



北京旅游业培训系列教材

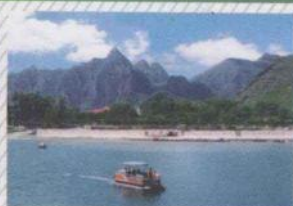
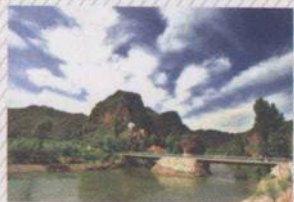
· 京郊旅游 ·

乡村旅游发展基本原理

XIANGCUN LÜYOU FAZHAN JIBEN YUANLI



北京市旅游业培训考试中心◎编



旅游教育出版社



北京旅游业培训系列教材

· 京郊旅游 ·

乡村旅游发展基本原理

XIANGCUN LUYOU FAZHAN JIBEN YUANLI



北京市旅游业培训考试中心◎编

北京·旅游教育出版社

总策划：刘 权 丁海秀

执行策划：马 瑞

责任编辑：张 毅

图书在版编目（CIP）数据

乡村旅游发展基本原理 / 北京市旅游业培训考试中心编. —北京：旅游教育出版社，2013.4

北京旅游业培训系列教材·京郊旅游

ISBN 978-7-5637-2569-4

I. ①乡… II. ①北… III. ①乡村—旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 053769 号

北京旅游业培训系列教材·京郊旅游

乡村旅游发展基本原理

北京市旅游业培训考试中心 编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	河北省三河市灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850mm × 1168mm 1/32
印 张	7.5
字 数	149 千字
版 次	2013 年 4 月第 1 版
印 次	2013 年 4 月第 1 次印刷
定 价	20.00 元

（图书如有装订差错请与发行部联系）

序 言

以《国家中长期人才发展规划纲要(2010-2020年)》、《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》和“十二五”期间北京市旅游发展规划的总体部署为指导,围绕建设世界一流旅游城市、实现北京旅游业“国民经济的战略性新兴产业和人民群众更加满意的现代服务业”两大战略目标要求,北京市旅游发展委员会整合优质旅游教育资源,创新管理理念,采取政府引导、市场为主、部门合作、社会参与的长效化运作机制,通过协调旅游管理部门及相关机构的旅游教育培训工作,构建北京旅游立体教育培训体系。体系的建立,对于稳步推动科学、有效的旅游教育培训供求对接机制的建立,最大限度地发挥现有各种各类旅游教育培训资源的潜力,不断提升旅游教育培训质量,助力北京旅游发展战略目标的实现,具有十分重要的现实意义。

构建北京旅游立体教育培训体系的重要一环,就是开发科学适用的教材体系。北京市旅游业培训考试中心对旅游行业现有教材进行严格遴选,并积极组织业内权威专家、经验丰富的专业人士编写新教材,全面开发符合新时期旅游业发展需要的“北京旅游业培训系列教材”体系,进一步推进旅游行业的人才队伍建设。

本套教材为“北京旅游业培训系列教材”体系的大胆尝试,从理论、实践、专题和案例四个层面,给予参加“百千万”京郊旅

游培训的广大京郊旅游管理者及从业者以切实指导,亦可供相关旅游院校、机构教学及研究参考,是了解京郊旅游发展与实践的极佳资料。希望教材的出版,能够为北京市旅游业的快速发展贡献绵薄之力。



2013 年 3 月



目 | 录

CONTENTS

第一章 乡村旅游综述	1
第一节 乡村旅游的概述	2
一、乡村旅游概念界定	2
二、乡村旅游常见类型	3
第二节 乡村旅游发展历程	4
一、传统乡村旅游时期	5
二、乡村旅游初步发展时期	5
三、大众化时代的乡村旅游	6
四、新经济时代的乡村旅游	6
第三节 乡村旅游发展的条件	7
一、资源条件	7
二、市场依托	8
三、产业基础	9
四、政策导向	10
第四节 乡村旅游的开发模式	11
一、政府主导型	11
二、企业主导型	12
三、社区参与型	13
四、社区主导开发模式	14



