

北京休闲农业升级研究

Research on Upgrading of Leisure Agriculture in Beijing

范子文 著

中国农业科学技术出版社

北京休闲农业升级研究

Research on Upgrading of Leisure Agriculture in Beijing

范子文 著

中国农业科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

北京休闲农业升级研究 / 范子文著. —北京:
中国农业科学技术出版社, 2014. 8
ISBN 978-7-5116-1769-9

I. ①北… II. ①范… III. ①观光农业—研究—北京市
IV. ①F327. 1

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第172558号

责任编辑 李 雪 穆玉红

责任校对 贾晓红

出 版 中国农业科学技术出版社
北京市中关村南大街 12 号 邮编: 100081
电 话 (010) 82109707 82106626 (编辑室) (010) 82109702 (发行部)
(010) 82109709 (读者服务部)
传 真 (010) 82106650
网 址 <http://www.castp.cn>
经 销 各地新华书店
印 刷 北京富泰印刷有限责任公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 32
字 数 508 千字
版 次 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷
定 价 49.00 元

——版权所有·翻印必究——

北京市社会科学基金重点项目（10AaJG349）

北京市哲学社会科学规划办公室资助出版

序

休闲农业是符合我国国情、体现时代特点、拥有深厚基础的乡村产业。

说它是符合我国国情的产业，因为在我国大多数农村地区都有农民多、农地少、户营规模微小的特点，仅仅靠土里刨食，很难达到跟经营非农业同等水平的收入。反观那些经营休闲农业的地区，农民将农地产物、乡村景观、农业文化、乡情民俗等多种资源聚合起来，让那些尽享城市文明之利、同时也饱受城市喧嚣之累的城里人，换一个环境，体验慢节奏、静谧、绿色的乡村生活，农民则可以“坐在家里收银子”，无疑是增强农村活力、提高农业效益、增加农民收入的良方。

说它是体现时代特点的产业，因为随着我国城镇化水平不断提高，各类城市的人口越来越多，城市的面积和半径越来越大。从空间距离、社会距离和心理距离来看，这就使越来越多居住在城市里的居民，越来越远地脱离了乡村生活、乡村文化和乡村景观。更不用说，对从小就生长在城市的新生代而言，乡村和农业变得越来越神奇，守护大自然的那些农业工作者也越来越可爱和可敬。这成为人们向往乡村、向往荒野、向往异域生活的越来越强烈的内在动因。

说它是拥有深厚基础的产业，因为农村作为城市文明的摇篮，作为大自然的载体，从来就不缺少其内在的引人爱恋的品位。只是在农业社会，人们对这种资源熟视无睹且不觉稀缺，再加上各种对农民的盘剥与轻视，使农村和农业似乎成为一类无足轻重的场所和职业。但是，一旦当社会跨入城乡一体化的时代，当人们在更高的城镇化条件下突然发觉久违的乡村和荒野竟如此“稀缺”之时，千年积淀下来的乡村资源才被社会赋予了“资产”的价值，并且不断升值。

说它是乡村产业，因为休闲农业位处目前被称为“农村”的广大地区；作为一种新的农业经营形式，它已经成长为农村经济的新的增长点，并呈

现出促进产业、资源、区域、城乡等融合的蓬勃旺盛的生命力。休闲农业就其服务对象而言，其实属于为城市服务的产业，是为城市人观光游览、休闲度假、生活体验的产业。在农村人与城市人之间频繁的、深度的、互动的接触中，这些农村地区被更快地带入了城市文明的生活方式；也是在城乡之间经由市场经济机制的这种自觉的社会交往过程中，潜移默化地实现了城乡之间多方面的融合，实现了这些地区的“乡村城镇化”。

一

休闲农业在我国至少已经有 20 年的发展历史。北京是较早由省级政府倡导开展观光休闲农业的地区。北京之所以最早倡导发展这个产业，从客观上说，是因为在 20 世纪 90 年代形成了市场的需求，出现了农民的探索，也潜藏着改革的动因；从主观上说，是因为有一批研究者敏感地意识到了它的意义，于是先行总结经验，深入调查研究，策划行动方案，制定推进政策。所以，休闲农业作为大城市地区都市型农业的一个相近的“代用语”或者一种重要的经营形态，得到了迅速而广泛的发展。休闲农业的发展，使城市和乡村、居民和农民都获益匪浅。

