



# 乡村旅游开发 与 设计

郑莹 何艳琳 主编

XIANGCUN  
LÜYOU  
KAIFA  
YU SHEJI



化学工业出版社

高职高专“十三五”规划教材

# 乡村旅游开发与设计

郑莹 何艳琳 主编  
秦志红 王恒 林月 副主编

XIANGCUN  
LÜYOU  
KAIFA  
YU SHEJI



化学工业出版社

· 北京 ·

本书采用项目教学法编写,将乡村旅游开发与设计的主要内容分成认识乡村旅游、乡村旅游开发与设计前的调查研究、乡村旅游住宿开发与设计、乡村旅游餐饮开发与设计、乡村旅游娱乐项目开发与设计、乡村旅游设施开发与设计、乡村旅游商品开发与设计、乡村旅游市场营销及案例解读九个项目。在编写过程中遵循“实用、够用、管用”的原则,彰显职业教育与培训的特色。具体项目中包含课程导入、知识拓展、对点案例、技能训练、项目情景等内容,凸显本书的实用性。

本书可作为高职高专旅游管理、休闲农业、观光农业等专业的教材,也可作为新型职业农民培训教材。

### 图书在版编目(CIP)数据

乡村旅游开发与设计/郑莹,何艳琳主编. —北京:  
化学工业出版社, 2018. 8

ISBN 978-7-122-32417-7

I. ①乡… II. ①郑… ②何… III. ①乡村-旅游资  
源开发 IV. ①F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 130382 号

责任编辑:蔡洪伟  
责任校对:边涛

文字编辑:谢蓉蓉  
装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印装:中煤(北京)印务有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张13¼ 字数344千字 2018年9月北京第1版第1次印刷

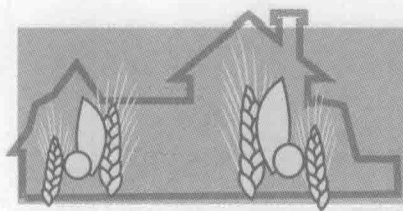
购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 39.00 元

版权所有 违者必究



## 前言

Foreword

乡村旅游,是以由乡村地域及农事相关的乡村风情为吸引物,吸引旅游者前往休憩、观光、体验及学习等的旅游活动。换句话说,是以乡村风土人情为核心内容,满足人们体验乡村生活的旅游活动。我国乡村旅游的兴起与发展是时代发展的需求和社会经济发展的产物,乡村旅游有助于减少农村人口流失、促进乡村经济多元化、保护传统手工艺和改善乡村基础设施,对提高农民收入、增加就业、调整农村经济结构、改造乡村环境等有积极的作用。

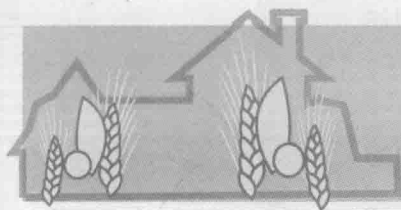
20世纪80年代后期,我国的乡村旅游悄然兴起;新世纪以来,乡村旅游进入全面快速发展时期,在一些重点地区甚至可以用井喷式发展来形容。国内的乡村旅游实际上经历了四个时代,每个时代都有它不同的特点。从主要以农家乐采摘为主的萌芽时期,到除吃农家饭、住农家屋之外,还有相应的配套旅游服务和旅游项目的乡村休闲时代,再到把一个村子当作一个景区、度假村、精品酒店来建设的乡村度假时代,而如今在中国经济比较发达,或者说旅游产业比较发达的地区,大量的乡村创客融入乡村、住在乡村,建设乡村,他们在乡村不只是短暂的停留,而是成为目的地,进入了乡村生活时代。

本书的编写旨在为乡村旅游从业人员的培训及高职院校旅游管理(民俗旅游)、休闲农业、观光农业的专业教学提供一本实用性强的教材,在编写过程中遵循“实用、够用、管用”的原则,彰显职业教育与培训的特色。本教材包括乡村旅游基本知识、乡村旅游开发与设计前的调查研究,以及乡村旅游住宿、餐饮、娱乐活动、商品、设施的开发与设计,乡村旅游市场营销和乡村旅游案例解读等内容。项目一、七由林月老师编写;项目二、六、九由郑莹老师编写;项目三、四由秦志红老师编写;项目五、八由王恒老师编写;本书由郑莹、何艳琳老师统稿。北京华汉旅游规划公司和北京创行合一旅游规划公司给予了案例提供和专业指导,在此表示感谢。

