



A Discussion on the Characteristics, Trends and Improvement Ideas of Rural Tourism

Zhang Chunfeng, Ding Xiaoyan, Wang Xi

Institute of Economics in Jilin Academy of Social Sciences, Changchun, China

Email address:

zcf810102@163.com (Zhang Chunfeng)

To cite this article:

Zhang Chunfeng, Ding Xiaoyan, Wang Xi. A Discussion on the Characteristics, Trends and Improvement Ideas of Rural Tourism. *Science Innovation*. Vol. 6, No. 5, 2018, pp. 286-290. doi: 10.11648/j.si.20180605.18

Received: November 9, 2018; **Accepted:** January 2, 2019; **Published:** January 5, 2019

Abstract: The most essential connotation of rural tourism lies in its rural nature. At the same time, rural tourism in the modern sense is also experiential, ecological and cultural. In general, rural tourism presents trends such as industrialization, diversification, scale, standardization, and branding. Deeply grasp the connotation characteristics and development trend of rural tourism, five aspects should be considered seriously: realizing the rational protection and development of resources, extending the rural tourism industry chain, and enriching the rural tourism product system, promoting rural tourism to achieve sustainable development, and making a rural revitalization strategy.

Keywords: Rural Tourism, Industrialization, Brand, Rural Revitalization

刍议乡村旅游的特征、趋势与提升思路

张春风, 丁晓燕, 王西

吉林省社会科学院, 长春, 中国

邮箱

zcf810102@163.com (张春风)

摘要: 乡村旅游最本质的内涵特征在于其乡村性。同时, 现代意义上的乡村旅游还具备体验性、生态性与文化性。总体来看, 乡村旅游呈现产业化、多元化、规模化、规范化、品牌化等趋势。深刻把握乡村旅游内涵特征与发展趋势, 应从实现资源合理保护与开发、延长乡村旅游产业链条、丰富乡村旅游产品体系等五个方面入手, 推动乡村旅游实现可持续发展, 为实施乡村振兴战略做出应有的贡献。

关键词: 乡村旅游, 产业化, 品牌, 乡村振兴

1. 引言

随着我国经济进入转型发展的新时期, 乡村旅游业在蓬勃发展的同时, 也暴露出不少问题, 如旅游产品同质化问题、盲目追求城市化的“去农”倾向、过度与不当开发给环境带来恶劣影响等, 都制约着中国乡村旅游业的提质增效与转型升级[1]。追根溯源, 这些问题的产生, 源于人们

对乡村旅游内涵特征的理解有偏差, 对其发展趋势认知也有待统一。因此, 本文将在明晰乡村旅游最本质的特征内涵、对其发展趋势进行总结的基础上, 初步探索提升乡村旅游的可行思路。

2. 乡村旅游的内涵与特征

关于乡村旅游的确切定义, 尽管国内外学术界没有形成统一意见, 但多数学者认可乡村旅游的核心本质, 在于其乡村性特征。因此, 乡村旅游概念包含两个基本方面, 一是发生在乡村地区, 二是以乡村性为最核心和本质的旅游吸引物, 且二者缺一不可[2]。因此本文认为, 乡村旅游是在乡村地区开展的, 以乡村为背景, 以乡村特有的田园风光及其自然本底、人居环境、农耕文化、民俗风情等为基础, 以具有乡村特性的自然与人文等客体为旅游吸引物, 面向城镇居民这一主要消费群体, 以满足其前来观光游览、休闲度假、参与体验及学习考察等需求为目的, 以农民通过多种形式参与经营并提供服务为重要运营模式的旅游活动。就目前我国乡村旅游发展的现实来看, “乡村观光+生态休闲+文化体验”是乡村旅游的精髓所在。由此内涵所决定, 乡村旅游应具备至少四个方面的特性。

