

基于SWOT分析的山东省农业旅游研究

王文杰 (枣庄学院旅游与资源环境系, 山东枣庄277160)

摘要 采用SWOT分析法分析山东省农业旅游发展中的优势、劣势、机会和威胁,并提出了山东省发展农业旅游的对策和措施。

关键词 SWOT分析;山东省;农业旅游;对策

中图分类号 F592.3 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2007)21-06598-02

Agricultural Tourism in Shandong Province Based on SWOT Analysis

WANG Wenjie (Department of Tourist Resources and Environment, Zaozhuang University, Zaozhuang, Shandong 277160)

Abstract Shandong Province is an important agriculture and tourism province. With SWOT analytical method, in this paper agricultural tourism of Shandong province was analyzed, the advantage, weakness, opportunity and threat of agricultural tourism in Shandong Province were discussed and proposes the exploitation countermeasure of agricultural tourism in the area was proposed.

Key words SWOT analysis; Shandong Province; Agricultural tourism; Countermeasure

农业旅游是农业与旅游业相结合的产业组合,农业旅游的发展迎合了人们向往自然、回归自然的旅游需求,同时对于解决“三农”问题,培育农村经济新的增长点以及进一步做大做强旅游产业具有多方面的积极作用。农业旅游在我国已渐成气候,山东省是全国农业、旅游大省,农业旅游起步较早,但市场认知率不高。笔者运用SWOT分析方法分析了解山东省农业旅游发展的各项影响因素,对于山东省农业旅游的规划及其发展战略的制定均有着十分重要的意义。

1 山东省农业旅游发展的SWOT分析

1.1 山东省农业旅游资源优势分析

1.1.1 区域条件优势。山东省是中国主要沿海地区之一。从国际区位看,山东半岛是中国最接近日、韩两国的地区,具有得天独厚的对外开放条件;从国内区位看,东部的山东半岛隔渤海海峡与辽东半岛遥遥相对,西部内陆自北而南依次与河北、河南、安徽、江苏4省接壤。山东位于中国大陆东部的南北交通要道,京杭大运河和京沪铁路、京九铁路纵贯南北;胶济铁路横贯东西,蓝烟铁路穿行于半岛中部,形成纵横贯通的铁路网络;公路交织成网,其中高速公路通车里程2410.7 km,位居全国首位;山东现有港口26处,港口密度居全国之首。所有港口均对外开放,同日、韩等多数国家的主要港口均已通航;航空事业迅猛发展,现已建成包括济南、青岛、烟台3个国际机场在内的9处机场,开通国际、国内航线700多条,并开通了直飞日本、韩国、新加坡等国家和地区的国际航班,其客源市场非常广阔。

1.1.2 资源优势。山东省作为农业、渔业、水果大省,大力发展农业旅游,有着得天独厚的优势。据统计,目前山东拥有省级以上农业旅游示范点76个,国家旅游局公布的首批全国工农业旅游示范点名单中山东省包括:寿光高科技蔬菜示范园、潍坊金宝游乐园、昌乐尧沟镇农业旅游示范园等31个农业旅游示范点。农业旅游示范点数量已位居全国前列。在世界旅游组织专家为山东省所做的旅游总体规划中指出,山东人与山东人的生活是山东省一项宝贵的旅游资源,这在农业旅游发展中也有着重要地位。山东省农业旅游资源

大体可分为以下几类:一是农业观光型,如寿光蔬菜高科技示范园、烟台农博园、济宁高科技农博园、临沂盛能游乐园等;二是自然生态型,如济南南部山区、淄博原山、莱芜房干村等;三是农家民俗型,如潍坊杨家埠、聊城姜堤乐园、日照和长岛的渔村等;四是现代乡村型,如烟台南山村、威海西霞口村等;五是古村小镇型,如烟台牟氏庄园、滨州魏氏庄园、章丘朱家峪等。

1.1.3 政策优势。2006年9月,由山东省委宣传部、省旅游局主办的“山东快乐乡村游”大型新闻媒体采风活动正式启动,在启动仪式上,山东省旅游局局长表明在今后5年间,山东省将加速实现“大农业”与“大旅游”的有机融合,力争建成30个旅游强县。现在的山东省农业旅游在省委、省政府的大力推动下,正在如火如荼地开展。

1.2 山东省农业旅游资源劣势分析

1.2.1 在景点建设和项目开发上缺乏科学的规划,产品档次较低。

(1) 项目单一。由于忽视了农业旅游资源的综合开发,使农业旅游项目功能、内容单一,如观光果园只供游人观光、采摘果实,垂钓园只供钓鱼;民俗旅游产品多限于民俗文化村、民俗节庆活动项目、民俗博物馆等,开发的广度、深度不够。许多具有开发价值的资源未得到很好的利用,无法跟上现代旅游市场需求多样化、个性化的发展趋势。

