

陕西农业生态旅游发展问题与对策

杨妮 李小明 樊亚琴 (杨凌职业技术学院, 陕西杨凌 712100)

摘要 农业生态旅游是一种新型旅游活动项目,它是当今旅游新需求的必然产物。在分析陕西农业生态旅游现状及问题的基础上,从旅游市场需求、市场优势等方面分析陕西农业生态旅游巨大的潜力市场,并提出相应的对策。

关键词 陕西省; 农业生态旅游; 问题与对策

中图分类号 F590.3 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2007)25-07909-03

Problems and Countermeasures on Development of Agro-ecological Tourism in Shaanxi Province

YANG Ni et al (Yangling Vocational and Technical College, Yangling, Shaanxi 712100)

Abstract Agro-ecological tourism was a new type of tourism item. And it was the inevitable outcome of current travel demand. Based on the analysis of the status and the existing problems of agro-ecological tourism in Shaanxi Province, the great potential market of agro-ecological tourism in Shaanxi Province was analyzed from the aspects of tourism market demand, market advantage etc.

Key words Shaanxi Province; Agro-ecological tourism; Problems and countermeasures

1 陕西农业生态旅游的发展与现状

1.1 萌芽阶段 此阶段属自发式模式,主导者为自发形成的个人或小组,旅游主题不是很明确,仅作为休闲调剂。这个阶段的市场特点为供求关系模糊,主要是资源导向。陕西农业生态旅游在此阶段的特征,是城市居民或郊县游客为满足个人需求,在假日休闲过程中进行的主要针对生态旅游资源(如朱雀森林公园、翠华山等)的游憩活动。这种资源导向萌芽阶段,主要以近程1日游为主,客源主要是都市或郊县自发形成的散客,表现形式为近程周末休闲度假旅游。

1.2 初级发展阶段 此阶段属自主式发展模式,中、小旅行社主动参与经营,出现了一定的旅游主题和活动安排。这个阶段的市场特点为以短期赢利为目的,主要是产品导向。陕西农业生态旅游的发展正处于这个阶段,即自主式初级发展阶段。西安市一些中、小旅行社设计了一些农业生态旅游项目,并以扶贫、水果采摘、河边垂钓为主题活动而展开。

1.3 成熟阶段 此阶段属开发式阶段模式,大型(旅游)企业集团开展与经营管理,有明确的主题和系列活动。这个阶段的市场特点为以长期投资收益为目的,主要是投资导向。陕西农业生态旅游的未来发展正是向着开发式成熟阶段而进行。陕西可借助于关中是中国农业重要发源地及中国农业硅谷杨凌农科城,积极吸引投资,进行农业生态旅游的开发。在突出项目的新、奇、特;注重游客的参与性;增强项目知识;产品设施生态化;绿色营销等原则的基础上,进行农业生态旅游的投资开发。

2 陕西农业生态旅游的地域特征

陕西位于我国中部偏西,地处亚热带、暖温带、中温带3个气候带,全省地形大致分为陕北高原、关中平原、陕南山地3种类型。复杂的地形条件,明显的过渡性气候,使全省形成了各具特色的农业生态类型及景观地域组合(表1),使得省内动植物资源丰富多样,其中植物资源是我国最大的“基因库”之一,也是拥有国家级自然保护区最多的省份之一。以上种类齐全、风格迥异的农业生态旅游资源为陕西开发农业生态旅游奠定了基础。

表1 陕西省农业生态旅游资源的类型

区域	自然条件	农业旅游的主要构成	依托城市
陕北	黄土高原	梁、塬、峁梯田耕园和沙地农业 信天游式的黄土风情文化 奇特的窑洞民居、乡村集市	延安、榆林
关中	渭河平原	喷灌农业带、瓜果园 动物养殖园、花卉苗圃 乡村剪纸、绘画工艺作坊	西安
陕南	秦巴山地	北方旱地与江南水田作对比 农、林、牧交叉的山区立体农业 南北兼具的文化特征及民俗	汉中、安康

陕西农业生态旅游的地域特点,决定了农业生态旅游在不同地域空间上的表现,即地域模式。从其模式来看,陕西现阶段的农业生态旅游主要是依托城市型。目前,陕西省农业观光及农业科技示范园多位于城市近郊,城市经济实力雄厚,农业科研院所以及院校众多,科技力量强,从而为农业生态旅游的发展提供了充足的客源及科技实力。比如西安北郊与杨凌,依托城市生态环境的巨大屏障和花卉林果带,发展观光、科普、娱乐、购物等1日游。又如西安、宝鸡、延安、汉中、安康等城市的周边地区开发的“当一天农民”、“茶叶采摘加工”、“中小学生学习科普教学”等活动。

