

# 北京都市型现代农业“221行动计划” 市场调查报告系列之一



## 北京观光休闲农业 产业发展现状调查

北京市农村工作委员会

# 北京观光休闲农业 产业发展现状调查

委托单位：  
北京市农村工作委员会

承担单位：  
北京观光休闲农业行业协会  
北京大学旅游研究与规划中心

二〇〇五年七月三十日

#### 课题主持人

刘军萍 北京观光休闲农业行业协会副会长 / 北京市农村经济研究中心副研究员

吴必虎 北京大学旅游研究与规划中心主任, 教授

#### 课题组成员

杨玉山 北京观光休闲农业行业协会 / 北京市农村经济研究中心

黄晓辉 北京大学

黎筱筱 北京大学

马晓龙 北京大学

李婷婷 北京大学

陈奕捷 北京观光休闲农业行业协会 / 北京市农村经济研究中心

编委会顾问: 牛有成

主 任: 李进山

副 主 任: 雷德才 张贵忠

主 编: 任 荣

编 委: 寇文杰 曹四发 葛继新 张 宇

庄蓓薇 刘军萍 刘 树 汪宝国

陈水乡 王淑存 吴连江 徐占明

## 序

---

■ 在今天的北京郊区工作会议上，都市型现代农业被确定为北京农业的主要发展方向。自去年开始实施的以市场为导向的“221 行动计划”是实现这一目标的重要举措。今年，北京市农村工作委员会组织开展了农产品市场调查活动，针对郊区农业发展的需要，确定了以摸清观光休闲农业市场规律为主要内容的《北京观光休闲农业产业市场调查》、以北京高消费群体对农产品消费规律为主要调查内容的《北京高消费群体（高端）农产品市场需求调查》、《北京知识女性都市型农业需求调查》以及以北京花卉市场需求为主要研究内容的《北京花卉市场需求与产业发展调查》共四个调研题目。本次调研采取课题负责人制，组织了来自北京大学、中国社会科学院、中国人民大学、北京林业大学、北京市农村经济研究中心等单位的专家、教授等富有经验的市场研究人员 40 多人共同参与调查研究。为确保调研工作的质量，各课题组通过调查问卷、座谈会、实地调查、实证分析等不同形式和手段收集数据资料，参考了大量相关国内外文献，获取了数万个基础数据。

■ 如此深入、集中地对农产品市场进行研究在郊区农业发展历史上还是第一次。希望这次调查成果能够为各级领导决策、指导农民调整产业结构、促进农民增收提供帮助。

北京市农村工作委员会

二〇〇五年十一月

## 说 明

---

■ 2005年,北京市农村工作委员会为落实郊区工作会议精神,继续推动实施“221行动计划”,进一步摸清城市居民对郊区农业生产和经营的市场需求底牌,及时发现和发布有价值的农业市场需求信息,正确引导郊区农业生产经营活动,促进农业资源合理配置和农业增效增收,同时为城市居民改善生活质量提供更多更优的选择,以实现构建健康和谐理想社会的目标,特立此项。

■ 观光休闲农业作为北京都市型现代农业的发展重点,是城市社会经济发展到一定阶段、居民收入和消费水平提高到一定程度时的必然产物,是北京郊区经济的重要组成部分。近十几年来,随着北京市城市社会经济的发展,居民生活水平的提高,为适应城市居民的消费需求,郊区观光休闲农业的发展应运而生,并呈现出较快的发展势头,在这样的背景下,进行北京市观光休闲农业产业市场调查对于增加产品供给、规范休闲观光农业市场具有重要意义。

■ 调查研究的内容包括北京市观光休闲农业市场状况、出行特征、资源与产品特征、投资与经营效果及案例研究,在对调查数据和资料进行归纳与分析的基础上,总结了北京市观光休闲农业发展中存在的问题,评估和预测北京市观光休闲农业市场的发展方向和发展潜力,并根据不同细分市场提出产业发展的应对策略和政策措施。

■ 负责本课题研究的单位是北京观光休闲农业行业协会、北京市农村经济研究中心和北京大学旅游研究与规划中心,由北京观光休闲农业行业协会副会长、北京市农村经济研究中心副研究员刘军萍和北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎教授共同担任课题主持人。课题组主要成员有杨玉山、黄晓辉、黎筱筱、马晓龙、李婷婷、陈奕捷。在课题研究过程中,要特别感谢北京大学张歆梅博士及旅游研究与规划中心其他人员、北京市农村经济研究中心和北京观光休闲农业行业协会相关人员、中国农业大学经济管理学院王向春硕士、北京农学院史亚军副教授、罗广言老师等及参与调查的诸位师生,感谢他们为本课题的研究提供了包括大量问卷调查等许多帮助。

