
基于农村家园建设的武汉乡村旅游业发展思路

梁滨 李涛

(1、华中师范大学城市与环境科学学院，湖北武汉430079；

湖北经济学院旅游与酒店管理学院，湖北武汉430205)

(2、中南财经政法大学工商管理学院，湖北武汉430064；

中共武汉市蔡甸区委，湖北武汉 430100)

【摘要】当前，家园建设行动背景下的武汉农村家园建设与乡村旅游业呈现和谐互动发展态势。进一步发展武汉乡村旅游业应以和谐旅游为可持续发展路径。具体而言，应注重规划先行及引导村民参与规划；突出产品特色，打造全国知名品牌；实行旅游口碑营销。

【关键词】农村家园建设；乡村旅游；和谐旅游

【中图分类号】F59

【文献标识码】A

【文章编号】1672-626X(2008)05-0076-05

一、农村家园建设与乡村旅游业互动发展

武汉农村“家园建设行动计划”被称作“武汉模式的社会主义新农村建设计划”，是武汉市以统筹城乡协调发展、改变城乡二元结构、构建社会主义和谐新农村为出发点，以“致富门道明晰、基础设施完善、社保体系建立、社会和谐稳定”的“四到家园”为目标任务而组织实施的武汉社会主义新农村建设行动纲领。从2005年试点开始，武汉规划用7年时间，在全市7个区的2087个建制村通过实施农村“家园建设行动计划”，着力培植新产业、建设新农村、塑造新农民，力求建设人与人、人与社会、人与自然和谐相处的新乡村。两年多来，武汉市在推进农村家园建设布局的同时，乡村旅游业呈现出与之和谐互动发展的态势。

收稿日期：2008-06-01

基金项目：武汉市社会科学基金项目（07055）；湖北省教育厅科学研究计划项目（B20081902）；湖北经济学院青年科研基金项目（XJ2007Q014）。

作者简介：梁滨（1968-），男，江苏南京人，华中师范大学博士研究生，湖北经济学院教师，主要从事区域发展与城乡规划研究。

（一）农村家园建设促进乡村旅游业发展

明晰致富门道，促进农民增收致富是武汉农村“家园建设行动计划”的首要任务。致富门道明晰主要包括：落实惠农政策，调整产业结构，实施科技兴农、产业兴农，培育优势产业、龙头产业，打造特色品牌、推进乡村旅游业发展等拓宽农民增收的渠道。落实致富门道，就是以农村经济持续健康发展、促进农民就业增收为核心，把调整和优化农村产业结构作为推进农村家园建设的重要环节。从推行农村家园建设行动试点开始，武汉市各试点村因地制宜，部分试点村把发展乡村旅游作为首选致富门道，尝试走出一条旅游产业发展与家园建设结合的新路子，促进了当地乡村旅游经济的较快发展。东西湖慈惠农场鸭渡大队石榴红村过去是个以种菜为主的偏远小村，也是农场最穷的乡村。该村被列入“家园建设”试点村后，乡村旅游借此快速发展。村内统一改旧瓦房为徽派风格的仿古民居，营造田园风光，以村落游的形式大力开展乡村休闲旅游，将田地果林以出租的方式让游客认养。2005年石榴红村共接待游客22万人次，人均收入7300元，比家园建设试点前的2004年翻了一番，成为慈惠农场最富裕的乡村。

（二）乡村旅游业助推武汉农村家园建设

发展乡村旅游，对扩大农村就业、增加农民收入、提高生活水平作用显著。根据旅游业就业乘数效应，大量农村劳动力直接或间接就业于乡村旅游业。农户依托乡村旅游业增收致富，发展乡村旅游成为农村摆脱贫困的有效途径。正如国务院发展研究中心社会发展部的研究结论所示：旅游业对总体上的农民收入增加的作用比其他产业更明显，而且在乡村旅游的发展创造就业岗位的情况以及参与乡村旅游的农民的受益特征上都优于其他产业。^[1]发展乡村旅游，有利于农村加快建设资源节约型、环境友好型社会，有利于保护资源和环境，实现“村容整洁”和可持续发展的目标。发展乡村旅游，大量的外来文化和先进思想带入农村，有利于提高农民的文化水平，加快“乡风文明”建设。

