

# 乡村振兴背景下城郊乡村旅游发展策略

## ——以都江堰市柳街镇为例

徐政 金彦辰 傅卓颖<sup>1</sup>

(四川农业大学 四川 成都 610000)

**【摘要】:** 大力发展城郊乡村旅游对乡村振兴战略的实施有着积极的作用, 乡村振兴战略的实施和乡村旅游产业的发展, 为城郊地区发展乡村旅游提供了难得的历史机遇。选取城郊村镇典型区域都江堰市柳街镇为研究区域, 运用 SWOT 分析法, 结合研究区发展乡村旅游的优势、劣势、机会、威胁特点, 对柳街镇乡村旅游发展现状进行了系统分析, 提出了柳街镇乡村旅游发展策略, 以探索城郊村镇发展乡村旅游的途经。

**【关键词】:** 乡村振兴 乡村旅游 城郊 SWOT 分析 发展策略

**【中图分类号】** F592.3 **【文献标识码】** A

乡村振兴战略中指出实施休闲农业和乡村旅游精品工程, 乡村旅游成为乡村振兴事业的重要组成部分。乡村振兴战略的落实, 为乡村旅游快速发展安上了腾飞的翅膀。乡村旅游在地域上可以分为城郊型和远郊型, 发展城郊乡村旅游不仅切合了乡村振兴战略的实施, 而且对于解决“三农”问题具有重大意义。发展乡村旅游可以吸引城市的资本、人才、信息、技术、管理等生产要素向农村地区流动, 盘活农村闲置资源, 完善农村地区基础设施, 推动农村一二三产业融合发展, 增加农村居民收入。

### 1 研究区域概况

柳街镇地处都江堰最南端, 幅员面积 47.2km<sup>2</sup>, 镇域人口 4 万余人, 辖 13 个村, 2 个居民社区, 228 个居民小组。柳街镇距成都市区 41km, 距都江堰市区 27km, 南与崇州市观胜镇交界, 北与本市石羊镇接壤, 西与本市安龙镇相连, 东与温江区寿安镇毗邻, 是都江堰境内唯一一个进入成都市“半小时经济圈”的乡镇。自成青快速通道开通以来, 柳街镇区位优势凸显, 成为都江堰市对外连接的南大门。近年来, 柳街镇在都江堰打造国际生态旅游名城建设目标下, 依托镇域内资源优势和田园文化本底, 乡村旅游得到了快速发展, 柳街镇接待游客从 2016 年的 16 万人次增加到 2017 年的 23 万人次, 2018 年已超过 52 万人次, 带动百姓实现年人均纯收入达 2.8 万元。乡村旅游已成为当地经济发展和农民增收的主要动力。

### 2 都江堰柳街镇乡村旅游 SWOT 分析

#### 2.1 柳街镇乡村旅游发展优势 (S)

##### 2.1.1 丰富的旅游资源。

<sup>1</sup>**作者简介:** 徐政 (1996-), 男, 四川巴中人, 在读硕士研究生, 研究方向: 乡村旅游、农户贫困; ;金彦辰 (2000-), 女, 浙江金华人, 在读本科生; ;傅卓颖 (1999-), 女, 浙江金华人, 在读本科生。

**基金项目:** 教育部人文社科青年基金项目“家庭生命周期、可持续生计与精准脱贫研究”(编号: 19YJC790126);四川省科技厅软科学项目“落实中央 1 号文件精神赋予农业科技人员科技成果所有权研究”(编号: 2019JDR0194)。

---

柳街镇位于都江堰市，都江堰坐拥文化、自然、灌溉工程三大世界遗产，市域旅游资源量多质高，发展潜力大，吸引了众多海内外游客来此观光旅游，旅游市场广阔。柳街镇作为都江堰乡村旅游的重要组成部分，素有“川西水乡”、“兰草之乡”、“诗歌之乡”美誉。镇内七里诗乡景区集大地生态景观、川西林盘、乡村绿道、田园诗歌文化、民俗非遗技艺展示于一体，近来成为成都周边远近闻名的乡村旅游打卡点。

#### 2.1.2 优越的区位交通。

柳街镇位于都江堰市最南端，西南与崇州接壤，东距成都市中心 40km，北离都江堰主城区 27km，是都江堰境内唯一直接融入成都“半小时经济圈”的乡镇。A24 县道、成青快速旅游通道、中崇路、玉沿路、柳安路及四通八达的乡村机耕道水泥路在镇域内纵横交织，驾车距著名川西古镇——街子古镇以及元通古镇不到 15km，只需半小时便能到达，交通优越，通达性强。

