

苏南地区乡村旅游产品开发现状研究¹

无锡太湖学院 许沁乔

【摘要】随着乡村旅游的全面发展,促进了全国各地乡村经济的发展。苏南地区作为乡村旅游早期发展地之一,要想持续保持其发展势头,就必须重视乡村旅游产品的开发。本文从产品文化内涵、雷同性、人才培养、区域联动发展等方面对苏南地区乡村旅游产品开发提出对策,以期能促进该地区乡村旅游的可持续发展。

【关键词】乡村旅游 旅游产品 苏南地区

【中图分类号】F127 **【文献标识码】**A

苏南地区的乡村旅游发展较早,是我国最早开始发展乡村旅游的区域之一,由于其地处我国经济发达区域,基础设施相对完善,市场需求较为明显,因此发展至今取得了一些成果,在2019年颁布的首批全国乡村旅游重点村中,在上榜的13个江苏乡村中有6个是来自于苏锡常的苏南地区。目前,苏南地区的乡村旅游已进入全面发展阶段,如何确保有效的可持续发展,乡村旅游产品的开发和设计是其中的重点内容。

1 苏南地区乡村旅游产品类型

根据苏南地区乡村旅游资源和旅游需求特点,其乡村旅游产品目前主要有以下几大类型。

1.1 观光型

观光型旅游产品是最为传统也是最为普遍的大众化旅游产品,这种类型的旅游产品大多具有优美的田园风光、独特的民风民俗、传统或者现代化的农业生产基地等旅游吸引物,能够满足旅游者的观光、休闲、娱乐等旅游需求。从市场发展的趋势来看,虽然我国正在由传统的观光旅游向休闲度假旅游转变,但是观光旅游仍然占据重要地位。苏南地区大部分的乡村旅游产品皆属于或者起源于这一类型,本地区自然和人文旅游资源丰富,例如江南水乡风貌、宜兴的竹海景观等都是发展观光型乡村旅游产品的基础。

1.2 乡村体验型

乡村旅游从本质上来说就是旅游者对乡村生活和乡村文化的一种体验过程,这个体验过程是以乡村旅游资源为基础,以乡村旅游产品为载体来实现的。这里主要将其分为以下三种类型的体验。

1.2.1 乡村生活体验

这是体验型乡村旅游产品的起源,乡村旅游最早就是针对长期生活在城市中的旅游者而产生的。前往乡村旅游的旅游者大多为其周边的城镇居民,利用闲暇时间体验乡村的生活方式,摆脱工业化、城市化影响下快节奏的工作状态和生活方式。这是

¹**基金项目:**2019年度江苏高校哲学社会科学研究一般项目,项目名称:文旅融合背景下苏南地区乡村旅游产品转型升级研究(2019SJA0786)。

作者简介:许沁乔(1982-),女,汉族,江苏无锡人,副教授,硕士,主要从事乡村旅游、旅游企业管理方面的研究。

大部分旅游者的主要诉求,也是目前乡村旅游产品开发的主要目标。

1.2.2 历史文化体验

苏南地区历史文化旅游资源丰富多样,有历史古迹、名人故里以及古老而传统的江南建筑风格,能够满足旅游者对当地历史文化的探求,在开发乡村旅游产品时结合其特有的历史文化韵味,让旅游者加深对其历史文化及乡村文化的了解。

1.2.3 亲子体验

亲子旅游产品是时下最为热门的一种旅游产品,家长们利用节假日带着孩子外出旅游,增长见识的同时以增进亲子关系。现在的孩子大部分从小生长在城市,对乡村的认识大都来源于书本和网络,带孩子体验乡村生活也成为当代家长的一种生活休闲方式。乡村亲子体验旅游产品既能够满足成人远离喧嚣都市、体验慢生活的需求,同时也能让孩子实地认识和体验与都市截然不同的乡村童趣。无锡阳山的田园东方、拖拉机农场就是典型的亲子体验型乡村旅游产品。

1.3 度假养身型

度假养身类旅游产品已成为当下最流行的旅游产品之一,将休闲、养生、康乐等旅游形式与乡村旅游相结合,以达到旅游者放松心情、消除疲劳、增进健康的目的。

苏南地区毗邻太湖,拥有得天独厚的度假养身条件,尤其以无锡和苏州的环太湖旅游度假区最为发达。此外,溧阳天目湖地区和常州恐龙园内开设的温泉同样是以度假健身休闲为特色的乡村旅游目的地,因此度假养身乡村旅游产品,在苏南乡村旅游产品中属于较为成熟的一种。

