

江夏区休闲农庄发展问题及对策研究

祝启雄 张国超¹

(武汉轻工大学, 湖北 武汉 430023)

【摘要】: 武汉市江夏区的休闲农庄发展中存在着同质化、缺乏特色、服务水准一般、创意不够、营销不足,以及在乡村规划、网络平台建设、乡村旅游文化建设上存在不足等问题,究其原因有两方面,内因是农庄经营不充分,农庄规划设计不足,服务质量缺乏改进,休闲项目缺乏创意建设,缺乏营销推广与品牌建设;外因是乡村规划缺乏深层次系统设计,缺乏与互联网结合来发展乡村旅游,缺乏乡村旅游文化建设。推动江夏区的休闲农庄发展需要做好以下方面工作:以特色化经营来提升农庄的独特性;突出农庄的规划设计风格;提升农庄的综合服务水平;重视农庄休闲项目的创意建设;积极采用营销推广措施并加强品牌建设;加强农村区域深层次的发展规划与设计;建设乡村旅游公共网络服务平台;加强乡村旅游文化建设。

【关键词】: 休闲农庄 农庄发展 乡村旅游 经营创新

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

在乡村旅游发展中,休闲农庄作出的贡献较为突出,并且支撑着乡村旅游的发展。尽管休闲农庄的发展受到一些因素的影响,但是休闲农庄可以更新发展思路并采取有效措施来提升其发展质量。杨美景^[1]认为品质是休闲农庄的生命,也是休闲农庄永续经营的保证,休闲项目、资金、人才与制度的供给都可以作用于休闲农业的发展。李雅芳等^[2]提出社会资本参与、加强经营与服务人员培训、完善休闲农业政策、吸纳人才等措施可以促进休闲农业发展。休闲农庄虽以多个方面作为依托,但是涉及到休闲农庄的发展问题仍需要作进一步探讨。

李映辉等^[3]认为休闲农庄的发展可以提升资源空间配置效率,促进农村经济结构的优化及城乡之间的联系。乌兰^[4]提出促进休闲农业与乡村旅游协同发展需要积极培育和扶持多元化新型经营主体。可以看出,休闲农庄作为重要的经营主体,既需要更好的体现其发展所带来的价值,又需要在乡村旅游发展中予以扶持。方振邦等^[5]认为创新与变革是管理发展的主要动力。段尧清^[6]指出创新是经营主体为了达到目的而采用创造性与开放性的方法所产生的经营活动。若要更好地解决休闲农庄的发展问题,需要重视经营创新并积极采用创新的措施。

总的来说,解决休闲农庄的发展问题需要深入研究并制定解决问题的办法。本文将以武汉市江夏区的休闲农庄作为研究对象,以其存在的主要问题作为出发点,分析探究制约江夏区休闲农庄发展的具体因素,最终找到有效解决问题的办法,助力于江夏区所有的休闲农庄实现更好的发展。

1 江夏区休闲农庄发展存在的问题及原因

1.1 存在的问题

¹**作者简介:** 祝启雄(1982—),男,湖北武汉人,硕士,研究方向:农庄发展与乡村旅游;张国超(1973—),男,河南西平人,教授、硕士生导师、博士,研究方向:文化遗产与文化产业。

