

涪陵区乡村旅游可持续发展研究

长江师范学院应用技术学院 周 兰

摘要:发展乡村旅游是实现我国旅游业可持续发展的客观选择。涪陵区乡村旅游在发展的同时也存在着不利于乡村旅游可持续发展的问题。本文主要分析了本地区乡村旅游发展的现状以及存在的问题,提出实现可持续发展的思路。

关键词:乡村旅游 现状 可持续发展

我国2006年的旅游主题是“中国乡村游”。发展乡村旅游是新时期开拓旅游发展新领域,为农业、农民和农村发展服务,促进社会主义新农村建设的重要举措。在全国范围内大力发展乡村旅游,也是实现我国旅游业可持续发展跨越式目标的客观选择。我国乡村旅游起源于20世纪80年代,经过20多年的发展,乡村旅游开始进入了一个新的阶段。涪陵区周边有着丰富的乡村旅游资源,随着城镇居民收入的增加,生活观念和消费结构的转变以及假日制度的实行,乡村旅游也得到了一定的发展。涪陵区乡村旅游的诞生以农家乐和乡村宾馆的出现为标志。据调查统计,到2006年7月底止,全区建成和基本建成的农家乐和乡村宾馆达到126家(其中通过区旅游局评定的星级农家乐达到7家),总占地面积2552亩,总建筑面积101793平方米,共有床位1640张,总投资8533万元,共有从业人员953人;绝大多数农家乐和乡村宾馆集吃、住、观光、采摘、垂钓、娱乐、休闲于一体,日接待能力超过5000人次。2005年,全区农家乐和乡村宾馆接待游客达到15万人次,实现旅游收入达到500万元,其中,星级农家乐接待游客达到6万余人次,实现旅游收入达到185万余元。但目前发展现状与国内其它旅游业发达城市的乡村旅游相比还处在初级化阶段,特别是乡村旅游的类型还比较单一,主要是以农家乐为主,“吃农家饭、住农家屋、干农家活、享农家乐”是本地区乡村旅游的主要内容。涪陵区农家乐在经过发展初期的快速发展后一些不利于本地区乡村旅游可持续发展的问题也显现出来。同时随着城市居民旅游经验的丰富和对旅游认识的提高,人们对乡村旅游产品的要求也越来越高,因此本地区乡村旅游出现客源减少、效益下降的局面,发展的情况并不乐观。笔者在经过大量实证调查的基础上分析了本地区乡村旅游发展的现状以及存在的问题,提出实现可持续发展的思路。

一、乡村旅游发展现状

(一)发展原因

1.随着生产力水平的提高和农村产业结构的调整,农民有更多的农闲时间和机会从事农业以外的副业。2.城市化进程的加快以及现代商业文化的传播,农民逐渐产生突破传统单一生产方式的束缚多途径增加收入的思想 and 行为,并且这种思想和行为会越来越迫切。投资不大、技术含量低且有资源优势的农家乐成为农民增收致富的途径之一。3.广大农村和城乡结合部得天独厚的自然资源和文化遗产以及优越的区位优势为乡村旅

游的发展提供了条件。4.城市生活节奏的加快和压力的增大使城市居民对乡村田园风光和淳朴民俗、民风有着强烈的向往和追求。5.城市居民收入的提高和带薪假日的延长以及私家车的出现,人们已不满足于在各个旅游景点长途跋涉、疲于奔命,短途、短时、低价而且可周而复始的乡村旅游成为城市居民日常生活放松身心、陶冶生活情趣的重要选择之一。

(二)发展类型

1.城郊农家乐(或者称客源地依托模式):主要是借助于紧邻城市的区位优势开发的城市居民游,是对乡村差异性资源和城市市场相邻关系的双依托。其产品优势主要是自然环境、区位优势,是兼有观光的休闲,以“大凉山农家乐”、城郊“鱼家乐”等为代表。2.景区农家乐(或者称目的地依托模式):主要是借助于该乡村自己的或者相临的原有风景名胜地的吸引力优势所开发的多样客源地城乡居民旅游。这些以景区为依托分布在旅游景区周围的农家旅店开展以家庭接待为主的为周末来郊野景区游玩的旅游者提供廉价的食宿服务,也就是“搭便车”形成的差异性产品组合。其产品优势是自然环境兼原有风景名胜,是兼有休闲的观光。3.农村农家乐。位于广大乡村,产品优势主要是自然环境和气候。产品组合中混合着许多不属于乡村,或者与乡村旅游并不明显的产品组合,包括设在乡村的度假村,主要是度假和休闲。