# 目 录

## CONTENTS

---

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 说明                              | 1  |
| 第一部分 北京观光休闲农业发展概述               | 8  |
| 一、 观光休闲农业的界定                    | 8  |
| （一） 观光休闲农业的概念                   | 8  |
| （二） 观光休闲农业的特点                   | 9  |
| （三） 观光休闲农业的基本内涵                 | 11 |
| （四） 观光休闲农业产业结构体系                | 11 |
| （五） 观光休闲农业发展的阶段模式               | 13 |
| 二、 北京观光休闲农业发展的进程与意义             | 14 |
| （一） 北京观光休闲农业的发展进程               | 14 |
| （二） 北京观光休闲农业的发展特点               | 18 |
| （三） 北京发展观光休闲农业的意义               | 19 |
| 三、 开展《北京观光休闲农业产业市场调查》课题的意义与主要内容 | 22 |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>第二部分 北京观光休闲农业市场需求调查</b> | <b>23</b> |
| 一、 样本总体特征                  | 23        |
| 二、 市场概况                    | 25        |
| (一) 性别与年龄                  | 25        |
| (二) 受教育程度                  | 26        |
| (三) 职业构成                   | 27        |
| (四) 收入状况                   | 28        |
| 三、 细分市场特征                  | 29        |
| (一) 基于年龄与性别的细分市场特征         | 30        |
| (二) 基于受教育水平的细分市场特征         | 44        |
| (三) 基于职业构成的细分市场特征          | 54        |
| (四) 基于收入状况的细分市场特征          | 67        |
| 四、 市场需求特征小结                | 77        |

### 第三部分 北京观光休闲农业市场供给调查 ····· 80

#### 一、 样本总体特征 ····· 80

#### 二、 基本供给特征 ····· 83

##### (一) 经营年份与投入 ····· 83

##### (二) 经营时间特征 ····· 84

##### (三) 职工结构特征 ····· 85

##### (四) 产品和服务特征 ····· 87

##### (五) 住宿与出行服务 ····· 89

#### 三、 企业经营效果分析 ····· 90

##### (一) 游客特征 ····· 90

##### (二) 收入特征 ····· 93

##### (三) 营销特征 ····· 99

##### (四) 经营季节性特征 ····· 103

##### (五) 经营中遇到的困难解析 ····· 106

#### 四、 市场供给特征小结 ····· 112

### 第四部分 北京观光休闲农业供需匹配分析 ····· 114

#### 一、 游客满意度分析 ····· 114

#### 二、 市民需求态势分析 ····· 117

#### 三、 旅游活动项目的供需匹配分析 ····· 119

#### 四、 旅游季节性带来的供需问题 ····· 121

## 第五部分 北京观光休闲农业产业推进的若干建议 ····· 123

### 一、北京观光休闲农业产业发展中的问题诊断 ····· 123

- (一) 缺乏规划指导, 产业发展无序 ····· 123
- (二) 缺乏特色和品牌, 项目同质化严重 ····· 123
- (三) 缺乏应用型人才, 服务品质待提升 ····· 124
- (四) 建设资金不足, 基础设施落后 ····· 124
- (五) 宣传推广不力, 市场认知程度低 ····· 125
- (六) 缺乏有效而规范的管理部门与手段 ····· 126

### 二、北京观光休闲农业产业发展的机遇与战略分析 ····· 126

- (一) 机遇分析 ····· 126
- (二) 战略分析 ····· 129

### 三、关于北京观光休闲农业产业推进的若干建议 ····· 132

- (一) 编制北京观光休闲农业产业发展总体规划 ····· 132
- (二) 引进专业人才, 强化服务观念 ····· 133
- (三) 拓宽投资渠道, 完善基础设施 ····· 134
- (四) 理顺管理体制, 强化政府职能 ····· 136
- (五) 细分目标市场, 建设营销型网站 ····· 137
- (六) 因地制宜、坚持特色、树立精品意识 ····· 138

