

我国乡村旅游发展的前景展望

□ 刘年艳

目前,乡村旅游的经营已经由以农户为主体,逐步转向家庭农场、农户、合作社、农业企业、旅游企业多主体经营转变。全国各地从各自的优势出发,发展乡村旅游产业,有依托农业优势产业资源的,有立足多样性的自然生态资源的,有结合乡村历史文化资源开发的等等,我国乡村旅游资源的多样性为发展多样性的特色旅游产业创造了极佳条件。乡村旅游产品是功能化的。由于市场需求的千差万别,与多样化的旅游资源相结合,全国的乡村旅游产品呈现多元化特征。

明确未来发展方向

是农业,更是旅游产业。在处理传统农业与发展乡村旅游关系上,必须明确:农业产业是乡村旅游发展的基础;作为乡村旅游的农业是传统农业产业的转型升级;用“创意”农业,推动传统农业向旅游农业功能化转型;创意农业改变公共资源配置与农产品运营方式。

要强化“精品”生产,更应坚持市场导向。在乡村旅游发展的过程中,“精品”的打造有两种主导的形

式,一种是生产导向型的“精品”打造,生产者从自身发展出发组织生产,体现的是为生产而生产的产品制造行为;另外一种叫作市场导向的“精品”生产,以旅游市场的需求为依据,从市场的角度出发组织生产,“精品”为市场服务。一个区域性的乡村旅游服务综合体,首先必须明确服务区域与范围,确定具体的乡村旅游综合服务对象。以对象需求为导向做好产品创新与制造。将需求分析变成产品供给,以产品的推广来实现为服务对象的服务。

要重视跟进模仿,更应抓好自主创新。第一,做好战略定位。要做好区域乡村旅游发展的战略定位,首先明确服务的市场、人群与区域。第二,在特色上做文章。第三,“景观”与“文化”相结合,“游览”与“体验”相配套。这是旅游产品研发的基本要求。

要强化“做精做强”,更应强化产业集群创新。首先,“做精做强”是区域乡村旅游的基础与支撑。“精、强”产业是吸引旅客,提供旅游服务的主体,保有区域特色的基石。其次,产业集群创新是满足游客多样化需求的产业依托。对一个区域乡村旅游市场

来说,有不同的人群市场,有全国性的区域市场,有季节性的消费市场。市场的多元化是产业集群创新的市场原动力。再次,跳出传统旅游产业观,创新乡村创意旅游产业观。

要突出产业发展,更要注重文化传承创新。第一,把握文化传承的主要方面。一是创建区域乡村旅游服务品牌。在区域定位中提炼文化,以区域品牌展现文化内核。二是塑造区域旅游发展的“灵魂”。提炼区域发展



的文化内涵。三是配置文化资源。围绕区域乡村旅游的文化特点,配置起配套的综合性的旅游文化资源是塑造区域特色,提升文化感召力的有力措施。第二,以产业创新推动文化创新。充分体现文化精神,展现文化风采,挖掘乡村文化内涵,让文化元素充分展示在开发乡村特色旅游产品中。第三,引进外来文化,推动文化融合。通过与外来文化的嫁接,推动与本土文化的融合,是促进区域本土文化的创新与发展的有效措施。

以区域优势引领乡村旅游发展

打造“精品”。提炼核心元素,塑造发展“灵魂”,就是区域发展有别于其他区域发展的独一无二可持续发展的元素。创新“精品”化乡村旅游产品。要求旅游产品形式、产品载体、产品运营要展现精品特点。按照“自然和谐、艺术美感、文化传承”三大基本要求,满足“好奇心、美感体验、自由快乐心灵寻找”三大心灵需求,搞好产业、产品的顶端计划。

“创意”引领。树立创意观。首先,

重新认识农业,特别是研究农业作为旅游资源的农业如何打造。其次,重新认识乡村旅游。乡村旅游是有别于传统旅游的新型旅游。其基本特点是“创意乡村+综合旅游服务”。第三,正确把握乡村旅游的发展规律,创立乡村旅游独有的发展观念。

把握乡村旅游形态特点。首先,是以涉“农”为资源基础,通过人们的创意活动,进行传统涉“农”资源的转换,实现乡村旅游产业化。其次,乡村旅游的市场呈现精神体验与文化消费相结合的消费特征。精神体验与文化消费带动相关产业的集群创新。第三,是区域形态的综合性旅游集群。

在多层面上展现创意成果。首先,打造“三位一体”品牌体系。其次,传统资源旅游化创新。一是要依据旅游产业发展的需要,进行资源转换;二是要适应乡村旅游产业发展的创新要求进行公共资源的配置。第三,创意旅游产品。要挖掘人的心灵深处的内存渴求,将潜在心灵渴求,转变成旅游服务,通过产品的创意活动,来实现旅游服务,从而推动乡村旅游产

业的大发展。第四,在服务中体现创意。在乡村旅游中,让精致服务无处不在,让贴身服务无微不至,让客户服务有求必应,让服务惊喜不断浮现。

高端化配置公共资源。高端化资源配置必须坚持“精品化”发展方向。体现高端、独特与引领三大特征,强化“艺术美感、文化传承、自然生态”三大基本要求。从人的活动的基本需要出发,推进配套设施功能提升;从人的好奇、成功体验、健康需要出发,推进综合性的公共资源建设。

