
德清莫干山洋家乐

高速发展的利弊分析与前景试探

计丝丝 张敏红

(浙江海洋大学, 浙江 舟山 316000)

【摘要】 洋家乐是在德清土生土长的一种新型乡村旅游形式。今后随着社会经济发展、生活水平提高,人们对乡村旅游的需求会越来越大。相信依托长三角,以上海杭州南京为基点的莫干山洋家会有有一番新机遇。但如今的洋家乐,还处于向中期发展的过渡阶段。虽然在高速发展,不断扩张,但没有一个成熟的运转模式和推广版本,暴露的问题非常多。对洋家乐的兴起做了具体的分析,在审视了近段时间高速发展情形下的利弊后,为之后的推广进行初步分析。

【关键词】 洋家乐; 高速发展; 推广分析

【中图分类号】 F323.4

【文献标识码】 A

莫干山位于长三角中心地带的湖州市德清县,是“中国四大避暑胜地”之一,国家AAAA级旅游景区,以“云、泉、竹”三胜和“静、清、幽、凉”四优享誉全球。此前大多数游客都会以避暑为目的来莫干山旅游。而如今,莫干山却因其周边的洋家乐而更加出名,更受游客的青睐。每家洋家乐都有自己独特的装修风格,让每一位入住的客人都能感受到别具一格的自然气息。从2006年发展至今,莫干山洋家乐成绩斐然,让更多的人对中国的乡村旅游另眼相看。其所形成的模式,也大有自成一格之趋势。然而由于它的高速发展,慢慢地出现了一些不和谐的状况。

1 德清莫干山洋家乐概况

1.1 洋家乐定义

“洋家乐”的概念,可以解释为:在湖州德清县境内自发形成的外国人农家乐集聚区。因为是外国人在中国经营农家乐,所以被称为“洋家乐”。之所以称其为一种乡村旅游发展新模式,主要是因为它有以下两个特别之处。

1.1.1 经营理念。“洋家乐”从萌芽之初,便以无景点式休闲乡

村游为方向,倡导人与自然和谐相处,可持续开发。例如裸心谷从规划的时候起就决定建在群山环抱之中。自建跑马场、自行车赛道等等,依托周边的自然环境,以打造出一个5星级度假休闲中心为目标。时至今日,人与自然和谐相处仍旧是其经营的第一宗旨。

【收稿日期】 2016-8-19

【作者简介】 计丝丝(1994—),女,浙江舟山人,浙江海洋大学经济与管理学院旅游系专业在读。

【通讯作者】 张敏红(1976—),女,浙江舟山市人,讲师,硕士学位,研究方向:乡村旅游和海洋旅游。

1.1.2 营销模式。“洋家乐”有别于传统农家乐的营销推广模式，从成立、经营、点评都可以在网上进行。每年春夏交际之时，还会评选最美“洋家乐”，进行网络投票博人眼球。尤其在2011年德清县政府建立“洋家乐”官网之后，其对外的宣传，更是依托于网络平台。如今，网络传媒已经成为德清洋家乐网络营销的主要手段。

“洋家乐”从2006年开始萌芽，不足十年，但是如今的“洋家乐”已占据了莫干山旅游住宿业的半壁江山，而莫干山地区也已经不是当初仅靠夏季避暑来经营的旅游景点，而是逐渐发展成为一个集旅游、观赏、休闲于一体的国际化度假胜地。

