

乡村旅游：理论·案例

（第二版）

邹统钎 等著



南开大学出版社

乡村旅游：理论·案例

（第二版）

邹统钎 等著

南开大学出版社

天津

图书在版编目(CIP)数据

乡村旅游：理论·案例 / 邹统钎等著. —2 版. —
天津：南开大学出版社，2017.12
ISBN 978-7-310-05503-6

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 286361 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人：刘立松

地址：天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码：300071

营销部电话：(022)23508339 23500755

营销部传真：(022)23508542 邮购部电话：(022)60266518

*

北京建宏印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2017 年 12 月第 2 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 17.5 印张 303 千字

定价：38.00 元

如遇图书印装质量问题，请与本社营销部联系调换，电话：(022)23507125

目 录

第一章 乡村旅游概论	1
第一节 乡村旅游的概念	1
第二节 乡村旅游的可持续发展机制	9
第三节 乡村旅游理论研究综述	14
第二章 乡村旅游规划与建设	27
第一节 休闲农业园规划	27
第二节 古村落旅游规划	36
第三节 乡村旅游带规划	43
第四节 乡村旅游体验规划	47
第五节 公共基础设施建设	52
第六节 智慧乡村旅游	59
第七节 美丽乡村建设	60
第八节 乡村旅游土地利用	63
第三章 乡村旅游营销	67
第一节 乡村旅游市场分析	67
第二节 乡村旅游营销策略	68
第三节 乡村旅游目的地品牌建设	77
第四章 乡村旅游公共管理与服务	86
第一节 乡村旅游行业管理	86
第二节 乡村旅游行业管理分工	96
第三节 乡村遗产保护	106
第五章 乡村旅游标准化管理	121
第一节 我国乡村旅游标准化历程	121
第二节 北京市乡村旅游标准发展现状	124
第三节 乡村旅游标准化特征	126
第四节 乡村旅游标准化内容	128

第六章 乡村旅游发展经验及实践模式·····	133
第一节 国内乡村旅游发展经验·····	133
第二节 国外乡村旅游发展经验·····	221
第三节 国内外乡村旅游发展模式比较与经验启示·····	248
第四节 乡村旅游目的地发展的规律总结·····	251
第七章 乡村旅游未来发展方向·····	254
第一节 经营业态：创意农园与庄园·····	254
第二节 经营理念·····	260
参考文献·····	267
后 记·····	276

第一章 乡村旅游概论

世界旅游组织的出版物《2020 年旅游业远景：全球预测与市场解剖》中估计，到 2020 年，国际游客中约有 3%左右的人是出于乡村旅游动机而旅游的，不算国内游客，约有 2100 万乡村旅游者。我国乡村旅游的年增长率为 6%，高于世界旅游增长率几个百分点。国家“十一五”期间的主要任务之一是社会主义新农村建设，为响应这一政策，国家旅游局将“十一五”的第一年就定为“中国乡村游”主题旅游年，2006 年又被确定为“和谐城乡游”主题年。2015 年中央一号文件提出，要积极开发农业多种功能，挖掘乡村生态休闲、旅游观光、文化教育价值。可见乡村旅游的社会、经济、环境与文化的影响十分重大。

第一节 乡村旅游的概念

一、乡村旅游概念界定

按旅游发生的地域的人居密度可以把旅游分为城市旅游（urban tourism）、乡村旅游（rural tourism）与荒野旅游（wilderness tourism）。德诺伊（Dernoi, 1991）指出：乡村旅游是发生在有与土地密切相关的经济活动（基本上是农业活动）的、存在永久居民的非城市地域的旅游活动。他还鲜明地指出：永久性居民的存在是乡村旅游的必要条件。贾法里（Jafari J., 2005）在其主编的《旅游百科全书》中指出：乡村旅游使用乡下地方作为资源，它与都市居民寻求宁静和户外游憩（outdoor recreation）的空间相联系，而不是仅仅专指与自然相联系。乡村旅游包括游览国家公园、乡村地区的遗产旅游、在风景区兜风（scenic drives）并且享受乡间的风光，以及农庄旅游（farm tourism，或者叫休闲农业）。

