赣闽粤边客家乡村旅游开发之现状与对策探析

○ 周晓雷

(江西师范大学历史文化与旅游学院,江西 南昌 330027)

[摘要] 中国旅游业的发展与客家乡村旅游自身的独特条件给客家乡村旅游的发展带来了机会。开发客家乡村旅游资源对赣闽粤边客家地区来说意义重大,但是,客家乡村旅游开发过程中存在着一些限制性因素,这势必限制其自身可持续旅游发展的进程。本文尝试在可持续旅游发展原则的指导下,对赣闽粤客家乡村旅游开发中的一些不利因素及其解决对策进行分析和总结。

[关键词] 客家;乡村旅游开发;限制性因素;可持续旅游发展

[中图分类号] F592.3 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-642X(2004)04-0071-06

一、赣闽粤客家乡村旅游发展的前景

所谓乡村旅游“是以农业文化景观、农村生存环境、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”。^[1]乡村旅游是在人类环境保护意识增强的时代背景下产生的,工业化、城市化在给人类带来丰富的物质享受的同时,也使城市失去了人类不可或缺的自然环境。于是,人类在迷惘、失落之中对自己原始家园的爱护与珍惜之情油然而生。保护生态成为人类的共识。乡村旅游正是在人类意识到人类环境的恶化将使人类失去栖息地之后,开始成为城市居民青睐与追求的方向,它切合了近几年兴起的“生态旅游”、“绿色旅游”以及“可持续发展”的巨大潮流,具有不可抵御的独特魅力。

自改革开放 20 多年来,随着中国旅游业的飞速发展,乡村旅游活动也以不可阻挡的趋势蓬勃兴起。据从 1994 年开始的国内旅游抽样调查资料显示,几年来城镇居民一日游和 2-3 日游的比例呈逐年上升态势。目前中国城镇居民利用周末和节假日短期出游已超过 55%,他们出游的主要目的就是到周边景区和乡村观光、娱乐、休闲。从 1992 年开始,中国国家旅游局组织策划主题旅游年活动,其中“95 中国民俗风情游”,“98 华夏城乡游”,“2004 中国百姓生活游”等很多主题旅游线路体现了中国乡村旅游的魅力。2004 年 1 月 13 日,国务院副总理吴仪在郑州召开全国旅游工作会议强调:旅游业发展要有新的思想,要围绕“五个统筹”抓发展,把发展旅游业与促进就业结合起来,创造更多的就业机会;与解决“三农”

问题结合起来,积极开发农村旅游资源,大力推进农业旅游。因此,可以肯定地说,中国乡村旅游具有广阔的发展前景。

而在这股旅游大潮中,赣闽粤边客家乡村旅游以其独特的自然与人文条件,必将大有可为。在世界上许多地方,现代化进程使许多古老文化消失殆尽,而赣闽粤边客家乡村至今仍是一方保存完好的人与自然和谐相处,充满神秘气息又朴素自然的清净世界,优美的自然环境,依山水而居的客家围居土楼村寨、多姿多彩的民俗节庆活动,清越高扬的客歌山歌,风味独特的客家饮食,质朴美观的工艺品与服饰等等,不仅是一道道美丽的风景,更是展示着客家人古朴的文化传统与生活方式。正是客家乡村自然与文化的多样性、独特性、高层次性与可融人性,使它成为一份不可替代的珍贵遗产,具有较高的文化、科学、观赏与休闲价值,它对于海内外人口数量庞大的客家群体和对客家文化感兴趣的非客家人来说,都是极具吸引力的旅游产品。而且发展客家乡村旅游对于丰富客家旅游的内涵,提升客家旅游的知名度,尤其是改善当地“三农”现状,推进当地农村经济现代化,都具有十分重要的意义。

二、赣闽粤边客家地区乡村旅游发展的现状

(一)客家乡村旅游目前开发的基本类型

乡村旅游的资源基础属于农业范畴,其开发中的投资情况直接受到国家扶贫政策的优惠,受到眼光独到的投资者的格外重视。随着社会假日的增多,加上客家地区的交通通讯日益便捷,独具魅力的客家乡村旅游开发

[收稿日期] 2004-04-26

[作者简介] 周晓雷(1974—),男,江西丰城人,江西师范大学历史文化与旅游学院 2002 级硕士研究生。

在形式上不断完善,逐渐呈现出产业的规模化与产品的多样化。但由于其独特的资源基础与发展条件的影响,客家乡村旅游的开发项目仍集中在以下几种基本类型:

