

全域旅游背景下乡村旅游发展新路径研究

——以湖北省孝感市为例

万 利¹, 黄丽珍^{2*}

(1. 湖北工程学院 基本建设管理处, 湖北 孝感 432000; 2. 湖北工程学院 土木工程学院, 湖北 孝感 432000)

摘 要:采取问卷调查、集体研讨、个别座谈等方法,分析孝感市乡村旅游发展问题,探索具有地方特色的乡村旅游发展新路径,提出关于孝感市乡村旅游的可持续发展对策;加强地方政府支持力度,建立统一乡村品牌,调整乡村旅游发展结构,植入“互联网+”新元素,整合闲置资源,保证景点道路畅通。

关键词:全域旅游;乡村旅游;实地调研;乡村旅游品牌;新元素

中图分类号:F59 **文献标志码:**A **文章编号:**2095-4824(2020)06-0120-04

全域旅游是指景区、乡村、综合体、小镇、城市等五个层面都涉及到的旅游发展结构,融合区域水利、农业、工业、文化等资源优势,在创意设计与优势资源整合基础上,利用“互联网+”与“旅游+”概念提升休闲游憩交互体验,形成自主旅游生态圈,进而撬动旅游发展结构的变革^[1]。随着全域旅游的大力推广,湖北省委、省政府和孝感市委、市政府也多次发文对加快推进旅游产业转型,走全域旅游发展新路径的相关问题作出工作部署。为响应国家发展全域旅游政策,统筹孝感市城乡发展,本文结合湖北省“三乡工程”部署^[2],探索具有地方特色的乡村旅游发展新路径,试图打造孝感市乡村旅游品牌。

1 孝感市乡村旅游发展问题

为探索乡村旅游发展新路径,我们对孝感市乡村旅游发展现状进行了调研。调研立足于乡村实际情况,对乡村旅游的规模、发展结构、文化特色、农业特色、旅游项目实施策略、旅游产品设计、基础设施建设等方面进行调查。选取了较为典型的 10 个地方进行了调研。按照乡村旅游发展实施的情况将调研地点分为三大类:

1) 初见规模亟待发展地区:孝昌县王店镇白鹤村、安陆市赵棚镇团山村伍欣甸园、云梦县伍洛镇中丁村。这三个地方有一个共同点:地理位置优越、有自己独特的人文资源或自然资源,进行全域旅游发展的前景可观。

2) 出现瓶颈亟待整改地区:孝昌县丰山镇、孝南区西河镇、孝昌县小河镇、应城市汤池镇汤池温泉。这四个地方的旅游已经有了一定程度的发展,当地政府采取了融合当地丰富的农业资源,或融合当地民俗文化特色,利用当地自然环境资源优势的旅游发展策略,初步形成了具有一定规模和成效的旅游景点,但是旅游发展后劲不足,目前处于亟需有效整改措施才可再次展现活力的阶段。

3) 成效可观仍待改进地区:孝昌县邹岗镇、大悟县新城镇金岭村、双峰山森林公园。这三个地方是目前比较典型、比较成熟、成效可观的地区,在旅游发展结构、发展策略和创新性方面都领先于其他地方,但也存在着一些阻碍旅游发展的影响因素。

目前,孝感市乡村旅游发展成效参差不齐,还未形成在全国具有较高知名度的旅游品牌,存在

收稿日期:2020-06-16

基金项目:中共孝感市委党校调研项目(2019XGDX28)

作者简介:万 利(1983-),男,湖北孝感人,湖北工程学院基本建设管理处工程师。

黄丽珍(1984-),女,广西百色人,湖北工程学院土木工程学院讲师,博士,本文通信作者。

的主要问题如下。

1.1 政府支持力度不够

1.1.1 资金支持力度不够

孝感乡村旅游开发时间较短、底子薄弱,加上开发单位的组织性不强、资金未到位等各种原因,导致乡村旅游的基础配套设施普遍不健全,难以给消费者提供系统的优质服务。问题主要体现在道路交通不畅或交通功能差、餐饮住宿文化娱乐等配套层次比较低,不能满足旅游消费者基本需求和现代快速发展的差异化多层次需求。