乡村旅游包括一系列组成要素，其核心是乡村旅游社区。乡村旅游发生

在乡村地区，乡村旅游社区提供遗产、文化、乡村活动与乡村生活。

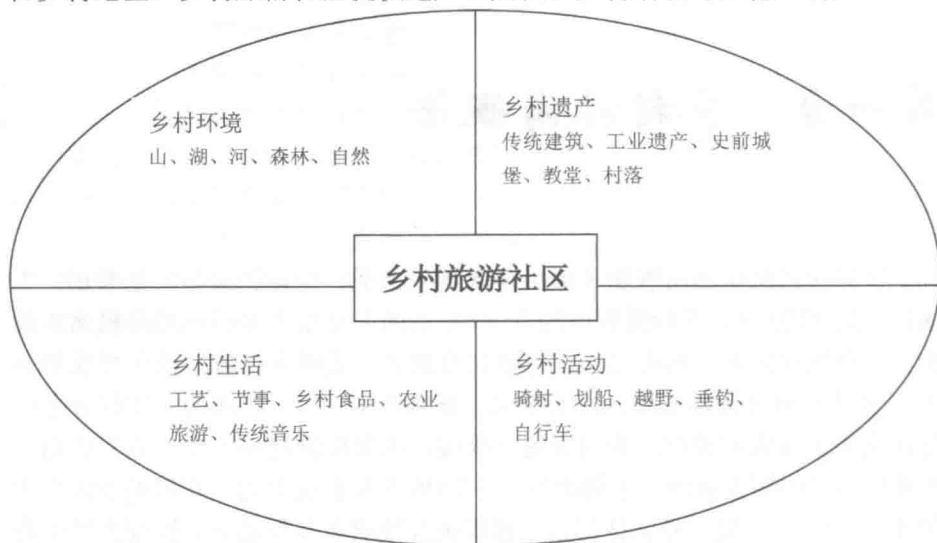


图 1-1 乡村旅游构成要素（据纳尔蒂（Peter Mac Nulty），2004）

乡村旅游是发生在乡村地区以乡村性（rurality）为依托的旅游活动。

首先这些活动必须发生在乡村地区，雷赫尔、罗文格特和米尔曼（Reichel A., Lowengart O. & Milman A., 2000）就指出：乡村旅游就是位于农村区域的旅游。厄里（Urry J., 1995）指出定义乡村是非常困难的，他提出三种参考定义：农业生产为主的地区；以农业生产构成的社会关系主宰的地区；人口密度低的地区，而这些地区难以提供群体消费。加拿大定义乡村为居住人口少于 1000 人或人口密度低于每平方千米 400 人的地方。布拉姆韦尔和莱恩（Bramwell B. & Lane B., 1994）建议用访问乡村社区最容易预见的生活方式来定义乡村。乡村可以被感知为一个安全、有固定价值观的、有开阔地与自然美景的、待人尊敬友善的地方；小企业主宰地方经济，有大量空旷地，与自然接触，社会较为传统，成长缓慢，使用地方资本，旅游活动各有不同但反映地方资源能力。

布拉姆韦尔和莱恩（Bramwell B. & Lane B., 1994）认为乡村旅游必须是发生乡村地区的、小规模、具有文化传统活性、常与当地居民家庭相联系并受当地控制。他们界定纯粹形式的乡村旅游是：（1）位于乡村地区；（2）旅游活动是乡村的，即旅游活动建立在小规模经营企业或开阔空间中，与自然紧密联系，具有文化传统和传统活动等乡村世界的特点；（3）规模是乡村

的,即无论是建筑群还是居民点都是小规模; (4) 社会结构和文化具有传统特征,变化较为缓慢,旅游活动常与当地居民家庭相联系,乡村旅游在很大程度上受当地控制; (5) 由于乡村自然、经济、历史环境和区位条件的复杂多样,乡村旅游具有不同的类型。