(1)以绿色景观与田园风光为主题的观光休闲型乡村旅游。与都市生活的“灰色世界”相比,富有乡野情趣的客家“绿色之旅”能使游客放松身心,消除疲劳,陶冶情操。从医学角度来说,优美的自然景观与适宜的气候条件有利于恢复人体机能与提高环境适应力,尤其是景区乡村,如梅州阴那山的乡村环境,山清水秀、碧空万里的田园风光使游人留恋忘返,幽雅清静、舒适宜人的绿色空间,是人们返朴归真的最佳休闲选择。

(2)以观光采果和品尝美食为主题的劳动体验型乡村旅游。赣南乡村有许多以观果、摘果为主题的“动手果园”如:兴国广柑、信丰脐橙、赣南西瓜、南康柚子等声誉较高。还有以特产参观、品尝、购买为主题的工艺特产一条街,如:南安板鸭、赣州蜜饯、兴国薯食、龙南米粉、赣南小炒鱼等等都比较有名。闽西的客家美食最著名的是闽西八大干:包括长汀豆腐干、上杭萝卜干、连城地瓜干、永定菜干、武平猪胆干、宁化老鼠干、明溪肉脯干、清流笋干等,尤其是居八干之首的长汀豆腐干以制作精细、配料讲究、风味独特、味美可口而驰名中外。长汀有许多古朴美丽的村庄坐落在崇山峻岭之中,不论村庄大小,必有豆腐干和酒一起经营的小店,“千里莺啼绿映红,水村山郭酒旗风”。沽一碗米酒,买一块豆腐干,慢饮细嚼,这对于渴望逃避都市喧嚣寻觅纯朴乡情的游客具有无限的吸引力。

(3)以拓宽视野和增长见识为主题的考察观光型乡村旅游。集知识、考察、学习、娱乐于一体的高品位乡村旅游区,不仅是休闲游乐的场所,也是一个“三高”(高产、高质、高效)农业示范区和“三农”(农业、农村、农民)科普示范区。如广东梅州的清凉、阴那、三台诸山素有地方八大名茶之称,有诗云:“嘉应三月有春茶,只惜茶时不在家,何意今朝官阁里,一瓯新水浸云花。”改革开放后,当地客家人致力于山地农业综合开发大力发展“三高”茶园,建立优茶生产基地,2001年7月,广东英德市英红仙桥茶场更是斥巨资兴建高香型高科技生态茶园,连片开发,走生产经营与农业生态旅游观光之路。

(4)以民俗风情与传统文化为主题的民俗文化乡村旅游,俗话说:“一方水土养一方人”,独特的自然条件与悠久的历史形成的丰富多彩的客家风情民俗与民间文化,都是开发客家乡村旅游的无价之宝,如福建宁化的石壁村不仅有秀丽的田园风光,更是全球客家人“寻根祭祖”的祖居圣地,客家民俗文化的气氛十分浓厚,福建永定县利用该县湖坑乡洪坑村的土楼建筑群成功地开发出“民俗文化村”旅游区,每年吸引了数以万计的游客。赣南龙南县以客家围屋为主题的民俗乡村旅游也开展的有声有色。

(二)客家乡村旅游目前开发过程中存在的问题

随着中国旅游业的蓬勃发展,客家乡村旅游也必将有一个美好的发展前景,但这不可否认,客家乡村旅游目

前仍停留在初级阶段,其开发过程中存在不少问题,这些问题得不到合理的解决势必制约客家乡村旅游的进一步发展。主要表现如下:

(1)资源离散,整合力度不足,缺乏统一的布局规划,难于以形成规模。客家乡村景点众多,在地域上分布广而散,因此,在旅游产品的开发与旅游线路的编排上必须做出相应的规模性开发。但目前的游览活动依然只停留在散点的观赏上,如福建永定的土楼民居观光,游客只能或看振成楼,或看承启楼、或看环极楼,产品以单体出现,常常是游客奔波数百里,而在景点逗留数小时,观赏后意犹未尽,不能尽兴而归,既影响了产品的社会效益,也影响了产品的经济效益。

(2)交通、通讯、卫生等基础设施薄弱,影响客家乡村旅游的可进入性。

客家地区多山,经济又落后,通往一些乡村的道路状况差,道路两侧景观布局杂乱,游客一路颠倒,满身尘土到达目的地,早已失去兴趣。如:粤东大埔县除围龙屋,还有土楼,该县大东镇的土楼规模与历史影响与福建永定土楼不相上下,但因交通落后,其旅游开发效果却远不如后者。通讯设施不足,对外联系不便利。农家餐馆、旅舍不多,而且普遍存在设施简陋,清洁卫生条件较差,服务不规范的现象,无法满足旅游者体验农家生活的愿望,虽然一些客家乡村拥有优美的自然环境,深厚的文化内涵,但没有便利的交通与良好的服务设施,也很难充分实现其旅游价值。