1.1.1 内在与微观层面问题

(1)多数休闲农庄存在同质化，农庄发展比较缓慢。江夏区的休闲农庄经过多年的经营，伴随着乡村旅游的发展，取得了一定的收益，但是多数农庄存在同质化现象，经营上过多趋于雷同与相似。受疫情影响，农庄的经营大幅受挫，仅有极少数休闲农庄在积极应对后疫情时代的经营局面，大多数休闲农庄的发展都比较缓慢。政府对所有农庄给与了一定的资金帮扶，但是多数农庄经营者仍旧缺乏有效经营策略，只能静待疫情得到有效控制后乡村旅游的恢复，对于如何搞好农庄发展则显得束手无策。(2)多数休闲农庄缺乏规划设计，缺乏特色与风格。江夏区的多数休闲农庄在十多年前建成，农庄内的建筑格局已经定型，但其功能分区不是很完善，农庄的规划设计明显不足。由于江夏区范围内的休闲农庄数量较多，农庄之间存在模仿与借鉴，没有分别形成农庄的特色与风格。目前看来，多数农庄的风格呈现出简化或比较类似，规划状况也都大同小异，农庄经营者对农庄的规划设计投入不足。在疫情前的乡村旅游发展带动下，多数农庄对局部面貌还稍有改进，疫情后实施改进的农庄则寥寥无几，农庄经营者虽有改进规划设计的意愿，但是存在一定的局限。(3)多数休闲农庄的综合服务水准比较一般。农庄氛围的营造、服务人员的态度、农庄旅游专业化服务、与游客之间的交流互动、服务项目设计与效果等都是农庄经营者应该重视的多个方面，关系到游客对农庄综合服务水准的评价。江夏区的休闲农庄经营者都比较重视餐饮服务，并且休闲农庄的收益在很大程度上来源于餐饮，良好餐饮服务为农庄旅游与乡村旅游创造了条件，多数休闲农庄偏重于餐饮服务而忽略了其他多项服务，在农庄的综合服务水准上则表现一般，休闲农庄的综合服务层次亟待提高。(4)多数休闲农庄在休闲创意上持续建设力度不够。江夏区的休闲农庄在地理资源上呈现出不同的状况，依山伴水、临近湖岸、林地环绕等自然资源下的农庄在创意上的投入却较低，多数农庄在休闲创意上建设力度不足，没有展开与创意建设相关的工作。农庄的新颖独特性与游客的审美需求存在直接关联，相似程度较大且简单化成为目前农庄普遍存在的状况，创意建设没有得到农庄经营者应有的重视，成为游客量下降的原因之一。(5)多数休闲农庄的营销方式单一，缺乏营销推广。江夏区的多数休闲农庄采用的是口碑营销，却没有利用商业网络平台来辅助或推动经营，仅有少数农庄建有自有网站并实施简单化的宣传介绍，个别发展突出的农庄在尝试商业网络平台的运用。多数农庄经营者认为在微信企业平台上和其他相关网络平台上需要长期经营投入，因此都暂时不考虑在商业网络平台上投入资金。在每年的采摘节上，江夏区旅游局采取了一定的辅助推广措施，但效果较一般。低成本的口碑宣传是农庄经营者惯于采用的方式，与营销相关的推广活动却没有进展。

1.1.2 外在与宏观层面问题

(1)江夏区的乡村区域规划设计呈现简单化。江夏区的农村区域上实行了农业公园区域划分，多数休闲农庄被划分在了这些农业公园内。区政府为了促进传统农业向休闲观光农业方向发展，对农业旅游板块化划分比较直观，没有出台更细化的规划措施。江夏区在农业观光长廊建设、环山生态景观道路建设、湖区环境整治及森林绿化率提升等这些方面已经取得建设成效，但是涉及到农村区域发展与农庄发展上的规划措施及更加细化的规划设计方案是缺乏的。江夏区农业公园建设停留在宏观层面，乡村区域规划设计过于简单化则不足以推进深化建设与发展。(2)江夏区农业公园创建缺乏与互联网相结合。江夏区的公交车、通信、宽带、广播电视信号等已实现村村通，并且5G网络覆盖面广。这些良好条件成为休闲观光农业旅游建设的基础，也有力促进了农业公园区域内的农庄发展，但是相关建并没有与互联网发展相结合。乡村旅游利用互联网方面没有实质进展，农业公园建设也处于滞缓状态。在江夏区的乡村旅游建设中缺乏乡村旅游网络信息服务平台的支持，虽有倡导江夏农业公园建设却仅停留在了宣传阶段，这些显然表明与农业公园的深度创建存在差距，缺失了乡村旅游网络平台的建设及运用就已经落后于互联网时代。(3)江夏区的乡村旅游文化建设缺乏进展。江夏区的建设正朝着“走遍天下、江夏最美”的愿景而不断推进，美丽乡村与美丽江夏建设仍在持续进行，美丽生态型农业发展与都市田园风貌已初具格局，生态文明建设与良好的人居环境建设都取得一定成效，以乡村旅游促进农村发展成为重要方式之一，但是乡村旅游文化建设却进展缓慢。区旅游局在举办与乡村旅游相关的活动时缺乏乡村旅游文化来支撑，更多需要政府创建的乡村旅游文化氛围没有得到有效营造，仅凭休闲农庄来营造旅游文化氛围存在较大难度。