其次,旅游必须以乡村性为依托,世界经济合作组织强调乡村性(rurality)是乡村旅游的中心和独特的卖点。威廉姆斯(Williams R., 2002)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。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特点。乡村性的三大载体是田园风光、村落景观与乡土文化,其中乡土文化是乡村性的根本依托。保持乡村性的关键是:小规模经营、当地人所有、社区参与、保持文化与环境的可持续(邹统钎, 2005)。

二、乡村旅游的分类

由于乡村旅游概念的不统一和研究者对乡村旅游理解角度的不同,乡村旅游在分类上也存在一定的差异性。

国外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)以及 Peripheral Tourism (外围区域的旅游)等。

一直以来,国内对乡村旅游的定义与分类争议很大(卢云亭, 1995; 黄郁成、黄光文, 2003; 郭焕成、刘军萍, 2000)。卢云亭(1995)将观光农业从结构上分为观光种植业、观光林业、观光牧业、观光渔业、观光副业和观光生态农业等6类,从功能上分为观赏型、品尝型、购物型、务农型、娱乐型、疗养型和度假型等7类;王仁强等(1999)将旅游观光农业分为农业公园、观光农园、市民农园、休闲农场、科技农园、森林旅游、民俗旅游、民俗农庄等8类;谢花林等(2002)将乡村旅游划分为观光型、民俗型和休闲型;黄郁成等(2003)则将乡村旅游分为古村落旅游和现代农业旅游两大类。

综合国内乡村旅游的现状和研究成果,乡村旅游的基本类型可以归纳为以下四类:一是以绿色景观和田园风光为主题的观光型乡村旅游;二是以农

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、农业科普示范园等形式，以休闲、娱乐和增长见识为主题的乡村旅游；三是以乡村民俗、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；四是以康体疗养和健身娱乐为主题的康乐型乡村旅游。

常见的乡村旅游形式主要有：“农家乐”专业村、采摘垂钓园区、休闲度假农庄、休闲农业园区、市民假日农园、农业节庆活动，等等。

三、乡村旅游的起源及基本特征

（一）国外乡村旅游的起源

乡村旅游各国起源不同。

在英国，乡村旅游起源于 11 世纪贵族狩猎，大片乡村土地被征用，英格兰南部的纽福斯特（New Foster）地区是威廉一世 1079 年建的狩猎场。18 世纪的后半叶，中产阶级受卢梭作品影响加入休闲行列，社会休闲出现。1810 年开始，人们受斯科特的文学以及特纳的油画感召涌入苏格兰高地。

德国 1873 年开始为公务员提供乡村休闲，1914 年为白领提供收费度假服务。当时的乡村旅游者目的地单一，度假时间为 2 周以上，回头客多。内部乡村与农场企业多为妇女经营，她们因此获得了较高的地位、实现了经济独立。价格便宜、经营创新与适应性是成功的关键。

在美国，乡村旅游与铁路建设和国家公园建设密切相关。但直到 1992 年才有正式的关于乡村旅游与小商业发展的国家政策出台。指导乡村旅游的一个重要机构是一个非营利组织——国家乡村旅游基金（NRTF），它主要从事项目规划、发展和执行，提供资助与宣传。其使命是：鼓励有责任的乡村旅游发展；提高农村生活质量，提高联邦旅游和休闲场所的知名度；实行游客分流；缓解现有旅游场所的压力。该组织多年工作的业绩包括：提供网络信息服务；开展州旅游合作计划；开发国际旅游项目；开展全美森林服务项目。另外美国还有一个国家风景和历史景观线计划，该计划中所指的景观线是为游客到达风景点提供专门的旅游线路，其设置目的是保护沿途独特的环境、景观或历史文化资源。

在加拿大，乡村旅游的两种重要形式是度假农庄和土著旅游。加拿大全国有 700 多个度假农庄，1977 年成立乡村度假农庄协会（CVA），度假农庄提供有偿服务，大多具有多种经营、非专业化的特点，通常兼营垂钓、工艺品制售、草地保龄等项目。1990 年成立的加拿大土著旅游协会（CNATA）倡