2.1. 乡村性

与高楼林立、现代气息浓厚的城市形成鲜明的对比, 乡村旅游以广大的乡村地区为背景与活动空间, 以农业生产经营及乡村文化等活动为载体, 以为城镇来客为主的消费群体, 提供农业与田园观光、农事与乡村休闲、农家文化娱乐及农产品相关购物等一系列服务, 从本质上决定了乡村旅游最核心和关键的特征, 在于其乡村性、乡土气息[3]。也就是说, 乡村旅游依赖和提供的旅游吸引物, 是与城市旅游截然不同的体验[4]。同样地, 乡村文化作为乡村旅游的灵魂所在, 构成了乡村旅游的核心吸引物, 是乡村生活的核心。因此, 乡土文化是乡村旅游可持续发展的关键[5]。

2.2. 体验性

随着我国城市化进程的加快、城镇化水平的提高、农业人口的下降, 越来越多的人进入城市和城镇工作生活。他们在繁忙的工作之余, 渴望偶尔或经常性地回归田园乡村, 重新体验农村环境下的农业生产和乡村生活带来的不同感受。这也就决定了乡村旅游接待和依赖的消费主体, 必然是来自城镇的旅客。与乡村旅游的乡村性相呼应, 城镇游客最看重的, 正是这种乡村性所带来的独特体验[6]。因此乡村旅游品牌的创建, 要在维护乡村旅游的“乡村性”这一本质特征的前提和基础上, 不断增强其参与度、提升其体验性[7], 以保持对拥有强大消费潜能的大中城市消费者的吸引力。

2.3. 生态性

在可游览性与生态性之间, 乡村旅游产品设计与开发往往很难把握合适的度, 甚至误入歧途。乡村旅游面向城镇消费群体, 一方面, 要避免将“土得掉渣”当作吸引物, 就需要对旅游产品所包含的农业生产、农村环境及农事活动等进行一定程度的加工改造, 以使其具备相当程度的可游览性及安全便捷的参与性; 另一方面, 又要保持乡村旅游最本质的乡村性与最吸引人的体验性, 就不能进行太多改动, 尤其是不能破坏乡村旅游的生态性特征, 以避免乡村旅游产品被城市化的景观特色所消弭。如何在保持乡村

旅游的乡村性与生态性的同时, 进行合理适度开发并规避同质化问题, 是乡村旅游的难题之一。

2.4. 文化性

长期以来, 乡村旅游中“吃农家饭、住农家院、赏农家景、做农家活”为主的农家乐广为盛行, 旅游体验往往停留在吃一顿饭、溜达一圈、摘些果子、打打麻将等就算完成一次乡村旅游的层次。实际上, 乡村旅游提供的, 不仅仅是让消费者体验优美的自然与田园风光、趣味的民风民俗习惯等, 还有更为丰富多彩的乡村历史与民族文化, 涵盖民居、饮食、服饰及生活器具等多个方面, 使得消费者可以通过亲身体验, 从身体到灵魂, 都能走进乡村历史文化的更深处[8]。

3. 乡村旅游的发展趋势

纵观国际国内乡村旅游发展的历史与现实, 乡村旅游正从第一代的原生态乡村旅游、第二代的主题文化乡村旅游, 向第三代的度假甚至养老型乡村旅游转变。新时期第三代度假型乡村旅游主要呈现出五个发展趋势。

3.1. 产业化走向深度融合发展

随着人均收入水平的提高, 休闲旅游的需求越来越强烈, 面向城市消费群体的乡村旅游市场增长迅猛, 日益成为乡村地区新的经济增长点。随着乡村旅游设计、开发、运营与管理等环节日益成熟, 随着农村一二三产业融合发展趋势增强, 乡村旅游呈明显的产业化及融合发展的趋势[9]。随着乡村旅游规模快速扩张, 产业链条不断延伸与完善, 乡村旅游规范化与品牌化不断取得新进展, 以分散的个体农户自主经营为主的模式, 逐渐被专业经营或被协会组织所整合的农户等契约性经营模式所取代。应该说, 产业化集群发展模式有助于完善产业链条各环节的服务功能, 提高产业综合效益水平。同时, 还有利于各类生产要素的优化配置, 有利于提高技术与管理水平, 提高旅游产品服务的供给质量与效率[10]。

