

“旅游思想汇”开栏语：全新改版后的《旅游研究》将增设“旅游思想汇”栏目，邀请国内著名旅游专家学者担任栏目主持人，聚焦旅游热点和难点问题，汇百家之言，展现新的思想、观点、理念，为旅游研究起到抛砖引玉的作用。

2016年《旅游研究》“旅游思想汇”栏目将围绕旅游融合发展的主题，分别探讨旅游发展与乡村建设的融合发展、旅游与城镇建设融合发展、旅游发展与文化传承保护、露营地与自驾游发展、文化产业与旅游融合发展和旅游与对外开放六个方面的问题。我们很荣幸地邀请到湖北大学马勇教授、云南财经大学明庆忠教授、中山大学保继刚教授、北京大学吴必虎教授、云南大学邓永进教授、中国旅游研究院戴斌教授六位专家分别作为六期选题的主持人。

旅游思想汇

——旅游与乡村建设的融合发展

主持人：马勇教授

【主持人语】美丽乡村是乡村旅游业的重要载体，乡村旅游是美丽乡村建设的重要途径，是旅游与美丽乡村建设的有效融合。本期“思想汇”，专家们分别从不同角度探讨乡村旅游融合发展话题。马波教授把中国乡村旅游的发展总结为需求推动、政策驱动和投资拉动三个动力转换阶段，并预测下一阶段乡村旅游的发展趋势。张玉均教授认为，乡村旅游会促进美丽乡村建设，乡村旅游与美丽乡村建设融合发展，要以不破坏村民生活为度，景观改造建设也应融入既有环境和村民日常生活与生产的综合体系之中。邓爱民教授基于精准扶贫的视角，考察融合过程中的正效应与困难性，从而梳理出乡村旅游与精准扶贫融合发展的对策。蒙睿副研究员认为，在城镇化和乡村“空心化”的双重作用下，要留住记录我们“乡愁”的乡村，就要留住村里的人、留住村貌和乡村记忆点、留住游客的心。同时，乡村旅游的可持续发展要兼顾好直接参与旅游、间接参与旅游和未参与旅游三个群体的利益，制定好利益分配机制。董观志教授认为，乡村旅游的盛行是因其安定祥和的生活样式，以一种抚慰心灵的自我救济机制在当代社会上传播开来，并被很多人上纲上线地赋予了特殊的文化价值和经济意义。因此，理论研究应回答：“旅游者需要什么样的乡村旅游”“我们怎样才能做好乡村旅游”等问题。我们认为，美丽乡村建设不是给外人看的，不是简单的“涂脂抹粉”。从规划、建设到管理、经营，自始至终都要坚持政府主导、科学规划，注重文化的挖掘和产品的打造，构建一条完整的旅游产业链，切实让村民成为美丽乡村建设的主体，共享美丽乡村建设和旅游融合发展的成果。

中国乡村旅游发展的动力 转换与前景展望

马 波，陈效萱

披检文献，中国乡村旅游研究同实践活动基本同步，起初热衷于资源分析和产品开发，接着扩展至市场开拓、服务管控和业态创新等方面。多数成果流于表面，呈现浓郁的功利色彩。笔者认为，中国的乡村旅游已基本走过了“长身体”的孩提时代，开始步入“开心智”的成熟时期，规模扩张和形式丰富自不待言，

“效率”与“公平”的统筹迫在眉睫。因此，研究者需要由表及里，对实践加以更好的解释与预判。这里以“动力转换”为焦点，旨在重新梳理中国乡村旅游发展背后的驱动力量，进而展望乡村旅游发展的前景。

一、中国乡村旅游发展的动力转换

迄今为止，中国乡村旅游发展大体上经历了需求推动、政策驱动和投资拉动三个动力转换阶段。

从20世纪80年代中期到2006年之间，中国的乡村旅游属于需求推动下的自然增长。无

论谁是真正的鼻祖,早期的乡村旅游,表现出两个特点:一是空间上率先在中国各大中心城市周围拉开序幕的空间特点。二是以“农家饭”和“采摘节”为代表的产品特点。1994年3月,中国试行了“隔周五天工作制”,1995年5月1日实行了“5天工作制”。这个制度调整并非专门针对乡村旅游,但大大释放了中国乡村旅游的市场潜力,促使乡村旅游逐渐进入大众消费的视野,并迅速向二、三线城市周边扩张,推动了乡村旅游产品景区化的步伐,同时也为后来的政策介入提供了强大的示范效应。