(3)品牌经营意识淡薄、宣传促销力度弱。

闽粤赣边客家地区,区域广阔,乡村众多,自然与人文环境又大致相同,因此,铸造个性品牌极其重要。目前,除诸如永定湖坑、宁化石壁,龙南关西新围等少数地区之外,大多数乡村旅游开发的品牌意识淡薄,品牌经营、品牌塑造上还很粗放。一些乡村旅游发展存在急功近利现象,局限于“有多少钱办多少事”的开发思路,没有从长远角度来规划乡村旅游发展蓝图,缺乏高标准形象定位与策划,致使旅游开发没能形成客家乡村的鲜明个性与整体魅力。甚至有些地区对乡村旅游在没有认真了解的前提下,仅受部分成功者示范效应的影响就盲目作出开发决定;既不调查市场形势,又不分析自身条件,形成一哄而上的局面,粗制滥造。

宣传促销力度弱,有关客家乡村旅游的宣传信息鲜有所闻。据笔者了解,在客家人占其总人口近1/4的香港,宣传客家乡村旅游的画册不仅陈旧而且简单。只是随附当前客家文化研究与考察活动,才能了解到简单的宣传册与专业书籍。与江浙地区的水乡古镇旅游相比较,其与客家乡村旅游发展的理念相似,但发展速度与水平却远远快于和高于客家乡村。其重要原因之一是它们在宣传促销方面主动意识强,立意精巧,取得显著成效。它们利用各种宣传促销手段,如建立旅游宣传网站,拍摄电视、电影作品,制作销售精美画册,著名歌星演员拍摄MTV,举办各种文化艺术节和其他大型活动等,不断延伸和开拓市场。相比之下,诸多客家乡村旅游经营者的

宣传促销意识还留在较低层次,依赖朋友关系,过于迷信“回头客”和口碑传播。宣传促销手段较为原始,仍以发传单、名片和宣传册等为主要方式,而且局限在本人较为熟悉的人际范围内。主动宣传和参加集体促销的意识不强,很少举行大型宣传促销活动,许多现代化信息传播手段未能很好利用,这很难适应旅游市场竞争日趋激烈的新形势。

(4)资源利用低效,旅游产品尤其是文化旅游产品开发深度不足,主题不明朗。

乡村旅游品必须依靠于区域自然与人文景观,具有鲜明的地域与文化特色。但目前客家地区的乡村旅游资源大多数由当地农民经营,而农民的思维特征是重实用性、重模仿,所以,体现在农家田园的结构,农产品的生产,屋内陈设、菜肴品种、娱乐项目等都较趋同,缺乏个性化色彩。笔者在广东梅州丙村镇参观围龙屋村寨时,处处见到这种现象。而且观光旅游仍是其主要旅游产品,游客在导游人员带领下,在田头地角看看或林中溪畔转转,或村内房前走马观花地看了一圈了事。产品类型单一,能让游客参与的项目开发不多,包括节庆民俗活动、务农、品尝、投宿等,没有贴近客家乡民的生活,影响了旅游产品的吸引力与游客的重游率。而且由于产品存在雷同性,各乡村之间不敢联合,各自为政的现象突出,没有乡村间旅游线路,各地为保障自身利益去争夺客源,内部分割市场现象日益凸显,无法做大“客家乡村旅游”这块蛋糕,许多地方陷入开发越多,而收入越少的怪圈。

越来越多的客家乡村旅游开发者认识到乡村旅游的经济效益与内在文化品味成正比,只有注重客家乡村文化内涵的挖掘,才可能提高客家乡村旅游的附加值。但由于乡村文化与城市文化价值观的分歧,导致了文化理解上的偏差,客家乡村人因为世代的生存环境,导致自己有些“不识庐山真面目,只缘身在此山中。”只停留在“生存”角度来理解客家乡村文化,而无法着眼于城市的“审美”角度。因此,在开发过程中重文化载体,轻文化内核,重有形文化,轻无形文化的现象比较突出。常常搞一些一般性的消遣活动,如麻将、扑克、卡拉OK、钓鱼、骑马、摘果或看看老房子、逛逛老巷子。而独特的客家传统民俗、科技、美食、文艺等文化资源则展现不充分。有些地方虽有婚嫁迎娶、走古事、舞龙、花灯等民俗活动的开发,但一般是出于商业目的,缺乏节庆意义,场面过于单薄,更多是流于表演,缺乏应有的客家民俗文化氛围,未能成为有影响力的特色项目。特别是以客家文化为主题,对旅游的六大要素“吃、住、行、游、购、娱”的整合开发严重不足,那种让游客吃客家饭菜、学唱客家山歌、学卷客家土烟、徒步看客家围屋、夜宿客家土楼、购买客家土产品的连套活动鲜有出现,无法让游客受到一份浓郁的客家文化氛围,深化体验,满足其奇求特,求参与旅游感觉。

