

【旅游经济】

成都郊区的乡村旅游发展探析

刘刚, 孙建

(西南民族大学 旅游历史学院, 成都 610012)

摘要: 乡村旅游的兴起代表着我国旅游业发展的新态势, 成都郊区“农家乐”旅游曾一度红火, 然而, 在其繁荣的背后, 隐藏着规模太小、千篇一律、质量差、档次太低等问题。要改变这种状况, 必须进行集约化经营, 规范化管理, 增强品牌保护意识, 拓展参与性旅游项目, 开发农耕文化、历史怀旧、贫困苦难、心理调节等体验性乡村旅游产品。

关键词: 乡村旅游; 农家乐; 成都; 体验性产品

中图分类号: F 592.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-5409(2007)01-0025-03

一、成都乡村旅游产生的背景及特点

乡村旅游是指以乡村地域上一切可吸引旅游者的旅游资源为凭借, 以满足旅游者(主要指城市居民)观光、休闲、度假、学习、购物等各种旅游需求为目的的一种旅游形式。

国外如欧美发达国家, 其乡村旅游的发展可追溯到19世纪中期, 工业化在欧美大陆的普及, 城市化及农业机械化的进程加快, 无疑为乡村旅游的兴起提供了动力。国内, 如成都等大城市, 乡村旅游的发展则有着自身的需求和供给背景。从需求角度上, 成都居民早有郊游休闲的传统, 20世纪80年代以来, 随着城市居民家庭收入和闲暇时间的增多, 城市生活单调、枯燥、交通拥挤、污染严重、住房狭窄等现代“城市病”, 迫使城市居民渴望出游、回归自然。成都乡村旅游地依托川西坝子特有的田园风光, 成都远郊青城后山、朝阳湖、银厂沟、西岭雪山等自然风景区, 天府之国的民俗风情和古老的川味文化; 良好的交通区位, 距离市中心约1~2小时的车程, 乡村道路发达; 旅游地能提供一种家式的亲情服务, 政府的政策、资金上大力扶持等均促进了乡村旅游业的发展。

作为成都郊区的乡村旅游的最主要形式——成都郊区的农家乐自1993年发轫以来, 以“吃农家饭、品农家菜、住农家院、干农家活、娱农家品”为特色, 现已发展为花果观赏型、避暑休闲型、花园客栈型、养殖科普型、农事体验型、川西民居型等六大类型。经过近十多年的发展, 其发展水平、规模经济总量及发展方向均处于国内的领先地位。

2005年, 成都郊区农家乐数量已达5596家, 直接从业人员5.8万人, 带动相关就业人员29万人, 实现旅游接待收入7.3亿元, 带动相关产业发展实现收入16.3亿元。接待入境旅游者50万人次, 同比增长2%, 旅游外汇收入1.68亿美元, 增长20个百分点; 成都旅游业发展迅猛, 除了成都遗存的各大名胜古迹而外, 近年农家乐的增长速度让人咋舌, 有跃升旅游主打品牌的趋势。

二、成都乡村旅游出现的问题

由于缺乏合理规划和正确的引导, 成都郊区的现有乡村旅游产品还处于低层次的经营水平上, 主要表现为: 以家庭个体小规模经营为主, 旅游产品类型单一, 低层次重复开发, 产品质量低等。农户经营的农家乐一般几亩、十几亩大小的院落, 院内多摆设些盆景, 种植些花卉、树木, 游客进院, 五分钟即可游完, 被戏称为“五分钟院落”。院内设置桌椅、沙发外, 再设一两间卡拉OK房, 客人在里面无非是喝喝

收稿日期: 2006-06-21

作者简介: 刘刚(1973—), 男, 安徽阜阳人, 硕士研究生, 从事民族文化与旅游研究; 孙建(1978—), 男, 安徽宿州人, 硕士研究生, 从事民族文化与旅游研究。

茶、打打麻将和扑克、下下棋、唱唱歌而已；所谓的农家饭不过是农户从城里买的米、面、蔬菜、肉蛋等做成的，户户如此；旅游活动项目单一，缺乏变化，若是一农户开发出新项目，其他农户群起仿效。客人一进村，农户群起拉客，无序竞争现象严重。另外，农家乐卫生状况不容乐观，如厨房内无排油烟和除尘的设备，没有专门的消毒碗柜等，卧具不整洁，夏天有蚊虫进屋，无排污设施，大量生活垃圾、生活污水随意排放，燃料消耗大，环境污染严重等。产生上述问题的深层次原因是受土地产权所有的影响，农户经营的分散化，农民从业技能的限制，农村保守封闭的观念，依附性强，自主意识差，致使农家乐产品档次低。

