
新时代无锡休闲农业的品牌发展研究

李梓鉴 吴民杰 王朝 熊元元 张柒森

(江南大学商学院, 江苏 无锡 214122)

【摘要】: 农业正迎来具时代意义的发展契机, 立足于新时代背景, 休闲农业的发展更是核心所在。拟阐述休闲农业的定义, 引进品牌理论, 在无锡当地优秀的休闲农业品牌与国内发展良好的企业之间进行比较研究。通过对比, 为无锡休闲农业品牌的发展, 依据有效的国内优秀企业的发展模式和经验, 提出适合无锡当地企业实情的可行性建议。

【关键词】: 新时代 休闲农业定义 品牌理论 比较研究

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A

1 研究背景

1.1 十九大乡村振兴战略

十九大报告中正式提出实施乡村振兴战略。农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题, 必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重。在乡村振兴战略实施的大背景下, 农业农村经济发展迎来了重大战略机遇。

1.2 政府政策对休闲农业的大力支持

休闲农业是田园综合体中必不可少的一部分, 甚至可以说是众多田园综合体的核心。无锡市政府对休闲农业的发展确定了一个总目标: 到 2020 年, 力争使全市休闲观光农业成为农业供给侧结构性改革的重要产业、促进农民持续增收的战略产业和繁荣农业农村经济的支柱产业。

2 休闲观光农业的内涵

2.1 休闲观光农业的概念

休闲观光农业是农业和旅游业相结合而产生的一种新型产业形态, 是将农业和农村相结合并作为载体的一种生态旅游。休闲观光农业以农村、农民、农业独特的生产形态、民俗风情、生活方式、乡村风光、乡村居所和乡村历史文化为依托, 充分利用城乡差异的特点, 通过规划和开发, 利用田园景观、自然生态以及环境资源等为人们提供具有观光休闲、旅游娱乐等功能的活动场所和活动形式, 来增进居民对农业和农村体验为目的的农业经营形式; 是结合生产、生活与生态三位一体的农业。

2.2 休闲观光农业的理论基础

2.2.1 农业的多功能性理论

农业的多功能性理论起源于日本,该理论指出“农业除了具备生产粮食和植物纤维等农产品这一主要和传统的认知功能外,还具有其他经济、社会和环境方面的非商品生产功能,主要包括形成农业景观、维护生物多样性、保护农村活力和地区发展平衡,保护农村文化遗产等”。这一理论为现代农业的发展提供了新的发展思路 and 方向,为休闲观光农业的发展奠定了重要的理论基础。

2.2.2 可持续发展理论

可持续发展理论可以认为是休闲观光农业的指导性理论。可持续发展理论要求在发展经济的同时,遵循人与自然和谐共处,整体、协调、循环、再生的原理。休闲观光农业完美地体现了这一理论,在发展农业和旅游业的同时,又能够起到保护和改善自然环境的作用,实现了可持续发展。

2.2.3 体验经济理论

体验经济理论是美国经济学家派恩在《体验经济》一书中提出的。体验是使每个人以个性化的方式参与其中的事件。体验的类型有四种——娱乐、教育、逃避和审美,且“体验经济”终将取代服务经济。体验经济的一大特点是互动性。

3 地区化案例分析

3.1 江西休闲农业案例分析

江西作为中国传统农业大省,同时是全国首批建设田园综合体的试点省之一,建设有黄马·凤凰沟、高安巴夫洛为代表的多个田园综合体,在探索过程中形成了一些独特经验,打造了品牌化、集成化、规范化、联盟化的特色休闲农业,为相关建设提供了方向。

3.1.1 立足农业,发展服务业,实现产业的引进融合发展

采取“生态农业+田园休闲”相结合的模式,实现产业升级以及多元化发展,深化农村产业结构,在传承发展农业的基础上,推出果蔬采摘、畜禽认养、果树认种等相关家庭休闲活动,打造农村旅游品牌。打造一批农家乐联合体,推出一批“民宿+农地”休闲养生产品。根据田园综合体的自身条件及不同特色,加强与携程等互联网平台的合作、打造田园综合体电子商务平台。

3.1.2 出台相关专项政策,引进外来资源,促进当地资源充分利用

在农村休闲农业,田园综合体的建设过程中针对综合体建设用地问题出台优惠政策,减少不必要的纠纷,提高行政以及建设效率;同时综合体的建设过程需要外资的引进,相关的政策可以帮助当地加快建设速度。

3.1.3 加强基础设施建设,利用科技,提高自身形象

打铁还需自身硬,加强“田园+农村”基础设施建设,推进社区建设,统筹设置不同的功能场所,在保留自身特色的基础上进行现代化工业科技气息的引进。

3.2 台州休闲观光农业分析

据相关数据,浙江台州休闲农业成为农民就业、增收的新渠道,成为增加集体经济的新平台。目前全市有全国休闲农业与乡

村旅游示范县 1 个、示范点 3 个,中国美丽田园景观 4 个,中国最美休闲乡村 1 个,市级以上休闲农业园区 15 家,农家乐休闲旅游村(点) 271 个,其中市级以上农家乐特色村(点) 132 个,促进了经济的极大发展。在发展中具有如下特点。