第五节 乡村旅游产品类型	16
一、观光体验型产品	16
二、休闲度假型产品	17
三、科教文化型产品	19
四、乡村专题系列产品	20
第六节 乡村旅游的影响	20
一、积极影响	21
二、消极影响	25
第七节 乡村旅游的可持续发展	27
一、重视社区主导的开发模式	27
二、注重农耕文明和现代文明的和谐相处	28
三、解决旅游开发与农业发展的矛盾问题	29
四、注重乡村文化景观的保护	30
第八节 乡村旅游体验设计	32
一、体验经济的特点	32
二、旅游体验的类型	33
三、体验经济时代的游客感知	35
四、乡村旅游产品的体验设计	39
 第二章 乡村旅游发展国际经验借鉴	51
第一节 国外乡村旅游发展实践	52
一、法国	52
二、日本	57
三、西班牙	63
四、美国	68
五、意大利	69
六、其他国家	70



第二节 乡村旅游发展的国际经验借鉴	72
一、政府推动	72
二、协会扶持	74
三、乡村旅游产品方面	75
四、营销推广方面	77
第三章 中国乡村旅游发展现状	81
第一节 中国乡村旅游的发展概况	82
一、中国乡村旅游发展的社会条件	82
二、中国乡村旅游的发展历程	87
第二节 中国乡村旅游产品类型	98
一、按经营类型分类	99
二、按依托资源分类	108
第三节 中国乡村旅游的主要发展模式	112
一、“农户 + 农户”模式	112
二、个体农庄模式	112
三、外来公司经营模式	113
四、“公司 + 农户”模式	114
五、“公司 + 社区 + 农户”模式	116
六、“政府 + 公司 + 农村旅游协会 + 旅行社”模式	116
七、“政府 + 公司 + 农户”模式	118
八、社区主导模式	119
九、股份制合作开发模式	122
第四节 中国乡村旅游的行业管理	123
一、政策扶持	124
二、建立科学管理体系	127
三、资金扶助	134



四、法律规范制度保障	136
五、人员培训与教育	142
第五节 中国乡村旅游发展的经验和教训	143
一、各地乡村旅游发展取得的成就	143
二、各地乡村旅游发展中存在的问题	151
 第四章 中国乡村旅游发展经验	157
第一节 台湾地区乡村旅游发展经验教训	158
一、台湾地区休闲农业发展历程	158
二、台湾地区休闲农业的发展模式	163
三、台湾地区休闲农园发展的影响	167
四、台湾地区休闲农业可持续发展理念	170
五、存在的问题	174
第二节 成都农家乐发展模式	177
一、成都农家乐发展历程	177
二、成都农家乐经营模式	178
三、政府扶持与规制办法	183
四、成都农家乐成功的关键因素	185
第三节 贵州村寨游	188
一、特色	188
二、典型	188
 第五章 中国乡村旅游发展展望	193
第一节 机遇与挑战并存的发展环境	194
一、中国乡村旅游发展的机遇	194
二、制约中国乡村旅游发展的不利因素	201
第二节 中国乡村旅游发展趋势	203



一、多样化	203
二、产业化	206
三、低碳化	208
四、品牌化	208
五、规范化	210
第三节 促进乡村旅游可持续发展的改革建议	210
一、政府引导方面	211
二、行业管理方面	212
三、产品开发方面	215
四、乡村旅游经营方面	219
五、游客教育方面	221
参考文献	222
后 记	227

第一章

乡村旅游综述

- 第一节 乡村旅游的概述
- 第二节 乡村旅游发展历程
- 第三节 乡村旅游发展的条件
- 第四节 乡村旅游的开发模式
- 第五节 乡村旅游产品类型
- 第六节 乡村旅游的影响
- 第七节 乡村旅游的可持续发展
- 第八节 乡村旅游体验设计



第一节 乡村旅游的概述

旅游,作为人们精神文化需求的一种体现,已经越来越多地进入人们的生活。人们在追求休闲旅游的同时,更加强调原生态旅游。乡村旅游作为原生态旅游中的主打品牌,正日趋成熟。

一、乡村旅游概念界定

(一)国外对乡村旅游的认识

国外对乡村旅游概念的研究较早,关于乡村旅游的概念和界定,主要有如下几种观点:

世界经济合作与发展组织(OECD)认为,乡村旅游是发生在乡村地区的旅游活动,乡村性是乡村旅游的核心和独特卖点(OECD,1994)。

著名学者 Lane(1994)认为,乡村旅游具有以下特征:

