

刍议我国乡村旅游的界定、发展特征及原则

吕连琴

(河南省科学院地理研究所, 中国河南郑州 450052)

一、乡村旅游范围的界定

十多年来,我国的乡村旅游获得了快速发展,无论是大江南北还是东部西部,越来越多的乡村地区发展起了各具特色的旅游业。但是,从我国乡村旅游研究来看,明显存在着乡村旅游称谓较多、范围界定不清的问题。主要表现在以下几个方面:(1)乡村旅游亦被称为“农业旅游”、“农业观光旅游”、“绿色旅游”等,造成概念及其范围模糊不清;(2)“乡村旅游”中的“乡村”是对旅游活动开展地域空间的限制,还是对旅游活动开展环境氛围的修饰(由此产生以下几个疑问);(3)平地新建的大型人造景观民俗文化村(可能在城市市区,也可能在郊区或乡村)、城市内举办的传统庙会等民族民俗节庆活动是否属乡村旅游的范畴;(4)城市市区内的农业观光园、农业工厂等是否属于乡村旅游的范畴;(5)风景名胜区、自然保护区、森林公园等特殊环境保护地带的旅游是否属于乡村旅游的范畴;(6)在都市人眼中,建制镇、县城甚至县级市皆属乡村,而在农民眼中,后者则是城市,那么,乡村地域空间该如何确定?

笔者经过思考认为,乡村旅游应有广义和狭义之分。广义地说,乡村旅游包含所有在城市市区以外、乡村地域范围内、以其有旅游价值的各种自然和人文因素为对象开展的旅游活动。其客源以城市游客为主,同时也包括来自旅游目的地之外的其他农村地区的游客。即广义的乡村旅游只限制在乡村地域空间内,恰与城市旅游相对应,其旅游内容和范围都很广泛,包括风景名胜区、自然保护区、森林公园等特殊保护地带的旅游。

狭义地讲,乡村旅游指在乡村地区、以特有的乡村人居环境、农业生产及其环境为基础开展起来的旅游活动。即狭义的乡村旅游既要求旅游活动落实到乡村,又要求以乡村特有的自然人文景观、乡村生产生活为旅游内容。因而,它不包含城市里开展的农业观光园、农业工厂、民俗文化村等形式,也不包含与农村生活、传统习俗、农业生产毫不相干的风景名胜区、自然保护区、森林公园等特殊环境保护地带开展的旅游。但因优美纯朴、特色鲜明的乡村人居环境和民俗文化而设立的风景区,如丽江大砚镇、阳朔地区等,则属于乡村旅游的范围。

一般情况下,乡村旅游应该指的是狭义的内涵,即不仅要求旅游活动落实到乡村地域,而且要求以乡村特有的自然人文景观及乡村生产生活为旅游内容。关于乡村地域范围,笔者认为,应包括按国家行政建制设市的城市市区以外的广大区域,包括城市郊区、建制镇及其他农村地区。

在正式发表的研究论文中,有人把乡村旅游称为农业旅游,或农业观光。笔者认为这种说法的实质是指农业旅游是乡村旅游的主题内容,但并不意味着乡村旅游完全等同于农业旅游。农业旅游应当是以农业文化景观、农业生态环境、农事生产活动为资源开展的旅游活

动,它既可以在农村展开,也可以在城市展开(如农业工厂),却不包含独立的乡村民俗旅游形式。但是,都市区所开设的农业工厂或农业观光园则不属于乡村旅游的范围,乡村地区开展的民俗旅游是乡村旅游的重要形式之一。

也有人把乡村旅游称为绿色旅游或生态旅游,这是源于乡村旅游者对大自然的追求、对传统的人与自然和谐相处环境的回归。这实质上是指乡村旅游属于生态旅游的范畴,应像开展绿色旅游或生态旅游那样,以保护自然的、原始的或特色的自然和人文环境为前提来开展乡村旅游。

二、我国乡村旅游发展的特征

1. 空间分布特征

总体上看,我国乡村旅游的发展水平与社会经济发展总水平存在着明显的正相关关系。即乡村旅游起步早、发展好、技术高的地区恰是经济发展水平高的东部、东南部沿海地区和全国各地的大城市、特大城市周边地区。尤其投资巨大的高科技农业观光园主要分布在经济发达的珠江三角洲、长江三角洲、京津唐地区以及农业发达的山东半岛。而离大城市较远、乡村旅游发展起步早、基础好的地方,则通常是具有明显的人文特色、农业经济特色或自然环境特色的乡村地区。显然,这种空间分布特征是由旅游市场需求量大决定的。

