



Y1432896

同等学力申请硕士学位



浙江工业大学

硕士学位论文

论文题目： 温州乡村旅游发展对策研究

作者姓名 路军慧

指导教师 吴向明

学科专业 技术经济及管理

所在学院 经贸管理学院

提交日期 2008年11月

温州乡村旅游发展对策研究

摘要

随着人们消费观念的不断改变,传统的山水观光已不能满足人们对旅游品质的需求,人们渴望回归自然,享受原生态的田园风光和民风民俗,渴望在嘈杂的都市外寻找一片净土,乡村旅游便在这样的环境下开始兴起。党中央、国务院为了推动农村经济社会快速发展,提出建设社会主义新农村的口号,依托农村地区在旅游资源方面拥有的特殊优势,大力发展乡村旅游,实现“大旅游”和“大农业”的互相渗透融合,促进农业产业结构调整,培育农村经济新的增长点。

温州经济发达,民营经济活跃,人民生活水平高,旅游业发展迅速,近几年来温州的乡村旅游也蓬勃发展。温州拥有特色乡村旅游资源,如楠溪江的古村落、泰顺的廊桥等和优美的环境、丰富的物产和多彩的民俗,温州市民经济基础雄厚、休闲娱乐需求旺盛等。为了更好地取长补短,发展温州乡村旅游业,本文对国内外的乡村旅游发展现状进行了初步研究,通过吸收其他学者已有成果,结合温州本地特点,从资源供给和客源需求两方面分析温州乡村旅游市场,提出温州在发展乡村旅游过程中存在规划不足、规模偏小、缺乏特色、营销不利、基础落后和生态环境破坏倾向等六个问题亟待解决的问题。论文还进一步结合体验经济的理论,从体验的角度分析温州现有的乡村旅游产品,指出温州乡村旅游在体验性方面存在严重不足,和温州当地的特色民俗、文化结合不够紧密、产品雷同等。通过深入剖析温州乡村旅游供需方面存在的问题和矛盾,以温州永嘉县鹤盛乡罗川村岭上自然村为例分析该村在发展乡村旅游过程中的变化和可借鉴之处,最

后论文提出温州乡村旅游发展的对策：一是凸显政府在乡村旅游发展中的重要主导、引导和指导功能，政府主导发展乡村旅游，主要从统一规划、加强基础配套、培养优秀旅游人才和扶持旅游商品开发等方面入手；二是完善乡村旅游产品结构，主要从增加乡村旅游产品的种类和开发有温州特色的乡村旅游产品等方面入手；三是实现开发和保护相结合，促进乡村旅游可持续发展；四是加强宣传，营销乡村旅游产品，主要是建议采取体验式营销方式宣传温州乡村旅游产品。

关键词：温州，乡村旅游，体验经济，岭上村

RESEARCH ON DEVELOPMENT

METHODS OF COUNTRYSIDE TOURISM

IN WENZHOU

ABSTRACT

With the change of tourist consumption concept, the traditional sightseeing can not meet the requirements of quality for tourists. People are longing for returning to nature, enjoying the original rural scenery and the folk customs, and looking for a peace of mind outside the urban. Under such a condition the rural tourism began to emerge. In order to promote a rapid rural economic and social development, the Party Central Committee (PCC) and the State Council (SC) have proposed to build a new socialist countryside. The tourism based on resources in rural areas is developing rapidly to merge tourist and agriculture into each other, to stimulate the restructuring of agriculture and to add a new growth point to the rural economy.

Wenzhou is a place where economy is booming, private economic is brisk, the standard of living is higher, and its tourism has grown rapidly in recent years, especially the rural tourism. Wenzhou owns specialized rural tourism resources, for example, the ancient villages in Nanxi River, the Corridor Bridge in Tai-shun and beautiful environment, abundant products and colorful folklores. People in Wenzhou have richer economic base, and brisk demand for the leisure and entertainment, etc. In order to learn strong points from each other, develop rural tourism, this article carries out a study for the development of rural tourism at home and abroad. It assimilates the achievements of other scholars, combines with the local characteristics, analyzes rural tourism market in Wenzhou in terms of resource supply and demand for tourist source. It puts forward 6 problems that need urgent solution in the development of rural tourism process. They are inadequate planning, smaller scale, short of features, inefficient marketing, undeveloped infrastructures and damaged ecological

environment. This article further integrates the experiencing economic theory, outlines the existing rural tourism products, then points out that tourism in Wenzhou has been badly short of experiencing; it can't closely be combined with the local specialized folklores and cultures; it has too many similar products. It makes an intensive study of problems and contradictions in supply and demand of rural tourism, it takes the Luo Chuang Lingshang natural village as example to analyze the change and reference of rural tourism development in Wenzhou. Lastly, puts forward the strategies of rural tourism development in Wenzhou. Firstly, it is necessary to give great importance to the role of government in leading, guiding and instructing in the development of rural tourism: the government should do something like unified planning, strengthening basic facilities, training excellent tourism talents and supporting the developing of tourism products and so on. Secondly, it should perfect the structure of rural tourism product, vary tourism products and develop the characteristics of rural tourism products in Wenzhou. Thirdly, it should combine exploration with protection in order to promote the rural tourism sustainable development. Fourthly, it should enhance propaganda and propose to take experiencing marketing styles to publicize rural tourism products in Wenzhou.

KEY WORDS: Wenzhou ; Rural tourism ; Problem ; Countermeasures ; Experiencing

浙江工业大学

学位论文原创性声明

本人郑重声明：所提交的学位论文是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的研究成果。除文中已经加以标注引用的内容外，本论文不包含其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果，也不含为获得浙江工业大学或其它教育机构的学位证书而使用过的材料。对本文的研究作出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人承担本声明的法律责任。

作者签名：路军慧

日期：2009年1月3日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅。本人授权浙江工业大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

本学位论文属于


1、保密，在_____年解密后适用本授权书。

2、不保密。

(请在以上相应方框内打“√”)

作者签名：路军慧

日期：2009年1月3日

导师签名：

日期：2009年1月4日

1 绪论

1.1 研究的背景、意义和目的

1.1.1 选题背景及研究意义

我国是一个农业大国,农业、农村、农民问题,始终是我国经济和社会发展的关键问题。党的“十七大”和国家“十一五”规划把加快社会主义新农村建设,解决“三农”问题、缩小城乡差距列为重中之重。温家宝总理在2007年政府工作报告中提出要把旅游业纳入现代服务业,予以扶持和鼓励。浙江省委、省政府对旅游工作高度重视,把旅游业作为现代服务业的重中之重来抓。温州市政府2007年提出要把旅游业作为温州新的经济增长点来培育,这给温州乡村旅游的发展带来了前所未有的机遇!

2008年国家实行新的休假制度,节假日从114天增加到115天。与此同时,新的休假制度取消了“五一”七天长假,全年七天长假只剩国庆和春节,但增加了清明、端午和中秋三天小长假。七天长假的减少和三天小长假的增加限制了人们远途旅游的次数,但给城市周边的乡村旅游带来了商机。

经过多年旅游发展,旅游者已厌倦了走马观花式的旅游,希望旅游活动增加更多的参与和体验。温州人热衷旅游,笔者曾经遇到过一位跟团的游客,她抱怨说温州旅行社现推的旅游线路她都去过,一遇到假日实在不知道去哪?今年的“三八”妇女节很多旅行社也遇到了这种尴尬,旅行社无新线路推给游客。这种状况一方面说明温州适合周末的旅游线路可选择空间很小,另一方面也给近郊的乡村旅游提供了契机。

现代城市人生活压力大也是乡村旅游迅速发展的原因之一。都市的快节奏生活方式、被钢筋混凝土包围的居住环境、被动呼吸的汽车尾气、耳朵里传来的嘈杂噪音和人与人之间的冷漠关系,使作为自然界物种的高级动物的人,迫切需要回归自然。而乡村正是人们贴近自然的好去处!

温州乡村旅游资源丰富,不仅有国家级风景名胜区雁荡山、楠溪江,还有代表古代东瓯农耕、民俗文化的楠溪江古村落和代表了地处浙南山区、交通不便的古温州人外出艰辛谋生和高超建筑智慧的泰顺廊桥,这些都是温州特有的乡村旅游资源。2007年温州市的旅游收入占全市经济的9.29%,占第三产业的21.86%。温州市的目标是到2010年,努力把温州市建设成旅游设施完善、旅游产业发达、旅游特色鲜明的旅游经济强市,并准备把乡村旅游作为温州的旅游品牌推向市场。

1.1.2 研究区域的选择和研究重点

1、温州区位条件分析

温州是一座历史悠久的城市,更是一方改革开放的热土,是中国经济最活跃、最发达的地区之一。温州地处浙南经济、文化、交通中心,是我国对外开放的沿海港口之一,位于中国黄金海岸中段,处于长江三角洲和珠江三角洲两大经济区交汇区。东濒东海,南毗福建,西及西北部与丽水相连,北及东北部与台州接壤。现辖乐清、永嘉、洞头、瑞安、平阳、文成、泰顺等8县(市)和鹿城、瓯海、龙湾三区。

2、温州文化和温州旅游文化

温州人杰地灵,是中国山水诗的发祥地、南戏的故乡、数学家的摇篮。温州特殊的地理位置使其处于中国政治、经济、文化、教育的边缘,温州文化也有“温州特色”。温州人被称为中国的犹太人,他们吃苦耐劳,精明,团结,经营才能突出,偏爱美食,但讲排场,骨子里思想落后,人情、体面、门第制度、“迷信”等根深蒂固。文化品味不足使温州人想通过高品质的精神消费来获得满足感,而非通过物质消费量的无限增长来祈求幸福,所以具有特色的精神文化产品应该是未来新的“温州生活和消费模式中必须添加的要素”。

“七山一水二分田”概括了温州的地形地貌。温州土地紧张,资源比较匮乏。城市商业化程度高、餐饮业发达、夜生活丰富,但城市建设落后,交通状况较差。温州人外向性消费特征明显,在一定程度上有“跟风”之好,但同时也试图自己去引领潮流。温州是著名侨乡,有华侨和港澳同胞近40万人,分布在世界87个国家和地区。华侨给温州带来了西方发达国家新的东西,温州和国外联系密切,消费取向有部分国际化趋势。但温州市有内外不符的东西,即部分休闲娱乐场所外部比较高级和西洋化,但内部活动项目较传统或落后,内外不匹配等。

3、游客对温州的旅游印象

一个地区的旅游意向很大程度会影响其客源行为和市场结构,温州人在外地人心目中具有较高的知名度和识别度,在经营才能方面广泛认同。对温州的旅游印象为:旅游资源丰富,缺少浓厚的旅游氛围,老年人多,项目内容单调,景点引导信息不充分,服务有待改善等。对温州乡村旅游的印象为:内容单一、偏僻、服务质量和水平参差不齐,商业化,环境“原生态”,个别农家乐具有文化底蕴并让游客惊喜,视觉感官相对较好,定价适中,海鲜具有特色,部分村落城市化,住宿不满意等。温州乡村旅游的资源禀赋优质,但旅游市场信息不对称,游客引导不足,服务水平和项目内容多样性均有待提高。

“温州”这个词给外地人的联想是:富有,庸俗,商业,紧,海,务实,创新,拼搏,精明,灵活,色情,温州模式等。因此在对温州乡村旅游进行包装宣

传时,要尽量使用对旅游意向有积极正面影响的字词,使受众有美好的联想空间,同时也要避免触及那些有负面消极影响的字眼,改善温州在游客心目中的城市印象和旅游形象。

1.2 研究目标

本论文主要是在系统分析温州乡村旅游业现状的基础上,运用定性与定量相结合的方法对温州乡村旅游业发展进行科学的现状分析与初步评价,并提出合理的建议和对策,并采用实证方法对其进行分析。政府要加强对乡村旅游的扶持和指导,尽快统一规划,加强基础配套,把增加温州乡村旅游产品的文化内涵、增加乡村旅游活动的参与性、体验性,开发更有生命力、吸引力的产品作为主要目标,促进温州乡村旅游的可持续和健康发展。

1.3 论文基本框架

本文主要是通过从温州旅游局和温州市风景名胜区协会收集乡村旅游资料的基础上,通过与乡村旅游发展相关的旅游局工作人员、旅行社人员、乡村旅游经营者的访谈、协同温州市旅游局调查、分析和归纳,研究温州乡村旅游的相关问题。文章从温州乡村旅游的发展谈起,第一部分阐述了研究的背景、意义和目的,主要是结合我国新农村建设的相关政策和浙江省和温州市发展乡村旅游的相关文件,阐述乡村旅游的发展前景和研究意义,说明本文的研究目的;第二部分简单地介绍论文的理论基础和研究方法,除阐述了国内外乡村旅游的研究状况,并对国内外乡村旅游发展对比分析,重点阐述体验经济与乡村旅游;第三部分系统分析了温州乡村旅游市场,主要从温州的乡村旅游资源和客源方面分析,运用SWOT分析法分析温州乡村旅游,提出相应应对举措;第四部分分析温州乡村旅游的发展现状,指出温州乡村旅游在发展过程中存在的问题;第五部分运用案例分析方法以永嘉县鹤盛乡罗川村岭上自然村为例,分析了该村乡村旅游发展的现状、举措和不足之处,以及几点发展建议;第六部分提出温州乡村旅游的对策研究,提出解决温州乡村旅游的几点对策,最后对整个论文进行了总结。

本文的创新点是运用体验经济的理论,分析温州乡村旅游存在的问题。一是乡村旅游产品还停留在观光层次,体验性不足;二是要发展温州乡村旅游,必须走特色之路,深挖温州民俗文化,走体验式营销道路。提出要为温州乡村旅游设计主题,开展有温州特色的乡村旅游活动,增强体验性,丰富乡村旅游的内涵,使其更有生命力和可持续发展性。

2 国内外乡村旅游发展的理论基础

2.1 乡村旅游的概念和特点

2.1.1 乡村旅游的概念

对乡村旅游概念的界定关系到乡村旅游理论的构建,对于什么是“乡村旅游”,世界经济合作与发展委员会所给的定义是:在乡村开展的旅游,田园风光是乡村旅游的中心和独特的卖点。乡村旅游用英文表达是 Rural Tourism,比较偏重乡村风情。一些外国专家认为乡村旅游不仅是基于农业的旅游活动,而是一个多层面的旅游活动,它除了包括基于农业的假日旅游外,还包括特殊兴趣的自然旅游,生态旅游,在假日步行、登山和骑马等活动,探险、运动与健康旅游,打猎和钓鱼,教育型的旅游,文化与传统旅游,以及一些区域的民俗旅游活动。在法国,这种与乡村紧密结合的旅游被称为“绿色旅游”、“生态旅游”或“可持续旅游”。

在我国以往的许多文献里,对乡村旅游的认识还停留在农家乐的阶段,甚至把乡村旅游和农家乐等同对待,认为乡村旅游就是以农民经营为主体,以农民所拥有的土地、庭院、经济作物和地方资源为特色,以为游客服务为经营手段的农村家庭经营方式。实际上目前的农家乐根本无法替代乡村旅游产品,除了区位上位于乡村、参与者主要是农民、经营项目带有农家特点外,不能完全包含整个乡村旅游的外延,农家乐只是乡村旅游的重要形式之一。

中国的学者一般认为,是否具有“乡村性”,是乡村旅游的评判标准,首先地点必须是在真正的农村(包括渔村或畜牧村)充分体现“住农家屋、吃农家饭、干农家活、享农家乐”的民俗特色;其次主体必须是农民(包括渔民和畜牧民)才能真正地融入到乡村去感受和吸收乡村的文化;再次必须要有乡村民族民俗的文化内涵,有效提高乡村旅游的品味和丰富性,以满足市场的真正需求;最后乡村旅游的目标市场主要定位为周边城市居民和异地广大游客,满足城市居民和异地游客享受田园风光及异域风情的愿望。

乡村旅游是一种回归自然和乡村文化的体验型、高品质的旅游方式,既包括乡村民俗文化风情旅游,还包括乡村休闲度假旅游和乡村自然生态旅游,是具有区域性和综合性的新型旅游业,概括起来说,乡村旅游应该是在充分利用现有农村空间、农村自然资源和人文资源的基础上,通过以旅游内涵为主题的规划、设计与施工,把田园景观、乡村建筑、农艺展示、农产品加工等与旅游者广泛参与融为一体,以满足人们亲近自然、参与农事、休闲娱乐和体验乡村文化需求的一种社会活动。

2.1.2 乡村旅游的特点

相对于传统的观光旅游（主要是指游览名山大川），乡村旅游有着自己鲜明的特点。

1、乡村旅游资源非常丰富。除具有特色的乡村自然风光、四季变换的农作物，充满情趣的乡村风土人情，浓郁乡土气息的文化传统，风格迥异的民居建筑，以及具有强烈地方特色的耕作方式、风味小吃、农产品、手工艺品等等，都是乡村旅游可以挖掘利用的资源。

2、乡村旅游以独具特色的乡村民俗文化为灵魂。乡村的各种民俗节庆、工艺美术、民间建筑、民间文艺、婚俗禁忌、趣事传说等，都赋予旅游很深厚的文化底蕴，这种既具淳朴性，又带神秘的民间文化，对于城市以及异地游客来说，具有莫大的诱惑力和吸引力。

3、农业观光性质的乡村旅游活动具有季节性。由于农业生产属于自然性生产方式，因此农业生产、自然风貌、劳作形态、农民生活受季节影响较大，导致农业观光活动存在明显的季节性。春、夏、秋、冬有各种不同的欣赏物，客流量及游客构成也会随季节的变化而发生较大的变化。

4、乡村旅游的目标市场应主要定位为城市居民。因为长期生活在快节奏、高压环境下的城市居民，对自然的需求更为强烈，宁静的乡村，休闲的生活对他们来说具有莫大的吸引力。

5、乡村旅游还具有较强的体验性。除了传统的观光游览活动外，乡村旅游还可以让人们亲自动手，亲身参与到乡村的劳动中，感受劳动的乐趣，获得不一样的人生经历。从而对大自然的生物有更深入的了解，学会感恩，更加珍惜美好生活，树立正确的人生观和价值观。

2.2 国内外乡村旅游的研究综述

2.2.1 国外乡村旅游的研究

丰富的乡村旅游现象为乡村旅游的研究提供了素材，国外乡村旅游的研究成果极为丰厚，学者们从不同角度对乡村旅游进行了研究。如：Barbichon·Guy（1973）从城市的角度分析了乡村休闲活动兴起的三个发展阶段，即由于人口剧增带来的城市压力、城郊企业及交通业的兴起、城市对乡村技术和财政政策的倾斜，促使城市开始注重对乡村投资拨款，从而导致乡村旅游业迅速发展。Frederick Martha（1993）在回顾前人成果的基础上，指出加强乡村旅游规划和评价乡村旅游成本和效益的重要性，同时也提到伴随着旅游业的发展，带来了当

地乡村环境和乡土文化的破坏。Martin·Oppermann (1996) 在文献回顾和对德国南部乡村景区调查的基础上, 讨论了德国南部乡村旅游发展情况, 并指出乡村旅游主要的市场部分是有小孩的家庭和中老年夫妇, 主要活动是乡村短程度假, 出游的主要原因是低廉的价位。同年, 德国 Jurgen H. Hohnholz 博士从农村综合发展的角度, 论述了农业旅游在农村综合发展中的地位及产生的经济、社会和文化后果。1996 年, 奥地利的沃纳·奥皮兹博士介绍了奥地利发展乡村旅游业的经验, 即通过各种旅游组织的作用来加强对乡村旅游的管理。同年, 澳大利亚学者 Claire Holsinger 介绍了澳大利亚乡村旅游业的发展情况, 指出土地保护对澳大利亚乡村旅游可持续发展的重要性; 同年, 美国的杰·托马斯·阿特金斯考察了生态旅游者、生态旅游网的特性及生态旅游项目的具体开发措施、原则, 并强调从可持续发展的角度, 利用地方特色来发展乡村生态旅游业。