#### 2.1.3 优质的自然环境。

柳街镇属亚热带湿润季风气候，全年气候温和，年均气温 17℃，雨量充沛，无霜期长，四季分明。集镇内遍种柳树，植被丰富，境内金马河、羊马河、黑石河、沙沟河穿镇而过，给柳街古镇带来了无穷的神韵和灵气，为柳街镇打造“青城湖”国际生态旅游度假区、建设川西林盘提供了得天独厚的条件。

#### 2.1.4 良好的政策环境。

都江堰市政府高度重视旅游业，将发展旅游业作为区域的主导产业大力培育。柳街镇紧紧围绕都江堰市建设成都旅游休闲度假卫星城和市委、市政府关于乡村旅游国际化、精品化的战略取向，结合柳街实际，用好用活“院落治理、诗歌文化、柳街薹秧歌、农业大地景观、田园乡愁、特色民宿”等资源，促进乡村旅游发展。

### 2.2 柳街镇乡村旅游发展劣势（W）

#### 2.2.1 旅游资源开发力度不够，产品缺乏创新。

柳街镇近年来承办了一系列活动，诸如农民丰收节、都江堰油菜花节、“2018 梦回田园·中国（都江堰）田园诗歌节”等等，吸引相当多的游客来此观光旅游，但是也出现了这样一种情况，“引得来客人，留不住客人”。游客在此游玩时间多为 1~2 天，其中当天往返游更是普遍。造成这种现象的原因在于当地现有的旅游类型不够丰富，产品缺乏创新性与名气的增长还不相匹配，不能满足游客的多方面多层次需求，使得旅游者在此逗留时间不长。

#### 2.2.2 缺乏高质量多规格的旅游服务配套设施。

近年来柳街镇乡村旅游发展势头向好，随着游客增多的同时也出现了现有基础设施无法满足游客的需求现象。根据实地调研，发现游客对餐饮、休闲服务（茶水、棋牌等）、购物、停车等各方面都有诸多不满，存在部分景观绿道损毁未及时修复的情况，以及由于交通指示牌不够健全导致旅游者因看不到标识走错路的情况时有发生，极大败坏了游客的兴致。

#### 2.2.3 缺乏高素质的旅游技术人才。

目前柳街镇乡村旅游从业人员中，大多是农民，从业人员文化素质整体偏低，缺少高素质旅游从业人员，旅游人力资源总量和后备力量都明显不足。乡村旅游农家乐、民宿等经营以家庭成员为主体，他们中大部分人缺乏相关的服务经验，也缺乏管理和经营上的经验。这就造成当地乡村旅游业的服务水平不高，游客对都江堰柳街镇乡村旅游的印象有所折扣。

## 2.2.4 乡村旅游缺乏与周边地区的旅游合作。

都江堰柳街镇作为诗歌特色小镇，在突出田园诗歌文化的同时，与周边市内盆景艺术小镇——安龙镇、川芎养生小镇——石羊镇等在产品项目和产品线路设计上未有机融合。作为都江堰特色小镇的重要组团，柳街镇有必要在都江堰——青城山旅游环线内加强同周边特色小镇的合作，打造乡村旅游特色环线，扩大旅游影响力，以此吸引更多的游客，提升旅游效益。

## 2.2.5 缺乏有效的旅游营销机制。

都江堰市的对外城市宣传一直以“问道青城山，拜水都江堰”为宣传语，加上都江堰旅游门户网站的信息介绍多以都江堰、青城山为宣传重点，缺少周边乡村旅游景点的介绍，要么是内容简短要么是很久不更新，外地游客难以形成对都江堰丰富乡村旅游资源的认知。柳街镇作为一个特色小镇，人口总量和经济基础摆在那里，规模不可能太大，发展动能不足，所以必须深挖定位，做大做强优势——诗歌文化。柳街镇目前宣传促销工作存在诸多问题，比如宣传方式单调、内容单薄；渠道单一、手段缺乏，不能做到多方参与；信息更新不及时，缺乏时效性。因而旅游营销效果往往不尽如人意，达不到预想的成果。

## 2.3 柳街镇乡村旅游发展机会 (O)

### 2.3.1 政府对旅游业的重视。

近年来都江堰政府制订出台了《都江堰市旅游产业扶持与奖励办法》、《都江堰市旅游公共设施三年提升行动计划（2018—2020年）》等涉旅产业扶持政策，设立旅游发展专项资金，支持全域旅游发展；组建了都江堰国际旅行社、都江堰文化旅游投资集团，推进旅游资源整合与推介；成立专门的旅游警察，加强旅游市场监管执法和规范经营活动，维护良好的旅游市场秩序。