强化综合支撑能力提升。第一,现代服务支撑。一是要强化区域品牌的影响力及市场的实现能力;二是要提升培育起新的产业增长点的能力,加快适应新市场;三是要发挥主导产业引领与转型升级能力;四是要提升政策支持及政府支撑能力;五是促进生产与经营性元素的组合成本最低化能力。第二,产业集群支撑。首先,打造主导产业。发挥主导产业的引领与聚焦作用。其次,创新周延产业。周延产业是新型产业,一方面,周延产业的发展,促进产业集群发展,同时,为主导产业的壮大创造条件。第三,建立产业转型机制。主要是依据市场的变化重新定位服务对象,分析对象需求,进行资源的重新分配。第四,构建全域乡村旅游支撑体系。以支撑体系的创建促进集群能力的提升。

创建现代乡村旅游交易市场

首先,坚持两个面向。面向乡村旅游产区,与乡镇、县域、企业相结合,研究问题,把握需求;面向乡村旅游产业服务的消费区,与旅游公司、消费者相结合,推荐产品,引导消费。实现全球市场与全国市场的结合。

其次,创新市场功能。乡村旅游

胡学军(摄)



市场的创新应该围绕以下方面来展开：乡村旅游产品展示推介、产销对接与互动、产品的顶端设计服务咨询、政策咨询等等。建成全球乡村旅游产品展示平台。形成全球旅游产业采购、行业信息发布与研究平台、政策咨询相结合的平台体系。

第三，做好市场培育。市场培育的重点在于有效组织乡村旅游产区经营主体与销区的旅游公司及消费者，实现“产销对接”。通过创建会议交流平台，通过举办应用推介与订货会，终端产品市场与技术应用发布会，传播与引领产业发展，培育区域性的产业市场。

第四，做好传播与引领。首先，创新服务产品。依据市场服务对象的不同，设立服务项目，创建产业协会联盟，与网上推广平台相结合，全方位的推广服务产品。其次，通过服务产品的推广，推动产地与销地市场的一体化。

第五，市场体验与市场运营相结合。构建“网上订单与网下体验”相结合模式，打造产业运营与用户体验一体化的市场平台，推进网上+网下市场的一体化运营。展现产品的功能特征及前景。创建全球市场与本地区域相结合的市场体系，使之成为国际采取的平台，信息发布的窗口。

以“对接”推动乡村旅游整体创新

实现三大对接。智力对接。一是行业引导。对行业来说，需要研究行业热点问题，设定年度主题，以论坛形式传播智力成果，引领行业发展，做好智力对接。二是行业咨询规划服务。重点是针对具体的乡村旅游产业发展与企业运营，提供有针对性，可操作的智力服务也就是发展的解决方

案。资本对接。第一，以乡村旅游产业发展中的项目开发的资本供求合作为基础；第二，以互为对方的需求方式来组织服务产品；第三，实现资本对接与产品设计、政策沟通、其他经营元素的配套及市场运营一体化。第四，构建政府机构与项目单位对话机制，做好政策对接。市场对接。需要重点解决三大难题：第一，消费组织。一是代理商的组织，另一个是消费者的组织。第二，旅游资源及其产品的组织。第三，创新对接有效形式。

创建对接形式。首先，会议对接。要创建以“全国乡村旅游产业创新大会”为主要形式的对接平台。立足国内，面向全球合作。其次，现代市场对接。由PC+移动，体验+预订，活动+推广，展示+销售多形式组成的市场为平台，为市场的供求双方提供对接服务。第三，个性化对接服务。坚持市场导向。面向产业发展需求，把握产业发展的问题。与区域、企业、乡村发展相结合，提供有针对性对接服务。

以服务创新促进产业发展

建立协会搭台、企业运营、政府支持、社会参与的机制。首先，协会要搭好台。要搭好台，必须研究乡村旅游行业发展面临的共性问题，体现“全球性、引领性、创新性”。其次，坚持企业运营。以市场机制为基础，做好企业相互合作。第三，政府要支持。政府的支持重点是要体现公共产品的投资与政策环境的优化等方面。

推出与组织实施“三百示范工程”。创建“三百”结合机制。与100个乡村旅游示范县发展相结合，打造“创意乡村—全域旅游示范县”。与100个示范特色乡村相结合，创建“创意乡村—乡村旅游综合服务体示范区”。

与100个特色乡村旅游龙头企业示范点，创建“创意乡村—特色休闲旅游产业基地”。创新服务内容。坚持问题与需求导向，研究服务对象的实际需求，提供综合性服务。提供发展的资本对接服务，强化市场运营指导与产品销售服务。

创新服务方式。服务产品供给推广，启动需求市场。将服务的项目进行服务产品化包装，采取多样化方式推荐给“三百示范工程”的主体对象。以服务产品的推广，启动对象需求。需求引导供给，提供具体服务。搭建对接平台，重点做好资本化对接服务，产品市场化对接服务，政策沟通与经营环境优化服务，市场运营对接服务。帮助一个区域从设计、到生产要素供需对接、到产品研发、到市场运营，提供全方面的运营服务。

创建“北、上、广乡村旅游市场”。首先，选在北、上、广创建乡村旅游市场。依据不同市场的特点，推荐产品，组织消费者。在此基础上，以各旅游社为依托，组织经营市场。使乡村旅游产业发展建立在市场需求的基础上。

乡村旅游组织起来。首先，组织优势资源及旅游产品供应商。其次，组织旅游产品承销商。再次，要将消费者组织起来。对乡村旅游消费者的组织，需要从消费者的共性需求中找到消费热点，以共性消费热点，组织旅游产品的供给。对消费者的组织，需要从消费者立场来发掘需求热点。要做好市场运营，必须创新推广主题。

创建现代传播平台。做好市场运营，还要创建旅游传播平台及网络商务平台。推进电子商务网站，移动平台，会议及媒体传播体系创建。☘

（作者单位：农业部农研中心）