

乡村旅游高质量发展的困境及路径优化

——基于四川省 17 县（区）25 个乡镇的调查

柯晓兰¹

(四川行政学院 决策咨询部, 四川 成都 610072)

【摘要】: 以乡村旅游高质量发展为研究对象, 通过对四川省 17 县（区）25 个乡镇的调查, 探讨该省乡村旅游高质量发展的困境及其深层原因, 提出优化路径。结果表明: 四川省不同地域乡村旅游发展程度不一, 但普遍存在统筹力度不强、协同合作不力、业态融合不深、利益联结不畅等问题。据此, 提出以因地制宜为前提, 在缓解同质化的过程中更加注重个性化“品质”, 在匹配供需的基础上积极引导需求, 在深化协作的进程中强调更有效率的增长, 以促进乡村旅游高质量发展与乡村全面振兴多重目标的整体联动和有效达成。

【关键词】: 乡村振兴 乡村旅游 高质量发展 路径优化

【中图分类号】: F590.75 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1005-8141(2021)10-1247-09

2021 年, “中央一号”文件提出开发休闲农业和乡村旅游精品线路, 完善配套设施。依托丰富的红色文化资源和绿色生态资源发展乡村旅游, 是实现乡村振兴的好做法。事实上, 各地乡村旅游发展如火如荼, 释放出较大的经济效益、生态效益、社会效益和文化效益, 成为乡村发展的新动能。但是, 乡村旅游发展经历了一个时期的“井喷式”增长后, 过密化、同质化、低质化、供需不匹配等问题不断涌现, 制约了乡村旅游在全面推进乡村振兴进程中的作用发挥。“十四五”时期, 我国经济社会发展以推动高质量发展为主题, 基于全面小康后的市场需求全面升级, 脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的要求全面升级, 乡村旅游如何在既有发展水平上, 持续探索高质量发展的推进路径, 不断推动供给侧改革、优化要素供给、完善合作机制、培育发展动能, 更加有效地助力乡村全面振兴, 是当前乡村旅游转型升级的重要议题。

1 文献综述

随着高质量发展主题的提出, 国内学术界围绕乡村旅游高质量发展的研究正在起步, 主要集中在 3 个方面: ①阐释乡村旅游高质量发展的意涵特征。于法稳、黄鑫、岳会从生态经济学的角度, 围绕资源禀赋、规划引领、供需匹配与产业结构等方面解读乡村旅游高质量发展内涵^[1]; 崔健、王丹从价值论、境遇论、建构论“三重论域”提出乡村旅游高质量发展是以绿色发展理念为指导, 旨在实现乡村经济、社会、生态三者协调与可持续发展的全新发展模式^[2]; 银元从因地制宜、农文旅融合、促农增收 3 个方面论述了乡村旅游高质量发展的关键要素^[3]。学者们普遍关注乡村旅游的综合效益提升, 认为乡村旅游高质量发展是在可持续发展基础上的一次转型升级, 在过去规模扩张的基础上, 更加注重内涵发展及对农业农村现代化的贡献。②探讨乡村旅游高质量发展与全面推进乡村振兴的耦合协调关系。邓小海、肖洪磊认为, 从脱贫攻坚到乡村振兴, 乡村旅游要致力于突破以“一达标、两不愁、三保障”为要的“局限性的经济为上”, 转向基于乡村五大振兴的“全方位的高质量发展”^[4]; 李志龙以凤凰县为案例, 通过构建乡村振兴和乡村旅游的评价指标体系, 计算其综合评价指数、协调度和协调发展度, 分析了乡村振兴与乡村旅

¹作者简介: 柯晓兰 (1983-), 女, 四川省南充人, 讲师, 主要从事公共文化和旅游研究。

基金项目: 国家社会科学基金重点项目 (编号: 20AKS003); 教育部人文社会科学研究规划基金一般项目 (编号: 19YJA810012)

游的关联机制与演化规律,认为两者相互作用、相互影响,形成“压力→嵌入→调整→协调”的耦合发展过程^[5];戴克清、蒋飞燕、莫林丽以六安大别山为例,选取乡村振兴背景下符合高质量发展要求的评价要素,构建了包括3个测度维度、6个核心要素及18个具体指标在内的乡村旅游高质量发展评价体系,指出乡村治理、产业融合、资源禀赋在高质量发展中发挥重要作用^[6]。由此可见,全面推进乡村振兴背景下,乡村旅游高质量发展不仅是乡村产业的路径选择,更是乡村五大振兴的重要聚合与强劲动力。③探索乡村旅游高质量发展的模式与路径。张碧星基于产业链视角探寻乡村旅游产业化道路,从资源整合、人才队伍、品牌打造等方面提出乡村旅游高质量发展路径^[7];武少腾通过对四川乡村旅游的综合评价得出四川乡村旅游可持续发展处于中等水平,有较大提升空间,而交通条件和旅游收入占比成为主要制约因素^[8];马斌斌以全国首批320个乡村旅游重点村为研究样本,对其空间分布特征、类型结构、产品形态等方面进行识别,认为资源禀赋基础、经济发展水平、客源市场规模、交通区位条件、政策和创新环境是主要影响因素^[9];肖黎明、王彦君、郭瑞雅基于“留住乡愁”的理念,从环境要素、经济要素、民生要素3个方面构建了乡愁视域下乡村旅游高质量发展的指标体系^[10];张祝平阐述了文旅融合对乡村旅游高质量发展的意义、形成逻辑及路径选择,从加大文化驱动、重构文化记忆、借助信息科技、创新政府引导4个方面提出具体建议^[11]。综上,乡村旅游高质量发展应高度关注政策环境、资源禀赋、基础设施、产品创新等要素,基于不同地域条件,探索不同的发展模式。

