

doi: 10. 3969/j. issn. 1674-8131. 2010. 01. 012

# 基于农民市场的乡村旅游开发策略<sup>\*</sup>

曹 扬

(重庆工商大学 旅游与国土资源学院, 重庆 400067)

**摘 要:**近年来,乡村旅游发展迅速,但都是围绕城镇居民做文章,农民的需求并未受到足够的关注。而农民市场的潜力巨大,农民也具有体验乡村旅游的动机,加上农村交通条件的改善和配套设施的逐渐完备,为乡村旅游开发农民市场提供了条件。应提高认识、转变观念、加大宣传,扩大乡村旅游在农村的影响;要开发符合农村居民需求的产品,如以观摩考察为主导的乡村旅游产品和具有农村题材的影视旅游产品;要构建完善的交流平台,促成各方的共同参与共赢。

**关键词:**乡村旅游;农民市场;旅游产品;乡村旅游企业

**中图分类号:** F590.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 1674-8131(2010)01-0074-05

## Rural Tourism Development Strategy based on Peasant Market

CAO Yang

(School of Tourism and Land Resources, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

**Abstract:** In recent years, rural tourism develops rapidly, however, all rural tourism is to aim for urban residents and neglects the demand of peasants. Peasants have huge market potential and have the motive to experience rural tourism. The improvement of rural transportation condition and the perfection of its matched facilities provide the condition for developing peasant market of rural tourism. We should raise the cognition, change the ideas, enlarge propaganda and enlarge the influence of rural tourism on countryside. We should develop the products fitting for the demand of rural residents such as rural tourism products based on emulation and inspection and video tourism products of rural subject matters, should construct perfected communication platform and should promote mutual participation and double win.

**Key words:** rural tourism; peasant market; tourism product; rural tourism enterprise

### 一、引言

近年来,国内旅游业蓬勃发展,以乡村生活、乡村民俗和田园风光为特色的乡村旅游也发展迅速,学术界对乡村旅游的研究也从来没有停止过。但是不难发现,国内几乎所有的乡村旅游场所,都

是围绕城镇居民来做文章,农民的需求未得到足够的重视,即使是在乡村旅游开展得比较好的地方,也没有真正考虑如何满足当地和周边地区农民旅游的需求。同样,有关乡村旅游的学术研究也多以城镇居民为主体。笔者认为,国内旅游行

\* 收稿日期:2009-11-05;修回日期:2009-11-28

基金项目:教育部人文社会科学研究一般项目(06JD790010)“发展乡村旅游与促进社会主义新农村建设研究”

重庆市软科学研究项目(CSTC,2006EB9067)“乡村旅游发展与促进新农村建设的措施与对策研究”

作者简介:曹扬(1972—),女,重庆南川人;副教授,硕士,在重庆工商大学旅游与国土资源学院任教,主要从事旅游经济与管理研究。

业、学术界都已步入一个误区,诚然,城镇居民市场确实是乡村旅游的基础市场,但是,农民旅游市场同样不可小觑,毕竟我国还是一个农业大国,有着八亿多的农民,其潜在旅游购买能力相当庞大。因此,在乡村旅游开发过程中,应结合统筹发展、建立和谐社会的要求,关注农民的旅游需求。因此,以农民市场为研究对象,分析以农民为市场的乡村旅游开发的可行性,提出针对农民市场的乡村旅游开发策略,无疑为乡村旅游的创新开发开辟了一条新的道路。

## 二、基于农民市场的乡村旅游开发可行性分析

### 1. 农民市场的潜力巨大

随着新农村建设进程加快和农民可支配收入的增长,农民旅游市场处于快速上升阶段。据统计,农村居民旅游人数比例从2000年的56%增长到2007年的62%,达到10亿人次,增长率超过城镇;农村居民旅游消费占国内旅游收入的29%,占旅游总收入的20%,增长率与城镇相当。<sup>[1]</sup>在这一趋势下,高度关注以农民为主体的旅游市场,将农村居民作为未来旅游市场的主要拓展空间,已成为旅游业界的共识。在乡村旅游开发过程中,在满足城镇居民需求的同时,将农村居民的需求考虑进去,有利于进一步拓展乡村旅游市场,实现乡村旅游的纵深可持续发展。

