

供给侧视角下的乡村旅游发展思考

周亚琴 (安徽行政学院, 安徽合肥 230059)

摘要 从供给侧改革对于乡村旅游的指导意义入手,立足于乡村旅游供给侧方面,分析了生产要素供给问题、旅游产品开发问题,进而探讨了乡村旅游供给侧问题的解决对策,主张优化乡村旅游发展的生产要素供给布局,拓展乡村旅游产品开发思路。

关键词 供给侧;乡村旅游;发展思考

中图分类号 F590.75 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2018)01-0130-03

Development of Thinking Rural Tourism from the Perspective of Supply Side

ZHOU Ya-qin (Anhui Administration Institute, Hefei, Anhui 230059)

Abstract Start from the directive significance of supplyside reform for rural tourism, and based on the supply side of rural tourism, the problems of supply of production factors and the development of tourism products were analyzed. Then the solution of rural tourism supply side problem was discussed, which advocated to optimize the supply layout of production factors for rural tourism development, and expand the development ideas of rural tourism products.

Key words Supply side; Rural tourism; Development thinking

习近平总书记于2015年11月在中央财经领导小组第11次会议上提出了中国经济要进行供给侧结构性改革。供给侧结构性改革不仅成为今后一段时期我国经济发展的热门话题,也为乡村旅游的发展提出了新的思路。

乡村旅游是推动我国乡村城镇化的主要动力之一,是新形势下旅游产业和乡村经济发展的重要方向,是乡村扶贫工作和传承乡村文化的重要手段,也是我国旅游业发展水平提高的重要标志。乡村旅游在我国的发展源于20世纪90年代末,经过20多年的发展,产品供给和服务设施都得到了很大提高,产业规模大幅度增长。2014年全国乡村旅游人数已达12亿人次,约占国内旅游接待总量的1/3,给农民提供的旅游收入为3200亿元,3300万农民直接从事乡村旅游,乡村旅游已经成为旅游业新的增长点^[1]。但由于受到主观意识、地方经济水平、配套设施环境等因素影响,乡村旅游存在着乡村文化受损、产品同质化严重、整体品质低下、资金投入短缺、专业人才匮乏等供给侧方面问题,急需改革。供给侧结构性改革是目前包括今后一段时期我国经济发展的热门话题,也为乡村旅游的发展提供了新的思路。

乡村旅游已经成为我国旅游业新的增长点,对于农村精准扶贫工作的开展和乡村经济的发展具有重要的推动作用。但目前来看,乡村旅游的发展进入一个瓶颈期,在供给侧结构上存在着严重问题。笔者从供给侧角度出发,提出以下对策:优化乡村旅游发展的生产要素供给布局,包括优化乡村旅游人才供给结构、改革乡村旅游发展用地供应方式、加强乡村旅游发展投融资管理、发展乡村旅游信息网络平台;拓展乡村旅游产品开发思路,包括提升开发层次和突出产品特色。

1 供给侧改革对于乡村旅游的指导意义

1.1 旅游业供给侧改革的必要性 我国旅游业现阶段面临

着供给结构不合理、供需失调的严重问题。一方面,旅游需求旺盛和刚性发展,旅游业发展进入大众化旅游阶段;另一方面,旅游业有效供给不足,无法有针对性地满足旅游者的个性化需求。张广海等^[2]通过对2001—2013年《中国旅游统计年鉴》的分析,得出结论为我国当前无论是国内城镇游客还是入境游客的消费都整体属于滞后性消费,其消费水平均分别滞后于国内居民收入和入境旅游总收入,体现了我国旅游供给侧的供给状况难以满足国内外游客需求侧日益提高的消费水平、多样的消费方式和更高品质的消费需求。而随着国内游客可支配收入的增长以及出境人次数的增加,我国出境游客在国外的消费支出不断提高,存在着差距显著的旅游外贸逆差。因此,旅游业供给侧改革势在必行,促进旅游供给结构的优化,可以缓解供给与需求的矛盾,适应需求侧结构的多样化。

1.2 以供给侧改革推动乡村旅游发展 乡村地区在我国面积广阔、资源丰富,乡村文化是我国传统文化的载体,发展乡村旅游的潜力巨大。乡村旅游将生态农业和生态旅游业有机融合,不仅能够满足现代旅游者回归自然的精神需求,并且能够有效解决“三农”问题,实现精准扶贫,促进新型城镇化的快速发展和美丽乡村的建设。乡村旅游自20世纪90年代在我国兴起,发展到今天,产品供给越来越丰富多样,服务设施得到很大改善,也增加了就业机会,改善了农民生活水平,乡村旅游已经成为我国旅游产业的重要组成部分。随着城市生活压力的不断加大,高房价、雾霾天气迫使着都市人想要逃离城市,渴求回归山野乡村,乡村旅游进入了一个高速发展的黄金时期。与此同时,乡村旅游供给结构暴露出来的问题却使得乡村旅游的发展进入一个瓶颈期。千篇一律的采摘园、“农家乐”缺乏新意,产品雷同;乡村文化遭受人为破坏,传统沦陷;政府缺乏相关政策支持,资金配套跟不上;专业人才缺失等供给侧方面问题严重。