1.1.2 规划力度不强

在全域规划、推广宣传、资源整合、旅游线路等方面缺乏顶层设计和统筹规划,没有统一目标。各区域各自为营,没有“联盟”“板块式”的发展格局,未形成具有较强凝聚力的区域旅游链。各县级市没有对接系统,难以打造统一形象,树立统一乡村品牌。

近年来,各乡镇发展的很多项目,其主题不清晰,创新性不强,大都内容相似、形式相仿、模式相同。有的区域舍弃了原有地方建筑文化和个性特征,一味趋同,失去了乡村特色。

1.1.3 培训机制不健全

由于从事旅游工作的相关人员普遍文化程度不高,对消费者的行为动机和心理了解不够,服务意识不强甚至服务水平差、管理欠规范等,使游客消费满意度降低,回头率下降。

1.1.4 不重视旅游文化建设

孝感是全国唯一以“孝”命名的中等城市,“孝文化”资源独特而丰富。同时,孝感市也是大别山革命老区的组成部分,被称为“红色之城”,具有光荣的革命历史和优良的革命传统,革命英雄人物辈出,“红色文化”浓厚。

乡镇旅游从业者不了解当地历史文化,一味简单包装,粗制滥造,旅游业停留在浅层次的“农家乐”或特产销售上,没有在营销和产品上进行包装,文化传承建设力严重不足。

1.1.5 管理不到位

管理工作没有得到有效实施,在管理方案上缺乏具体的配套管理措施,从而导致群众在心理上觉得缺少政府的“关爱”。

1.1.6 历史和文化古迹保护力度不够

文化古迹浓缩了历史文化的精华,是先人智慧和劳动创造的结晶,是一个时代民族文化的象征。孝感市至今还保留着大量的古建筑、古街古

道和古树名木等,但很多因保护、修缮力度不够使其辨识度不高,有的甚至遭到了严重破坏。

1.2 休闲游憩方式缺乏新颖性

目前的旅游方式主要是家庭自驾游、旅游团组织或个人解压游。在互联网飞跃式发展时期,传统的休闲游憩方式与现阶段人们生活、出行方式略显不匹配,无形中阻碍了旅游业的发展和潜在休闲人群的旅游消费意识。乡村旅游业之所以难见起色,是因为缺乏新鲜的元素。创新性、新颖性不足,乡村旅游发展自然出现瓶颈。现阶段,迫切需要注入一种新鲜的休闲游憩模式来激发乡村旅游业的活力。

1.3 房屋闲置,资源没有有效利用

据调查,受访家庭成员基本上都有人口流动现象,而且多数长达一年之久,仅仅在过农历新年那段时间小住。因此村里一到过完年之后,人口开始有外流之势,造成了农村房屋大量长时间闲置。政府在开发旅游景点时往往需要配套休闲、娱乐、住宿等设施,而这些闲置资源没有得到有效利用,导致资金流失,造成资源的浪费。在发展旅游业上,建设资金不足是最大的软肋,直接导致旅游产业市场竞争能力不强。

2 孝感乡村旅游可持续发展对策建议

2.1 加强地方政府支持力度

地方政府除了多层次、多形式加大宣传力度以外,还应加强以下几方面的工作:

1)设立专项旅游产业发展基金,充分发挥基金的融资平台和合资杠杆作用,为乡村旅游业前期建设注入源源不断的血液,保障乡村旅游稳步进行。乡村旅游建设成长起来后,应能自造血夜减轻政府财政负担,当地政府依然起宏观调控作用。

2)加大力度完善乡村旅游景点的基础设施建设。

3)进行全民性的厕所革命,改善乡村旅游景点的公共卫生环境。

4)加强和完善专项基金管理的监督机制,保证专款专用。

5)积极引导地方政府培育乡村旅游专业人才,加强服务人员培训与管理,着力提升乡村旅游服务管理水平。

6)重视旅游文化建设,充分发挥文化资源独

特优势。引导各大媒体和社会舆论大力倡导保护历史文化古迹的作用和意义。深挖历史文化内涵,采取有力措施,切实加强对历史和文化古迹的保护和管理,全面提升旅游综合服务水平。