1.2 原因分析

1.2.1 内在原因分析

(1) 农庄的经营方式缺乏独特性。江夏区的休闲农庄在其经营的时间与成本投入上是有差异的，所形成的经营层次、格局自然有所不同，其中少不了农庄经营者对农庄经营定位的认知与预期，以及在不同经营时期对经营风险的预判与估计，不同的风险管控能力与经营创新意识差异的存在，都会直接影响到农庄经营者对经营方式的选择。由于创新与风险并存，创新型经营者毕竟是少数，保守型经营者数量居多，农庄的经营方式不够充分，缺乏独特性。出于经营成本的考虑，多数农庄之间相互模仿与借鉴，经营方式相似化与存在风险共担心理决定了多数农庄难以有较大的经营创新。疫情之前有乡村旅游发展带来的利好促进，疫情之后有防疫管控的制约，农庄经营者一般都会在成本开支、投入与回报、风险等因素上作考量，在休闲农庄多年经营上形成的相似性与同质化问题一直没有得到有效解决。(2) 农庄的规划设计风格没有吸引力。江夏区的休闲农庄都是在其自然地貌下依据农庄创建时的设想与规划而定下基本格局，各农庄的成长时间不等，随着乡村旅游的发展，农庄都会在原有布局上有所改进，由于基本房屋建筑已经定型，在建筑物上实施改进相对于其他景观布置上的改进要少一些。农庄内的房屋建筑承担着多个功能作用，比如餐饮、住宿、休闲娱乐等这些活动都是在建筑物内实现的。由于乡村旅游的不断拓展与延伸，许多休闲娱乐项目已经延伸到户外，原有农庄建筑物内的功能划分不足以适应旅游发展需求，农庄没有呈现出独特的规划设计风格，在功能划分上，在结构布局、景观布局、风格打造上存在明显滞后现象。农庄的室内部分基本定型且难以改动，室外部分由于多家农庄之间的模仿与借鉴现象的存在，以至于外观与景观的相似度较高，从而导致农庄缺乏吸引力。(3) 农庄的综合服务质量有待改进与提升。江夏区的休闲农庄与乡村旅游之间有着重要的联系，虽然乡村旅游有多个方面值得重视，但是发展乡村旅游是需要做好旅游服务的，其中承担着做好旅游服务重任的主体之一就是休闲农庄。与乡村旅游相关的服务质量不仅关系到农村区域的旅游形象，而且关系到游客的重游量，毕竟回头客比重的提升对经营主体有着持续的支撑作用。重视餐饮是休闲农庄做好基础服务的重要方面之一，与餐饮服务同等重要的其他服务都需要予以重视，比如服务礼仪、服务产品、服务形象、住宿服务、便利服务及与农庄服务相关的多个方面，综合服务质量没有得到提升，或者说缺乏再改进与再提升则会直接影响到游客对农庄的青睐程度。农庄经营者往往凭借经营经验，做好餐饮服务最容易落实到位，其他多项服务需要服务团队的协作才可完成。由于多数农庄内的服务人员数量有限，现有条件下综合服务质量再改进或再提升这样的经营意识得不到足够重视，综合服务实效更没法达到专业化服务水准，自然影响到游客对休闲农庄的总体评价。(4) 农庄的休闲项目缺乏创意与持续性设计。江夏区的休闲农庄有着良好的地理资源优势，各农庄的农业种植项目也都支撑着农庄发展，餐饮、住宿、农产品销售成为农庄的主要收入来源，但是在休闲项目的建设上，多数农庄的建设投入不够。休闲项目的创意设计不是一蹴而就，不仅需要在资金、人力与物力上持续性投入，还需要经营者在休闲项目创意建设上具有敏锐的市场洞察力，毕竟对休闲项目进行创意建设的最终目的是为了获得更多的游客量。若是休闲项目的创意建设投入并不能取得预期的收益，经营者一般不会继续增加投入，而是将收益不佳的休闲项目当做经营主业之外的副业。部分休闲项目本可以在再度实施创意改进后达到应有的价值甚至更多的价值，但是却缺乏持续性的创意设计。多数农庄经营者仅认可已有经营的休闲项目，对于可以深度开发或可以打造更具创意的休闲项目上却考虑不多，尤其对于农庄在休闲、娱乐、观赏、体验、知识教育等方面的创意没有得到经营者重视。(5) 农庄的品牌建设与营销推广力度不够。江夏区的多数休闲农庄的经营者在多年的经营中积累了一定数量的客源，在疫情前的乡村旅游发展时期，游客量的增加总可以带给农庄可观的经济收入，口碑宣传成为农庄经营者最常用的营销办法，由于这类办法简单易行且几乎零成本，多数农庄经营者很少在新的营销方式上作出尝试。少数农庄经营者尝试在商业网络平台上推广农庄，但是由于不懂网络运营并且缺乏专业营销推广人员的参与，一定的成本开支并没有达到经营者的预期效果，在商业网络平台上的运营陷入停滞不前的困境。多数休闲农庄经营者没有对农庄的品牌进行建设，不仅缺乏专业化投入与人力支持，而且没有开展与农庄品牌建设相关的营销推广活动，多数经营者对品牌运营与营销推广存在顾虑。疫情后的农庄经营与疫情前相比落差较大，在农庄的营销推广上需要持续性且专业化的投入，经营收益大幅减少的同时经营者还得考虑更多经营风险，这些因素都直接影响到经营者对营销推广的信心。