(2) 开发方面项目模式雷同,盲目而缺少品牌。由于缺乏总体规划和产业分工,山东省各农业旅游区存在结构和活动项目雷同现象,没有突出的特色品牌,失去了对旅游者长期持续的吸引力。在农业旅游开发和经营中,经营者品牌意识淡薄,片面强调对乡村自然资源的开发,而忽视对乡村文化、民俗等具有文化内涵的产品进行开发,并且许多地区在开发中只考虑当前不顾长远,部分乡村在开发农业旅游时人工痕迹过于明显,城市化倾向严重,影响农村的特色。

1.2.2 产业规模小,基础设施、服务设施不完善。受农村土地分散、小规模经营方式的制约,农业旅游总体规模狭小,布局分散。根据国外的经验,农业观光旅游区在半径为29.5 km的区域内才可以发挥最大的经济效益。而目前山东省大多数观光农业区的面积小于这个数字,因而造成了游客较少的局面。另外,配套基础设施比较落后,有些景区住宿、餐饮设施以及周边地区卫生条件较差,且必要设备缺乏,尚未形

基金项目 枣庄学院优势培育学科自然地理学项目。

作者简介 王文杰(1981-),女,山东枣庄人,助教,从事旅游经济与管理研究。

收稿日期 2007-06-08

成参观、购物、旅游一条龙服务的产业体系,给游人带来了极大的不便。

1.2.3 从业素质与现代旅游服务要求断裂。就农业旅游发展状况来看,无论是农业旅游的管理者还是其他从业人员的经验都不足。从业人员缺乏系统培训,服务程序不规范,个别旅游区从业人员存在恶性竞争现象,管理人员少且许多旅游区的管理人员由村干部兼任和当地农民担任,低素质的农业旅游经营者和从业人员与农业旅游的迅速发展不相匹配。农业旅游大部分还处于粗放经营阶段,形成轻管理、低质量、低收入的恶性循环,严重制约了农业旅游的发展。

1.2.4 农业旅游项目受季节影响,忙闲不均。受自然气候条件、农事季节的影响,许多农业旅游具有明显的季节性。例如,观光果园在夏秋挂果期间游人如织,管理跟不上,乱采乱丢现象严重,而冬季则门庭冷落,旅游人数寥寥无几,设施大量闲置。

1.3 山东省农业旅游发展机遇

1.3.1 生态旅游、绿色旅游是世界旅游发展的大趋势。农业旅游本质上是一种生态、绿色旅游产品。随着对环境问题越来越高的重视,人们对自然环境的兴趣和环境保护意识不断增强,生态旅游受到国际旅游界的广泛推崇,成为近年来旅游市场中增长最快的一个分支。据世界旅游组织的估算显示,全球用于生态旅游的花费每年增长20%,大约相当于旅游业平均增长率的5倍。因此,山东省农业旅游的发展把握了世界旅游业的脉搏,迎合了世界旅游业发展的大趋势。

1.3.2 国家及地方对发展“农业旅游”的重视。1998年国家旅游局推出“华夏城乡游”的旅游主题,乡村旅游首次登上舞台;1999年的“生态旅游年”中,森林游、探险游、田园游等如火如荼地发展起来;2006年的旅游主题为“农业旅游年”,国家把农业旅游这一支旅游业中新的劲旅放在了重要的位置。一时间,各地都在围绕“中国农业游”主题重新定位和开发。如今,山东省正努力挖掘开发各种农业旅游资源,配合建设社会主义新农村的宣传,推进农业旅游的建设。

1.3.3 2008年奥运会将为山东省农业旅游发展提供新的引擎。山东作为北京奥运会的唯一伙伴城市所在省份,目前在奥运经济竞争中已经占据有利位置,奥运会将为山东省旅游业的发展带来千载难逢的机遇,同时也将为山东省农业旅游的发展提供新的引擎。奥运会对山东省旅游业发展的影响主要表现在以下几个方面:一是奥运会将有效地促进入境游客的持续巨量猛增。二是奥运会迅速提升了山东省的旅游品牌形象。在奥运会举办期间,举办地成为全世界瞩目的焦点,巨大的聚焦效应,成为举办地政治、经济、文化发展的巨大、最佳传播载体。三是奥林匹克提供了宣传、展示、交流的舞台,扩大了让世界认识、了解山东省的机会。还有奥运会期间的巨大媒体效应,尤其是国际游客的口碑效应,将显著地提高山东旅游品牌在欧美的知名度和美誉度,增加海外旅游者对来山东旅游的热情和期望值。并且,围绕奥运旅游,结合山东丰富的旅游资源,山东省旅游局已特别设计推出了农业观光之旅、古镇之旅等10条独具魅力的奥运旅游产品。