## 附录一 国外观光休闲农业案例研究 ····· 140

### 一、美国: 加利福尼亚州 ····· 140

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| (一) 政策方针 . . . . .                | 141 |
| (二) 产品和市场开发主动性 . . . . .          | 141 |
| (三) 加利福尼亚州持证农贸市场联盟 . . . . .      | 143 |
| (四) 市场调查 . . . . .                | 143 |
| 二、美国：纽约州 . . . . .                | 144 |
| (一) 政策方针 . . . . .                | 145 |
| (二) 营销与市场开发 . . . . .             | 145 |
| 三、加拿大：不列颠哥伦比亚省 . . . . .          | 146 |
| (一) 首要问题 . . . . .                | 146 |
| (二) 行业协会的作用 . . . . .             | 147 |
| (三) 农业市场 . . . . .                | 150 |
| (四) 网络协作体系与文化教育 . . . . .         | 152 |
| (五) 农业商品协会 . . . . .              | 153 |
| (六) 行业发展基金 . . . . .              | 154 |
| (七) 不列颠哥伦比亚省的旅游业与地方旅游协会 . . . . . | 154 |
| 四、澳大利亚 . . . . .                  | 156 |
| (一) 政策法规 . . . . .                | 156 |
| (二) 产品与市场开发行动 . . . . .           | 157 |
| 五、日本：长野县饭山市 . . . . .             | 158 |
| 六、马来西亚 . . . . .                  | 161 |
| 七、意大利 . . . . .                   | 163 |

附录二 北京郊区观光休闲农业案例研究 ····· 164

北京蟹岛绿色生态旅游度假村客源结构分析 ····· 164

|    |                                 |     |
|----|---------------------------------|-----|
| 1  | 性别和年龄结构 ·····                   | 164 |
| 2  | 文化特征 ·····                      | 164 |
| 3  | 客源地空间结构特征 ·····                 | 165 |
| 4  | 职业特征和收入情况 ·····                 | 166 |
| 5  | 旅游动机 ·····                      | 166 |
| 6  | 游客喜好出游时间 ·····                  | 167 |
| 7  | 旅游协同者情况 ·····                   | 167 |
| 8  | 获取信息来源 ·····                    | 168 |
| 9  | 游客对蟹岛生态农业及总体评价情况 ·····          | 168 |
| 10 | 蟹岛生态旅游吸引物分布情况及游客对蟹岛意见调查情况 ····· | 169 |
| 11 | 结论 ·····                        | 171 |

附录三 北京观光休闲农业发展研究调查问卷 ····· 174

|    |                    |     |
|----|--------------------|-----|
| 一、 | 面向经营商的调查问卷 ·····   | 174 |
| 二、 | 面向旅游点游客的调查问卷 ····· | 177 |
| 三、 | 面向市区市民的调查问卷 ·····  | 179 |

## 第一部分 北京观光休闲农业发展概述

### 一、观光休闲农业的界定

#### (一) 观光休闲农业的概念

■ 现代旅游者追求“生态”与“个性”的需求多样化,促使现代旅游业的经营触角不断向未知领域延伸。伴随着近年来全球农业产业化发展的新趋势,传统农业正成为倍受旅游业关注的一个新兴领域,于是地域农业文化与旅游边缘交叉的新型旅游项目——观光休闲农业应运而生。观光休闲农业是不同于传统农业的一种新型农游交叉产业,其最早发源于20世纪60年代经济发达国家的大都市郊区,近年来随着我国城市经济的突飞猛进和城市化的扩张,一些经济发达城市的周边也出现了这一现象。但是到目前为止,学界尚未形成对于这一概念的统一称谓,在国外的文献中,指代观光休闲农业的词还有“观光农业”、“旅游农业”、“观赏农业”、“旅游生态农业”、“田园旅游”等,而相关的概念又涉及到“乡村旅游”、“农村旅游”、“农业旅游”等。但是多数国家均运用“观光农业”这一词汇来表达这些词汇的共有内容,即以上词汇所表达的内涵都是指在充分利用现有农业资源的基础上,通过规划、设计、施工,把农业建设、科学管理、产品生产、艺术加工及其价值和游客动手融为一体,供游客领略在其它风景名胜地欣赏不到的大自然浓厚意趣和现代化的新型农业艺术。

■ 综合各方面学者关于观光农业概念的内容可见,这些词汇均包括三个方面的内容:

■ 第一, 观光农业是一种人工的设计系统,是人类创造的一种文化体系,这一体系满足人类两种不同的价值取向,即农业生产和农业观光;