总体来说,国内学者从不同视角对乡村旅游高质量发展做出了初步探讨,普遍关注到乡村旅游高质量发展与乡村振兴的互促关系,论述了乡村旅游高质量发展“是什么”和“怎么做”等关键问题。已有研究或聚焦宏观层面的论述,或基于某一视角的研究,或从某地概况出发进行探讨,缺乏对高质量发展影响因素关联性的深入探究和多个样本的微观验证,缺乏从政府、资本、游客、农民等多重视角进行的系统关注,将政策支持、多元协作、业态融合和主体利益同时纳入乡村旅游高质量发展逻辑框架的研究更是阙如。本文在已有研究基础上,探索构建乡村旅游高质量发展“四位一体”的逻辑框架,以四川五大经济区17个县(区)25个乡镇为样本进行调查,分析乡村旅游发展的现实困境及深层原因,提出路径优化思路,以期对乡村旅游高质量发展提供决策参考。

2 乡村旅游高质量发展的逻辑架构

党的十九大报告明确指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。高质量发展以社会主要矛盾变化为逻辑起点,以经济发展阶段变化为逻辑基础^[12],是新时代经济社会发展进入新阶段的必然产物。高质量发展以满足人民日益增长的美好生活需要为目标,具体体现在资源配置高效、产品和服务质量高、技术水平升级、领域和区域均衡发展、绿色可持续等方面,是经济、政治、社会和生态环境等全方位的协调发展^[13]。“十四五”时期,我国旅游业要以高质量发展为导向,从主客共享美好生活、新型市场主体培育、文化与旅游融合发展、深化改革扩大开放、旅游治理体系完善等方面,着力破解“大众旅游初级阶段陷阱”^[14],系统探索利益相关者利益、资源、环境等诸要素相互作用的综合体^[15],强调旅游业在促进人的全面发展、满足民生需求、推动文化繁荣、平衡区域发展、保护生态环境、提升国家形象等方面的作用,以经济、社会和生态的综合最优衡量其高质量发展^[16]。基于此,可以认为乡村旅游高质量发展是在新的发展阶段,深入贯彻新发展理念,适应构建新发展格局的基本要求,在已有基础上加快推进规模化、特色化、品牌化,全面提升乡村旅游产品和服务质量,更好地满足人民群众对美好生活需要的一次转型升级。在目标上,要进一步实现资源配置效率提升、特色品质彰显、游客满意度提高、农民获得感增强、对农村的贡献扩大。本文根据系统论与新制度主义理论,按照“目标—前提—过程—评价”的逻辑顺序展开,统筹考虑乡村旅游发展的资源禀赋、制度环境、要素效率、品质提升、资源供给主体利益等关系,系统关注政府、资本、游客、农民的内在关联,探讨乡村旅游高质量发展相关脉络要素的内在逻辑,并通过实践中的布局优化、协同深化、供需衔接、利益联结等相关问题进行理论和实证分析。具体来说,乡村旅游高质量发展要以因地制宜为前提,至少从4个层面持续推进:①政策支持。科学合理的制度安排能够有效调节旅游资源开发与经营模式^[17]。加强乡村旅游规划的科学性和统筹性,持续提升乡村基础设施建设和公共服务水平,是乡村旅游高质量发展的基础保障。②多元协作。强化“政府主导、多元参与”,引导工商资本和当地农民参与乡村旅游项目开发,加强多元主体培育和专业人才培养,强化区域协作共享。通过构建地方和外部力量的互动场域,推动乡村实现“新内生性发展”和持续振兴^[18]。③业态融合。大力推进农文旅融合,用好乡村自然资源和人文资源,加强文化、科技要素赋能和创新驱动,开发多层次的乡村旅游产品,缓解乡村旅游供需矛盾,调整乡村旅游供需结构^[19],促进“需求牵引供给、供给创造需求”的动态平衡。④利益联结。农民增收是乡村旅游发展的意义所在,也是乡村旅游长远发展的基础^[20]。通过建立健全符合当

地实际的利益分配机制，让农民在持续获得土地流转和闲置房屋租金、旅游服务相关工作报酬的基础上，有效分享产业转型升级带来的更多增值收益，充分激发农民自主性。概括而言，乡村旅游高质量发展，要在因地制宜的基础上形成“四位一体”的发展机制，在政策支持、多元协作、业态融合和利益联结等方面共同作用、协调匹配，由此得出本文研究的逻辑框架(图1)。

