
云南生态农业旅游发展的问题及对策研究

——基于市场失灵的视角

方尉¹ 付明飞²

(1. 云南大学 发展研究院, 云南 昆明 65003;

2. 镇雄县农业局, 云南 昭通 657200)

【摘要】:生态农业旅游既是一种新型的农业发展途径,也是一种新兴的旅游方式,吸引着越来越多人的眼光。通过对云南生态农业旅游发展过程中存在的市场失灵问题进行分析,总结出云南生态农业旅游市场失灵的原因,提出促进云南生态农业旅游发展的对策。

【关键词】:生态农业旅游; 市场失灵; 问题; 对策

【中图分类号】:F592.7 **文献标识码【】**:A

1 引言

生态农业旅游是把农业和旅游业结合起来,利用田园景观、农业生产活动、农村生态环境和农业生态经营模式,吸引游客前来观赏、品尝、作习、体验、健身、科学考察、环保教育、度假、购物等的一种新型的旅游开发类型。随着城市化进程的不断加快,各种城市问题陆续出现。生态农业旅游让人亲近自然、返璞归真,引领起新的消费潮流。

国家近年来一系列重要会议和文件都将生态文明建设放在了重要的位置,而农业和旅游业都与自然环境联系十分密切,二者的良性有序发展对生态文明建设影响深远。云南作为一个农业大省,有着良好的生态环境、多姿多彩的民族文化,丰富的自然资源,促进了生态农业旅游的快速发展。目前,一些学者对云南的生态农业旅游进行了探讨和研究,对推动云南生态农业旅游的发展起了一定的作用。王语谦(2009)分析了生态农业旅游的特点、发展的类型等,提出了加快昆明市生态农业旅游发展的对策;罗雁、陈正良(2010)阐述了云南山区发展生态农业的重要性、有利条件,认为大力发展休闲观光农业是促进云南山区农业经济发展的有效途径;倪慧(2014)分析了生态文明视角下,云南红河哈尼梯田农业旅游的发展路径。虽然目前已有部分学者对生态农业旅游的内涵、重要性、对策作了研究,但从市场失灵的角度并结合云南省的实际情况进行研究的文献相对较少。因此在充分研究以往文献的基础上,立足于云南省生态农业旅游业发展的现状,从市场失灵的角度分析云南省生态农业旅游业存在的问题,并提出对应的解决对策。

2 生态农业旅游市场失灵的成因机制

生态农业旅游市场失灵主要由主观原因和客观原因引起,客观原因主要有气候资源、地理条件、乡风民俗等,这类原因引起的失灵属于市场的局限性失灵,市场本身无法破解,政府也不能解决。导致生态农业旅游市场失灵的主观原因主要有信息不

对称、公共物品满足不了需求、外部性等。

信息不对称，指参与市场活动的各方对信息没有同样的掌握和了解程度或决策主体拥有的信息没有达到最优决策所需的水平。信息失灵会导致道德风险和逆向选择的产生，在发展生态农业旅游的过程中，开发者、消费者、管理者之间存在一定程度的信息不对称。

公共物品指没有清晰产权的物品。对于公共物品，私人没有意愿投资，市场供给满足不了需求。农业生态旅游发展所需的基础设施这类公共物品，投资成本回收慢，投入效益难以保证，这就必然压抑社会投资，造成生态农业旅游基础设施供给不足。公共物品由于存在免费搭便车的问题，往往还会造成公共物品的过度使用。

外部性，即某个经济主体的活动造成另一个经济主体的利益或成本的变化，而另一个经济主体没有获得补偿或进行支付的情况。如环境资源作为一种公共物品，其利用存在广泛的外部性，使得在生态农业旅游发展的过程中很难根据使用量对开发者和消费者进行收费来约束其行为。

3 云南生态农业旅游市场失灵的特征

3.1 开发不到位，产品同质化

云南省的生态农业旅游产品主要有农家乐、休闲山庄、田园观光等，经营形式上趋同，基本属于同一内容，产品雷同问题严重。各地区的特色没有得到充分体现，重复规划，盲目复制的现象极为严重，对旅游者难以形成持久的吸引力。一些村落因为看到其他地方取得了较快的经济增长而不管本村否具备同样的条件而盲目复制，像昆明市呈贡区在相隔不远的地方就存在着许多内容和形式都很相似的农家乐、休闲山庄等，许多消费者都愿意为具有原生态旅游体验的生态农业旅游支付更多的费用，但旅游的结果并没有获得预期的效果，不愿意有二次消费体验。