在本书编写过程中,我们参考了大量的国内外有关著作、论文,在此向有关专家、学者、单位和个人致以衷心的感谢。

限于编者的水平,疏漏之处在所难免,衷心希望本书的使用者予以匡正,在此谨致以最真诚的谢意。

编者  
2018年4月



## 目录

CONTENTS

### 项目一 认识乡村旅游 / 001

【项目目标】 / 001

任务一 乡村旅游的概念及特点 / 002

任务二 国内外乡村旅游发展历程及现状 / 005

任务三 乡村旅游开发典型模式 / 008

任务四 乡村旅游的转型与升级 / 013

### 项目二 乡村旅游开发与设计前的调查研究 / 018

【项目目标】 / 018

任务一 乡村旅游项目的选址 / 019

任务二 乡村旅游项目资源调查及评价 / 022

任务三 乡村旅游项目市场调查与分析 / 031

任务四 乡村旅游开发主题定位 / 042

### 项目三 乡村旅游住宿开发与设计 / 049

【项目目标】 / 049

任务一 走进乡村旅舍 / 050

任务二 乡村旅舍住宿设计及创意开发 / 054

任务三 乡村旅舍客房接待服务 / 061

### 项目四 乡村旅游餐饮开发与设计 / 068

【项目目标】 / 068

任务一 乡村餐厅的建设 / 069

任务二 乡村菜肴开发 / 075

任务三 乡村餐厅接待服务 / 083

### 项目五 乡村旅游娱乐项目开发与设计 / 088

【项目目标】 / 088

任务一 乡村旅游娱乐项目设计思路 / 089

任务二 乡村旅游娱乐项目内容 / 094

### 项目六 乡村旅游设施开发与设计 / 105

【项目目标】 / 105

任务一 乡村旅游设施体系及开发与设计原则 / 106

任务二 乡村旅游交通设施开发与设计 / 111

任务三 乡村环境景观设施的开发与设计 / 118

任务四 乡村旅游标识系统的开发与设计 / 126

## 项目七 乡村旅游商品开发与设计 / 134

【项目目标】 / 134

任务一 乡村旅游商品开发与设计的原则 / 135

任务二 乡村旅游商品的特征及类型 / 137

任务三 乡村旅游商品开发创意 / 144

任务四 乡村旅游商品的包装 / 146

## 项目八 乡村旅游市场营销 / 153

【项目目标】 / 153

任务一 乡村旅游客源结构分析 / 154

任务二 乡村旅游形象设计 / 158

任务三 乡村旅游营销策略 / 170

## 项目九 乡村旅游案例解读 / 179

案例一 河南郑州·新郑童乡亲子农场总体规划——亲子业态引领的休闲农业升级 / 179

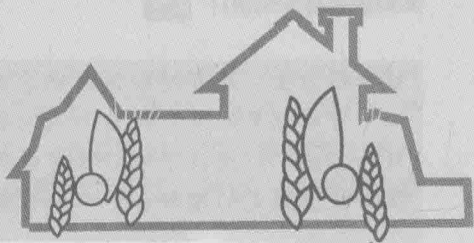
案例二 甘肃陇西县桦林村乡村旅游总体规划——农旅产业综合发展的生态文明小康示范村 / 185

案例三 永修县建滔农业生态园总体规划——西海橘乐园·天下吉祥地 / 191

案例四 江苏树山村乡村旅游项目——乡村旅游“4.0时代”的树山+ / 197

## 参考文献 / 204

## 项目一



# 认识乡村旅游

### 项目目标

**技能点：**通过本项目的学习，学生能够认识到乡村旅游开发的意义，并掌握乡村旅游开发应遵循的基本原则。

**知识点：**了解乡村旅游的产生与发展以及乡村旅游开发的目的与意义；学习乡村旅游开发的典型模式；分析乡村旅游开发的背景以及转型升级。

**验收点：**要求学生能够结合乡村旅游特点，分析实际乡村旅游案例中所采用的开发模式以及存在的问题。

### 课程导入

#### 乡村旅游 改变小村生活

随着十九大的胜利闭幕，“精准扶贫”与“乡村旅游”颇受关注，乡村旅游成为实现“精准扶贫”的重要方式之一。在通过发展乡村旅游来脱贫减贫方面，作为“精准扶贫”理念诞生地的十八洞村可谓一个典型的乡村旅游案例。而2017年10月13日反映中国精准扶贫攻坚战的电影《十八洞村》在全国首映，也让这座隐匿在湘西大山中的小山村，从默默无闻的贫困苗寨华丽转身为人气飙升的乡村旅游胜地。

十八洞村位于湖南省花垣县双龙镇，拥有许多可供开发的旅游资源。它是一个保存完整的苗寨，处于蚩尤部落群的核心区域，其溶洞群也颇有特色，附近还有莲台山、黄马岩，与沈从文笔下的边城茶峒可以连成精品旅游线路。

在过去的两年间，来也股份全面参与了十八洞村的旅游扶贫规划。来也股份创始人杨振之向“新旅界”表示，十八洞村乡村旅游发展模式的最大亮点就是“精准”，这个精准不仅体现在道路交通、景区景点、餐饮住宿等规划上，更体现在村民参与乡村旅游的不同方式上。比如，十八洞村居民可通过参与旅游经营、旅游接待服务、出售自家农副土特产品及土地流转等几种方式分别在经营、工资、农产品和租金方面获得收入，并全面参与到乡村旅游的接待服务中。

针对十八洞村的旅游开发现状，来也股份表示，无论是市场还是资源，旅游吸引潜力都很大，但现有发展空间不足、停留时间短。因此，“拔穷根”还需扶贫旅游规划的再实施。比如作为十八洞村的形象展示区，入口大门和周边梯田将进一步得到梳理、改造，并增加苗鼓、苗文、牛角等苗文化元素，丰富大门的视觉效果，打造入口标志性景观，强化景观性和引导性。“高桌子”地块则以红色学习和农民培训为主要功能，配套餐饮、住宿等业态，以此来加强精准扶贫宣传、解决农民就地就业。培训中心入口建筑以传统苗族建



筑风格为主,局部增加苗文化景观小品,提高苗家古村体验旅游目的地的品牌形象。

可以预见的是,随着十八洞峡谷公园、云杉漫步森林公园、培训中心、乡村客栈等项目的实施,以及接下来“扶贫合作社+农户”“扶贫公司+农户”和“景区带村”扶贫等多种扶贫模式的增加,十八洞村彻底摆脱贫困将成为大概率事件。

(资料来源:中国乡村旅游网)

