

甘肃省乡村旅游发展对策分析

孙艳¹, 石志恒² (1. 西北师范大学, 甘肃兰州 730020; 2. 兰州商学院, 甘肃兰州 730020)

摘要 分析了甘肃省发展乡村旅游的优势及存在问题, 提出了相应的发展对策。

关键词 乡村旅游; 资源优势; 对策

中图分类号 F590.3 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2007)07-02043-02

Analysis on Developing Countermeasures on Rural Tourism in Gansu Province

SUN Yan et al (Northwest Normal University, Lanzhou, Gansu 730020)

Abstract In this article, the advantages and problems of developing rural tourism in Gansu province were analyzed. Then the relative developing countermeasures were proposed.

Key words Rural tourism; Resource advantage; Countermeasures

国家旅游局把 2006 年全国旅游主题确定为“中国乡村旅游”, 其宣传口号是“新农村、新旅游、新体验、新风尚”。乡村旅游以其参与形式的多样性、参与主题的广泛性以及旅游效益的综合性正成为旅游业发展的一个新亮点。

乡村旅游的发展在西方发达国家可以追溯到 19 世纪中期, 但大规模的开展是在 20 世纪 80 年代以后。乡村旅游可以说是现代旅游文化中的新鲜事物, 其极强的生命力和势不可挡的发展潜力, 已经在欧美一些发达国家得到了充分的展示。近年来乡村旅游在我国发展迅速, 尤其是各大、中城市近郊的乡村旅游发展速度更快。目前农业生态观光与“农家乐”等形式多样的乡村旅游模式正成为甘肃旅游的一种时尚选择, 如徽县的银杏人家、酒乡人家, 皋兰什川的万亩梨园、武威的黄羊河农场、敦煌南湖的葡萄长廊、永靖太极岛的枣园新村、景泰龙湾的绿洲、条山的农场等。但甘肃的乡村旅游还处于初级阶段, 因此笔者就其发展的优势、不足及发展对策进行探讨^[1]。

1 乡村旅游的内涵

目前国内、外学术界对乡村旅游还没有统一的定义, 主要有以下观点。

(1) 西班牙学者 Gilbert 等认为, 乡村旅游就是以农户为旅游者提供食宿为条件, 使其在农场、牧场等典型的乡村环境中从事各种休闲活动的一种旅游形式。

(2) 世界经济合作组织认为, 在乡村开展的旅游、田园风味是乡村旅游的中心和独特卖点。

(3) 国内学者王兵认为, 乡村旅游是以农业文化为景观, 以农业生态环境、农事生产活动以及传统的民族习俗为资源, 融观赏、考察、学习、参与、娱乐、购物、度假于一体的旅游活动。同时, 王仰麟等学者也对“乡村旅游”阐述了个人观点^[1]。

由此可见, 乡村旅游不仅仅是传统的体验田园生活, 它逐步融入了“农村文化景观”、“农事活动文化”等一系列的传统人文精神。综上所述, 笔者认为乡村旅游是指在乡村地区开展的, 以特有的乡村人居环境、乡村民俗、乡村田园风光、农业生产及其自然环境为基础而开展的满足城市旅游者休闲度假新需求的一种生态旅游活动。它所包含的地域范

围主要指城市景区内部零星区及城乡结合部的“农家乐”园区和乡村地域内的自然和人文风景名胜。

2 甘肃省各地区发展乡村旅游的优势

甘肃省地处黄河上游地域辽阔, 其东接陕西, 南邻四川, 西连青海、新疆, 背靠内蒙古、宁夏并与蒙古国接壤。地域自西南向东北倾斜, 地形狭长, 东西长 1 655 km, 南北宽 530 km。幅员面积 39 万 km², 是中国东部湿润森林平原向西部干旱荒漠草原与高寒荒漠草甸草原的转变过渡带。甘肃境内有 4 个国家级风景名胜区, 15 个国家森林公园, 53 处丹霞地貌点, 55 个省级森林公园, 360 多处旅游景区。