(5)经营管理水平低,旅游文化环境缺乏整体性与艺术性,不能从审美化的角度立体地展示客家乡村文化旅游的魅力。

作为大众旅游的客家乡村旅游,其旅游者并不都是

历史学者,文化学者,也不是都期望以旅游来“研究”客家文化这部恢弘的文化长卷,大部分游客只是想满足好奇心,求知欲,并通过对现代生活有明显差异的生活来获得精神上的放松与愉悦。因此,在乡村旅游中展现客家文化的丰富内涵时,还必须依据资源本身的文化类型进行产品组合,使整个线路切合旅游者的审美习惯和场景活动特点,用典型、形象、通俗、有趣的形式去展现文化,这样才会有吸引力。而目前客家乡村旅游的经营管理水平还很低,文化环境还存在很多问题,缺乏整体性与艺术性,主要表现在以下几方面:

一是许多乡村旅游开发项目缺乏旅游管理专业人才,甚至一些项目开发者也不具备必要的旅游专业知识。

二是各乡村卫生状况,普遍较差,垃圾蚊蝇遍地。

三是景点户外广告,旅游标识、景点平面说明、旅游解说标牌等软件建设粗糙,与客家乡村优美的环境不协调,影响景区的档次与文化品味。

四是对居民拆迁改建房屋管理不到位,造成改建新的民居与环境不和谐,如朴素的土楼群中时有夹杂钢筋混凝土的现代洋房则大煞风景。

五是对一些景区村落居民经商现象缺乏有效管理,商业摊点过多,古民居变成商店,影响游客的文化体验。

六是缺乏必要的游客管理,“某某到此一游”的字样刻得到处都是,俗不可耐。

七是一线服务人员如售票员、古民居接待户、工商户与导游人员的参与意识、服务意识、服务水平、文化修养、业务素质等方面还有待提高,没有经过必要的技术培训,特别是许多导游人员文化水平普遍不高,讲解时普通话不标准,自身对客家文化理解肤浅,经不起游客的追根溯源,不是牵强附会,就是照本宣科,语言生硬干瘪,使许多游客在“半梦半醒”之中索然无味地结束游览。

(6)乡村环境的保护与旅游开发关系不协调,影响资源的永续利用。

闽粤赣边客家地区,许多旅游资源丰富的乡村位于经济较为落后的偏僻山区。许多当地人为了经济利益,不顾及为子孙后代保留自然历史文化遗产。很多资源正承受自然与人为的双重损害,濒临湮没。如:笔者在梅州通往阴那山景区的路上看到,公路两旁小水泥厂与小煤窑林立,环境污染比较严重,乱伐树木造成山体植被破坏,乡村水溪上游水土流失,泥沙淤积严重。乡村居民为了生活便利,乱拆乱建现象严重,破坏了乡村整体环境风貌,一些已被列入文物保护单位范围的客家乡村居民建筑,虽免于被拆,但由于资金匮乏,年久失修、白蚁侵袭,加上破坏性使用,面临倒塌。

乡村旅游开发过程中也存在重开发、轻保护的倾向,一些旅游业发展初具规模的古村落,商业气息日益浓厚,古建筑前过多的商业摊位,冲淡了古村浓厚的历史文化氛围。居民在经济利益的驱动下,破墙开店,拆除古民居改建餐馆、旅店等现象严重。破坏古村落原有的建筑与环境,使古村落的原始性与完整性遭到一定程度的损害。客家村寨的旅游容量有限,大量的游客导致旅游垃圾增

多,尚不完善的环境保护设施无法及时有效处理这些垃圾,导致乡村环境污染加剧。同时,外来的不良观念对客家乡村的优良纯朴传统形成一定冲击,如强行向游客兜售土产品或工艺品,餐饮与住宿不仅质量低劣而服务态度恶劣,强索小费,哄抬物价、甚至敲诈勒索等,这些都会严重阻碍客家乡村旅游的健康发展。