3.2. 多元化中凸显个性化特征

随着经济转型发展、消费不断升级、休闲时代加快到来, 个性化旅游产品与服务日益受到市场追捧, 乡村旅游快速呈现多元化发展趋势。首先, 乡村旅游产品多元化。为满足个性多元的市场需求, 乡村旅游产品创新步伐加快, 从供给侧把握市场变化: 不但要有优美的自然田园风光, 还要有奇趣的农事体验、别具特色的文化参与等广受市场青睐的服务[11]。其次, 乡村旅游功能多元化。随着各类涉农科技示范园、博物馆、节庆展会等旅游产品的涌现, 现代乡村旅游在休闲、观光、游憩等传统功能之外, 又新开发出集科普教育、环境保护、文化传播、康体保健等多重经济与社会功能, 日益成为群众不可或缺的生活方式之一[12]。再次, 乡村旅游投资多元化。从农户自主经营, 到政府主导模式, 再到政府引导、企业牵头、农户参与等模式流行, 多元化来源的投资涌向乡村旅游领域, 推动乡村旅游迅猛发展[13]。同时, 随着共享经济兴起、互联网

等技术手段的不断创新与快速应用,乡村旅游的个性化特征日趋明显,智能化旅行服务、共享住宿、私人定制的个性化旅游产品与服务等,极大地增强了乡村旅游的个性化趋势[14]。

3.3. 规模化向跨区域、国际化迈进

长期以来,我国乡村旅游规模上呈现小而散的局面,是制约乡村旅游转型升级的重要因素之一。经过多年发展,从总体来看,我国乡村旅游呈现出总量不断扩张、单体不断壮大、分散走向集聚等规模化发展趋势。一方面,随着市场需求出现井喷、消费升级不断加压,一些乡村旅游产品项目不断扩大规模,以迎合市场需求;另一方面,有实力的公司与投资者携带先进规范的经营管理理念加入市场竞争,推动行业内经营者做大规模、增强特色并选择错位竞争。从市场发育来看,分散的乡村旅游经营者不断整合、走向集约化经营,从简单的农家乐变旅游村、旅游镇,进而联动推进旅游目的地与全域旅游建设,吸引了中远程的国内游客,甚至吸引了越来越多的境外游客入境参与体验乡村旅游,推动乡村旅游向跨区域、国际化方向迈进,极大地提高了乡村旅游的竞争力[15-16]。

3.4. 标准化助推走向规范化

经过多年努力,乡村旅游从最初的自发发展,到总量爆发,再到进入质量提升并不断转型升级的新阶段,整体上从自发无序不断走向规范发展。而标准化水平的不断提高、标准化程度不断加深,是乡村旅游规范化发展的关键。实践表明,从乡村旅游的个体经营户到大企业、大公司,从政府监督管理部门到行业协会组织等,通过不同层面环节的标准化,通过以户带村,以村带镇,推动整个行业不断深入实施标准化,扎实走向规范化发展,建设规范标准的现代乡村旅游产业体系,成为乡村旅游发展的必然趋势之一。

3.5. 旅游产品品牌化趋势增强

乡村旅游的品牌化构成要素,不仅包括旅游目的地可见的旅游吸引物、相关产品、经营主体、服务设施、服务人员、生态环境等直观上容易理解的“硬件”要素,还包括所在地政府服务、民风气质、相关政策法规等“软件”要素。而对这些要素形成全面认知,需要靠个人现场体验才能形成判断。因此,对乡村旅游消费者而言,乡村旅游品牌认可度的高低,是个体对旅游产品所提供的社会、情感及身份识别等价值的综合主观判断。显然,品牌的塑造有规范化、个性化、标准化等要素的支撑,在激烈的市场竞争条件下,为打造旅游目的地持久旺盛的吸引力,品牌化成为乡村旅游发展的必然趋势之一。