鉴于城乡二元结构的长期存在和农业的基础地位,中共中央长期重视“三农”问题。1982年至1986年和2004年以后,连续发布以农业、农村和农民为主题的中央一号文件。乡村旅游需求旺盛,发展势头强劲,经济功能日益凸显,自然引起中央政府的重视。2006年,为了贯彻落实“统筹城乡社会经济发展”的中央决策,国家旅游局发布《关于促进农村旅游发展的指导意见》,将乡村旅游定位为“以工促农,以城带乡”的重要途径;2007年,国家旅游局和农业部联合发布《关于大力推进全国乡村旅游发展的通知》,着力解决制约乡村旅游的基础设施、资金、技术等瓶颈问题,意味着乡村旅游在需求推动的基础上跃升进入政策驱动阶段。之后,国务院、国家旅游局、农业部等部门相继出台各种政策文件,推进乡村旅游发展的力度越来越大。

事实上,在需求推动阶段就有外部资本进入乡村旅游领域,但是因为存在高的制度门槛和机会成本,外部投资规模小,影响程度低,并未受到广泛关注。及至转入政策驱动阶段,一来有政府招商引资的鼓励 and 资金补贴,二来有乡村基础设施的全面改进,社会资本开始成规模进入乡村旅游市场。2008年全球金融危机爆发之后,国家实施扩张性产业政策,之后产能过剩问题日益严重,大量投资商急需寻找投资出口,而乡村旅游既有深厚的市场潜力,又有强大的政策保障和良好的舆论氛围,自然成为投资热土。同时,农村制度在不断优化。2013年中央一号文件提出,鼓励和支持承包土地向专业大户、家庭农场、农民合作社流转,

意在推动农业规模化、集约化、商品化生产经营。受此鼓励,各地积极尝试土地流转改革,大大降低了社会资本进入乡村旅游的制度壁垒,从而使中国乡村旅游发展进入投资拉动的新阶段。

当然,本文提出“需求推动—政策驱动—投资拉动”三阶段动力转换解释模型,只是在总体上剖析中国乡村旅游的历史进程。这三种动力是叠加在一起,而非分离的。在空间区域上,受当地资源条件、经济发展水平、区位条件等多因素的影响,不同地区的乡村旅游发展并不同步,但均有转向投资拉动的趋势。可以预见,在未来一段时间内,中国乡村旅游的投资拉动现象会进一步加强,因此,有必要提前分析它的影响与后果。

二、投资拉动可能导致乡村旅游失衡

投资拉动对乡村旅游发展的正面作用是显而易见的,不需在此赘言。需要提及的是,它可能导致乡村旅游的失衡,进而造成乡村发展的中断。

首先是供求关系的失衡。无论从理论角度还是实践角度看,追求投资拉动,极易发生产业“潮涌现象”,从而导致供过于求的总量矛盾,损害行业效益水平。尽管目前尚难判定中国乡村旅游在整体上是否出现了过剩,但局部的过剩是可观察到的,需要引起警惕。此外,投资拉动确实可以促使乡村旅游产品升级,但如果升级过快,则会导致供需结构矛盾,引发结构性过剩。有必要重申,“潮涌”理论并不否定“个体的理性投资”。相反,认为“对产业前景的正确预知并达成共识”是“潮涌现象”发生的缘起。“潮涌现象”发生可能对物价、就业、经济增长等宏观经济表现产生不良影响。

其次是主体间关系的失衡。在乡村旅游发展历程中,随着动力的转换,村民、游客、政府、开发商相继介入,利益主体呈现多元化。乡村旅游兴起的初期阶段,乡村居民顺应市场需求,以家庭为组织单位,以“农家乐”为经营模式,为城市居民提供产品和服务,简单、灵活而又真实。但村民在资金、技术、能力等方面受到限制,使其经营难成规模,因而有“小、散、乱”的特点。村集体经营或合作社