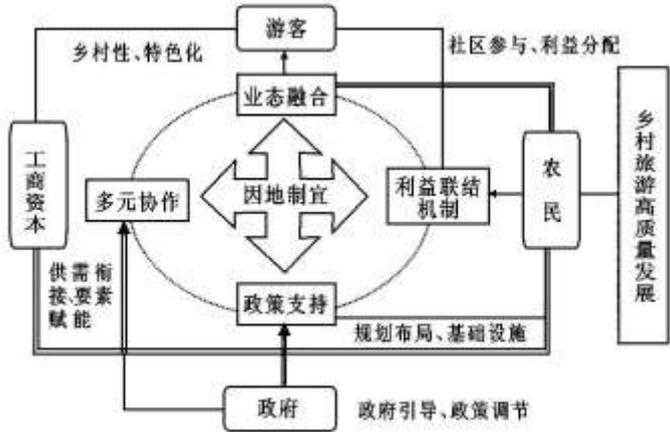


图1 乡村旅游高质量发展逻辑框架

3 调查设计

3.1 案例地选择

四川是旅游资源大省，是我国“农家乐”的发源地，先后有 35 个乡村入选《全国乡村旅游重点村名录》，乡村旅游规模效益位于全国前列^[21]。以 2018 年为例，四川省休闲农业与乡村旅游年接待游客量 3.69 亿人次，占全国休闲农业与乡村旅游接待总人次的 12.3%；年综合经营性收入 1516 亿元，占全国休闲农业与乡村旅游营业总收入的 18.95%。本文根据地势地貌(平原、丘陵、山地)、地理区位(近郊、远郊)、资源禀赋(自然景观、人文资源)3 个指标，通过典型调查法，选择有代表性的 17 个县(区)，再采用随机抽样法，随机抽取 25 个乡镇作为调查对象。最终，选取彭州市小鱼洞镇，崇州市白头镇，蒲江县甘溪镇，涪城区杨家镇、丰谷镇，通川区石桥镇、安云镇，宣汉县庙安镇，万源市竹峪镇，平昌县白衣镇，南部县升钟镇，阆中市天宫镇、飞凤镇，顺庆区新复乡、李家镇、双桥镇，仪陇县马鞍镇，古蔺县白沙镇，雨城区上里镇、碧峰峡镇，汶川县映秀镇、水磨镇、漩口镇，泸定县磨西镇，西昌市安哈镇为案例地，这 25 个乡镇推进乡村旅游开发的时间有先后，地理区位有差异，距离中心城区的路程有远近，资源特色有不同，既包含乡村旅游重点村镇，涉及乡村振兴先进乡镇，也有乡村旅游刚刚起步的村镇，且分布于五大经济区，具有一定的代表性。

3.2 数据来源

本文数据来源主要包括两个方面：一是第一手资料和数据，包括游客感受和产品需求、乡村旅游经营情况、农民受益情况等，主要来源于田野调查中的问卷调查和半结构式访谈；二是第二手资料，包括 2014—2019 年四川省旅游总收入和游客数量、乡村旅游收入和游客数量，来源于《四川旅游年鉴》《四川年鉴》等公开资料。第一手资料和数据获取方法如下：①问卷调查。调查时间为 2020 年 9 月—2021 年 3 月，地点选择 25 个乡镇的乡村旅游目的地，调查对象为游客和经营者，调查方式采取分层随机抽样，面向游客发放问卷 240 份，回收有效问卷 203 份，回收率为 84.6%；面向不同业态的经营者发放问卷 320 份，回收有效问卷 302 份，包含民宿 51 份、农家乐 145 份、餐饮 57 份、旅游产品销售 49 份，回收率为 94.3%。问卷内容包括被调查者的基本信息、游客体验和主要诉求、经营收益和营销方式等。②半结构式访谈。选取部分基层工作人员、游客、民宿/农家乐老板、农民开展半结构式访谈，作为问卷调查的补充，包括乡村旅游发展规划、资源统计、配套措施、区域协作、主体培育、产品需

求、经营规模、利益分配等内容。

3.3 调查内容

旅游发展质量是旅游业与社会、经济、生态环境及游客评价融合的综合评价^[22],资源禀赋结构是重要因素^[23],涉及产品质量、环境质量、要素质量、增长方式、运行质量等方面的界定^[24]。结合本文的逻辑框架,乡村旅游高质量发展的调查内容主要围绕乡村旅游在因地制宜基础上“四位一体”发展机制进行设计,涉及政策支持(规划布局、资源统计、配套措施)、多元协作(区域协作、主体培育)、业态融合(产品开发、品质需求)、利益联结(农民参与、经济收益),见表1。

表1 乡村旅游高质量发展调查的主要内容

| 一级指标 | 二级指标 | 对象 | 方式 | 主要内容 |
|------|---------|------|--------|---|
| 政策支持 | 规划及执行 | 基层政府 | 半结构式访谈 | 0 未制定, 1 已制定, 效果较好; 2 已制定, 效果一般 |
| | 资源统计 | 基层政府 | 半结构式访谈 | 0 未统计; 1 初步统计; 2 全面统计 |
| | 配套措施 | 基层政府 | 半结构式访谈 | 0 未出台; 1 有措施, 落实不理想; 2 有措施, 落实较好 |
| | 旅游目的地建设 | 游客 | 问卷调查 | 0 基础设施, 1 公共服务; 2 游乐设施; 3 景区打造 |
| 多元协作 | 宣传营销方式 | 经营者 | 问卷调查 | 0 不知道怎样宣传; 1 从不主动宣传; 2 依靠政府宣传 |
| | 区域协作情况 | 基层政府 | 半结构式访谈 | 3 自媒体渠道; 4 OTA 在线推广 |
| | 经营主体培育 | 基层政府 | 半结构式访谈 | 0 未开展; 1 已开展, 互动少; 2 已开展, 互动多 0 支持力度小; 1 支持力度一般; 2 支持力度大 |
| 业态融合 | 总体感受 | 游客 | 问卷调查 | 0 特色鲜明; 1 同质化明显; 2 城市痕迹重 |
| | 产品供给 | 经营者 | 问卷调查 | 0 原生态土特产; 1 农副加工产品; 2 非遗文创 |
| | 首要品质需求 | 游客 | 问卷调查 | 0 安全卫生; 1 设施齐全; 3 装修豪华 |
| | 游购娱消费愿望 | 游客 | 问卷调查 | 0 强烈; 1 一般; 2 几乎没有 |
| | 新业态期待 | 游客 | 问卷调查 | 0 深度体验; 1 休闲旅居; 2 自然风光; 3 其他 |
| 利益联结 | 经营收入情况 | 经营者 | 问卷调查 | 0 总体亏损; 1 总体盈利; 2 持续盈利 |
| | 农民收益来源 | 农民 | 半结构式访谈 | 0 土地流转租金/闲置房屋租金; 1 集体经济分红; 2 从事旅游服务的酬劳; 3 其他 |