## 任务一

# 乡村旅游的概念及特点

### (一) 乡村旅游的概念

对于乡村旅游,国外学者多从乡村旅游(rural tourism)、农业旅游(agricultural tourism)、农场旅游(farm tourism)、村落旅游(village tourism)等不同角度进行界定,这些概念在国外研究文献中具有通用性。世界旅游组织在《地方旅游规划指南》中将乡村旅游定义为“旅游者在乡村(通常是偏远地区的传统乡村)及其附近逗留、学习、体验乡村生活模式的活动。该村庄也可以作为旅游者探索附近地区的基地”。这一定义具有指导意义,但将乡村的旅游的发生地点设定为“偏远地区的传统乡村”明显具有时代局限性。Lane认为乡村旅游应至少具备“地处乡村,旅游活动具有乡村性,小规模化,社会文化的传统性,类型多样性”5个特性,这一论述对乡村旅游特质的描述较为精确。Nilsson认为农场旅游与乡村旅游相比范围较小,农场旅游只是乡村旅游的一个组成部分,必须依赖农场和农民开展旅游活动。Inskeep认为农业旅游、农庄旅游、乡村旅游三种旅游形态并无实质区别,而村落旅游特指游客到偏远乡村体验传统文化和民俗文化的旅游活动。实际上,学者们提出的乡村旅游概念一般包含三个关键要素:乡村环境、传统文化和旅游功能。这是对乡村旅游概念解析的基本理论要素,也是乡村旅游从根本上区别于其他旅游形式的标志。

我国乡村旅游兴起于20世纪80年代,经过30多年的发展,国内对乡村旅游的研究已经有一定的基础。但目前国内有关乡村旅游的认识差异较大,主要有“休闲农业”“观光农业”“农村旅游”“田园旅游”“旅游农业”“农家乐”“旅游生态农业”等十多种称谓。典型的乡村旅游定义主要有:杨旭(1992)认为乡村旅游就是以农业生物资源、农业经济资源、乡村社会资源所构成的立体景观为对象的旅游活动。杜江、向萍(1999)认为乡村旅游就是以乡野农村风光和活动为吸引物,以城市居民为目标市场,以满足旅游者娱乐、求知和回归自然等方面的需求为目的的一种旅游方式。肖佑兴等(2001)认为乡村旅游是指以乡村空间环境为依托,以乡村独特的生产形态、民俗风情、生活形式、乡村风光、乡村居所和乡村文化为对象,利用城乡差异来规划设计和组合产品,集观光、游览、娱乐、休闲、度假和购物于一体的一种旅游形式。刘建平(2008)从城乡关系出发,认为乡村旅游是以城乡互动、城乡经济统筹发展思想为指导,以乡村独特的生态形态、民俗风情、生活方式、乡村风光、乡村居所和乡村文化等为吸引物,以都市居民为主要目标市场,以观光、游览、娱乐、休闲、度假、学习、参与、购物等为旅游功能,以城乡间的文化交流、人群迁徙为表现形式,兼具乡土性、知识性、参与性、低风险性的特色旅游活动。

可以看出,学者们分别从不同的侧面分析了乡村旅游的含义,有的着重于以旅游主体界定乡村旅游,有的强调乡村旅游的功能和目的,有的从农业角度来定义乡村旅游,还有的则从城乡关系来阐述乡村旅游。

总的来说,乡村旅游的概念包含了两个方面的内容:一是乡村旅游以乡村为旅游活动的发生地;二是乡村旅游以乡村所有物以及农村活动为旅游吸引物。二者缺一不可,即乡村旅游特指在乡村地区开展的,以自然生态环境、现代农业文明、浓郁民俗风情、淳朴乡土文化为载体,以利用农村的环境资源、农民生活劳动为特色,集餐饮、住宿、游览、娱乐、购物于一身的综合旅游活动。

## (二) 乡村旅游的特点

乡村旅游目前已经成为人们回归自然,放松身心,感受自然野趣,体验乡村生活,进行休闲娱乐的主要方式之一。近年来,乡村旅游在发展过程中根据各地的实际情况,创新发展思路,积极探索实践,采取有效的对策和措施,形成了各自不同的发展特点。乡村旅游作为旅游业的分支,既具有一般旅游活动的特点,还具有自身所独有的特点。

### 1. 自然性

乡村地域具有独特的自然生态风光,人口相对稀少,受工业化影响程度低,生态环境、生活方式和文化模式还相对保持着自然原始状态,水光山色、耕作习俗、民族风情等无不体现了人与自然的和谐统一。

我国乡村地域宽广辽阔,种类多样,加上受工业化影响较小,多数地区仍保持着自然风貌,风格各异的风土人情、乡风民俗,古朴的村庄作坊,原始的劳作形态,真实的民风民俗,土生的农副产品使乡村旅游活动对象具有独特性。这种在特定地域所形成的“古、始、真、土”,具有城镇无可比拟的贴近自然的优势,从而为游客回归自然、返璞归真提供了优越条件。

### 2. 生产性

文化本身不仅仅是一种象征符号或人类创造的精神和物质成果,更是一种推动进步的力量,甚至可以说是一种生产力。乡村文化旅游资源的开发,既可以拓宽旅游资源的广度,增加旅游活动的多样性,满足游客不同层次的旅游需求;又可以改变农村的生产方式,增加农产品的商品量和农业的附加值,提高农村的经济效益。此外,还可以带动农产品加工、手工艺品加工等加工工业的发展,促进农村多元化产业结构的形成,为农村经济的发展注入新的活力。

### 3. 文化性

乡村旅游之所以能对旅游者产生巨大的吸引力,是因为乡村具备特殊的、异于城市的环境、文化和精神等层面的元素。例如,乡村田园风光、乡村聚落、乡村建筑、乡村农耕文化、乡村民俗文化、乡村制度文化和乡村精神文化等。乡村节庆、农作方式、生活习惯和趣闻传说等乡村历史的沉淀,有着深厚的文化底蕴。只有将这种文化内涵挖掘出来,并突出它在乡村旅游产品中的地位,乡村旅游才不致局限于旅游资源的表面现象,而更侧重于观念和感情的沟通与体验,从而更侧重于表象下文化底蕴的体验,从而获得对传统文化的深刻了解,领略到神秘精深、奥妙无穷的民间文化的独特魅力。