导自然旅游,分享土著文化和旅游产品,如艺术、工艺、服饰、节日、纪念碑和博物馆。

在日本,乡村旅游主要以观光农场形式出现,主要类型主要类型包括农产品提供型、农村空间提供型、体验交流型。

韩国也是如此,以观光农园为主,多户农民联合经营。

(二) 乡村旅游的基本特征

1. 乡村性

乡村性是乡村旅游的核心和独特卖点,是吸引旅游者进行乡村旅游的基础和界定乡村旅游的一个重要标志。绿荫掩映下的村舍、袅袅升起的炊烟、优美的田园生活和淳朴的乡村风味是乡村旅游的诱人之处。我国是一个历史悠久的农业文明古国,广大农村地区保持了原始的自然风貌、迥异的乡风民俗,使乡村旅游在活动区域和活动的对象上具有乡村性。古朴的乡村作坊、原始的建筑风格、真实的民风民俗、土生土长的农副产品,构成了乡村地域的“古、始、真、土”的独特景观,对游客具有贴近自然、返璞归真的重要吸引力。

2. 体验性

乡村旅游是复杂的、多侧面的、多功能复合型的旅游活动,除了具备传统旅游项目的共性外,乡村旅游使旅客在主体行为上具有很大程度的参与性、娱乐性,它的本质在于体验。乡村旅游的客体主要是以城市平民为主的城市人群,他们或者对乡村生活完全陌生,以至于对乡村充满好奇,或者本人就出生在农村,试图找回渐渐失落的记忆,或者曾经在乡村生活过,可以重新获得一种曾经熟悉而如今已经陌生的体验。同时,生活在城市快节奏、高压环境下的居民对自然的渴求更为强烈,而乡村旅游在满足“怀旧”和“回归”追求的同时,不仅能够体验到乡村的民风民俗、劳作方式等独具特色的乡村民间文化,而且能够在劳作的欢愉之余购得自己满意的土特产品和民间工艺品,既增长知识又丰富旅游情趣。

3. 时空多变性

乡村旅游具有季节性特征和在空间上分散性的特点,乡村旅游资源受季节变化的影响,不同的节气有不同的自然和人文景观,而我国是拥有五千年历史的文明古国,十里不同风,百里不同俗,各地都有特点鲜明的乡村历史文化传统和民俗风情。每一种乡村景观类型都具有其特定的景观环境、景观行为和人类活动方式。所以乡村旅游呈现出多样性、多变性的特点。

有三个核心概念对乡村旅游发展有重要指导意义,即:娱乐机会链

(recreation opportunity continuum)、可达性 (accessibility) 与时间-空间预算 (time-space budget)。乡村旅游的娱乐机会链包括：步行、垂钓、兜风、参观历史名胜、游览动物园、骑马、野炊等。不同的地方与时代，娱乐机会链是变化的。可达性的影响是：在都市边沿地区，参观动物园与观看体育比赛比较频繁；在城镇附近的乡村，散步与参观历史遗迹比较普遍；在边远地区，驱车兜风最常见。皮格兰 (Pigram J., 1983) 建立了休闲时间与娱乐区的关系，见表 1-1 与图 1-2，它们表明了娱乐时间、旅行时间与乡村旅游区位选择的关系。

表 1-1 时间-空间预算表

休闲时间	旅行时间	娱乐区域选择
短时间（几小时）	15 分钟以内	城市旅游带
一日	45 分钟以内	集中休闲带
周末	1.5 小时以内	乡村度假带
几天/长周末	3 小时以内	广泛度假带
长假期/退休	3 小时以上	国家或国际级旅游度假地