3.4 描述性统计分析

本文对上述两种方式获得的调查数据, 利用描述性统计中的频数分析进行研究。参与本次问卷调查的 203 位游客的人口统计学特征见表 2。

表 2 游客人口统计学特征 (N=203)

| 特征 | 维度 | 频数 | 百分比(%) |
|-------|-------------|-----|--------|
| 性别 | 男 | 85 | 41.9 |
| | 女 | 118 | 58.1 |
| 年龄 | 30 岁及以下 | 13 | 6.4 |
| | 31—40 岁 | 36 | 17.7 |
| | 41—50 岁 | 59 | 29.1 |
| | 51—60 岁 | 52 | 25.6 |
| | 61 岁以上 | 43 | 21.2 |
| 职业 | 政府、企事业单位人员 | 42 | 20.7 |
| | 个体经营者 | 23 | 11.3 |
| | 工人 | 47 | 23.1 |
| | 农林牧渔业劳动者 | 15 | 7.4 |
| | 学生 | 6 | 3.0 |
| | 军人 | 3 | 1.5 |
| | 自由职业者 | 12 | 5.9 |
| | 退休人员 | 51 | 25.1 |
| | 其他 | 4 | 2.0 |
| 受教育程度 | 高中及以下 | 12 | 20.7 |
| | 大学专科 | 45 | 22.2 |
| | 大学本科 | 80 | 39.4 |
| | 研究生及以上 | 36 | 17.7 |
| 月平均收入 | 2000 元及以下 | 12 | 5.9 |
| | 2001—4000 | 45 | 22.2 |
| | 4001—6000 元 | 71 | 35.0 |
| | 6001—8000 元 | 54 | 26.5 |
| | 8001 元以上 | 21 | 10.3 |

从表 2 可见，性别特征方面，女性游客略多于男性游客，占比为 58.1%；年龄特征呈纺锤结构，41—50 岁游客最多，占比为 29.1%；职业特征方面，退休人员最多，占比为 25.1%；受教育程度特征方面，本科学历游客最多，占比为 39.4%；月收入特征方面，4001—6000 元最多，占比为 35%。除了人口统计学特征，在乡村旅游总体感受方面，选择同质化明显的最多，占比为 89.7%；在游购娱消费方面，愿望一般的最多，占比为 84.7%；品质需求方面，首选安全卫生的占比为 85.7%；住宿方面，在常态化疫情防控背景下，关注客房卫生问题的占比为 88.2%；业态方面，期待深度体验的最多，占比为 59.6%；旅游目的地建设方面，关注基础设施建设和公共服务水平提升的最多，占比为 79.3%。

参与本次问卷调查的 302 位乡村旅游经营者人口统计学特征见表 3。从表 3 可见，性别特征方面，男性略多于女性，占比为 54.6%；年龄特征方面，41—50 岁最多，占比为 27.5%；受教育程度方面，大专学历最多，占比为 43.7%；经营类型方面，农家乐最多，占比为 48%。宣传营销方面，在线旅行社(OTA)渠道最多，占比为 82.5%；客房规模上，6—15 间最多，占比为 76%；现实困境方面，受困于资金短缺和产品辨识度低的不相上下，占比分别为 26.5%、25.8%；经营收益上，总体盈利的最多，占比为 62.6%，持续盈利的占比为 26.8%；经营满意度上，一般的最多，占比为 48%。

表 3 乡村旅游经营者人口统计学特征 (N=302)

| 特征 | 维度 | 频数 | 百分比 (%) |
|-------|---------|-----|---------|
| 性别 | 男 | 165 | 54.6 |
| | 女 | 137 | 45.1 |
| 年龄 | 30 岁及以下 | 20 | 6.6 |
| | 31—40 岁 | 72 | 23.8 |
| | 41—50 岁 | 83 | 27.5 |
| | 51—60 岁 | 69 | 22.9 |
| | 61 岁以上 | 58 | 19.2 |
| 受教育程度 | 高中及以下 | 97 | 32.1 |
| | 大学专科 | 132 | 43.7 |
| | 大学本科 | 52 | 17.2 |
| | 研究生及以上 | 21 | 7.0 |
| 经营类型 | 民宿 | 51 | 16.9 |
| | 农家乐 | 145 | 48.0 |
| | 餐饮 | 57 | 18.9 |
| | 旅游产品销售 | 49 | 16.2 |

对面向 25 个乡镇的工作人员开展访谈的结果分析发现：规划制定及执行方面，已制定且效果较好的最多，占比为 48%，已制定但效果一般的占比为 32%；资源统计方面，初步统计的最多，占比为 68%；区域协作方面，已开展且互动少的最多，占比为 56%；

经营主体培育方面，支持力度一般的最多，占比为 72%。面向 53 位当地农民的访谈结果显示，旅游经济收益从多到少依次为：土地流转和闲置房屋租金、集体经济分红、从事旅游服务的酬劳、农产品销售收入，有收益但获益感知度不高的占比为 60.4%。乡村旅游高质量发展相关内容的频数统计见表 4。

表 4 乡村旅游高质量发展相关内容的频数统计

| 项目 | 指标 | 频数 | 百分比(%) |
|-----------|----------|-----|--------|
| 规划制定及执行情况 | 未制定 | 5 | 20.0 |
| | 已制定、效果较好 | 12 | 48.0 |
| | 已制定、效果一般 | 8 | 32.0 |
| 资源统计情况 | 未统计 | 3 | 12.0 |
| | 初步统计 | 17 | 68.0 |
| | 全面统计 | 5 | 20.0 |
| 区域协作情况 | 未开展 | 7 | 28.0 |
| | 已开展、互动少 | 14 | 56.0 |
| | 已开展、互动频繁 | 4 | 16.0 |
| 经营主体培育 | 支持力度小 | 1 | 4.0 |
| | 支持力度一般 | 18 | 72.0 |
| | 支持力度较大 | 6 | 24.0 |
| 游客总体感受 | 特色鲜明 | 16 | 7.9 |
| | 同质化明显 | 182 | 89.7 |
| | 城市痕迹重 | 5 | 2.4 |
| 游购娱消费愿望 | 愿望强烈 | 16 | 7.9 |
| | 愿望一般 | 172 | 84.7 |
| | 几乎没有 | 15 | 7.4 |
| 品质需求 | 安全卫生 | 174 | 85.7 |
| | 舒适品质 | 26 | 12.8 |
| | 豪华奢侈 | 3 | 1.5 |