1.2 莫干山洋家乐的发展状况

“洋家乐”最早出现在2006年，由南非小伙子高天成创办。2006年的某一天，天生喜欢探索新奇的高天成在网上搜索到了莫干山避暑胜地，便迫不及待的与朋友来这里游山玩水。一到劳岭，他就有了一种亲切感，便租了其中6套房子，一租就是15年。他对房子进行了比较简单的装修，然后就开始邀请他的朋友们来这里游玩。自那以后，来自南非、法国、英国、比利时、韩国等十多个国家及地区的投资者纷至沓来，越来越多的洋家乐开始出现，骑迹单车俱乐部、枫华乡村、法国山居、飓风越野、白云源、裸心谷、路虎体验中心社等都是具有代表性的洋家乐。其中，裸心谷被CNN评为“中国最好的九大观景酒店”之一，它还曾召开了30多次的国际知名品牌、跨国公司研讨会等，是中国第一个获得LEED绿色建筑铂金级认证的度假酒店。长三角地区的企业高层、外商、中青年白领和金领阶层是莫干山洋家乐的主要客源，甚至还吸引了世界知名企业，如GUCCI、可口可乐、LV等。2012年英国《金融时报》、《福布斯杂志》、《韩国经济日报》、日本《读卖新闻》等境内外诸多媒体的记者编辑聚集在莫干山，亲自体验“洋家乐”这种休闲方式，并且就旅游发展问题以及自己的切身感受来进行交流探讨。2015年9月，国际乡村旅游大会在湖州德清开幕，在大会上湖州被评定为“世界十大乡村度假胜地”之一、国际乡村旅游大会的永久会址。

2015年，以“洋家乐”为代表的特色民宿接待游客28.8万人次，接待境外游客9.3万人次，直接营业收入3.5亿元。

1.3 莫干山洋家乐兴起原因分析

莫干山洋家乐的兴起是由多方面因素综合产生的。主要表现在三个方面。

1.3.1 人文历史深厚。莫干山因春秋末年，吴王阖闾派干将、莫邪在此铸剑而得名。鸦片战争之后，清朝签订了一系列不平等条约，美、英、德、法、俄等外国势力开始染指，纷纷在山上建别墅、筑教堂，至今莫干山仍保留着200多幢代表了美、欧、俄、日等十多个国家建筑风格各异的别墅，所以有“世界建筑博物馆”之美称。上世纪初战争爆发之后，也曾经是沪、宁、杭的洋人的避战之所。而这一段历史渊源，也使得外国人对这个世外桃源般的地方充满了向往及认同感。

1.3.2 自然旅游资源优势。洋家乐所在的莫干山风景区有着丰富的自然旅游资源，以云、竹、泉和绿、冰、静、清的环境著称，素有“清凉世界”的美誉。整个环莫干山景区遍山竹海，植被覆盖率竟达到92%之高。

1.3.3 区位优势。莫干山地处整个长三角地区的中心，地处长三角城市群，与沪、宁、杭3小时内可达的经济圈。交通便利，境内省道、国道、杭宁高速公路等长三角交通干线纵横交错，上海市现代化大都市，南京和杭州市是古城古都，更是目前的热门城市。

2 莫干山洋家乐高速发展利弊探讨与改善建议

2.1 莫干山洋家乐高速发展的利处

莫干山洋家乐的发展是经济发展与环境保护相同步的一种双赢的经济模式。莫干山洋家乐近几年的飞速发展不仅提高了附

近地区农户的生活水平，也促进了所在地区的经济发展，更让避暑胜地莫干山走进世界人民的眼中。“洋家乐”高速发展的有利之处，大致可分为以下几点。

2.1.1 促进了当地经济的发展。自2007年第一家“洋家乐”裸心乡诞生至今，德清县已有农、洋家乐410多家。2015年全县乡村旅游接待游客461.5万人次，实现经济总收入7.05亿元，其中以“洋家乐”为代表的特色民宿接待游客28.8万人次，接待境外游客9.3万人次，直接营业收入3.5亿元，为当地解决闲散劳动力3600多个，对当地德清的GDP作出了突出的贡献。

2.1.2 提升了旅游形象。干山被美国纽约时报评为“2012年全球最值得去的45个地方之一”，莫干山排名第18位。2015年召开的国际乡村旅游大会，更是让德清这个小镇展现在全世界人民面前，使其达到了一个新的高度。给当地的旅游做了更好的宣传。