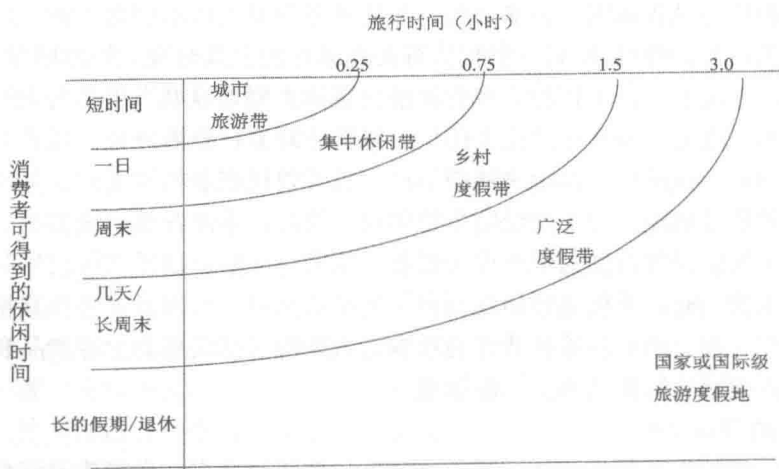


图 1-2 时间-空间预算图

四、乡村旅游的功能

大多数学者认为乡村旅游对增加农民收入、就业、农村经济结构调整、乡村环境改造等有积极作用。在欧洲持续一个世纪、在美洲持续近 80 年的乡

村地区衰退使乡村旅游的作用日显重要。但也有学者认为,乡村旅游也可能带来一些副作用或对地方经济的发展作用不大,例如:给业主带来经营风险;经济受宏观经济环境的影响很敏感,因而易随外部环境的变化而波动;可能导致消费品和服务涨价,从而提高当地居民的生活消费,等等。佛莱雪(Fleische, 1997)以以色列的农庄旅游为例,认为乡村旅游规模很小,旅游季节短,带来的收益较低,对地方经济影响不大。

乡村旅游被普遍认为是传统农业的后续产业或替代产业。中外实践证明,乡村旅游为农民提供了重要收入来源,带来更多的就业,减少了人口的流失,促进乡村经济的多元化,保护了传统手工艺,有利于基础设施改造,带来了城市新观念,给城市人体验乡村生活的机会,提升了城市居民对乡村问题的认识(德诺伊(Dernoi L. A.), 1991; 朗(Long P. T.), 莱恩(Lane B.), 2000; 沙普利(Sharpley R.), 2002; 何景明, 2004)。北京乡村旅游使农民实现了“零距离就业,足不出户挣钱”。民族地区乡村旅游使大量的非物质文化遗产尤其是传统工艺与口头文学得到保护与发展。贵州省已经有 70 多万人通过发展乡村旅游消除贫困(龚晓宽, 2004)。

对乡村旅游效应的研究经历了三个阶段:20 世纪六七十年代的“赞扬”(advocacy platform),主要指对旅游的经济影响的正面评价;20 世纪 70 年代中期后的“谨慎”(cautionary platform),指对旅游积极影响的质疑、对过度开发与无序开发带来的环境问题提出批评;近来的“适应”(adaptancy platform),主张进行干扰少的、对地方需求更敏感的、更多依靠本地资金的开发(Jafari, 1988)。

总体来看,乡村旅游具有很强的效益放大功能,农业与旅游结合,使农产品升值,带动旅游总收入提高,其模型为: $R=r \cdot (1+\rho)n \cdot m$ 。其中: R =旅游带动的总收入, r =无旅游带动效应的收入, ρ =乘数效应系数(一般为 0.1—0.4), n =带动的产业链环节数, m =旅游的放大效应系数(一般为 3—4)。

五、乡村旅游发展与管理的演变历程及特点

(一) 乡村旅游发展与管理的演变历程

20 世纪中期,乡村旅游兴起于欧洲发达国家,但真正大规模地开展,则始于 20 世纪 80 年代。可以说,乡村旅游是现代旅游文化中的一项新事物,但是,却以极快的速度在世界各国发展起来,并呈现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,大体上经历了四个阶段,即:传统乡村旅游阶段、乡村旅游初步发展阶段、大众

旅游时代的乡村旅游阶段和新经济时代的乡村旅游阶段。

1. 传统乡村旅游阶段

19 世纪中期之前是传统乡村旅游阶段，传统乡村旅游不仅包括西班牙学者 Rosa R. (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城市产生之后就存在的个体、分散、无组织的各种乡村旅游活动。而后，工业革命作为一个转折点，促使乡村旅游迈入了崭新的、充满活力的近代旅游时代。但是，由于这一阶段的乡村旅游具有自发的、无组织的、分散的特点，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。

