

# 苏州市乡村旅游产品提质增效的发展路径

张梅燕 崔传宇<sup>1</sup>

(苏州经贸职业技术学院, 江苏 苏州 215009)

**【摘要】:** 苏州市不仅乡村众多, 且大多乡村物产富饶、文化深厚, 在发展旅游业方面具有得天独厚的优势。但目前苏州乡村旅游产品还存在着产品开发同质化现象严重、旅游精品的打造有待完善、旅游产品的布局缺乏统筹安排和相互协调等方面的问题。苏州可对乡村旅游产品进一步细化管理, 将乡村旅游产品分为观光游览型旅游产品、休闲度假型旅游产品、文化体验型旅游产品等不同品类, 探索不同品类乡村旅游产品提质增效的有效路径。

**【关键词】:** 苏州 乡村旅游 产品 问题 提质增效 路径

**【中图分类号】** TU982.29 **【文献标识码】** A

## 1 乡村旅游的含义

乡村旅游是以农民为经营主体, 以农村所拥有的经济作物和地方资源为特色, 以满足游客旅游度假为宗旨的村间田野游玩形式。乡村旅游不仅可以使现代都市人的心灵回归精神家园, 也可以调整和优化农村产业结构、改善农民生活水平, 更是实现城乡文化交流、促进城乡统筹的重要渠道。

## 2 苏州市乡村旅游产品概况

苏州气候宜人、物产丰富、文化深厚, 素有江南“鱼米之乡”之称, 乡村旅游的优势十分明显。苏州乡域面积占市域面积的75%, 其中水域面积占到42.5%。目前, 苏州拥有全国农业旅游示范点30处、国家级农业示范园区2处、中国历史文化名镇5处。

苏州自古以来便是旅游胜地, 江南水乡独有的“小桥、流水、人家”的乡村意境, 使得自唐宋以来到苏州浏览的风雅之士络绎不绝。来到苏州便能看到以周庄古镇、经典园林、太湖山水为主的风景线, 这些美妙的景点依靠着悠久的历史 and 经典的文化构成了一道不同于其他地区的旅游线。苏州乡村的田园风光、村落遗产、聚落建筑、民俗文化、产品工艺无一不彰显着吴文化的深厚底蕴与意境。

## 3 苏州市乡村旅游产品存在的问题

### 3.1 乡村旅游产品的开发同质化现象严重

在现代竞争异常激烈的市场经济条件下, 旅游业竞争的焦点集中体现在旅游产品差异化、个性化以及良好服务形象的塑造方面。目前, 周边城市的旅游业如无锡、上海、杭州等正以“新、奇、特”的方式不断崛起, 相比之下, 苏州市乡村旅游产品在开发设计方面的同质化现象比较严重, 多以农家乐、农业园、古镇古村落等形式为主, 对客源市场缺乏深入细致的研究。同

---

**作者简介:** 张梅燕 (1978-), 女, 江苏丰县人, 副教授, 研究方向: 产业经济。

时，观光型乡村旅游产品居多，休闲、专项类乡村旅游产品不足，难以满足市场多层次、多样化的旅游需求。没有立足地域特色，没有对乡村旅游产品做应有的升级和深度开发，是目前苏州乡村旅游亟需解决的问题之一。

### 3.2 乡村旅游精品的打造有待完善

长期以来，苏州的乡村旅游精品主要是以周庄古镇为代表的一些古镇古村及古建筑景观。事实上，苏州也有许多其他具有极强吸引力的乡村旅游特色产品，包括一些非物质的乡村旅游产品，如江南唯一的平原森林公园——肖甸湖森林公园，江南水乡的乡村生产、乡村生活、乡土民俗以及以吴文化为底蕴的太湖渔家生活、丝绸文化、民间音乐、传统艺术、传统工技、民风民俗，等等。但是这些优质的旅游资源与产品一直都没有得到重视和很好的打造、未能形成能全面深度反映苏州文化底蕴的旅游精品。