### 2.3.2 新的重大交通基础设施建设。

2016年9月19日，成都“三绕”都江堰段正式开工建设；2017年8月31日，为旅而生的专线客运都江堰M-TR旅游客运专线工程项目正式签约；2018年3月，都江堰市至四姑娘山山地轨道交通项目启动……这些重大交通工程的修建，不仅促进了区域经济交通的一体化，而且有效地将都江堰同周边的旅游资源串联起来。此外，柳街镇充分利用政策资金支持结合原有辅道、村道、机耕道，修建乡村田园绿道，为游客及村民绿道骑行、徒步健身等提供了绝佳场所。

### 2.3.3 新定位新规划的落实。

2015年《成都市新型城镇化规划（2015-2020年）》的发布，都江堰有了新的定位，发展为国家历史文化名城，国际旅游城市，以旅游休闲业为主导的卫星城，不久后便出台了都江堰市旅游业发展十年规划（2016-2025）。规划针对都江堰市14个乡镇的资源特点，提出打造特色旅游小镇，比如诗歌小镇（柳街镇）：以柳街镇已经举办的田园诗歌吟诵节为基础，整合农耕文化湿地庄园和水月社区创意民宿，拓展与诗歌相关的文化展示、体验内容，打造独具诗情画意的诗歌小镇。

## 2.4 柳街镇乡村旅游发展威胁 (T)

### 2.4.1 旅游建设难度增大。

随着社会信息传播方式的快速发展，游客与市民的自我保护意识增强，他们有了空前的主动权及参与权。都江堰14个特色小镇的建设，需要巨大的资金投入，柳街镇要建设成诗歌小镇，除了根植自身的基础优势，还需要政府大量的资金投入。除此

---

之外，随着同省其他乡村旅游目的地的发展宣传也会给都江堰的乡村旅游带来冲击，造成游客的分流，削弱柳街镇的旅游竞争力。

#### 2.4.2 旅游市场外部环境竞争更加激烈。

随着乡村旅游持续高速发展，各旅游目的地间的竞争将更加激烈。就成都市来看，有改革开放的“乡村振兴样本”——郫都区战旗村、人面鲜花相映红——三圣乡、中法传统风情小镇——白鹿镇、古色古香街子镇等等，吸引了大量的游客来此旅游。但这些乡村旅游目的地既是成都周边乡村游的有机组成部分，也形成了互相竞争的激烈局面，给柳街镇乡村旅游发展带来巨大的考验。

#### 2.5 柳街镇乡村旅游发展战略定位

根据 SWOT 分析原理，即利用内部优势和外部机遇，减弱和减少内部劣势，化解外部威胁，得出都江堰柳街镇发展乡村旅游的新战略，包括增长型战略（SO）、扭转型战略（WO），多元型战略（ST），防御型战略（WT）。

##### 2.5.1 SO 战略（增长型战略）。

发挥内部优势，抓住外部机会。柳街镇有着丰富的旅游资源、优越的区位交通、优质的自然环境，这对于乡村旅游的发展极为有利；现在上下级政府对发展乡村旅游提供的一系列政策支持，更是助推了柳街镇的乡村旅游发展。柳街镇应在认真分析自身优势的基础上，结合国家政策利好，做好旅游产品的创新，充分发挥自身优势，发展乡村旅游。

##### 2.5.2 WO 战略（扭转型战略）。

利用外部机会，克服内部弱点。虽然目前柳街镇乡村旅游发展趋势越来越好，但柳街镇的乡村旅游发展仍存在着诸多问题，旅游产品单一、服务配套设施落后、缺乏高素质旅游人才等不可忽视。柳街镇在新定位新规划中，应该加强同周边乡镇的协作，形成乡村旅游环线，着重对柳街镇诗歌文化特色的宣传，提升柳街镇诗歌小镇形象；抓住有利的外部机会，克服自身劣势，变缺陷为优点，寻求更大的发展。

##### 2.5.3 ST 战略（多元型战略）。

依靠内部优势，对抗外部威胁。乡村旅游近年来在多地发展迅速，涌现出一批具有竞争力的特色村镇，乡村旅游竞争日益白热化，柳街镇要充分发挥自身优势，依托优势资源，引进社会资本，不断深挖诗歌文化、川西特色林盘文化、民俗文化以及特色民宿，做大做强优势，打造一批极具特色和竞争力的乡村旅游项目，吸引更多的省内外游客来此旅游、体验诗歌文化。

##### 2.5.4 WT 战略（防御型战略）。

克服内部弱点，避免外部威胁。对于柳街镇乡村旅游发展的劣势和威胁，既要充分认识它，也不能害怕止步不前。柳街镇的发展定位是诗歌小镇，除了举办诗歌文化节等活动，在村民的日常生活中必须着力营造田园诗歌氛围，让诗歌文化融入百姓的生活中，这样一来无论市场竞争多激烈，柳街镇以不变应万变的诗歌文化特色总可以吸引相当大数量的游客。