2. 乡村旅游初步发展阶段

19 世纪中期到 20 世纪中期是乡村旅游的初步发展阶段。国内外的乡村旅游在初始阶段，都经历了一段较长的发展时间，同时，在这一阶段共同呈现出以下三点特征。（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，基本上是在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。

3. 大众化时代的乡村旅游阶段

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，世界经济的发展使人们的闲暇时间大幅度增加，形成了现代“大众旅游”时代。20 世纪 70 年代以后，欧洲、北美、日本、澳大利亚等经济较发达地区的乡村旅游进入迅速发展阶段。因此，20 世纪中期到晚期，是大众旅游的主要发展阶段。该阶段的主要特征为：（1）产品类型多样化；（2）扩张、兼并、规模化经营；（3）旅游者趋向于大众化。

4. 新经济时代的乡村旅游阶段

20 世纪晚期，国外乡村旅游开始步入新经济时代。乡村旅游在这一阶段呈现的主要特征如下。（1）乡村度假和个性化旅游得到发展。相比于上一阶段大规模、同质化的旅游需求，市场需求开始趋向于微观多样。（2）供给随着需求的变化而变化，乡村旅游产品的经营也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，各具特色的乡村旅游主导产品已经出现。（3）游客呈国际化趋势。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于多元化。许多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。

（二）乡村旅游发展与管理的演变特点

乡村旅游发展与管理的演变呈现出以下五个方面的特点：从发展方式上看，从农民自发发展向各级政府规划引导转变；从休闲功能上看，从简单的“吃农家饭、住农家院、摘农家果”向回归自然、认识农业、怡情生活等方向转变；从空间布局上看，从最初的景区周边和个别城市郊区向更多的适宜发展区域转变；从经营规模上看，由一家一户一园的分散状态向园区和集群发展转变；从经营主体上看，从以农户经营为主向农民合作组织经营、社会资本共同投资经营发展转变。

第二节 乡村旅游的可持续发展机制

我国的乡村旅游存在着诸多问题，如农民的投资能力有限、市场意识淡薄等，造成了多数乡村旅游产品单一、趋同；基础设施滞后，交通不便，相关产业发展不配套；外来投资掠夺经营利润，导致经营的飞地化；环境污染严重，等等。如何实现乡村旅游可持续发展，是发展乡村旅游要解决的核心问题。

一、乡村旅游发展的核心思想

乡村旅游主要分为都市依托型和景区依托型两类。都市依托型乡村旅游主要是依托大城市的市场发展起来的，其客源市场主要是都市里的居民，其特点是重游率高，易形成忠诚客户，向度假休闲方向发展演变；而景区依托型主要在著名风景名胜区（或村寨）周围发展起来，其客源市场主要是来自全国各地甚至海外的观光客，其特点是初游率高、重游率低，不易形成忠诚客户，是典型的观光旅游。为推动乡村旅游的可持续发展，都市依托型应该采取“分”和“家”的发展思想，景区依托型则应该采取“分”和“景”的发展思想。

首先，两种类型的乡村旅游都应该实行“分”的战略，通过“分”——地区（行业）分工、产品分类、顾客分层、服务分级——实现分出市场、分出规模、分出效益，来解决乡村旅游低层次重复建设和产品同质化问题。乡村旅游本地化最重要的两个途径就是产业链本地化和经营者共生化，“分”是实现产业链本地化和经营者共生化的载体，“分”和乡村旅游本地化相辅相成。地区（行业）分工提高效率，产品分类丰富了旅游产品，从而构建当地乡村

旅游产业链，形成产业链本地化的格局；顾客分层、服务分级要求乡村旅游产品多样化和多层次性，从而满足较高层次的旅游者的需求，这就要求外来有实力的经营者必须进入乡村旅游领域，要引导外来经营者与当地经营者实现互补，从而实现经营者共生化。“分”是实现经济可持续的关键，只有经济可持续才能保证社会环境可持续。