### 2. 农民具有体验乡村旅游的动机

动机是主体行为的驱动力,所以,农民体验乡村旅游动机的有无将直接关系到农民是否会参加乡村旅游,乡村旅游景点是否会对农民产生吸引力。从农民的特点及其居住环境来看,感受农村的乡土气息、体验“吃农家饭、住农家屋”等传统乡村旅游产品不是农民前往乡村旅游地的主要目的,而交流经验、寻求致富之路、感受富裕农村地区农民的生活方式应被看做是农民体验乡村旅游的主要动机。除此之外,丰富文化生活、参与周边乡村旅游点的娱乐活动、观光游览、探亲访友及亲身体验具有农村题材的影视剧中的农村旅游目的地等也是吸引农民参与乡村旅游的因素。如福建的一些乡村,农民到水果之乡旅游,在旅游的同时,学习种植果树的技术,“芦柑游”、“蜜柚游”等乡村旅游产品等成了农民旅游的新选择。

### 3. 农村交通条件的改善和配套设施的完备为乡村旅游开发农民市场提供了条件

长期以来,广大农村地区交通工具、路况条件较差,交通站点少,“进不去,出不来”的现象较为严重,交通问题成为制约农村居民外出旅游的一个重要因素。随着我国经济发展和基础设施建设步伐的加快,农村的交通问题逐渐得到解决,不断改善的交通条件为农民出游提供了方便。

同时,近年来,国家对农村实行的一系列调整农业结构、加快农业机械化进程、农村城镇化建设等配套改革措施,提高了农村居民经济收入,减轻了农民的劳动强度及劳动时间,为农民外出旅游提供了经济和时间的保障。另外,农村电话通讯的发展,也增加了农民旅游的积极性。

农民一旦有了外出旅游的愿望,就会根据各自出游的动机,结合自己的旅游需求,在旅游目的地、旅游产品、旅游方式等方面作出选择,这也必然包括对乡村旅游目的地、乡村旅游产品的选择。从这点看,以农民为市场的乡村旅游开发是可行的。

### 4. 乡村旅游的快速发展使农民市场的开发成为可能

当前,我国进入了大众化旅游阶段,广大乡村成为旅游新热点。目前,乡村旅游已成为我国旅游业的重要组成部分,据测算,2008年全国乡村旅游接待游客超过3.85亿人次,乡村旅游收入也达到573亿元;农民直接就业达到495万人,间接就业、季节性就业达到1840万人。<sup>[2]</sup>

随着乡村旅游业的发展,各乡村旅游地的专业水平不断提高,在生产经营、管理水平、服务质量、服务水平、营销策划等方面的综合能力不断增强,旅游软硬件也趋于成熟,这些都为乡村旅游发展中农民市场的开发提供了强有力的保障。而网络的发展,也将促进针对农民市场的乡村旅游产品的销售,激发农民旅游消费的潜力。

## 三、基于农民市场的乡村旅游开发策略

### 1. 提高认识,转变观念

虽然,中国的乡村旅游经过了20多年的发展历程,但是在很多人的脑海里,还是会有这么一种意识:乡村旅游是为城市居民服务的,不包含农村居民。这种意识不只是存在于很多旅游者当中,很多的乡村旅游企业也存在着这种意识,导致目前乡村

旅游发展中对农民市场的重视不够。

为使乡村旅游发展更上一个台阶,转变观念,提高认识是关键。主要应从以下几个方面去努力:第一,各级政府部门要加强市场引导,提高对农村居民旅游市场开发的认识,使农民旅游市场的开发成为促进乡村旅游持续发展的新方向。第二,乡村旅游企业要改变以前忽视农民旅游需求的做法,正确认识农村居民旅游市场的地位,把农村居民旅游市场的开发当作壮大产业规模、营造品牌的一条有效途径,积极引导农村居民改变消费观念,开发有针对性的乡村旅游产品,强化农村居民参与乡村旅游的意识。第三,转变乡村旅游只是针对城镇居民的理念,重视农村居民的旅游需求,将乡村出游市场——农村居民市场纳入乡村旅游发展的范畴。事实上,2009年7月,国家旅游局网上公布的《全国乡村旅游发展纲要》(征求意见稿)中已经有此提法。

## 2 开发符合农村居民需求的产品

以往的乡村旅游产品,如乡村观光系列、乡村生活体验游系列、乡村度假游系列等,大都是面对城市居民开发的旅游产品。这些产品对农村居民而言,不具有吸引力。针对农村居民的乡村旅游产品应围绕农村居民体验乡村旅游的动机,体现地域性、先进性,要以观摩考察学习旅游产品开发为主导,以专项旅游产品建设为支撑,突出行、游、购三要素,形成一批适应农村居民消费心理和消费需求的乡村旅游产品。具体而言,当前可面向农村居民推出的乡村旅游产品主要有两大类:

### (1)以观摩考察为主导的乡村旅游产品

农民旅游的一个突出特点是考察与旅游相结合,目的性比较强。除了游览秀丽山川外,还想通过旅游,看一看发达地区、沿海省份的农民是如何科学致富的,学习新农村建设的经验。同时,因受全球金融危机的影响,有些地方,如重庆、四川等的当地返乡农民工,很多不会再外出打工,而选择在家乡创业,其中一部分人有外出考察学习的需要。由于乡村旅游的地域范围主要在农村地区,观摩考察类的旅游产品的开发设计会更容易,也更有价值。因此,开发多种形式的以观摩考察为主的旅游产品既符合农村居民的需求,又能体现乡村旅游的特点。

第一,开发设计乡村旅游线路产品。在乡村旅

游产品中,有的是现成的,如乡村旅游景观设计式样、农家乐经营、农业园区等,是伴随着乡村旅游开发的日渐成熟而形成的,无需专门针对农民设计。对这类产品,乡村旅游目的地要做的就是将乡村旅游产品与考察市场的内容结合起来,面向农民市场,由旅行社来设计开发一些以样板农村游、新农村学习游、农家乐考察游等为内容的乡村旅游线路产品。可针对社会主义新农村建设时期,全国各地涌现的一大批新农村建设典型,如华西村、滕头村等,设计考察学习旅游专线;针对农家乐经营户可推出优秀农家乐考察旅游专线等。

目前,有些旅行社已经意识到农民市场的潜力,开始组织参观考察旅游。如山西原平市神州旅行社所接待的游客中,农民占到60%至70%,近年来,该旅行社组织了多批农民游客到山东寿光参观蔬菜大棚,到河南南街村学习新农村建设,到江苏无锡考察农贸市场流通以及学习无锡郊区的大棚瓜菜种植技术。

第二,有针对性地开发以农业节庆旅游、科技旅游等为代表的乡村旅游目的地产品。随着全国乡村旅游的广泛开展,有些乡村旅游发展较成熟的地方已经意识到了这类产品对市场的吸引力,在很多地方已经发展得非常好,各种类型的采摘、生态游很火红,但这主要也是针对城镇居民的。而真正面向农民市场,考虑农民需求和意愿的具体做法还远未到位,因而其对农民需求的刺激仍处于浅层次。对这类产品的开发,就应针对农民希望从科普旅游和农业科技游中学到的东西,考虑他们对提升、对致富的渴求。

对此,乡村旅游目的地政府可选择几个特色农业发展比较好的地方,通过推出农业科技园、农业博物馆等项目,以挖掘其中的文化内涵和科技内涵为目的,对一些特色农作物的种植、加工过程等进行科学、合理的包装、整合,不断利用农业节庆活动这个载体,将农业科学技术的展示学习、农产品的观赏采摘及购买、农业节庆的娱乐、集贸市场的物资交流等多种功能很好的组合起来,发挥旅游和学习生产的双重功能。这样既能满足农村居民的近程出游愿望,又可促进乡村经济的快速发展。

如苏北铜山县农民近年来兴起的学习、取经和生产经营与传统旅游结合的农业观摩旅游方式,很受当地农民的欢迎。又如贵州省道真自治县一些

农民到省内外高效农业科技园区及水果基地开展的科技旅游,让他们受益匪浅。

### (2)具有农村题材的影视旅游产品

这里所指的影视旅游主要是拍摄影视作品的外景地。事实证明,大量影视作品的热播带旺了拍摄地的旅游人气,吸引了更多的观众到影片拍摄地观光游览。如果说众多热门影视剧覆盖到全社会大众,那么具有农村题材的影视作品覆盖的受众范围更偏向农村居民,更受农村居民的欢迎,该类影视剧中的生活场景、剧中人物的生活方式,农村居民更加熟悉,更容易产生共鸣,进而更会产生前往观光游览的欲望。再加上,农村题材的影视剧的外景地主要在农村,以此为契机,在本地发展乡村旅游,必然会对农村居民有较大的吸引力。如东北农村题材电视剧《乡村爱情 1》的热播,拍摄地象牙山风景区招揽了众多游客,风景区的所在地松山乡也成了旅游景点。又如西南农村题材电视剧《绝处逢生》反映了贵州乌蒙山区群众如何使被联合国称为“不适宜人类居住”的石山村变为今日山清水秀的生态村,如何使昔日贫穷落后的“光棍村”变为今日幸福和谐的小康村,该影视剧拍摄地的村庄也成为吸引农民前往的旅游目的地。