(三)发展形式

1.经营主体 乡村旅游的经营主体主要是乡村农户和城市个体工商户,企业、政府组织占很小比例。农户主要就是在自家农院或经营副业(如鱼塘)的附近开展以家庭或家族成员为主的旅游接待服务,投入少,规模小。外来城市个体工商户主要是靠租赁、承包、购买等方式进行经营,在资金投入、经营规模上大于本地区农民。2.经营范围 乡村旅游的经营范围主要为游客提供住宿和餐饮,除传统的农家饭外,也为游客提供包桌及大菜烹调服务,从整体来说“干农家活、享农家乐”的内容开展得不多,乡情民俗的意味不浓,游客着眼的主要是低廉的接待费用。农村农家乐在提供农家的特色菜外还可提供一些现代化的娱乐设施和较高档次的服务,游客着眼的是当地的气候和服务,主要是度假和会议。

二、影响乡村旅游可持续发展因素

(一)旅游产品方面

客源地的城市性与目的地的乡村性级差或梯度是乡村旅游的动力源泉。乡村旅游生存的基础是乡村性或乡村地格。乡村性是乡村旅游的中心和独特的买点。乡村旅游可持续发展的关键就是保持乡村性,既小规模经营、本地人所有、社区参与、文化与环境可持续[1]。在本地区由于种种原因在这方面存在严重不足:1.认识上的不足。乡村旅游应是以乡村地域

及农事相关的风土、风物、风俗、风景组合而成的乡村风情为吸引物,吸引旅游者前往休息、观光、体验及学习等的旅游活动[2]。多数乡村旅游业的经营者对乡村旅游的内涵、本质认识不足,在开发、经营中缺少对乡村环境的营建和对乡村传统文化恢复、保护、开发的意识,有的甚至出现一开发就造成破坏的现象。在投资上,重设施建设轻环境营造,出现乡村旅游发展中的围城效应[3]:乡村旅游的主要客源是城里人,由于乡村的文化景观才希望到乡村去,但乡村旅游的经营者又向往城里人的生活,或者按城市的方式改造乡村景观,许多农家布置得象城里的小旅店,除提供农家菜外,还提供包席和大烹调服务,农家氛围已淡然无存,变得“城不城,村不村”;另外城市经营者通过承包、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。这一切都导致乡村旅游的基础——乡村性的消失。这形成了乡村旅游发展的怪圈:乡村旅游在发展中摧毁自己。经济学原理告诉我们,有差别才有垄断,特色才是竞争力。2.总体规划的不足。大多经营农户就是在原有农业和自家庭院的基础上稍加改动就开始接待游客。城市经营者就在租赁、购买的土地上建起现代化的高楼和亭台楼阁,建筑风格效仿低级宾馆,提供城市化的娱乐项目和服务形式。由于缺乏总体布局的规划,改动和建设的结果,既不具备大规模观光、参与的气势,也没有传统文化的乡土气息,因此缺乏乡村旅游所应有的氛围。3.产品内涵的不足。产品开发类型单一、程度低、重复雷同、特色不突出,更缺乏旅游产品的灵魂——乡村文化,大多是在农家饭上做文章,往往是简单的模仿。在调查中发现,大多农家乐产品同质化严重,农家民俗气氛不浓,服务项目的设置和管理方式也是大同小异,大多限于吃土菜、打牌、睡觉、钓鱼、卡拉OK,户户之间没有区别,有的甚至就是城市流动的“麻将馆”。