2.1.3 改变了当地乡村的面貌。“洋家乐”的发展还给德清农村带来巨大的变化。政府从2008年左右开始正式有序引导产业的发展，包括项目引进、基础设施建设、污水处理、绿化工程等。2014年底，莫干山镇开始实施城乡环境管理一体化，对公路、河道、绿化、集镇、村庄进行统一保洁，防止城管、园林、市政、水务部门之间“甩包袱”，形成“户集、村收、镇运、县处理”的垃圾收集网络。莫干山“洋家乐”聚集区之一——后坞村，村委会制定了一套全面的村容村貌整改方案，完善公共设施和配套设施，大礼堂修葺成了村文化馆，全村覆盖免费wifi，果蔬油粮也都有了统一的生产基地和农贸市场，原本狭小的道路和脏乱的河道都被整改。

2.2 莫干山洋家乐高速发展过程中暴露的问题

凡事都是有两面性。“洋家乐”作为乡村旅游的一种新业态，发展过程中也暴露出了一些问题，自第一家洋家乐开业以来，短短八九年间，整个莫干山地区，多元主体竞相涌入民宿产业，各种民宿便如雨后春笋般扎堆涌现，呈现井喷状态，民宿所有权和经营权的分离，民宿的租金不断被炒高，2007年南非人高天成租民居的时候，只要5000～8000元/年，而现在的年租金收入则高达30000～70000元，租金日益抬高，也给经营者带来很大的经营压力，房东单方面撕毁合约的事情偶有发生，其他如土地征用、房屋拆迁、农民饮用水、山林纠纷等矛盾显现。

在运营上，大多数的洋家乐还是各自为战，缺乏集约化的运营模式。尽管当前正值鼎盛时期的莫干山洋家乐未来随着越来越多的投资者进入，将会面临供给过剩之后，经营者个体力量相对减弱，区域性的联合营销，对于提升目的地知名度、整合资源会有很大帮助。

2.3 促进洋家乐行业科学健康发展的建议

2.3.1 统一规划，控制发展规模。整个莫干山地区面积仅为91km²，扣除居民生活区、农业用地和山林保护区。可开发面积有限。随着“洋家乐”行业的规模扩张，土地资源矛盾会日益加剧。政府需进行统一规划，严格控制“洋家乐”数量，做精做强，协调经营用地与土地资源的合理分配，避免资源浪费。

2.3.2 整合营销，提升地区形象。现在预订大部分的洋家乐房间和相关娱乐设施只能通过携程等固定的网站或者拨打他们自家的预订电话这些方式进行。洋家乐在宣传方面除了政府官方宣传外，并没有太多的宣传途径。这种传统的模式一定程度上限制了洋家乐的营销推广，很难对外输出。有必要拓展单一的营销方式，进行线下合作代理及专业的品牌营销策划。2016年3月由钱江晚报发起的“浙江最美民宿评选”全省共有30家民宿入选，莫干山“洋家乐”便有8家之多。多渠道开发客户，拓展更多的客源，潜移默化的进行品牌形象打造，永远都是旅游宣传手段。

2.3.3 租赁纠纷这一类棘手的民事问题，很难做到公断。随着近年租金不断上涨，租赁纠纷会越来越多。作为政府亦或司

法部门，除保护投资方外，还需兼顾村民的心理感受。无理取闹固然需要遏制，不能纵容，但保护村民权益也是解决事情的出发点之一，必须做好村民的诚信意识和契约精神的宣传。

3 洋家乐发展的前景展望

“洋家乐”实为高端乡村旅游，在准确经营定位、提高服务水平的前提下，它产生的经济效益和人文科学影响不容忽视。洋家乐既是乡村旅游模式的成功典例，也是高端乡村旅游市场的需求，更是市场对现今粗放型农家乐审美疲劳的体现。洋家乐之所以能迅速的吸引一大批高端客源，正是因为其经营模式迎合了现今乡村旅游的市场需求。如今的中国发展十分迅速，城市居民对乡村和自然的向往越来越明显。而同时，乡村自身也一直在朝着可持续生态文明所发展。城乡协调互补、旅游行业均衡发展之路日益宽广。这一点，“洋家乐”一步步的壮大，可知其活力。而它光明的发展前景，也可以从以下两点看出。