3 陕西农业生态旅游存在的问题

3.1 观念落后 由于我国的城市化进程相对于发达国家较缓慢,13亿人口中仍有9亿多农民,人们对农村环境比较熟悉;更是由于长期以来,人们认为农业仅为满足人们的温饱而存在,而对农业的多种用途并未加以考虑,忽视了农业的旅游功能。这在陕西也不例外。即使在旅游界的决策层中,一些领导人对农业生态旅游也是漠然处之,正是这种观念没有得到及时转变,极大地限制了陕西农业生态旅游的发展。

3.2 资源开发不够 花卉园、租赁果园、租赁花圃、租赁菜地、民俗观光村、民宿农庄开发较少,耕作、栽培等农事活动及民俗资源开发不够。

3.3 缺乏协调 目前,陕西一些农村、郊区搞的农事节,乡村集镇,很多是本着“旅游搭台,经贸唱戏”的宗旨,没有把旅游作为主角,也没有把旅游者作为真正的促销对象,与旅游部门缺乏必要的沟通与协调。其实,要把农业生态旅游资源开发为旅游产品,并要使产品通过促销为旅游者所接受,成

为商品,必须要农业部门与旅游部门联手,共同促进地方经济发展。

3.4 淡旺季反差明显 农业生态旅游资源的季节性变化(例如花草的冬枯夏荣、果木的春华秋实),引起旅游吸引力的季节性差异。例如杨凌农科城仅在农贸洽谈会期间游人如织,而在平时则门庭冷落,造成旅游设施的极大浪费。

3.5 综合性不强 许多农业生态旅游项目区的功能单一,对游客的吸引力有限,难以满足游客的多种旅游需求。例如观光果园除可供游人观光、采摘以外,缺乏其他设施和功能;垂钓乐园除可供游人垂钓外,不能提供其他服务。此外,相邻农业生态旅游项目区之间协作不够,综合性不强,难以形成功能互补和群体优势。

4 潜力分析

4.1 从旅游市场需求分析 旅游市场需求是在一定时间和区域内,在特定的旅游营销环境和营销方案的作用下,特定的旅游群愿意购买的产品和服务的总量。农业生态旅游的兴起,可概括为旅游需求和旅游供给两方面的影响,供需双方的因素都给农业生态旅游发展注入了强劲的动力,使得生态旅游以不寻常的速度在全球发展。据生态旅游市场调查分析得出:对生态旅游感兴趣的人正由高文化层次旅游群体向较低文化层次旅游群体转移,即生态旅游正向大众旅游市场普及。而以生态旅游为主题的农业生态旅游市场也正处于向大众旅游市场的转型期。随着世界经济的发展,旅游水平和旅游形式也在不断的提高和改变。现代旅游已从传统的观光型旅游日益转变为休闲旅游,“采菊东篱下,悠然见南山”是现代休闲的一种倾向。随着我国国民经济的发展,人均收入水平的提高,旅游需求也在迅速增加。我国1994~1996年的国内旅游调查资料(表2)表明:近年来,我国国内旅游收入和人数都在以较大幅度增加,城市和农村居民的旅游费用均有所提高,旅游率逐年上升。受市民的经济承受能力和度假时间的影响,国内旅游目前突出的特点是短程旅游需求急剧升温。

表2 1994~1996年国内旅游状况

年份	旅游收入 亿元	旅游人次 亿人		出游率 %		人均花费 元	
		城市	农村	城市	农村	城市	农村
1994	1 023.51	2.05	3.19	75.76	34.31	414.67	54.88
1995	1 375.70	2.46	3.83	91.00	41.20	464.02	61.47
1996	1 638.78	2.56	3.83	91.00	41.20	534.10	70.75

注:资料来源于1995~1997年中国旅游年鉴。

目前,我国城市居民的旅游需求、旅游愿望和现状的差距是较大的。根据吴必虎等对上海市民近程游憩的现实行为和期望行为的调查显示,旅游愿望占期望行为的比率高达35%,而现实行为不到5%,两者的差距明显。当然,造成这种差距的原因是多方面的,其中城市近程旅游景点的缺乏是不可忽视的原因之一。农业生态旅游的发展恰好适应这方面的要求,特别是我国城市人口比重大,农业生态旅游的国内旅游市场潜力十分巨大。

4.2 陕西发展农业生态旅游市场优势 种类齐全、风格迥异的农业旅游资源为陕西农业生态旅游奠定了资源基础。陕西自然条件地域差异大,农业发展特色明显,发展农业生态旅游潜力大。较为成熟的客源市场为陕西农业生态旅