其次，都市依托型宜实行“家”的战略，通过“家”——打造都市居民的第二个“家”——倡导亲情服务，塑造清洁、安逸、舒适的“家”园形象来赢得市场，建立忠诚客户群。塑造乡村旅游四“家”形象：农民是旅游者的家人、农家是旅游者的第二个家、农田是旅游者的家园、农产品是旅游者带回去的家礼；而景区依托型应该实行“景”的战略，通过“景”——打造民族风味浓郁、特色鲜明的“特色村”——倡导体验服务，与所依托的景区实行捆绑式促销，借景区的“形”，利用重大事件的“势”，扬“民俗村”的“名”，不断赢得国内外游客的青睐，在观光市场上争得一席之地。家以温馨为先，景以奇特为重；家是经常性居所，景是短暂性过站，两者开发的重点不同。

二、乡村旅游社区主导开发（CBD）模式

乡村旅游发展的关键是保持其乡村性和保证当地社区受益，乡村旅游应从主题、地格与氛围三方面塑造与维系乡村性。而现在很多农村发展旅游却朝“城镇化”和“飞地化”方向发展，破坏了乡村旅游的可持续发展。所谓“城镇化”是指农村在发展旅游过程中一味以迎合城市旅游者为出发点，在进行村庄建设时刻意模仿城市的建筑，如把中国传统乡土建筑纷纷改建成西式别墅、外墙贴上瓷砖等，使农村原有的乡村性大大减弱甚至完全丧失；而“飞地化”是由于投资和经营乡村旅游的主体来自城市或非本乡村，造成旅游收益大量外流，破坏了当地社区的可持续发展，见图 1-3。

采取政府扶持、社区主导开发（英文为 community-based development，简称 CBD）模式是实现乡村旅游可持续发展的保障。

（一）产业推动

乡村旅游需要实行产业化，产业化促进农业生产或加速农业转型，实现生产发展与生活富裕的目标。发挥旅游作为农村产业结构调整的加速器的功能，引导农民向二、三产业转移。推行农旅业一体化发展，使旅游为农产品带来销路并提升农产品价值，农业（文化景观）为旅游提供旅游吸引物，以游养农，以农促游。坚持可持续产业化方式，大力发展绿色循环农业，开发绿色旅游产品。

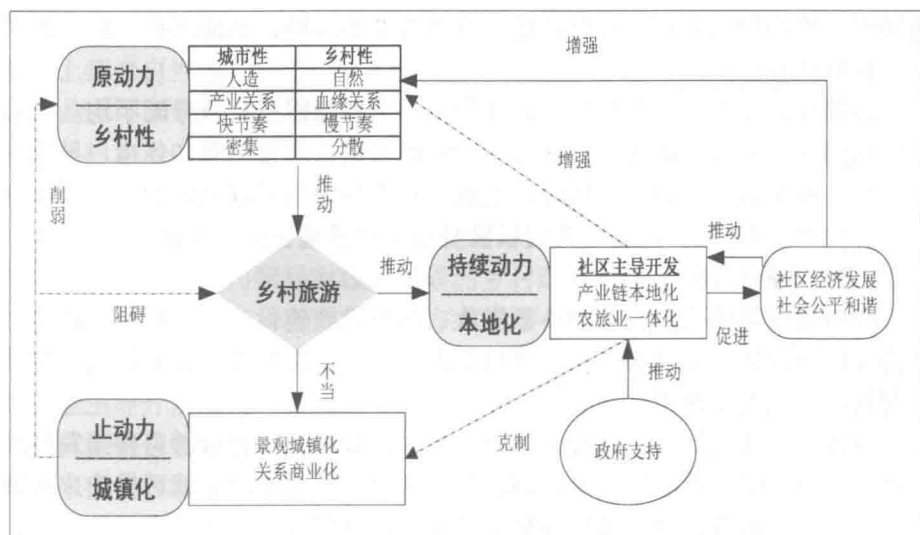


图 1-3 以本地化为核心的乡村旅游可持续发展动力机制

（二）社区主导

社区主导可以实现乡村旅游对本地新农村建设的效用最大化，让乡村旅游的利益最大限度地留在社区。世界贸易组织（WTO，1997）《旅游业社会影响马尼拉宣言》的本质就是承诺通过广泛的当地社区参与实现旅游业积极效应的最大化。地方控制（local control）是 WTO 倡导的重要原则。