### 3. 加大宣传力度,扩大乡村旅游在农村的影响

目前,农民的出游地点多集中在国内热门知名的大中城市,且大部分通过亲友介绍,有意识地自发组织前往乡村目的地的农村居民更是少之又少。究其原因,在于农村居民对乡村旅游地了解不够,存在乡村旅游只是城镇居民的“专利”等诸多认识误区。要想改变这一现状,必须在乡村旅游开发过程中,注重对农民宣传的手段和方式。

首先,要突出重点地区。针对农民对乡村旅游产品的需求特点,笔者认为,在宣传促销时,可以突出以下重点地区:一些有丰富乡村旅游资源的贫困边远地区;乡村环境非常好,但仍处于“养在深闺人未识”状态的地区;农民有致富的欲望,却不知从何做起的地区。第二,要选择适当的方式。可采用电视、广播、互联网、报纸、义务咨询、散发传单资料、杂志以及建筑墙体广告等方式。根据不同地区的农村居民,可以选择不同的宣传方式,比如互联网的宣传方式对于富裕地区的农民而言是可行的,而对贫困地区的农民来说就达不到效果。如北京延

庆县各乡镇与社区中国网签订协议,在社区中国网“社区农庄”版块刊登延庆乡村旅游特色资源,展示各农家独特的游乐项目和服务以及周边游览景点等的宣传方式,就是合适的,在吸引北京市民前往的同时,也为周边农民的参观考察搭建了良好的平台。第三,要结合农民的特点,加强与农民面对面的交流。旅行社和乡村旅游中介组织可以派专门人员深入农村,宣传乡村旅游,现场为农民答疑解惑,解除农民参与乡村旅游的后顾之忧。第四,要注重口碑宣传效应。在农民旅游期间,一定要做好各项接待工作,保证农民的旅游服务质量,这样,农民兄弟旅游回去之后,就会向他的亲戚朋友宣传,就会形成一个良好的口碑宣传效应。

### 4. 注重各方的共同参与,构建完善的交流平台

在乡村旅游开发过程中,要想充分开发农民市场的潜力,单靠农民或乡村旅游企业某一方的力量是很难实现的,需要各方的共同参与和紧密的配合,以实现“多赢”。

第一,政府应当在引导农民、组织农民参与乡村旅游中发挥积极作用。可以通过打造公共平台,在为农民提供及时且感兴趣的乡村旅游资讯的同时,为农民、乡村旅游目的地、乡村旅游中介组织以及旅行社之间的交流提供方便;也可以先期组织部分富裕农民、专业户以寻求致富之路为目的外出旅游,起示范作用,进而掀起参与乡村旅游的热潮。

目前,有些地方,尤其是东部沿海地区,政府在引导农民参与乡村旅游方面发挥了作用,有一些好的做法值得借鉴。如江苏新沂市为了解决农民外出参观学习难的问题,各镇政府抽调车辆或包车,免费组织农民外出参观学习。近几年,先后有10多个镇2000多名农民乘坐政府的“科技大篷车”,远到山东寿光、苍山和浙江等地,在学习大棚蔬菜、水产养殖经验的同时,也参与了旅游,为乡村旅游目的地的旅游发展作出了贡献。又如湖北秭归县归州镇人民政府也曾组织六辆面的小车送养猪大户及村干部40余人到兴山县峡口镇去“旅游”,向当地的养猪专业户学习养猪经验。

第二,乡村旅游企业作为农民市场的开发主体,加强与各方的合作是成功开发这一市场的关键。目前,乡村旅游有很多种类型,其中景区边缘型乡村旅游是依托名胜古迹、名山大川,众多乡村

旅游企业完全可以与旅游景区合作,将乡村旅游产品与景区产品捆绑销售,让农民在观光游览风景名胜的同时,也参与到乡村旅游活动中来。也可与旅行社合作,共同设计农民旅游线路,将乡村旅游景点纳入旅行社针对农民市场的推荐线路之一,这不失为向农民推广乡村旅游产品的有效途径。也可与农民所在地区的相关机构“联姻”,双方通过座谈、研讨会、组织考察活动等各种形式的交流,消除误区,为输送客源和提供良好的旅游服务创造条件。也可利用在农村建立的流动旅游服务站,使乡村旅游产品深入人心。