综上所述，都江堰柳街镇发展乡村旅游的劣势大于优势，机会大于威胁，应优先考虑扭转型战略，其次为增长型战略，同时结合多元型和防御型战略。

### 3 都江堰柳街镇乡村旅游发展策略

#### 3.1 农旅结合，凸显以大地景观为本底的生态之旅

做美大地景观，完善基础硬件。依托建成的现代农业项目，引导群众成片种植油菜、水稻等农作物，以“农作物彩化”形成美丽的农业大地景观。通过基础设施的配套，建设以观景道路—观景台—休憩点等为一体的基础设施。将现代农业项目与周边点位、院落有机串联，形成“现代农业项目核心区—青城湾湿地庄园—黄家大院—百益农场”农旅观光线，作为全镇乡村旅游的突破点，带动辐射其他点位、院落经济发展。

#### 3.2 文旅融合，锤炼以诗歌文化为承载的人文之旅

一是建设“诗乡”绿道脉络。利用原有乡镇道路，新改建田园绿道，打造以诗歌为特色的文化绿道，通过绿道将田园、景观、林盘、产业融为一体。二是筑牢“诗乡”人才支撑。培育壮大乡村旅游协会、民宿协会等社会组织，充分发挥本土能人引领示范作用，引导群众参与景区建设。三是强化“诗乡”品牌推广。依托电商平台，打造七里诗乡品牌，销售本土特色农副产品和旅游文创产品；制作七里诗乡手绘地图，借助“遇见都江堰”“每日都江堰”“诗意柳街”等新媒体及“成都日报”等传媒做实宣传，探索“线上+线下”的综合营销模式。

#### 3.3 做美民宿，打造以田园乡愁为内涵的忆乡之旅

依托“一线、一湖、一特色（一线：成青旅游快速通道；一湖：青城湖；一特色：田园诗歌小镇）”打造特色川西民宿。在此基础上，提升服务质量。进一步优化服务，着力提高服务水平和从业人员素质，完善接待、礼仪、标识标牌等服务软硬件。针对乡镇相关部门尤其是旅游部门干部、乡村旅游管理人员和乡村旅游从业人员，对乡村旅游发展的基本知识、基本技能、经营理念、安全及卫生知识、文明礼仪等方面开展深层次的培训。

#### 3.4 办活节会，构建以节会系列为载体的体验之旅

一是办好春苔会。春苔会有着最接地气的川西风俗，丰富多彩的天府农耕文化。游客正月十五来此不仅可以欣赏到各种川西林盘、品味川西美食，还可以体验天府文化在这里的独特风味。二是总结柳街过去成功举办的民俗文化节、都江堰田园诗歌节等活动经验，查漏补缺，增创亮点，完善基础配套设施，举办更多更具特色的节会活动，做到“文化有魂、农业有景、民宿有味”，使之更加精品化，不断聚集乡村旅游的名气和人气。

#### 3.5 狠抓推介，形成以立体宣传为网络的宣传格局

一是打破传统宣传方式，多层次、多载体推进宣传营销。在节会活动前就制定宣传预案，落实宣传预热、造势、引爆各环节重点，找好宣传引爆点，实现各环节无缝衔接。二是多层次、多载体层层推进。以新媒体为重点，形成报纸、新媒体（网络、微信、微博）、电视立体化宣传格局。三是拍摄柳街乡村旅游宣传专题片。以宣传乡村旅游为主要内容，融入诗歌文化、非遗“柳街薅秧歌”、农业大地景观、散居院落、民宿旅游等元素，邀请专业团队拍摄制作柳街镇视频宣传片，在地铁和公交车车载电视屏幕上播放。

#### 参考文献：

[1]高文智. 旅游圈层结构理论对城郊乡村旅游开发模式的借鉴与启示[J]. 农业经济, 2016(3):53-55.

- 
- [2]张健,董丽媛,华国梅.我国乡村旅游资源评价研究综述[J].中国农业资源与区划,2017,38(10):19-24.
- [3]陆林,任以胜,朱道才,等.乡村旅游引导乡村振兴的研究框架与展望[J].地理研究,2019,38(01):102-118.
- [4]张莉,邵俭福.精准扶贫视角下发展乡村旅游的意义、困境及路径探究[J].农业经济,2019(03):30-32.
- [5]刘长江.乡村振兴战略视域下美丽乡村建设对策研究——以四川革命老区D市为例[J].四川理工学院学报(社会科学版),2019,34(01):20-39.
- [6]孔德林,黄远水.城郊型乡村旅游发展的影响机制、困境及对策研究——基于城市化影响的视角[J].北京第二外国语学院学报,2009,31(07):30-35.
- [7]唐召英,阳宁光.论城郊乡村旅游发展的动力机制及可持续发展对策[J].农业环境与发展,2007(06):36-38.