1.2.2 外在原因分析

(1) 江夏区的乡村规划缺乏深层次系统设计。江夏区的乡村旅游与农庄发展之间存在重要关联，以乡村旅游为切入点是制定农村发展引领性政策的方式之一。区政府对农村区域实行农业公园划分是综合考虑了乡村旅游需要提档升级的发展趋势后制定的，也充分考虑了乡村振兴建设的基本要求和发展目标。虽然江夏农业公园及相关的板块化划分已经予以实施，但是与农业公园

及农庄发展上的深层次规划措施却并没有形成，源于在江夏区的乡村规划上缺乏深层次系统设计。乡村规划中需要含有对休闲农庄的整体性发展规划，以及与乡村旅游相关的可持续发展细则及措施。乡村旅游是乡村振兴的重要途径，农庄发展支撑着乡村旅游并为乡村旅游作出重要贡献，区域内农庄的整体性发展必将成为乡村振兴建设的重要力量，乡村规划中缺乏对农庄发展的前瞻性规划的制定，必将影响到农业公园划分后的建设，毕竟多数休闲农庄位于这些农业公园内。(2)江夏区缺乏乡村旅游平台的创建与运用。江夏区基础设施建设已经取得一定成效，这些都为推动乡村旅游发展而发挥着重要作用，但是在借助互联网来发展乡村旅游上却相对比较落后。随着网络时代的快速发展，互联网基础知识在很大程度上得到普及，网民数量占比逐年攀升，各级政府对乡村旅游的重视程度越来越高，在如此利好趋势下本可以建设江夏区乡村旅游网络服务平台以供广大游客使用，江夏区全部的乡村旅游信息及休闲农庄信息都可以通过乡村旅游网络服务平台予以发布。网络服务平台通常是线上服务平台，与之相关的还有线下服务平台，相关职能部门可以整合区域内乡村旅游相关的所有信息并通过线上服务平台传递给广大游客，并且专业化的乡村旅游平台可以在传递信息的同时还可以对休闲农庄予以宣传和推广，从而利于乡村旅游与休闲农庄的同步发展。(3)江夏区的乡村旅游文化缺乏建设与支撑。江夏区在乡村旅游发展愿景下实施着各项建设，虽然美丽乡村与美丽江夏建设仍在持续进行，但是在乡村旅游文化建设上却进展缓慢。文化是重要的精神与价值导向，休闲农庄、农村社区在建设美丽乡村的过程中需要乡村旅游文化作支撑。在乡村旅游建设的过程中，对乡村旅游文化的建设投入不够，乡村旅游文化未居主要位置，在乡村旅游发展中没有彰显重要价值。

2 对策措施及建议

2.1 对休闲农庄的建议

2.1.1 避免同质化，以特色化经营来提升农庄的独特性

江夏区的休闲农庄的经营者应提高经营创新意识，不应局限于模仿与借鉴，在经营上应有所改进与创新，并突出农庄的经营特色。另外，可以充分做好特色化经营相关的工作，尽量减少农庄之间的相似度，避免农庄出现同质化。农庄经营者应在农庄的独特性上增加投入，积极采用多种有益的经营方式，在创新经营中打造农庄的特色。

2.1.2 做好规划设计，呈现独特设计风格并增加吸引力

江夏区的休闲农庄应该在原有农庄建筑与规划上作出合理调整，对农庄建筑物内的功能作更优化的设计与改进，充分发挥各功能分区的优点，建筑物外的场地也需要作出优化设计。优化设计与改进农庄范围内的建筑、体验区、外观、植物、景观、道路、农地种植、场地、绿化、布景装饰等。农庄经营者可以在保留农庄自身的风格的基础上采用专业设计方案对农庄自身作出全面的优化与提升，使农庄的风格与吸引力都能够得到完美呈现。

2.1.3 重视服务质量，提升综合服务水平

江夏区的休闲农庄既要重视餐饮服务，又要重视服务礼仪、服务产品、服务形象、住宿服务、便利服务及与农庄服务相关的多个方面服务，并提升综合服务水平。在全年内的不同时段，对于农庄内的所有服务人员都要进行服务标准再培训，增强服务意识，并切实促进服务人员的服务水平达到专业化标准，有效促进农庄的综合服务质量得到改进和提升。提升服务质量与服务水平是农庄经营中成本开支最低的方面，需要持续不断地改进服务质量。