2 苏南地区乡村旅游产品开发存在的问题

2.1 乡村文化资源开发深度不够

旅游资源是旅游产品开发的基础,但是如何充分有效地利用资源却是很多地方发展旅游业存在的最大问题。在旅游业迅速发展的当下,旅游者对旅游产品文化内涵的需求已越来越明显,但是目前国内多数乡村旅游目的地推出的旅游产品仍然以传统的观光型为主,这显然跟不上旅游者需求变化的步伐,不能满足其对产品文化内涵和质量日益提高的要求。苏南地区的人文旅游资源相当丰富,许多优秀的乡村人文资源仅限于当地老百姓中流传,并未将其很好地刻画,无法很好地传递给前来游玩的旅游者,降低了旅游产品的吸引力。例如,对有 3000 多年历史的“吴文化”资源,深受国内外游客青睐的江南水乡文化、丝绸文化、竹文化、茶文化等为代表的苏南地区特色文化均存在挖掘不足的情况,目前仅停留在对以古建筑为主的江南古镇景观的开发,其内涵的文化低温并未结合到乡村旅游产品的开发中。

2.2 产品雷同性大

产品的雷同是目前我国乡村旅游发展普遍存在的问题,主要体现在同一区域的旅游产品相似度高。苏南地区的乡村旅游产品开发也存在同样的问题。该地区的乡村旅游开发主要依托山、水、林等自然资源,产品主要以欣赏自然山水景观、田园风光和参观传统古建筑的观光型旅游产品为主,对于新兴市场需求和业态发展的关注不够,导致区域内乡村旅游产品的同质化较为明显。例如,苏州的东山和西山,都是以田园采摘类为主,各自特色不够鲜明,导致旅游者对两个地方的乡村旅游没有深刻的印象,以至于旅游者会将两者进行混淆。同质化的旅游产品,不仅会大大地削弱旅游产品的吸引力,分散客流量,而且也容易导致恶性竞争,因为同一区域内的产品彼此缺乏特色和个性时,就只能依靠单一的价格竞争,就会影响旅游经营者的经济实力,

难以形成有效的可持续发展的动力。

2.3 缺乏专业人才

目前在乡村旅游产品开发和经营的过程中,大多数的从业人员并未接受过专业的学习和培训,主要是由当地居民和传统的服务业人员构成,缺少熟悉乡村旅游开发和经营的专业人才。当下乡村旅游产品普遍存在缺少文化内涵和特色的问题,究其原因主要就在于缺少高素质的人才。目前很多地方的乡村旅游发展依然处于初级模仿阶段,虽然当地政府都想通过发展乡村旅游来带动乡村经济的发展,但是由于人才的缺乏,导致即使当地拥有一定的旅游资源,却始终无法将资源转换成有吸引力的产品。这种情况一方面会对当地乡村旅游的宣传营销带来难度,因为无法找到强有力的吸引点,另一方面即使旅游者前往该地旅游也无法从现有的产品中充分领悟当地的乡村文化,而影响到旅游者对当地乡村旅游的评价。因此,要想开发出有文化内涵、具有当地特色、能够满足旅游需求的乡村旅游产品,首先就应该具备一批懂乡村旅游、了解旅游者需求和熟知当地文化的专业人才。

2.4 联动性不强

苏南地区历来是经济发达和旅游资源较为丰富的地区,在我国乡村旅游发展起步较早,目前也取得了一定的成就,但是依然呈现点状发展,彼此之间的关联度不高,各地经营者“单打独斗”的发展方式,难以形成集聚性的规模效益,导致对旅游者的吸引力不足,无法吸引更多的旅游者。这主要体现在以下两方面:其一,各地乡村旅游缺乏清晰长远的规划,盲目跟风建设,导致无论是苏州,还是无锡和常州,开发的旅游产品大都是以采摘、垂钓等活动为主,相互之间缺乏区域联动性,大多处于小、弱、散的状态,真正具有全国知名度的乡村旅游目的地较少。其二,缺少“景村联动”。苏南地区很多乡村都毗邻知名的旅游景点,但是在其发展乡村旅游时并未充分运用这一优势,只局限于自己的一方天地中,这其中既有政策规划上的不足,也有基础设施不完善的问题,使得景区的发展与周边乡村旅游的发展脱节,没有形成很好的互助作用。例如,宜兴拥有善卷洞、竹海等知名老牌景区,但是其多年发展并未与当地乡村旅游很好地联系,导致旅游资源相对丰富的宜兴,乡村旅游发展却不如一些周边其他县市。

3 苏南地区乡村旅游产品开发对策

3.1 加大文化资源的开发力度

在现代乡村旅游发展过程中,要想满足旅游者对产品文化内涵的追求,就必须与当地文化相结合,将本地特有的文化元素转变为乡村旅游产品。无论是当地的传统建筑、农耕生活、特色饮食,还是特色风俗、传统节庆、历史传说等,都可以加以利用成为乡村旅游产品的吸引物,让旅游者从中获得新的体验和感悟,满足其对乡村旅游产品文化内涵方面的需求。