(续表 4)

| 项目 | 指标 | 频数 | 百分比(%) |
|---------------|-----------------|-----|--------|
| 住宿首要关注因素 | 空间开阔 | 14 | 6.9 |
| | 设施齐全 | 10 | 4.9 |
| | 客房卫生 | 179 | 88.2 |
| 最期待的乡村旅游业态 | 深度体验 | 121 | 59.6 |
| | 休闲旅居 | 47 | 23.2 |
| | 自然风光 | 31 | 15.3 |
| | 其他 | 4 | 1.9 |
| 旅游目的地建设首要关注因素 | 完善的基础设施、便捷的公共服务 | 161 | 79.3 |
| | 舒适的生态环境、独特的农业景观 | 17 | 8.4 |
| | 特色的民俗文化、知名的风味美食 | 22 | 10.8 |
| | 知名度 | 3 | 1.5 |
| 宣传营销方式 | OTA 在线推广渠道 | 249 | 82.5 |
| | 自媒体 | 100 | 33.1 |
| | 当地政府 | 160 | 53.0 |
| | 不主动宣传 | 8 | 26.5 |
| | 不知道怎样宣传 | 30 | 9.9 |
| 客房规模 | 5 间及以下 | 7 | 3.6 |
| | 6—15 间 | 149 | 76.0 |
| | 16—30 间 | 37 | 18.9 |
| | 30 间以上 | 3 | 1.5 |
| 经营遇到的最大困难 | 资金短缺 | 80 | 26.5 |
| | 员工缺少培训 | 57 | 18.8 |
| | 产品辨识度低 | 78 | 25.8 |
| | 配套设施较差 | 66 | 21.9 |
| | 其他 | 21 | 7.0 |
| 盈亏情况 | 总体亏损 | 32 | 10.6 |
| | 总体盈利 | 189 | 62.6 |

| | | | |
|--------|------|-----|------|
| | 持续盈利 | 81 | 26.8 |
| 经营满意度 | 非常满意 | 130 | 43.0 |
| | 一般 | 145 | 48.0 |
| | 不满意 | 27 | 9.0 |
| 农民获益感知 | 收益较好 | 18 | 34.0 |
| | 收益一般 | 32 | 60.4 |
| | 几乎没有 | 3 | 5.6 |

4 结果及分析

4.1 项目开发过密，统筹力度不强

近年来，各地推进乡村旅游的热情很高，但统筹规划的科学性、前瞻性和可操作性值得商榷。调查显示，80%的乡镇制定了乡村旅游相关规划，但真正能够持续落地落实，取得较好效果的仅占48%。一些地方的乡村旅游发展伴随脱贫攻坚等政策刚性推进，与乡村资源禀赋不相适应，规划持续落地难。一些地方虽然制定了相关发展规划，但是对当地特色资源缺乏全面调研、系统梳理和有机整合，没有通过集中规划实现联片打造，造成景点碎片化、零星化；与之相应，道路、停车场、公共交通和餐馆、客栈、旅游厕所、休闲娱乐场所等配套建设没有纳入统筹考虑，造成道路通达性和乡村容纳性不强。尤其是在乡镇行政区划和村级建制调整改革后，一些乡村空间布局缺乏有序衔接，文旅复合功能缺乏有效体现。受制于乡村公共服务设施等诸多因素，乡村旅游项目开发多数集中在城市近郊或大型景区周边，“城镇化”和“景区化”倾向明显。调研的达州、广安、巴中、泸州等地，一批乡镇对农旅开发跃跃欲试，近年来推出农旅项目上百项，超过一半由政府主导，引进工商资本投资运营。表面上看，乡村旅游发展得如火如荼，但在具体案例中，经营低效、项目破产等时有发生。一些仿古街区和人造景观经营惨淡的同时，一些新的项目还在如火如荼的建设中。旅游资源吸引力和旅游市场保有量是乡村旅游发展的首位影响因子^[25]，开发过密或将导致乡村旅游陷入低水平重复、高投入低回报的困境。

4.2 多元互动缺失，协同合作不力

地方政府是推动乡村旅游的主导力量，但在引导社会力量参与乡村旅游开发上明显不足。乡村旅游涉及多个职能部门，不同程度地存在规章制度重复、职责界限不清、管理不规范的现象。在宣传营销上，区域之间合作推介的力度较弱，普遍缺乏稳定专业的渠道和精准的市场定位，个体经营者受资金、能力、理念等条件制约，大多依靠互联网平台“等客上门”。一些规模较大的经营者仅针对自身单一项目或单一产品开展营销宣传，其覆盖面、影响力和规模效应非常有限。调查显示，超过80%的经营者通过OTA营销，即使回头客也是平台预定，获客成本较高；超过50%经营者依赖当地政府打包宣传；约33%经营者通过微博、微信、抖音等自媒体营销；约26%经营者从不主动宣传。在经营主体培育上，各地支持力度不一，但组织化程度总体不高，小微企业和自主分散经营居多。本文调研的196家民宿/农家乐规模总体偏小，客房总量在6—15间的约占76%，30间以上的仅占1.5%，极少数具备团队接待能力的基本位于中心城市近郊。一些个体经营者经济实力有限、市场意识较弱，加之“小富即安”的心理惯性，客观上限制了经营规模与水平，制约了发展动能，一些地方开发乡村旅游没有形成相关配套产业。在人才培养上，虽然从全国到地方均有乡村旅游人才培养项目，专项设立了国家乡村旅游人才培训基地，设置了乡村文化和旅游能人支持项目，开展了乡村旅游“双创”人才培训班等，但各地如何联系实际培养一批适合本土的乡村休闲旅游“操盘手”还需进一步探索。“新村民”对乡土文化感受有限，本土人才回流不多。乡村旅游服务人员普遍存在专业水平不高、服务意识不强、系统培训不够等问题，只能提供一些必要的食宿接待，对当地的历史文化、风土人情等知之甚少。“美丽乡村”需要多方协作才能更好地对接