■ 第二, 观光农业的核心产品是与农业、农村、农民这一“三农

资源”密切结合的旅游产品形态；

■ 第三， 观光农业具有浓厚的大自然意趣和现代化农业艺术两种属性或者是二者的结合。

■ 为了强调和体现农业的休闲、娱乐、旅游功能，本调查报告统一将这些词汇称为“观光休闲农业”，即观光休闲农业是指在充分利用现有农业资源的基础上，通过以旅游内涵为主题的规划、设计与施工，把农业建设、科学管理、农艺展示、农产品加工及旅游者的广泛参与融为一体，使旅游者充分领略现代新型农业艺术及生态农业的大自然情趣的一种新型旅游形式。为了对观光休闲农业市场整体进行统一研究，本文所指称的概念包含一切与农业、郊区民俗等为内容的观光旅游行为的内容。因此，广义上讲，这种旅游活动还包括各种发生于农村地区的以农业生产为背景和题材的民事活动和具有地方特色的休闲活动，是满足人们精神和物质享用而开辟的可吸引游客前来观、尝、娱、劳、购、休等内容的农业。具体而言，“观”是指观光、游览；“尝”是指品尝绿色食品；“娱”是指农业、农村、农俗娱乐项目；“劳”指务农学艺、体验农村劳动生产和农民风俗；“购”指对农村土特产品的购买；“休”是指在农村进行休闲、度假。可见，就本质而言，观光休闲农业是一项文化性很强和大自然意趣很浓的产业，是拓展传统农业内涵和实现农业高效生产的一种非传统途径，它体现了“农游合一”的基本特点和发展动向。

## （二）观光休闲农业的特点

■ 传统农业以直接服务于人类的第一物质生活需要为目的，是稳定国民经济和保障人民生活的支柱产业。除了传统农业为城市居民提供粮、菜、果、肉、蛋、奶及木材、日用品等物质产品的基本属性外，观光休闲农业的最大特点是向居民提供的旅游、休闲功能。二者在产业目的、管理形式、经济效益、环境影响等方面均存在较大差异，就观光休闲农业的属性分析，其休闲功能主要表现为五点特性：

■ 观赏娱乐性：其功能主要产生于它的意趣，如让生活在城市离开惯常居住地到农村休闲度假的人了解他们每天都离不开的农副产品是怎样生产和加工制造的；体验千姿百态的绿色植物的形、色、味等多种美感；认识遗传、嫁接、整形等多种手段对各类植物组合的作用等农业生产的情趣。

■ 游客参与性：就是让游客融入进农业生产习作中，体验其技艺、乐趣，增进农业知识。其中根据参与的主体和活动的内容与主题又可以分为：无偿型参与、有偿型参与、品尝型参与、夏令营式参与、娱乐型参与、健身型参与等多种形式。

■ 市场局限性：观光休闲农业主要是为不了解、不熟悉农业生产、农村生活的城市游客服务的，而不是为农民服务的，其客源市场主要局限在城市居民。因此，项目经营者必须认识这种市场定位的特点，有针对性地对这部分市场开拓定点和定时的休闲服务项目，以发挥最大的市场促销效益。

■ 文化性：观光休闲农业所涉及的动植物和人文意义的民风民俗等节事活动，都具有丰富的历史、经济、科学、精神、民俗、文学等文化内涵，这些素材和有形无形的物质载体是策划、配置观光休闲农业游览项目的资料库，只要善于挖掘和利用这些要素更多的文化内容，充分展示这些要素的内涵，就会增强观光休闲农业项目的吸引力，从而产生相应的经济效益。

■ 季节性：尽管科学技术的发展使得农业生产依赖自然环境的程度日益弱化，但是气候、季节等自然条件仍然很大程度地影响到农业生产的进程，尤其是对于我国这样一个土地面积巨大的国家，不同区域城市周边的农业生产条件存在巨大的差异，所以，依托农业资源展开的观光休闲农业也表现出强烈的季节性和周期性特征。

### （三）观光休闲农业的基本内涵

■ 根据观光休闲农业的概念和其特点可以总结观光休闲农业的基本内涵：①观光休闲农业属于一种生态旅游。其发展与规划设计应该是以景观生态学为理论依据。娱乐、住宿、餐饮等人文景观应该融入自然景观，而不应该作为独立的一部分；②观光休闲农业的基本功能和基础是农业，离开了农业或者将农业作为景区的点缀而大搞人文设施，都会偏离观光休闲农业真正的内涵；③观光休闲农业是一种人文景观与自然景观相互交融的特殊景观，具有有别于传统农业和传统旅游的独特特征；④观光休闲农业的主要客源是远离大自然而又渴望亲近自然的城市居民。

### （四）观光休闲农业产业结构体系

■ 按照第一产业的属性划分，广义的农业可以划分为农、林、牧、副、渔五种亚类，按照这种产业内涵的划分方式，观光休闲农业产业也可以进行进一步划分为以下五种产业类型：

■ 第一，观光休闲种植业：指具有观光功能的现代化种植业。它利用现代农业生产技术，开发具有较高观赏价值的作物品种园地，或者利用现代农业栽培手段，向游客展示农业最新科技成果。