开发和发展乡村旅游，还有利于促进武汉农村产业结构调整。武汉市通过建设乡村旅游景点，围绕旅游休闲产品的开发，带动了优质地方土特产、农产品加工制品、手工艺品、交通运输、商业餐饮和文娱等行业的发展。如黄陂区依托木兰湖旅游度假区，葛根、芦笋、山野菜、豆制品生产规模逐年扩大，已成为黄陂北部山区农业发展的新亮点；带动农民从事水上运输业250多人，从事饮食服务业达1200多人，从事园林和建筑业达1000余人，推动了农村产业结构的调整和优化。乡村旅游的发展直接为当地农民创造了财富，显著增加了农民收入。黄陂区刘家山村人均收入2004年仅500元，开展乡村旅游后，2005年达到2000元，2006年增加到5000元。农民经济收入的提高直接带来了精神面貌的改善，村容整洁，乡风文明，人与人之间和谐相处，共同富裕。总之，发展乡村旅游有力地推动了农村家园建设行动的进程。

二、农村家园建设背景下武汉乡村旅游业发展思路

从2007年起，武汉农村“家园建设行动计划”在吸收先行试点村成功经验基础上开始整片推进。随着农村家园建设整片推进，武汉乡村旅游业发展中存在的问题日益显现。主要体现在乡村旅游的规划、产品开发、营销以及可持续发展路径选择等方面。

单个村落发展乡村旅游和整片推进式发展乡村旅游对于规划的要求是完全不同的，后者对规划的要求高得多。武汉在整片推进式发展乡村旅游时就遇到缺少规划的尴尬，不仅无法有效发挥各村发展乡村旅游的特长和优势，反而造成“千村一面”的发展模式。在旅游产品开发方面，武汉市鲜有全国知名的乡村旅游品牌，在产品形式上以农家乐居多，而农家乐虽然是最经济、最实惠的产品形式，但同时也是文化内涵最浅、档次最低、可持续发展能力最弱的乡村旅游产品。在乡村旅游营销方面，武汉乡村旅游长期以来陷于两难境地：一方面想搞营销却苦于负担不起营销成本；另一方面不搞营销又导致“酒香也怕巷子深”的结局。反思武汉乡村旅游营销思路，不难发现其营销理念亟待革新，需要寻找一种在乡村旅游业发展初期成本低廉、效果显著的营销模式。在乡村旅游可持续发展路径选择方面，武汉乡村旅游所反映出的问题在于没有高度重视自然和谐、社会和谐以及文化和谐对于乡村旅游可持续发展的作用力，发展乡村旅游只顾眼前利益，没有充分考虑乡村旅游可持续发展能力。

针对武汉乡村旅游存在的上述问题，武汉乡村旅游业进一步发展可从以下方面着手：

（一）强调规划先行，引导村民参与规划

农村“家园建设行动计划”的基本工作理念是“亲民、务实、创新”。“亲民”是指由群众说了算，直接面向群众，贴近群众需求，实施“家园建设行动计划”的具体项目由群众提出。农村家园建设的主体是村民，要在政府引导下，充分激发村民的参与意识和主体作用。家园建设“务实”理念强调以建制村为单位，以现实条件为依托，以项目为支撑，面向群众，求得实效。“创新”是指在建设模式等方面大胆创新。“务实”和“创新”应建立在科学规划的基础上，缺乏规划，“务实”可能成为无源之水、无本之木，“创新”可能意味着冒进。“家园建设行动计划”的实施离不开规划先行，“规划的作用在于引导和限制，引导发展的方向，限制不利的因素，以避免胡乱开发和破坏”。^[2]规划先行，首先是制定家园建设总体规划，在总体规划的指导下制定“四到家园”专项规划，在落实致富门道时，确定各村产业规划。对于以发展乡村旅游为主导产业或特色产业的村落，接下来则是制定乡村旅游发展规划（见图1）。