2. 产品供给特征

从全国来看,我国幅员辽阔,农村自然景观千差万别,农业景观多种多样,民俗民风多姿多采,为满足游客观光、购物、求知、猎奇、尝鲜、休闲、度假、参与等多种旅游需求提供了广阔的发展空间。因此,全国范围内的乡村旅游产品可谓丰富多彩,多种多样。赏花、摘果、采茶、垂钓、狩猎、出海、插秧、手工、观草原风情、体民俗民风,应有尽有。

但从大多数区域来看,乡村旅游产品特征表现为:(1)产品类型单一,以农业观光园、采摘果园、垂钓基地和农家旅馆为主导产品。在每个大城市周围,通常都有十几处或几十处乡村旅游景区或景点,但大多采用农业观光园、采摘果园、垂钓基地和农家旅馆的形式,产品雷同、重复较多,且季节性强,不能满足游客多层次、多样化和高文化品位的旅游需求。这与我国飞速发展的休闲产业很不相称。(2)产品加工粗糙、经营粗放、价格低廉。由于乡村旅游发展尚处于初级阶段,乡村旅游开发者面对充足的市场需求,往往片面追求效益,忽视游客的满意度、旅游形象塑造和长远发展设计,在配套不足、服务落后、管理混乱的情况下,草草推出了在原有农业生产、农村生活基础上稍加改动、缺乏创新设计和文化品位的乡村旅游产品,这不仅损害了游客的旅游感受和乡村旅游地的形象,还大大影响了乡村旅游的经济效益和可持续发展。当然,这与我国社会经济发展水平较低、游客消费重实惠轻享受的社会现实也不无关系。

3. 旅游消费特征

当前,在我国低层次的旅游供给、尚不富足的经济收入、一定的文化水平、传统以节俭为主导的消费观念等多种因素影响下,乡村旅游消费总体呈现重实惠、轻享受的低水平消费特征。由此,绝大多数游客到乡村旅游享受到的是较低价位的消费水准、较低层次的精神感受、较低档次的旅游服务。如在采摘旅游中,大多数游客看重水果的价格、质量和数量,而轻视对收获的心理感受;“住农家屋、吃农家饭”的乡村民俗旅游中,游客多注重的是低廉的接待费用,体验乡俗民情的成分很低。根据陈传康、郭康先生旅游行为层次理论,旅游者的旅游行为

分为基本层次(观光)、提高层次、专门层次、最高层次。目前,我国国内大多数乡村旅游者仅停留于悦目、悦身的较低层次,达到悦心、悦志高层次感受的较少。如:用心体验陶渊明“采菊东篱下,悠然见南山”的恬静悠闲的较少,体验毛泽东“千里冰封,万里雪飘。江山如此多娇,引无数英雄竞折腰。……数风流人物,还看今朝”的豪迈气魄的就更少。

与国外发达国家相比,我国的乡村旅游消费仍处于很初级的层次。在欧美发达国家,许多受教育水平较高、经济条件较好的人每年都到自己喜爱的乡村地区(包括国外乡村)小住一段时间用来旅游、休闲、度假。他们喜欢到那些不经任何修饰的农家去体验生活、考察传统历史和文化,甚至参加一些农业劳动。他们喜欢徒步或骑单车旅行,时而到不经任何雕琢的小池塘游泳、钓鱼,时而到小咖啡屋、小茶馆品茶聊天,时而到离村庄稍远的田野间寻古探幽。他们在风景如画的田园风光中体味古老的传统民族文化,在生态农业、生态村庄的建设中感受天人合一、和谐共处的温馨和恬美。他们这种乡村度假方式,不是为了收费低廉,而是在寻找曾经失落了的净化空间和尚存的淳厚的传统文化氛围。他们参加农业劳动追求的是精神享受而不是物质享受,因而是一种较高层次的旅游行为。这代表着国际乡村旅游未来的发展趋势,同时也是我国乡村旅游需求发展的未来方向。