苏南地区的民间文化极具特色,既有历史悠久的以“泰伯奔吴”“范蠡西施”等典故为代表的吴越历史文化,又有以“小桥流水”为主的民居建筑文化,以桑蚕、稻米、茶叶为主的农耕田园文化,还有以“梁山伯与祝英台”为代表的民间传说文化,同时还有以昆曲为代表的诸多非物质文化遗产。对于这些丰富且兼具特色的文化资源,作为乡村旅游经营者都可以将其作为元素与旅游产品相结合,也可以将其作为主题,围绕开发乡村旅游产品。例如宜兴地区,既是以出产紫砂壶而久负盛名的“陶都”,又是“梁山伯与祝英台”传说中故事主要发生地,其在开发乡村旅游产品中就可以充分结合这些人文资源,将“陶”文化和“茶”文化相结合作为主题进行开发,同时当地盛产竹子,在此基础上还可以将“竹”文化与前两者相结合,让旅游者在旅游过程中体会古代文人雅士在竹林中品茶的乐趣。

3.2 突出产品特色,丰富产品开发类型

地方特色是旅游产品的灵魂,旅游产品的设计与开发要在原有基础上深入挖掘乡村特色。苏南地区虽然受区域大环境的影

响,在地理环境和民俗文化上差别不大,但是各地之间依然有着自己独特的优势和鲜明的特色。例如无锡阳山镇以盛产水蜜桃闻名,近年来其在发展乡村旅游时就以“桃”文化为核心打造旅游产品。从每年3—4月的“桃花节”,到盛夏的水蜜桃评比、采摘活动,同时投资、规划、建设桃文化博览园,使“桃”文化成为阳山镇乡村旅游的一张名片,精心策划打造的“阳山国际桃花节”正逐渐成为国内外知名的文化、旅游、经贸交流活动,每年都吸引众多的旅游者,同时也很好地促进了当地水蜜桃的销量,真正实现了提高乡村居民收入,改善乡村居民生活的目标。因此苏南地区各乡镇在发展乡村旅游时必须结合本地特色,摆脱以往千篇一律的发展模式,真正实现“一村一品”、特色各异。

3.3 重视人才的引进和培养

在乡村旅游产品开发过程中,除了拥有丰富的旅游资源之外,还需要有专业的人才。苏南地区地处经济发达区域,区域内和周边城市拥有数量众多的高等院校,这非常有利于人才的引进。应加强与高校的人才合作,引进或合作培养乡村旅游发展所需的复合型人才。同时,要对现有员工队伍进行培训。一方面邀请国内乡村旅游领域的专家进行讲座授课,提高员工的素质;邀请熟知当地传统文化的人士为员工进行授课,加强外来工作人员和年轻人对当地历史文化认识和了解。另一方面要结合本地文化特色对其进行专业上的培训。例如:对乡村传统手艺人一绣娘、采茶员、船娘等极具江南特色的工种进行重点扶持,引导他们对传统技艺的传承与发扬,也能加强产品的吸引力。同时还要建立合理的激励机制,注重人力资源管理,真正做到能够吸引 I 人才、培养人才和留住人才。

3.4 加强区域联动发展

苏南地区乡村旅游发展要想取得更大的进步就要基于全域旅游的视角下,加强区域联动发展,进行整体的规划,实现区域协同发展。首先要实行错位发展。要想增强苏南地区乡村旅游的竞争力,就必须充分挖掘区域内乡村旅游不同的文化特色,形成优势互补、错位发展。

例如同样处于环太湖区域,结合各地不同的资源优势,无锡可以依托自然山水风光和宗教文化,苏州则可以突出江南民俗风情文化,从而形成错位发展、优势互补的格局。另外要充分发挥知名景区的优势,带动周边的乡村旅游。政府要起到引领作用,将景区和乡村联合起来,加强道路交通等基础设施建设,方便旅游者在景区与乡村之间往返。通过景区的知名度吸引旅游者,完善的乡村旅游设施可以提高旅游者的留宿率,延长旅游者在本地的停留时间,从而进一步促进当地旅游经济的发展。

4 结语

苏南地区乡村旅游产品的开发必须充分考虑当下及未来旅游者对旅游产品的需求变化,与当地特色文化充分结合,深入挖掘文化内涵,打造不同特色的乡村旅游产品,注重人才的引进和培养,在以政府引领为主导下,加强城市、乡镇间的区域联动,充分发挥知名景点的优势,最终实现该地区乡村旅游的可持续发展。

参考文献

- [1]徐露.基于体验经济视角下的乡村旅游产品深度开发研究[J].农业经济.2016(06).
- [2]乔海燕.美丽乡村建设背景下浙江省乡村旅游转型升级研究[J].中南林业科技大学学报(社会科学版).2014.8(01).
- [3]乔莎莎.体验经济时代的山西乡村旅游产品提升研究[D].太原:山西财经大学,2013.