三、深度发展乡村旅游的措施

深度发展成都郊区的乡村旅游，必须依托乡村古朴秀丽的环境及各类农业资源、农耕文化、乡村民俗风情，针对客源市场需求的变化状况，开发一些趣味性、参与体验性的旅游项目，转化经营观念，提高旅游产品质量，加强科学的管理及培训。具体措施：一是继续办好原有的农家乐项目，引导其规范化发展；二是针对城市居民的不同需求，开发参与性、体验性乡村旅游产品。

（一）深度开发农家乐旅游的若干措施

1. 克服规模小、经营项目雷同等缺陷，统一区内的规划建设，经营管理集约化。农家乐由于规模小，散布较广，其组织制度可参照我国农业产业化发展组织制度的模式，实施“公司+基地+农户”的组织形式，将农户的土地集中起来，组成数百亩、上千亩的地块，根据其不同的地形、土质特点等，划出片状的生态粮田区、特色蔬菜区、花卉苗木区、溪流河岸带、园艺场地区、树木绿化带、特种养殖区，使这些体现农家生产生活的地带气势宏大一些，让游客在里面感觉到有看头、有玩头。景区农舍设计应突出蜀文化的林园特色及传统的民居风貌，如川西坝子农家的竹林茅舍，小镇的石板街巷、宅门、影壁、店铺、摊商等，这些有田园风情、市井风情和风味特色小吃构成的乡村、街境，弥漫着民俗民风 and 传统文化的氛围，为生活在城市的游人提供游览休息场所，农户本着有地出地、有钱出钱、有力出力的原则，依据自身不同的特长、家庭状况等具体情况参与经营。在农家乐集中的地方成立农家乐协会，具体负责业务指导、宣传促销、会员培训、活动安排、结算工作及受理游客投诉等。许多农户自己不能解决的问题必须依赖于协会和社区的支持。基础设施（道路、排水、供电、供水、排污、电话等）要从各级政府的预算中拨款改善。

2. 政府扶持及规划制度。而今，成都郊区的政府对农家乐不收管理费，经营 1~2 年的不收税费，对中低收入农户免收各种证照费，土地承包 30 年不变，还组织农户到全国及东南亚考察，如龙泉驿区政府每年出资近百万元举办桃花节。政府对农家乐实施星级管理制度，2004 年，成都市政府先后实施了《农家乐开业基本条件》、《成都市农家乐服务质量管理办法》、《农家乐旅游服务质量等级划分及评定》，使农家乐管理开始走上规范的道路；同时，市工商、卫生、旅游、环保四部门阶段性对农家乐进行专项整治，龙泉驿区环保局更是提出“一池两证”的治理措施，要求农家乐必须建化粪池、隔油池等污水处理设施，以上这些措施无疑对农家乐等乡村旅游的规范化起了重要作用。笔者以为，农家乐的经营已是企业运作模式，市场化的管理应更为全面和深入，政府、企业（农家乐）、消费者（游客）、行业协会、社会等相关利益群体应一同参与到农家乐的运营管理及监督上去。

3. 重视农家乐品牌的管理。“农家乐”作为一种流行了 10 年的休闲方式，在成都乃至全国具有很大的影响力，其旅游品牌价值蕴含着巨大的效益及潜力。然而，由于农家乐主要由农民经营，经营者数量众多，又是个松散的组织，缺乏商标保护意识，农家乐已为一家名为鸿国贸易公司抢先注册，该公司注册的“农家乐”商标涵盖了糖果、调味品等 30 个大类；同时成都另外一家友联兴达实业公司也注册了部分类别的“农家乐”；此外重庆和广州的一些外地非服务企业也注册了不同的“农家乐”商标。如果外地乡村旅游企业率先下手，源于成都的这一宝贵资源就可能流失。因此要注意乡村经营者的品牌保护意识，积极进行农家乐这一乡村旅游的商标保护。

（二）乡村体验性旅游产品的开发

现代的城市居民究其本源大多是来自农村，很多人都渴望能够到农村体验一下往日的生活。目前的“农家乐”项目是一些喝茶、打牌、或赏花摘果、或吃农家饭的项目，文化的气氛不够，体验性产品不足，可针对城市居民不同的体验需求，开发众多的体验性乡村旅游产品。