3.2.1 立足规划,实现整体化建设

在田园综合体建设初期,做好相关的项目规划,充分考虑可行性和其它影响因素,确保项目的可靠实施,做好相关的土地利用、农业发展、城镇发展和旅游相衔接的工作,以实现项目的整体性、前瞻性和延续性。

立足农业发展实际,设计鲜明特色,发展自我优势,分利用田园景观、自然生态等资源,开发生态功能和社会功能,实现全方位多层次的整体性建设。

旅游和农业产品要贴合市场针对不同的消费人群和需求,开发个性化的休闲旅游产品以满足相关的购买心理,实现游客参与以及积极性的调动。

3.2.2 以农为主,依民而建

充分发挥农民主体作用,大力鼓励广大农户、农民专业合作社和村集体经济组织等以多种方式参与进农村田园综合体的建设规划过程,听从民意,使他们参与休闲观光农业的发展,在保障他们的生产积极性的同时也可以真正实现造福于民的伟大愿望。

4 品牌理论综述

4.1 发展阶段

(1) 品牌形象理论,该理论认为每一个广告都是对品牌的长期投资,是不惜牺牲短期效益的诉求重点。消费者追求实质利益和心理利益,广告尤其应重视品牌形象。

(2) 品牌战略理论,随着市场竞争的加剧,企业之间相互模仿借鉴,市场趋于同质化,此时品牌是区分竞争对手的重要标志,这是企业的核心竞争力所在。

4.2 最新阶段

(1) 品牌心理理论,该理论指出,品牌的成功与否,取决于是否同消费者心理联系起来。消费者通过品牌满足产品和服务的使用价值,其次追求心理上的认同,通过品牌来展示需求,同时获得心理满足。

(2) 品牌互动理论,该理论的核心是吸引消费者的参与,在参与的过程中产生互动,使消费者接受品牌所传递的信息。在互动过程中相互之间得到反馈,使产品适应单个消费者的需求,从而提升客户满意程度。

4.3 衡量品牌强度的指标

企业发展到一定高度,智力资本将成为创造财富的重要来源,衡量一个企业品牌的价值能反映出智力资本的总和,对品牌强度的衡量可以依赖一定的指标表现;衡量品牌强度的指标包括品牌知名度,市场占有率,顾客回头率,市场竞争情况,规模效益等。可选取适当的品牌强度指标衡量品牌的发展状况,从而为实现品牌化管理,走品牌化道路提供具有可行性的思路。

表 1 衡量品牌强度的指标

一级指标	二级指标	一级指标	二级指标
忠诚度	客户满意度	品牌支持	政府支持度
	品牌知名度		公众支持度
	客户回头率		
市场性质	市场进入	品牌文化	品牌个性
	市场政策		品牌形象
品牌领导力	市场占有率	品牌延伸	品牌规模
	品牌收益率		品牌创新

以上为品牌指标体系的分级因素,企业通过构建品牌指标体系,对于企业自身的品牌强度,能形成衡量的参照,从而依据指标的优化和调整建设品牌。

5 “田园东方”发展综述

5.1 现状分析

无锡阳山田园东方是无锡阳山规划打造的首个“田园综合体”项目,集合大型生态农业、旅游休闲度假、田园生态居住于一体。在建设无锡阳山田园东方综合体时,就根据当地的特色和自然环境规划出“四园+四区+一个中心”的理念,是典型的互融开发模式。

阳山镇被称为“中国水蜜桃之乡”,其运营模式为打造生态、生产、生活的三生的产品功能,通过农业、加工业、服务业的有机结合与关联共生,实现生态农业、休闲旅游、田园居住复合功能。它吸引着在沿海地区,特别是长三角地区的人们,利用他们想要返璞归真却又不愿奔波忙碌的心理来打造一个城市边缘处的真实大自然。

在完成初期的基础建设之后,为了更进一步的满足消费者需求,规划别墅、修建酒店、引进教育机构等方式也在逐步开展,截至目前已经完成大部分工程,当然,别墅的价格和酒店住宿的价格也是定位于中上档次,教育机构更是多以私立名校为多。

表 2 2017 年无锡阳山田园东方别墅规划

联排别墅面积区间	套数	配比
90-100	70	20.77
120-130	69	20.47
140-150	115	34.12
150-160	4	1.19
170-180	70	20.77
180-190	1	0.3
220-230	8	2.37

5.2 田园综合体发展模式的异同

5.2.1 相同点

(1) 将农业、服务业、加工业进行有机结合,实现生态农业和休闲旅游的互融发展。

田园综合体就是以自然风光为基础,以原生态农业和生活方式为途经二者结合所形成的一个综合体系。农业、服务业和加工业的有机结合,不但能够让都市生活的人们能够亲近感受质朴生活的魅力,而且大多数时间处于享受乐趣之中。