- (1)位于乡村地区。
- (2)功能的乡村性。
- (3)较小规模。
- (4)文化的传统性。
- (5)当地所有。

Raymond Williams 在他的著作《乡村与城市》中认为,乡村可以用城市生活的缺失程度来定义,并指出与城市的未来意象相比,乡村一般是一种过去意象(Shaw & Williams, 2002)。乡村社会是小型的、地方性的、稳定的、面对面的。人们以完全的社会人方式交往。人们由亲缘关系构成,以传统保守的方式生活,尊重传统风俗,相信大自然与神灵主宰自己的命运。因此,乡村旅游具有农村区域的特性,如,旅游企业规模要小、区域要

开阔和具有可持续发展性等。

（二）我国对乡村旅游的认识

随着中国乡村旅游的蓬勃发展,国内也有多位学者对乡村旅游的概念进行了诠释。

2004年在贵州举行的乡村旅游国际论坛上,与会专家们最终形成了一个比较统一的意见。他们认为,中国的乡村旅游至少应包含以下三点:一是以独具特色的乡村民俗文化为灵魂,以此提高乡村旅游的品位和丰富性;二是以农民为经营主体,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;三是乡村旅游的目标市场主要定位为城市居民,满足都市人享受田园风光、回归淳朴民俗的愿望。

中国乡村旅游标准将乡村旅游概念界定为:是主要发生在乡村地区的,以乡村空间环境为依托,以独特的乡村田园风光、乡村居所、民俗风情、乡土文化及农业生产方式与乡村生活形态等为旅游吸引物,以乡村特色为卖点,集乡村观光、休闲、度假和体验于一体的一种旅游形式。

从以上定义来看,乡村旅游的内涵应该有以下几点:

(1)从地理角度看,乡村是一个空间概念,与城市相对,是指从事农业生产为主的劳动人民所住的地方。

(2)从乡村资源看,不仅包括乡野风光等自然资源,还包括乡村建筑、聚落、民俗、文化、饮食、服饰、农业景观和农事活动等。

(3)乡村旅游的特色,是乡土性和地域特征,要让旅游者体验到与城市不一样的生活。

二、乡村旅游常见类型

国外一些与乡村旅游相关的旅游主要有:Agro Tourism(农



业旅游)、Farm Tourism(农庄旅游)、Green Tourism(绿色旅游)、Village Tourism(一般指偏远乡村的传统文化和民俗文化旅游)和 Peripheral Area Tourism(外围区域的旅游)等。

乡村旅游概念的不一致和对乡村旅游理解角度的不同,导致了乡村休闲旅游的分类差异。

乡村旅游按区位,可划分为老少边贫地区型、景区边沿型和都市郊区型;按科技的含量,可划分为传统型和现代型;按旅游主体,可划分为田园型、居所型和复合型;按基础资源,可划分为农家旅游、民俗文化乡村游、休闲娱乐乡村游、科学教育乡村游;按投资对象,可划分为自主投资、合股投资、外来投资;按体验类型,可划分为观光型、娱乐型、学习型和体验民俗型等;按旅游活动类型,可划分为观赏游览型、参与交流型、产品提供型、休闲度假型、购物型、研究型和综合型。

综合国内乡村旅游的现状和研究成果,乡村旅游基本类型可归纳为以下几类:

(1)以绿色景观和田园风光为主题的观光型乡村旅游。

(2)以农庄或农场旅游为主,包括休闲农庄、观光果园、茶园、花园、休闲渔场、农业教育园、农业科普示范园等,体现休闲娱乐和增长见识为主题的乡村旅游。

(3)以乡村民俗、乡村民族风情及传统文化为主题的民俗文化、民族文化及乡土文化为主题的乡村旅游。

(4)以康体疗养和健身娱乐为主题的康乐型乡村旅游。

第二节 乡村旅游发展历程

“乡村旅游”尽管在欧洲发达国家可以追溯到 20 世纪中期,但大规模地开展乡村旅游还是在 80 年代以后。乡村旅游可



以说是现代旅游文化中的一项新事物。然而它却以极快的速度迅速在各国发展起来。特别是在欧美的一些发达国家,乡村旅游已具有相当的规模,并且已走上规范发展的轨道,显示出极强的生命力和越来越大的发展潜力。从国际经验来看,乡村旅游发展有着明显的阶段性,大体上经历了以下四个阶段,即:传统乡村旅游时期、乡村旅游初步发展期、大众旅游时代的乡村旅游和新经济时代的乡村旅游阶段。