三、赣闽粤边客家乡村旅游开发对策

中国旅游业的发展与客家乡村自身的优越条件给客家乡村旅游的发展带来了机会,当地政府与居民对此也逐渐寄予热情与希望;但要实现客家乡村旅游的健康可持续发展,就必须正视当前存在的不利因素,找到合理的途径,降低它们的限制作用。针对赣闽粤客家乡村旅游目前的发展现状,笔者对其提出如下开发对策:

(一)做好乡村旅游发展规划与项目论证,形成规划发展的保障体系

如前所述,一些客家乡村旅游发展项目存在急功近利,甚至一哄而上的盲目开发现象,没有从长远角度来规划乡村旅游发展蓝图,缺乏高标准的形象定位与策划。为了推动客家乡村旅游的可持续性发展,一定要做好乡村旅游发展规划与项目论证,并形成规划发展的保障体系,对于上级政府部门来说,首先要对刚起步的客家乡村旅游大力扶持,组织农业、规划、旅游、林业、科技、交通、文化等部门联合开展调研,对当地乡村的自然环境、人口、社会经济、社会结构、传统生活方式、建筑模式、基础设施、文化遗产等状况进行科学地调查统计,在调查统计的基础上,编制客家乡村旅游的发展规划与准入标准,进行宏观上的指导与调控。符合准入标准的应该是那些不与当地旅游发展规划相冲突,可进入性良好,具有一定开发价值与发展潜力及客源承载力的乡村;并且当地乡村社区居民对开展旅游活动有强烈的愿望与积极性,并制定了保护客家乡村文化遗产的切实措施,如梅州丙村镇温氏仁原祠村落。不符合标准的客家乡村不允许进行旅游开发,那些符合准入标准的乡村,也不能让其自行盲目开发,一定要请专家进行详细规划与项目论证,制定出具体项目的可行性研究报告,否则易造成建设性的破坏。只有高立意,高起点才能最大限度地保护与利用客家乡村旅游资源,突出自身特色,实现客家乡村旅游的可持续性发展。

(二)建立乡村旅游企业,进行布局规划合理的规模性开发

客家乡村旅游资源离散,在地域上分布广而散,如果让许多各自为政的乡村自行开发乡村旅游资源,势必缺乏统一的布局规划,难以形成规模,无法做大客家乡村旅游这块“蛋糕”,反而造成浪费资源的重复性建设。因此,政府要积极介入,在对客家乡村旅游产品进行开发时,不鼓励开发一个孤立的旅游村寨,而是开发有吸引力并且能够可持续发展的旅游村寨,并注意到该群落与周边的景观相匹配,构成一个有机的旅游系统,并在旅游线路上作出合理的编排。积极引进对开发与保护当地社区经济社会发展有利的投资,鼓励相关社区居民与旅游投资者

共同开发,建立积极合作关系,成立乡村旅游企业。从而有效地对乡村旅游资源进行规模开发与保护,加强基础设施建设与人力资源培训及经营管理。

(三)大力增强客家乡村地区的可进入性,完善交通、通讯、卫生、水电、住宿、饮食等乡村旅游基础配套设施

赣闽粤边客家乡村地区多为山地,经济较为落后,乡村旅游基础配套设施薄弱,这对客家乡村旅游的开发有很大的限制作用。“乡村旅游是一种满足精神需求的文化活动与审美活动;这种‘返回乡村’现象,其实质是一种更高层次的城市化生存趋向而绝非乡村人的自然生存。对于城市人来说,乡村只是他们消费与享受之地,而非生存的来源,只是用乡村的一部分自然与人文环境来代替与弥补城市生存的不足,这是城市生存的审美化,而非乡村生存”。^[2]所以,在客家乡村旅游的开发过程中,要十分注意客家乡村旅游目的地的交通建设、旅游环境、接待旅游设施的卫生标准,配套设施的完善与服务水平。虽然旅游者通过实物实地了解祖先的往昔历史与体验农家生活,但并不等于说不要开发,越原始固然越好,如果不注重旅游接待设施与乡村旅游环境的规划,又如何满足纷至沓来的城市旅游者的审美与卫生需求,又怎么去实现客家乡村旅游的可持续性发展呢?