2.2 建立统一乡村品牌

孝感市目前的旅游产业呈现一个特点,就是每个旅游景点单枪匹马,各自为营。对于在旅游产业方面没有特别优势的景点而言,采取这样的经营策略非常不利。没有叫得响的品牌特色,就难以让人记住,自然也就难有回头客。而叫得响的品牌不仅需要时间经营,而且需要统筹规划。

课题组到武汉市黄陂区王家河街道聂家岗木兰草原调研,与当地政府工作人员深度交流,并了解木兰生态旅游区相关情况,总结得出其中一条重要的策略就是旅游品牌建设只有“抱团”才更容易成功。打造乡村旅游品牌,不应该是局限于将某一个景点打造得好,打造得响亮,而是打造区域性旅游品牌。打造区域性旅游就是要建立统一乡村品牌,使用“一串多珠”的策略,使区域内各级政府进行路线对接、产业互助、人才互通,并加强多层次、多形式的宣传营销,积极培育乡村旅游专业管理者,大力推进农业供给侧结构性改革。此外,这个统一的乡村品牌名称应当讲究艺术,不仅承载着当地的文化历史背景,而且每当人们提起这个名称便津津乐道。黄陂木兰系列景区之所以能成功吸引众多新老游客,是因为“木兰”二字承载着厚重的文化底蕴,极易让人想起花木兰替父从军这一家喻户晓的故事。木兰山、木兰天池、木兰湖、木兰草原、木兰花乡、木兰玫瑰园等,这些先后建立的景区之间的车程并不算近,但是都以“木兰”命名,统一对外打出木兰文化生态旅游区,各景区统一形象,不仅成功吸引游客,而且后建立起来的景区再次为“木兰”这个旅游品牌造势,深入人心。因此可以说,建立统一乡村品牌是促进乡村旅游跨越发展、赶超发展的重要举措之一。

百善孝为先,孝感市因注重“孝”而得名,孝感市乡村旅游发展可建立多个以“孝”为品牌的特色文化独创区域,这些区域又都以“孝”为纽带紧密相连,加强孝文化传承建设力度。此外,孝感“红色文化”也应注入到乡村旅游品牌建设中,在革命旧址和纪念地突出“红色文化”,大力宣传爱国主义精神,弘扬革命精神,向社会传递正能量。

2.3 调整乡村旅游发展结构

卓尔桃花驿小镇是一个将“三乡工程”部署

实施得比较成功的案例。卓尔是湖北省知名的产业运营企业,桃花驿是卓尔文旅集团旗下首个小镇项目,也是卓尔小镇的样板之作。该项目通过搭建平台,吸引不同领域、不同行业的人成为小镇“新村民”,与当地“老村民”互助融合、共同建设、共创共享新时代田园小镇。

总结卓尔桃花驿小镇项目的成功经验,其一,加快推进乡村与国内包含高校在内的多个机构组织建立战略合作联盟,让乡村在原有特色基础上注入新元素,促进农旅养融合,焕发勃勃生机。其二,乡村旅游发展需要靠创新激活乡村传统产业,合理划分多个产业示范区进行建设,让乡村(小镇)的特色多样化,以满足不同游客的需求。本次调研的乡村旅游景点,凡是以单一的农产品、果蔬产品或花卉为主导发展方向吸引游客的,基本上都是季节性的运营,而在非产品季节时期,乡村旅游业就变得萧条。

2.4 植入“互联网+”新元素

随着互联网时代的发展,传统的手段已不能满足旅游项目迫切发展需求,新的运营策略诞生。利用“互联网+”的优势打造现代化新模式的乡村旅游产业,通过网上平台和传媒媒介加强宣传。例如 58 同城等网站设立农副产品认领体验平台,种植产品成果的归属权可以双方协商解决。这使得繁忙的城市人在周末或闲暇时间可选择到田间亲自体验田园种植生活,工作日时间无暇顾及耕种作物,可委托当地村民管理作物,而自己随时随地通过互联网体验平台远程关注自己认领的农业或种植业产品生长情况。这样既符合当前人们的消费习惯,便于大力宣传各地景区,提高景区知名度,又可发展当地农副产业,同时提升休闲游憩交互体验,形成自主旅游生态圈。