乡村旅游最具吸引力的是农耕文化和民俗文化。农耕文化不仅包括各地分异的农业形态,还有与之相匹配的对自然环境或某种树木、花草、动物、山体和江河等的神秘崇拜及各种宗教传统仪式等。中国几千年的自然文化遗存,从村落建筑到农田果园,从生产方式到生活习惯,从传统意识到行为准则,共同构成了具有浓郁地方色彩的旅游资源。这种资源本身的文化含量较高,转化为旅游产品必然具有其突出的、鲜明的文化特性。民俗是民间文化中带有集体性、传承性和模式性的现象,形成于过去,影响着现实生活,其丰富性和鲜活性是乡村旅游产品推陈出新的源泉,大众性和传统性是乡村旅游产品市场竞争的动力。

### 4. 体验性

乡村旅游是现代旅游业向农业和农村延伸的成功尝试。它将旅游业项目由陈列观赏式提



升到参与体验式的层面,既使游客能够充分欣赏到优美的田园风光,又为他们提供了众多实践与参与的机会,使他们可以在大汗淋漓的农耕忙碌中体会劳作所带来的全新快乐的生活体验,最后还能如愿购得自己的劳动成果,从而增进对农村生活和农业生产的认识。

## 知识拓展

### 《促进乡村旅游发展提质升级行动方案(2017年)》

2017年7月11日,国家发展改革委等14部门联合印发《促进乡村旅游发展提质升级行动方案(2017年)》(以下简称《行动方案》)。

《行动方案》指出,要以供给侧结构性改革为主线,持续深化“放管服”改革,坚持区域化引导、多元化推动、特色化建设、规范化管理,2017年集中采取一批有力有效的政策措施,加大扶持力度,创新发展机制,改善基础设施条件,提高公共服务水平,健全市场监管环境,强化乡村生态环境和乡村风貌保护,全面提升乡村旅游发展质量和服务水平,推动乡村旅游成为促进农村经济发展、农业结构调整、农民增收致富的重要力量,成为建设美丽乡村的重要载体。《行动方案》具体从3方面提出了13条针对性、可操作性强的政策措施。

一是在改善乡村旅游基础设施和配套服务方面,《行动方案》强调要鼓励和引导民间投资通过PPP、公建民营等方式参与厕所及污水处理、停车场、游客咨询服务中心等乡村基础设施建设和运营;对自身欠缺营利性的建设项目,可采用周边餐饮住宿项目等优质资源捆绑方式吸引民间投资;探索通过购买服务等方式由第三方提供垃圾处理、环境整治等公共服务;推动民间投资新建自驾车旅居车营地100个左右,着力打造一批乡村旅游精品自驾路线,完善配套指示标识、应急救援等设施和服务。

二是在优化乡村旅游扶持政策和长效机制方面,《行动方案》提出要促进“旅游+农业+互联网”融合发展,推动1000个乡村旅游重点村与旅游电商、现代物流等企业建立合作关系;推动东部地区与中西部和东北适宜发展乡村旅游的地区结对定点帮扶;鼓励各地采用政府购买服务等方式,组织本地从业人员就近就地参加乡村旅游食宿服务、管理运营、市场营销等技能培训,重点培养1000名以上乡村旅游带头人;鼓励依托重要文化和自然遗产地等公共资源建设的景区,在符合景区承载力的前提下,在淡季探索实行免费开放日(周),带动周边乡村发展民宿、餐饮、购物等业态;推动普惠金融发展,加大对乡村旅游经营主体特别是中小企业和个体经营户的金融支持力度;为乡村旅游经营主体建立信用记录,并纳入全国信用信息共享平台。

三是在推动乡村旅游区域差异化发展方面,《行动方案》提出在东部地区重点鼓励和引导中小资本参与乡村旅游开发,宣传推广一批乡村旅游品牌;在中西部地区选取条件适宜的乡村规划发展乡村旅游,着力改善基础设施和配套服务设施,结合危房改造、易地扶贫搬迁、新农村建设等工作,调动多方资源增强乡村旅游脱贫致富功能;在东北地区利用气候环境优势,打造一批融滑雪、登山、徒步、露营等为一体的冰雪旅游度假区,统筹周边乡村旅游推出冬季复合型冰雪旅游基地和夏季避暑休闲度假胜地,强化“景区带村”辐射作用。

(资料来源:发展改革委网站)

## 技能训练

内容:以小组为单位,搜集某一乡村旅游点的基本信息,以文字和图片的形式介绍该乡村旅游点。

步骤：(1) 5人为一小组。

(2) 分工搜集和整理材料，包括文字和图片。

(3) 制作PPT并汇报。

## 任务二 国内外乡村旅游发展历程及现状

### (一) 国外乡村旅游发展历程

乡村旅游于20世纪60年代开始广泛流行，已经历了一个世纪的发展。在欧洲，乡村旅游起源于英格兰乡间农场小屋的接待旅游者活动，然后逐渐向整个欧洲扩散。它最开始扎根山间，特别是欧洲阿尔卑斯山区，这源于登山旅行和牛车旅游的日益兴起。到1960年，提供住宿成为一部分农户增加收入的基本形式。西班牙的Canoves等学者认为，从乡村旅游服务接待和活动情况来看，可以将欧洲乡村旅游的发展分为3个阶段。

#### 1. 起步阶段

早期的乡村旅游几乎都毫无例外地依靠于住宿接待：出租房产多为自己家中的房屋、独立的住宿设施，或者乡间的露营地。尽管它们可能被贴上了不同的标识，如BB（Bed+Breakfast，即床位加早餐，由一个家庭空出几间房屋出租经营）。这些活动的目的是补充农业收入，并没有对主要的农业活动造成威胁，因此可以归纳为“绿色旅游”。