休闲农业现在已经到了一个需要转型升级的拐点，到了一个面临着多方面深度调整的时期。休闲农业最早是从观赏农田景、品尝农家饭、采摘农产品、体验农家乐开始的。最初开展休闲农业的那些村落，往往是在近城地区。在休闲农业经营中，农民以足够的勤劳与智慧不断地改变着自己、改变着村庄，改变着乡村的生活条件：原先城市人最不习惯的“不卫生”设施，改善成了城市人习惯的盥洗间；在原先简陋的农家饭基础上，创造出了更具特色、更显精细、更富变化的菜肴体系；让原先单一的或吃、或住、或垂钓、或采摘，逐步演化成为集吃、住、行、游、购、娱为一体的综合性项目；让一次性的、偶然性的市民活动，成为重复性、经常性的城市活动。总之，旅游消费需求正在从“观光”走向“休闲”，从“休闲”走向“度假”。

农家乐不是市民的唯一追求，农家饭也不会一成不变。农民需要增加收入，市民需要提升消费，相应的产业也需要进步。本书应时地提出，休闲农业升级的方向是发展乡村度假，应以景观升级为前提，产品升级为核

心，文化升级为灵魂，规模升级为基础，组织升级为保障，营销升级为统领，全面促进休闲农业的提档升级。这是对休闲农业所做出的富有新意的探索。这种探索体现了对市场经济机制的深度把握，体现了对中国农民创新实践的及时总结。

三

休闲农业的发展，始终蕴含着改革。休闲农业的发展过程，是农民不断改变自己、提高自己的过程。从事休闲农业的许多农民，从原先只会种养农业劳动者，变成能生产、会经营、善服务、勤学习的多技能经营者，实际上已经自然地融入了城市生活和城市产业。开展休闲农业的许多村庄，农民的生活条件得到了改善，有些甚至从只有农民居住的“农村”变成了有农民、有非农民共同居住的“乡村”。休闲农业对于改造传统农民、改造传统农村，无疑是一种深刻的改革。这个改革的实质，就是让城市资源进入农村，让农民不动产成为致富的资本。

休闲农业的提升，迫切地需要改革的支持。改革的根本支持，就在于打破城乡二元体制机制对于城市资源进入农村、农民财产成为致富要素的制约。必须解决现行体制机制所显露出的问题，主要是：首先，在农村地区属于集体所有制性质的土地上，能不能为那些非本村外来者建造房屋，包括临时居住、短期居住、甚至长期居住和休闲的房屋？其次，如果农户经营休闲农业的规模需要不断扩大，如何才能够突破所受到的用地面积的限制，比如其宅基地与其他经营性建设用地之间能否融通？第三，已经趋于老龄化、空心化的许多村庄内现存的大量闲置住宅，是一定要拆除并“被集约”利用，还是可自主地用于休闲产业经营？是否允许引进外来资本经营这些闲置住房，为农民创造财产性收入？第四，在农村地区，休闲农业的经营主体是否必须为在村庄内有地有房的村民？是否允许社会力量参与乡村休闲产业？如果由外来人经营，这种“人—房—地”的关系如何解决？应该说，在休闲农业实践中农民所遇到的这些难题，目前的规制都还没有给出现成的答案。无规无划的农民，仍然处在动辄就有可能“违规”的尴尬境地。

让农民摆脱这种困境,让休闲农业在合法的环境下放心地发展,应加快农村土地制度改革完善的步伐。党的“十八大”指出,“解决好农业农村农民问题是全党工作重中之重,城乡发展一体化是解决‘三农’问题的根本途径。要加大统筹城乡发展力度,增强农村发展活力,逐步缩小城乡差距,促进城乡共同繁荣”。只有通过统筹城乡的改革,才能为农民创造出一个发展产业、增加收入、改换面貌、融入现代的有利环境。展望休闲农业发展前景,越来越需要有一个新型的乡村空间。新型乡村空间的特点,就是将农业生产空间、乡土生活空间与绿色生态空间交集于一点,将“城市人”与“乡村人”多种形式的交往也聚合在一体,而无论被这个点被称为是“村”还是“镇”。这样,不但打破了农民进入城市创业的壁垒,也打破了城市人进入农村创业的藩篱。这是实现城乡发展一体化的必由之路,也是休闲农业提档升级的必要保障。