4. 旅游需求趋势

数千年来,我国一直处于农业经济占主导、农业人口为主体的农业文明时代,工业化、城市化发展不过数十年的时间。当前的乡村旅游主体——城市人口的大多数仍与农业农村有着千丝万缕的联系。他们乡村旅游的目的或是为了在较为纯净的自然环境和纯朴、友善的人文环境中放松精神、休闲度假,或是为了重温乡情(因对农业农村的眷恋与怀旧而产生)、享受丰收果实,或是为了让新成长起来的孩子接触农业农村、开阔眼界、增长知识。因此,今后一段时期内,我国乡村旅游需求呈现如下发展趋势:

首先,放松精神、休闲度假、回归自然、享受天人合一的和谐、温馨与浪漫将逐步成为乡村旅游的主要目的;其次,观光需求在一定时期内仍占重要地位,观光功能是游客对旅游地要求的最基本功能,而且,游客对自然环境的天然性、纯净度、优美度要求越来越高,对人文旅游资源则要求古朴、新奇、“乡土味”、“民族味”浓,高新技术所创造出的新、奇、特、美的旅游产品,也引起越来越多的人的旅游兴趣;此外,游客对旅游活动的参与性、体验性、新奇感要求越来越强,对旅游服务、配套设施等软硬件要求越来越高,旅游消费层次也不断提高。

总的看来,我国乡村旅游需求呈现多元化、多样化的发展趋势,游客对观光+参与娱乐、观光+休闲度假、观光+科技、观光+生态文化等多功能复合型乡村旅游产品的需求日渐旺盛;重实惠、轻享受的低水平旅游需求正随着社会经济水平的提高,逐步向精神享受型或悦心悦志的高层次需求方向发展。

三、我国乡村旅游发展的原则

1. 异域特色鲜明化,同域类型多样化

我国幅员辽阔,气候多样,地貌复杂,民族众多,因而形成了多种多样的自然生态环境、千差万别的农业农村景观、多姿多彩的民族历史和民俗文化,从而为我国开辟不同地域特色鲜明的乡村旅游产品提供了广阔的天地。如我国东部沿海的海洋农业和渔猎,西部的草原景观和游牧生活,平原一望无际的麦浪和稻田,丘陵地带的梯田风光,西北的沙漠戈壁和雪山绿洲,西南的高山峡谷和垂直农业,江南的鱼米之乡和小桥流水,青藏高原的神秘文化和高

寒农业,南部的热带风光和北国的冰天雪地,加之纷繁复杂的民俗宗教、庙会节庆、人文历史和浓郁的少数民族风情等,足以满足大中尺度乡村旅游对异域风光、异族风情的向往之情。因此,大中尺度的乡村旅游发展要特别强调具有区域代表性的、鲜明的地域特色。

对于小尺度的乡村旅游产品来说,由于具有相同或相近的自然人文环境,并面临着范围相对有限的客源市场,因此,其开发应紧密结合区域性旅游市场,不断创新内容和形式,开发出类型多样的乡村旅游产品,避免项目雷同重复。当前国内外主要的开发形式有:高新技术农业观光园、花卉园艺观光园、果蔬采摘园、茶园、水乡农耕观光园、特种植物园、特种养殖园、民俗观光村、民俗农庄、少儿农庄、农村留学、务农旅游、教育农园以及郊区地块分割出租、供市民周末享用的租赁菜园等。此外,还可以发展特种蔬菜种植业、特种养殖业、商品花卉苗木种植业以及土特产品加工业、传统手工业,以形成经济特色来吸引游客。

2. 产品功能复合化,旅游收益多元化

由于我国广大农村地区经济实力弱、基础设施差、农业规模小、科技水平低以及发展乡村旅游的思想不明确等多种因素的制约,目前我国乡村旅游产品数量较少,类型、功能较单一,无法满足游客对多种多样的农业景观、形形色色的乡土文化以及购物、娱乐、学习等多种市场需求。

因此,我国乡村旅游呈现快速增长和需求多元化、多样化发展趋势。游客对多功能、复合型乡村旅游产品的需求日渐旺盛。因此,今后发展乡村旅游不仅要能满足游客观光、玩赏的基本旅游需求,还要能满足游客休闲度假、娱乐参与、拓宽视野、增长知识、品尝美食、尝鲜购物、求知增智、探幽访奇等多重目的,融观赏性、参与性、体验性、教育性、娱乐性于一体。由此还可扩大旅游收入来源,使旅游收益多元化。既可包含门票收入、娱乐收入、交通工具租金、食宿收入,又可包含商品花木、瓜果蔬菜、畜渔产品(或食用,或玩赏)、传统食品、手工艺品及其他商品的销售收入。多元化的旅游收益有利于农村经济、农业经济与旅游经济的协调发展,有利于减轻农村经济因旅游和农业的季节性而产生的波动。