#### 2. 发展阶段

多样化是第二个阶段的主要特征。此时，为了抓住需求更多样、要求更高的游客并鼓励回客，乡村旅游已经从简单的接待升级到提供更专业化的产品。许多乡村旅游经营者提供与自然相关的活动及乡土活动，如骑马、垂钓、竹筏漂流、采摘水果等，另外一些更高级的当地产品如美食、乡土特产的销售也都有了明确的商业目标。当然，经营者也兼顾了游客们希望与农户家庭接触的要求。于是各种不同的活动形式在欧洲不可胜数，每个国家或地区都会强调一种或多种特色。在这个阶段，经营者普遍放弃了农业活动，因为农业盈利少，并且同时开展两项业务也比较困难。

#### 3. 成熟阶段

专业化是第三个阶段的主要特征，这一趋势在英国和荷兰已经比较成熟。在这个阶段，经营者明确提出“职业化”的发展要求，因为职业化在游客眼中正是品质的象征。

Canoves等学者还指出，不同国家甚至同一国家的不同地区有可能处在不同发展阶段，一个乡村目的地受欢迎程度与当地乡村旅游发展阶段直接相关，游客越多，经营时间越长，即集约经营的乡村旅游目的地发展程度往往越高。

目前乡村旅游在德国、奥地利、英国、法国、西班牙、美国、日本等发达国家已具有相当的规模，并步入了规范化发展的轨道。乡村旅游对经济出现不景气的农村地区的发展起到了非常重要的推动作用，对当地经济的贡献和意义也得到了充分证明。在许多国家，乡村旅游被认为是一种阻止农业衰退和增加农村收入的有效手段。乡村旅游的开发在世界各地发展非常迅速，在美国就有30个州制造了明确针对农村区域的旅游政策，其中14个州在它们的旅游总体发展规划中包含了乡村旅游。在以色列，乡村旅游开发被作为对农村收入低下的一种有效补充，因而乡村旅游企业数量逐年增多。包括加拿大、澳大利亚、新西兰、东欧和太平洋地区在内的许多国家，都认为乡村旅游是农村地区经济发展和经济多样化的动力。

## （二）我国乡村旅游发展历程及现状

### 1. 我国乡村旅游发展历程

我国乡村旅游始于20世纪70~80年代，从欧美、日本等地传播而来。经过20世纪90年代和21世纪头10年的逐步发展，大致经历了4个历程，现已进入快速发展阶段。

#### （1）萌芽期（1980—1990年）

这个阶段处于改革开放初期，靠近城市和景区的极少数农民零星自发举办荔枝节、西瓜节等节庆活动，吸引城市游客前来购买品尝、观光旅游。

#### （2）起步期（1990—2000年）

这个阶段我国城市化步伐加快、居民经济收入提高、消费结构开始改变，城市居民在解决温饱之后，有了观光、休闲、旅游的需求。靠近大、中城市的一些农村和农户利用当地特有的农业资源环境和特色农产品，开办以观光为主的观光休闲农业园或民俗接待户，吸引了大批城市居民利用节假日到农村采摘、钓鱼、种菜、野餐。

#### （3）成长期（2000—2010年）

这个阶段人民生活水平逐步由温饱转向小康，对休闲旅游的需求开始变得强烈。其突出特点是休闲农业和乡村旅游发展速度快、规模大、数量多，涌现出北京锦绣大地农业科技观光园、河北北戴河集发生态农业观光园、江苏苏州西山现代农业示范园、福建武夷山观光茶园等一大批观光休闲农业园区。

#### （4）加速期（2010年以后）

农业部印发《全国休闲农业发展“十二五”规划》，并与国家旅游局签署休闲农业与乡村旅游合作框架协议，标志着政府主管部门开始介入，积极推动休闲农业标准制定和制度建设，强化政府服务，优化政策环境，引导产业健康发展。这个阶段全国休闲农业和乡村旅游发展风生水起、异彩纷呈，整个产业呈现出快速发展的良好态势。

### 2. 我国乡村旅游发展现状

2016年10月31日，中国社科院舆情实验室发布了2016年《中国乡村旅游发展指数报告》（以下简称《报告》）。《报告》称，2016年是中国“大乡村旅游时代”的元年，乡村旅游发展规模大、投资大、影响大，已成为人们新的生活方式。据大数据推演预测，未来中国乡村旅游热还将持续10年以上，2025年达到近30亿人次。

《报告》显示，2016年是中国乡村旅游发展非常具有里程碑意义的一年，中国乡村旅游从过去的小旅游、中旅游进入了大旅游时代。这个“大”，主要体现在以下三个方面。

第一，规模大。表现为乡村旅游人次达13.6亿，全国平均每人一次，是增长速度最快的领域，收入达4000亿元以上。

第二，投资大。表现为乡村旅游投资达3000亿元，乡村旅游事业体超过200万家。乡村旅游不再是简单的“农村旅游”和“农业旅游”，而是与城市相对应的一个空间概念，逐渐形成一个新的大产业，有望发展成为万亿级企业。

第三，影响大。表现为中央、地方、企业和消费者广泛关注，乡村旅游成为旅游业、新型城镇化建设及扶贫事业的主体，也成为人们新的生活方式。

《报告》指出，未来10年乡村旅游将保持较高增长速度。而推动中国乡村旅游的发展主要有以下五个推手：政策引导、城镇化拉动、汽车普及、投资驱动、新消费革命。

政策引导。在过去10年间，中央及有关部委发布的与乡村旅游相关的文件达20多个，成为乡村旅游快速发展的重要推手。

城镇化拉动。中国现在城市人口的一半是过去30年从农村而来的，乡村旅游不仅是城

里人释放压力、休养生息、亲近自然的形式，也是人们寻根及消解乡愁的途径。

汽车普及。2010—2015年的6年间，汽车拥有总量增加了1亿台，而且以每年2000万台的速度增加。自驾游客占游客总数的一半以上，其中有三分之一以上是做乡村旅游。