落地。

4.3 资源转化低效，业态融合不深

近年来，尽管农商文旅体教呈不断融合的发展趋势，但乡村旅游开发仍集中在农家乐、民宿酒店、农业观光、垂钓采摘、农事体验、户外徒步等方面，对“吃、住、行”等基础要素关注较多，对“游、购、娱、养、情”等高附加值要素关注不够，休闲旅居、健康养生、数字文创等新业态互动不足，项目同质化明显。调研的绵阳、南充等地陆续开发赏花旅游目的地 20 余处，选育品种高度相似。一到春季，各县、乡、村推出的花卉节让人目不暇接，活动基本局限在“拍照打卡+农家乐”模式。尤其是山区和丘陵的远郊地区，乡村旅游几乎都停留在“赏乡村景、吃农家饭，干农家活”的状态，时令活动一旦错过就难以在短期内得到代偿性恢复，季节困境突出。理论上，乡村性与其所决定的乡村意象构成了乡村旅游的核心吸引力^[26]，但在实践推动中，囿于各方因素，乡村性的坚守困难重重。调研的丘区乡镇，不少老宅被遗弃，一些交通便利的宅子得到修缮，但“修旧如旧”的实际效果往往是“焕然一新”，由于过多采用现代元素和城市元素，使乡村旅游的乡土文化气息大大减弱^[27]。调研结果显示，89.7%的游客认为乡村旅游同质化明显，“如刚开始还有新鲜感，去多了就觉得大同小异”；59.6%的游客期待深度体验乡村，如“很想住下来体验一下乡村的文化，比如传统习俗、非遗等等，像小时候那样赶赶集也不错。”在农产品供给上，不少乡村旅游目的地都设置了农副土特产展销区，但大多是当地农户自主经营粗加工，几乎没有品牌化、规模化经营，84.7%的游客选择消费愿望一般，如“卖的东西到处都一样，很难有掏腰包的冲动。”在品质需求上，85.7%的游客首选安全卫生，88.2%的游客对“客人离店后房间是否会彻底清理”予以高度关注。而在美团民宿平台，“干净整洁”是客户评价中频繁出现的关键词。

4.4 农民参与有限，利益联结不畅

一些地方开发乡村旅游，主要依靠外来资本投资，忽视了农民的主体性，农民利益诉求不被重视，利益共享和激励约束机制不健全。调研的 25 个乡镇大多通过成立合作社、农户入股公司、土地流转等方式带动农民增收，但仍然存在利益联结机制不健全等情况，制约了当地农民的参与性。一些地方积极动员农民参与闲置资产流转，吸引农民以资源主体和经营主体的双重身份参与乡村旅游，农民直面市场风险，却不具备足够的抗风险能力。以民宿为例，在乡村旅游所有经营项目中，民宿投资大、回收周期长，但从乡村民宿经营情况来看，总体状况并不乐观，运营状况良好、持续盈利的不到 1/3，个别跟风改建民宿的农户投入了家庭前期累计资产却没有实现预期盈利。乡村旅游在促进农户增收上发挥了积极作用，但低学历、低技能农民缺乏参与渠道。地方经济发展水平与农民受益情况呈正相关，经济发展水平较好的地区，农户在乡村旅游中获得的经济收益较高，反之获益感知度较低。由此可见，乡村旅游对乡村振兴产生了积极的正向推动作用，但两者并非简单的耦合互动关系。从目标上看，一些地方政府将乡村旅游作为乡村振兴的重要突破口，过程中却有意无意回避了乡村旅游的发展条件，忽略了产业容量，在全域旅游理念下大规模推进乡村旅游，其是否能够持续转化为乡村全面振兴的正向动力有待观察。以四川省 2013—2019 年相关统计数据为例，乡村旅游收入约占全省旅游总收入的 26%，乡村旅游接待量约占全省旅游接待总量的 53% (表 5)。这期间，国家出台了一系列支持乡村旅游发展的专项政策，社会资源不断投入，乡村旅游规模快速扩大。虽然收入看似连年增长，但是通过与同一区域旅游总收入和接待量的比较不难发现，这一系列政策的刺激作用不如预期。在经济社会高质量发展语境下，乡村旅游如何突破发展困境，创新发展思路，优化发展举措，以高质量发展担负起助力乡村全面振兴的新使命是当前的重要议题。

表 5 2013—2019 年四川乡村旅游收入、接待人次及占比

| 年份 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------|---------|-------|---------|---------|---------|----------|----------|
| 全省旅游总收入(亿元) | 3877.40 | 4891 | 6210.50 | 7705.50 | 8923.06 | 10112.75 | 11594.30 |
| 乡村旅游收入(亿元) | 1041.20 | 1340 | 1708 | 2015 | 2283 | — | 3200 |
| 乡村旅游收入占比(%) | 26.85 | 27.40 | 27.50 | 25.15 | 25.59 | — | 27.60 |

| | | | | | | | |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 全省旅游接待量(亿人次) | 4.89 | 5.37 | 5.88 | 6.33 | 6.72 | 7.06 | 7.55 |
| 乡村旅游接待量(亿人次) | 2.50 | 3.00 | 3.20 | 3.50 | 3.52 | 3.69 | 3.77 |
| 乡村旅游接待量占比(%) | 51.12 | 55.87 | 54.42 | 55.29 | 52.38 | 52.26 | 49.93 |