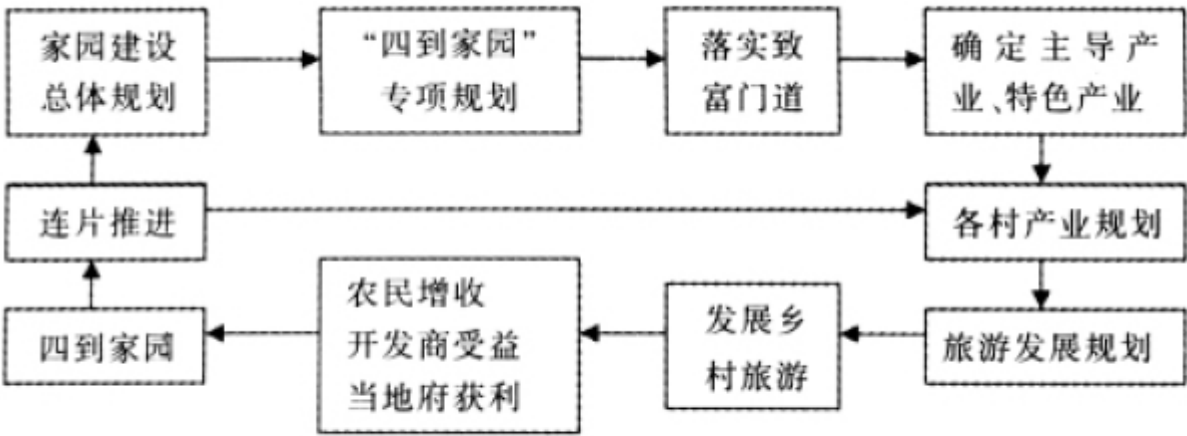


图1 农村家园建设规划先行示意图

在规划先行的同时，应积极引导村民参与乡村旅游发展规划。目前，很多地区花费不菲聘请专家和专业机构制定的旅游发展规划可操作性很差，原因就在于缺乏直接面向旅游者的基层群众的参与。就乡村旅游规划而言，则缺乏村民的参与。当前，旅游发展规划的制定不少是为了规划而规划，是领导意志的产物，是出于政绩的考虑，而不是当地群众的真实需求以及社区发展的客观需要。为避免乡村旅游规划的盲目性而沦为政绩工程的牺牲品，应积极引导社区居民参与乡村旅游发展规划。“村民在乡村旅游发展中扮演着重要角色，他们是乡村旅游的重要吸引物，是乡村旅游资源与环境保护最重要的动力源”。^[3]要在尊重农民意愿和村民参与的前提下，在充分收集村民意见的基础上制定旅游发展规划。地方政府和规划专家的作用在于引导和帮助村民把存在分歧的个人意愿统一为大多数村民的集体意愿，并体现在规划中。农村家园建设的“亲民”思路，是要让村民实实在在地参与到家园建设中来。由于对社区和民众的尊重，乡村旅游的各个利益主体可以建立一种有效的协调机制，增强对环境与文化的保护性。当地社区居民可以不同意那些会损害他们的环境，或会对农村生活质量产生负面影响的乡村旅游业发展措施。^[4]村民参与乡村旅游规划的制定不仅符合武汉市农村“家园建设行动计划”基本工作理念，也可以有效防止农村社区居民在当地乡村旅游发展过程中被边缘化的倾向。

由于各村产业规划是村民参与制定的村落发展纲领，在发展乡村旅游时，要充分重视各村产业规划，要充分利用试点村发展乡村旅游的示范经验（尤其是试点村农民收入增加和人居环境改善的示范性），连片推动周边村发展乡村旅游。具体到一

个村发展何种形式的乡村旅游，则要密切联系该村产业规划细则，综合考虑该村所依托的旅游资源优势、农业特征、历史沉淀、文化底蕴（包括宗教文化）、民风民俗、建筑风格以及土特产品等，决定该村发展“吃农家饭、住农家屋、干农家活、赏农家景、购农家物、享农家乐”传统形式的乡村旅游，还是另辟蹊径地发展特色化、个性化的乡村旅游，走生态休闲或历史文化、宗教文化之路。

（二）突出旅游产品特色，打造全国知名品牌

在市场经济条件下，产品有特色才有销路，有销路才有效益，特色是至关重要的。有了特色就要上规模，上了一定的规模，才能实行生产流通的社会化分工。有了规模，就必须创品牌，提高市场占有率，这样才能产生更多效益。^[5]武汉发展乡村旅游的良好资源条件和其乡村旅游知名度不匹配，说明武汉乡村旅游资源优势未能充分转化为产业优势。乡村旅游要想做大做强，必须树立品牌意识，走品牌发展之路。