总的来说, 国外对乡村旅游的研究是分布在欧洲环境背景下的乡村地区, 并且结合案例地区进行实证研究。内容主要集中在乡村旅游概念的研究; 乡村旅游与乡村可持续发展的相互关系; 社区居民对发展旅游的态度研究; 乡村旅游发展的管理研究; 旅游发展的策略研究和乡村旅游发展中的女性问题研究等。国外对乡村旅游的研究主要运用社会学、统计学、经济学、心理学、行为学和地理学研究的方法。以访谈法、问卷调查法、数理统计法、层次分析法、图表法和比较法为主, 研究方法较多, 研究成果丰富。国外对乡村旅游的研究虽然开展得早且较全面, 但研究内容多以国外的实际情况为例, 与其经济、社会、环境状况相适应, 与我国国情尚有差距, 故只具有一定的借鉴意义。

2.2.2 国内乡村旅游的研究

由于我国乡村旅游起步较晚, 所以有关乡村旅游的研究也相对滞后。目前国内已经形成的专著有郭焕成的《海峡两岸观光休闲农业与乡村旅游发展》、中国社会科学院李周等几位学者合著的《旅游业对中国农村和农民的影响研究》等。目前的论文研究主要从旅游地理、旅游开发方向出发, 集中于概念探讨、乡村旅游探讨、乡村旅游开发条件和模式、乡村旅游市场研究、乡村旅游开发现状、问题及对策、乡村旅游实证规划开发研究、国外乡村旅游研究介绍和国内外乡村旅游比较研究等几个方面。如石强等(2004)、郑群明等(2004)对乡村旅游开发的主要形式与模式进行了研究。石强认为我国乡村旅游根据其资源特点及所开展旅游活动的内容可分为森林公园、度假村、野营地观光农园、租赁农园、休闲农场、农业公园、教育农园、农村留学、乡村俱乐部、民俗文化村等十多种发展模式; 郑群明则从参与式乡村旅游探讨开发模式: “公司+农户”、“政府+公司+农村旅游协会+旅行社”、股份制、“农户+农户”、个体农庄五种模式。张建雄(2003)

提出国内乡村旅游开发主要有资源驱动型、投资驱动型和利益驱动型三种模式。李永文等提出开发的基本原则很有代表性,即因地制宜,突出特色;依法开发;维持原汁原味;市场主体;承载力控制;环境教育;社区参与;合理规划;客主权益兼顾。黄洁从乡村旅游动机角度认为乡村旅游的开发要以城市居民的“乡土情结”为依据。杨胜明提出了贵州以开发文化和自然生态乡村旅游的创新开发模式。文军、魏美才以广西富川秀水村为例提出了当地以政府为主导、旅游投资商与村民合作合股的乡村旅游开发模式。杜江、向萍则从乡村旅游需求和供给、主客互动关系的角度对乡村旅游的可持续发展进行研究。李孝坤探讨了不同文化旅游资源的开发模式和乡村旅游可持续发展的关系。肖佑兴、明庆忠指出云南乡村旅游的发展应突出其民族文化特色,走乡村旅游与生态旅游、文化旅游相结合的道路,并注意开发的适当和保护的原则。

从上述研究综述看,国内的理论研究正经历着从简单到复杂,从零散到系统,从定性到定量的过程,发展较为迅速。

2.2.3 国内外乡村旅游发展分析

1、国外乡村旅游的发展

早在 19 世纪,乡村旅游因现代人逃避工业城市污染和快节奏生活方式而在西方发达国家发展起来。“乡村旅游”在欧洲发达国家可以追溯到 19 世纪中期贵族庄园开始的旅游活动,但大规模的开展还是在 20 世纪 80 年代以后。这一时期各种城市矛盾开始出现,城市病蔓延,乡村成了都市人的庇护所;另一方面,很多国家经济增长速度开始减慢,“振兴乡村”成为刺激经济增长的一种手段。按旅游产品的生命周期,把乡村旅游产品的发展概括为萌芽期、发展期和成熟期 3 个阶段。

(1) 乡村旅游的萌芽阶段

在工业化的进程中,一些城市人开始出现回归田园、向田野学习的热情和消费需求。意大利 1865 年就成立了“农业与旅游全国协会”,专门介绍城市居民到农村去领略田园野趣。工业文明席卷欧洲,乡村旅游的风潮也在欧洲各国广泛传播。到 20 世纪 30 年代,到乡村旅游已经成为欧洲城市人休闲的主要方式之一。

这一阶段的乡村旅游发展还处于萌芽状态,人们还没来得及想出准确的词语来命名这种新的休闲和旅游方式,没有提出观光休闲农业的概念,也没有建立相应的乡村旅游区,旅游者只是自发的走到农村去,享受乡村宁静的生活。旅游者骑马、钓鱼,食用新鲜的粮食、蔬菜、水果,购买新鲜的农副产品,借此暂时离开繁华、喧闹的城市,在宁静、清新的环境中养精蓄锐。对当地农民来说,并没有把城市人的这一需求加以管理和开发,转化为更大的经济效益,很多村民把城市人的到来当作是朋友的造访,只是适当的收取客人的食宿费用。

(2) 乡村旅游的发展阶段

乡村旅游在 20 世纪中后期获得了长足的发展。在这一阶段,西方发达国家已经进入后工业化社会,城镇化率很高。农业人口减少,农业产业结构渐趋合理,以粮食生产为主,园艺、果木、特色养殖等相结合的现代农业初具规模,农业景观焕然一新。这一时期,一些旅行社开始介入到乡村旅游的服务中,同时,农民也发现乡村旅游带来了丰厚的附加价值,出现了专门从事乡村旅游接待的农户和外来企业,标志着乡村旅游业从单纯的农业和单纯的旅游业中独立出来,一种新兴的交叉产业诞生了。

观光成为这一时期乡村旅游产品的主要形式。随着现代农业的发展,乡村观光内容日益丰富,不仅包括观赏粮食作物、经济作物及花、草、林、果、家禽等,还包括欣赏乡村聚落、传统建筑和地方服饰等。同时,购物、食鲜、游乐、住宿、参与地方节庆、体验民俗成为主要活动内容。这一时期,出现了大量以提供农业观光和以地方文化体验为主的乡村博物馆,出现了专门的从业人员。由于世界各地农业的主要内容各不相同,旅游者的需求和人们对自然景观、人文景观的喜好各异,使得各国乡村旅游的发展重点不尽相同。

度假体验是这一时期的另一主要旅游产品。随着城镇化进程加快、城乡两种文化异质性增加,农村对城市居民的吸引越来越强。乡村洁净的水源、清新的空气,成为城市人放松身心、度假休闲的主要目的地之一。游客已经不再单纯地满足于短暂驻足的观光,他们更愿意把周末和假日放到乡村度过,全身心地投入山野的怀抱,完整地享受日出而作、日落而归的田园生活。为顺应这一需求,在生态较好的乡村,当地人利用自己闲置的房间接待过夜游客。另外,为了给游客一个相对休闲的度假空间,一些地方出现了乡村空白地带新建乡村小木屋,乡村旧式房屋度假形式。一时间,到乡村去度周末,到乡村去养老成为都市人的追求的时尚。在乡村度假过程中,更多的游客希望参加劳作实践,亲身体验丰富多彩的农村生活。由于在乡村度假和观光过程中增加操作性项目,不仅满足了游客需求,而且还拓宽了经营者创收的渠道。在很多国家,游客到农田里参加劳动,不仅得不到报酬,反而要缴纳费用,这已经成为旅游价值的一种新取向。这一时期,乡村度假小屋更多以酒店运作模式进行管理,经营管理以家庭为单位,妇女成为管理的中坚。

(3) 乡村旅游的成熟阶段

在观光度假阶段,乡村旅游产品中已经出现了一些体验性的活动,游客通过这些活动获得对农事活动、农村活动的认识。这种“参与式”的活动让游客既获取愉悦又能学到知识,越来越多受到游客的青睐。这一阶段,乡村旅游经营者开始寻求区域整体的良性发展,开始注重通过乡村旅游的发展带动当地社区居民生活改善,乡村旅游开始具有生态旅游、文化旅游的特点。

体验是这一阶段乡村旅游产品的主要特征。随着人们生活水平的提高,到乡村去体验农村生活、参加农事活动逐渐成为一种时尚。顺应这种需求,乡村的土地拥有者们把自己的土地划分为若干小块,分块出租给个人、家庭或小团体。这些农园平时由土地拥有者派人负责照料,并按照租赁者的意愿更换,增添农园内种植、养殖的品种,假日则由租赁者尽情享用。在这种租赁经营中土地拥有者不仅可赚取高额的土地租金和管理费,而且有时还可获得农园的农产品。当然发展租赁或参与式乡村旅游,要以高度发达的市场经济和较高的个人收入为基础。目前,除一些收入较高的国家和地区外,租赁体验型的乡村旅游在发展中国家推广还不快,但这将成为一种趋势。

2、国内乡村旅游的发展

我国乡村旅游的发展较晚,始于20世纪80年代后期,是新农村建设的一部分。它不仅为城市居民提供了新的休闲产品,而且对促进农业产业结构调整、增加农民收入、充分利用农村剩余劳动力资源、维护农村社会经济可持续发展都具有重要意义。乡村旅游业可以和农业实现产业合作、优势互补、收益双赢。它不仅能够带动特色养殖业、绿色农产品加工流通业、旅游商品加工业、交通运输业、餐饮业等相关产业的发展,推动第三产业快速发展,而且能够吸引更多工商企业投资创业。

“绿色庄园”、“都市农庄”、“农家乐”等乡村旅游形式从东部沿海向西部内陆省市渗透发展,旅游活动与传统农业和现代农业相结合,旅游活动与传统村寨、古老习俗相结合,创造了形式多样的乡村旅游活动类型。我国的乡村旅游和国外相比,从产品体系到市场发育状况,都还处于初级阶段。从国内来看,由于经济发展水平存在着东西差异,乡村旅游在各地的发展水平也各不相同。从目前乡村旅游的现状来看,在未来的一段时间内,我国的乡村旅游将呈现如下一些趋势:

(1) 国家继续高度重视和支持

我国发展乡村旅游,目的是围绕“三农”,推动社会主义新农村建设。而社会主义新农村建设并非一蹴而就,需要相当长的一段时间。各级政府将一如既往,加大对农村旅游发展的扶持力度,把国家和地方对于农业产业化、扶贫开发、环境保护、城镇建设的政策用于支持乡村旅游的发展。

(2) 乡村旅游形象品牌建设特色化

我国绝大部分乡村旅游开展的旅游项目档次不高,目标市场和产品核心竞争内容雷同,品牌观念不足,导致乡村旅游市场处于低级层次,混乱竞争的境地。要在乡村旅游市场中鹤立鸡群,唯有塑造可识别度高、可区分度强的旅游无形价值——乡村旅游特色品牌,才能胜任一筹。

(3) 乡村“理念”更加关怀旅游

乡村旅游“启航”，旅游之外“着陆”。旅游者普遍期望通过旅游可以感受到“醉翁之意”，开始将影响因子的重要权数从单纯的旅游转移到旅游的隐性理念价值上。绿色理念、人文理念、休闲理念、健康理念等，将乡村旅游的概念升级到一个新的高度，也为其增加了新元素和新动力。

(4) 乡村旅游对口国际

以 2008 年北京奥运会以及 2010 年上海世博会为重要契机，入境旅游将持续升温，我国旅游业的国际化进程也将发生质的飞跃。乡村旅游业将是向国际旅游者进一步展示中国东方文化的“国字窗口”。因而，乡村旅游在关注城市市场之外，定将借风出海，以开拓更为宽广的海外发展空间。

从以上国内外乡村旅游发展及研究状况中看出，国内外研究的侧重点不同，国外乡村旅游的研究主要集中在如何去满足市场需求方面。而我国的乡村旅游的发展受政策导向影响较大。我国乡村旅游在发展阶段、产品类型、接待服务、政府作用、社区关系等方面与国外相比都呈现出初级阶段的明显特征，具体比较：

表 2.1 国内外乡村旅游对比¹

比较项目	发达国家	我国（大陆）
发展阶段	成熟的经营阶段，稳定性很强	初级经营阶段，发展势头强劲
产品类型	形式多样，包括农业旅游、自然旅游、民俗旅游等	以农业旅游为主，乡村生态旅游、民俗旅游、文化旅游逐渐兴起
产品特点	观光和度假于一体，尤其强调精神享受，强调乡村旅游的参与性和乡村悠久的历史文化氛围的体验	以观光、休闲、采摘为主，参与型逐渐增强，但是存在产品开发过多依赖农业资源、地区文化特色不突出等问题
接待服务	住宿形式有宾馆、露营地、家庭旅馆、半自助旅社、季节性租用的农舍、提供食宿的农舍和第二住宅等	住宿形式以家庭旅馆为主，服务水平不高
客源市场	各阶层均参与，其中最稳定的客源主体是受教育程度较高，经济条件较好的中高收入阶层，国内外市场	国内市场、中层收入阶层为主
区位	整个乡村地区	以大中城市郊区和景区附近为主
旅游收入	游客出游时间长，乡村旅游收入稳定，是旅游业的重要组成部分	游客多为近地旅游，出游时间较短，乡村旅游收入逐年提高
政府作用	政府通过制定开发政策、提供人力和财政支持、进行专门的机构管理、组织市场开拓等，强有力地支持和干预乡村旅游的发展	政府倡导下的个人和小群体自主开发为主，缺乏对乡村旅游的整体规划和宏观指导
社区关系	农户为乡村旅游的参与主体，旅游收入主要用于增加农民收入，促进农村，尤其是偏远农村地区的发展	旅游从业人员中，农村人员逐渐增多，乡村旅游对振兴农村经济的贡献越来越明显

1、资料来源：赛江涛.《乡村旅游中的文化素材及其表达》，北京林业大学，2005.

续表 2.1 国内外乡村旅游对比

发展趋势	乡村旅游沿着与生态旅游、文化旅游相结合的道路, 成为一种高层次的旅游方式	逐步开发度假型、参与型乡村旅游产品, 挖掘地域乡村文化, 稳步发展、成熟
------	--------------------------------------	--------------------------------------

综上所述: 国外学者对乡村旅游的研究已经形成了较完善的理论体系, 积累了大量的成果, 成功的总结了旅游与当地居民群体的内在关系, 研究焦点主要集中在乡村旅游的概念、乡村旅游与乡村可持续发展的相互关系、基于供给和需求的乡村旅游发展的动力机制、社区居民对发展旅游的态度、乡村旅游发展管理和乡村旅游发展策略等六个方面, 并以社会学的研究方法为主, 内容已从理论走向实证, 具有很强的实践指导意义。

与其它国家和地区相比, 国内乡村旅游研究的范围还比较局限, 深度也不够, 研究领域主要表现在对乡村旅游概念的界定上。对开发意义、条件和模式, 规划与设计, 存在问题和策略, 国外和中国台湾乡村旅游发展的经验借鉴等方面, 仍然存在着缺乏科学、系统的理论研究, 研究方法比较单一, 对案例研究的重视不够和对国际研究成果的借鉴不足等问题。而本文是从体验经济的视角研究温州乡村旅游发展过程中的问题及对策。

国内外经济发展状况、国情不同。国外乡村旅游发展较好的国家也是经济发达的国家, 其早已进入工业化社会, 城市化程度高, 农业人口很少; 而我国是一个发展中国家, 也典型的农业大国, 工业刚刚起步, 城市化率较低, 农业人口占总人口的大部分。所以在发展乡村旅游方面, 我们既要学习发达国家发展乡村旅游的先进经验, 但决不能生搬硬套, 要结合我国实际, 因时、因地不同采取不同策略和发展手段。本文就是从体验经济的角度分析温州乡村旅游发展过程中存在的问题及对策。

2.3 乡村旅游与体验经济

2.3.1 体验经济的概念

体验经济(Experience Economy), 也被称为体验产业, 它起源于美国, 在美国得到了迅速的发展并在全世界得到了广泛的传播。体验经济被称为是继农业经济、工业经济和服务经济阶段之后的第四个人类的经济生活发展阶段, 或称为服务经济的延伸。未来学家托夫勒 20 世纪 70 年代在《未来的冲击》中写道: 几千年人类经济发展的历史将表现为三个阶段, 即产品经济时代、服务经济时代和体验经济时代。

所谓体验, 就是企业以服务为舞台、以商品为道具, 围绕消费者, 创造出值得消费者回忆的活动。其中的商品是有形的, 服务是无形的, 而创造出的体验是

令人难忘的。与过去不同的是，商品、服务对消费者来说是外在的，但是体验是内在的，存在于个人心中，是个人在形体、情绪、知识上参与的所得。没有两个人的体验是完全一样的，因为体验是来自个人的心境与事件的互动。

体验经济是以客户为中心的经济，它反映人类的消费行为和消费心理正在进入一种新的高级形态。体验经济关注的不是产品，也不是传统意义上的服务，而是顾客消费或者使用的全过程。它需要的是信息、知识、态度和文化。体验经济是服务经济进一步深化的结果，是经济发展的又一次浪潮及最新形态。世界经济正由服务经济向体验经济发展。

2.3.2 体验经济的产生

农业经济、工业经济和服务经济到体验经济之间的演进过程，就像母亲为小孩过生日、准备生日蛋糕的进化过程。在农业经济时代，母亲是拿自家农场的面粉、鸡蛋等材料，亲手做蛋糕，从头忙到尾，成本不到1美元。到了工业经济时代，母亲到商店里，花几美元买混合好的盒装粉回家，自己烘烤。进入服务经济时代，母亲是向西点店或超市订购做好的蛋糕，花费十几美元。到了今天，母亲不但不烘烤蛋糕，甚至不用费事自己办生日晚会，而是花一百美元，将生日活动外包给一些公司，请他们为小孩筹办一个难忘的生日晚会。这就是体验经济的诞生。

在体验经济中，以货币换感受、换快乐、换体验，不是传统意义上的换取物品或服务。人们购买一种体验时，是在花费时间享受某一企业所提供的一系列值得记忆的事件，就像在戏剧演出中那样使人身临其境。企业为了吸引消费者，与他们建立一种个性化、值得记忆的联系，它们事实上都是在展示一种体验。

2.3.3 体验经济的发展

目前从美国到欧洲的整个发达社会经济，正以发达的服务经济为基础，并紧跟“计算机信息”时代，在逐步甚至大规模开展体验经济。从其工业到农业、计算机业、因特网、旅游业、商业、服务业、餐饮业、娱乐业（影视、主题公园）等等各行业都在上演着体验或体验经济，尤其是娱乐业已成为现在世界上成长最快的经济领域。

在我国，体验经济也在逐步渗透到各个领域。由于社会的发展，人们生活水平的提高，人们在消费过程中需要的不仅仅是一种物质上的享受，更追求一种精神上的满足。体验不是简单的感觉，而是一种与当时的时间、空间相联系的精神过程。各种经济提供物从根本上不同，昭示了新的经济提供物如何创造出更大的价值。

2.3.4 体验经济的特点

美国战略地平线 LLP 顾问公司的创始人帕恩二世和吉尔摩认为,经济价值演变过程可分为四个阶段:商品、货品、服务和体验。产品的特点是自然化,商品的特点是标准化,服务的特点是定制化,体验的特点是人性化。

1、非生产性。体验是一个人达到情绪、体力、精神的某一特定水平时,他意识中产生的一种美好感觉,它本身不是一种经济产出,不能完全以清点的方式来量化,因而也不能像其它工作那样创造出可以触摸的物品。