4. 提升乡村旅游的可行思路

在旅游业供给侧结构性改革推动下,我国乡村旅游正朝着转型升级、提质增效的方向不断前进,取得了良好的效果。但应当认识到,我国乡村旅游的发展壮大,还面临着许多现实难题,如乡村旅游产品开发同质化问题较为普遍、部分地区存在追求城市化的“去农”倾向、乡村旅游公

共服务体系不够健全等。追根究底,这些问题的产生,皆来源于对乡村旅游内涵特征及发展趋势的理解把握不到位。立足现实、着眼长远,充分把握乡村旅游核心内涵特征与发展趋势,破解乡村旅游面临的诸多难题,可以从以下五个方面入手。

4.1. 强化规划引导,实现资源合理保护与开发

由于许多地区缺乏对乡村旅游的总体规划设计,对资源条件也欠缺科学考察与论证,只在原有的农业、景观或自然环境资源基础上,稍加包装就开始接待游客。这种小而散、不上规模与档次的旅游景点,既没有成规模接待游客的实力条件,也没有传统文化的乡土气息和乡村旅游所应有的氛围,更不可能对民族文化进行提炼并形成品牌,极容易催生低水平重复建设、市场竞争秩序混乱等问题。同时,旅游项目无序盲目开发与运营,乡村生态环境遭破坏问题严重,阻碍了乡村旅游的可持续发展。应该说,按照不同地区资源环境与乡土文化特色,从战略高度统一规划设计与开发,是确保乡村旅游资源有效利用、合理保护、有序开发,是推动乡村旅游走向产业化、规模化与规范化发展道路,打造乡村旅游精品品牌并提升品牌价值的前提和基础。

4.2. 推动农旅融合,延长乡村旅游产业链条

作为关系国计民生的根本性问题,农业转型、农村发展和农民增收是制约乡村振兴战略的三个重大关键。通过推动农业与乡村旅游相互融合发展,将发挥旅游业的强关联性、带动性、服务性等特征,推动城市人群向乡村流动,促进农村全产业链的构建,助力当地文化保护与传承,保护当地生态环境,提升当地基础设施水平与文明水平。通过农旅结合模式,开发农业农村生态资源、深度挖掘乡村民俗文化,促进农村产业链延伸、价值链提升、增收链拓宽,带动农民增收、农村发展、农业升级,全面推动城乡融合、产业融合、文化融合、环境融合与生活方式融合。近年来,我国重视推动农村一二三产业融合发展,大力发展乡村休闲旅游产业,以乡村旅游带动精准扶贫,实施“乡村旅游后备箱工程”,农村电商得到快速发展,培育出一批宜居宜业的特色村镇。同时,随着信息化建设水平的快速提高,智慧化技术手段也快速应用到乡村旅游产业,“互联网+”“旅游+”等正快速改变乃至重塑乡村旅游产业各环节,一大批休闲农庄、旅游电商、城镇旅游等蓬勃发展,农旅结合正走向纵深,拓展了乡村旅游产业链与价值链。

4.3. 突出乡村特性,丰富乡村旅游产品体系

乡村旅游的核心吸引物,在于其乡村性本质所展现的“乡土化”特征,因此“乡土化”的理念与原则,应深刻融入乡村旅游产品的吃、住、行、游、购、娱等的设计中。然而从现实情况来看,随着城镇化的逐步推进,一些乡村旅游产品的乡村性正在逐渐消失,表现在生态环境破坏式开发、文化的“原生态”被城市文化同化、景观丧失乡间个性特征等。这种缺失,使得农村传统的劳作方式逐渐消失、浓郁的乡村节庆和传统工艺被逐渐遗忘和改变、朴素的农民气息和清闲淡雅的乡间气息逐渐弱化,使得乡村对城镇居民吸引力逐渐减小,从而动摇了乡村旅游发展的根基。