(四)强化品牌经营意识,重视客家乡村旅游的市场营销

随着开发乡村旅游地区的逐渐增多,乡村旅游产品市场逐渐由买方市场转变为卖方市场。各个开展乡村旅游的地区,由于具有一定的替代性,因而相互之间也存在竞争,“酒香不怕巷子深”的日子已一去不复返了。目前开发客家乡村旅游的地区大部分存在市场营销不力情况,还停留在营销初级阶段,因此,必须加于重视。事实上开展市场营销方式有多种;首先,必须搞好客家乡村旅游市场调查,防止一哄而上的盲目开发,分割市场的现象。赣闽粤边客家地区毗连福建、广东、江西三省,因此,闽沿海地区,赣北、赣中平原地区、广东潮汕地区,珠江三角洲地区等城市密集、经济发达的地区是客家乡村旅游主要目标市场,中国的港澳台地区与海外东南亚地区的客家华人众多,他们又有寻根崇祖的传统,因此,这两个地区也是客家乡村旅游的重要市场。开发客家乡村旅游的各个地区应该根据自己的不同情况,有重点地在上述市场中加强宣传营销工作。其次,提倡几个优势互补,地域相近的乡村旅游开发地联合促销,强化旅游市场开发的区域合作关系。目前已有不同层次的区域合作形式正在形成,如:福建宁化县筹办闽粤赣三省交界的四市十县客家旅游推介会,赣州——梅州——龙岩构建“客家旅游金三角”闽赣十三个地市缔结旅游联合体等等(《摘自深圳新闻网》)。再次,利用各种现代宣传促销手段,如建立旅游宣传网站,拍摄电视电影作品或广告,制作销售精美画册,请著名演艺艺人拍摄 MTV,举办各种文化艺术节和其他重大旅游活动等,不断延伸和开拓市场。近年来梅州的梅花节、山歌节、元宵游灯节、赣州宋城节、永定土楼节都搞得有声有色,取得一些轰动效应,但限于此,还是

不够的。最后,与其他开发乡村旅游的地区,如江浙水乡、皖南古村等加强交流,借鉴一些成功的市场营销经验,招聘营销专门人才或送出培训,同旅行社建立业务关系等等,对加强客家乡村旅游的市场营销也是非常有用的。总之,通过良好的市场营销活动保持稳定的客源量,才能够保证客家乡村旅游的健康发展。

(五)充分高效地利用客家乡村旅游资源,丰富旅游产品,并深化旅游产品的开发层次,尤其是文化旅游产品,打造自身特色与独特性卖点

目前客家乡村旅游项目比较雷同单一,相应地造成游客停留时间短,乡村旅游收入少的问题。而事实上客家乡村旅游可以开展观赏、品尝、购物、务农、娱乐、疗养、度假修学,考察等许多种项目,各个客家乡村也可以根据自身的生态农业特色与地域文化特点,选择若干个较有特色的项目进行开发;例如,有些地方的土地气候与地形适合开发果园、农庄,有的则适合搞养殖,有的可发展渔业等,还有的应保持以菜园、羊栏、牛圈、水车、木桥、纺车、石磨等为特征的传统型村落形象。因此,就没有必要相互模仿而要依据自身地域环境与特点,坚持专业化的发展方向,并且要尽可能地形成规模,形成气候与景观效应。尤其是客家乡村民俗文化的展示,应该是本土已有悠久传统的民俗文化的再现与提炼,而不应该刻意地追求与模仿,这才是城市游客所渴望的客家乡村的原真与纯朴。城市文化与乡村文化的一个重大的差别是现代科学与传统习俗的对立,城市人崇尚科学与理性,敢于抛弃过时传统,因而客家乡村旅游开发过程中还要抛弃那些愚昧落后的文化,发扬那些体现客家人开拓进取、吃苦耐劳、健康向上、富有地方特色的传统文化,形成以地域乡土文化为核心的高品质旅游产品。切不可引人与该地传统文化不和谐的“异域文化”,如在古村落中修建星级宾馆,将有特色的传统客家民居拆迁整修成洋房,又如把一些传统客家乡村民俗活动与节日改头换面,人工雕饰,加入KTV、摇滚等现代化项目,这样必然会导致乡土气息的浓郁性与原真性受到破坏,甚至消失,从而也就从根本上破坏了客家乡村的特色旅游资源,断了自身的发展道路。

同时,客家乡村旅游产品的开发还必须注重观光与参与,动与静,知识性与趣味性的相结合。这样才能更好地突出自身主题,增强旅游吸引力,提高旅游产品的卖点。尤其是客家乡村民俗旅游,它不是“走马观花式”的旅游项目,而是以“入乡随俗”为追求目标,营造旨在使游客亲历与参与的文化生活空间,它必须融入各种民俗民事活动项目,使游客参与各类民俗活动,得到亲身体验,满足其好奇心,求知欲,通过追求与现代生活有明显差异的生活来获得精神上的快慰与愉悦。^[3]例如,在开展客家乡村土楼民居旅游时,可以在“新、奇、土、特、优”五个字上大做文章;“新”就是要卫生又清新,要求土楼景区在不破坏其原有特色的前提下有良好的内部环境,“奇”就是要把客家土楼在建筑学、历史、地理、军事、美学上的意义充分挖掘出来,揭开其神秘面纱,满足游客好奇心;使其