2.1 地貌类型丰富多彩 甘肃地貌复杂多样、丰富多彩, 基本涵盖了山地、高原、平川、河谷、沙漠和戈壁。境内既有雪峰皑皑、瀚海茫茫的塞外风光; 也有群山竞秀、碧水荡漾的江南景色; 既有“风吹草低见牛羊”的辽阔草原; 也有荒山绵绵“大漠孤烟直, 长河落日圆”的戈壁风光和渠道纵横的鱼米之乡; 有葱郁繁茂的次生森林; 更有黄河江泉、秀美山川。

2.2 民族风情独特 甘肃是一个多民族省份。该省现有 54 个少数民族, 人口 219.9 万, 占该省总人口的 8.7%。世居甘肃的少数民族有回、东乡、保安等 16 个, 其中东乡族、裕固族、保安族为甘肃的独有民族。由于自然、社会历史条件的客观影响, 这些少数民族地区城镇化进程不显著, 受城市等外来力量的冲击较少, 其自然、社会环境的变化不大, 保存着浓郁的传统特色。神秘的少数民族禁忌(如: 裕固族的婚丧习俗“戴头”“剃头”等)和未被开发的自然风光能够满足人们享受田园风光、回归淳朴民俗的需求。

2.3 乡村民居形式多样 甘肃省独特的地域特征以及悠久的历史文化和多民族的聚集方式决定了在该区居住的居民生活方式迥异、民居形式多样。甘肃拥有很多富有民族特色的民居, 如: 陇东黄土高原区的窑洞民居、甘肃天水古民居、半坡硬山顶的民居、保安族的“半边楼”、“全楼”和“四合院”、东乡一户二院型的庄窠、甘南藏族的方形帐篷及部分藏族的碉楼式木石结构住房等, 这些与城市居民的水泥“丛林”形成鲜明的对比。

3 甘肃乡村旅游发展存在的问题

甘肃省独特的自然景观、丰富的人文景观和浓郁的民俗为乡村旅游奠定了一个良好的基础, 但是其发展的方式较为被动, 一直是处在深闺人未识。加上长期“遍地开花”式的发展经营模式, 致使乡村旅游的特色正在逐渐消失。阻碍

甘肃发展特色乡村旅游的原因主要有以下几个方面。

3.1 缺乏统一规划 为了追求近期的经济效益,甘肃的多数地方并没有将乡村旅游资源的开发纳入区域旅游资源开发的系统之中进行统筹安排,全面规划。而是任由经营者盲目开发,出现遍地开花和重复建设的现象,导致资源利用率低下、形式单一、特色不强,难以形成规模经济和集聚效应。

3.2 旅游产品质量偏低 目前,甘肃乡村旅游产品开发主要停留在观光、采摘、购物等旅游项目上,而对乡村文化传统和民风民俗资源的开发重视不够。结果使得旅游产品雷同、经营类型单一、特色不显、品位不高、服务不周,脱离了旅游市场需求。

3.3 宣传、促销不够 目前甘肃省乡村旅游一般在每年的3~11月期间开展,其余时间便无人问津。据有关经济专家介绍,在这段空白的时间内,并不是没有游人,而是缺少创新与品牌。许多经营者由于缺少政府部门的引导对其宣传促销意识还处在原始、被动的水平上,宣传促销投入少,专业水准差。一般依赖朋友关系、“回头客”或口碑宣传,至多也不过是采取发传单或宣传册的方式,加上宣传品种单调、数量少,缺乏针对性,静态多、动态少,导致了乡村旅游活动的开展具有明显的季节性,束缚了当地经济的发展。

3.4 经营管理、服务水平低 目前乡村旅游的经营者和管理者大多是农户和村镇领导。由于主客观条件的限制,他们大多未受过正规培训,缺乏相应的管理知识和能力,服务不到位,管理工作混乱,使接待和管理处于较低水平,甚至出现一些消极现象,如不择手段向游客兜售旅游产品和宰客等,这都大大地制约了该地区乡村旅游的发展。