实现休闲农业的提档升级,有许多课题需要研究,有许多工作需要创新。现在看到的这部专著,就是范子文博士10余年来在工作之余深入研究和不懈笔耕的成果。正如鉴定时专家们评价所说,本书在系统地研究国内外成果、全面总结提炼北京经验的基础上,对休闲农业升级的方向和目标,尤其是景观、产品、文化、规模、组织和营销6个主要方面升级的路径,都做了深入而扎实的研究;在研究的思路和框架方面独树一帜,提出了具有很强的针对性和操作性的对策建议,是一部不可多得的理论联系实际的论著。

我相信,本书的出版,将对休闲农业在中国的进一步发展,具有新的启示。

是为序。

张 强

2014年7月5日

前言

休闲农业是贯穿农村一、二、三产业，融合生产、生活和生态功能，紧密连结农业、农产品加工业、农村服务业的新型农村产业形态和新型消费业态。休闲农业是市场化的产物，也必将随着市场需求的发展而发展。

近年来，在政策引导、需求拉动、供给推动的合力作用下，北京郊区的休闲农业取得了长足发展，走在了全国的前列，对于促进农民就地就业、增加农民收入、提升城市居民的幸福指数、促进城乡交流等发挥了积极作用，已经成为北京都市型现代农业的重要组成部分、旅游业发展的战略空间、美丽乡村建设的产业基础、农民就业增收的重要载体、统筹城乡发展的重要抓手。但面对市民消费需求的提升和周边地区的激烈竞争，京郊休闲农业存在着诸多的不适应，亟须转变发展方式，进行提档升级，实现由量的扩张向质的提高转变。遵循休闲农业发展规律，从北京郊区的实际出发，应把景观升级、产品升级、文化升级、规模升级、组织升级、营销升级作为重点，争取有所突破。其中景观升级是前提，产品升级是核心，文化升级是灵魂，规模升级是基础，组织升级是保障，营销升级是统领。

景观升级。景观是重要的旅游吸引物。乡村景观是休闲农业的载体，也是游憩功能实现的保障。为建设魅力乡村，改善休闲农业与乡村旅游环境，亟须从村落景观、廊道景观、农田景观建设入手，开展景观建设与培育，提升乡村景观。要学习欧洲经验，开展景观特征评价，编制乡村景观建设规划，制订技术规程，建立以农民为主体的乡村景观培育和管理体系。

产品升级。休闲农业与乡村旅游产品是乡村旅游供给的核心，也是休闲农业升级的主要内容。要结合休闲农业市场需求研究的成果，以首都市民和旅游者需求为出发点，从“吃、住、行、游、购、娱”六个方面，改变产品设计，丰富产品内容，提升文化内涵，延伸休闲农业产业链条，提高游客单体消费值。一是以增加体验性、参与性项目为重点，推进休闲农业园、民俗旅游村等传统产品的升级，延长游客逗留时间；二是以让游客

住下来为重点,积极开发居住类、度假类休闲产品,巩固提升特色业态,发展乡村度假;三是以引导消费潮流为重点,培育时尚消费、高端消费新业态,适度开发乡村旅游高端产品,提高休闲农业产品附加值。

文化升级。农业因创意而精彩,创意因与农业结合而丰富。实现休闲农业的文化升级,一是要挖掘和活化利用农业文化遗产,展示乡土文明,传承农耕文化;二是要积极发展创意农业,以产品创意、节庆创意、园区创意、产业创意、功能创意为载体,提高农业的文化附加值和休闲农业项目的吸引力;三是要开发利用农村民俗文化资源,逐步使京郊民俗文化成为休闲农业与乡村旅游项目的一大卖点与核心吸引物。

规模升级。休闲农业与乡村旅游的“小散低”,是一大诟病。解决这一问题,需要从两个方面取得突破:一是提高休闲农业与乡村旅游龙头项目的单体规模,只有把“龙头”做大,使“龙头”舞起来,才能更好地带动“龙身”和“龙尾”;二是提高休闲农业与乡村旅游产业的集群规模,通过政策引导和机制创新,实现休闲农业与乡村旅游企业在一个区域的集群发展和产业链的延长,提高区域规模和产业集中度。