投资驱动。过去两年，我国旅游投资额实现翻番，2015年达1万亿元以上，其中近三分之一与乡村旅游相关。

新消费革命。从1985年到现在的30年间，我们共经历了3次大的消费革命。第一次是1985—1999年，以满足人们衣食用的需要为主题，彩电、冰箱、洗衣机是消费热点；第二次是2000—2014年，主要是满足住行的需要；第三次是2015年后，我们进入新的消费革命时期，是对消费的全新升级，主要满足的是人们的精神和品质需要，如旅游、健康、智能是消费热点。未来，随着生活水平的逐渐提高，人们身心健康、环境生态的诉求只会有增无减，新消费革命将成为最重要的推手。

### 3. 乡村旅游发展指数

《报告》分别从国际、国内各省、旅游城市这三个区域维度对乡村旅游发展指数进行了比较，比较指标主要是游客规模、游客评价以及乡村旅游发展成熟度。

从国际乡村旅游发展指数看，瑞士、法国和西班牙居前三；亚洲则属日本发展水平最高。中国与世界发达国家有显著差距，但逐年缩小。

各省份比较，对31个省自治区进行全面评价，前十名依次是浙江、陕西、四川、云南、江苏、河南、山东、福建、安徽。浙江得分高源于它的发展成熟度，特别是3.0版本的度假产品比较优于其他地区。陕西乡村旅游之所以后来居上，是因为它的游客人次较多以及口碑较好。

旅游城市比较，排名前三的依次是杭州、咸阳、丽江。

我国乡村旅游充满机遇，是新经济新常态下少有的朝阳产业；但也同样充满挑战和陷阱，既是金矿也可能是大坑。《报告》指出，我国乡村旅游投资目前存在过热现象，二八定律开始显现。在大量一哄而上的项目中，80%最终难以持续或实现盈利。

### 4. 我国乡村旅游存在的问题

#### (1) 产品同质化严重

当前乡村旅游产品、项目、业态普遍表现为同质化较严重。举个例子，乡村有特色农业；就会有采摘园、博览园等，有水塘，就会有水上游乐中心、垂钓中心等；有山地，就会有拓展中心、户外运动等。之所以会出现这个现象，一是缺乏系统规划，看人家整得好就跟着模仿，但是内容可模仿，成功不可复制。二是就算有规划，规划水平一般也不高，大家看一下乡村旅游的规划，会发现基本如此：文化挖掘缺失、项目粘贴复制、产品一个模子。三是乡村旅游开发一般缺乏市场导向和资本运作，缺乏市场导向主要表现在产品无创意、服务不标准，难以吸引和满足城市游客的需求，缺乏资本运作会导致很多创意概念、项目不能落地建设，更没有后续的专业团队、人才跟进管理和经营。

#### (2) 文化内涵缺乏

文化内涵缺乏和产品同质化有直接的逻辑关系。一个地方的文化没有挖掘出来，那么这个地方的乡村旅游就会失去灵魂。自然而然，这个地方的乡村旅游产品、项目、业态就会失去特色，与其他地方并无差别。乡村文化包括乡村的民风民俗、乡村的名人轶事、乡村的遗产博物等，要通过物化和活化将文化挖掘出来、展示出来，让游客不仅能看还能听，不仅能吃还能亲自做，不仅能触摸还能置身于情景之中。

#### (3) 旅游品牌缺失

品牌的内涵就是文化，品牌的外延就是形象。所以品牌化首先是文化的品牌化，即还是

要先挖掘文化。其次是形象的品牌化，比如我们说到景区——“峨眉天下秀，青城天下幽，三峡天下雄，剑门天下险”，这就是品牌的外延——形象。乡村旅游由于资源基础不高，再加上无创意，缺乏文化挖掘、市场思维和资本运作理念，要想做出响当当的品牌实在是难。

## 对点案例

### 工匠之乡——日本水上町

走观光型农业之路的日本乡村水上町的“工匠之乡”包括“人偶之家”“面具之家”“竹编之家”“陶艺之家”等30余家传统手工艺作坊，其旅游概念的提出吸引了日本各地成千上万的手工艺者举家搬迁而来。1998年至2005年，每年来“工匠之乡”参观游览、参与体验的游客达45万人次，24间“工匠之家”的总销售额达3116亿日元（约合271万美元）。

核心旅游项目：胡桃雕刻彩绘、草编、木织（用树皮织布等）、陶艺等传统手工艺作坊，形式多样，异彩纷呈。水上町群山环绕，当地人以务农为生，种稻、养蚕和栽培苹果、香菇等经济作物，把区域整体定位成公园，探索农业和观光业相互促进，振兴地方经济之路。目前水上町已经建成了农村环境改善中心、农林渔业体验实习馆、农产品加工所、畜产业综合设施、两个村营温泉中心、一个讲述民间传说和展示传统戏剧的演出设施。

水上町主要的旅游产品为田园风光观光游、乡村生活体验游、温泉养生度假游、传统工艺体验游。业态设置包括特色餐馆、传统手工艺体验活动、水果采摘及品尝体验活动、温泉中心等。

评析：水上町的“一村一品”特色旅游产业发展模式，极大地提高了农民的生产生活水平，促进了地方经济的活跃和产业化发展。它们承载着当地人振兴家乡的“农村公园”构想，为建设现代化新农村、发展地方经济做出了贡献，其成功经验值得思考和借鉴。游客不仅可以现场观摩手工艺品的制作过程，还可以在坊主的指导下亲自动手体验。“工匠之乡”以传统特色手工艺为卖点，进行产业化发展和整体营销，提供产品生产的现场教学和制作体验，大力发展特色体验旅游，获得了极大的成功，带动了区域经济发展，为地方经济添活力。农业与观光相结合的模式促进了地方经济的活跃，使居民们获得了实惠，观念也发生了大转变。当地土生土长的匠人不仅感受到家乡面貌的变迁，还感慨于人们观念和意识的转变。