同时,我国乡村旅游产品类型较为贫乏单一,缺乏对特色文化内涵的深度挖掘与发扬、缺少创新的产品设计,缺乏精品项目、体验项目与休闲项目,缺乏文化内涵,地域性与个性化不突出,很难形成独具特色的旅游产品体系,也就难以满足消费者的深层次需求。因此,在深入挖掘地方资源潜力、塑造独特文化内涵、构建丰富的乡村旅游产品体系,要秉持乡村性的基本理念,从根基与源头上保证乡村旅游产品的独特吸引力。

4.4. 整合优化资源, 打造乡村旅游知名品牌

乡村旅游要实现可持续发展,更需要充分结合当地特色,丰富文化内涵,整合并优化各类资源要素,聚力品牌建设[17]。打造乡村旅游品牌,其核心在于文化传承和塑造“灵魂”。发展乡村旅游,要深入挖掘乡土文化特色,如乡村民俗、非遗传承保护等,尝试形式多样的乡土文化展示,实现差异化竞争。打造乡村旅游品牌,其重点在于提升品质。乡村旅游不是简单的农家乐,而是一个复杂而系统的大景区建设过程。消费者参与乡村旅游的目的,早就不再是到某个景点走一走、照照相而已,而是更在乎旅游的感受和心情。目前来看,绝大多数的“农家乐”,其经营的项目和生态功能,包括其中的文化休闲功能都在提升,但大多还停留在“品农家菜+采摘垂钓+打牌搓麻”的老套路,应转而走出一条充实乡村旅游内涵、唤起人们对乡村美好记忆的新路。而唯有紧贴都市人精神放松和怀旧回归的身体与灵魂需要,提质升级、更新换代,接轨旅游市场的现实需求,才能做大做强、铸造品牌、赢得口碑效益。打造乡村旅游品牌,更要注重保护原生态的旅游资源、加快配套设施建设。不能因为过度开发而毁了原生资源,更不能“走一步算一步”,而是要有科学而超前的规划和设计,让保护和开发可以相得益彰。

4.5. 重视规范化管理, 完善乡村旅游公共服务体系

不断走向更加规范化,是乡村旅游的重要趋势之一。推动乡村旅游发展,要加强对乡村旅游经营环境、服务设施和设备、接待服务和经营管理等的规范化管理;深入落实乡村旅游住宿、餐饮、娱乐、购物等主要消费环节的服务规范和安全标准;探索建立乡村旅游的统计体系,提高乡村旅游的科学统计水平。要依靠各级政府,协调公安、工商、物价、卫生等多部门,加强安全、物价、市场秩序、食品卫生安全等方面的管理[18]。同时,构建完善的乡村旅游公共服务体系,是乡村旅游可持续发展的深刻内在需求。要坚持以城带乡,推动城市公共设施向乡村旅游地优先延伸、城市公共服务向乡村旅游地优先覆盖。依靠各级政府协调相关部门,促成公共职能向乡村延伸。加快建设乡村旅游游客中心体系、标识引导和解说体系、散客自助游服务体系、自驾车旅游服务体系和安全救援体系,要全面提升乡村旅游的市场化、信息化程度,为乡村旅游转型升级提供坚实支撑。