(二)、农家乐服务和管理方面

本地区农家乐大多以个体经营为主,由于农家乐经营时间不长、经营者经营意识不到位以及投资能力的有限,部分农家乐基础设施简陋,主要以现有的住房、庭院为基础设施,有的仅是对原有居住条件和居住水准进行一些简单的改造,环境净化、美化、绿化不够,餐厅、厨房离牲畜圈太近,使用简易厕所,卫生条件很差,存在安全卫生隐患。以家庭或家族成员为主要接待和管理人员,经营视野的有限以及从经营农业转到服务业过程中大多没有经过专业的培训,服务水平低,更缺乏科学的管理;外来的城市经营者虽然在投资、规模上大于一般农户经营者,但也都存在人才缺乏、管理水平低、不规范等诸多问题,导致农家乐经营管理上的随意性和混乱性以及服务上的粗放性。同时政策、观念、生活习惯等因素的制约使乡村旅游目的地的行、食、住、游、娱、购服务水平等也都还处于较低水平,大都只能满足游客的基本需要,离舒适、愉快特别是更高层次的旅游需求还有一定的距离。

(三)、宏观管理方面

1. 政府管理的缺位 乡村旅游涉及到乡村的经济、社会、生

态环境和空间组织等多个方面,同时由于本地区乡村旅游发展的不成熟性和农民经营上的先天不足、局限性,更需要政府发挥其管理和指导作用。在本地区乡村旅游发展中,政府对乡村旅游的关注和研究不够,体现出管理体制的不健全、缺乏相配套的法律、法规制度,在资金、基础设施建设、规划和营销上扶持还不到位,造成本地区农家乐的盲目发展和“小打小闹”并存的局面。

2. 行业管理的缺位 其一,行业协会的乏力。行业协会缺乏实际的指导和管理,不能提供相关的服务,更不能有效地规范行业市场。由于产品同质化严重,农家乐以价格为竞争的主要手段。有的“农家乐”1人1天的消费价格仅为10元,其中包括两餐茶水以及棋牌,度假消费1个月的价格也才400元,业主根本无力进行再投资,有的维持现状尚属不易,产品的升级上档更是无从谈起。其二,市场营销的乏力。本地区农家乐经营分散、规模小,个体经营占主体,又缺乏龙头性中介组织,缺乏市场调查和分析,农家乐市场细分、产品定位不明确,市场开拓乏力,缺少品牌,吸引力不够,客源大多是熟人介绍,推广显得力不从心。

三、可持续发展的思路

1. 政府加强管理 管理部门要坚持科学发展观,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,充分考虑当前和前瞻性,制定出区域性农家乐发展规划。在产品开发、经营管理、基础设施和资金、人员的培训上,政府应加大支持的力度,提高农家乐产品的质量和经营水平。

2. 加强产品开发 其一 增加本地区乡村旅游发展的类型。乡村旅游的内涵很丰富,不仅局限于农家乐,可结合本地区资源条件开发多种类型的乡村旅游。其二 增强产品开发深度,特别是提高产品的文化品位。最能体现旅游产品特色的是文化,立足本色、本土,深度开发文化含量高的民风、民俗、民情,是未来实现乡村旅游可持续发展的核心。

3. 扩大客源市场 乡村旅游的客源市场主要限于本地区市民,除了加大宣传力度,吸引本地区更多的消费者,同时加强与周边旅游景点的结合和旅行社的合作以吸引本地区外的游客,开拓乡村旅游的客源市场。

4. 积极正确的引导农民 从可持续发展以及发挥乡村旅游业的社会效益的角度上,农户企业应是政府重点扶持的对象,政府应尽可能保护农户的利益,除了乡村旅游政策要创造更多的就业机会,更重要的是培养农户的竞争力,使他们最终具有参与市场竞争的能力。

参考文献

- [1] 邹统钎. 乡村旅游发展的围城效应与对策[J]. 旅游学刊 2006, 3, 8
- [2] 邹庆云. 经济发达县农耕文化旅游资源的挖掘[J]. 旅游学刊, 2006, 4, 12
- [3] 邹统钎. 乡村旅游发展的围城效应与对策[J]. 旅游学刊 2006, 3, 8