2、短周期性。一般规律下,农业经济的生产周期最长,一般以年为单位,工业经济的周期以月为单位,服务经济的周期以天为单位,而体验经济是以小时为单位,有的甚至以分钟为单位,如互联网。

3、互动性。农业经济、工业经济和服务经济是卖方经济,它们所有的经济产出都停留在顾客之外,不与顾客发生关系;而体验经济则不然,因为任何一种体验都是某个人身心体智状态与那些筹划事件之间的互动作用的结果,顾客全程参与其中。

4、不可替代性。农业经济对其经济提供物--产品的需求要素是特点,工业经济对其经济提供物--商品的需求要素是特色,服务经济对其经济提供物--服务的需求要素是服务,而体验经济为其经济提供物--体验的需求要素是突出感受,这种感受是个性化的,在人与人之间、体验与体验之间有着本质的区别,因为没有哪两个人能够得到完全相同的体验经历。

5、深刻的烙印性。任何一次体验都会给体验者打上深刻的烙印,几天、几年、甚至终生。一次航海远行、一次极地探险、一次峡谷漂流、一次乘筏冲浪、一次高空蹦极、一次洗头按摩,所有这些,都会让体验者对体验的回忆超越体验本身。

6、经济价值的高增进性。一杯咖啡在家里你自己冲,成本不过 2 毛钱,但在鲜花装饰的走廊、伴随着古典轻柔音乐和名家名画装饰的咖啡屋,一杯咖啡的价格可能超过 10 元,你也认为物有所值;在家里烧一盆洗头水,成本不会超过一元,但在洗头洗脚城找一下放松、快慰的感觉,一次可能会花上几百元;截止目前,有幸进入太空旅游的只有美国富翁丹尼斯·蒂托和南非商人马克·沙特尔沃斯,他们各自为自己的太空体验支付了 2000 万美元的天价。而一个农民二亩地种一年的产值不过上千元,一个工人加班加点干一个月的工资也不过千元。这就是体验经济,一种低投入高产出的暴利经济。

2.3.5 体验经济与旅游

旅游是现代社会生活中居民的一种短期的特殊的生活方式。这种生活方式的特点是：异地性、业余性和享受性。旅游的本质就是一种审美加休闲的活动。旅游的过程实际上是体验生态、体验环境、体验文化等多方面体验的过程。因此，可以说旅游是最典型的反映体验经济本质的经济形态。因此，旅游产品的供应商们必须对旅游者所获得的旅游体验给予充分的关注。

“游”的字义在《说文》中如解释为“旌之垂”，其本义是旌旗的垂落，自由在地漂游，可引申为自由自在。朱熹这样解释“游”：“玩物逸情”，意为愉悦中的生命体验自由。由此我们可以这样理解旅游的含义：人在旅途（旅），自由地体验与欣赏（游），旅游的意义就是自由生命的自由体验。旅游正是人的真正自在自为的生活体验。

旅游需要休闲的状态，需要自由的感受，需要艺术的想象，需要审美的情趣。阿尔卑斯山上山的公路上立着一块提示牌：“慢慢走，请欣赏”，这正道出了旅游的真谛。日本著名美学家今道友信将审美知觉表述为“日常意识的垂直中断”，这也可以作为旅游状态的描述。真正的旅游者不应该是浮光掠影、走马观花、直奔目的地的匆匆过客，而应该是玩物逸情、情与物游、品味全过程的体验者。这就需要我们在旅游景观的营造、旅游服务的提供等各方面充分地考虑人的休闲、审美与体验的需求。如何提升旅游景观的审美境界，如何提升旅游服务者自身的审美文化素质，如何引导旅游者的审美情趣，已是人文旅游刻不容缓的重要课题。

2.3.6 体验经济与乡村旅游

乡村旅游产生的主要动力源在于人们社会心理方面的因素。在经济飞速发展的今天，我国城市居民回归自然的身心需要促进了乡村旅游的兴起和发展，乡村成为众多城市居民放松身心的理想之地，他们渴望在乡村旅游过程中，亲身体验不同的生活方式，获得身心的彻底放松。乡村旅游逐渐成为众多城市居民放松心情、缓解生活压力的有效方式之一。乡村旅游成为以体验农耕文化和乡土传统为特色的旅游方式，乡村旅游的体验特征，赋予了乡村旅游及其产品以更深的内涵和更高的期待

2.3.7 乡村旅游的体验本质

1、体验是旅游的核心属性之一

旅游活动本身就是一种经历、一种体验。旅游者不仅要满足传统的旅游经历，而是希望全方位的参与，充分理解旅游的内涵与特色。旅游者花费金钱、时间购

买旅游产品的过程就是体验的过程。旅游者希望旅游是使自己参与进去,得到一种视觉上的欣赏和情感上的交流,从而体验旅游地的生态、环境、文化等。旅游可以说是最典型的反映体验经济本质的经济形态,旅游产品是100%的体验经济产品。

乡村旅游的本质是向游客提供“一种或多种经历和体验”,给都市人提供一个认识农村、体验农家生活、追寻古朴民风民俗的机会,为游客提供一种与自己以往生活完全不同的体验。面对生动的、具有审美感受的乡村景观,旅游者暂时从现实生活的烦恼和压力中脱离出来,体验轻松与自然,并将这美好的体验永远留在记忆中。

2、乡村旅游资源的体验元素

乡村旅游资源首先要在外形上符合一定的美学规律,无论是自然的田园风光,还是古朴的旧式建筑,都应该区别于人们日常的生活环境,而能给旅游者强烈的视觉冲击,使旅游者在旅游过程中,有意无意地将自己的主观感受投射到正在观赏的客观事物之中。从体验的角度出发,符合审美规律的和人性化的景观世界都能有效地激发主体对外部世界和内在心理的联想和反思,并且在此过程中产生独特的体验。

乡村旅游资源的人文景观的魅力在于其强烈的艺术和独特性,蕴藏着很多体验的元素和内涵,乡村旅游产品要将乡村旅游资源的外在体验元素和内在寓意的体验因子结合起来,为乡村旅游体验主体和客体之间找到一套有效地转化机制,即如何将体验元素挖掘出来以供旅游者体会。利用民俗(如乡村特色食物、乡村歌舞、婚俗、地方娱乐)或者发生在当地的特定历史事件,让旅游者亲身参与到相关的旅游项目中进行体验,会获得比观赏更好的效果。

2、从体验的内容来看,乡村旅游是体验的大舞台

体验是一种参与经历,包括娱乐、教育、审美和逃避现实四个领域,最难忘的体验是处于四者交汇的“甜美的亮点”。四者与乡村旅游的本质是一致甚至是融合于一体的,无论是“娱乐观光”乡村游、“劳动教育”乡村游还是“民俗文化”旅游或是“农家乐”乡村游,都为旅游者提供了一种可以全身心参与,并拥有自己独特记忆的经历。乡村旅游资源并不适宜在快速移动的过程中来进行观光,而是适合于在生活中去感受和体验,这一特点决定了乡村旅游具有突出的体验特征,使乡村旅游成为以体验农耕文化和乡土传统为特色的旅游方式,体验成为乡村旅游的核心,体验成为乡村旅游的关键词。

3、从体验方式来看,亲身参与是乡村旅游的主旋律

乡村旅游与其它旅游方式最大的不同点,就是要求游客亲自参与、亲身体验的一种旅游方式。只有游客亲自参与进去了,才可以真正感受到旅游的乐趣。乡村旅游者认为旅游除欣赏山水外,更重要的是在于融入其中。在乡村除了可以欣

赏到自然悠闲、秀美的田园风光外，还可以与当地居民一起同吃劳作，感受劳动的艰辛与喜悦，享受自己的劳动果实，获得小小的成就感，从而珍惜自己的美好生活。乡村旅游就是体验乡村生活，乡村是一个很好的教育基地，也是人们净化心灵的好去处。

4、体验性乡村旅游的功能

乡村体验可分为四个部分——娱乐、教育、逃避现实和审美。它们互相兼容，形成独特的个人体验。当体验经济加速的时候，人们将会看到比以往更新、更多的体验，四种体验王国成为未来发展的趋势：教育的体验、逃避现实的体验和审美的体验，将在乡村体验游中得到实现。

教育体验：尽管教育是一件严肃的事情，但并不意味着教育的体验不能成为一件快乐的事。愉悦教育就是一种横跨教育和娱乐两方面的体验。如人们在乡村不但可以欣赏田园风光，而且可以增加对大自然更多的认识，这就是属于乡村旅游的教育性体验。

逃避现实的体验：人们愿意到别的地方去旅行，花时间参加值得参与的活动。如有一些人想抛开自己所拥有的财富去体验普通人的生活，许多人希望在家庭和工作以外的地方与人接触，与不同的社会团体进行交流。而乡村可以让人们暂时脱离原来的工作生活的烦恼，获得暂时的心灵宁静。

审美体验：人沉浸于某一事物和环境之中，得到体验的审美愉悦。这种审美完全是自然的，这样独特的瞬间是非常令人感动的，正是通过这样的瞬间，人们构造出独立而有意义的现实感觉。

体验性的乡村旅游具有休闲、观光、度假、体验、科学和教育、购物等多种功能。发展体验性乡村旅游，符合回归自然的旅游主题，将现代旅游的新的需求与传统乡村相结合，产生更高的经济效益，并促进传统农业向现代高效农业的转化。通过农旅结合的新模式，创建和谐的经验性乡村旅游方式，使乡村旅游的休闲特色更加突出。总之，体验性乡村旅游充分展示了乡村社会文化和民俗风情，更加强了乡村自然风貌、人文个性的原始性和朴素性。

体验性乡村旅游是对乡村旅游正在发生的变化以及未来趋势所做的一种个性化描述。乡村体验旅游不仅可以缓解人们的生活压力，而且还可以促进农村经济的增长，缩短城乡经济差距。对于生活在喧嚣狭窄的城市空间的市民来说，田园牧歌式的悠闲乡村生活无疑具有极大的吸引力，体验性乡村旅游市场前景广阔。

3 温州乡村旅游市场分析

3.1 温州乡村旅游总体状况

温州的乡村旅游起步于 90 年代中期, 从最初一些农户创办农民餐馆, 为城市消费者提供吃农家菜、住农家屋等简单服务起步, 进而向利用田园景观和各类农业资源、提供观赏、采摘、垂钓、游乐等体验性活动拓展。特别是近几年来伴随着国家新农村建设的步伐, 温州市对乡村旅游发展扶持力度加大, 乡村旅游日渐成为温州旅游的一支重要力量。政府对于乡村旅游给予大力的支持和帮助, 提供政策支持, 通过加大财政投入, 减免各项税收, 进行财政补贴等措施, 提高了农民从事乡村旅游的积极性。以下是 2007 年温州各县(区)接待旅游者人数和农家乐接待旅游者人数。

表 3.1 2007 年 1-12 月份各县(市、区)游客接待情况表²

各县市区	1-12 月份旅游接待总人数(万人次)	与上年同比(%)	1-12 月份农家乐(渔家乐)接待人数(万人次)	农家乐所占接待人数份额(%)
鹿城	592.21	20.17%	28	5.63
龙湾	106.86	27.32%	12.21	12.4
瓯海	153.46	17.00%	24.02	18.9
乐清	145.74	43.39%	49.6	32.85
雁荡山	165.05	10.01%	/	/
中雁荡	68.08	17.00%	0.5	/
瑞安	234.4	16.36%	63	19.87
永嘉	112.53	19.85%	33	30.26
平阳	160.31	15.99%	33.85	21.08
苍南	136.61	22.78%	16.72	20.89
文成	85.34	13.48%	5	6.24
泰顺	55.01	25.50%	12	19.60
洞头	145.08	7.40%	13	8.91

表 3.2 温州乡村旅游统计数据³

序号	乡村旅游指标内容	数量(个)
1	乡村旅游特色村	34
2	乡村旅游特色点	148
3	乡村旅游经营户(户)	1970

1、资料来源:温州市旅游局,2008,内部资料,《温州市旅游统计表》

3、资料来源:温州市旅游局,2008,内部资料,《温州市乡村旅游数据统计表》

续表 3.2 温州乡村旅游统计数据⁴

4	其中农家乐经营户(户)	867
5	直接从事乡村旅游的从业人员(人)	7317
6	间接从事乡村旅游的从业人员(人)	9901
7	总占地面积(亩)	17786.85
8	总床位(张)	8344
9	总餐位(个)	63860
10	接待游客(人次)	2756956
11	乡村旅游营业收入(万元)	24855.66
12	乡村旅游农事节庆活动项目(类)	29
13	同旅行社建立业务关系的农户(个)	593

从以上数据可以看出,近几年温州旅游发展迅速,乡村旅游也成为一种新兴旅游形式,发展迅猛。另外从2003年7月《杭州宣言》的“15+1”,到2004年10月《黄山共识》的“16+4”,再到2005年9月《无锡倡议》的“20+4”,长三角旅游区域合作方兴未艾,未来将实现区域各城市之间互为目的地,互为客源地,由此也为温州乡村旅游的发展创造了良好的外部市场机遇。杭州湾大桥的开通,也打通了杭州湾南北的快速通道,全面提速这一区域的社会经济建设,必将为温州乡村旅游市场输送可观的优质客源,温州乡村旅游前景广阔。

3.2 温州乡村旅游资源分析

温州乡村旅游资源数量丰富且品质较高、种类齐全涵盖多个层次、分布广泛涵盖各个温州市县区,自然资源和人文资源搭配较好、生态资源品味较高、瓯越文化与浙南山水相交融。但部分资源具有同质性,在发展中要通过规划打造不同的主题特色。从而满足游客对乡村旅游的求奇心理,降低地域旅游的重游率。

表 3.3 温州乡村旅游类型⁵

乡村旅游类型	数量(个)	所占比例(%)
城市依托型(客源依托型)	132	9.2
景区依托型(风景名胜区)	1017	71.5
村寨依托型	221	15.5
其他	52	3.7

4、资料来源:温州市旅游局,2008,内部资料,《温州市乡村旅游数据统计表》

5、资料来源:温州市旅游局,2008,内部资料,《温州市乡村旅游数据统计表》

3.2.1 文化资源独特

温州是文化灿烂的东瓯名镇，公元前 192 年是东瓯王驺摇的都地。南宋时被辟为对外通商口岸，有“一片繁荣海上头，从来唤作小杭州”之称。

1、楠溪江古村落

位于温州永嘉县的楠溪江古村落代表了中国东瓯耕读社会传统生活方式和山水景观审美文化。这些古村落大都分布在楠溪江的中上游平原、半山腰及山顶盆地等，绝大多数为单姓的血缘部落。因村落所处的地形地貌不同，反映在村落的规划布局、规模、民居形式以及民俗等方面都有差异。千百年来，在自然经济时代，这些部落一直是纯农业部落，村民男耕女织，过着近乎自给自足的平淡生活。楠溪江由于地域偏僻，地形呈口袋状，故是一个相对独立的、统一的乡土文化圈。村落规划、建筑布局、房屋单体的形制和风格都明显不同于江南各地，在做法上一般都是素木起屋、蛮石磊墙、山墙点缀、竹编粉饰、不事琢磨。屋面、石墙和梁柱都有微妙的曲线和放角，给人感觉很亲切，浑然天成。这里的院落宽敞、院墙不高、房前屋后乡土树木葱郁，使得楠溪江的民居建筑呈现出一种醇厚、朴实、开放、亲和的个性。1999 年楠溪江古村落群及环境被列入了世界遗产预备清单。楠溪江古村落是温州特有的乡村旅游资源，也获得更多旅游者的认同。

2、泰顺的廊桥

温州的泰顺被成为“中国廊桥之乡”。所谓“廊桥”就是有屋檐的桥。历史上的泰顺，村落分散，交通偏僻。人们出外行走十几里都难以见到人烟。按照泰顺先祖们的“交通规划”，在相隔一定里程的大路（石砌路）边上，要建上一座供人歇脚的风雨亭。而桥上建造屋檐，不但可以保护木材建造的桥梁免受日照雨淋的侵袭，而且起到风雨亭的作用。有的廊桥还有供人暂居的房间。泰顺县内现有廊桥共计 958 座，其中包括木拱廊桥、木平廊桥和石拱廊桥在内的明清廊桥 30 多座。其中在世界桥梁史上占有重要地位的木拱廊桥 6 座，这种桥以较短的木材，通过纵横相贯，犹如彩虹飞架宽阔水面，其巧妙的结构，令人惊叹！散落在民间的这些桥现在不仅是一种景观，而且代表了古代温州人外出谋生的艰辛和高超的建桥技艺，更是一种文化。

3.2.2 自然环境和諧

1、田园风光

由于温州很多乡村地处山区，缺少发展第一、第二产业常规经济的自然条件，又不具备交通区位优势，是工业文明尚未辐射到或感受极微弱的地区，使得很多乡村至今还保留着近乎原始而秀美的自然环境、田园风光、传统的农耕文化和醇厚的民族习俗。这些自然环境、田园风光是乡村景观中最主要的构成部分，是乡

村生活的真实写照，也是乡村旅游发展的基础。温州拥有农业观光园、各种果园（如杨梅林）、茶园、竹林、稻田、菜园、梯田等。如永嘉茗岙乡梯田美景名闻遐迩。同时还有一些乡村意境景观，它是以乡村区域自然景观、区域文化景观共同构成的整体人文生态系统，是对整体景观的感受，是超越物质景观实体的旅游资源，如文成红枫古道、永嘉岭上人家等。

2、渔村风貌

温州的沿海特点也是有利的滨海乡村旅游资源。沿温州东海岸从乐清至苍南一段，集优美的自然景观和当代渔村风貌为一体。如位于东部的乐清湾是国内罕见的海洋牧场，拥有滩涂 20 余万亩，浅海水域 18 万亩，盛产黄鱼、墨鱼、蛸蚌、蛭子、对虾，是一个鲜活的经年收获的海湾，是发展休闲渔业的绝好场所。除此之外还有洞头、炎亭、灵昆、蒲崎、北麂岛、南麂岛等都可以开展渔村风貌和海鲜美食渔村游。

3.2.3 物产丰富

温州土壤肥沃，河流湖泊众多，海洋资源丰富，是江南“鱼米之乡”。粮食作物以水稻为主，还有柑橘、茶叶、枇杷、杨梅、甘蔗、番薯、小麦、玉米、油菜、甘蔗、茶、络麻、油桐、乌柏籽等 160 余种经济作物。海洋鱼类有带鱼、黄鱼、鳗鱼等 370 余种、贝类有 430 余种，还养殖蛭、蚶、虾、蟹、蛤等。兼有沿海与淡水养殖，梭子蟹、对虾、石斑鱼、鳗鱼、文蛤等，农产丰富，渔业发达。

3.2.4 民俗节庆活动多彩

1、民俗活动

温州民间比较隆重的节日民俗有正月拜年、元宵灯会、端午龙舟、中秋赏月等。但这些节日民俗随着城市化进程的加快，在城市已难觅踪影，只有在乡村才能感受到浓浓的节日氛围。

在这些民俗节庆中最具特色的就是泰顺的“百家宴”。“百家宴”史称“做福”，相传一千多年前，泰顺三魁镇张宅村的先人为了躲避战乱，从河北迁到泰顺三魁。此后，张宅村人在每年正月十五元宵节这一天，都会相聚在一起，同饮团圆酒，以聚人心。最初仅是同族人聚集在一起共进元宵节午餐，后来外姓人不断加入，渐渐演变成了一场元宵节的大聚餐，不管远近，来的都是客，都可以参加，当地称之为“百家宴”。现在“百家宴”已经成为一种带有民间联谊性质的盛大活动，人们欢聚一堂品味佳肴，互送祝福，成为人与人之间和谐相处的一道亮丽风景。