第三,各类旅行社的参与也是不可缺少的环节。旅行社作为联系旅游供应商和旅游者的中介体,在农民选择乡村旅游产品、乡村旅游地销售旅游产品方面发挥着重要的作用。旅行社可通过在农村设立的门店或代理销售网销售乡村旅游产品,或者与当地的邮政代办点、村委会、农村团体、乡村文化服务站、老年人协会、妇联等相关机构合作,为农民提供专项旅游服务。另外,目前自发形成于乡野的“草根旅行社”,因其贴近农民出游的个性需求,农民对他们提供的信息更容易接受。充分发挥这类旅行社的作用,调动他们的积极性,有利于加强农民对乡村旅游的认识,促使农民产生购买乡村旅游产品的欲望。

总之,随着乡村旅游的高速发展,在给人类社会带来经济效益的同时,乡村旅游的竞争也愈演愈

烈,乡村旅游渴望注入新的血液,农民市场的开发给乡村旅游的发展带来了福音。只是目前国内对基于农民旅游市场的乡村旅游开发基本上还处于空白阶段,要想让这个构想变成现实,还需要许多人的不懈努力,既要引导农民参加乡村旅游,体验乡村旅游的乐趣和魅力,也要做好各方面的接待工作,保证农民的旅游质量,让他们觉得物有所值。

#### 参考文献:

- [1] 戴斌,等. 2008年中国旅游经济运行分析与 2009年发展预测 [M]. 中国旅游出版社, 2009: 9-10.
- [2] 国家旅游局. 全国乡村旅游发展纲要(2009—2015年)(征求意见稿) [EB/OL]. 中国旅游网, (2009-07). www.cnta.gov.cn
- [3] 张广瑞,等. 中国旅游发展分析与预测 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2007: 123-127.
- [4] 李金荣,金晓彤. 浅谈小康社会与农村旅游市场的开发 [J]. 行政与法, 2007(1): 44-46
- [5] 陈乃哲,刘聪,余洪源. 抓住历史机遇 促进乡村旅游 [J]. 重庆工学院学报(社会科学版), 2009(5): 74-76
- [6] 王兵. 从中外乡村旅游的现状对比看我国乡村旅游的未来 [J]. 旅游学刊, 2005(3): 23-27.
- [7] 王莹,徐东亚,王元浩. 农民旅游特征及旅行社市场开发对策研究 [J]. 农村经济, 2008(10): 54-57.

(编辑:南 北;校对:杨 睿)

(上接第 60页)

- [22] 徐辉,张大伟. 中国实施流域生态系统管理面临的机遇和挑战 [J]. 中国人口资源与环境, 2007, 17(5): 148-152
- [23] 蔡庆华,唐涛,刘建康. 河流生态学研究中的几个热点问题 [J]. 应用生态学报, 2003, 14(9): 1573-1577.
- [24] 罗跃初,周忠轩,邓红兵,等. 流域生态系统健康评价方法 [J]. 生态学报, 2003, 23(8).
- [25] 徐中民,张志强,龙爱华,等. 环境选择模型在生态系统管理中的应用——以黑河流域额济纳旗为例 [J]. 地理学报, 2003, 58(3): 398-405.
- [26] 唐涛,渠晓东,蔡庆华,等. 河流生态系统管理研究——以香溪河为例. 长江流域资源与环境 [J], 2004, 13(6): 594-598
- [27] 牛叔文,曾明明,刘正广,等. 黄河上游玛曲生态系统服务价值的估算和生态环境管理的政策设计 [J]. 中国人口资源与环境, 2006, 16(6): 79-84.
- [28] 燕乃玲,赵秀华. 长江源区生态系统完整性测量与评价 [J]. 生态学杂志, 2007, 26(5): 723-727.
- [29] 文传浩,彭昱. 珠江上游少数民族县域生态环境变迁及其安全预警研究 [J]. 贵州民族研究, 2008(1).
- [30] 文传浩,铁燕,张丹. 农业面源污染环境效应及其对新农村建设耦合影响分析 [J]. 贵州社会科学, 2008(4).

(编辑:南 北;校对:杨 睿)