旅游品牌包含两种形式：一种是以旅游景点为基础的有形品牌，另一种是以提供旅游服务为基础的无形品牌。在武汉乡村旅游发展过程中，从可持续发展的角度考虑，两种品牌的创建是同样重要的。把两种品牌揉合在一起，则乡村旅游品牌主要是指构建在乡村或城郊主要景点上的包含着食、住、行、游、购、娱等各个方面服务意识的乡村旅游价值表现形式。乡村旅游品牌的实质就是构建在乡村旅游资源基础上的能够充分展示乡村旅游的良好风貌，在旅游者心目中形成良好印象，从而使他们对乡村旅游向往的一种整体意识。

成都是中国“农家乐”旅游发源地和扩散地，武汉乡村旅游有其自身的资源基础和特点，不宜盲目模仿、照搬照抄成都模式。事实上，从目前武汉城郊乡村旅游发展最成功的黄陂区乡村旅游现状来看，充分利用当地旅游资源，走生态休闲旅游之路是黄陂区乡村旅游走向成功的途径。

广义的乡村旅游是指发生在乡村地区或城市郊区的以山水田园风光、历史文化遗存、宗教文化景观、特色农业景观、乡村民俗文化或者农林生产活动为吸引物，让城市居民为主的旅游者欣赏山水风光、畅游文化古迹、参与宗教朝觐、体验农家生活、感受乡土文化、品尝乡村美食并从中获得愉悦的休闲、求知和回归自然的旅游活动。因此，开展乡村旅游应注重特色，在“广”字和“新”字上多下功夫。“广”指乡村旅游的内容，即从广义乡村旅游的角度拓宽乡村旅游开发思路；“新”指乡村旅游的形式，即形式多样、推陈出新。武汉发展乡村旅游应因地制宜，充分发挥当地资源特色，突出村落游、生态休闲游、宗教旅游和历史文化旅游四大特色（见图2），从中塑造注重乡村旅游的历史文化内涵和生态休闲功能的品牌，着力打造几处在全国叫得响、美誉度高的乡村旅游品牌，并以此为龙头，带动全市乡村旅游的全面发展。要充分利用当地资源条件如山水风光、历史遗存、宗教景观、民俗文化或农业景观等，结合当地实际情况，开展内容丰富、形式多样的旅游活动。只有内涵和形式有足够的吸引力，才能引导更多的游客流连于乡村旅游。要在内容和形式上有所创新突破，关键要在“人无我有、人有我新”的旅游特色项目上下功夫，从单纯的农家乐和农业观光向村落游、生态休闲游、宗教旅游和历史文化旅游等内涵丰富、形式多样的综合型、特色型乡村旅游业方向发展。