### 3.3 乡村旅游产业结构不够丰富

一直以来，苏州乡村旅游的发展一直都是围绕着传统的旅游形式进行的，随着旅游行业的不断发展，度假型、文化型的乡村旅行方式在苏州这片土地上没能够得到充分的发展。目前，在苏州乡村旅游的发展过程中，依旧有许多地方只重视自然资源，却忽略了人文旅游的发展；只重视苏州的历史文化元素，却忽略了传统民风民俗的继承，这使得苏州乡村旅游产业结构显得不够丰富。通常游客不用太多时间，便能够将苏州乡村的全貌尽收眼底，而且旅游业周边餐饮、住宿等行业虽然有着一定的规模，但是缺乏一定的特色，并不能够较大力度地带动乡村旅游产业的持续增长。

### 3.4 乡村旅游产品的布局缺乏统筹和协调

苏州是我国首批公布的 24 座历史文化名城之一，具有相当丰富的乡村旅游资源。但由于苏州市乡村众多，乡村旅游资源较为分散，导致苏州乡村旅游缺乏统筹规划和协调发展，乡村资源在开发形式上也较为单一，特色不强。除一些古镇如周庄、盛泽、同里、甪直等具有一定的知名度和品牌价值外，苏州还有众多拥有优质旅游资源的乡村和景区如肖甸湖森林公园、杨湾古村、杨舍镇等，品牌知名度普遍不高，管理者也缺乏足够的乡村品牌打造意识，未从资源整合角度对苏州的乡村旅游线路进行合理的组合设计，从而使得苏州很多拥有优质旅游资源的乡村至今默默无闻。

## 4 苏州市乡村旅游产品提质增效的路径

苏州市乡村旅游资源丰富，类型多样。苏州应培育乡村旅游新业态、优化乡村旅游产品结构、丰富旅游休闲度假产业新供给，以国家古城旅游示范区为重点，按照保持原真、创新利用的原则，将乡村旅游产品分为观光游览型旅游产品、休闲度假型旅游产品、文化体验型旅游产品三大类，细化设计与管理，构建基础实、层次多、运作活的乡村旅游服务新体系，营造苏州城市游、乡村游和谐发展的良好局面，展现苏州一流乡村旅游圣地的新魅力。

### 4.1 苏州乡村旅游应加强品牌设计

游客乡村旅游的目的是为了暂时逃离生活和工作场所，实现精神上的放松，获得良好的旅游体验。因此，苏州乡村在发展特色旅游的过程中，必须更加侧重特色的旅游体验上，让苏州的人文和历史等地方特色能够印到每个游客的记忆中。对于乡村旅游线路的设计中应该加入当地浓厚的地域特色、历史特色、民俗特色，在乡村旅游项目设计上必须更加突出苏州地域文化特色与民俗文化内涵与特征，让游客对当地风土人情和文化技艺有一个更深刻的理解，让游客深入农家体验风土人情，并品味纯正的苏州特色美食。在进行具体的旅游项目设计时，应对苏州地区的历史人文元素进行具体的观察和分析，将苏州乡村丰富的吴文化底蕴与情怀作为切入点进行拓展和丰富，充分融入到苏州特有的“小桥、流水、人家”与“开放、融合、创新”的优良传统和现代时尚的整体设计中，加强品牌底蕴设计，深挖品牌传统与现代相结合的内容内涵，提升苏州整体乡村品牌形象。

#### 4.2 苏州乡村旅游应丰富文化产品类型

苏州乡村应充分挖掘昆曲、评弹、历史名人、舞台剧表演等传统艺术和时尚元素，大力开发乡村文化创意旅游产品，将古典文化与现代时尚文化协调发展。按照保持原真、创新发展的原则，将乡村旅游产品分为观光游览型、休闲度假型、文化体验型三大类，细化分类与管理，以游客为中心，创新产品、丰富产品组合方式，提高游客满意度。例如，将乡村名人生平事迹以说书的形式介绍给游客，设立茶室，让游客坐下来边听边喝茶赏景。乡村管理部门还可以采用文艺表演、舞蹈的方式让游客参与各种娱乐活动，体验传统苏式文化带来的乐趣。这种表演将民俗风情、乡村文化和现代艺术展现在游客面前，让游客们对于苏州乡村的了解不再停留于表面，而是更加了解苏州乡村文化的内涵。多样的活动也可以满足不同游客的文化需求，将乡村文化与时尚文化更好的地结合。