3.2 宣传不到位，产品层次不高

云南作为全国重要的旅游省份，有着大理、丽江、西双版纳等一系列著名的旅游景点，每年都吸引着大量的游客前来观光旅游。但独具云南特色的民间传统工艺、田园风光、民居、农耕文化等生态农业旅游资源并没有得到很好的宣传。一些出名的旅游景点特别是节假日的时候有大量的游客，而一些普通的旅游景点则问津的人很少。再加上生态农业旅游市场还没有形成由低到高各个层次的旅游产品体系，缺乏高档的生态农业旅游产品，难以满足消费者对不同层次产品和服务的需求。大部分生态农业旅游产品仍以一般的田园景色欣赏、特色饮食等为主，提供的也主要是一些低端的像棋牌、麻将这样的活动，生态农业旅游资源的旅游价值未能得到足够的体现。

3.3 认识不到位，服务水平不高

生态农业旅游大部分的参与者都是农民，发展生态农业旅游可以吸收一部分的农村劳动力，当地农民也可以从参与生态农业旅游的过程中获得更多的利益。但是云南省因地理、民族、经济发展水平等因素影响，农民文化程度不高，没有受过良好的生态教育，不了解管理知识，没有参加过一些职业技术的培训。在发展的过程中，不能很好的抓住生态农业旅游的内涵，融合当地的旅游资源，开发出有特色和档次的生态农业旅游产品，旅游者仅仅就是拍照、吃饭、摘果等，没有更深层次的生态农业旅游体验。同时为了获取更多的利益还存在一定程度的过度人工化，打着生态的牌子提供的确实普通的产品和服务的情况。

3.4 基础设施建设不完善，资金投入少

由于生态农业旅游大部分处于城市的周边和经济增长缓慢的少数民族地区，基础设施成本高，政府和农户投入的资金还不足以完善生态农业旅游地的基础设施，所以各地基础设施还不健全，如道路坑坑洼洼，没有配套的停车场、卫生间、餐厅等，基础设施满足不了旅客出游的需求。像在云南一些山区，风景优美、特色鲜明、自然气息浓厚、发展潜力巨大，但就是因为相应的基础设施落后而导致其生态农业旅游不能得到很好的发展。

3.5 生态环境破坏严重，环保意识弱

云南良好的自然环境是其开展生态农业旅游的有利条件。但有些地方存在着只顾眼前利益和局部利益，忽视了对生态环境保护的现象，一些开发商为了建造旅店，停车场等大肆砍伐森林、推山坡、填洼地，使自然环境遭到严重的破坏；一些地方民俗客栈家庭作坊产生的废水废渣没有经过相关处理就直接排放，污染空气水源；一些农户缺乏环保意识，没有对农药瓶、塑料袋等各种垃圾采取集中处理措施，往山上、沟渠里、公路边到处乱扔；一些消费者进入景区以后产生的垃圾污染没有得到很好的回收和管理，给当地的环境带来了极大的破坏。

4 云南生态农业旅游市场失灵的原因分析

4.1 信息不对称导致的市场失灵

4.1.1 生态农业旅游的开发者和管理者之间的信息不对称。发展生态农业旅游要求管理者、开发商拥有一定的做最优决策所需的信息，对当地资源有一个整体的规划，有序的开发。云南省的生态农业旅游发展规划很薄弱，资源利用不合理，缺乏生态和环境概念，发展生态农业旅游单纯以追求经济增长为目的，有的旅游资源没有经过合理的规划，管理者没有充分考虑环境和生态发展，盲目、草率地开发旅游资源，甚至有部分官员为了追求自己的成绩，不顾当地现实条件，盲目支持开发生态农业旅游。开发商为了短期的经济利益，也大量重复的提供相似的生态农业旅游产品，进而造成了产品同质化的现象。

4.1.2 生态农业旅游的开发者 and 消费者之间的信息不对称。发展生态农业旅游，要求民众要有很好的生态意识和一定的经营管理能力，但云南生态农业旅游业的从业人员远远低于达到最优决策所需的水平，缺乏职业的生态农业旅游导游，管理人员等。生态农业旅游作为一种经验型产品，开发者掌握着更多产品的信息而消费者在消费体验之前并不知道产品的好坏，仅仅是靠一些开发者的宣传，先前游客的经验获得信息。开发者不能完全了解客户的需求和提供各种层次的生态农业旅游产品，消费者缺乏了解产品质量的有效途径，这样就导致了知名的旅游景点客流量很大，普通的旅游景点人很少，消费者没有获得预期的旅游效果等各种情况的发生。