(2) 选取位置交通便利,并且有着一定的历史文化。

便利的交通是田园东方综合体的一大发展要素。单纯的秀丽景色还不足以让游客流连忘返,更为吸引人的是其历史底蕴。一个综合体的形成不但要有广度,还需要有厚度,历史文化的遗留则最为深厚。

(3) 响应国家政策,抓住机遇。

在“新型城镇化”、“美丽乡村”等国家政策下,借助“田园综合体”模式探索“田园”经济,无疑符合国家政策、产业发展大势。

5.2.2 不同点

(1) 对消费人群的定位不同。

每个田园综合体所定位的消费人群不同,例如无锡阳山田园东方综合体定位的消费人群为中高层次,所对应的消费水平也要高出许多。有的田园综合体还仅仅停留于旅游观光、休闲农业,而无锡阳山则是更倾向于吸引人们定居。

(2) 立足农业的方式不同。

虽说都是需要立足于农,但发展方式却不相同。台州休闲观光农业是依民而建,江西休闲农业是引进服务和科技力量,无锡阳山则是更大程度的保留历史文化,乔迁居民,修缮旧址。

6 对策建议

6.1 政府行为

6.1.1 科学规划,政策引导

对无锡休闲观光农业的发展,要坚持科学发展观,将休闲农业和乡村旅游进行有机结合。可以通过一系列法律法规,加以贯彻落实,利用政策法规科学引导休闲观光农业的发展。首先,是要加强当地农户的素质,规范规章制度,积极进行培训,从而提升整体的服务标准。其次,应该加强政府资金的投入,加强基础设施的建设,并且给予相关企业一系列的优惠政策,引导企业积极进入休闲农业领域,推动“公司+农户”,“公司+协会”,“农户+合作社”,“五体互动”等模式的发展。最后,政府还应该推动土地制度的改革,以承包地经营权的转包、出租、互换和入股等方式推动土地流转,盘活土地资源,实现双赢或多赢。

6.1.2 加强监管,规范行为

对于休闲观光农业,政府在引导企业和农民积极发进入和参与的同时,还要注重可持续发展理念,不能以损害环境等来换取经济上的利益。因此,要加强对企业和农户行为的监管,规范其行为,使其在政策引导的范围内积极发展,而又不损害当地的长久利益。

6.1.3 培育龙头,强化品牌

品牌化是休闲农业的重要一环,打造好无锡当地的休闲观光农业的品牌,有利于为休闲农业提高其附加价值,阳山水蜜桃就是打造好品牌的一个重要例证。与此同时,培育龙头企业,可以起到示范作用,起到积极的带动效应,从而推动整个休闲观光农业的发展。

6.2 企业行为

6.2.1 坚持特色化经营

休闲农业与乡村旅游的特色化是指休闲农业与乡村旅游要具有风格独特、特色鲜明、个性十足的特点。企业要学会深度挖掘当地的乡村文化,积极带入风土人情,为游客带来不同寻常的体验,吸引人们的眼球。文化创意是体现当地休闲观光农业的重要一点,将文化创意植入各类产品当中,所带来的一系列附加值将是难以估量的。

6.2.2 科技引领企业发展

将现代农业技术与休闲观光农业相结合,是当今休闲农业的发展趋势,也是重要突破点,例如无土栽培技术等,对于休闲观光农业都有着借鉴作用。然后便是与互联网的结合,在大数据的时代下,充分利用互联网的功能是十分有必要的。通过加强对互联网的引用,建立信息化、网络化、智能化的现代管理措施,既能够有效宣传推广,又能够切实提高企业的管理效率。

6.2.3 加强顾客多元化体验

将休闲观光农业与旅游度假相结合,根据不同顾客,提供不同的特色体验,将会有效满足顾客的需求。例如采摘园、度假村、各类休闲疗养项目等,尽其所能,丰富项目,也是增强休闲观光农业生命力的重要一环。

参考文献:

- [1]李文君. 观光农业的规划设计理论发展探析——以无锡阳山田园东方为例[J]. 中国园艺文摘, 2016, 32(7):116-120.
- [2]徐斌. 无锡市休闲观光农业发展研究[D]. 南京:南京农业大学, 2011.
- [3]蔡碧凡, 夏盛民, 俞益武. 乡村旅游开发与管理[M]. 北京:中国林业出版社, 2007:32-33.
- [4]王皓. 台州休闲观光农业案例分析及对策研究[J]. 农技服务, 2015, 32(5).
- [5]张慎娟. 新时期我国休闲农业发展趋势与策略分析[J]. 农业经济, 2018, (10):64-66.
- [6]袁胜军, 周子祺, 张剑光. 品牌力评价指标体系研究[J]. 经济学家, 2018, (03):96-104.