3. 旅游活动系列化,灵活营销名牌化

乡村旅游产品开发出来,并不意味着能一劳永逸。它还有赖于今后严格高效的质量管理、灵活多样的营销活动、出奇制胜的不断创新,才能在日益激烈的市场竞争中长久生存和发展。因此,在旅游经营过程中,活动内容要不断翻新,形成系列化,营销手段更要灵活多样,不断吸引旅游者的注意力,以创造出稳固的旅游形象和名牌地位。如:农业观光园可通过举办摄影、绘画、作文、农艺、园艺等系列比赛,进而举办作品展览,或者周期性举办以特定动植物品种展示为主题的专项活动,或者通过门票定期抽奖、多买多赠等多种活动形式,使旅游与竞技、与知识相结合,旅游与幸运、与亲情友情相结合,以此达到扩大景区影响、树立景区名牌、提高到访率和重游率、缩小旅游淡旺季差别等多重目的。又如,观光茶园可以从观茶、种茶、采茶、制茶、品茶等各个环节来设计旅游活动,把中国茶文化与这些旅游活动结合起来,使游客愉悦身心的同时又能对中国茶文化有一个较深层次的体会。

4. 乡村建设生态化,技术取向两极化

乡村旅游,源于人们对工业化、城市化负效应的厌烦和对乡村恬静、温馨、纯净环境的向往与回归。因此,乡村旅游地的乡村建设应体现生态化思想,注重保持环境的原生性,注重遵循绿色建筑原则,注重循环利用和节约能源。如:应尽可能选用“绿色”、无污染的乡土和天然建筑材料,避免瓷片等现代城市建筑痕迹的出现;以使用太阳能、风能、沼气(可通过利

用有机废物和垃圾来产生)等再生能源为主;尽量通过设计手段实现自然通风、自然降温、建材保温以节约能源;屋顶、路面设计成集水系统,对雨水加以收集、储存、净化和利用等。目前国内外都有关于“生态村”、“太阳能村”、“沼气村”等的设计和实际案例可供借鉴。

从技术上看,当前,世界旅游已迈入其发展的第三阶段——科技参与型旅游发展阶段。依托高新技术,塑造一种全新的农业景观或农村生态环境,无疑会对游客产生极大的吸引力。其代表形式是上面提到的高新技术农业观光园和生态村的建设。同时也包括声、光、电技术及多媒体展示系统和多媒体导游系统的应用等。相反地,采用技术的另一极端——原始、落后,同样也能设计出富有吸引力、趣味性的乡村旅游产品。如采用古老的水车提水灌溉,采用落后的石磨磨面、石臼舂米,采用轱辘从井中打水等。

5. 乡村环境自然化,人文资源民族化

现在有一句话非常流行:“越是自然的才越是人类的,越是民族的才越是世界的”。它道出一个真理:越是自然的、民族的,才越是高质量的、高层次的和最具生命力的。乡村旅游的未来发展越来越要求自然、天成的生态环境和具有浓郁乡土味、民族味的传统历史和文化。那种人工雕琢、刻意创造的乡村旅游产品必将随着旅游者旅游品位的提高而渐受冷落。因此,发展乡村旅游应尽可能的选择那些受工业化、城市化影响很小、农业文明时代特征显著的地域,选择那些近乎原始而秀美的自然环境、近乎土气而传统的民族民俗文化资源,并时刻注意保持其宝贵的原汁原味。在我国老少边穷地区,由于其偏僻、贫穷、落后,常常保留着这种高品位的乡村旅游资源。在这类乡村地区发展旅游恰恰与我国旅游扶贫政策相吻合,是利国利民的好事情。昔日的平遥古城、广西阳朔、云南丽江如今都已发展成为我国乡村旅游的典范。今天,无论是我国的西藏、青海,还是我省(河南省)的伏牛山和大别山,都蕴藏着许许多多高品位、高档次的乡村旅游资源,正等待着我们去发现、去开发。

参考文献

- [1] 潘秋玲. 现阶段我国乡村旅游产品的供需特征及开发. 地域研究与开发, 1999, (2)
- [2] 沈克宁, 马震平. 人居相依. 上海: 上海科技教育出版社, 2000
- [3] 王兵. 从中外乡村旅游的现状对比看我国乡村旅游的未来. 旅游学刊, 1999, (2)