的发展,蓬勃发展的乡村旅游已经在贫困的偏远地区脱贫减困、解决“三农”问题中发挥了越来越重要的作用,乡村旅游产品也由此备受世人注目,正从旅游市场的边缘走向国内旅游市场这个大舞台的中心,或许将成为引领旅游市场发展的主流。

在中国工业化和城市化快速发展的今天,中国乡村旅游的发展为第一与第三产业的结合找到了一个重要的切入点,成为平衡城乡发展和缩小城乡差距的重要渠道,是实现五个统筹的最佳载体,是非常成功有效的开发式扶贫。2006年,国家旅游局确定的旅游主题是“2006中国乡村游”,在全国范围内大力发展乡村旅游,这是基于中国旅游业可持续、跨越式发展目标的客观选择,这意味着中国乡村旅游的发展开始进入了一个新的阶段。

目前,中国乡村旅游的发展总体上规模小、档次低、服务和管理水平落后、资源破坏程度大、产品开发程度低、盲目发展造成本土化的特色丧失、社区参

与不够、利益分配不公、市场开拓乏力等等。总结国外乡村旅游发展的经验,可以看出,政府的作用是至关重要的,政府要加强规划、积极引导,应当加大公共性基础设施的投资,应当对乡村旅游从业人员进行系统技能培训,应当加强宣传和开拓市场、引进先进的管理模式。政府在加大乡村旅游发展力度的同时,要注意保护原汁原味的“乡土性”环境,避免过度商业化,要注重社区参与,在社会主义新农村建设的过程中避免千村一面,引导有条件的乡村地区挖掘特色、创立品牌,以市场为主体,从而实现乡村旅游的可持续发展,实现城乡和谐平衡发展。

(作者为该院副院长,教授;收稿日期:2006-02-05)

乡村旅游发展的围城效应与对策

邹统钜

(北京第二外国语学院旅游管理学院,北京100024)

客源地的城市性(urbanity)与目的地的乡村性(rurality)级差或梯度是乡村游的动力源泉,乡村旅游生存的基础是乡村性或乡村地格(rural placeality)。乡村性是乡村旅游的中心和独特的卖点。乡村旅游可持续发展的关键就是要保持乡村性,即小规模经营、本地人所有、社区参与、文化与环境可持续(Brohman, 1996)。但现实中,乡村旅游的发展导致城市化、商业化与飞地化恰恰在摧毁这个基础。这出现了一种特殊的发展怪圈:乡村旅游在发展中摧毁自己。

乡村旅游的围城现象表现在:乡村旅游目的地的主要客源是城里人,由于乡村的文化景观吸引才希望到乡村去,但乡村旅游的经营者(乡下人)又向往城市生活,一旦有钱就想过城里人的生活,或者按照城市的方式改造乡村文化景观,或者干脆迁入城市居住。城市人口通过承包、租赁、购买等方式逐渐主宰了乡村旅游的经营。最后导致乡村旅游景观的城市化与经营的飞地化。另外,乡村旅游的宾主关系是一种互惠、服从还是控制关系?欧洲经验发现,传统农业价值观与客—服价值观往往是不相容的(Fleischer & Pizam, 1997)。台湾乡村旅游的教训是乡村旅游目的地充斥着“以客为尊”的商业性经营思维,以往居民与游客的社会性的主客(host-guest)关系转变为商业性的仆主(servant-master)关系(黄昭瑾, 2003)。这一切都导致乡村旅游的基础——乡村性的消失。

乡村旅游发展的围城效应导致人们反省:乡村旅游的发展究竟是乡村地格的重建契机还是破坏乡