

河南乡村旅游可持续发展中的问题与对策

文 / 孙艳红

80年代中期,河南借鉴国内外乡村旅游发展的经验,开发并形成了一些有影响的乡村旅游区,但是,与国内其他大城市郊区的乡村旅游发展相似,河南的乡村旅游也呈现明显的初级化特征。笔者在实地考察的基础上,解剖河南乡村旅游发展中存在的问题,并提出了发展策略的管窥之见,以期为我国乡村旅游档次提供借鉴。

一、河南乡村旅游的发展优势分析

1、农业资源丰富,民俗风情多姿多彩

河南省地处北亚热带和暖温带,地形大致分为山地、丘陵、平原(含盆地)三大类型。复杂的地形条件、明显的过渡性气候,黄河、淮河、海河、长江四大江河水系的流经,使全省形成了各具特色的农业生态类型及景观区域组合。动植物资源丰富多样,盛产苹果、梨、桃、枣、葡萄、樱桃等多种温带水果和各种蔬菜及花卉,形成了各种生产示范基地。河南农业文化不仅地域特色明显,风格各异,而且乡土气息浓厚,民俗风情多姿多彩。这些异彩纷呈的文化习俗,对城市旅游者有着强烈的吸引力。

2、乡村旅游客源市场空间广阔

乡村旅游具有邻近城市,回归自然,交通便利,费用较低等特点,已成为城镇居民周末和节假日休闲度假的首选项目。据从1994年开始的国内旅游调查资料显示:近年来城镇居民一日游和2-3日游的比例呈上升趋势。目前,我国城镇居民利用周末和节假日短期出游已超过55%,他们出游的目的是到周边景区和乡村观光休闲。近年来河南经济发展保持了高于全国水平的增长速度。2004年

集团经济研究 2005·11 下半月刊(总第186期)

末,河南省全省总人口9717万人。生产总值8815.09亿元,人均生产总值9071.82元。高于全国平均水平,在全国排在第19位。

乡村旅游的客源目标市场在城市。河南省有大中城市15个,2004年河南省城镇人口2809万人,占总人口的28.9%;全年城镇居民人均可支配收入7704.9元,城镇居民人均消费支出5294.2元。[2]由此可见,河南省的大中城市已具备良好的出游条件。这为以城市居民为主要服务对象的乡村旅游提供了巨大的客源市场。

3、区位优势明显,陆空交通便利

河南省位于中国中东部,连南贯北、承东启西,是中国内陆交通运输的重要枢纽。全省铁路通车里程3428公里,京广、陇海、京九等铁路干线纵横交错,从中国江苏连云港至荷兰鹿特丹港的亚欧大陆桥横穿全省。公路四通八达,通车里程达5.5万公里,实现了乡乡通公路。北京至珠海、连云港至霍尔果斯高速公路,河南境内段已修通600公里。河南现有飞行航线46条,郑州、洛阳、南阳3个机场每周有400多个航班往返北京、上海、广州、西安等40多个城市。每周有航班直飞香港、澳门,经澳门可直达台北。经济的发展、私家车数量的增加及四通八达的公共交通,为人们进行乡村旅游提供了便利条件。

二、河南乡村旅游开发存在的问题

1、缺乏整体规划控制

许多乡村旅游区缺乏总体规划,尤其是“农家乐”的发展盲目性很大,一哄而上、修路造房、重复建设、低层次开发、环境破坏现象严重。不仅造成资源、财力、人力、物力的巨大

浪费,而且由于没有进行统一规划,乡村旅游景区地域上分布较广,组织线路的难度较大,乡村旅游与传统旅游景点之间也缺乏有机联系,共生性差,从而降低了对游客的吸引力。

2、基础设施及环境建设不尽完善 设施设备的不完善导致了客源的可进入性、安全、供水、农家卫生等方面的问题。有些“农家乐”缺少必要的消防设施,一定区域范围内缺少必要的医疗点和医疗设施,游客多用水量时,自来水龙头的数量明显不够。厨房、厕所的卫生条件与预期标准相差甚远。村里对苍蝇、蚊子、老鼠等缺乏有效的控制。甚至有些就餐地点靠近猪圈,给游客心里上造成不好的影响。

3、产品系列化、深度化不够

目前河南乡村旅游产品单一,深度开发不够。主要以农家乐和小景点休闲为主,乡村旅游产品普遍缺乏文化内涵,产品项目的设计和开发缺乏文化品位,许多乡村旅游活动只是“吃农家饭、干农家活、住农家房”,缺乏创新设计和深度加。在发掘当地的民俗风情、提高活动的娱乐性和游客的参与性等深层次开发方面还做得不够,难以让游客感受和体验乡村旅游地的形象,影响了产品的吸引力和游客的重游率。

4、旅游销售不成体系

农户的自我销售意识不强,在宣传方面过多依赖村上的委员会。而村上的销售方式陈旧无新意,难以引起人们特别留意。没有形成一套属于自己的预定和销售系统,没有横向和纵向的网络体系,与当地或周边大城市的旅行社联系不密切,没有形成整体营销。