经营,一定程度上克服了规模和管理问题,却同时局限了乡村旅游的参与面和受益面,少数乡村“能人”更易获取资源和利益,导致乡村贫富的两极分化,甚至激化乡村内部矛盾。政府主导模式下,乡村旅游发展能够有效地全面布局,有高度、有力度、有速度,但面临着管理成本高和稳定性差的问题。及至引入开发商,进入投资拉动阶段,主体间的关系就由此前的乡村社区内部关系演化为内外关系加上更加复杂的内部关系。趋利是资本的天性,投资商的进入必然导致乡村旅游权力和利益的重新分配。在权利博弈中,通常情况下乡村居民处于劣势地位,于是就出现“鸠占鹊巢”的结局。如果制度设计跟不上,乡村精英通过与投资商共谋而寻租,普通村民则难公平享受乡村旅游发展的成果。无须讳言,现实中这样的案例已不少见。乡村居民是乡村文化的缔造者和乡村性的承载者,如果其主体地位得不到保证,乡村旅游也便失去了灵魂。

再次是乡村文化的失衡。在投资拉动阶段,乡村受到两方面力量的冲击:一是大量游客带来的城市文化的冲击;二是由投资商引致的商业文化的直接冲击。城市文化与乡村文化是一组具有对立特征的文化,这种对立并无好坏之分,却有强弱之别。文化强弱取决于文化区域的经济水平、教育水平、社会结构等,受二元结构的历史影响,乡村几乎在各个方面均处于弱势地位。当乡村旅游将两个文化群体纳入同一空间,强者必然对弱者造成一定的侵蚀和同化。如果说城市游客对乡村文化的扰动是渐进的、弹性的、柔和的,那么投资商承载的商业文化对乡村文化的冲击,则会因为“利益最大化法则”的存在而呈集中的、刚性的和猛烈的,甚至是破坏性的。在城市化过程中,任何乡村都难以摆脱现代化的影响。也就是说,乡村文化失衡并非仅由乡村旅游的发展而产生,但在乡村旅游的推进中,尤其是在资本主导的情况下,乡村文化的失真与失衡无疑更加迅速和全面。如果制度安排不当,村民失去主人翁地位,文化失衡的天平可能会更加倾斜。

三、中国乡村旅游发展的前景展望

基于上述对中国乡村旅游发展动力的转换

研究,结合中国城市化发展的宏观背景,可以对乡村旅游发展的前景做出如下三个方面的展望。

第一,部分乡村旅游地必将演化为城镇区域。乡村旅游的兴盛是城市化的一种特殊表现。城市化意味着在大空间尺度上城市比例的扩大和乡村范围的缩小,具体表现为原有城市的扩张和新城镇的兴起。一部分乡村旅游地必然要顺应这个潮流,最终演变成为城区(镇)。我们必须深知,部分乡村一定会消失在城市化的洪流之中。我们不仅不能一概反对,而且要有选择地鼓励一些乡村通过发展旅游成为城区或旅游小城镇,重要的是做好文化继承和创新的大文章,使这些新城区(镇)能够具有比传统城区(镇)更加宜居的气质。

第二,多数乡村旅游地要走保护性开发的路子。城市化不是消灭乡村,城市化的过程也是乡村价值不断提升的过程。乡村旅游发展的终极目的,不只是发展旅游,而是复兴乡村,实现城乡统筹协调发展,实现中国社会的和谐发展。乡村是人类文明的发源地,蕴藏着深厚的自然智慧和人文价值。近来逐渐升温的“乡愁”情结,正是一种印证。未来的乡村旅游,不仅承担着发挥乡村经济价值的功能,更要承担传承乡村文化多样性的职责,因而应当走保护性开发的路子。必须正视“文化悖论”的存在,适当限制商业行为,保证主客关系的协调,追求保护与发展的动态平衡。

第三,文化重塑是新常态下乡村旅游发展的关键技术。中国社会经济的发展业已进入新常态,中国的乡村旅游发展也应当进入新常态。在新常态下,乡村旅游需要尽快转向以“文化重塑”为核心的新动力阶段。文化重塑的问题包括如何在现代化、城市化的大背景下创新性地保护和利用乡村传统文化,如何加强村民的文化自觉与文化自信,如何“让居民望得见山,看得见水,记得住乡愁”,如何使旅游城镇化的路径具有文化上的可持续性,如何让乡村社区成为乡村旅游真正的主人翁,等等。这一系列问题亟须旅游各界回答。

(马波:青岛大学旅游学院院长、教授、博士生导师;陈效萱:青岛大学旅游学院硕士研究生)