组织升级。产品的创新、规模的升级、管理的加强等都需要组织结构的调整和运行机制的完善。要通过优化配置乡村旅游资源,调整休闲农业与乡村旅游组织结构、体制机制和发展模式,促进休闲农业由个体经营向规模经营转变,由分散经营向集约经营转变,由独立经营向分工合作转变,由散状经营向乡村旅游带转变,形成以利益为纽带的产业共同体。

营销升级。营销是联结需求与供给的关键环节,是实现休闲农业产品价值的重要手段。应实施整合营销战略,创新营销模式。通过采取“城乡社区,互动营销;虚拟社区,网络营销;舞台社区,节庆营销;主题社区,体验营销;掌上社区,微媒体营销;目的地社区,品牌营销”等措施,提高营销效果。

围绕休闲农业升级这一主题,全书共分14章,有六部分内容。其中,第一部分包括第一章,是全文的导论部分,也是研究的基础。首先,明确了研究背景,本研究是在城乡一体化建设深入推进、休闲农业发展徘徊不前、“美丽乡愁”定位提出的背景下展开的。其次,从理性的角度,对休闲、

休闲农业、产业升级等有关概念进行了辨析,提出了作者的看法。再次,对休闲农业升级所赖以支撑的有关理论进行了概述。这些理论包括:需求层次理论、体验经济理论、产业一体化与产业融合理论、生命周期理论、比较优势理论、增长极理论、产业集群理论、逆城市化理论、外部性理论、可持续发展理论。

第二部分包括第二章,为现状研究。首先,对京郊休闲农业发展的历程进行了简要回顾和阶段划分,以便更清晰地把握休闲农业发展的历史脉络。其次,对北京市休闲农业重点园区进行了典型调研,对46个休闲农业园区的经营情况进行了统计分析,从而有利于从微观上掌握京郊休闲农业的经营情况。再次,对京郊休闲农业政策进行了绩效分析,以便从宏观上把握政策的效果。最后,基于上述几方面,对京郊休闲农业发展状况进行了综合评估,提炼和概括出了基本经验和发展态势。

第三部分包括第三章,为需求研究。选取北京市民为调研对象,采用随机抽样的问卷调查法,对目标消费群体的消费需求特征、需求意愿等进行了调研,并对调研数据进行了统计分析。在此基础上,开展了满意度评价,并提出了应对策略。

第四部分包括第四至第十二章,共9章,为提档升级研究,是本书的重点。第四章在对京郊休闲农业升级的必要性、可行性进行系统分析的基础上,提出了休闲农业升级的思路、方向、目标、内容和路径。从第五章开始到第十章,用6章的篇幅,对休闲农业升级的内容进行了展开论述,包括景观升级、产品升级、文化升级、规模升级、组织升级、营销升级等。每一章都从升级的必要性、升级的原则、升级的内容、升级的路径、升级的策略等方面进行研究探讨,力图把握规律性,所得结论对实践有一定的指导作用。第十一章为休闲农业升级的支撑体系,从休闲农业投融资、休闲农业用地、休闲农业标准化、休闲农业培训等方面入手,研究制约休闲农业升级的主要问题与关键环节,争取有所突破,努力改善休闲农业升级的外部环境。第十二章为案例研究,选取在北京郊区有代表性的两个休闲农业园区、两个市级民俗旅游村、一个乡村旅游带,进行案例解剖,以便把休闲农业升级的思路与措施落到实处。

第五部分包括第十三章，为海外休闲农业发展规律研究。欧美一些发达国家的休闲农业开发较早，日韩等亚洲国家的农业生产经营模式与我国相近，对北京具有借鉴意义。特别是北京与台湾同属于一个中国，由于语言、文化相通，发展阶段较为接近，台湾休闲农业的经验对北京郊区的指导作用更大。因此，本书选取德国、法国、美国、日本、韩国、新加坡等国家和我国台湾省的休闲农业为研究对象，对其发展历程、做法、经验进行了总结，对休闲农业发展的一般规律进行了梳理，并提出了对北京市的启示、借鉴意义。

第六部分包括第十四章，为政策建议，也是本书的总结。在研究的基础上，从休闲农业的地位、休闲农业升级的方向、产业结构、区域布局、品牌培训、宣传推介、人员培训、机制创新、组织领导等方面提出了对策建议，同时对京郊休闲农业未来发展进行了展望，供有关部门和人员参考。