5. 结语

近年来,随着我国全面进入转型发展、提质增效的新时期,在居民收入水平不断提高、消费不断提档升级、乡

村振兴战略的提出等多重因素作用下,旅游业连年实现快速增长,乡村旅游也进入了前所未有的活跃期。数据显示,2017年,全国乡村旅游年接待游客28亿人次,增长30%以上,乡村旅游收入达7400亿元,占国内旅游总收入的16.2%。与此盛况相伴生,乡村旅游从产品项目的科学合理规划设计、有效投资开发、后续可持续发展运营维护到动态有效监管等各个产业链环节,都存在各种各样的问题。所谓“不忘初心、方得始终”,追根究底,乡村旅游最核心的问题,在于对乡村旅游最本质的“乡村性”内涵特征理解和把握不够,对其可能的发展趋势判断不到位。因此,本文分析了乡村旅游的核心特征,初步判断了乡村旅游的发展趋势,对科学推动乡村旅游发展提出了相应的思路。笔者认为,全面提升乡村旅游,不但涉及到农民、企业、政府及相关的中介组织等多个方面利益的协调与平衡,更关系到生态环境的保护、乡村文化与农业文明的传承与发扬等重大历史与现实问题。而把握好乡村旅游的本质特征与发展趋势,是厘清乡村旅游领域内一系列难题的核心所在,是认识和解决产业发展面临的诸多现实问题的关键切入点。

参考文献

- [1] 白淑英.刘红义:新时期我国乡村旅游存在的问题及应对,度假旅游,2018(8):1-2.
- [2] 王露:中外乡村旅游内涵及发展模式比较[J],中国名城,2017(3):71-79.
- [3] 郭哲.陶玉霞:乡村旅游资源的属性特征及其开发路径拓展研究[J],农业科学研究,2017(9):80-84.
- [4] 关于乡村旅游概念及其内涵的再思考[J],科技和产业,2010(5):58-61.
- [5] 吕宛青.张冬.李露露:乡村旅游产业链内涵与特征研究[J],旅游论坛,2018(1):30-37.
- [6] 刘红艳:关于乡村旅游内涵之思考[J],西华师范大学学报,2005(2):15-18.
- [7] 郑文俊.周志翔:可持续乡村旅游的基本特征及其实现途径[J],生态经济,2017(5):127-130.
- [8] 王琼英.唐代剑:基于城乡统筹的乡村旅游价值再造[J],农业经济问题,2012(11):66-71.
- [9] 田东娜.李悦铮:城镇化背景下我国乡村旅游发展趋势分析[J],江苏商论,2014(4):25-28.
- [10] 江东芳:产业融合驱使下乡村旅游结构优化[J],农业经济,2018(4):50-51.
- [11] 张辉.方家.杨礼宪:我国休闲农业和乡村旅游发展现状与趋势展望[J],中国农业资源与区划,2017(9):205-208.
- [12] 周开权:新时代下我国乡村旅游发展趋势研究,乡村科技,2017(12):33-35.

- [13] 王敏娟.唐代剑: 乡村旅游未来发展趋势探讨[J], 旅游学刊,2018,33(7):13-15。
- [14] 狄盼盼: 共享经济视角下旅游产业创新驱动发展研究[J], 商场现代化, 2018 (9) : 176-177。
- [15] 周霄: 我国乡村旅游发展的现状、特征与趋势研究[J], 武汉工业学院学报, 2012 (6) : 98-109。
- [16] 卢小丽.李彩云: 国际乡村旅游研究进展与演化趋势述评[J], 北京第二外国语学院学报, 2015 (11) : 76-84。
- [17] 娄在凤: 法国乡村休闲旅游发展的背景、特征及经验[J], 世界农业, 2015 (5) : 147-150。
- [18] 银元.李晓琴: 乡村振兴战略背景下乡村旅游的发展逻辑与路径选择[J],国家行政学院学报, 2018 (10) : 182-186。

作者简介



张春风, 1981年1月生, 中共党员, 毕业于吉林大学经济学院、行政学院, 研究生学历, 硕士学位, 助理研究员, 研究方向为产业经济、产业政策。



丁晓燕, 1966年6月生, 中共党员, 毕业于吉林大学经济管理学院, 本科学历, 学士学位, 研究员, 研究方向为产业经济、区域经济。



王西, 1977年12月生, 中共党员, 毕业于吉林大学管理学院, 研究生学历, 博士学位, 副研究员, 研究方向为区域经济、产业经济。