农旅业一体化：旅游为农产品带来销路并提升农产品价值，农业（文化景观）为旅游提供真实的乡村旅游吸引物，以游养农，以农促游，农游合一。激发当地居民保持挖掘与创新传统农业生产生活方式、传统建筑、传统工艺等文化景观的积极性。

产业链本地化：游客食、住、行、游、购、娱产业环节的供给本地化，形成大量地方（养鸡、种粮、种菜、工艺品制作、歌舞表演等）专业户，最大限度地利用当地农民，采用当地原料，保证当地居民最大限度收益。这样也能最大限度地保护与真实展示地方文化景观。

经营者共生化：乡村旅游经营方面的“飞地化”现象日益突出，使旅游收益的大部分往往被外来投资者拿走，形成“抽血机制”。建立合理外来户与本地户的合作机制，学习贵州天龙屯堡“政府+公司+旅行社+农民旅游协会”的合资合作共生模式，或北京怀柔北宅“鹅和鸭”农庄与当地民俗旅游户的业务分工共生模式，实现外来经营者与本地经营者共生共存。共生就是

使当地人更高程度地参与经营，保证乡村性的小规模、当地所有、血亲关系等文化景观特征。

决策权的民主化：乡村旅游发展的另一重要障碍是利益分配不均，地方干部利用职权把大量游客安排在自己经营的餐馆、农舍用餐和住宿，导致贫富不均。健全农民旅游协会机能、重视大众参与决策可以保障利益的公平分配，防止“公地悲剧”，促使人们积极参与文化景观保护，促进管理民主。

（三）政府扶持

政府通过提供公共服务如小额贷款、基础设施建设、直接补贴、培训、扶持民间旅游协会建设等，保证乡村旅游的可持续发展并保证乡村旅游发展的利益最大限度留在当地。

经济可持续是社会与环境可持续的前提，政府是乡村旅游可持续发展的助力与纠正器。旅游收入必须超过基本门槛，乡村旅游才能可持续。政府通过提供公共服务，可以解决乡村旅游发展的外部效应与市场失灵问题。

乡村旅游核心的举措是本地化。可持续发展就是在满足当代人利益的同时，保护未来的发展机会（代际公平）以及让所有的人享受发展的机会（代内公平）。本地化是解决代内公平的措施，本地化还可以促进乡村文化景观保护，可以促进代际公平。

乡村旅游本地化发展的动力分为内生动力和外生动力。内生动力主要包括长久稳定的旅游市场需求和稳定高质的旅游供给以及完善有效的市场秩序管理维护。外生动力主要是政府的政策扶持和外界捐助。内生动力是最根本的动力，外生动力对其发展也有重要作用。

村寨在分析本村的主要吸引物之后，就可以因地制宜，有重点地发展本村乡村旅游产业链条。发展乡村旅游，应该坚持以民俗村为立足点来实行“产业链本地化”和“经营者共生化”，丰富旅游产品体系，关键是要围绕旅游业进行产业布局和配套，把旅游食住行游购娱六要素有机组织起来，形成围绕主要旅游吸引物发展布局的产业链条，有所为有所不为，加大社区参与，提高当地居民就业率，在产业链条上根据具体情况选择外来经营者和选择合作模式。

根据农村实际情况，建议村寨一般选择在餐饮、住宿、购物和娱乐这四个环节上进行布局配套，形成农副产品生产（农作物及林果花卉中药材的种植培育、经济型牲畜及水产品）—加工—餐饮（购买）主要产业链，把旅游体验娱乐等元素贯穿其中。本地业主和外来经营者采用分工共生或者合作合资共生方式经营餐饮、住宿、购物和休闲娱乐产品。要重点发展餐饮业，特