由于管理者、开发者、消费者之间存在一定程度的信息不对称（见图1），就需要政府采取一定措施进行干预。

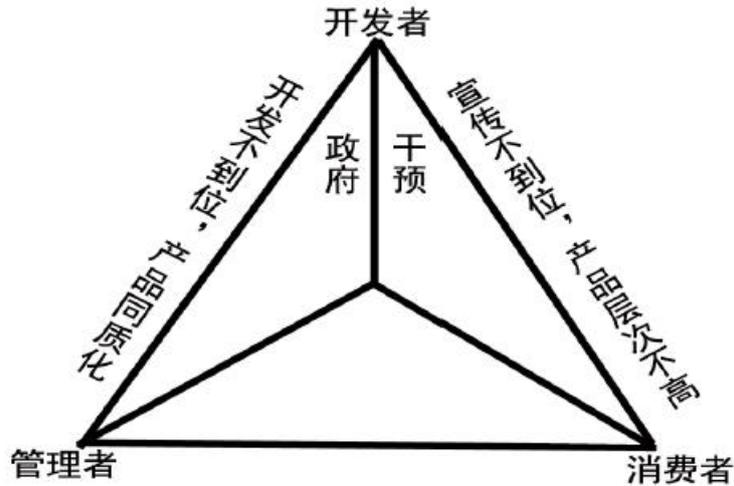


图 1 生态农业旅游信息不对称

4.2 公共物品导致的市场失灵

道路交通、环境卫生等这些东西属于公共物品，一般由政府承担资金投入，私人一般没有承担这方面服务的积极性和能力，都等着“搭便车”。在完全信息条件下，以住户之间的修路博弈为例。设想在山里有两户相邻的农家，为了不破坏生态环境，需要绕道修一条路到旅游地，每户人家可以选择的策略都是修或不修。在下表中， D_i 和 H_i ($i=1, 2, 3, 4$) 分别表示农户 1 和农户 2 在不同策略组合下的函数，假定 $D_2 > D_1 > D_3 > D_4$ ， $H_2 > H_1 > H_3 > H_4$ （见表 2）。

表 2 农户修路博弈矩阵

农户 1	农户 2	
	修	不修
修	D_1, H_1	D_3, H_2
不修	D_2, H_3	D_4, H_4

在表 2 中，农户 1 和农户 2 在短期利益的驱动下倾向于不修的行为，从而满足自身利益最大化的目标。尽管（修，修）带给农户 1 和农户 2 的利益比（不修，不修）要大，但双方最终策略组合却是（不修，不修），这是一个非合作的纳什均衡。由此可见：在公共产品的提供上，要使公共物品有效率的供给，经常需要政府主导行动。

4.3 外部性导致的市场失灵

云南生态农业旅游资源近几年被迅速的开发，生态环境破坏也越来越严重。这是外部不经济性导致的市场失灵。由于外部性的存在，许多的开发商和消费者在发展生态农业旅游的过程中，以生态的名义，过度开发和利用生态农业旅游资源，对环境造成了污染和破坏，而他们都不必为此负担成本和付出代价。市场主体缺乏足够的动力约束自己的行为 and 出资保护环境资源，对环境造成的不利影响可以转嫁给社会，其表现就是污染产品产生过多或资源过度开发导致环境破坏。

5 对策建议

5.1 合理规划，突出特色内涵

云南的生态农业旅游资源要被充分合理的利用。在开发生态农业旅游之前应该有一个科学合理的规划，积极地发挥政府的主导作用，多部门协调搞好规划。由规划部门负责，旅游、农业等有关部门协调配合，一切从当地实际情况出发，充分考量地区各项自然条件和社会条件，权衡各方利弊，着重突出地方特色，发挥地方优势，紧扣生态内涵，增强可持续发展能力。在开展生态农业旅游时，要充分利用云南丰富的生物资源，重点发展一批有云南特色的生态农业旅游产品，像反季节蔬菜、药材、花卉、茶树水果等，扩大这些作物的种植面积，发展特色农业博览园，绿色农业产业园、生态庄园等；深入挖掘云南的少数民族文化资源，像农耕文化、手工技艺、民俗活动、节日庆典、饮食文化等，开发一些具有较强的文化内涵和体验性的生态农业旅游产品；积极创新，打造一些像生态农业主题公园、不同类型的“旅游套餐”、森林旅游等这样的新型生态农业旅游产品。让各种档次、各种类型的生态农业旅游产品满足游客的多样化需要。