## 技能训练

内容：以小组为单位，介绍国内外著名的乡村旅游案例，并总结经验。

步骤：

- (1) 5人为一小组展开讨论，并汇总讨论结果；
- (2) 每组选出一名代表发言，交流分享学习成果；
- (3) 教师点评。

## 任务三 乡村旅游开发典型模式

### （一）乡村旅游主要发展模式

随着乡村旅游发展的不断成熟，其模式也越来越多元化。目前，我国乡村旅游发展模式

主要以下几种。

### 1. 乡村度假休闲型

乡村度假休闲型是指地处城镇周边的乡村,利用离城近、交通便利的条件,以乡村生态景观、乡村文化和农民的生产生活为基础,以家庭为具体接待单位,开展旅游活动的发展模式。这种发展模式的特点是:投资少,风险小,经营活,见效快。发展这种模式必须注意:一是做好规划,防止产品简单重复;二是挖掘文化内涵,提升产品的品位;三是推行行业质量标准,规范服务;四是加强对农民的培训,提升从业人员的素质。

这种发展模式的典型有:四川省成都市锦江区三圣花乡、云南省昆明市西山区团结镇。

### 2. 依托景区发展型

依托景区发展型是指把附近旅游景区的部分服务功能分离出来,吸引周边农民参与旅游接待和服务,为游客提供旅游商品和农副产品,从而促进农民增收致富和周边农村发展的模式。这种发展模式必须具备的条件:一是临近重点景区;二是游客量较大;三是周围农民具备旅游意识和服务意识。发展这种模式应注意:加强配套基础设施建设,形成一定的服务功能;培养农民的旅游意识和服务意识,加强对从业农民的组织 and 引导。

这种发展模式的典型有:湖北省秭归县周坪乡、北京房山十渡镇。

### 3. 原生态文化村寨型

原生态文化村寨型是指利用当地原生态的村寨文化资源,包括当地居住环境建筑、歌舞等的独特性,以保护为主,因势利导开发旅游,促进乡村发展的模式。这种发展模式必须是当地村寨原汁原味的,具有独特的文化内涵。发展这种模式要注意:一是做好整个村寨旅游发展规划;二是引入市场开发机制,促进旅游开发;三是处理好保护与开发的关系,着重强调对当地原生态环境的保护。

这种发展模式的典型有:贵州省凯里市三棵树镇南花村、广东省封开县杨池村。

### 4. 民族风情依托型

民族风情依托型是指少数民族农村地区,以独特的民族风情为基础,大力改善基础设施和旅游接待设施,引导少数民族农民参与旅游开发,促进乡村旅游发展的模式。这种发展模式必须具备的条件:一是少数民族具有一定规模;二是民族风情具有独特性和吸引力。

发展这种模式应注意:一是切实挖掘当地少数民族的风情,提升文化品位和旅游吸引力;二是引导当地少数民族农民参与旅游接待活动;三是改善当地村容村貌和基础设施条件。

这种发展模式的典型有:黑龙江省齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区哈拉新村、青海省互助县土族民俗旅游村。

### 5. 旅游城镇建设型

旅游城镇建设型是指在旅游资源丰富的乡镇,把旅游开发与城镇建设有机地结合起来,建设旅游小城镇,带动乡村旅游发展的模式。这种模式必须具备的条件:一是居住条件、基础设施具有一定的基础;二是具有独特的旅游资源,旅游吸引力大。发展这种模式应注意:对小城镇进行科学规划,确保规划实施不走样;立足于可持续发展,正确处理资源保护与旅游开发之间的关系;多渠道增加收入,完善小城镇基础设施;从当地实际出发,充分发挥农民参与小城镇建设的积极性,让农民得到实实在在的好处。

这种发展模式的典型有:云南省腾冲县和顺镇、江西省婺源江湾镇。

### 6. 特色产业带动型

特色产业带动型是指在村镇的范围内,依托所在地区独特的优势,围绕一个特色产品或产业链,实行专业化生产经营,以一村一业的发展壮大来带动乡村旅游发展的模式。这种模

式必须具备三个基本条件：生产某种特色产品的历史传统和自然条件；相应的产业带动，且市场需求旺；需要一定的“组织形式”通过产业集群形成规模。发展这种模式必须注意：定位准确，大而全就是没特色；政府不能越位、缺位和错位，要树立服务意识，避免过分干预市场；重视示范带头作用，分步实施；大力提高农业和旅游产业一体化组织程度；重视市场推广和自主创新，以特色促品牌。

这种发展模式的典型有：山西省阳城县皇城村、北京市大兴区庞各庄镇。

### 7. 现代农村展示型

现代农村展示型是指在部分经济发达的农村地区，因势利导，接待游客参观展示新农村形象的发展模式。这种模式必须是在经济发达、交通便利、知名度较大的农村。发展这种模式必须注意：一是处理好发展旅游与发展其他产业的关系；二是积极引导农民参与旅游接待活动。

这种发展模式的典型有：江苏省江阴市华西村、黑龙江省甘南县兴十四村等。

### 8. 农业观光开发型

农业观光开发型是指利用农业生产过程中的知识性、趣味性、可参与性，开发规划出观光、休闲、度假等旅游产品，满足游客需求，促进乡村旅游发展的模式。这种发展模式必须具备的条件：一是临近城镇，客源市场潜力大；二是交通便利，可进入性较好；三是农业生产知识性、娱乐性、参与性强。发展这种模式必须注意：有良好的项目创意和规划；认真对客源市场进行调研，分析客源市场的需求；制订可行性研究报告；加大对于项目的宣传促销力度。