目 录

第一章 研究背景与理论基础	1
第一节 研究背景	1
第二节 概念界定与辨析	9
第三节 文献综述	18
第四节 休闲农业升级的理论基础	28
第二章 京郊休闲农业发展状况研究	43
第一节 京郊休闲农业发展的历史进程	43
第二节 休闲农业重点园区经营情况调研分析	48
第三节 休闲农业发展政策的绩效分析	77
第四节 京郊休闲农业发展述评	99
第三章 休闲农业的市场需求研究	112
第一节 调研情况	112
第二节 市场需求特征	114
第三节 满意度评价	128
第四节 应对策略	130
第四章 京郊休闲农业升级的思路、方向与目标	133
第一节 京郊休闲农业升级的必要性与可行性	133
第二节 京郊休闲农业升级的思路、方向与目标	137
第三节 京郊休闲农业升级的内容与路径	141

第五章 景观升级	145
第一节 乡村景观	146
第二节 村落景观	153
第三节 廊道景观	159
第四节 农田景观	167
第六章 产品升级	179
第一节 产品升级的必要性	179
第二节 产品升级的原则	183
第三节 产品升级的方向	185
第四节 产品升级的路径	191
第五节 产品升级的策略	211
第七章 文化升级	224
第一节 发掘农业文化遗产	224
第二节 发展创意农业	240
第三节 开发农村民俗文化资源	262
第八章 规模升级	274
第一节 规模升级的必要性	274
第二节 规模升级的路径	276
第三节 规模升级的体制创新	288
第九章 组织升级	299
第一节 组织升级的必要性	299
第二节 组织模式的类型与升级方向	303
第三节 案例研究：石城乡村旅游合作社	319
第四节 组织升级的策略	323

第十章 营销升级	327
第一节 营销升级的必要性	327
第二节 营销升级的路径	328
第三节 营销升级的策略	343
 第十一章 休闲农业升级的支撑体系	348
第一节 休闲农业投融资	348
第二节 休闲农业用地	360
第三节 休闲农业标准化	368
第四节 休闲农业培训	376
 第十二章 休闲农业升级的案例研究	382
第一节 小毛驴市民农园：租赁农业模式	382
第二节 北京鹿世界主题园：农业主题公园模式	397
第三节 柳沟村：品牌餐饮模式	402
第四节 蔡家洼村：全产业链开发模式	414
第五节 四季花海：产业集群发展模式	423
 第十三章 海外休闲农业发展经验及启示	436
第一节 国外休闲农业发展经验及启示	436
第二节 我国台湾休闲农业发展经验及启示	449
 第十四章 休闲农业升级的对策建议	464
第一节 研究总结	464
第二节 对策建议	468
第三节 发展展望	475

参考文献	480
附 录	489
后 记	494

第一章

研究背景与理论基础

第一节 研究背景

休闲农业与乡村旅游是符合我国国情、北京市情，体现时代特点，具有深厚基础的乡村产业，已经成为城乡统筹的重要抓手和农村经济新的增长点。休闲农业与乡村旅游是市场化的产物，也必将随着市场需求的发展而发展。城乡融合、城乡一体化发展呼唤休闲农业与乡村旅游的升级，“美丽乡村”为休闲农业与乡村旅游的升级指明了方向。

一、城乡分割：休闲农业与乡村旅游的诞生

国际经验与国内实践表明，工业化、城市化的推进，城市居民生活节奏的加快和城市生态环境的恶化，导致城市居民对乡村环境和田园生活的向往，而城市与乡村的割裂，城市文明与乡土文明的巨大反差，乡村基础设施与交通条件的改善，农业多功能的属性，导致农业与乡村对城市居民形成强大的引力。伴随着“一推一拉”两种力量，休闲农业与乡村旅游应运而生。

从国外看，休闲农业与乡村旅游起源于19世纪中叶的欧洲（王云才等，2006），因城市居民逃避工业污染、大城市病和快节奏生活方式而发展起来。由于铁路等交通设施的发展，改善了乡村的通达性，使阿尔卑斯山区成为早期欧洲重要的乡村旅游目的地。20世纪70年代后，乡村旅游在