5.2 注重营销，提升竞争水平

发展生态农业旅游有利于促进云南经济的发展，各地政府应当扶持正牌生态农业旅游的发展，加大对生态农业旅游的宣传。政府可以对当地一些生态农业旅游资源在政府网站进行发布，吸引更多的消费者和投资者。政府可以采取和开发商联合出资的形式，利用公交站台、机场广告、地铁广告等多种形式进行宣传，也可以积极邀请一些电视节目来取景拍摄。如记录片《舌尖上的中国》的播放，让更多的人了解到了不同地方的传统工艺和美食，想亲自去体验品尝，带动了一些当地传统食品生态食品的销售；综艺节目《爸爸去哪儿》到云南文山的普者黑进行拍摄，明星和孩子一起欣赏当地非常优美的自然风光，亲自体验当地的捕鱼卖鱼的农家生活，让更多的游客纷纷想身临其境。经营者也可以利用一些新型的营销平台像微信、微博、论坛等进行宣传，让更多的消费者了解到云南的生态农业旅游资源。一些经营者把当地的优美景色上传到网络，吸引了大量游客前去观赏、摄影和体验，一些消费者很早就通过微博私信预订其产品。

5.3 加强教育，提高服务水平

在云南省，农村劳动力的文化水平普遍低下，生态农业旅游从业人员的素质参差不齐，直接影响到生态农业旅游的发展。一方面，要让群众具有良好的生态环保意识，可以通过宣传教育、讲座培训、参观学习等形式加强对民众的生态教育；另一方面，应该提高对旅游从业人员素质的重视程度，偏低的文化层次，低端的产品和服务越来越不能满足现代游客的需要。政府要加快对旅游人才的培养，提升他们的服务水平和管理能力，提高他们对当地的文化、风俗的认知水平，开发出更多有品位，风格各异的旅游产品，培养一批专门针对生态农业旅游的导游和经营管理人员，带给游客更高水平的体验。

5.4 政府主导，完善基础设施

一直以来，云南农村地区和城镇地区相比基础设施有着较大的差别，生态农业旅游的发展将这一问题显得更加突出。基础设施作为一种公共物品，外部性明显，但是基础设施投入具有很强的乘数效应，如果没有这些基础设施的投入，相应其他的一些服务也不能提供。私人部门没有投资基础设施的能力和意愿，所以政府部门应在资金和管理建设等方面给予大力的支持，采取政府牵头，将市场机制引入到乡村旅游基础设施的投融资领域，改善生态农业旅游地区的道路、环境、水利等基础设施。全省旅游基础设施得到进一步完善，农村配套基础设施逐步增多，将进一步加快云南省生态农业旅游业的发展。

5.5 保护环境，实现持续发展

生态农业旅游的发展需要良好的生态环境作为支撑，在发展生态农业旅游的同时，也要守住良好的生态环境，实现可持续发展。环境资源和自然资源的利用存在着广泛的外部性，市场机制不能自动的消除外部性，需要采取多种手段来鼓励产生外部经济。一方面，政府可以采取一些公共政策方案，设定污染物排放标准，对那些随意排放废物，产生垃圾，污染环境的行为进

行管制。同时应该重视民众的监督作用，对发现的环境问题可以随时进行监督和举报，有关部门要积极的治理。另一方面，充分运用生态文化保护区和生态文明宣传教育示范基地的宣传示范作用，组织部分领导村民去参观学习，使农民充分明白生态与自身利益的紧密联系。积极加强对游客的动态宣传教育，减少与环境有关的外部不经济行为。坚持生态建设，重视环境保护，才能让美丽云南的生态农业旅游有更强的竞争力。

参考文献:

- [1] 左登华. 生态农业旅游空间发展战略——以山东阳信为例[J]. 商业现代化, 2008 (35) : 239.
- [2] 王语谦. 浅析昆明生态农业旅游开发中的问题及对策[J]. 云南农业 2009 (1) : 52-54.
- [3] 罗雁, 陈正良, 张思竹. 云南山区生态农业发展思路与对策探究[J]. 西南农业学报, 2010, 23 (6) : 2137-2142.
- [4] 倪慧. 生态文明视角下哈尼梯田农业可持续发展的理念路径[J]. 世界农业, 2014 (11) : 156-159.
- [5] 彭泰中, 廖文梅. 信息不对称理论下的农产品市场风险研究——从农民承担的风险视角分析[J]. 农机化研究, 2007 (5): 8-11.