这种发展模式的典型有：河北省秦皇岛市北戴河集发观光园、上海市奉贤区申隆生态园、辽宁省葫芦岛市宏业现代农业园区。

### 9. 生态环境示范型

生态环境示范型是指具备良好的生态环境的农村，以生态环境作为旅游吸引力，开发观光、休闲、度假旅游产品，促进乡村旅游的发展模式。这种发展模式要具备便利的交通和良好的基础设施条件。发展这种模式应注意：加强对生态环境的保护，防止旅游开发引起环境的破坏和退化；培养旅游开发经营者和游客的环境保护意识。

这种发展模式的典型有：江苏省常熟市蒋港村、北京市密云县石塘路村。

### 10. 红色旅游结合型

红色旅游结合型是指在具备“红色旅游”资源的乡村，结合“红色旅游”的发展，组织接待旅游者开展参观游览活动，带动乡村旅游发展的模式。这种发展模式必须是在知名度较大、革命遗迹和遗存较为丰富、旅游接待具有一定规模的乡村开展的。发展这种模式要注意：突出“红色”主线，体现“红色”特征；发挥“红色旅游”的革命传统教育功能；做到因地制宜、量力而行、循序渐进。

这种发展模式的典型有：河北省平山县西柏坡村、四川省广安市广安区牌坊村。

## （二）乡村旅游开发典型经营模式

在当前的乡村旅游发展过程中，参与乡村旅游发展的主体主要有当地政府、旅游企业、村委会及当地农户等。根据他们参与乡村旅游发展的程度和作用，可以归纳总结出不同的开发模式。目前，国内乡村旅游发展比较成功的经营管理模式主要有以下几种。

### 1. “农户+农户”开发模式

这是乡村旅游初期阶段的经营模式。在远离市场的乡村，农民对企业介入乡村旅游开发普遍有一定的顾虑，甚至还有抵触情绪。多数农户都不愿把有限的资金或土地交给公司来经

营,而更相信那些“示范户”。在这些山村里,通常是“开拓户”首先开发乡村旅游获得了成功,然后在他们的示范带动下,农户们纷纷加入旅游接待的行列,并从中学习经验和技巧,最后在短暂的磨合下形成“农户+农户”的乡村旅游开发模式。

这种模式通常投入较少,接待量有限,但将乡村文化保留得最真实,使游客不仅花费少还能体验到最真的本地习俗和文化。受管理水平和资金投入的影响,通常旅游的带动效应有限。在当前乡村旅游竞争加剧的情况下,这种模式具有短平快的优势。这部分农民善于学习别人经验,汲取别人教训,因其势单力薄、规模有限,往往注重揣摩、迎合游客心理,因而能提供极具个性化的服务。

## 2. “公司+农户”开发模式

这一模式通过吸纳当地农民参与乡村旅游的经营与管理,在开发极具潜力的乡村旅游资源时,充分利用农户闲置的资产、富余的劳动力、多样的农事活动,来丰富旅游活动。同时,通过引进旅游公司的管理,对农户的接待服务进行规范,避免因不良竞争而损害游客的利益。

这一模式中有些需要注意的问题。首先,公司或投资商与农户的合作是建立在一定的经济基础上的,受投资商实力的影响较大;其次,农户的知识层次、个人素质、服务意识等还有待于进一步提高;最后,在内部经营管理中,如何进行游客的分流与分配,是能否顺利实施的关键之一。

## 3. “公司+社区+农户”开发模式

这一模式应是“公司+农户”模式的延伸。社区(如村委会)搭建桥梁,公司先与当地社区进行合作,再通过社区组织农户参与乡村旅游。公司一般不与农户直接合作,所接触的是社区,但农户接待服务、参与旅游开发则要经过公司的专业培训,并制定相关的规定,以规范农户的行为,保证接待服务水平,保障公司、农户和游客的利益。此种模式通过社区链接,便于公司与农户协调、沟通,利于克服公司与农户因利益分配而产生的矛盾。同时,社区还可对公司起到一定的监督作用,保证乡村旅游正规、有序地发展。

## 4. 公司制开发模式

这一模式的特点是发展进入快、起点层次高、开发有规模,如果思路对头、经营科学,容易使乡村旅游开发迅速走上有序化发展的道路。

公司制开发模式比较适合乡村旅游初期阶段,随着农民的关注与参与,这种利益主体是公司的模式将难以适应未来乡村旅游发展的趋势。农民作为乡村旅游的参与主体,其积极性是不容忽视的。而采用公司制开发模式,农民就很难从旅游收入中获得应有的利益,仅是靠提升农产品附加值获得收益。

乡村旅游生财之源是公共资源,即农民共同的资源。但在使用这种公共资源中最大的受益者是旅游公司,当地农民很难得到相应利益,并且还要承担旅游开发所带来的各种负面影响。这种资源与利益的严重失衡,极易引起农民的不满。

## 5. 股份制开发模式

这一模式主要是通过采取合作的形式合理开发旅游资源,按照各自的股份获得相应的收益。根据旅游资源的产权,可以界定为国家产权、乡村集体产权、村民小组产权和农户个人产权四种产权主体,在开发上可采取国家、集体和农户个体合作的方式进行,这样把旅游资源、特殊技术、劳动量转化成股本,收效一般是将股份分红与按劳分红相结合来评判。对于乡村旅游生态环境的保护与恢复、旅游设施的建设与维护以及乡村旅游扩大再生产等公益机制的运行,企业可通过公益金的形式投入完成。

这种模式有利于乡村旅游上规模、上档次。特别是通过股份形式,能够提高乡村集体和