1.4 威胁

1.4.1 来自周边地区的竞争。河北、安徽、江苏等省市农业

旅游的发展也十分迅速,并且有的已经形成品牌,在全国具有较高的知名度。例如,河北秦皇岛市北戴河集发生态农业观光园,是以“三高”农业为基础,集观赏性、娱乐性、参与性等于一体的综合性农业观光游览区,已成为全国生态农业观光AAAA级景区;位于江苏无锡江阴的华西村农业旅游项目,依靠中国第一村的典型优势,围绕新农村特点,大力发展特色农村游,每年吸引了来自世界各地的大量游客。山东省农业旅游的发展一定要处理好与周边地区旅游产品的关系,要扬长避短,善于学他人之长,充分利用山东省的各种优势,努力提高山东省农业旅游产品的质量。

1.4.2 来自山东省内其他类型旅游产品之间的竞争。山东省旅游产品类型丰富,很多产品深受旅游者的喜爱,如山东一山一水一圣人旅游资源、山东美食等。山东省农业旅游产品一定要处理好与其他类型旅游产品之间的“竞合”关系,否则会形成竞争,阻碍农业旅游的发展。

1.4.3 各地区各自为政,缺乏协作。山东省各地市对当地农业旅游资源的开发,大多各成体系,近距离重复建设景点的现象时常发生,资源配置得不到合理的利用甚至浪费。同时,由于地方保护主义的存在,各自为了自身的利益,互相争夺客源、资源,形成了恶性竞争现象。

2 对策和措施

2.1 统一规划,打造品牌,增强竞争实力 农业旅游要走产业化的道路,实现可持续发展,必须在统一规划下进行整合。从省里到地方要根据相关规定,将目前分散在各个部门的农业资源旅游开发管理职能集中到旅游行政管理部门手中,凡涉及到农业资源旅游开发和经营方面的活动,首先由旅游行政管理部门对其规划、设计、论证后再由其他部门按照国家有关规章办理相关证照。各地区还须强化景区资源特色 and 文化的挖掘与包装以创立品牌,坚持因地制宜、合理布局的原则,坚持以文化升华、特色引路的思路,提高旅游文化品味,树立旅游品牌,推动山东省农业旅游的健康发展。

2.2 发展多样化旅游产品,控制市场 由于资源的相似,不少景区的开发项目单一,久而久之旅游者就会厌倦这种单一乏味的农业旅游。各景区可以充分利用农村地区的其他农业资源,也可以和其他旅游产品联合开发,这样各具特色、各有所强、各有所优的产品既可以形成综合优势,又可以有序地发展,更好地控制市场。

2.3 政府主导、多方投资,加强宣传 政府主导型旅游发展模式是国家或地方政府为给本国或本地区经济发展注入新的活力,在政府规划指导下采取各种措施,给予旅游开发积极的引导和支持。大力发展农业旅游面临着许多瓶颈,因此,政府必须发挥作用,协调各部门充分整合现有的各种资金渠道、互联网等资源,同时引进先进的管理技术、优秀的从业人才形成发展合力。另外,随着现代市场经济的发展,应该让资源走向市场,多方引资,让产品走出家门,广为宣传。

2.4 开发与资源保护相结合,走可持续发展的道路 许多地区的农业旅游条件特别优越,或有优美的自然田园风光,或有浓郁的地方特色,但受经济利益驱使,未制定有效的保护措施,使资源遭到严重破坏。另外,文化资源的脆弱性较

(上接第6599页)

强,更需要在开发过程中进行保护。所以,在农业旅游开发和发展中要坚持保护第一的原则,走可持续发展道路。

总之,各部门要通力合作,抓住机遇,在农业旅游备受重视的大好形势下努力使山东省的农业旅游蓬勃发展。

参考文献

[1] 毕洪文. 黑龙江省旅游观光农业的现状与发展趋势[J]. 中国农学通

报,2006(6):536-538.

[2] 关俊利. 浅析我国都市农业旅游的发展现状[J]. 咸宁学院学报,2006(5):32-34.

[3] 鲍春裕. 河南省农业旅游发展研究[J]. 中国农学通报,2006(9):553-556.

[4] 王兴水. 广州市农业旅游发展的SWOT分析[J]. 广东农业科学,2006(10):94-96.