2、非物质文化遗产活动

温州是南戏的故乡，温州鼓词、泰顺的药发木偶、永嘉昆曲 5 个项目已经文化部批准，成为第一批国家非物质文化遗产名录推荐项目。中国传统的活字印刷术在温州也有所传承，还有瓯剧、永嘉昆曲（南戏遗存）、苍南夹缬、瑞安藤牌舞、瓯绣 8 个项目被列入省保护项目。温州民间还有一些流传于世的高超技艺，如乐清黄杨木雕、细纹刻纸、瓯绣、瓯塑、米塑等。

温州市现登记在册民族民间艺术项目 202 项，其中造型艺术 119 项，表演艺术 63 项，民风民俗 20 项。而这些特有的非物质文化只有在温州乡村才可以感受其魅力。

3.3 温州乡村旅游客源市场分析

3.3.1 温州旅游业总体状况

温州旅游业发展起源于上个世纪八十年代末，于九十年代末完成了发展阶段，2000 年后处于巩固和停滞阶段，表现为在浙江省旅游市场中所占份额与其资源优势不匹配，但随着经济发展进入成熟期和温州旅游业投入的增加，近 2 年出现较快的发展，在浙江省国内旅游发展水平仅次于杭州和宁波，但是入境旅游接待状况相对滞后。

温州旅游业经过十多年的发展，取得了快速健康发展，产业规模不断扩大，旅游产业水平不断提高，旅游产品种类与结构不断完善，行业管理日趋规范，旅游综合功能开始得到发挥，温州旅游业的潜在优势正在向现实优势转化。

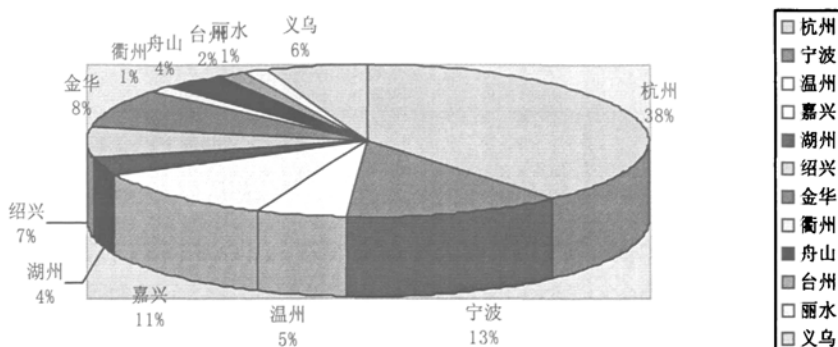
表 3.4 近年温州旅游接待人数和旅游收入在浙江省内的排名状况⁶

年份	旅游总人次 (万人)	省内 排名	国内旅游收入 (亿元)	省内 排名	国际旅游收 入(万美元)	省内 排名
1997	408.3	3	26.5	3	1993	4
1998	467.1	4	33.5	4	2035	4
1999	516.3	4	39.9	4	2079	4
2000	660.8	4	47.5	4	3457	3
2001	723.7	5	61	4	4075	5
2002	810.5	7	70.7	5	4973	5
2003	780.2	7	66.6	5	4770	5
2004	1069	7	91.1	5	7102	6
2005	1422.4	5	121.3	4	9096	5

6、资料来源：浙江旅游网，2007，浙江旅游年鉴

续表 3.4 近年温州旅游接待人数和旅游收入在浙江省内的排名状况⁷

2006	1868.4	3	158.6	3	10926	5
2007	2220.7	3	189.8	3	14083	7

图 3.1 2007 年浙江省 12 个市入境旅游接待情况构成⁸

由于起步较晚，温州旅游资源的潜力尚未得到充分发挥，一些旅游资源尚处于未开发状态，旅游资源的优势还未转化为产业优势，旅游产品体系不够完善，旅游品牌形象缺乏。与国内、省内一些旅游业较发达的城市如上海、杭州、宁波等相比存在一定的差距，旅游业还处于规模化、产业化，需要大力打造旅游吸引物的发展阶段。从 2000 年到 2007 年 7 年温州接待旅游者人数翻了 3 倍多，每年都以 20% 左右的速度增长，整个温州旅游发展呈快速增长趋势。旅游收入占整个全市 GDP 收入的比重也越来越大，从 2000 年的 6.10% 到 9.29%，旅游业已经成为温州的支柱产业之一。

3.3.2 温州乡村旅游客源现状

乡村旅游是整个旅游活动的一部分，它是区别于传统的名山大川、观光旅游的一种乡野、新型参与体验性旅游产品。温州乡村旅游的客源定位应以温州城市居民为主，外地居民为辅。旅游活动要开展，必须具备三要素：钱、闲和动机。

7、资料来源：浙江旅游网，2007，浙江旅游年鉴

8、资料来源：温州市旅游局，2008，内部资料，《温州乡村旅游发展规划》

作为沿海发达城市的温州人经济基础雄厚，消费能力强，尤其是休闲娱乐需求旺盛。国家新的休假制度又为乡村旅游的发展提供了时间上的保证。

1、经济基础雄厚

据世界旅游组织的统计，一个国家的人均 GDP 达到 1000 美元的时候，旅游消费进入启动期；当人均 GDP 达到 2000 美元时，度假旅游就开始繁荣。从温州市统计局获悉，温州市 2007 年城市居民人均总收入为 25,306 元，人均可支配收入为 24,002 元，超过 3000 美元。良好的经济基础为旅游活动提供了资金上的保证，具备了旅游活动的三要素之一。

2、追求娱乐文化消费

随着收入水平的不断提高，温州城市居民的消费习惯也在悄然改变，教育文化娱乐服务支出不断增加，人均 2760 元，其中参观游览、外出旅游、健身等文化服务支出 889 元。随着经济的不断增长和温州人文化品味的提升，旅游、教育等支出大幅度增加，并呈持续上升的良好趋势。旅游已经成为很多人周末的消费习惯。人们的消费也在追求绿色和原生态，农家菜在温州餐饮业成为新宠，土鸡是餐桌上常点的菜、土鸡蛋是市场中颇受欢迎的农副产品。

3、私家车数量增加

截至 2006 年末，温州市居民汽车拥有量突破 30 万辆，达到 34.08 万辆；其中私人汽车拥有量达到 26.97 万辆；其中温州市区每百户居民家庭汽车拥有量为 20.5 辆。家庭汽车拥有量的普及为人们外出“自驾游”提供了交通上的方便。

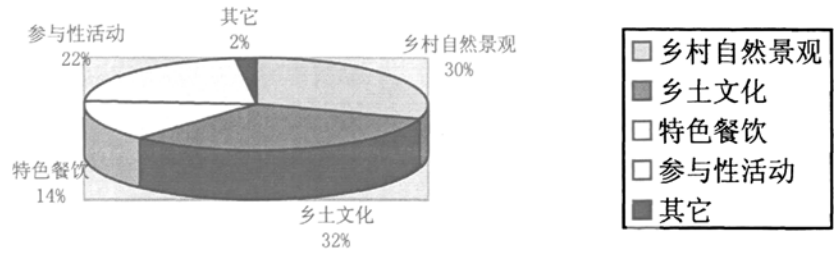
此外，温州也是著名的侨乡。过去几十年大量温州人闯荡在国内外商界，而这些人很多都出身农村。“倦鸟思归”，充满淳朴气息的温州乡村是这些人追寻过去回忆的好去处。同时这些在外闯荡的温州人具备一定的经济能力，流动性强，乡情浓重，宗族文化感和归属感强烈，也可以成为温州乡村旅游的发展的资金来源和客源保证。

3.3.3 温州乡村旅游客源认知及分析

1、温州人对乡村旅游的普遍认知及其分析

第一、乡村旅游吸引物及知晓情况

本人协同温州市旅游局对温州市区居民进行的一次问卷调查（市区居民、游人等抽样调查），并配以专家访谈，调研小组讨论，文献文本分析等方式，调查结果显示：多数温州本地人了解温州的楠溪江、雁荡山、洞头、江心屿、泽雅等旅游景点，少数人知道文成、泰顺等具备丰富乡村旅游资源的地名。在被调查的消费者心目中，温州乡村旅游最基本的组成元素按重要性排序分列前 3 为的依次是：乡村风光、农家菜和乡村民俗节庆。

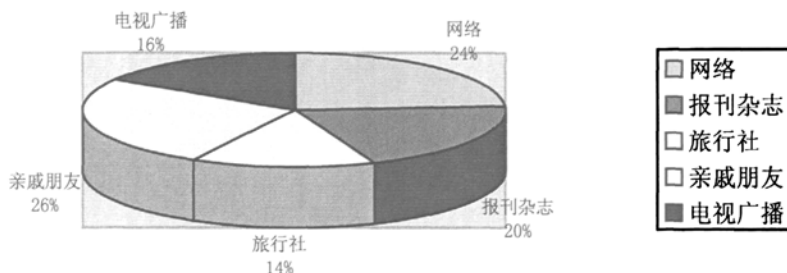
图 3.2 进一步发展需求⁹

第二、乡村旅游交通状况

通过调查发现，自驾车在温州乡村旅游出行方式中占重要地位，并且对单程车程时间忍受度高，达到 2-4 小时。在乡村旅游目的地选择影响因素方面，重要性排序从高到低依次为：沿途景观、目的地距离、沿途相关服务（加油站、维修站等）、目的地旅游景点质量、道路交通状况、基础设施条件（通信、公厕等）和沿途目的地安全情况。这也对温州乡村旅游地的配套设施和服务提出要求。

第三、乡村旅游信息获取

口碑和网络对旅游信息的传播起到了很重要的作用，随着温州经济、科技水平的进一步提升，网络这一渠道将占据更重的比重。被调查者对于乡村旅游信息的获取渠道情况主要如下：

图 3.3 乡村旅游信息获取渠道¹⁰

9、资料来源：温州市旅游局，2008，内部资料，《温州市乡村旅游发展规划》

10、资料来源：温州市旅游局，2008，内部资料，《温州市乡村旅游发展规划》

第四、乡村旅游担心问题及停留时间

调查得知，潜在游客在计划乡村旅游出行时最担心的3点依次是：人身财产安全、食品卫生和价格，此外服务态度和环境卫生也成为他们关注的方面。与最担心的事相对应，潜在游客最愿意花钱的地方依次是：餐饮、活动开销和购物。而被调查者在旅游地停留时间主要呈现如下特征：

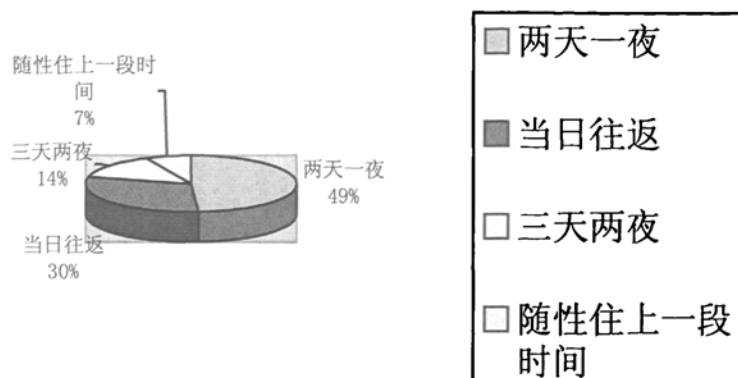


图 3.4 被调查者在乡村停留的时间¹¹

2、外地游客对温州乡村旅游的普遍认知和分析

外地游客对温州的认知情况是温州人会做生意，商业发达。此外对温州旅游资源的了解仅为温州有雁荡山，而不知道温州也有丰富的乡村旅游资源和乡土文化。大部分受访者在参与温州乡村旅游活动时最担心的事物包括：公共洗手间、温州话、杂乱的人口结构和信息向导。而让他们期望满足的需求包括：明确的市场定位，更充分的旅游信息，人文气息，体验性活动，体现温州商业特色的购物活动（皮鞋、眼镜等），更高层次的审美享受，具有温州特色的旅游纪念品，多一点“软价值”等。可见温州当地特点通过合理运作都可以成为市场卖点，转化其无价值性或经济性为外部经济性。

3.4 温州乡村旅游发展 SWOT 分析

通过以上对温州乡村旅游的现状调查，利用 SWOT 分析法对温州乡村旅游进行分析，分析结果如下所示：

11、资料来源：温州市旅游局，2008，内部资料，《温州市乡村旅游发展规划》

表 3.5 温州乡村旅游 SWOT 分析

优势 (Strength) :	机遇 (Opportunity) :
1、本地客源市场优势 2、区域经济环境优越 3、温州城市品牌知名度高 4、旅游资源丰富且品质较高 5、瓯越文化底蕴深厚	1、社会主义新农村建设大风向 2、温州人休闲文化品味的提升 3、温州经济国际化 4、在外温州人的“思乡情怀” 5、长三角地区旅游一体化 6、周边地区发展带来的契机
威胁 (Threat) :	劣势 (Weakness) :
1、“乡村旅游热”带来的阶段性影响 2、旅游生态位现象 3、乡村旅游开发与当地环境、社会、文化保护的平衡制约 4、乡村旅游创新性发展	1、产品处于初级阶段，产业化程度较低 2、尚未形成鲜明的目的地形象 3、产品体系和项目设计单调 4、外向型消费造成的客源漏损

表 3.6 温州乡村旅游 SWOT 策略

<p>SO(优势机会)策略：把握国家政策导向和地区发展阶段带来的机会，利用本地区位、市场需求、消费能力和基础设施等方面的优势，进一步增强“温州”品牌知名度，调动民营资本的积极性，合理开发已有的丰富旅游资源，深入挖掘地方文化底蕴，趁势推动温州乡村旅游发展。</p>	
<p>ST（优势威胁）策略：利用民间资本优势和温州人较强的经商意识和企业家精神，避免短期行为和客源审美疲劳所带来的风险，增加城乡文化内涵，打造有温州特色的乡村旅游目的地，形成动态竞争力。</p>	<p>WO（威胁机会）策略：杭州湾大桥通车后长三角一体化和温州经济国家化加速，温州旅游认知度提高，引进高级人才和先进理念，优化旅游产业结构，以乡村旅游带动社会主义新农村建设，因势利导。</p>
<p>WT（劣势威胁）策略：通过政府引导合理开发旅游资源，优化产品体系设计，促进产业化，减少盲目开发，降低区域同质市场恶性竞争带来的资源浪费，同时要提高旅游开发过程各个环节的实施水平，坚持科学发展观和可持续发展原则，通过稳健地创新来满足“见多识广”的温州人旅游市场需求。</p>	

4 温州乡村旅游的结构与特征

国内外乡村旅游的发展起点不一、程度不一、规模不一，却处于相同的时代大环境。尽管乡村旅游有着诸多区别，但通过一些市场调查和网络信息的比较分析，可以看出国内外乡村旅游存在一些相似的特征：

(1) 需求层次向高端转移

乡村旅游消费者从“走马观花式”更新到“下马赏花式”，从“下马赏花式”升级到“驻马种花式”。旅游消费者不仅仅需要享受旅游产品或者旅游服务本身带来的种种满足感，还需要满足体验参与的喜悦感和成就感。

(2) 产品和服务个性化

乡村旅游者对大众化旅游产品逐渐感到厌倦甚至反感，开始追求能够彰显自我个性的旅游服务产品。国家旅游部门数据显示，我国居民由单一组团观光游向形式多样的乡村度假游、特色旅游项目扩展，出游方式也由“跟团旅游”逐渐向自行组织、自驾车的“自助游”转变。

(3) 文化需求上升

由于旅游者文化修养的升格，乡村传统的本土文化或民族文化很大程度上可以影响旅游者的旅游消费观念，因而旅游者在不断追求和接近与文化相关的乡村旅游产品或服务，尤其是传统的文化。

(4) 生态环保意识增强

旅游者的公益意识不断加强，开始逐渐认识到乡村旅游的天然环保性和生态脆弱性，更重视对乡村原汁生活的保护，更追求可持续的乡村旅游发展，并希望通过自己的一些环保行为可以体现自己的绿色旅游理念，甚至带动别人一起参与到绿色生态环保的行动中来。

将以上这些共同特征与温州乡村旅游客源市场进行对比，可以发现温州乡村旅游存在以下问题：

4.1 自发经营，缺乏整体规划指导

2008年9月协同温州市旅游局于做了一次调研，并通过与旅游从业人员、旅行社工作人员、温州风景名胜区协会专家等访谈，显示温州乡村旅游发展尚处于自发起步阶段，属市场需求拉动和农民致富冲动的双重因素影响下自主投资、自发而生、自我管理的初级状态，政府没有给予充分的指导和引导。

4.1.1 乡村旅游管理职能交叉，职责不清

乡村旅游的发展虽然各风景旅游管理局有所参与，但乡村旅游的各项事务主要由农业部门牵头主抓。其它旅游管理、文物、工商、林业、卫生等部门也有相应的管理职能。多部门交叉管理，降低了市场运作的效率。同时给乡村旅游经营者带来了行政障碍，提高了管理成本。

同时各个风景区内，由于不同的管理机构和企业集团进行多头管理，造成旅游开发和管理上的混乱和矛盾，制约着旅游产品的开发和旅游产业的发展。现有的旅游行政管理机构在进行旅游宏观规划、开发、管理和规范方面显得力不从心，传统的管理办法在重要的营销和吸引投资方面也缺乏灵活性和行动力。温州民营资本极为雄厚，投资也极为活跃，是温州旅游发展可利用的优势资源。但目前民间资本较少进入温州旅游业，它们在单体上较为分散，更青睐“短、平、快”的项目，但更重要的原因是旅游投资政策上的限制，民间资本很难进入旅游业。旅游业是一项投资需求较大的产业。目前温州的旅游投资主体仍是政府，社会投资较少，使得一流的旅游资源无法转化为一流的产品。例如：温州“十一五”期间主要建设项目清单中，单个景区项目的总投资额度超过1亿的项目只有8个（总数85个），其它项目的投资一般都在2000万左右，仅有少数超过5000万的项目（杭州某些区县的投资额小于5000万不审批）。这种小规模的投资极大地制约了旅游景区建设和旅游产品提升，从而制约了依托旅游景区扩大经营的乡村旅游的发展。

4.1.2 政府重视度不够，引导乏力

一些有发展乡村旅游条件的乡镇及行业主管部门，对发展乡村旅游与促进农业产业发展、推动新农村建设的认识还缺乏足够的认识，尚未真正引起高度重视，对发展乡村旅游理念不清、目标不明，缺乏一个可操作的专项规划。乡村旅游迅速发展，带动了新一轮开发热，一些农户看到乡村旅游生意火爆，在没有统一规划、市场预测的情况下，仓促上马，盲目开发，存在乱搭建、滥开发的现象。而政府在发展过程中对自己的本职工作不是很清楚，如温州乡村旅游管理部门对乡村旅游的扶持只是通过评乡村旅游特色村（点），培训农家乐厨师等，而对于最为重要的乡村旅游规划和乡村传统文化的挖掘相对滞后。加上乡村旅游具有分散性、松散性特点，如果缺乏空间布局规划和发展体系规划的引导和指导，势必造成乡村旅游发展处于盲目跟风、一哄而上、布局分散、低水平重复建设的局面。

4.1.3 空间格局不合理，分布散乱

温州现有的乡村旅游点数量众多，但都零星散落在各个乡村。各个县区都有开展乡村游，但在空间布局上没有形成一个完整的产品布局体系。导致游客出游一次只能奔一个乡村旅游点，单次出游收益不大，游客边际出游效益较低，花费在路上的时间太多。特色乡村旅游点特色不突出，到现在为止，知名度较高乡村旅游点寥寥无几。所谓的特色村（点），到底特色在哪里？恐怕没有几个人能回答得上来！