一、传统乡村旅游时期

这一时期主要是指 19 世纪中期之前。传统乡村旅游不仅仅包括西班牙学者 Rosa Mary(2001)认为的“回老家”度假形式的乡村旅游,还包括从古代和中世纪的个体、分散、无组织的城市产生之日起就存在了的各种乡村旅游活动。之后,工业革命这一强大的动力,才使乡村旅游迈入了崭新的、充满活力的近代旅游时代。由于这一阶段的乡村旅游都是自发的、分散的、无组织的,因此,很多学者在国际乡村旅游阶段划分时并未将这一阶段包含在内。

二、乡村旅游初步发展时期

19 世纪中期到 20 世纪中期是乡村旅游的初步发展阶段。国内外乡村旅游在初始阶段都经历了一段较长的时间。国外乡村旅游的初步发展是从 19 世纪中期开始的。国内外乡村旅游在这一阶段表现出的共同特征是:

(1)产品结构单一,产品档次低。

(2)小规模经营。乡村旅游的初始阶段,是在对现有房舍稍加改造的基础上发展起来的,以一家一户的家庭经营为主,经营规模较小。



(3) 乡村旅游发展之初, 鉴于旅游者的可支付能力和对旅游的认识, 初期的旅游者以本地城市中等收入家庭为主。他们大多以周末出游的方式到周边乡村旅游地亲近自然、放松身心, 以释放来自城市生活的压力。

三、大众化时代的乡村旅游

20 世纪 50 年代开始, 大型民用客机普遍应用于旅行活动, 汽车进入人们的家庭, 世界经济的发展导致闲暇时间的大幅增加, 形成了现代“大众旅游”时代。70 年代以后, 国外乡村旅游进入迅速发展阶段, 主要有欧洲国家、北美、日本、澳大利亚等经济较发达国家和地区。因此认为, 大众化乡村旅游的发展, 主要是指 20 世纪中期到晚期这一实践阶段。该阶段乡村旅游的主要特征为:

- (1) 产品类型的多样化。
- (2) 扩张、兼并、规模化经营。
- (3) 旅游者趋向大众化。

四、新经济时代的乡村旅游

20 世纪晚期, 国外乡村旅游开始步入新经济时代。旅游者追求的是一种精神享受。在这一阶段的主要特征为:

(1) 乡村度假和个性化旅游。相比较于大众旅游时期大规模、同质性的旅游需求, 开始分散为微观多样化的市场需求。

(2) 需求的变化使供给相应变化, 乡村旅游产品的经营开始注重专业化和品牌化。在西欧一些发达国家, 如, 英国、法国、德国、荷兰等, 已经形成各具特色的乡村旅游主导产品。

(3) 游客国际化。随着经营规模的扩大和对品牌建设的重视, 旅游目的地客源开始趋向于多元化。著名的乡村旅游目的



地开始吸引中远程国内游客和境外游客,使乡村旅游开始走向国际化。

第三节 乡村旅游发展的条件

根据国际经验,乡村旅游的发展需要具备一定的条件,既需要有得天独厚的资源条件,靠近客源市场或者具有良好的可进入性,也要有一定的产业基础。政府的政策导向对乡村旅游的发展也起着非常重要的作用。

一、资源条件

乡村旅游资源,是指能吸引旅游者前来进行旅游活动,为旅游业所利用,并能产生经济、社会、生态等综合效益的乡村景观客体。它是以自然环境为基础、人文因素为主导的人类文化与自然环境紧密结合的文化景观,是由自然环境、物质和非物质要素共同组成的和谐的乡村地域复合体。

乡村旅游资源非常丰富,可以说几乎包含了所有的类型。各具特色的乡村自然风光、丰富多彩的乡村民俗风情、充满情趣的乡土文化艺术、风格迥异的乡村民居建筑、富有特色的乡村传统劳作、形态各异的农用器具、乡土气息浓郁的农事活动、生活感强烈的农产品现场加工及制作工艺等,都是乡村旅游可以挖掘利用的丰富资源。从乡村旅游开发的角度看,我们应该去掉国家级风景名胜区、国家森林公园、自然保护区等已经由国家直接控制的成型的景区。因此,乡村旅游,更多地是着眼于景观农业及乡村休闲。

基于以上认识,乡村旅游资源可以分为五大类:

- 山水环境资源。以山岳、河流、溪谷等地质、地貌、水文等