2.1.4 重视休闲项目创意建设，加强持续开发设计与运用

江夏区的休闲农庄需要在利用好地理资源优势的同时挖掘更多资源中的有利因素，并拓展农庄自身的优势，在休闲项目创意建设上增加投入。资源条件较好的休闲农庄可以进一步拓展农庄的休闲项目种类，在部分休闲项目上可以打造出更多特色。资

源条件一般的农庄更应该专注休闲项目的开发，以特色休闲项目带动经营创新。加强农庄休闲项目的持续性开发设计，目的在于增加休闲项目的新颖程度，使休闲项目能够得到更多游客的青睐与认可。在休闲项目开发上可以运用更多创意的融合。

2.1.5 加强营销推广，推进营销策划与品牌建设

江夏区的休闲农庄在传统口碑营销的基础上可以增加其他的营销推广措施，比如大力推行网络平台营销、关系营销、服务营销、渠道营销等。在营销推广过程中需要加强农庄的品牌建设，展现品牌营销优势。要做好符合农庄实际且具有一定经营创新的营销策划，并且农庄的营销应该具体和全面，利于后期对营销策划方案及营销推广效果的评估，利于发现问题并改进不足。发展较快的农庄可以组建营销团队，利于更好地做好农庄的品牌建设工作。

2.2 对政府的建议

2.2.1 加强江夏区农村区域范围内系统化且深层次的发展统筹规划与设计

在江夏区的农村区域旅游规划上需要从系统化角度与深层次角度出发来对原有规划方案做深度拓展，力求农村区域规划更加科学与长远。在深度规划的同时需要结合乡村旅游与休闲农庄的发展来进行综合考虑。江夏区农业公园及相关的农业旅游板块划分上应更加细化，既要利于乡村旅游的深度发展，又要利于休闲农庄的长远发展，所有涉及到的乡村统筹规划与设计都要高效且实用。对于休闲农庄整体性发展与长期的发展，应该有更加明确清晰且细化的规划方案予以支持。

2.2.2 建设江夏区的乡村旅游网络平台，充分发挥乡村互联网平台的作用

在江夏区的乡村旅游发展过程中，区政府可以打造符合乡村旅游发展需求的乡村旅游网络服务平台。这项惠民平台可以集合线下功能与线上功能，既可以为广大游客服务，又可以充分发挥乡村互联网平台的作用，还可以对乡村旅游资源及建设情况进行实时宣传。同时，江夏区的乡村旅游形象可以通过平台得到更好的展现，并促进江夏区所有休闲农庄的发展及农庄知名度的提升。乡村旅游网络平台还可以对农庄发展及农业公园建设提供更多的支持。

2.2.3 加强江夏区的乡村文化旅游建设，促进乡村文旅融合及可持续发展

在江夏区的文化建设中可以将乡村文化旅游建设作为专项建设项目，通过专项建设投入更好地促进江夏区乡村旅游与农庄旅游的深度发展。在乡村旅游建设的过程中突出乡村文化旅游的引领与导向作用，充分发挥乡村文化旅游的作用，切实做到文化与旅游的融合发展。江夏区特色的乡村文化旅游的建设与打造是一项重要的文化惠民项目，需要充分展现江夏区的乡村旅游特色，以及展现美丽乡村建设所取得的成效，以乡村文化旅游的价值体现来促进农庄发展及乡村旅游的可持续发展。

3 结语

切实解决休闲农庄发展的问题，需要农庄经营者和地方政府共同予以重视，并加大投入力度。本研究探讨了江夏区的休闲农庄发展中的几个主要问题及相关的原因，并提出了解决问题的相应对策和措施，以期为促进江夏区的休闲农庄与乡村旅游更好的发展提供参考。

参考文献：

- [1]杨美景. 供给视角下的休闲农业发展问题[J]. 中国经济问题, 2007(4): 54-59.

-
- [2]李雅芳, 郭立新, 陈阜. 北京郊区休闲农业发展现状及对策思考[J]. 中国农学通报, 2010, 26(21): 446-448.
- [3]李映辉, 陈刚强. 城乡一体化下的长沙市休闲农庄发展特征分析[J]. 江苏商论, 2011(9): 115-117.
- [4]乌兰. 休闲农业与乡村旅游协同发展及其实现路径[J]. 山东社会科学, 2018(10): 145-150.
- [5]方振邦, 鲍春雷. 管理学原理[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2013: 3-4.
- [6]段尧清. 创新理论与方法[M]. 北京: 科学出版社, 2020: 1-9.