3.5 乡村特色正在消失 由于乡村旅游资源所处的地域多为经济、教育欠发达地区,所以大多数农村地区的旅游环境开发前都保持着原始的自然景观。随着工业文明涌入农村,使得工业文明与农业文明特色并列,现代设施与传统风物杂陈,难以营造农耕文明氛围。比如,某些“山庄”修建高楼、饭店且豪华程度直追都市;许多山里民居的地板和墙上贴上了瓷砖,以迎合城市居民的口味,失去了乡村旅游应有的乡村性和地方性。与此同时,最具吸引力的地方民俗文化,也在外来强势文化的影响下,慢慢地被外来文化所同化或者成了舞台上的“民俗秀”,失去了其应有的原始性和乡村性。如:现在游客进入甘南某些地区旅游,已经很难体验到纯正的藏族风情(除一些交通十分不便的落后地区外)。这种把一些“原始的、自然的”的东西“商业化”的做法既破坏了乡村原有的良好自然生态环境,浪费了宝贵的农业资源,又扭曲了发展乡村旅游的本质和目的^[2]。

4 甘肃省乡村旅游发展的对策

4.1 加强政府宏观调控和统一规划 乡村旅游作为区域旅游系统的重要组成部分,政府有关部门应该进行统筹安排,全面规划,合理开发,以打造统一的乡村旅游产品,形成统一的区域旅游线路。一些地方在城乡一体化进程中按旅游景区标准进行村镇建设,打造了一批“一村一品”、“一户一园、一园一景”的旅游型村镇^[3],取得了良好的效果。如:皋兰的什川镇,截至2005年底,该镇接待游客38万人次,旅游总收入875万元,规模接待园已有45家,农家乐接待点100多户;

甘肃省天水市麦积区麦积镇后川村在有关政府的指导下,以村支部加协会的形式成立了农家乐旅游接待中心,2005年底该村共接待游客2.1万余人次,经营收入达31.5万元,户均收入9000元,乡村旅游已成为后川村经济发展的主导产业。可见,在政府宏观调控和统一规划下发展乡村旅游既可以减少投资失误、避免近距离的雷同和重复建设、提高乡村旅游开发的效果,又可以实现城乡间的优势互补,客源共享,从而促进乡村旅游的健康、稳定发展。

4.2 走生态旅游、文化旅游紧密结合的发展道路 目前乡村旅游的客源市场主要是都市居民。都市居民出游乡村目的是为了暂离其都市文化常态,享受农耕文化的清新,因此乡村旅游的开发要朝着生态、文化的方向发展。如:距甘肃省省会城市兰州仅100 km的临洮县充分发挥建县历史悠久、文化积淀深厚、位于洮河下游、水资源丰富,花卉、水产养殖十分发达的有利条件,按照“水在城中、城在林中、街在绿中、院在花中、人在景中”的城市发展理念,大力发展以吃农家饭、住农家院、干农家活、体验农家生活情趣为主的“农家游”,吸引了周边县、市、区的游客,成为人们休闲度假、观光旅游的好去处。

4.3 开发高质量的乡村旅游产品 乡村旅游资源不属于稀缺旅游资源,因此其产品的开发应本着因地制宜、贴近实际的开发思路。乡村旅游产品既要保护其传统又要有所创新,才能具有较强的生命力。

4.3.1 充分发掘甘肃的历史文化和民俗文化。 历史文化、民俗文化和农耕文化是乡村旅游的核心资源,对旅游者有着巨大的吸引力。甘肃省拥有一批独特的历史文化和民俗文化的村落,如:永登县的中国“吉普塞”民俗风情村薛家湾村、陇西县的“天下李姓的郡望”的陇西堂、永登县连城镇的“神秘的土司王国”的代表鲁土司衙门等,要使之与当地乡村旅游结合起来,让游客体验甘肃历史文化与民俗文化的精华。

4.3.2 树立乡村旅游的品牌形象。 乡村旅游品牌形象设计是为了给乡村旅游建立一个持久的、稳定可靠的品牌形象,树立游客对乡村旅游情感的认识,提高其购买兴趣。进行品牌设计时可以开辟以绿色景观和田园风光为主题的观光型城乡游或以农庄或农场旅游为主,包括休闲农庄、观光果园、花园等体现休闲和增长见识为主题的乡村游及以乡村民俗、民族风情以及传统文化为主题的乡村游。如:夏河县位于甘肃的南部,地处青藏高原的东缘,除了著名的拉卜楞寺外,还有甘加草原、桑科草原、白石崖、八角城等风光。针对这些,夏河可以推出自己的品牌形象设计:夏河——雪域风情“小西藏”,这就成为那些想领略西藏风光却因各种因素所阻未能成行的游客的另一个选择。