3.1 “无景点观光”将是未来旅游形式的新代表

“无景点观光”模式是近几年才在国内起步的一个出游风向标，且在旅游行业中所占比重越来越高。与往常不同的是，“无景点”旅客在途中不再是“到此一游”，跟着旅行团走马观花地参观旅游景点，没有自由地度过本该轻松愉悦的一天，而是“驻扎”到某地，进行户外团拓活动、体验农耕文化，轻松地度过每个时刻。“无景点观光”的特点是自主，自愿，自助，自由。而“洋家乐”很好的展现了这些特点。“洋家乐”成功的最大原因便是没有把经营范围局限于餐饮和住宿，而是依托自然环境建设观光休闲场地，开发民风民俗与外来文化互动。裸心谷的跑马场、路虎体验中心的越野赛道、参与当地的特色习俗如打年糕、杀年猪、逢年过节的互动等等，都是“洋家乐无景点观光”的表现。随着社会的发展，生活水平的提高，厌倦景区式出行的人们对于自然休闲旅游的需求量增加，对于旅游产品的多元化需求也越来越紧俏，“无景点观光”的旅游产品将会越加吸引游客的眼球。不过需要注意的是：在今后的发展中需要进行服务衍生，形成自己的特色，而不是简单的模式复制。让游客每到一个乡村旅游点游玩，都有不同的感受和体验。

3.2 低碳旅游将是未来乡村旅游的主方向

近几年，人们越来越关注“PM2.5”、“雾霾”等环境污染的代名词，社会和游客也越来越注重低碳的出游方式。“洋家乐”呼吁游客绿色出行，倡议散步健跑这样的低碳活动；拒绝使用一次性产品；尊重生态，与自然融合；保护当地文化、民俗、建筑等，洋家乐符合了人们追求低碳、环保的绿色理念。裸心谷是中国第一个获得LEED 绿色建筑铂金级认证的度假酒店。2010 年，德清被评为“中国低碳旅游示范县”。

4 本文的局限性

随着“洋家乐”的不断扩张，媒体和旅游工作者对它的关注也越来越多。但除去旅游官网和政府统计渠道外，并没有太多精确的研究统计数据做支持，因此本次研究只能建立在众多的新闻报道和切身感受之上，数据分析可能会有所不足。再者“洋家乐”坐落于山区，其中很多的乡村旅游接待点并不算真正意义上的“洋家乐”，它们的各种数据资料也来不及辨别筛选，比如具体的真正意义上的“洋家乐”数量，很难有一个确切的数字。所以文章在综合性和全面性这两方面可能会有所不足。

[参考文献]

[1] 胡积梅. 浅谈互助县乡村旅游现状及发展前景—以小庄村乡村旅游为例[J]. 现代经济信息, 2014 (17) .

[2] 高优仙. 对农家乐的理论分析[J]. 金卡工程, 2010 (4) .

-
- [3] 沈和江. 区域乡村旅游发展表现形态研究[M]. 江苏: 中国矿业大学出版社, 2009.
- [4] 唐敏. 新农村建设中乡土文化的保护与利用—基于经济人类学视野的分析[J]. 新财经理论版, 2011 (5) .
- [5] 叶海涛. 庆元县百山祖镇乡村旅游发展探讨[J]. 现代农业科技, 2015 (6) .
- [6] Smith Inja. , Lodger Craig J. Carbon emmision offsets for aviationgenerated emmissions due to internationai travel to and from New Zealand[J].Energy Policy, 2009, 37 (3) .