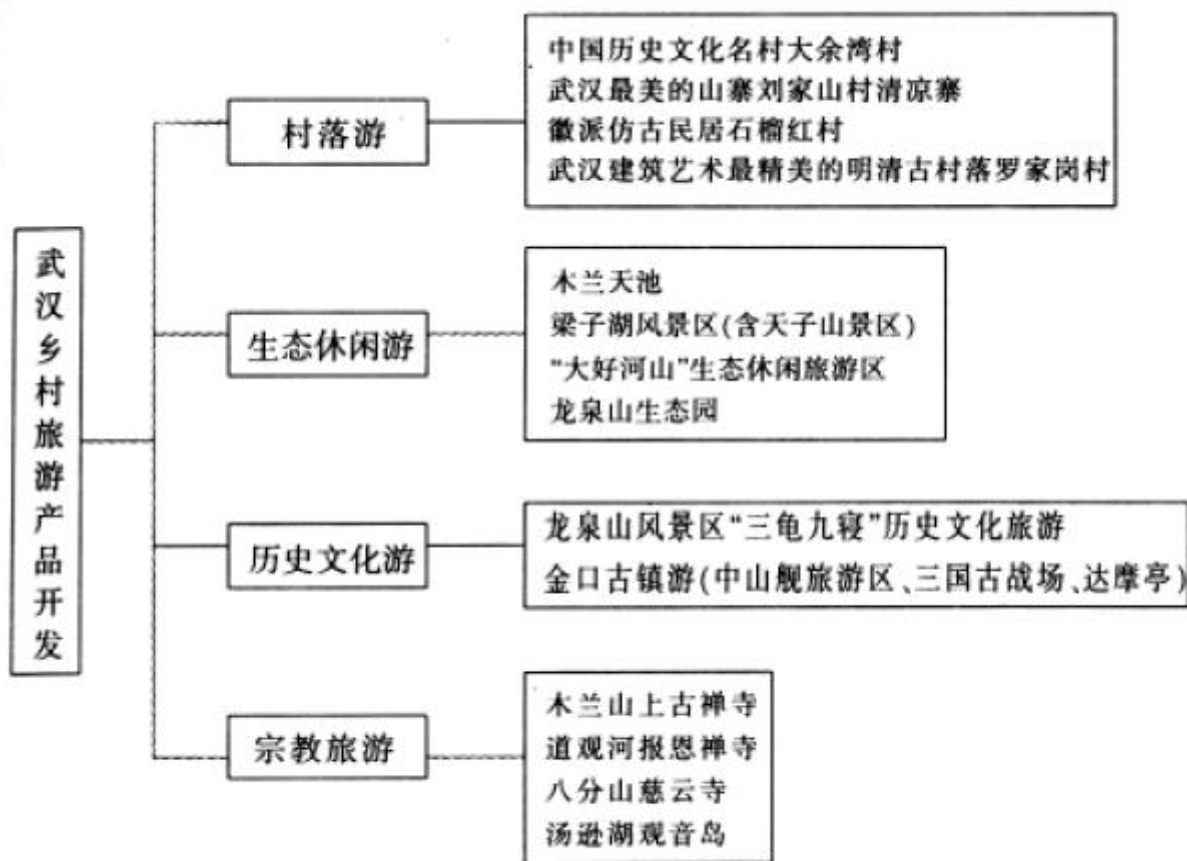


图 2 武汉乡村旅游特色产品及潜在品牌

（三） 以口碑营销方式创新乡村旅游营销思路

在旅游市场竞争异常激烈的情形下，“酒香也怕巷子深”成为武汉发展乡村旅游的真实写照。位于黄陂区木兰乡的大余湾村2005年9月15日入选了第二批中国历史文化名村。大余湾村距离武汉市区仅40公里，但大余湾村在入选中国历史文化名村之前的年平均游客流量仅为7万人次，而江西省婺源县李坑村从2001年开始发展乡村旅游到2006年五年间平均接待游客23.3万人次。入选中国历史文化名村后的大余湾村在接待游客数量上依然无法和非中国历史文化名村的李坑村相比。出现类似现象的原因，主要是大余湾村“养在深闺人未识”，缺乏知名度。

发展乡村旅游能否给当地社区居民带来实惠，要看乡村旅游业能否给当地社区带去经济效益和社会效益，这主要取决于该地区发展乡村旅游业的客源量，也就是业内所言的“客源就是财源”。营销推广是争取客源的最直接、最有效的手段。作为“家园建设行动计划”背景下武汉乡村旅游的发展，是以点带面的连片推进。如果采取常规营销手段，成本较高，宣传推广费用的来源是个问题。建议用乡村旅游口碑营销观念来升级传统营销理念。旅游口碑是游客在完成一项旅游活动后，对旅游产品和服务做出综合评价并向他人进行传播的过程。据市场调查，旅游口碑是大多数出游者获得旅游信息并据此做出旅游决策的主要途径。乡村旅游产品不同于一般消费品，它具备空间上的不可转移性、生产与消费的时空同一性、时间上的不可储存性、所有权的不可转让性等特征。乡村旅游产品的这些特点，往往造成促销和销售的困难，消费者对购买某一乡村旅游产品可能怀有较高的风险预期。由于所有旅游产品的核心是服务，旅游产品主要通过服务来满足旅游者的需要，使旅游者获得愉悦体验。所以当旅游者做出旅游决策时，提前获取该旅游产品的相关信息就显得十分必要。而鉴于媒体信息泛滥、浮夸不实，导致媒体信息传

递的可信度较低,对潜在旅游者的影响力和吸引力都大为减弱。在这种情况下,旅游口碑传播则成为旅游者赖以获取旅游产品信息的主要途径和可靠源泉。旅游口碑是减小旅游者潜在风险的最重要的信息渠道,并且对旅游者行为产生重要影响。在旅游行业中,顾客的忠诚度并不一定体现在对旅游产品的重复购买,而主要表现在顾客对旅游产品的正面口碑。