4.4 开发客源市场及做好宣传 客源市场的开发是旅游发展的最重要一环。要在加强市场调研、搞好市场定位的基础上,搞好旅游产品的营销。甘肃省要充分利用各种新闻媒体的传播与轰动效应,宣传该省乡村旅游资源和独具特色的乡村旅游产品,并将特色乡村传统文化、民俗文化、传统生活方式、社会文化价值纳入宣传计划。各乡村旅游企业要在产品包装、营销策划、广告宣传等方面努力,将该省乡村旅游产品

(下转第2050页)

等因素的综合。小城镇作为小范围意义上的经济文化中心,不仅要向本区域人们输送商品、信息,更要从外部获得商品、信息。而在这种输出、输入的过程中,区位因素优势就彰显出来。交通便利、地理位置优越的城镇不但城镇规模和经济发展都优先于其他城镇,而且城镇土地的利用效益也会明显高出其他城镇。例如,湖北省黄陂区和蔡甸区同为武汉市下辖区,黄陂区地理优势明显,公路铁路交通便利,经济发展较快,地价水平较高,而蔡甸交通不便利,地价水平相对较低。

2.2 城镇规模 城镇规模是反映当前城镇发展现状的重要指标,更是预测未来城镇发展的重要指标。在反映城镇规模的指标中,城镇人口数量是较为可信且容易获得的数据。对于有着严格限制的城镇用地来说,人口数量将会直接影响土地的供给。人口多的城镇,土地需求必然旺盛,土地价格相应地会升高;反之,人口稀少的城镇土地价格则会由于供大于求而相应的低落。

2.3 城镇经济发展水平 城镇经济发展水平是城镇综合实力的表现。经济发展水平不但可以反映地价水平,而且可以直接影响地价。经济发展的快速发展将会拉动商业、金融业的快速发展,致使地价上升。一般来说,地价的变化趋势往往受到经济发展的影响。总体上说,经济发展水平高城镇的地价水平往往较高。例如,位于沿海的经济快速发展城镇的地价比中部城镇高2~3倍,比西部城镇高5~6倍。

2.4 城镇基础设施建设 城镇基础设施包括教育设施、医疗服务设施、环境绿化、防灾等系统设施,直接为生产和生活服务,是城镇经济发展、土地开发不可缺少的物质基础。城镇基础设施的完善程度和配套设施水平反映了国家对土地的投入强度。基础设施越完备,则城镇经济的运转效率越高,投入土地资本的收益也相应提高,由此产生的级差地租Ⅱ促进了地价的快速上升,由于各个城镇对基础设施的投入差异,致使城镇间基础设施的完善程度不同,从而导致城镇间土地价格分布的差异。

2.5 其他因素 土地价格是土地收益的综合。除上述因素

外,地价还受到政府土地管理政策法规、政府行为、市场供需、房地产开发商行为等因素影响。在我国城镇土地使用制度改革过程中颁布实施的一系列相关政策法规,对城镇土地价格有着直接的影响。为了保障国民经济的良好运行,政府会通过土地供给来宏观调控经济。而在这个过程土地价格必然会因为供给而出现变化。城镇房地产业的迅速发展为城镇的土地利用注入了巨大的市场活力。相应之下,房地产商也就会因为自身利益而影响城镇土地价格。

3 因子分值标准化处理及计算

为了使指标具有可比性,需要对原始值进行指标的标准化。对于城镇对外辐射能力、城镇人口规模、供水状况、供气状况、通讯、医院、学校、居民储蓄额、工农业总产值等因子,采取极大值标准化;对于区位条件因子,采用极值标准化。