长知识,开眼界。“土”就是让游客能够夜宿土楼,亲身体历土楼家族一员之乐趣。“特”就是让游客品尝客家乡村土特产品与饮食,开展土楼之夜专题晚会,展示客家乡村民俗民情与地方文化与艺术,“优”就是向游客提供优质服务,展现客家乡村人热情好客的优秀品质,在“吃、住、行、游、购、娱”六大旅游环节上全方位满足游客“喜游乐购”与可尝、可品、可参与的文化愿望。

(六)努力培养乡村旅游管理人才,提高经营管理水平,全面提升客家乡村旅游的文化环境

新世纪的旅游行业竞争,无论在国际上还是在国内,都主要表现为人才的竞争。提升客家乡村旅游的文化环境乃至整个客家乡村旅游行业,最为关键的应是提高客家乡村旅游从业人员的素质,进一步提高客家乡村旅游行业的管理与运行水平及竞争能力。因此,当地政府与乡村旅游开发者应尽快制定与实施客家乡村旅游从业人员及社区居民的系统培训计划,尤其是要解决客家乡村旅游高级应用人才紧缺及后备来源不足的问题。培训内容应包括:日常经营管理规范、乡村卫生知识、服务质量、市场营销、文化遗产的保护、配套设施的建设及维护等。建立乡村旅游导游队伍,进行客家乡村历史与文化等方面的知识培训,提高他们的文化遗产保护意识,规范导游语言。帮助客家乡村艺人与熟知客家乡村历史文化的人对其乡村历史文化进行研究与整理,并鼓励他们年轻一代进行相关历史文化的传授。提升客家乡村旅游的文化环境,还必须结合其现状,摸索出有针对性的管理模式,如强化卫生管理、严禁影响当地文化氛围的配套设施的粗制滥造,杜绝乱拆、乱建、乱设摊点的现象,严厉打击黑社、黑导、黑车、黑店,对表演的节目及手工艺品要由主管部门进行质量审查和资格认证,严格防范对当地社区风气或文化遗产的不健康或破坏性行为,导致“功利主义的动机使接待地的文化精粹成了商品,”甚至沦为“机场艺术”^{[4](P156)}等等,从而建立起正确的产业观念。营造安全、文明、优质、有序的客家乡村旅游文化环境。

(七)加强对客家乡村环境的保护、协调保护与旅游开发之间的关系,走生态旅游与文化旅游相结合的乡村旅游之路,保证客家乡村旅游资源的永续利用

目前,部分客家乡村地区在乡村旅游开发过程中,存在重开发,轻保护的倾向,大兴土木,城市化、商业化、人工化痕迹日益明显。许多客家乡村的自然与历史文化旅游资源正承受着自然与人为的双重损害,逐渐丧失了对城市居民的旅游吸引力。其实中国传统的“天人合一”的哲学思想给我们提出了一个深刻的道理,“只有贴近自然的才是永久属于人类的”。生态旅游与文化旅游正是这一传统思想在旅游业发展方向上的体现,生态因素、文化因素是乡村旅游得以兴起的根基,同时,乡村旅游也是保护原始生态环境与传统文化的最佳方式。工业革命给人类带来丰富物质享受的同时,也使城市失去人类不可缺少的自然环境,信息革命在使世界经济飞速发展进入一体化时,致使世界城市趋于文化一体的现象。乡村旅游正是人类意识到环境恶化将使人类失去栖息地,文化一

体化是人类最大悲剧后,成为都市人青睐、追求的新方向。

在客家乡村旅游中,城市游客追求的是自然生态景观与原生的乡土文化,是与城市的差异性而不是城市的翻版。因此,客家乡村旅游的开发者应形成这样一种观念,自然的生态环境与传统的人文环境是客家乡村地区宝贵的旅游资源,是客家乡村旅游持续发展的基础;客家乡村旅游必须走生态旅游与文化旅游结合之路,营造良好的自然生态环境,挖掘客家乡村文化中丰富的养分,才能兴旺持久。因此,客家乡村旅游开发的重点是设施组合与景点优化,尽量少大规模地搞实体再建设,避免乱拆、乱建造成对生态与文化的破坏现象;提倡并推广游客与村民共同生活的氛围,以家庭旅馆为主要接待方式。开发者还应注意对相关村寨与社区进行保护与开发协调的规划,确定村民参与旅游的方式与程度,并明确自己承担的任务,制定旅游发展战略及相关措施。在提供客家乡村旅游信息时,必须尊重当地居民的信仰与文化传统,防止外来文化对当地文化遗产的破坏。