1. 开发以川西农耕文化为主体的农业游乐型产品。园内置风车、水磨(石磨)、古老的手推小车、脚踏水车、石臼、马(驴)拉磨、织布木机、犁耙锄镐等多种多样的农业生产工具,通过图示、文字、现代化的声像设备解说古老的农业文化历史,开展水磨磨面、水车灌溉、石臼舂米、木机织布、人工编织、手工刺绣、简单农具制作、陶制品制作等农业生产的体验活动,让游客坐牛车,亲自推磨、推碾、下田犁地、施肥、栽秧、割稻等,亲手种菜、净菜等,体验农业生产和生活,使游客在丰富的乡村旅游活动参与过程中了解中国博大精深的农业文化和农业历史。

2. 开发一些怀旧型的旅游产品。怀旧是人类一种基本的心理活动和行为动机,特别是由于历史的原因,我国城市中五六十岁年龄段居民中的“知青情结”已成为我国乡村旅游的一种强大动力,为此,可开发“文革村”产品系列。此外,另设“大跃进村”、“民国村”等怀旧村,再现当年的历史面貌,使游客在此体会往日的悠悠岁月。

3. 贫困苦难体验性产品。“千金难买少年贫”,少年时代的苦难经历是一笔财富,对人们的健康成长和意志磨练非常有益。当今城市中很多独生子女长期生活在优裕的生活条件下,从不知道苦和累,相当多的城市富裕家庭的子女缺乏吃苦耐劳的精神,这对他们的健康成长尤其是养成优良品质非常不利,很多城市居民已经认识到这一点,非常渴望能有一个特定的艰苦环境来教育和磨练孩子。贫困苦难体验旅游正是对这一需求而开发的。为此要和教育界、心理学界、旅游界等相关专家策划此类产品,先进行试点,待具有可行性后再制定一套体验活动和相关标准,严格按照标准操作,其地点应安排在贫困的村庄及农户家里,体验人应穿上当地人的衣服,和当地人同吃同住,并和当地人一起干农活。此类产品可帮助当地贫困农户脱贫,为当地政府的扶贫工作寻求佳机;另一方面,由于该产品在成都乃至在全国极少,新闻性较强,一旦策划成功,极易于形成新闻炒作的卖点,使乡村旅游一炮走红。

4. 心理调节体验性产品。心理问题是一种普遍存在的精神现象,城市居民因为生活节奏快,岗位竞争激烈,工作压力大,平时很容易产生一些不良情绪,如果不能及时疏解,日积月累,就容易使精神处于一种亚健康状态,这些城市居民中常见的心理问题若不能得到调治,进一步发展就会产生焦虑、恐惧、忧郁、强迫性行为、神经衰弱等精神疾病。心理旅游决不是简单的游山玩水,更不是枯燥的心理训练。它将通过寓教于乐的活动形式,帮助人们调整心态,学习面对压力及挫折的解决方法,此项目将首先为旅游团成员进行心理测试,了解一下团员的心理状态,然后有针对性地进行分组训练。训练项目分心理和体能两部分,心理项目着重心理调适和修正体能两部分,体能部分则强调团员的集体意识和活动能力,此种体验无疑为体验者注射了预防城市心理病的“心理疫苗”。

参考文献:

- [1] 李天元. 旅游学概论[M]. 天津:南开大学出版社,2000.
- [2] 罗明义. 旅游经济分析[M]. 昆明:云南大学出版社,2000.
- [3] 王云才,等. 乡村旅游规划原理与方法[M]. 北京:科学出版社,2006.
- [4] 尹振华. 开发我国乡村旅游的新思路[J]. 旅游学刊,2004(5).
- [5] 杜江,向萍. 关于乡村旅游可持续发展的思考[J]. 旅游学刊,2004(5).
- [6] 胡卫华,王庆. 农家乐旅游的现状与开发方向[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2002(9).
- [7] 周荣华. 成都农家乐发展现状调查研究[J]. 社会科学家,2004(9).

On the Deepening Development of Rural Tourism in Chengdu Suburb

LIU Gang, SUN Jian

(College of tourism and history, South-west nationality University, Chengdu 610012, China)

Abstract: The village tourism is representing new tendency of our country tourism development. Chengdu Suburb “Happy-farmer” tourism once was very prosperous. However, behind its prosperity, many questiones like the scale is too small, stereotyped, the bad quality; scale bottom and so on. In order to change the situation, we should carry on the intensification, management standardization, enhancement brand protection—consciousness, develop administration—traveling project, develop agriculture—culture, and the history remembers about past times, impoverished misery, experience village traveling and psychological adjustment, and so on.

Key words: village traveling; farmer tourism; chengdu; experienced product

[责任编辑:郭蕴深]