5 乡村旅游高质量发展的路径优化

当前，乡村旅游至少面临三大变化。一是人的需求变化。一方面，游客要求乡村旅游产业迭代升级；另一方面，乡村振兴带动乡村人口回流，大批农民返乡创业，基于乡村的各种收入从以往的家庭资产“补充型”收入变成了“主干型”收入，对乡村旅游发展中的权益保障提出了新诉求。二是市场竞争变化。乡村旅游市场竞争加剧，客户群已从周边市民拓展到外来游客，部分乡村率先推动乡村旅游业态创新破解淡季旺季差异等现实难题，迫使其他乡村旅游目的地转型升级。三是营销方式变化。随着互联网等快速发展，各类信息处理平台、信息共享平台、信息分享平台风生水起，变革了信息互动和推广方式，对产品营销推广提出了新挑战。这就要求乡村旅游坚持因地制宜这一前提，从支持体系、协作体系、产品体系和利益联结入手，强化统筹规划的科学性、参与各方的协作性、融合业态的创新性、利益联结的合理性，以“乡村旅游+”推进农村三产融合，在全面推进乡村振兴的进程中释放出更大效益，更好地助力农业农村现代化。

5.1 健全支持体系

高质量发展是在原有基础上谋求更高层次、更高水平的发展，对政策体系与制度框架的科学性、合理性、有效性提出了更高要求。①加大统筹规划力度。以“大统筹”理念推进乡村旅游^[28]，充分关注乡村资源、乡村建设与乡村产业等深层关联，统筹考虑旅游设施、旅游业态、旅游产品等基本旅游要素和乡村生态、村落空间、民俗民情等生产生活要素，持续推进“多规合一”，形成全面综合、符合实际、可执行的整体布局方案。②完善相关政策体系。不同类型的乡村旅游地发展速度、规模、极化趋势各异^[29]，要从当地实际出发加强政策研究，推动已有政策从简单叠加转向深层协同，进一步明确各项政策的申请条件、适用对象、支持标准等，用好政策工具箱，强化政策执行，优化政策调适，确保政策落地见效。③提升公共服务水平。调研结果显示，79.3%的游客对乡村旅游目的地的基础设施建设和公共服务水平提升表示了高度期待。乡村建设要统筹考虑农民与游客需求，整合打造公共空间，优化停车场、洗手池、垃圾桶、公共厕所等公共服务设施的供给数量和运行质量。同时，要加快“互联网+旅游”在乡村旅游重点村镇布局，支持有条件的乡村开展智慧旅游试点，依托县级融媒体中心建设乡村旅游信息共享平台。

5.2 构建协作体系

乡村旅游迈向高质量发展，应进一步加强多方协作，谋求良性互动、共生共赢。①加大多元主体培育。以项目为抓手，通过外部招引、内部孵化、联合开发等方式，吸纳社会资本投资，破解乡村旅游经营主体和经营模式单一的问题，激发市场活力。②强化区域协作力度。在全域旅游框架下，探索推动城乡景区联合共建，建立健全乡村旅游协作共享机制，进一步推动城乡要素双向流动，构建城乡之间常态化的旅游交往关系。③深化营销推广。加速乡村旅游区域公共品牌建设，加大区域整合营销，协同开发客源市场。开展线上线下立体营销，加强线上内容生产，不断积累在线旅游资产，吸引潜力客群。④夯实人才保障。建立健全层次衔接、优势互补、特色鲜明的旅游人才培养体系，探索产学研相结合的旅游人才培养模式；组织乡村旅游从业人员开展常态化、专业化的教育培训，将乡村旅游从业培训和农民素质提升培训同步推进。

5.3 培育产品体系

高质量推进乡村旅游业态创新，从“要素驱动”转变为“创新驱动”，打造乡村旅游新业态集群。①深化业态融合。加速乡村资源活化打造，推进乡村旅游与农业、林业、工业、体育、教育、康养、商贸等的联动开发与耦合发展，打造新业态集群；

充分挖掘农业的多功能性，延伸产业链、提升价值链、拓宽增收链，打破时令困境，实现全季节、全天候、多元化的特色旅游产品供给。②增进文化赋能。充分关注乡村文化在地性，积极拓展消费新要素，通过盘活文化古迹、建设村史馆等有形载体，讲好乡村文化故事，增强文化自信。③有效衔接供需。一方面，加强市场研究，提前研判客源市场，及时了解游客需求；另一方面，要加快产品研发。特色产业具有极强的地方性，不是在任何地方都可以复制的，具有不可替代的特色性^[30]。因此，要创新开展功能性旅游产品及衍生品研发，体现特色化差异性。

5.4 完善利益联结机制

通过建立科学合理的经营管理和利益分配机制，进一步释放乡村旅游发展潜能。①创新社区参与机制。要协调利益相关者利益，扩大利益分享范围，保障农户收益，激发农户主动性。②优化利益分配机制。采取投资入股、利润返还等多种形式，进一步完善“政府—投资者—农民组织”三方协商与利益分配机制，形成企业、农户、合作社等多元参与的投资经营结构，以及政府奖补与投资、民间多元融资的资金来源结构。③发挥政府调节作用。坚持产业链本地化和经营者共生化^[31]，地方政府当好整合营销的组织者、各方利益的协调者、服务环境的营造者、行业标准的监督者、市场秩序的维护者，通过“党支部+”、“村集体+”、“合作社+”和“群团组织+”等形式，推进相关利益主体关系优化发展。

6 结语

乡村旅游高质量发展是一个长期、系统、动态的过程，尽管乡村旅游作为农业多功能价值与游客多元需求精准对接的重要平台，与乡村振兴的基本要求具有较好的耦合性，但必须明确不同类型的乡村适宜不同的发展路径。在全面推进乡村振兴总体目标下，要充分尊重乡村社会实际，遵循产业发展规律，遵从乡土资源禀赋，因地制宜进行产业规划和资源配置，处理好政府与市场的关系，在缓解同质化的过程中更加注重个性化“品质”，在匹配供需的基础上积极引导需求，在深化协作的进程中强调有效率的增长，促进乡村旅游高质量发展与乡村全面振兴多重目标的整体联动和有效达成。