三、河南乡村旅游发展对策

1、政府主导,科学规划和管理

国内外大量事实表明,在开发中地方政府主导其开发速度快,投资效益高。鉴于河南乡村旅游开发中自发性、松散性的现状,地方政府在开发时首先进行市场调研,充分考虑客源市场、发展潜力、环境的承载力等因素,科学规划,因地制宜,合理布局,以保证乡村旅游的持续发展。乡村旅游管理上可以借鉴贵州平坝县的“天龙模式”——政府+公司+农民旅游协会+旅行社。具体作法是:政府负责规划和基础设施建设,优化发展环境;公司负责经营管理和商业运作,避免村民直接与钱打交道;农民旅游协会负责组织村民地方戏表演、导游、工艺品制作、提供住宿餐饮等,并负责维护和修缮各自的传统民居,协调公司与农民的利益;旅行社负责开拓市场,组织客源。这一模式的特点是发挥各家所长,利益合理分享,避免了农民从事旅游业可能造成的过度商业化,从而最大限度地保持了当地文化的真实性。

2、提升乡村旅游产品的文化品位

深层次、多方位的将我国数千年的传统文化、宗教理念、社会组织形式和家庭关系、古朴典雅的乡村建筑、浓厚文化底蕴的乡村节庆、农作方式、生活习惯、趣闻传说等文化内涵挖掘出来,开发设计适销对路的产品,提高市场竞争力。具体思路如下:(1)与教育开发相结合。把“农家乐”与修学旅游、周末短期游相结合,具有良好生态环境的村落还可开发为“农村社会实践基地”、“生态环境示范基地”。让城市学生来农家乐上户外课,与课本结合,加强实感。(2)增加科技含量。随着科学技术的飞速发展,现代信息技术、生物技术、仿生仿真技术在农业中的应用,创造出千姿百态的乡村旅游产品,营造出千奇百怪的农业自然景观。如利用现代技术对农业的自然

之谜、极端现象、农业史上有较大影响的自然灾害进行模拟演示,增加乡村旅游的科技含量。(3)加强食文化的开发利用。开发地方风味小吃,挖掘特色饮食文化。如“饮食与文人”、“饮食与健康”、“饮食与文化”等都可以进行开发。

3、产品开发采取差异化战略

在全国乡村旅游产品雷同,市场竞争激烈的态势下,实施“产品差异化”战略迫在眉睫。乡村旅游开发必须紧紧围绕满足城市居民回归自然、返朴归真的主题需求,开发中要尽量保持原貌,产品要带有浓郁的乡土气息,不能盲目地模仿其他类型旅游产品的开发模式,坚决避免开发中商业化、城市化倾向。(1)增加寻幽探险和健身内容。乡村旅游也具有参与、竞争、时尚、现代、个别的和快节奏的需求特征。定向越野、生存游戏、漂流、冲浪、空中滑翔、帆船运动、喷汽船等冒险旅游和体育旅游等成为追求个性和时尚的青少年感兴趣的旅游方式。河南的丘陵、山地、河流和湖泊为这类活动的开展提供了条件。(2)推出各项专题旅游。例如,开发假日农业生产地。推出“城市上班族,假日做农夫”;“市民小菜(果)园”等专题旅游。用农家乐周围的农田做假日农业生产基地,租给市民,平常代为管理,假期供他们耕种,体验生活。开发怀旧市场。利用知青情结,吸引知青故地重游。推出“旅游上山下乡”、“银发族绿的邀请”、“做农家饭(磨豆花、烧柴灶等)”、“教你编织和使用农具”等专题旅游,提供游客参与和体验农业生产和农村生活的机会,延长其停留时间。

4、加强旅游基础设施的建设和改造

加大资金投入,重点加强道路、通讯、水电等基础设施改建的力度。在食宿设施建设上,要注意旅游环境和接待设施的卫生标准。乡村旅游经

营者在食宿设施建设上要重视厨房、餐具、卧室、浴室、厕所、水池及公共娱乐场所的卫生标准,并定期进行杀菌消毒处理。但同时应该注意乡村旅游设施的档次不能走高低两极端,既不能一味追求高档次,也不能过分地追求所谓的“原汁原味”;既不能忽视了舒适也不能不符合卫生的要求,更不能低质量、低品位,否则它就失去了乡村旅游的味道。

5、创新销售方式,形成整体营销

(1)常规宣传创新意。有针对性的大量发传单、小册子、图册,定期把资料发到各大单位;在交通要道上增加宣传图画;制作宣传片。与旅行社建立良好合作关系。唱响河南独有的豫剧并派艺术团到外地演出推出自我形象;加强售后服务,建立顾客档案,在特殊节日发卡片邀请;采用淡季降价方针并对重游访客赠送礼品等方法。

(2)省内区域联合,整体营销。以农户为基本生产单位的方式很难适应农业和农业旅游日益发展的社会化、知识化、规模化、甚至网络化的需求。因此,要尽快建立省内区域旅游网络体系,形成整体规划,统一筹划,联合促销。

(3)市场调研与市场定位。目前市场层次分明,市民对应的是低档产品,部门活动对应的是中档产品,企业对应的是高档产品。经营者要根据不同层次的需求对产品进行定位,开展有目的促销活动。

(4)农村旅游产品入网。旅游电子商务代表了今后旅游活动的发展方向。收集一定资料,制作农村旅游网站,并设立网上预定系统,以促进河南农村旅游的进一步发展【本文为河南省社会科学规划项目《全面建设小康社会与河南农村旅游发展战略研究》(2004FJJ026)阶段成果之一。作者系河南科技大学经济与管理学院旅游管理研究所所长,副教授】

集团经济研究 2005·11 下半月刊(总第 186 期)