由于没有统一的规划和引导，在一个乡村旅游村内，也出现全村皆商的局面。全村都在经营农家餐饮和住宿，而不愿经营其它的旅游商品经营、农事活动体验、传统民俗表演、农产品养殖等相关旅游活动。温州旅游界人士戏称，所谓的温州乡村游，更确切的讲就是到“农家餐馆”的吃农家饭活动。而所谓的乡村旅游商品、体验活动只是摆设，很多旅游商品其实是将工业品转移到乡村展卖而已，缺乏乡村的独特性。另一方面，单一以吃为主的乡村游，活动项目少，使游客在乡村逗留时间短，慕名而来，匆匆离去，更重要的是使乡村旅游的体验性被削弱，重复性和无特色的乡村旅游发展遭遇瓶颈。

4.2 单户经营，尚未形成规模

从调查数据的显示来看，温州现有乡村旅游特色村中乡村旅游经营户有 1970 户，而其中农家乐经营户有 867 户，占了整个乡村旅游经营主体的 44%。单户经营的乡村旅游不管是从接待能力、接待规模上都难成气候。

4.2.1 资金不足、规模不大

单户经营的乡村旅游经营者自身资金有限，融资能力也较差，使他们的乡村旅游投资规模较小。用地瓶颈也严重制约了乡村旅游的发展，传统的宅基地不能满足日益发展的乡村旅游对于土地的需求。农户都是使用自家的宅基地来开展乡村旅游，而宅基地面积有限，使乡村旅游不能扩大发展。政府虽然出台了部分优惠政策，但远远不能解决扩大经营的需求。土地政策限制了乡村旅游点的发展规模、投资和设施的档次；而这些又限制了乡村旅游的影响力和接待能力，增加了乡村旅游的经营成本。同时单户经营者从农民转变为经营者或服务员往往是一夜之间的，所以他们在如何进行投资估算、效益预测、品牌开发、管理服务等经营理念方面还存在一定的偏差，也降低了乡村旅游的竞争力和可持续发展性。

单户经营的农户只关注自己眼前利益，树立景区形象的意识不强，整体性开发不够。如他们更乐意在自家的经营主体建筑上花钱，把自家的房子内外都装修

成有农家特色的小屋，而不愿在治理、美化周围的环境上下功夫，导致在农家乐内部还是农家特色鲜明，而出了门就是一片没有整修和规划的杂乱的落后农村景象。

4.2.2 经营理念狭窄、服务水平不高

温州乡村旅游可观的利润空间吸引了农村大量的剩余劳动力加入到乡村旅游从业人员的队伍中，直接从业人员已达 7317 人，间接从业人员 9901 人。

表 4.1 温州乡村旅游管理类型¹²

温州乡村旅游管理类别	数量（个）	所占比例（%）
经营公司管理	305	14%
行业协会管理	53	3%
农户自己管理	1687	80%
俱乐部管理	1	0
其它	2	0

从以上统计数据可以看出，乡村旅游从业人员不断扩大。但经营主体以当地的农民为主，专业的管理人员短缺。农民没有经过专门的管理学习和培训，经营多以经验为主，管理水平参差不齐。

1、经营理念狭窄

自主开发和经营乡村旅游的农民素质不高，易患近视病。如有的村庄，在稍微有点名气之后，就开始宰客，农家菜价格高得惊人，甚至超过城里的宾馆。农村里卖的农产品的也把价格抬得很高，把自己和旅游区相媲美，俨然一幅奸商，丧失农民伯伯淳朴本色。还有的农民根本没有诚信意识，说是土鸡，实际是从市场买来的饲料鸡在家养了几天，高价卖给游客；旅游团队前一天订好了餐第二天来发现还是没有餐位。这些都是经营理念落后的表现，没有把乡村旅游作为一个品牌来经营，只顾眼前利益。故要引导他们树立品牌理念，使乡村旅游成为当地的一个品牌、也是一个可以长久利用的资源。而这些都需要提升经营者的素质，开阔当地人的眼界。

2、服务意识较差

从事乡村旅游的服务人员大多是当地村民或者家族亲戚，没有受过正规的培训和学习。服务技能不高、服务意识淡薄。如生意忙时乡村餐馆服务员脸上看不到笑容，对客人爱理不理，更不要说主动服务了，上菜时黑黑的指甲直接伸进盘

12、资料来源：温州市旅游局，2008，内部资料，《温州市乡村旅游数据统计表》

子里,使客人顿失胃口。低水平的服务肯定也会使乡村旅游产生不良的口碑,也阻碍了乡村旅游业的健康和可持续发展。旅游开始发展起来的很多乡村淳朴民风已荡然无存,村民个个唯利是图,让游客感觉不到乡村的氛围。

4.3 缺乏特色,体验性不强

4.3.1 产品缺乏温州特色

在调查中发现,农家餐饮目前在温州消费者心目中发展较为成熟,而其原真的乡村风光不具备特色,不能给人以原野周边环境的陶醉感,而乡土文化和乡村自然景观是被认为最应该进一步发展的部分。但由于乡村自然景观的属性特点决定了其被改造的难度,所以应该对“钓鱼、采摘等参与性活动”予以重视。可见,参与性活动与乡土文化一起被消费者认同,潜在的旅游者需求已不再只停留在吃饭、观光等层面,而是谋求更高水平的文化体验和身心愉悦。

温州现有的乡村旅游没有体现“温州特色”,没有和温州当地的瓯越文化和浙南民俗结合起来,文化内涵挖掘不够,缺乏人文精神层面的旅游产品开发。而乡村旅游的开发必须依赖当地自然景观和农业资源,具有鲜明的地域特色和文化特色。创新不足,缺乏独具特色的乡村民俗文化为灵魂的人文旅游,也使温州乡村旅游的生命力不能长久。如苍南县五凤乡开展的“采茶游”,游客兴冲冲的准备体验采茶的乐趣,而到了目的地后村民只是随便给每人发个尼龙袋,然后直接让游客到茶园里自己采,结束后把游客采好的茶叶放到机器里炒,然后个人带着个人的战利品回家。整个过程没有人指导,更没有给游客讲解采茶、品茶、炒茶文化。使游客期望的采茶活动完全变成了走过场,索然无味。这完全是村民没有很好的利用文化的结果。

4.3.2 产品体验性不强

由于地域的相近性,大多乡村都以单一的农家乐开拓同一客源市场,只提供餐饮和住宿两项服务,游客参与性项目少,多以打牌、搓麻将、唱卡拉OK等移植型乡村旅游产品为主,而反映温州民俗文化、结合温州农业生产开展的游客可参与的很少。一些农家乐经营者在经营农家乐后由原来的“农民”完全转变成“商人”,几乎不参与农业耕作,经营所用的蔬菜、肉食均从市场购买,削弱了乡村旅游的“乡村性”,缩短了产品的生命力。

乡村旅游是融参与性、趣味性和知识性于一体的休闲方式。体验性是乡村旅游的最大特点。但目前温州的乡村旅游还是停留在观光层次,体验性不强。从调

查中了解到的游客需求来看,游客到乡村旅游或为了体验农村生活,感受先辈们过去的生活方式,属怀旧类体验;或为了暂时脱离嘈杂的城市生活,享受乡村的宁静,属逃避现实的体验;或为了欣赏乡村的田园风光、呼吸新鲜空气,属审美体验;或为了让在城市里长大的下一代了解农村生活,属教育类体验等,动机不尽相同。

但温州现在开发的乡村旅游产品,没有迎合游客的这种需求,还只是停留在观光层次。与传统的旅游产品相比,乡村旅游只是观赏的对象不同而已。如大多都是供游客“走一程、看一眼、吃一顿”,乡村旅游参与体验性不强,乡村特性没有充分体现,影响了产品的吸引力和游客的重游率。

4.4 竞争激烈,营销推广力度不够

4.4.1 竞争激烈

据温州市旅游局统计,截止2008年6月温州市已培育农家乐特色村20个,示范点57个,三星级以上经营户145个,还有数量众多的乡村旅游农家乐已开展,但没有被统计。同时温州市周边的丽水、台州等地也开辟了大量的乡村旅游农家乐,如台州面向温州游客推广的“蜜桔采摘游”、“台州金泉生态农庄游”等。数量众多的乡村旅游农家乐面对数量相对固定的目标顾客群必然使供需矛盾失衡,市场竞争激烈。而农家乐提供的产品的相似性又使这种竞争更加白热化。

4.4.2 营销推广力度不够

温州工业历来受世界瞩目,而旅游业曾是“养在深闺人未识”的第三产业。温州特有的秀美山水和田园风光,以及古村落、廊桥等东瓯文化因没有进行有效的宣传而鲜为人知,很多潜在的优质旅游资源甚至还“养在深山,游客不知”。

1、营销理念落后,营销意识不足

从调查来看,温州目前休闲市场需求大,乡村旅游几乎不存在客源短缺问题。大量外涌的短程旅游客源为乡村旅游提供了巨大商机,“卖方市场”、“守株待兔”等经营观念仍大量存在。乡村旅游对外营销跟不上,知名度和美誉度都不高,没有喊的响的旅游宣传口号和鲜明的目的地形象,在区域同质市场中可识别度较低。

2、营销力度不够

温州乡村旅游的营销力度明显不够,对一些高质量的乡村旅游点没有有效的包装和促销,品牌形象尚未形成,消费者认知空间大。从另一个角度看,传统的

热门景区已在消费者心目中形成了固有影响的品牌地位,聚集度和共识度高,长此下去,容易产生审美疲劳和大众化,新的旅游景点,如乡村旅游概念的提出,并通过适当包装和营销,必将极大程度上吸引潜在游客的关注。

3、营销方式单一

在对乡村旅游的宣传方面,仅在少量平面媒体上和本地媒体上有宣传,如《浙江乡村游》和温州当地报纸等。这些媒体受众面小,宣传效果不大,宣传方式也比较单一。宣传不到位导致很多外地游客不知道温州乡村旅游的相关信息。关于乡村旅游的线路设计方面也远远不够,如到现在为止,对外公布的乡村游线路只有两条,明显不能满足游客的需求,也阻碍了乡村旅游的发展。

4.5 基础配套滞后

4.5.1 基础设施配套滞后

旅游是一项综合性非常强的活动,它的开展除了必须要有有吸引力的旅游资源外,基础设施的配套也至关重要。包括交通、邮电、供水供电、商业服务、科研与技术服务、园林绿化、环境保护、文化教育、卫生事业等市政公用工程设施和公共生活服务设施等。身处乡间的乡村旅游点旅游基础设施建设,旅游地理环境的整治和改善还有待加强。

温州地处浙南山区,交通仍然是乡村旅游发展的重要制约因素,相当一批乡村旅游点与主干线连接状况还比较差,尚未形成方便快捷的旅游交通网络。有的优质乡村旅游点没路可进,有的有路,但旅游车进不去。乡村旅游点的指示牌不明显,有些甚至没有。使游客要到一个乡村旅游点要费劲周折,在路上花费很多冤枉时间。可进入性差,游客找不到,难出来也使乡村旅游的客源扩大深受影响。

其它旅游接待设施方面严重不足,如:停车位、景点宾馆或休息点、洗手间及电话亭等景点小配套设施等简陋、设备不足;客房、餐厅、茶楼等主要食宿设施、卫生状况和设施设备条件较差,难以留住游客。以苍南海滨度假、南麂自然生态游为例,其住宿设施、交通条件、餐饮服务 etc 都不尽人意,不仅接待设施数量不足,而且接待档次也偏低。再如,泰顺廊桥在近年来的背包客市场中名气很大,但交通标识缺失、道路条件差、接待设施规模小等问题严重影响了客源市场的壮大。

4.5.2 卫生安全状况甚忧

温州乡村旅游的卫生状况也是令乡村旅游者望而却步的因素之一。大多乡村旅游点的整体卫生状况较差，如厨房设施简陋，基本消毒设施缺乏。排污通道不畅，生活垃圾随意排放，生食熟食混放，从业人员缺乏必要的健康体检等。如游客反映，别的地方的厨房里是能偶尔看到几只苍蝇，而在很多乡村菜馆是苍蝇满天飞。安全措施方面，消防设施配备不足，把柴火就堆在客房周围等；在采摘杨梅的季节，经常听到有游客摔伤或摔死的消息，这些都是安全设施配备不足的后果。

4.6 生态环境破坏倾向

旅游开发带来的建设性破坏和经营污染可能引起环境质量退化，乡村的某些景区开发，破坏生态环境程度较重，企业缺乏足够的社会责任心和生态环保意识，将有污染的生产原料和生活垃圾堆积或倾倒在景区周围，严重影响了乡村旅游的环境。例如自然生态景观破坏、水土流失和污染、生物多样性的丧失等。再如有些热点的乡村旅游点由于游客的大量到来产生了大量的生产生活垃圾，而本地又没有垃圾处理中心和污水处理设备，造成污水横流、垃圾成堆，不但影响了景区美观，而且破坏了生态环境。

乡村特有的民俗、古建筑和一些非物质文化等也是吸引旅游者的因素之一。但由于经济活动的冲击，很多流传在乡村的传统文化无人问晓、古建筑岌岌可危。如：楠溪江周边的很多古村落房屋年久失修、有些古村落周围垃圾成堆等，会唱温州南戏、鼓词的人屈指可数，而且都是些上了年纪的老人家，很多传统文化在慢慢离我们远去。这些都和温州乡村旅游的可持续发展背道而驰。

5 永嘉县鹤盛乡罗川村岭上自然村乡村旅游的案例分析

5.1 岭上村乡村旅游发展条件分析

5.1.1 旅游区位及交通条件

岭上村地理位置优越，座落于有“秀山奇水、人杰地灵”，古称“东南邹鲁”的温州市永嘉县。永嘉县文化底蕴深厚，在中国文学史上，“永嘉四灵”、“永嘉学派”曾闻名于世。岭上村距温州市区 23 公里，金丽温高速公路永嘉出口 15 公里处，交通方便。更为重要的是该村距国家级风景名胜区、国家 4A 级旅游区、世界地质公园—楠溪江石桅岩景区小三峡入口仅 3 公里。

岭上村所在的楠溪江流域在 2008 年以后将会出现诸永高速、绕城高速、甬温铁路等基础设施。这些设施的建成将会使封闭的楠溪江向四周展开手臂，成为温州的交通前沿。华东游客进入楠溪江将非常方便，交通瓶颈制约会迎刃而解。楠溪江会成为华东旅游首选地。楠溪江四周都有国家级风景区，如仙都、仙居、雁荡山等，这些风景区的风景都以山水取胜有很大的相似性。但楠溪江的文化独树一帜，故要和四周形成互补，乡村旅游可成为一种方向。

5.1.2 旅游资源条件

乡村旅游的发展离不开优美的自然环境和独特的人文景观，而岭上村正是这两者的集大成者。自然资源方面，岭上村四周山色青翠欲滴，空气清新，有“天然氧吧”之称，自然环境得天独厚。据记载早在明朝嘉靖年间，就有人家在此繁衍生息，距今已有 400 多年的历史，历史悠久。除此之外，该村独特的建筑风格也是很好的旅游资源，村落背山面溪，古民居依山而建，错落有致，建筑风格古朴而又雅致，是典型的楠溪江古村落民居。

5.1.3 客源市场

楠溪江距浙南中心城市温州仅仅 30km，和温州历史渊源深厚。温州在 1958 年以前一直是永嘉的县城，城里人对楠溪的农村生活记忆犹新，如果有机会，他们也想到楠溪江享受这种农村乡土生活。岭上村附近有现成的来自全国各地，到楠溪江游览的游客，他们的旅游目的除了领略浙南山水，同时也想体验瓯越风情，而岭上村正好具备了这点。而距离 1 个小时车程不到的温州市区市民经济基础雄厚，消费能力强，旅游热情高。

5.1.4 基础设施条件

岭上村注重旅游基础设施的建造。在村落下面的大块平地上建造了停车场,设立了公用卫生间。同时考虑到木结构民居防火性差的特点在一些重要区间配备了灭火器材,还建立了小型的垃圾处理站和防污设备。

5.1.5 提高意识、合理规划

岭上村旅游的发展使部分村民尝到了旅游的甜头,他们逐渐意识到游客到来给他们带来的真切实惠。村民开始积极参加县里组织的厨师、礼仪等培训班,提高了服务意识和技能。并根据政府的指导,村里不但有了农家餐馆,而且增加了旅游商品、农产品养殖、度假型乡村家庭旅馆等相关旅游配套项目。

5.2 岭上村乡村旅游发展现状

5.2.1 岭上村乡村旅游发展历程

岭上村地处温州经济发达地区,但其本身环境偏僻,主导产业以农业为主,故当地经济发展落后。2004年区内经济发展最好的乡镇——岩头的农民人均收入只有3358元,差的乡镇——溪下仅仅1704元。温州模式有先发性,故区内有一部分人出去淘金,一般也很少回家,致使许多家庭的房子土地出现空闲。特别是农村的旧房,由于其结构不适合现代人居住心理,纷纷被土著抛弃。但这些带有浓厚乡土气息的房子,以和自然环境融合、宽阔的庭院,获得城里人的青睐。同时经过一定的装修,可以使旧房子复活,也降低了经营成本。

农村有许多人因为不具有现代技能,很难在城里谋生,楠溪人也不例外。有许多人不适应城里人的生活,纷纷回到家乡生活,故开展家庭旅馆的人力成本还是相当低。农村农副产品丰富,瓜果野菜品种较多,座地经营,不需要长途运送,使得乡村旅游的餐饮业即具有农家口味又价钱低廉。

岭上村发展乡村旅游要始于来楠溪江石桅岩景区游览的游客,属市场驱动型乡村旅游。先是有零星的散客在游览石桅岩景区后,看到村落造型独特,民居古朴,就想要到这里来用餐或小住。后来随着游客接踵而来,该村支书看到了这一商机,开办了专为游客提供餐饮的农家餐馆,再后来随着游客需求的多样化,村里开始有人专门提供旅游相关服务,岭上村的乡村旅游就这样开展起来了。

5.2.2 岭上村乡村旅游发展现状

岭上村发展乡村旅游给当地村民带来了巨大的实惠,取得了可喜的成就,而且每年有增长之势。经营人员以当地村民为主,吸纳了120多个劳力。积极开展山区特种经营,把城里人非常喜欢的山货、绿色食品等进行深加工,制作一些以木材、竹子等为原材料的小商品,目前已经形成了具有山区特色的各种商品,每当旅游者来此,因价格实惠,外形纯朴而购买,有得还作为纪念品特意带回送人。如本地鸡蛋从原来的10元一斤卖到了现在的20元一斤,还供不应求,特别是到了旅游旺季,村民自晒的番薯、枣、金银花、蔬菜干等绿色土特产品被抢购一空,发展乡村旅游成为农民增收致富的新路子。这也带动了村里农产品耕种、养殖和服务业的发展,成为省级乡村旅游品牌,市级特色村。

5.2.3 岭上村发展乡村旅游前后对比

岭上村开展乡村旅游以来给村里带来了巨大的变化,以下是发展乡村旅游给岭上村带来的变化。

表 5.1 岭上村旅游发展前后对比

	旅游发展前	旅游发展后
年经营收入	40多万元	400多万元
接待游客	少量零星散客	16万人次
人均收入	不足1000元	超过万元
村民从业状况	以农业和外出打工为主	农业、加工业、旅游服务
村容村貌	散乱、脏	干净、整洁
古民居保护情况	很多民居因年久失修而面临倒塌	村民开始主动保护古民居
传统文化	接近消失	不断恢复
道路状况	山路崎岖	大有改善
知名度	仅附近居民知晓	在温州市有一定知名度
民风	淳朴	淳朴而有经营意识
村民素质	一般	开始提高
旅游商品	原始农产品	加工后的旅游纪念品

5.3 岭上村乡村旅游发展的举措

岭上自然村乡村旅游的发展,离不开以下几点重要的举措,归纳起来如下:

5.3.1 永嘉县政府扶持

永嘉县是浙江省 26 个欠发达县之一。但自然生态和人文环境优越，县政府充分发挥自身独特优势，把乡村旅游业作为解决“三农”问题和促进永嘉社会经济发展的新途径，重点扶持。出台了一系列支持永嘉乡村旅游业发展的政策，也使岭上村从中获益。如出台了《关于加快发展农家乐休闲旅游业的实施意见》、《永嘉县农家乐资金管理办法》、《永嘉县农家乐特色村、示范点认定办法》等规范性文件。

第一：注重依托、强化特色培育

打响永嘉生态农业品牌，以绿色农产品吸引广大游客。大力发展旅游产业，推出了“楠溪江”为代表的永嘉旅游品牌。政府紧紧依托秀丽的山水风光和深厚的文化底蕴，对乡村旅游进行精心策划、巧妙包装，如岭上村就成为美味佳肴型乡村旅游的代表，原汁原味的农家菜是它的经营特色，烤全羊是这里的名菜。所用的羊全是这里山上放养的山羊，绿色加美味吸引了四方食客竞相登门。如仅“山里人之居”农家餐馆一家单日销售量就达 30 多头，日营业额更是突破万元大关。

第二、投入资金加强基础配套

永嘉县每年安排不少于 100 万元专项资金，用于农家乐特色村的基础设施建设和配套设施建设。如：2008 年投入 8.5 万元对岭上村年久失修的铁索桥进行维修，不仅解决了游客通行的安全问题，也成了岭上人家的又一道风景。而且对于评上市级特色村和省级特色村的自然村每年给予 7-10 万元的资金奖励，鼓舞了岭上村办好乡村旅游。

第三、加强指导和培训

政府协调县农办和旅游、规划建设等职能部门的业务骨干组建联合工作指导小组，强化对乡村休闲旅游项目开发、建设、经营等的全方位指导，有效提升行业发展水平。结合“农村劳动力素质培训工程”，开设旅游服务职业教育课程，对农家乐经营业主、厨师等各类从业人员进行培训，全面提升服务技能和水平。岭上村的村民在培训中也收获颇丰，学到了经营管理知识，提高了服务水平。

第四、加大宣传促销

政府强化主题推介，每年在楠溪江举办不同主题的文化旅游节，着力将各乡村旅游点推向更广泛的市场。如春节期间和温州各大旅行社联合推出的“到楠溪江过大年”活动，给岭上村带来了大量客源。利用各种媒体，积极开展宣传、推介和促销。如 2008 年利用温州电视台的《聚焦三农》专题宣传；开通永嘉县农家乐信息网（www.yjnjl.com），利用网络互动平台宣传；编制了永嘉县农家乐

休闲旅游宣传手册,进一步提高永嘉县乡村旅游的知名度和美誉度。这种政府出面,多种宣传方式并用的营销方式,得到了很好的效果,岭上村因此也名气大增。

如永嘉县乡村旅游的口号是“看灵山秀水,走古村古落”。宣传内容是这样讲的“山和山之间,是一弯弯溪流,沿着溪流是绵延不断的鸟语花香,这样的意境却是一幅出色的山水画‘水抱青山山抱花,花光深处有人家。’。你不妨荡舟游览于青山绿水、古村古落间,细心地品味它们的文化和韵味,留存心灵一份宁静的皈依之息。”这样诗意浪漫的句子不由得激起游客想要去真正走进它、感受它、体验它的冲动。

5.3.2 定位明确,突出当地特色

岭上村依托楠溪江风景区环境优美和保存完整、独具特色的古村落资源,开展乡村旅游,属景区依托型乡村旅游。同时该村还特别注意对村落内古民居的保护,房屋外观一仍其旧,门口挂着统一的红灯笼,显得朴素大方,屋内却经过精心改造,已成茶肆客舍。因景色优美独特,《神雕侠侣》和《用心过日子》等影视剧曾在这里拍摄。

另外该村还借助村落面水靠山,依山而建,层层提升,建筑线条分明,极具眼球冲击力的典型浙南山地民居,着力打造美术学院学生写生基地。让游人可在此游山玩水,激发灵感、放飞心情、写生创作。

5.3.3 深挖传统文化,乡村体验活动丰富

岭上村在开展乡村旅游中特别注重挖掘传统民俗活动内涵,满足多层次游客对乡村农家野趣的体验需求。该村现在已有11家经营乡村旅游,集住宿、餐饮业,旅游摊,购买土特产于一体,满足游客食、住、行、游、购娱的需求。它利用了楠溪江山水古村落的特色资源,同时也考虑了游客的多种需求,观光、体验相结合。除农家特色餐饮外,游客可以到溪水里抓溪虾、溪鱼,上山采红柿、打板栗,有兴趣的还可以现场参与“烤全羊”。民俗民风节庆,四季鲜果采摘、农业旅游观光、农事参与也开展的如火如荼。销售土特产、农家乐,包括包粽子、捣年糕、摊麦饼、烧烧酒、作豆腐、烧山羊、戏水、观割蜂蜜、自做饭菜、游览石桅岩景区等。如今,该村已打造成集吃、住、游、玩为一体的农家乐度假村。

自该村在“楠风楼”后面划出30亩“百菜园”,推出“认领一分地,当回农庄主”旅游项目后,已经有公司或个人认领了2亩多菜地,种植了花生、玉米、马铃薯等,每逢休息日,他们就来体验田园的乐趣,到属于自己的地里锄草、浇水,在远离尘嚣的农家野外跟朋友聊聊天,喝喝茶。据业内人士称,随着都市人对回归自然的渴望,以及参与其中的乐趣,这个市场的前景广阔。

5.3.4 注重卫生和基础配套

该村经营农家乐的餐馆都办理了卫生许可证,工作人员必须要体检合格、培训后才能上岗,保证了食品安全。岭上村投入近 100 万元,建成了污水处理中心,开通了有线电视信号和宽带网络,同时为了不改变古村落原有风貌,采用石块铺设道路并对其进行翻修加宽,并建立了相应的停车场、公厕等配套设施。

5.4 岭上村乡村旅游发展不足之处

在温州乡村旅游中岭上村已稍有名气,也小有成就。这是今天人们看到的好的一方面。但另一方面也存在着各种不利因素,将影响乡村旅游的发展。这种自发形成的旅游资源和旅游项目,存在着被动性、零散性和短期性等不足,使得乡村旅游发展受到了直接的阻碍。同时还因下列原因,也导致了旅游品牌难成建树,难以长期、持续发展。

5.4.1 古老人文景观因受制于经济而缺乏维修

虽然岭上村村民已开始意识到古民居保护的重要性,但是由于古民居保护需要大量的资金和专业知识,还有很多古民居无法得以较好维护修缮,从而在整体上缺失了乡村旅游者想象中的“世外桃源”般的景致和村落内涵。更为严重的是,因长年缺乏维护和修缮,使一些标志性古村落和建筑物濒临倒塌,状况十分令人担忧。

同时岭上村的古民居,都是农民强烈生产和生活需求下,被拆建和破坏。故随着经济的发展,农村人的经济实力逐步增强,改变居住条件的愿望非常强烈,致使许多自然和半自然的生态环境和乡村景观用地因此而丧失。部分乡村农户对旅客生活垃圾处理不当,卫生条件不规范,给当地的自然环境,尤其是水环境造成较大的破坏。

5.4.2 乡村特色商品因交通不便不能充分开发经营

岭上村是在 2002 古村落开发热中由政府划拨资金补助而建成。乡村旅游资金缺乏,加之乡村旅游的经济产出要比其他形式的旅游产品低,所以很难筹到大量资金进行乡村旅游开发。从而抑制了乡村旅游合理开发,乡村旅游产品促销工作自然也跟不上发展要求。

由于山路崎岖，加上缺乏资金和造路专业带头人，岭上村长期没有把从公路主干道到村落的路修造好，从而造成交通不便，使乡村旅游受到了制约而不能得到更进一步地发展。

5.4.3 “农家乐”等乡村旅游资源因缺乏经营而难以深化

乡村旅游富了村里人的腰包，但当地村民经营理念落后和致富经验欠缺，使山区当地旅游资源的深度开发受到制约。如已开展的旅游者到农家“短暂落户”，过一把真正的山区农民生活的活动体验项目。旅游者与村民同吃、同干，即晚上在农家居住，白天参与时令农家活动，让城市里来的旅游者呼吸山区新鲜空气，体验城市里没有的体力农活。这些活动听起来不错，但很多都是走过场。没有专业人员讲解，没有与当地传统文化很好的结合。使客人只是觉得好玩、新鲜，很难满足家长特意带孩子来进行农村生活和生产的认识，满足他们精神和知识上的需要，教育性功能没有充分体现。

5.4.4 客源市场有限

岭上村的旅游目前基本依靠国家级风景名胜区楠溪江。每年游客 50 万上下、且淡旺季分明，基本集中在 5 月 1 日至 10 月 1 日的五个月时以内，故岭上村乡村旅游客基本上也是这些旅客。这些游客基本上都把乡村旅游做为其观光旅游中的一个补充，如去这些村庄吃一顿饭，感受一下农村的气氛。

故现阶段乡村旅游，淡季来农家乐的游客以外地居多，但绝对量不大。而在旅游旺季期间，游客从本地游客为主，外地游客甚少。如何扩大客源市场，增加游客量，特别是外地游客量，成为目前乡村旅游发展的一大难题。

5.5 岭上村发展乡村旅游的几点建议

岭上自然村的乡村旅游已经取得了一定的成绩，但不能盲目乐观。一方面是因为市场竞争激烈，周边乡村模仿严重；另一方面游客需求在不断变化，要求也越来越高。岭上村乡村旅游要可持续发展，必须要在以下方面多下功夫：

5.5.1 政府持续性的引导和指导

永嘉县政府已对岭上村的乡村旅游提供了很大的扶持和帮助，这种扶持和帮助一定要持续下去。除了资金上的支持外，在乡村旅游的各个发展阶段，政府的扶持要有不同的侧重点。如现阶段要以政府统一规划、加强基础设施配套为主，

以后就要在人员素质、服务技能、管理能力培训、产品创新、特色民俗挖掘和整合营销、宣传推广等方面转变。政府一定要把这些措施具体化并落到实处。

5.5.2 不断完善产品类型

现在岭上村主要销售的旅游产品是依托古民居的特色美食，目标客源为来楠溪江的游客和温州市区的美食一族。产品单一、客源面窄。随着时间的推移，单一的特色美食在游客尝鲜过后很快不复吸引力，而来楠溪江的游客也在此逗留时间很短，这些都会影响岭上村乡村旅游的可持续发展。

岭上村的乡村旅游经营者决不能满足现状，一定要在产品创新和多样化上多下功夫，延长游客在该村的逗留时间，增加游客在此的消费。如除了绿色美食外，要真正为游客创造一个可以用心感受文化，用情演绎艺术的舞台。可以提供一些满足游客度假的乡村小屋，在周边配以一些传统的休闲、健身设施，如乡村阅览室、乡村茶社、秋千、吊床等，活动项目如跳皮筋、滚铁环、踢毽子等。使游客远离城市，让游客在这一片净土里，释放心情，融入自然，感受天地之灵气，尽享温州乡村之山水，感受底蕴深厚的“永嘉学派”和“瓯越文化”的魅力。

5.5.3 开发新兴市场，弥补乡村旅游季节性

现在岭上村的乡村旅游发展虽然很好，但淡旺季明显，游客分布不均衡。周末、节假日游客爆满，而非周末则冷冷清清，门可罗雀。为解决这个问题，岭上村可把目标转向时间比较充裕自由的银发旅游市场，提供适合老年人的旅游产品和活动项目。如可以开设适合老年人较长时间疗养的出租屋和老年人活动中心，价格要实惠，并还原传统的民俗。不但让老年人在绿色空间里健康养生，同时也满足老年人怀旧的需要，吸引城里的老人到这里来养老。

5.5.4 多种营销方式组合，推介旅游产品

岭上村的乡村旅游宣传除了通过媒体广告宣传外，要充分利用旅游中介的作用。如可以与温州各大旅行社合作，推广岭上村的乡村旅游。给旅行社以适当的优惠，鼓励他们多介绍游客到岭上村旅游。具体措施如：合力推广旅游线路，合作开发新型旅游产品，可根据每年各旅行社推介游客数量给予适当的回返佣金鼓励等。如春节期间在温州市民中推出“到乡村过大年”活动，旅行社负责吸引游客、产品策划和广告宣传，村里承担传统民俗再现、游客接待等工作，使双方共同受益。

乡村旅游要发展，除了政府的大力支持及基础配套的完善，更要有与当地文化的完美结合，发挥自己的特色并迎合旅游者的多种需求，尤其要增加乡村旅游的体验性，才能吸引游客、留住游客。岭上村正是做到了这些，才获得了乡村旅游发展的成功。但其要持续发展，还需要政府和岭上村的经营者们不断创新，推陈出新，做到“人无我有，人有我优”。

6 温州乡村旅游发展的对策研究

6.1 政府主导发展乡村旅游

6.1.1 政府统一规划，统一指导

温州的乡村旅游要发展，离不开政府的扶持和引导。在发展模式上要从农户自发型转变成政府主导型。温州市各级政府部门及相关职能部门不但要在思想上高度重视乡村旅游的发展，而且要把扶持乡村旅游发展的惠农、助农措施细化并落到实处。

政府要引导、扶持和鼓励乡村旅游发展，加大扶持力度，加强乡村旅游相关政策研究，建立健全有效的管理体系，制定出相关管理办法或条例，对乡村旅游工作给与必要的政策倾斜、经济奖励和税收优惠，解决制约乡村旅游发展的瓶颈因素，如用地、交通等基础设施，增加乡村旅游发展基金。

旅游管理部门要理顺管理体制，建立科学的乡村旅游管理体系。完善旅游规划编制体系，建立合理、严格的乡村旅游开发制度，制定关于市场进入、退出的政策；深入开展乡村旅游调研，全面把握和密切跟踪乡村旅游发展情况，重视研究乡村旅游的新发展、新趋势，制定促进乡村旅游发展的政策措施；为农村提供专业的乡村旅游开发规划和项目指导，帮助农民利用和保护好旅游资源，克服开发雷同化，增强市场经营意识；抓紧制订基本的乡村旅游设施标准和接待服务标准，帮助农民改善卫生条件和接待条件，提高经营管理水平。

政府要协调各相关部门，促进政府有关公共服务向旅游延伸，加大区县旅游、农业部门的一线服务力度。积极争取扩展范围和职责；推动乡村旅游开发项目和各种支农资金挂钩。争取把支持农村发展的小额贷款用于乡村旅游户，多渠道多方式筹集资金。探索建立乡村旅游的统计体系，提高乡村旅游的科学统计水平。在各种具体的矛盾和纠纷处理中，保障农民以各种方式投入旅游开发经营的所有权和实际收益；在农民合作经营的旅游开发中，引导探索发挥合作组织自律、协调和服务作用；着重做好市场开拓、宣传促销、人才培养等工作，切实加强乡村旅游的安全监督和管理。

6.1.2 加强基础设施配套

发展乡村旅游，需要改造、改善乡村的基础设施和环境。在硬件配套设施方面要加强交通基础设施的建设，使通往乡村旅游点的道路通畅，指示牌明显，配备通往乡村旅游点的班车和足够的停车场、公厕、购物场所等，建立游客中心、。

同时还要配备城市游客不可或缺的电视、宽带网络等。在食宿配套方面,不但要有特色食品,而且要注意卫生安全。客房的被褥、枕巾等用具,要每客一换,统一消毒。同时要对农村社区科学管理,要建立安全卫生、文明管理的乡村。丰富农村文化建设,举办农村文化展示展览活动,要树立农户诚信经营理念,使他们诚实守信,农产品要明码标价等。

6.1.3 培养优秀旅游管理人才

乡村旅游的消费者主要是城市游客,差异性文化和生活方式是城市游客对乡村旅游感兴趣的内容。如何找准客源市场以及细分客源的特征和需求,并且针对现实需求和潜在需求来打造旅游吸引物是乡村旅游开发的关键。

1、旅游从业人员

旅游从业人员包括经营业主和服务从业人员。旅游活动包括吃、住、行、游、购、娱等六个不同的方面,这就决定了旅游从业人员需要具备多能的素质,在培训时要讲究一定的系统性和多元性。对于服务从业人员来说要开展岗位技能培训活动,通过农业渔业知识、服务管理、烹饪技术、乡土文化等方面的系列培训,全面提高从业人员素质,从而实现乡村旅游高质量、高档次的服务。加强对经营业主的培训,引导他们立足当地实际,挖掘本土特色,提高风险意识,同时还要在管理科学、诚信经营等方面加强培训。

可以和温州的职业院校联系,采取对口援助。邀请旅游专业教师对从业者进行培训,也可以邀请专业老师充当顾问,对乡村旅游进行定期指导。也可以在旅游淡季时为旅游经营者开设培训班。除了课堂学习,还可以组织到乡村旅游发展较好的地方考察学习,开阔眼界。在适当的时候。推出乡村旅游从业人员星级评定制,从制度层面强化对乡村旅游从业人员的管理。

2、民俗文化遗产人才。

民俗文化的传承人才包括传统建筑工艺、民间舞蹈、乐器等,培养这方面的人才是传承乡村文化乃至中国传统文化的必要措施,意义深远。政府可以给予适当的资金补贴和鼓励,吸引有兴趣爱好年轻人来学习传统民俗文化和技艺。

6.1.4 扶持旅游商品开发

游客每到一个地方旅游,总喜欢带几件有地方、民族特色的旅游商品回去,这就为旅游商品市场孕育了一个很大的商机。做好乡村旅游商品的开发,要根据市场需求,生产适销对路的乡村旅游商品。乡村旅游中游客最喜欢购买的,就是农家自己的土特产品,如土鸡蛋、土鸡、自家酿造的米酒、腌菜等,这些都是绿色无污染的、城市里很难买得到的。在销售这些产品时,特别要注意包装的便于

携带, 同时又要体现农家特色, 还要有艺术的美感, 最好分为自用装和礼品装。这也要求在乡村旅游规划中要有专门从事绿色养殖的农户, 政府对这类经营户的经营初期要给予扶持。

6.2 完善乡村旅游产品结构

6.2.1 完善温州乡村旅游产品结构

乡村旅游的可持续健康发展, 需要完善的产品系列作为支撑。在对温州乡村旅游产品进行调查后, 发现其产品系列本身存在很大缺陷。如大多以“农家乐”为主, 只提供吃和住两种服务。而供游客参与和体验的教育型农场、市民乐园、家庭农园、自然修养地等没有。所以在今后的旅游产品开发中, 除了借鉴其他地方的成功经验外, 更应在专业人员和当地政府的共同参与下, 策划和设计有温州特色的乡村旅游产品, 合理发展乡村旅游产品的数量和种类, 形成功能互补的乡村旅游产品系列, 增强乡村旅游的体验性。

1、设置乡村旅游发展门槛

温州乡村旅游资源丰富且等级较高, 但由于生态脆弱或特色贫乏, 有的乡村旅游资源并不适合开发成乡村旅游产品。乡村旅游开发要因地制宜, 要有所为有所不为, 力避一哄而上, 无序竞争、重复性布点。在已开发的旅游单元内, 要控制乡村旅游点内餐饮、住宿、土特产经营单位的数量。同时鼓励非经营者从事农产品养殖、手工加工、服务等工作, 力求使旅游者的食、住、行、游、购娱六种需求都能得到满足。

2、融入乡村文化元素, 还原乡村生活内容

传统文化元素或民族文化元素是构成乡村旅游肌体的细胞, 是乡村旅游先天吸引力的“根”、本、源。要通过政府政策, 市场规划, 协会自律等途径, 对温州原生态的乡村旅游资源, 包括瓯越建筑、饮食服饰、节庆节日、农渔特色、礼仪道德、宗教信仰等等, 科学合理规划, 保护性地开发。避免过多添加“人工色素”, 使温州乡村旅游因失色而黯然落市。