以因地制宜为前提，从政府引导、社会参与、游客需求和农民诉求的维度，构建乡村旅游的政策支持、多元协作、业态融合和利益联结“四位一体”机制，是乡村旅游高质量发展的重要因素，各地应根据自身资源禀赋、区位条件、市场定位等采取相应的优化策略。本文对乡村旅游高质量发展做了初步探索，具有一定的理论意义与实践价值，但缺少对相关主体的深入调查和微观分析，需在今后的研究中进一步厘清乡村旅游政策逻辑、主客满意度、利益相关者利益等问题，为乡村旅游高质量发展，助力乡村全面振兴的路径优化提供理论参考。

参考文献：

- [1]于法稳，黄鑫，岳会. 乡村旅游高质量发展：内涵特征、关键问题及对策建议[J]. 中国农村经济，2020，(8)：27-39.
- [2]崔健，王丹. 乡村旅游高质量发展的“三重论域”透视[J]. 农业经济，2021，(5)：46-47.
- [3]银元. 深刻理解和把握乡村旅游高质量发展的内涵[N]. 中国旅游报，2021-05-11(03).
- [4]邓小海，肖洪磊. 从脱贫攻坚到乡村振兴：乡村旅游转向研究——以贵州省为例[J]. 湖北民族大学学报（哲学社会科学版），2020，(5)：42-49.
- [5]李志龙. 乡村振兴-乡村旅游系统耦合机制与协调发展研究——以湖南凤凰县为例[J]. 地理研究，2019，(3)：643-654.
- [6]戴克清，蒋飞燕，莫林丽. 乡村旅游高质量发展评价及其优化对策[J]. 皖西学院学报，2020，(12)：22-28.

-
- [7]张碧星. 促进乡村旅游高质量发展[J]. 人民论坛, 2018, (32) : 82-83.
- [8]武少腾. 四川省乡村旅游可持续发展水平测度[J]. 中国农业资源与区划, 2019, (7) : 233-239.
- [9]马斌斌. 中国乡村旅游重点村空间分布、类型结构及影响因素[J]. 经济地理, 2020, (7) : 190-199.
- [10]肖黎明, 王彦君, 郭瑞雅. 乡愁视域下乡村旅游高质量发展的空间差异及演变——基于黄河流域的检验[J]. 旅游学刊, <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2021.00.004>.
- [11]张祝平. 以文旅融合理念推动乡村旅游高质量发展: 形成逻辑与路径选择[J]. 南京社会科学, 2021, (7) : 157-164.
- [12]高培勇. 理解、把握和推动经济高质量发展[J]. 经济学动态, 2019, (8) : 3-9.
- [13]张军扩, 侯永志, 刘培林, 等. 高质量发展的目标要求和战略路径[J]. 管理世界, 2019, (7) : 1-7.
- [14]戴斌. 高质量发展是旅游业振兴的主基调[J]. 人民论坛, 2020, (8) : 66-69.
- [15]宋瑞. “十四五”时期我国旅游业的发展环境与核心命题[J]. 旅游学刊, 2020, (6) : 1-3.
- [16]何建民. 新时代我国旅游业高质量发展系统与战略研究[J]. 旅游学刊, 2018, (10) : 9-11.
- [17]熊元斌, 刘红阳. 旅游业可持续发展的制度安排研究[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2012, (1) : 132-137.
- [18]孙九霞, 黄凯洁, 王学基. 基于地方实践的旅游发展与乡村振兴: 逻辑与案例[J]. 旅游学刊, 2020, (3) : 34-49.
- [19]于洪雁, 王群勇, 张博, 等. 中国旅游供需耦合协调发展的空间分异及驱动机制研究[J]. 地理科学, 2020, 40(11) : 1889-1898.
- [20]吴忠军, 潘福之. 基于产权理论的乡村旅游与农民增收研究[J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2014, (1) : 63-67.
- [21]四川旅游年鉴编辑委员会. 四川文化和旅游年鉴(旅游卷)[M]. 成都: 四川科学技术出版社, 2020 : 125.
- [22]刘大均, 谢双玉, 逯付荣. 中国旅游业发展质量空间差异综合分析[J]. 资源开发与市场, 2012, 28(8) : 761-763.
- [23]苏建军, 孙根年. 要素禀赋结构升级对旅游经济发展的影响与地区差异[J]. 宁夏社会科学, 2017, (3) : 71-80.
- [24]陈秀琼, 黄福才. 中国旅游业发展质量的定量评价研究[J]. 旅游学刊, 2006, 21(9) : 59-63.
- [25]杨美霞. 乡村旅游开发的现实困境、不足及其化解[J]. 社会科学家, 2019, (1) : 76-80.
- [26]尤海涛, 马波, 陈磊. 乡村旅游的本质回归: 乡村性的认知与保护[J]. 中国人口·资源与环境, 2012, (9) : 158-162.

-
- [27]赵承华. 乡村旅游可持续发展问题分析及路径选择[J]. 农业经济, 2018, (4) : 42-44.
- [28]吴正海, 范建刚. 资源整合与利益共享的乡村旅游发展路径[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2021, (3) : 70-79.
- [29]冯娟, 谭辉丽, 吕绛荣, 等. 武汉市城郊乡村旅游地的类型划分及时空分布特征研究[J]. 长江流域资源与环境, 2020, (11) : 2384-2395.
- [30]朱启臻. 把根留住[M]. 北京: 中国农业大学出版社, 2019: 220.
- [31]邹统钎, 马欣, 张昕玲, 等. 乡村旅游可持续发展的动力机制与政府规制[J]. 杭州师范学院学报(社会科学版), 2006, (2) : 64-67.