2 乡村旅游供给侧方面的主要问题

2.1 生产要素供给问题 生产要素是指进行社会生产经营活动所需要的各种社会资源,主要包括劳动力、土地、资本、

基金项目 2016年安徽省教育厅质量工程卓越人才培养计划(2016zjjh017);2016-2017年度安徽行政学院专项课题(YJKT1617Z01)。

作者简介 周亚琴(1982—),女,安徽安庆人,讲师,硕士,从事旅游管理研究。

收稿日期 2017-10-30

技术、信息等。旅游生产要素是指发展旅游业所需要的各种投入^[3]。

2.1.1 乡村旅游发展的劳动力主要是指直接从事乡村旅游服务的从业人员,其素质的高低决定了其他生产要素的合理配置和使用效率。我国乡村旅游企业大多数是家族经营,人员缺乏旅游专业知识,而由于乡村工作和生活环境相对较差,又很难吸引和留住优秀的旅游人才,旅游人力资源的缺乏成为乡村旅游发展的严重障碍。

2.1.2 乡村旅游的初级生产要素——土地往往数量多、质量高,但是很多丰富的土地资源却没有得到合理的配置和利用,存在着闲置的问题,另外由于错误的资源驱动型旅游开发方式,往往伴随着乡村旅游大力发展的同时自然资源过度开发和环境污染问题也日趋严重。

2.1.3 乡村旅游的发展过程中,原生态旅游资源丰富的区域往往地处偏僻,人民生活水平低下,旅游基础配套设施薄弱,交通条件落后,政府相关配套资金严重不足,没有资金很难对乡村旅游进行科学的规划,即使规划做好了在具体建设中也是捉襟见肘。在对外招商引资中,因为旅游产业产出见效慢,也很难吸引外界投资。

2.1.4 科学技术是第一生产力,“互联网+”的时代背景下,乡村旅游的发展需要依赖新技术和信息,及时准确的旅游者需求信息是乡村供给方提供有效产品供给的前提条件,科学地利用网络进行乡村旅游营销是新时代的要求。而目前由于人才匮乏,农民科技意识不高,乡村旅游普遍缺乏信息平台,丰富的旅游资源宣传力度不够,导致乡村旅游供给模式单一,旅游者的消费诉求无法得到满足。

2.2 旅游产品开发问题 随着旅游者消费需求的日益个性化、体验化,人们开始对传统的单一观光型乡村旅游产品失去了兴趣,乡村旅游产品的核心特性应该是体现在其乡村性、文化性、生态性等,要打造具有旅游吸引物的乡村产品。

2.2.1 当前我国很多地区乡村旅游产品人工化、城市化倾向严重,使得城市旅游者回归农村难以找寻到所谓的“乡愁”,乡村旅游产品同质化严重,不能满足不同细分群体的旅游者的个性需求。同时,乡村是我国文化的发源地,它诞生了我国大部分物质文化和非物质文化遗产。文化是乡村旅游吸引游客的灵魂所在,而旅游的发展又能促进文化的传播。目前我国很多地区的乡村旅游产品开发还停留在自然资源的开发上,经营规模小、同质化严重、参与体验性差,没有形成高品位的文化类的产品开发体系。

2.2.2 走可持续发展道路不仅是我国未来经济发展的长期思路,也是旅游业发展的指导思想。生态环境是乡村旅游的依托载体,乡村旅游产品的开发要因地制宜,应适应本地区生态系统的属性要求。而目前一些地区片面追求乡村新奇、特的自然景观,引进外来物种,对本土物种带来生态风险。还有部分贫困乡村开发旅游产品仍以解决贫困为主要目的,无暇顾及生态环境的保护和科学循环,当地的自然生态系统无法消化大量旅游者带来的物质消耗,造成了对生态环境的破坏^[4]。

3 乡村旅游供给侧问题的对策研究

3.1 优化乡村旅游发展的生产要素供给布局

3.1.1 优化乡村旅游人才结构。市、县、乡镇政府处在乡村旅游管理的第一线,是乡村旅游的领导者,他们要根据地区实际发展需要制订乡村旅游人才培养计划,并纳入旅游发展整体规划中,以优惠的政策和良好的待遇吸引优秀的人才来为乡村旅游服务。还要推动对乡村旅游从业人员的培训,扩大教育投入,引导村民观念的转变,培养村民重视保护和利用旅游资源,可以利用扶贫资金开办免费的培训班,鼓励村民参加。加大同当地旅游院校的合作,号召旅游毕业生投入乡村旅游的建设中,选拔乡村旅游从业人员去院校培训学习,实现乡村旅游人才的可持续发展。