■ 第二，观光休闲林业：指具有观光功能的人工林场、林地、果园、绿色造型公园等。森林具有多种旅游休闲功能和观光价值，主要表现在供游客野营、探险、避暑、科考和森林浴疗上。

■ 第三，观光休闲牧业：指具有观光性质的牧场、养殖场，给游人提供参与牧业生活的风情和乐趣，同时提供相应的附加农产品。如今年发展起来的奶牛场、牧马厂等。

■ 第四，观光休闲渔业：指利用滩涂、湖面、水库、池塘等水体，开展具有观光、参与功能的旅游项目，如参观捕鱼、驾驶老式渔船、学习织网、品尝水鲜、参与捕捞等活动。

■ 第五，观光休闲副业：包括与农业相关的具有地方特色的工艺品及其加工制作过程，都可作为观光副业项目进行开发。

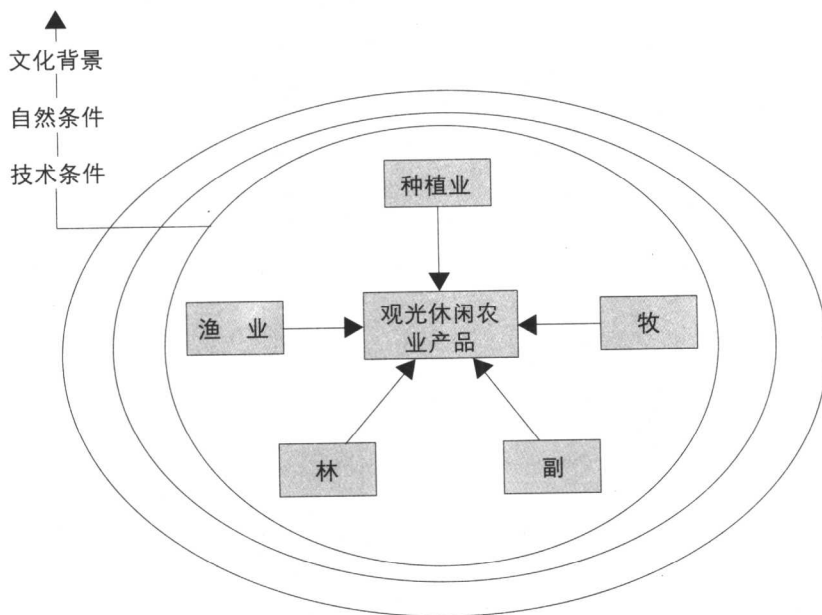


图 1.1 观光休闲农业产业结构

■ 实际上，这种观光休闲农业产业结构的划分只是一种粗浅的线条勾勒，真正对城市居民具有吸引力的休闲农业产品往往是以上产品的一种有机结合，而这种结合又建立在对农业生产地的文化特色、自然条件和农业生产的技术条件的客观分析的基础之上，因此观光休闲农业产品可以用图 1.1 加以诠释。即农村的文化背景作为农业观光休闲产品的灵魂、自然生产条件作为农业观光休闲产品的养分、农业生产技术条件作为农业观光休闲产品的催化剂、而以上五种产业和民风民俗等作为农业观光休闲产品的物质载体或者表现形式。

### （五）观光休闲农业发展的阶段模式

■ 根据国外观光休闲农业发展的成熟经验，一般而言，观光休闲农业作为一种新兴的旅游产业和旅游项目，首先缘起于经济发达的大中城市周边地带（大多为非主城区的城市郊区）。实际上，观光休闲农业的发展阶段是与该阶段特定的经济基础相对应的，开发式的观光休闲农业项目，最有可能的是在旅游业具有相当基础的、具有相当强度出游力的大中城市周边出现。而其发展主题、项目主导者以及面向的市场也存在相当大的差异性。在发展过程上，按着这些内容的差异性可将具体的旅游项目描述为三个阶段及相应模式（见表 1.1，引自舒伯阳）。

表 1.1 观光休闲农业发展的阶段模式

| 阶段模式 | 发展阶段     | 旅游主题          | 主 导 者             | 市 场                    |
|------|----------|---------------|-------------------|------------------------|
| 自发式  | 早期旅游萌芽阶段 | 不明确，仅作为休闲调剂   | 自发形成的个人或小组        | ①供求关系模糊<br>②个人需求导向     |
| 自主式  | 初级经营阶段   | 有一定的主题和活动安排   | 中、小旅行社主动参与经营      | ①以短期赢利为目的<br>②产品导向     |
| 开发式  | 成熟的经营阶段  | 有明确的主题和系列活动策划 | 大型(旅游)企业集团开发与经营管理 | ①以长期投资收益为目的<br>②项目投资导向 |