植入“互联网+”新元素这一举措尤其有利于现在这一代人的亲子教育,它增强了大人与孩子之间的沟通,增加了共同话题,有利于引导人们共同关注种植农副产品的整个过程,了解自然生物生长规律,感受大自然的魅力,深刻体会种植行业的艰辛,更懂得珍惜爱护大自然的一草一木。

2.5 整合闲置资源

针对农村青壮劳动力外流、房屋的年实际居住利用率低的情况,建议对闲置房屋和土地进行资源整合,配合旅游景点建设,根据个人意愿把闲置房屋全部或部分加以修缮后作为民宿,设置配套的旅游设施,使乡镇资源利用程度最大化。

闲置资源整合由政府牵头,村集体和农户个体配合,通过互联网平台进行租赁闲置房屋、认领农作物或植物、提前预约等远程体验式服务,亦可在旅游 App 上发布当地居民闲置房屋发展为民宿的信息,使乡镇旅游行业大众化、多元化。闲置房屋发展为民宿的做法已逐渐在许多地方开展。

政府支持这种做法不仅解决了房屋闲置问题,增加村民收入,而且在很大程度上激发了村民主人翁的精神,使他们积极参与乡村旅游发展的建设活动。对于旅游投资企业而言,不仅大大减少了投资费用,而且解决了开发旅游景点土地征用问题。

2.6 保证景点道路畅通

“要致富先修路”,这个道理对于乡村振兴战略实施依然是有效的。本次调研发现通往景点的道路不通畅或规格太低。大规模新建或改造乡村旅游景点道路无疑是给政府财政施加压力,如何较好地解决景点道路问题是乡村旅游发展过程中不可逃避的问题之一。建议政府对交通运输管理部门每年在公路或城市道路养护过程中产生的铣刨料及其他道路用的养护废料加以全面统筹利用,可以有效改善乡村旅游景点道路问题。

具体实施时可采取“一次规划,分期实施”的方法。首先,一次规划的涵义为:统筹拟发展景点地理位置分布情况,确定乡村旅游发展核心地带,非核心地区景点以核心地带为中心呈放射状分布。核心地带中打造出以某条道路为中轴线的旅游发展区域链,即一条路串联多个景点,形成一站式便捷观光旅游链。该中轴线上沿线旅游文化展示要统筹全局,既鲜明又有特色;中轴线的道路交通标志标线不仅要全面、指向清晰,而且要进行人

性化设计,在中轴线上形成“畅、安、舒、美”的沿线旅游文化^[3]。其次,分期实施的涵义为:拟发展景点的道路在施工过程中要求分期实施,原因是公路养护的铣刨料只能用作道路基层,基层修筑完后,再进行道路面层施工,考虑到建设资金一次性投入会造成资金周转紧张,故采取分期实施策略^[4]。前期对于乡村旅游公路而言,为了提早投入运营,面层可采用沥青表面处治路面即可,修筑完成的道路能满足旅游公路的使用功能要求,若不能及时铺筑道路面层,也可先铺筑一层稀浆封层,即可开放交通。后期待景区经济效益明显改善后再提升道路路面等级,这样既能缓解前期资金一次性投入过大造成的经济压力,又能满足景区前期道路使用的要求。

“一次规划,分期实施”方案是针对拟发展的乡村旅游景点道路开展实施的,公路废料得到合理规划使用,大大减轻了政府为修路产生的财政负担,减少了废料遗弃造成的环境污染,极大地响应国家建设能源节约型社会的号召,正可谓一举多得。

[参 考 文 献]

- [1] 王英. 武汉地区高校校园“旅游+互联网”的应用研究[D]. 桂林:广西师范大学,2019.
- [2] 赵艳. 以“三乡工程”促进乡村振兴[J]. 群众,2019(22):57-58.
- [3] 李光磊,李铁军.“畅安舒美”示范公路交通安全设施设计研究[J]. 公路,2019,64(8):291-298.
- [4] 黄丽珍,万利. 高速公路沥青路面铣刨料再生基层的应用[J]. 交通企业管理,2013,28(8):60-62.

(责任编辑:熊文涛)