乡村旅游口碑营销是指乡村旅游产品供给方或经营者运用各种有效手段,引发顾客对该产品的品质、服务及企业形象的谈论和交流,并激励顾客自发地向其周边人群介绍和推荐的旅游市场营销方式。为旅游者着想,实现旅游消费者的最大满意就能获得最好的口碑。让旅游者的正面口碑成为乡村旅游营销推广的手段,这种做法不仅成本低廉而且相当有效。因此,在乡村旅游口碑营销方式中,一要注重“意见领袖”的作用。所谓“意见领袖”就是能够经常性地影响别人态度与行为的人。乡村旅游口碑传播的意见领袖应该是旅游专家、旅游学者、行业主管部门官员、旅行社工作人员、娱乐界明星以及体育明星等。可以采取聘请企业发展战略顾问或形象代言人的形式来展现意见领袖的作用。二要提高村民的服务意识和能力,借助村民来向游客传递口碑营销信息。村民与游客直接接触,了解游客的需求。他们的服务态度、服务意识和服务技能直接影响到游客的体验和感受。因此,要使村民向游客提供满意的服务,必须对村民进行服务知识和服务技能的培训,进行口碑传播培训,使之掌握口碑营销技巧,以便为游客提供优质服务,使游客有口皆碑。

(四) 乡村旅游业应以和谐旅游为可持续发展路径

武汉农村“家园建设行动计划”涵盖了物质文明、政治文明、精神文明三个方面,涉及经济建设、政治建设、社会建设和文化建设等“四大建设”。“家园建设行动计划”的实施,其长远目标是建设人与人、人与社会、人与自然和谐相处的新农村。

目前,在武汉乡村旅游发展中出现了一些问题,归结起来无外乎人与自然的冲突、人与人之间的利益冲突以及人与文化、不同文化间无法兼容等方面。解决这些问题的最佳途径是尽早确定和谐旅游作为乡村旅游业可持续发展的路径。在制定旅游规划和决策时充分考虑和谐旅游要素,在发展乡村旅游实践中切实贯彻和谐旅游目标。只有这样,武汉乡村旅游未来发展才能迈上可持续旅游发展之路,才能和“家园建设行动计划”长远目标契合。

从乡村旅游的概念及特点来看,乡村旅游是一种强调旅游资源、环境、文化以及人(游客、当地居民、旅游供应商)之间和谐共处、协调发展的旅游形式。和谐旅游是“通过对旅游资源的和谐利用和旅游主客体之间的和谐运行,最终实现旅游的和谐价值及和谐目标”。^[6]和谐旅游由三方面组成,即人与自然之间的和谐(自然和谐)、人与人之间的和谐(社会和谐)以及人与文化、不同文化之间的和谐(文化和谐)。乡村旅游是通过人与自然、人与人以及人与文化的互动实现和谐的一种途径。乡村旅游的主体是城镇居民,因而乡村旅游比任何一种旅游形式更能体现城乡居民之间在旅游活动中是否和谐。此外,人与自然的和谐状况、人与文化以及文化之间的和谐程度既显现乡村旅游的品质,也衡量乡村旅游可持续发展的潜力。在全社会注重和谐发展的新形势下,旅游业通过实现和谐旅游构建和谐社会,将成为乡村旅游可持续发展的必由之路。

参考文献:

- [1] 国务院发展研究中心社会发展部课题组. 概念、类型、误区、问题 and 对策——五问中国乡村旅游[EB/OL]. <http://www.cnta.gov.cn/htm/2008-6/2008-6-2-21-16-49-29.html>
- [2] 冯肃伟,戴星翼. 新农村环境建设[M]. 上海:上海人民出版社,2007. 278.
- [3] 李庆雷. 社会主义新农村背景下乡村旅游的责任及发展战略[J]. 农业经济,2007,(10): 7.
- [4] 张环宙,许欣,周永广. 外国乡村旅游发展经验及对中国的借鉴[J]. 人文地理,2007,(4): 83.

[5] 万勇. 关于怎样建设武汉的新农村——对家园建设行动计划从试点探索到全面实施的思考[J]. 湖北社会科学, 2007, (10): 59.

[6] 谢清溪. 和谐社会背景下和谐旅游的构建及其实现[J]. 人文地理, 2006, (4): 98.