在处理旅游开发与旅游资源保护的关系过程中,政府应发挥应有的主导作用。旅游业具有综合性产业的特点,关联带动作用特别明显,其综合开发与保护很难由企业直接运作,在发展过程中也须得到各个方面的大力支持与配合,客家乡村旅游要持续发展必须坚持政府主导型的发展方针,加大对客家乡村旅游资源开发与保护的监管。目前,国家旅游局已颁布了旅游规划单位的资格认定制度,在一定程度上限制“乱规瞎划”所导致的资源破坏严重的后果。但是各级行政区划乃至开发投资主体间的无序竞争尚不能有效根除。近年来,客家地区也掀起了一个旅游规划“热潮”不仅是市、县有规划,乡、镇乃至有的村、组都做规划。而且“各村有各村的高招”,不是抢他们的生意,就是把他们也挤垮,最后是大家都别活!

由此导致的重复建设,低水平的开发造成了大量珍贵旅游资源的破坏与丧失。因此,首先应该对客家乡村旅游资源的规划开发实行国家级或省级审批与监管,鼓励区与区之间的协作,杜绝简单化的资源利用程式所导致的雷同与模仿,注重优势互补,开发特色,避免盲目竞争。其次,考虑到客家乡村旅游活动每年持续很长时间,需要深入研究和探讨,以保证资源可持续利用为出发点的经济方法在当地和整个区域的使用效果;环境和文化易受破坏的地区,无论现在还是将来,在技术合作与资金援助方面都给予优先考虑;循序渐进地开发,保持适度的期望,本着“保护第一,开发第二”的原则,采取示范性方式,取得一定成功经验之后再逐步推广,以实现可持续性旅游发展。再次,保护客家乡村旅游环境必须建立在旅游主体自身文化素养的高水准上。游人不文明行为是造成旅游区环境污染与生态破坏的另一个不可忽视的原因,所以,应加强对游人的环保宣传教育,提高其环境意识,规范其文明行为,采取有效的制度措施并用环保法律手段进行环境管理。最后,在处理好旅游开发与保护的关系中,客家乡村旅游社会支持系统的构建极为重要。应鼓励旅游目的地加大社区旅游环境的投资力度,迅速普及科学合理健康及可持续的旅游观,加强生态与文化旅游教育,从根本改变社区管理和服务人员知识结构,同时应加强客家乡村旅游社会条件支持系统的配套工作,诸如政策,立法,制度建设,社会保障,人才培养,观念更新,理论研究等等。

总之,乡村旅游是赣闽粤客家地区的一道多彩的旅游亮点,充分利用其资源与市场优势,并合理地开发与保护它,将会使异地游客永远眷恋着这份上苍赐予他们的自然与文化的厚礼,而客家村民也必将借乡村旅游走上充满希望的致富与文明之路。

[参考文献]

- [1] 明庆忠等. 论乡村旅游的概念与类型[J]. 旅游科学, 2001, (3).
 [2] 黄洁. 从“乡土情结”角度谈乡村旅游开发[J]. 思想战线, 2003, (5).
 [3] 周建新. 客家民俗旅游资源的开发[J]. 嘉应大学学报, 2003, (1).
 [4] 张国洪. 中国文化旅游—理论·战略·实践[M]. 天津:南开大学出版社, 2001.

责任编辑:陈火祥

An Analysis of the Realities and Strategies of Developing Hakka Rural Tourism in the Jointed Region of Gan Min Yue

ZHOU Xiao-lei

(Historical Culture and Tourism School, Jiangxi Normal University, Nanchang 330027, China)

Abstract: With the development of the rural tourism in china and the characteristics of Hakka rural tourism, Hakka rural tourism get an opportunity to develop quickly. It is significant for Hakka region in the jointed region of Gan Min Yue to develop rural tourism, but there are some restrictive factors in the development of Hakka rural tourism. These unfavorable factors will certainly restrict the sustainable development of the Hakka rural tourism in the jointed region of Gan Min Yue. In the paper the author tries to summarize and analyze these factors and some strategies that are used for dealing with these factors under the guidance of the principle of sustainable tourism development.

Key words: Hakka; rural tourism; development; restrictive factors; sustainable tourism development