3.1 极大值标准化

$$Y_{ij} = 100 \times a_{ij} / \text{Max} \{a_{ij}\} \quad (1)$$

式中, Y_{ij} 为 i 城镇的第 j 项因子标准化分值; a_{ij} 为 i 城镇的第 j 项因子的实际值; i 为城镇个数 ($i = 1, 2, 3, \dots$); j 为因子个数 ($j = 1, 2, 3, \dots$)。

3.2 极值标准化

$$Y_{ij} = 100 \times (a_{ij} - a_{\min}) / (a_{\max} - a_{\min}) \quad (2)$$

式中, Y_{ij} 为 i 城镇的第 j 项因子标准化分值; a_{ij} 为 i 城镇的第 j 项因子的实际值; $a_{\max}$ 为各城镇 a_{ij} 指标的最大值; $a_{\min}$ 为各城镇 a_{ij} 指标的最小值。

4 结语

影响城镇土地价格的因素较多,尤其是我国幅员辽阔,各地的经济发展水平、传统观念都有着巨大甚至是根本的差异。所以,估价人员应因地制宜地,尽可能地选取那些与当地土地价格相关性显著的因素进行估价。

参考文献

- [1] 鲁成树,吴次芳,白雪华.小城镇基准地价演变内在驱动因子分析——以温州市泰顺县为例[J].价格理论与实践,2003(2):50-51.
- [2] 华文,范黎,吴群,等.城市地价水平影响因素的相关分析——以江苏省为例[J].经济地理,2005,25(2):203-205,218.
- [3] 钱建平,周勇.基于 DSR 的城乡结合部土地价格影响因素体系的构建[J].地理与地理信息科学,2004,20(6):61-64.

(上接第 2044 页)

高标准、高质量、高品位地推向市场,增加国内外公众对甘肃乡村旅游的了解。建议将该省较有影响力的乡村旅游产品以甘肃省的名义推出品牌,扩大影响^[4]。同时要充分利用信息技术,构建旅游信息工程,积极应用网络技术开展网上营销和宣传,努力开拓客源市场。

4.5 优化乡村的旅游环境 乡村旅游的环境建设一定要“轻设施建设、重环境营造”,乡村旅游开发要先“低门槛”才能吸引更多的农民参加,形成规模化经营。进行乡村旅游开发时,要以“节约”为原则进行投资,但是同时要努力保持乡间原有的宁静、和谐的人地关系,把一些诸如猪舍牛棚、粪坑柴堆转入“地下”或迁出景区,不要把农居夜景搞的灯火辉煌,去除或掩去工业化、现代化建设,突现当地的自然美景^[5]。乡村旅游要营造出云屏绿树映红墙、花气袭人小院香、碧草阶前新叶茂、葡萄架下晚风凉的意境。

4.6 提升农民素质 发展乡村旅游不仅要着力于促进农民

增收致富,同时也要着眼于提高广大农民的素质。可通过各种形式的学习培训,提高当地农民素质,促进其转变思想观念、提升文明习惯、掌握经营技巧,增强竞争意识,并在政府主导下充分发挥其主体作用,把乡村旅游做活、做大、做强。

5 结语

甘肃省历史悠久、乡村旅游资源丰富且其乡村旅游发展具有很多优势,因此甘肃的乡村旅游发展前景广阔。甘肃乡村旅游应该注重保护乡村的自然生态环境,维护其乡土性和地方特色,走特色化、规范化、规模化和品牌化一体化的道路,实现乡村旅游产业化经营,最终实现乡村旅游业的可持续发展。

参考文献

- [1] 杜江,向萍.关于乡村旅游的可持续发展的思考[J].旅游学刊,1999(1):25-43.
- [2] 文军,唐代剑.乡村旅游开发研究[J].农村经济,2003(10):30-34.
- [3] 尹振华.开发我国乡村旅游的新思路[J].旅游学刊,2004(5):36-38.
- [4] 郑颖莉.浅谈乡村旅游业的发展[J].河套大学学报,2005(2):50-52.
- [5] 尹少华,邓德胜,文建林.乡村旅游及其发展对策的探讨[J].林业经济问题,2002,22(5):264-267.