#### 4.3 苏州乡村旅游应加强营销推广

一方面苏州乡村应采用情感营销、公关营销、广告促销、人员推销等方式，加大苏州乡村游的推广力度，如，通过旅游推广、文化节、旅游节等来开展促销活动；还可以邀请拍摄团队为苏州乡村拍摄短视频、宣传片、微电影，举办苏州乡村摄影展；通过社交软件、网络平台让游客随时知道苏州乡村活动，对于参加活动的游客可以赠送特色纪念品，可以是书签、园林建筑模型、茶包小样等；向游客详细介绍、展示苏州乡村资源与文化产品，还可以通过不定期游客访谈，收集游客意见，不断优化苏州乡村形象。

另一方面苏州乡村还应和一些知名的旅行社建立长期稳定的合作关系，通过与旅行社的合作鼓励他们对苏州乡村游进行大力推广。对于能够提升苏州乡村游玩率的旅行社给予物质和精神奖励，对于旅行社的工作人员去苏州乡村游玩给予优惠，在文化节、旅游节的时候邀请旅行社积极参与，让游客充分感受到苏州乡村的魅力。

#### 4.4 苏州乡村旅游应注重生态保护

乡村旅游资源是公共资源，管理部门应该在旅游景点处多设置警示牌，加强对苏州乡村旅游的管理。同时游客也应提高个人旅游素质，积极参与乡村旅游资源保护制度的建设，杜绝不文明的现象，为保护乡村献出自己的一份力量。

苏州应保护乡村旅游资源的真实性和完整性，政府应当建立健全各项保护乡村资源的规章制度。最基本的是不得改变乡村内部原有格局，要保持山水石村的原貌，施工建设时不得对乡村生态造成损害。为了保证制度的可行性，应该规范各方的职责，使制度落到实处，防止乡村建设破坏乡村遗产的整体环境，过度的旅游开发会丧失遗产资源的可持续发展。

#### 4.5 苏州乡村旅游应提高工作人员的综合素质

乡村旅游工作人员的综合素质得到改善，才能更加有效地开展乡村旅游的管理，乡村也才会得到更加完善的发展。因此苏州应开展乡村旅游管理人员和干部的培训工作，提升工作人员基本素质。一些重要的、业务性强的工作应交给专业的从业人员，实行持证上岗制度。制定 KPI 考核制度，实施奖惩措施。乡村旅游管理部门的工作人员应该具有良好的精神状态，树立乡村生态保护意识、爱岗敬业的责任意识，尽心尽力地做好自己的本职工作，维护好苏州乡村原本的风貌，为苏州乡村生态的保护及乡村发展，做出自己的一份努力，使苏州乡村旅游的管理水平不断提高。

### 5 结语

苏州作为“鱼米之乡”“丝绸之府”“工艺之市”“文萃之邦”，自古享有“上有天堂，下有苏杭”之誉。区域位置、文化底蕴、山水园林、特色经济、交通便利都是苏州乡村旅游的先天优势。苏州乡村旅游业也为苏州乡村的经济发展做出了巨大

---

的贡献。接下来苏州乡村旅游项目还须进一步整合资源，形成特色，再造苏州乡村旅游新品牌。应以建设旅游强市为目标，认真实施苏州市旅游总体规划，开发一批具有综合竞争力的精品旅游产品。拓展空间、优化环境，深挖苏州乡村旅游文化新内涵，再展苏州乡村旅游新魅力，进一步发挥苏州历史文化资源优势，增强苏州乡村旅游的吸引力。

**参考文献:**

- [1]李云. 苏州市乡村旅游市场营销策略研究[D]. 苏州大学, 2009.
- [2]李怡宏等. 新媒体背景下乡村旅游推广渠道探析[J]. 乡村科技, 2019 (12).
- [3]刘笑. 苏州园林文创旅游营销战略研究[J]. 经营管理者, 2017 (05).