美丽乡村建设与乡村旅游发展的关系

张玉钧, 李 露

乡村中优美的田园风光、浓厚的乡土文化和质朴的生活状态成为一种新的旅游资源,生活和工作的压力让人们渴望回归自然、重返乡村,引发了乡村旅游热。乡村旅游对保护乡村生态环境、推动乡村经济发展,以及挖掘地域特色文化等方面均具有极大的促进作用,也因此成为“美丽乡村”建设的关注点。美丽乡村既是美丽中国建设的基础和前提,也是推进生态文明和建设美丽乡村的新工程、新载体。建设美丽乡村以建设生态文明为前提,以打造农业强、农村美、农民富、城乡和谐发展的中国美丽乡村为目标。“人文美”“环境美”“产业美”“生活美”是美丽乡村建设的基本内涵。建设美丽乡村与开展乡村旅游两者是相辅相成、和谐共荣的。

一、乡村旅游促进美丽乡村建设

旅游活动实际上可视为一种相当程度上的文化活动。在旅游过程中,一定地域的风土人情等旅游资源对旅游者具有较大的吸引力。不断追求和体验不同地域风土特征的差异性,是旅游活动得以进行的原动力。乡村旅游的实质是城镇居民暂时离开城镇生活,以乡村为旅游目的地,体验乡村生活和乡土文化。乡村的传统文化资源,包括建筑、院落、街巷等物质文化资源和节事活动、饮食文化、民间故事、手工艺等非物质文化遗产,组成了乡村旅游的主要吸引物,能够满足游客出游求新、求异,追求不同文化体验的心理诉求。因此,开展乡村旅游有利于传承和强调特色乡土文化,并且能够发现和提炼被忽视的部分,达到“人文美”。

除了特色文化,乡村的自然生态环境和村内景观环境同样也吸引着广大城镇游客。旅游的适度开展可以提高村民的保护意识,保护生态环境,保持乡村区域大环境和村容村貌的整洁、卫生程度,并有一定的艺术美化效果。同时,由于增加了休闲服务功能,乡村需要提升基础设施建设和公共服务设施建设水平,城乡差距缩小,达到“环境美”。

基于乡村优势资源所开展的旅游产业将农业和休闲旅游业有机结合在一起,改变了固有的单一产业形式,形成了“一(产)+二

(产)+三(产)”的产业综合体。转化乡村资源为旅游资源,包括将原有的民居转化为农家乐、农副产品转化为特色旅游商品、传统节庆活动转化为游客参与体验旅游活动等,将资源优势转化为持续的产业优势,促进农村经济的可持续发展。在这个过程中,村民们获得了充足的就业机会,他们成为旅游产品的生产者和服务者,成功地完成了就地市民化的转变。不用离乡进城,在自己的乡村中就享受到了城镇化的文明成果,一定程度上解决了农村剩余劳动力的出路问题,减少或避免“空心村”现象的发生。这样,农村的传统种养业和手工业就有了生存基础,能够得到恢复和发展,并且保持好传统的生产和生活场景,“美丽乡村”建设就有了产业基础,达到“产业美”。

村民的收入水平得到了提高,相关的培训教育也使其综合素质得到提升,增长知识、开阔视野,达到“生活美”。至此,乡村旅游产业导向的选择和确定完成了对建设美丽乡村的促进作用。

二、美丽乡村通过旅游为游客带来美丽心情

美丽乡村之美体现在文化、产业和景观等多个方面,具有生态性、特色性和乡土性等特征。这些特征为乡村旅游创造了条件,为游客带来了美丽心情。

乡村的生态系统是自我完善、自然循环、生物相丰富的生态系统。在这个生态系统中,山、水、树、动物是环绕基质,田是重要板块,路是连接廊道,人是活动于各个成分中的活化因子。乡村的自然生态环境是城镇所不能比拟的,它强调天然、绿色和野趣的氛围,突出田园生态文化特色,为游客提供放松心情、释放压力的场所,带来“原生态”的旅游体验。不同乡村在不同地理环境、气候条件、文化信仰、社会组织形态、家庭结构条件下形成独特的景观,如具有特色的聚落空间结构、传统民居、历史建筑、耕作景观、民间活动等,是各乡村区别于城镇或其他乡村的鲜活名片。近些年,很多乡村所倡导和实行的“一村一品”就是发挥各村既有优势树立乡村特色形象和吸引力,从而吸引游客前往。

美丽乡村在建设中保留传统民居的建筑样式,大量使用当地材料;尊重并传承地域文化,加强对其的保护;通过对传统景观符号的提炼

和再现营造当地居民和游客都熟悉的环境和容易辨识的位置,使其头脑中出现“认知地图”,产生地方认同感和归属感。这些乡土性特征是美丽乡村特有的区域景观、风貌和文化特质,乡土性逐渐稀缺的趋势也将同时突显出其价值的珍贵,因此成为游客争相享受和体验的特色产品。