3、以情为诉求, 营造都市“第二个家”

温州乡村旅游要善于把“情”字文章做足、做浓、做透, 要将重心倾斜到“情”上面, 包括亲情、友情、爱情、爱国情、民族情等等, 倡导亲情服务, 通过塑造情节、安逸、舒适地“家”的形象来赢得忠诚地客户群, 赢得旅游市场。

4、多开发体验性强的乡村旅游活动

各个乡村旅游点要增加体验性强的乡村旅游内容, 如为城市青少年儿童设计的教育性体验内容: 让游客投入农村田地、动手参加劳动, 或种果树蔬菜, 或插

秧育苗，或租地种植。在栽种后委托农民代管，成熟期回乡村收获。不仅经历体验，强身壮体，收获劳动成果，更增强劳动观念。同时要充分挖掘本地的一些特色民风民俗或传统手工艺，如永嘉昆剧、瑞安南戏、木刻印刷术、泰顺廊桥、乐清黄杨木雕细纹纸刻、瓯海泽雅四连碓造纸文化、平阳木偶等等。让游客在乡村欣赏古老的戏曲，体验自己亲自动手制成一件成品的成就感。

6.2.2 开发温州特色的旅游产品

由于地域间的接近性，温州各县区之间的乡村旅游产品难免会出现“撞车现象”，使游客重复性旅游，降低了产品的吸引力和生命力。这就需要打破行政区域界限，对乡村旅游资源进行重新整合和定位，对不同地区的旅游资源进行与当地相应的开发方式，在保护的基础上充分挖掘资源内涵和文化特色。在乡村旅游开发中要遵守“人无我有、人有我优”的原则。努力实现“一乡一景”，“一村一品”，“一户一特”，迅速吸引游客眼球。防止“一个模子印出来”，走遍十里八乡都是相同的东西，容易让人有视觉疲劳。

1、因地制宜，突出特色

温州乡村旅游的开发要充分利用温州乡村旅游资源优势，最大程度的体现温州特色。利用文化、风情等资源发展特色旅游产品要以温州乡村的建筑、生态环境、生产、生活、民俗习惯等为基础进行策划和设计，迎合游客感受温州民俗的旅游需求。同时又要注意不能盲目标新立异，脱离当地实际情况，使“土”味走样、“洋”相百出。坚决杜绝在农村大搞破坏性建设，结果使农村失去它原有的最自然、也是最宝贵的无形资产—原汁原味的乡土特色，因此也失去了外在的吸引力。

如在楠溪江沿岸可结合江水、滩林、古村落，打造“蓝色乡村游”。生态环境优秀临近景区，具有大面积种植瓜果花卉，农业基础较好的村庄，可打造“绿色乡村游”。对于经济相对落后，文化底蕴深厚，村庄面貌独具特色，森林资源丰富，自然景观优异的村庄，可打造“生态探险乡村游”等。

2、深挖内涵，选点示范

目前，乡村旅游在温州尚处于初始阶段，加上资金限制，经验缺乏，全面推出乡村旅游有一定的难度。因此，在各县区选取少数村庄作为乡村旅游示范点是很有必要的。一方面可以整合资源，集中建设开发；另一方面可以起到很大的示范宣传作用。加快发展乡村旅游中的乡村体验旅游项目，着手从原有文明生态旅游村，景区景点的周边、传统的古村落三维度延伸开发乡村旅游。在开发中深挖当地的文化内涵。如永嘉楠溪江的开发就要特别重视古民居和上古中原文明。在开发定位上应着眼于淳朴的乡村环境，独特的楠溪江古民居，神秘的永嘉古文化。文化的挖掘可以从传统民居、民风民俗，特色佳肴入手。

6.3 实现开发和保护相结合

乡村旅游之所以会吸引游客,重要的原因就是它拥有城市外难能可贵的优美环境和乡村景观以及传统文化。因此乡村旅游业的发展在景点建设的同时,一定要保护好资源与环境 and 传统文化,切实搞好节约用地,水土保持,绿化及废弃物处理等工作,注重传统文化的传承和发扬,实现乡村旅游业与资源环境的协调发展。

6.3.1 在保护的基础上开发

乡村生态环境是乡村旅游发展的基础、力量和源泉,乡村旅游发展较好的地方,一定是生态环境较好的地方,因此保护好生态环境,是乡村旅游可持续发展的保证,要在保护的基础上进行乡村旅游开发。鉴于乡村自然生态环境的脆弱性,在进行旅游开发时一定要加倍小心,防止由于旅游开发而带来的环境破坏,亡羊补牢、后悔莫及。要做好乡村旅游地的水土、森林、海洋和生物资源的生态环境保护工作。乡村特有的传统文化也是吸引游客前往乡村,怀念过去时光,体验传统文化魅力的重要因素之一,对它的保护同样重要。

在全面开发之前,有必要进行详细的环境调查,以制定出全面的环境管理方案,具体项目还需要预先进行环境影响评估工作,力求在开发与生态环境的保护之间取得平衡。对有条件开发乡村旅游的村庄,开发前应对开展前后可能造成的环境影响,资源破坏等情况做出相应的评估,做到未雨绸缪。对于乡村旅游条件尚不成熟的地区,有关部门也应给予高度重视,尤其应对村里古建筑、民居、文物等进行专项调查,并制定相关的保护措施。在传统文化的保护方面,政府相关部门要对埋藏在乡村的传统文化进行调查和梳理,确定各村特有传统文化项目,并提出有针对性的保护措施。

6.3.2 开发促进保护

游客的大量到来会给乡村带来丰厚的经济收入,对于各村来说,要合理分配这些资金。每年要留出一笔钱专门用于当地环境保护工作,做到专款专用,以开发促保护。同时也要教育当地居民爱惜环境,让他们认识到只有环境保护好了才会有客源和财源,进而让他们主动保护环境。所谓“靠山吃山、靠水吃水”,只有山绿了才能有得吃,水清了才能有得喝,就是这个道理。

乡村旅游活动中的体验项目可以和当地传统文化结合起来,让游客在乡村观赏和传统文化有关的民俗表演,同时也可以自己亲身体会,或跟着民间艺人学习民间技艺,或参与其中暂时成为民俗活动表演者中的一员,体验乡村传统民俗给

自己带来的快乐。这一方面可以使游客感受到乡村文化的魅力,另一方面使传统文化的继承人和从事者通过旅游可以获得相应经济收入,从而乐意把这种文化继续下去。如到乡村去学唱瓯剧、温州鼓词、到乡村去过大年等,都可以使这些传统文化继续传承。

6.4 加大宣传, 营销乡村旅游产品

温州各县(市、区)要改变由过去单一的景区宣传为整体的旅游城市宣传,吸引外地游客。在营销方式上要从传统的营销方式改变为体验式营销方式。停留在政府推广、节庆活动宣传的传统的营销模式已经不能适应游客的需求、时代的需要,只有不断推出独特的带有体验意味的产品,开展体验营销,才能创造出一个旅游者和旅游业双赢的局面。

6.4.1 采取体验式营销方式

伯恩德·施密特在《体验式营销》一书中指出:体验营销是站在消费者的感官、情感、思维、行动、关联等5个方面,重新定义、设计了营销的思考方式。体验营销以向顾客提供有价值的体验为宗旨,在提供产品和服务的同时,将消费过程看作是一种整体体验,以体验为导向设计、制作和销售产品,注重顾客的参与和氛围的营造,力图通过满足顾客的体验需要而达到吸引和留住顾客、获取利润的目的。

根据伯恩德的体验营销理论,温州乡村旅游要发展从产品的客源定位、设计开发、价格、渠道、促销等方面都要考虑顾客的体验性。

6.4.2 温州乡村旅游体验式营销的策略

(1) 要设计鲜明的乡村旅游体验主题,

要宣传温州乡村旅游,为其设计宣传主题是必要的。温州乡村旅游体验主题如“瓯越风情、乐活乡村”、“活力温州、乐活乡村”等。永嘉县的营销内涵为“生态、民居”,乡村旅游口号为“木头屋,石头墙,炊烟袅袅农家粮”等。突出温州各地乡村的特色,然后树立温州品牌,进行品牌形象推广。让游客一听到这个口号,就有想去体验的冲动。

(2) 要整合各种感官刺激,

充分利用人体感官的视觉、听觉、触觉、味觉与嗅觉,开展以“色”悦人、以“声”动人、以“味”诱人、以“情”感人的体验式情景营销,并让游客参与其中,使其留下难忘的体验印象。以视觉为例,乡村旅游地的视觉景观形象设计

要突出乡村景观特色,注重体量、色彩、比例、尺度、材料和质感等视觉审美要素给人的心理感受,如在设计建筑时要尽量运用当地的木材、石料、竹子、藤类等自然材料,除色彩要与环境协调外,还要杜绝诸如垃圾成堆、污水横流,厕所卫生差等“视觉污染”。要围绕主题把食、住、行、游、娱等各种服务用体验的观念整合起来,营造一个温州乡村特色浓郁的体验性场景,给游客带来全方位的感官刺激从而提升游客的体验质量。

(3) 要激发游客的情感,引导游客的思维。

从消费实践来看,旅游者总是关注旅游产品与自身关系的密切程度,偏好那些能与自我心理需求引起共鸣的感性旅游产品。亲近自然、远离喧嚣、贴近人心、爱心的奉献、亲情的呼唤等,都可以成为温州乡村旅游运用情感营销策略的基本诉求。

思维营销诉求的是智力,以创意的方式引起消费者惊奇、兴趣和对问题的统一或各异的思考。思维营销以智慧的火花为卖点,通过激发旅游者解决问题的欲望,并创造性地获得认识和解决问题的体验,从而使旅游者获得一种自我成就感。思维营销的魅力在于让旅游者通过自己的想法与产品或企业间形成有效的互动,好的思维营销往往让人津津乐道、回味无穷。

乡村旅游将知识性、科学性、趣味性融为一体,具有较好的引发思考的功能。大棚蔬菜、花草树木、昆虫、家禽都可以告知一段自然界生物生长的经历,这些生物奥妙能激发广大都市人的兴趣,激活其思维和探究欲望。

(4) 营造参与互动的氛围,提升体验价值

所谓参与营销就是企业在其所提供的产品或是服务的设计、生产、消费的过程中,努力创造条件和让广大消费者参与进来,按照消费者的生活意识和消费需求开发能与他们产生共鸣的“生活共感型”产品,使他们在对最终产品满意的同时,其兴趣、爱好、想象力和抱负也得以实现。

体验营销的核心是吸引消费者参与并产生互动。为了强化参与的体验性,让游客亲自参与乡村生活、生产的某一过程,比如游客可以住在农家院、品尝农家饭,感受浓浓的乡情和淳朴的民风;还可以自己下地采摘瓜果、上山挖野菜、甚至自己动手制作豆腐、蘑菇等,切实体验劳动的艰辛和丰收的喜悦。也可以利用各种农业资源开展采摘、垂钓、游乐等体验性休闲活动,让游客体会“采菊东篱下,悠然见南山”的悠闲生活。

除此之外,温州乡村旅游要发展,要建立综合的营销体系。要由内至外,合力营销。营销网络要覆盖旅行社等中间机构,并大力运用网络平台,介绍乡村旅游产品。首先关注乡村地区的内部营销,量化要求,促使广大活跃在乡村旅游第一线的基层领导和村民们对乡村旅游发展达成共识,内部形成凝聚力,保证产品和服务的质量,推动温州乡村旅游的营销活动由内而外平稳起步。然后跟踪目标

市场，在不同历史阶段，针对具体细分市场，量身定制营销策略，分别针对乡村旅游发展的不同阶段按比例投放最有效的媒体渠道，最大化宣传效果。针对主要目标客源和各旅游市场，合力规划产品开发、优化定价、精选渠道，统筹兼顾，有的放矢，形成一个较为完整的立体营销框架，品牌先行，品质保证，以最高的效率让温州乡村旅游进入快速成长的通道。

7 结束语

发展乡村旅游,符合回归自然的旅游主题,将现代旅游新的需求与传统乡村旅游相结合,并结合体验经济,通过农旅结合的新模式,创建和谐的乡村旅游方式,使乡村旅游的休闲特色更加突出,产生更高的经济效益,并促进农业经济的增长,缩短城乡经济差距,实现城乡一体化;开展体验性的乡村旅游可以增大旅游的有效供给,给旅游者以更大的选择,并保护农村传统文化、合理保持农村的特色风貌、美化乡村环境。

本文以温州地区为例,基于体验经济,对温州的乡村旅游发展进行了初步研究,总结如下:

(1) 从体验经济和可持续发展的角度对温州乡村旅游的发展现状进行了研究,对实践有一定的指导意义。

(2) 对温州地区的特色乡村旅游资源、社会经济发展概况和客源市场进行分析,指出了温州乡村旅游在发展过程中没有充分针对游客需求,设计开发乡村旅游产品:规划不利、体验不足、产品不丰、基础配套滞后等。

(3) 对温州永嘉县鹤盛乡罗川村岭上自然村发展乡村旅游进行案例分析,指出该村乡村旅游的发展条件,发展现状,不足之处和举措,最后对该村发展乡村旅游提出了几点建议。

(4) 在相关理论指导下,提出了解决温州乡村旅游发展问题的相关对策,即政府要充分发挥主导作用,扶持乡村旅游的发展,给予充分的引导,乡村旅游经营者要深挖本地特色,保持传统文化,增加旅游活动的体验性,走乡村旅游的可持续发展之路。

通过本文的研究,作者对体验性对乡村旅游的重要性有了更深的了解,也对温州地区旅游发展有了更深的体会,希望本文的研究成果对进一步促进温州地区旅游业更好更快发展有一定的参考价值。温州现在的乡村旅游不论是和国外还是国内乡村旅游发展较好的地方相比较,存在较大差距,不可同日而语,还需要去做很多工作,需要很长的路要走。

本文就温州地区乡村旅游的现状、存在问题及发展对策做了初步的探索和研究。温州地区旅游资源丰富、点多而散,本文在对温州地区乡村旅游研究中借用了大量有关部门的数据,主要采取资料分析法和访谈法,可能无法将温州地区乡村旅游资源现状和旅游客源市场状况全面客观的一一兼顾。温州乡村旅游发展的相关研究尚不多见,缺少实际动态的相关调查,这些都需要在实际工作中进行长期的深入调研。本文只是对温州发展乡村旅游的建议和对策作了初步研究,内容不够细致、较为笼统,另外还有一些问题没有涉及,这些都有待于后续研究。

由于本文对论文相关理论及研究还有待于进一步深入,对温州地区各个乡村旅游景点的实际考察时间不够,论文中必然存在一些错误和不足之处,希望能够得到指正。

参考文献

- [1]Barbicho . Guy:Urban Appropriation of the Countryside for Leisure Activities[J].Etudes-rurales,1973,Jan-Jun, 97-105
- [2]B.Joseph pinell & James H. Gilmore,The Experience Economy[M].Harvard Business School Press,2002,4:53-98
- [3]B.Joseph pinell & James H. Gilmore, Welcome to the Experience Economy[J]. Harvard Business Review,July-August ,1998:97-105
- [4]Clary,D.Tourism in rural areas:the example of Maine-et-Loire[J].Desregions paysannes aux espace fragiles,1992,5(8):26-27
- [5]Claire Holsinger: 澳大利亚的土地保护和乡村旅游业, 载于《中国武汉' 96 生态旅游规划与发展国际研讨会论文集》。
- [6]Cohen E. Rethinking the sociology of tourism[J] .Annals of tourism research, 1979, 6(1) :18-35 .
- [7]Dunnett A.Rural Tourism in the South East:A Strategy for Future Action A Consultation Draft <http://www.seda.com>
- [8]Frederick . Martha:Rural Tourism and Economic Development , Economic Development Quarterly,1993,7.2,May, 215-224.
- [9]Hegarty, C. McDonagh, P. Journeying towards becoming a destination[J]. tourism development in rural Ireland Tourism, 2003,6(4):45-47
- [10]Jennifer Briedenham: Eugenia Wickens,Rural tourism-meeting the challenges of the new South Africa[J].International Journal of Tourism Research,2004,9(7):56-57
- [11]Jurgen H . Hohnholz: 把对农业旅游的投入作为农村综合发展的新领域, 载于《中国武汉' 96 生态旅游规划与发展国际研讨会论文集》。
- [12]Loker-Murphy Lauris. Backpackers in Australia:A Motivation based segmentation study[J].Journal of travel and tourism marketing, 1996, 5(4) :23-45
- [13]Manuela Ribeiro:Rural tourism and development of lessw favoured areas-between rhetoric and practice[J].International Journal of Tourism Research,2002,4(8):26-28
- [14]Martin . Oppermann:Rural Tourism in Southern Germany, Annals of Tourism Research, 1996, 23(1):86-102
- [15]Metin Kozak. Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations[M] .Tourism Management, 2002, 23(5) :221-232 .