3.1.2 改革乡村旅游发展用地供应方式。十八届三中全会公报指出:“加强土地承包经营权流转管理和服务,建立健全土地承包经营权流转市场,按照依法自愿有偿原则,允许农民以转包、出租、互换、转让、股份合作等形式流转土地承包经营权”,这一改革措施是农村改革的重大突破。土地流转制度的实施,农民在合作开发中就可以用土地使用权作为资产进行出资入股、出租、包租等^[5],盘活农民土地资产投入乡村旅游的开发。目前我国乡村旅游开发中主要的土地流转方式有土地入股方式、土地出租包租方式和土地转承包方式。政府要积极促进土地流转法律制度的出台,确保在乡村旅游开发中农民享有土地流转增值收益,加大对乡村旅游资源的宣传,促使农民手中的土地资源能够被旅游开发企业所青睐,同时加强对农民有关土地权利常识的宣传,为农民在与开发企业签订合同时提供法律援助。

3.1.3 加强乡村旅游发展融资管理。资金缺乏已经成为制约乡村旅游发展的瓶颈,直接导致旅游接待设施和服务水平的落后,各级政府应加大对乡村旅游的资金投入,设立乡村旅游发展专项资金。关于新农村建设、交通、生态建设、生态农业等项目的专项资金应该向乡村旅游项目建设倾斜,对开展乡村旅游的经营户实行营业税减免,给经营户减负。而政府的资金是有限的,必须要进行多元化投资,通过招商引资吸引各方面的社会资金,如外资和民间资金,鼓励村民自发投资旅游项目。此外,要积极开拓多元化融资渠道,尝试建立专业性的旅游融资机构,开设乡村旅游产业基金,如向旅游企业征收发展基金,向社会公开发行基金受益凭证,吸纳社会居民资金,还可以鼓励规模较大的旅游企业通过上市、发行股票和债券来进行直接融资。

3.1.4 发展乡村旅游信息网络平台。旅游业是一个对信息高度敏感的行业,旅游产品本身的无形性、异地性、脆弱性等特点决定了其很适合网络电子交易的方式。一方面,旅游者可以通过网络了解旅游目的地的信息;另一方面,旅游经营者可以通过网络发布信息、销售旅游产品,向旅游者提供各种预订服务。同时,网络还为经营者和旅游者之间构建了沟通的平台,为实现旅游优质服务打下了基础。而乡村旅游的文化性特点决定了其更适应网络营销,互联网综合了各种大众传播媒体的特点,可以通过图、字、声、影将乡村旅游的非

物质成分,如民俗民风、道德文化、价值观传达给旅游者,以其独特的魅力吸引旅游者。

利用网络发展乡村旅游,必须先建立一个独具魅力的乡村旅游网站,全面推送准确具体的旅游信息,包括目的地的具体位置、特色、风土人情、旅游线路和攻略、报价等,以适应不同旅游者的信息需求。乡村旅游网站还应该是一个动态的双向信息交流的平台,能够进行良好的客户关系维护,比如在网站上建立客户档案,旅游者初次浏览时填写表格,留下个性化信息,到访后的旅游者可以加入本地乡村旅游的会员俱乐部,开展各种会员活动,联络感情。此外,在网站上还可以开辟各种旅游论坛,游客之间交流信息,向经营户提供建议,促进旅游服务水平的提高。

3.2 拓展乡村旅游产品开发思路

3.2.1 提升乡村旅游产品的开发层次。乡村旅游产品质量的提升首先要对产品宽度上做文章。目前我国乡村旅游产品开发比较单一,主要侧重于观光类产品,且这类产品也主要是农户家庭单位经营,对乡村的自然资源和文化特色开发不够。实际上乡村旅游产品的概念十分宽广,包括参与体验、休闲度假、商务会议、体育运动、修学度假等。因此,应该在全方位调研乡村独特的自然环境和人文环境属性的基础上,有针对性地开发设计多元乡村旅游产品,形成风格不同的多元化旅游产品体系,满足不同旅游者的需求,提升乡村旅游产品的活力和市场的适应性。