三、美丽乡村建设与乡村旅游融合发展

乡村旅游与美丽乡村建设融合发展,绝不意味着将旅游作为乡村发展的唯一目标,更不能将旅游产业的经济收益作为衡量乡村建设成功与否的标准。乡村的主人是村民,乡村是他们居住和生活的场所,旅游的开展要以不破坏村民生活为度,景观改造建设也应融入既有环境和村民日常生活与生产的综合体系之中。只有这样,“美丽乡村”建设方可回归到乡村真实的本原与地方性的生产和生活之中,从而带给乡村健康、持续的发展。

无论是对景观元素的改造还是新建都要采取最小介入的改造策略,与乡村原有的生态环境、文化氛围和历史传统相协调。改造后的建筑和庭院不能独树一帜、风格迥异。新旧景观在聚落形态、空间结构等方面应做到良好衔接。完成改造的乡村在景观品质与基础设施建设等方面有显著提升,但仍要保持本原的乡土本色。建筑材料以乡土材料为主,色彩、体量应在传统风格的基础上加以提升。对历史文化乡村的保护性设计不能一味复原,应根据景观资源评价的分类结果,分等级地进行保护和更新。建筑内部功能、庭院的空间格局和交通规划须根据游客的需要进行合理的调整,提高利用率和景观美感度。农田采用统一经营和管理的方式,使用现代农业设施提高常规农业的生产效率。农田景观营造的方法包括增加景观构筑物、与水景结合、划分小的区块设计成体验农园,以及对大面积的农田做大地艺术处理等。

旅游导向型美丽乡村建设,需要考虑乡村中较高等级的风景资源品质、良好的生态环境、便利的交通可达性、具备一定规模的旅游接待能力、旅游收入占当地居民收入的比重、当地居民在乡村旅游发展中的角色等6个方面的因素。一般情况下,旅游导向型乡村景观可划分为田园风光型、生态产业型、景区依托型、历史古村型、多元文化型、乡村美食型和新农村

改造型等7个类型。研究表明,旅游导向型乡村景观建设模式的关键问题表现为:一是构建生态保护体系,合理利用自然能源,科学处理生活垃圾,做好游客的引导和管理,保护重要的森林、河流等自然景观;二是乡村景观优化,合理规划设计乡村景观的总体布局、功能分区以及“点、线、面”的景观效果;三是乡村经济产业的合理布局,挖掘特色,发挥传统产业优势,结合旅游,增加农产品的附加价值;四是乡村文化在保护中的发展与传承。

值得注意的是,目前多数乡村整体特色尚显不足,村庄建设与周边环境协调性不足,生活污水、餐厨垃圾处理不彻底,建筑形式单一化,建筑材料、能源消耗品种等缺乏地方特色,光热、水、土地等资源利用不尽合理。在未来的规划建设中,需要深入挖掘乡土文化特征,确定旅游产业导向并通过旅游的发展带动景观的完善和提升,达到形式与功能的和谐共存,从集约规划布局和适宜住宅设计、生态景观建设、生活污染防治、资源高效利用、绿色庭院建设以及村庄环境整治等方面来营造美丽乡村的整体形象,最终达到美丽乡村与旅游发展和谐共荣。

(张玉钧:北京林业大学园林学院旅游系教授;李露:北京林业大学园林学院旅游系硕士研究生)

基于精准扶贫视角下的 乡村旅游发展

邓爱民,张 兰

“乡村旅游+精准扶贫”是指在具有一定旅游资源条件、区位优势和市场基础的贫困地区,通过开发旅游带动整个地区经济发展。通过深入到每村每户,针对性地帮扶贫困群众脱贫致富的一种产业扶贫开发方式。可以说,乡村旅游是精准扶贫的一种手段和途径,而扶贫是乡村旅游发展的目标。其中,乡村贫困人口的脱贫和发展及在旅游发展中获益和增加发展机会是精准扶贫的核心目标,也是乡村旅游持续发展的基本条件。

一、精准扶贫与乡村旅游的融合发展

经济发展水平低的贫困地区产业基础薄弱,迫切需要寻求某种产业发展的推力。乡村旅游的发展会形成人流、物流、信息流和资金流,