- [16]Michael Barke, John Eden: Co-operatives in Southern Spain: their Development in the Rural Tourism Sector in Andalusia[J]. International Journal of Tourism Research,2001,10(5):88-90
- [17]Paniagua,A. Urban-rural migration, tourism entrepreneurs and rural restructuring in Spain[J].tourism Geographies,2002,9(11):55-56
- [18]SEISO – Ahola: Toward a Social psychological theory of tourism motivation[M]. : a Rejoinder Annals of Tourism Research, 1982 ,9: 256-262
- [19]Sharpley R .Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus[J].Tourism Management, 2002,15(6):78-80
- [20]Skoczek,M.Rural Tourism as a factor of local development in European and Latin American countries[J].Prace I Studia Geograficzne,1999,8(7):48-50
- [21]Vanslebrouck,I., VanHuy lenbroeck,G, Van meensel, j.Impact of agriculture on rural tourism[J].A hedonic pricing approach Journal of Agriculture Economics,2005,6(4):56-59
- [22]Vitte,P.Tourism in rural areas of France[J].The need for more meaningful planning Revdu de Geographie Alpine ,1998,12(5):67-69
- [23]Yiannakis A,H Gibson.Roles tourists play[J].Annals of tourism research,1992, 19(3) :157-174
- [24]蔡碧凡, 俞益武和张建国. 乡村旅游功能的实证研究[J]. 浙江林学院学报, 2008, (1): 95-99
- [25]刁宗广. 中国乡村休闲旅游的兴起、发展和建设趋议[J]. 中国农村经济.2006, (11):63 -37
- [26]方贤寨, 粟路军和蒋术良等. 基于乡村旅游者调查的乡村旅游体验研究—以长沙市周边乡村旅游为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报 2007, (3): 400-403
- [27]郭彩玲. 区域农业生态旅游发展模式研究[J]. 生态学杂志, 2004, (4) :188-191
- [28]郭焕成等. 海峡两岸观光休闲农业与乡村旅游发展[M]. 徐州:中国矿业大学出版社, 2003
- [29]何景明. “农家乐”发展中政府的“缺位”与“越位” [J]. 旅游学刊, 2006, 21(3):11
- [30]何景明. 国外乡村旅游研究述评[J]. 旅游学刊, 2003, (1):76-80
- [31]何可凝. 以乡村旅游促进农村劳动力多元化就业问题探讨[J]. 常州工学院学报, 2008, (7):96-98
- [32]何薇. 把握乡村旅游文化特性深挖民俗文化内涵—以成都三圣乡为例[J]. 乐山师范学院学报, 2003, (4):78-80
- [33]何武. 黔东南乡村旅游发展探究[J]. 特区经济, 2008, (8):153-155

- [34]黄洁. 从“乡土情结”角度谈乡村旅游开发[J]. 思想战线, 2003, (5):24-26
- [35]蒋树萍, 黄震方. 新苏南模式下的乡村旅游开发模式初探[J]. 江苏商论, 2008, (7): 62-64
- [36]江华. 开发旅游农业大有可为[J]. 地域研究与开发, 1995, 1
- [37]赖斌. 基于游客体验的 ATCS 理论与实证研究[D]. 博士论文, 西南交通大学, 2007
- [38]李建慷. 对成都乡村旅游的 SWOT 分析及发展对策[J]. 绵阳师范学院学报, 2008, (7):18-20
- [39]李永文, 王培雷, 孙本超. 乡村旅游开发色议[J]. 焦作大学学报, 2004, (1):19-22
- [40]李周等. 旅游业对中国农村和农民的影响研究[M]. 北京: 中国农业出版社, 2004
- [41]李伟. 乡村旅游开发规划研究[J]. 地域研究与开发, 2003, (12):72-75
- [42]李孝坤. 文化旅游资源开发与乡村旅游的可持续发展[J]. 重庆师范大学学报(自然科学版), 2004, (2):76-79
- [43]卢军霞. 基于游客体验的古城镇旅游产品开发研究[D]. 硕士论文, 浙江大学, 2006
- [44]罗明春, 陈超群, 钟永德. 乡村旅游体验真实性研究[J]. 旅游经济, 2007, (12):156-157
- [45]潘秋玲. 现阶段我国乡村旅游产品的供需特征及开发[J]. 地域研究与开发, 1999, (6):60-62
- [46]彭丹. 论旅游体验中的符号及其解读[D]. 博士论文, 东北财经大学, 2005
- [47]彭华东. 消费体验对品牌忠诚影响的实证研究[D]. 硕士论文, 武汉大学, 2005
- [48]赛江涛. 乡村旅游中的文化素材及其表达[D]. 北京林业大学, 2005
- [49]石强, 钟林生和向宝惠. 我国乡村旅游发展研究[A]. 郭焕成, 海峡两岸观光休闲农业与乡村旅游发展[C]. 北京: 中国矿业大学出版社, 2004, 310-319
- [50]唐代剑, 翟媛. 乡村旅游选择行为的年龄分异研究[J]. 旅游学刊, 2008, (10): 68-71
- [51]汪嘉彬. 试论构建我国乡村旅游的体验营销模式[J]. 2007, (12):107-109
- [52]王娟, 李文兵. 浅析发展乡村旅游在社会主义新农村建设中的作用[J]. 浙江旅游职业技术学院学报, 2006, (4):28-31
- [53]王继庆. 我国乡村旅游可持续发展研究[D]. 博士论文, 东北林业大学, 2007
- [54]王丽华. 城市居民对旅游影响的感知研究[D]. 博士论文, 南京师范大学, 2006
- [55]王娜, 鲁峰. 乡村旅游发展的动力机制探讨[J]. 桂林旅游高等专科学校学报. 2006, 17(6):76-78

- [56]王玉红. 我国乡村旅游与电子商务的结合[J]. 消费导刊, 2008, (1):103
- [57]王琼英, 冯学钢. 乡村旅游研究综述[J]. 北京第二外国语学院学报, 2006, (1):115-120
- [58]王云才. 中国乡村旅游发展的新形态和新模式[J]. 旅游学刊, 2006, 21(4): 8-9
- [59]王云才, 许春渡, 郭焕成. 论中国乡村旅游发展的新趋势[J]. 干旱区地理. 2005, 28(6):862-867
- [60]文军, 魏美才. 乡村旅游开发模式探讨[J]. 生态旅游, 2002, (6):125-127
- [61]沃纳·奥皮兹: 奥地利农业——农村旅游业经验, 载于《中国武汉'96 生态旅游规划与发展国际研讨会论文集》
- [62]肖佑兴, 明庆忠. 关于开展云南乡村旅游的思考[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2001, (1):33-35
- [63]谢彦军. 旅游体验研究: 一种现象学的视角[M]. 天津: 南开大学出版社, 2005:139-140
- [64]谢彦军. 旅游体验—旅游世界的硬核[J]. 桂林高等专科学院学报, 2005, 16(6): 5-9
- [65]谢彦君. 以旅游城市作为客源市场的乡村旅游开发[J]. 财经问题研究, 1999, (10):79-81
- [66]谢彦军. 基础旅游学[M]. 北京: 中国旅游出版社, 1999, 138-140
- [67]徐乐乐. 乡村旅游发展水平亟待提升[J]. 浙江经济, 2008, (17): 51
- [68]杨达源,刘庆友等. 乡村旅游开发理论与实践[M]. 杭州: 江苏科学技术出版社, 2005:12-13
- [69]杨胜明. 创新旅游业发展模式—贵州旅游业发展的战略选择[J]. 当代贵州, 2003, (5):14-15
- [70]喻玲. 保护乡村旅游环境促进乡村旅游可持续发展[J]. 资源与人居环境, 2008, (10): 69-70
- [71]张丽华, 罗霞. 乡村旅游体验营销模型的一种设计[J]. 经济管理, 2007, (3): 71-74
- [72]张丽华, 周艳. 乡村旅游体验品牌产品营销对策研究[J]. 2006, (6):61-63
- [73]张建华, 陈秋华. 试论乡村旅游中的游客体验[J]. 商业研究, 2008, (1): 174-177
- [74]张建雄. 关于乡村旅游若干问题的思考[J]. 大理学院学报, 2003, 2(4):49-52
- [75]赵承华. 我国乡村旅游可持续发展及对策研究[J]. 农业经济, 2008, (4): 18-19
- [76]郑群明, 钟林生. 参与式乡村旅游开发模式探讨[J]. 旅游学刊, 2004, 19(4):33-37

[77]朱华. 乡村旅游利益主体研究—以成都市三圣乡红砂村观光旅游为例[J]. 旅游学刊, 2006, 21(5):22-27

附录

温州乡村旅游调查问卷

尊敬的女士/先生:

您好!

感谢您参加此次浙江工业大学经贸管理学院的调查问卷!本问卷的主要目的是:通过了解温州乡村旅游者的旅游动机,旅游满意度,研究乡村旅游在发展过程中存在的问题。希望得到您的支持和帮助!

以下问卷纯粹用于学术研究,问卷无需您填写姓名,选项无对错之分,敬请放心。您的选项对于我们都至关重要,请您依据您企业的实际情况,认真填写问卷中的每一道问题!

我们承诺,对于您的填写结果绝对保密!抱歉占用您的时间!感谢您的大力协助!

请您根据您的情况,在相应的“□”上打“√”。

1、您的性别: 男 女

2、年龄: 20岁以下 21-30岁 31-40岁
41-50岁 51-60岁 61岁以上

3、您的学历:

初中及以下 高中 中专
大专 本科 研究生以上

4、您的职业:

学生 公务员 公司职员 科技人员 教师 其他

5、您的月收入:

≤2000元 2001~3000元 3001~4000元
4001~5000元 5001元以上

6、您经常居住的地方

本省城市(县级镇以上) 本省乡村(县级镇以下)
外省城市(县级镇以上) 外省乡村(县级镇以下)

7、您是乘坐什么交通工具来这里的

公交车 自驾车

8、您认为最佳的旅途花费时间是:

1个小时以内 1-2个小时 2-3个小时 3-4个小时

9、您个人能承受的旅游的花费是:

300元以下 300-500元 500-800元

- 800-1000 元 1000 元以上
- 10、您获得温州乡村旅游点的信息途径是：
当地报纸 电视 网络 亲朋介绍 其它
- 11、您选择乡村旅游的目的是：
休闲放松 度假 观光
怀旧 体验农村生活 其它
- 12、您喜欢的乡村旅游项目是：
农家菜 农家生活方式 农家环境 农村风俗
- 13、您对乡村旅游的感觉是：
满意 一般 不满意
- 14、您对乡村旅游中最感兴趣的内容是：
田园风光 农家生活 乡村民俗节庆
农家菜 乡村土特产品
- 15、您认为温州乡村旅游中该进一步发展的需求是：
乡村自然景观 参与性活动 特色餐饮
乡土文化 其它
- 16、影响您选择乡村旅游目的地的因素有：
沿途景观 目的地距离 沿途相关服务
目的地景点质量 道路交通状况
- 17、您到温州乡村旅游最担心的问题是：
人身财产安全 食品卫生 价格
服务态度 环境卫生 基础设施条件 沿途目的地安全情况
- 18、您打算在温州乡村停留的时间是：
当日往返 两天一夜 三天两夜 随性住上一段时间
- 19、您在温州乡村旅游最愿意花钱的地方是：
餐饮 活动开销 购物 住宿 其它
- 20、“温州”这个词给您产生的联想是：
- 21、你对温州人的印象是，优点、缺点：
- 22 您对温州城市的印象是：
- 23 您对温州旅游的印象是：
- 24、您对温州乡村旅游的印象是：

致谢

论文终于完成了，但心情并不如想象中的轻松。因为尽管自己付出了很多的努力，但因为能力有限，有很多方面的研究都不够深入，深感惶恐。学海无涯，我今后还有很长的路要走，希望自己以后能真正活到老学到老。回首读研的几年学习和生活，得到了很多人的帮助，在此向他们表示由衷的感谢。

感谢给我提供资料的温州市旅游局、温州市农办、温州市风景名胜区协会、浙江东方海外旅游公司温州分公司、岭上人家经营者等，没有他们的帮助我就完不成论文。

感谢我的论文指导老师吴向明副教授，这篇论文，从结构的调整到语言的修饰，吴老师都在百忙中给予我诚挚的意见。在此我却只能表示我微不足道的感谢，深感惭愧！吴老师严谨的治学态度和正直的人品也使我受益匪浅，令我终身难忘！感谢您，吴老师！

攻读学位期间主要科研成果

发表论文：对温州乡村旅游“农家乐”发展现状和问题的浅析[J]商场现代化，2008
(5)

作者：[路军慧](#)
学位授予单位：[浙江工业大学](#)

相似文献(10条)

1. 期刊论文 [孙飒, SUN Sa 论体验经济时代乡村旅游的发展 -安徽农业科学2006, 34\(2\)](#)

体验经济时代的来临要求我们用全新的视角来看待旅游业。笔者在分析了目前我国乡村旅游发展新趋势的基础上,着重探讨了如何将“体验”引入乡村旅游,并提出了促进乡村旅游发展的思路 and 对策。

2. 学位论文 [王祥武 基于体验经济的皖西地区乡村旅游开发研究 2007](#)

乡村旅游和旅游体验化日益成为旅游发展的重要趋势,乡村旅游正逐步成为我国旅游业发展的重要领域。乡村体验旅游将现代旅游新需求与传统乡村旅游相结合,通过农旅结合的新模式,创建和谐的乡村体验旅游方式,使乡村旅游的休闲特色更加突出,同时以城市人群为主的客源市场前景广阔。发展乡村体验旅游可以提升乡村旅游品位,产生更高的经济效益,促进农村经济的增长,并对保护生态环境、合理保持农村的特色风貌、美化乡村环境有显著的作用。

本文立足于乡村体验旅游角度,以皖西地区为例,对城市周边临近区域乡村体验旅游的开发进行了探索性研究。皖西地区旅游资源丰富多样,但社会发展水平较低,处于非优旅游区。针对这种情况,本文提出皖西旅游开发引入乡村旅游和体验经济理念,发展乡村体验旅游。

文章首先分析了皖西地区引入体验式乡村旅游开发的必要性以及发展乡村体验旅游的动力机制,并对其进行SWOT分析,得出发展乡村体验旅游的可行性。进而提出皖西乡村旅游开发的原则、景观评价和乡村体验旅游开发一般模型,结合皖西旅游资源特色和旅游客源市场特点,设计了旅游地形象和相应的乡村体验旅游产品。

本文对皖西地区的旅游开发方向作了创新性的初步设想,对其它类似区域的旅游开发也有一定的启发意义。

3. 期刊论文 [刘爱雄, 林婷玉 基于体验经济视角的乡村旅游营销模式探讨 -企业家天地\(下半月版\)2007, ""\(11\)](#)

基于体验经济的视角,本文分析了乡村旅游者的独特需求,探讨了乡村旅游营销模式,以便使乡村旅游者在旅游中获取最大的满意度。

4. 学位论文 [孔辉 乡村旅游产品深度开发研究 2007](#)

乡村旅游是目前我国正在发展与成长的一种旅游形式,是迎合了都市游客“回归自然,获取知识”的心理需求的旅游活动,提高乡村旅游的品位、丰富乡村旅游的内涵、对于推动乡村旅游更快更好地发展有着重要的理论和实践意义。本文从乡村体验的角度研究乡村旅游产品的开发与提升,通过研究乡村旅游的发展现状、传统乡村旅游中存在的问题、体验经济对发展乡村旅游体验产品的开发,结合乡村旅游资源与旅游者对乡村旅游产品的需求,以长沙市乡村旅游为研究对象,提出具有实际操作价值的乡村旅游产品深度开发内容。

论文共分六个部分:第一部分为绪论,对选题背景、国内外乡村旅游研究状况与历史发展进行了综述;第二部分对乡村旅游与乡村体验旅游的发展与特征进行了分析,指出乡村旅游体验型产品开发是乡村旅游产品发展的必然趋势;第三部分初步探讨了乡村旅游体验型产品开发的研究理论和动力机制;第四部分着重分析了乡村旅游产品深度开发的技术问题,提出了开发的原则、方式及类型;第五部分为论文的实证部分,以长沙为例,对乡村旅游产品深度开发进行了实证研究;最后,对论文进行了总结,提出了有待进一步探讨的问题。

本论文取得了主要成果有:

(1)在全面系统分析前人在该领域研究成果的基础上,分析了乡村旅游的基本内容,对乡村旅游的基本特征进行了探讨。

(2)结合体验经济,分析了乡村旅游体验型产品开发中的主题明确、真实性、互动性等特殊问题,指出了乡村旅游产品深度开发的原则等内容。

(3)以湖南省长沙市为研究对象,提出在长沙乡村旅游产品深度开发中,可开发娱乐型、逃避型、教育型和审美型等乡村旅游深度产品的建议。

5. 期刊论文 [张利民, 董永仲 乡村旅游开发与“体验经济”发展刍议 -经济经纬2003, ""\(6\)](#)

乡村旅游开发与体验经济的发展有着密切的关系,乡村旅游开发及其具有的独特功能促进了体验经济的发展,为旅游者提供了体验乡村文化和培养民族情感的舞台,实现了体验经济的飞跃。

6. 学位论文 [白伟荣 乡村旅游开发模式比较研究——以云南省红河州为例 2007](#)

论文从国内外乡村旅游发展历程和乡村旅游研究综述分析出发,总结了乡村旅游开发的基础理论;对乡村旅游发展的典型实例进行了深入剖析,在此基础上归纳总结了乡村旅游的开发模式;根据国内外乡村旅游开发的实践和经验,对红河州乡村旅游开发进行了实证研究。

论文分为五个部分:

第一部分,为研究背景与论文选题。主要回顾国内外乡村旅游发展历程,总结国内外关于乡村旅游研究的成果,分析国内外乡村旅游的典型地区,提出论文的研究依据与研究方法。

第二部分,为乡村旅游开发基础理论。重点归纳了与乡村旅游密切相关的生态旅游理论、可持续发展理论、旅游扶贫理论、体验经济理论、区位理论与发展理论,进而梳理了乡村旅游的概念以及乡村旅游开发理念、程序、动力、条件和模式形成因素。

第三部分,为典型乡村旅游开发模式比较。主要分析了学者们关于乡村旅游开发模式的观点,提出了乡村旅游的五种开发模式,总结乡村旅游开发的实践与经验。

第四部分,为红河州乡村旅游开发实证研究。重点研究红河州乡村旅游开发的条件、开发思路与原则、开发理念与战略、管理措施与政策、品牌建设与营销、发展趋势与展望。

第五部分,为研究结论与应用展望。重点归纳总结论文的主要观点,分析总结论文有待后续研究的问题。

7. 会议论文 [段兆麟 体验经济与教育农园 2002](#)

休闲活动的理论基础,传统上有所谓宗教活动说(Religious theory)、精力过剩说(Surplus energy theory)、生活准备说(Preparation theory)、休养说(Recreation theory)、重演说(Recapitulation theory)、发泄情欲说(Catharsis theory)、放松说(Relaxation theory)、生长需要说(Growth theory)、自我表现说(Self-expression theory)等说法。然而到了20世纪90年代,以个人心理感受为主要诉求的体验理论(Experience)逐渐兴起,并形成观光休闲活动规划设计的主流。运用自己的感官,引挑视觉、听觉、嗅觉、味觉以及触觉,形成个人整体的心理感受,以获得感性的愉悦及知性的充实,已成为观光休闲体验活动设计的最高方针。故以提供体验为核心商品或服务的经济活动已蓬勃发展,所以“体验式经济”(Experience Economy)已经悄然来到。现在,有愈来愈多的业者掌握体验的优势,以精心设计的情境,说服消费者为体验付费;也有愈来愈多的消费者愿意花钱购买体验。本文介绍了体验经济即教育农园的意义与功能等等内容。

8. 期刊论文 [杨丽华, 苏占萍 发展河北省乡村旅游的思路 -商场现代化2006, ""\(25\)](#)

发展乡村旅游,满足消费者的旅游需求,是旅游资源开发的重要方向。农业旅游资源开发对调整农村产业结构、发展农村经济具有重要意义。本文据河北省发展乡村旅游存在的问题,提出发展特色乡村的思路。

9. 学位论文 [杨晓云 乡村体验旅游开发初步研究——以丽江城郊为例 2004](#)

该文从乡村体验的角度研究乡村旅游、乡村经济社会进步和乡村可持续发展等问题,通过研究乡村旅游的发展现状、传统乡村旅游中存在的问题、体验经济对发展乡村体验旅游的作用,结合乡村旅游发展的需求,提出乡村体验旅游是乡村旅游发展的重要趋势之一。首先,该文通过研究体验经济对促进乡村旅游发展的启示作用、体验旅游的产生和发展,提出了乡村体验旅游的概念并分析了乡村体验旅游的内涵及特点。第二,该文对乡村体验旅游研究的理论和方法进

行了探讨,初步分析了体验经济理论、服务心理理论、系统论、旅游者需求理论、可持续发展理论、旅游扶贫理论等对乡村体验旅游发展的基础作用,通过文献分析法、问卷调查法、ASEB栅格分析法等探索乡村体验旅游的发展规律.第三,该文着重探讨乡村体验旅游的开发问题,对乡村体验旅游资源的认识、客源市场的开拓、乡村体验旅游开发的原则、方式、类型等问题进行了阐述,并重点分析了乡村体验旅游中的主题明确、真实性、互动性等特殊问题.第四,该文对丽江城郊的乡村体验旅游进行了实证研究,针对丽江城郊的实际情况,分析了黄山乡、束河古镇、玉湖村等地发展乡村旅游的现状问题,开发乡村体验旅游的条件等,对丽江城郊乡村体验旅游产品进行了设计,研究了丽江城郊开发乡村体验旅游的支撑体系,并提出发展丽江城郊乡村体验旅游的对策措施.最后,对论文进行了总结,提出了有待进一步探讨的问题.

10. 期刊论文 [罗时琴, LUO Shi-qin 贵州乡村旅游新的发展前景和方向 -贵州科学2006, 24\(1\)](#)

本文全面分析了贵州乡村旅游存在的问题,提出体验与感受紧密结合是贵州乡村旅游发展的新方向,然后在此基础上提出可持续发展策略.

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Thesis_Y1432896.aspx

授权使用: 温州大学图书馆(wzdxstg), 授权号: 54a9a472-1eff-4cd7-ab2f-9d9e010cbf48, 下载时间: 2010年6月

23日