其次,从乡村旅游产品开发的深度上看,旅游者的旅游目的往往是复合的,他们在旅游过程中常会追求多种旅游体验。因此,在开发乡村旅游产品中要不断挖掘深度,促进多种内容和形式的乡村旅游产品进行组合,如乡村观光+体验、乡村商务+休闲、乡村修学+体育运动、乡村度假+技能培训等,使乡村旅游呈现出复合型产品特点,满足旅游者的深层次需求。同时,乡村旅游产品还可以与其他旅游产品结合。目前我国乡村旅游发展处于初级阶段,很多乡村并未成为远道而来的旅游者的唯一旅游目的地,仍然要依托于周边城市和知名景区的强大吸引力。因此,乡村旅游产品的开发应注重与周边区域的合作联动,开发城市+乡村旅游产品或者景区+乡村旅游产品,不断挖掘乡村旅游产品开发的各种可能性,吸引更多旅游者来乡村旅游。

3.2.2 突出乡村旅游产品特色。从国外乡村旅游发展的历程来看,乡村旅游实际是传统旅游产品的一种替代形式,它是在传统旅游市场竞争激烈和旅游者偏好变化的背景下产生的。在我国,“三农”政策更加促进了乡村旅游这一形式的快速发展。乡村旅游在整个旅游产品体系中有着独特的地位和鲜明的特点,体现在乡村性、文化性、生态性等。要想吸引更多的旅游者,乡村旅游产品的开发必须要在以下方面做文章。

乡村性是乡村旅游区别于其他旅游产品的本质特征,它是乡村明显不同于城市的文化基因,吸引着旅游者走进乡村

去亲密接触当地的自然和人文环境,在旅游产品开发中一定要凸显乡村性的特点,尽量减少人工化和城市化的痕迹。乡村性景观包括乡村景观意象和乡村文化意象^[6]。乡村景观意象是人们对乡村实物景观的认识,而乡村文化意象是人们对乡村文化的感知,是乡村旅游产品独特魅力的灵魂所在。因此,在开发设计乡村旅游产品时,要因地制宜地采用多种形式展示乡村文化,促进文化和旅游的融合,以文化来促进旅游,以旅游来保护文化,比如开展民俗风情表演、智能化的科技展示、馆藏式的物品陈列、交流互动式的情景再现等。只有这样的乡村旅游产品,才能独具魅力,保护乡土文化,促进旅游产业发展。

生态性是乡村旅游产品的主要特征之一,也是针对旅游者的主要吸引力。乡村生态环境是乡村旅游发展的基础,在乡村旅游产品开发中要重视对于生态环境的保护。第一,要充分发挥政府部门的作用,加强对于乡村旅游生产企业和当地村民的环保意识教育。当地的环保部门、旅游管理部门要经常性地公布环境质量信息及污染信息,使公众引起重视;依照农户习惯,通过广播电视、村里的宣传栏、传单等形式进行宣传教育,制定相应的政策、法规来约束乡村旅游产品生产企业的行为。另外针对游客在旅游过程中的道德弱化和破坏环境的种种不文明行为,可通过网络宣传、导游的生态宣讲、游客服务中心设置生态保护宣传牌等方式来进行教育引导。第二,乡村旅游产品开发中要科学规划,促进乡村生态环境和乡村旅游的协调发展。乡村旅游开发中树立环保意识,走可持续发展道路,在科学论证当地资源特点和环境承载力的基础上,重视土地、水、动植物和空气质量的保护,因地制宜地规划和设计乡村旅游产品。第三,利用科技力量,提升乡村旅游产品的生态环保性。政府部门要增加环保投入,加大与高校和科研部门的合作,研发适应乡村生态环境特点的新技术,乡村旅游产品生产企业要结合自身特点,引进环保新技术。如设立乡村旅游地的污水处理中心,实现达标排放和循环利用;在游客活动区域科学合理配置环保分类垃圾箱;在旅游公厕中采用生态分解技术促进排泄物的分解,节约水资源和避免环境污染;加强噪声检测,控制机动车的大量涌入,加大以电力、太阳能驱动的绿色旅游交通工具的使用等。

参考文献

- [1] 任能. 乡村旅游开发中的政府职能研究:以江苏省东台市甘港村为例[D]. 杨凌:西北农林科技大学,2016.
- [2] 张广海,高俊. 我国旅游业供给侧改革分析[J]. 经济与管理评论,2016(4):113-117.
- [3] 曾名芹,梁燕平. 生产要素视域下的广西乡村旅游精准扶贫思考[J]. 柳州师专学报,2015,30(6):40-43.
- [4] 王国丽. 关于土地使用权流转制度的思考[J]. 经济问题,1999(11):40-42.
- [5] 李开宇. 基于“乡村性”的乡村旅游及其社会意义[J]. 生产力研究,2005(6):107-108.
- [6] 熊晓红. 乡村旅游生态环境双重效应及其正确响应[J]. 技术经济与管理研究,2012(11):92-95.