游的开发创造了最佳时机。随着收入的增加和休闲时间的增多,久居城市的居民总希望能暂时摆脱都市生活,千篇一律的观光旅游已不能满足这一要求,而能重温幽静田园风光、体验农耕生活的艰辛与乐趣的农业生态旅游项目,将吸引大量城市居民的到来,城市居民成为农业生态旅游的重要客源市场。另外,深入农村参观名山大川,名胜古迹的国际、国内游客,他们在一定程度上也愿意参与具有浓郁地方特色的农业生态旅游项目,这一客源经适当开发,也会成为陕西农业生态旅游中一支不可忽视的客源市场。农业生态旅游投资优势为农业生态旅游开发提供了资金保障。农业生态旅游开发选址所需土地的地价相对便宜,可就地取材,利用现有的农田、果园加以美化和修饰,免去复杂的工程建设,启动资金少,建设工期短。同时农业生态旅游发展的效应是多层次的,一是作为特殊农业收入,二是发展旅游带来的旅游收入,三是综合经济收益。农业生态旅游投资少,见效快的优势为农业生态旅游的开发提供了资金保障。

5 对策分析

5.1 以市场为导向,分阶段开发农业生态旅游资源 农业生态旅游是一种特殊的旅游产品。在制定规划时,应以市场为导向,遵循一定的开发原则,以减少或避免投资的盲目性。从陕西省的资源特色和客源目标市场定位角度出发,可将陕西农业生态旅游的开发分为两个步骤:一是积极发展资源富有特色的城郊。这一类地区主要在旅游城市附近,适合居民二日游。应结合城市的菜篮子工程以及城市居民消费潮流,发展种植、养殖、垂钓、园艺等旅游项目。就陕西而言,应把关中农村地区作为开发重点,开发出如西安城郊果园耕作采摘区,蔬菜瓜果种植区,动物饲养区,长安桃花园区,户县农民画区,临潼仿秦耕作区等。二是对资源有特色、条件不成熟的农村地区,做好开发前的准备工作。这类地区的资源富有特色,但由于交通不便或附近没有旅游景区,不能迅速开发,如陕北的黄土高原及陕南山地。对这类地区应做好开发前的准备工作,统一部署,待条件成熟,即可逐级开发。具体是:做好资源调查;定位客源市场;加快交通等基础设施建设;提高当地有关部门的旅游经营意识。

5.2 提高认识加大投入 正确认识农业生态旅游是旅游业发展的一个新方向,开发农业生态旅游对陕西的重大意义。为促进陕西农业生态旅游的发展壮大,必须加强宣传。首先要提高公众对农业生态旅游功能的认识,使人们认识到田园、农庄也可以如名刹古寺一样让游客修心养性,耕作、采摘、捕鱼等农事活动,也可像开碰碰车一样休闲、放松身心。其次,要使公众认识到农业生态旅游是都市居民休闲旅游的一个重要方向,使“回归大自然,享受田园之乐”逐步成为新的旅游时尚。同时,农业部门与旅游部门应联手搞开发,针对旅游者搞促销,使农业生态旅游资源在开发的基础上,真正成为旅游商品。在宣传促销、提高公众对农业生态旅游的认可度与参与程度的同时,增强政府和社会各界对农业生态旅游投资的积极性和参与意识,加大陕西农业生态旅游开发的资金投入,建立一批上规模、上档次的农业生态旅游项目区,进而带动陕西农业生态旅游的全面发展。

5.3 综合开发,发挥群体优势 综合开发农业生态旅游资

源,是指在同一区域内开发各种类型的农业生态旅游资源,发展多种类型和方向的农业生态旅游项目,促进农业生态旅游的多样化发展。陕西可在现有旅游热点,配套农业生态旅游项目,优化旅游产品的组合与结构,提供综合性产品。在临潼、乾县、扶风、西安近郊,可考虑与农业生态旅游项目组合成适销产品,形成群体效益。用原有旅游项目带动周边地区的农业生态旅游项目,而由于新添了农业生态旅游项目,也会增加原有旅游项目的客源。除此之外,杨凌农业示范区及各地市政府所在地,也可建立现代农业园区,配套古农业、传统农业展区。

5.4 因地制宜,设计多样的农业生态旅游项目 农业旅游的开发应立足当地资源,因地制宜,开发地方特色浓郁的农业旅游项目。就陕西而言,应突出陕北奇特的窑洞民居,信天游式的黄土风情文化,关中古老农耕文化以及杨凌农科城的特色。在农业生态旅游项目的开发上,可考虑在杨凌设立古代农业展览、传统农业演示及现代农业示范区。在古代农业展厅可展出各种古代农书、古代农具;原产于中国的农作物、蔬菜、花卉树木种植园;使游客在石窑、庵棚里燃篝火自炊,烤玉米、烤红薯、烤昆虫、烤鱼等,领略一番先民的原始饮食生活。在传统农业演示里可提供关中农耕活动场景、特色民居及具有当地特色风味的农家饭菜。现代农业示范区可使游人在短时间内领略到较为完整的现代农业全貌,并使其受到教育启发,也便于观摩、仿效,推动现代农业技术的普及。

5.5 开展主题旅游,解决旅游淡季问题 为减少农业生态旅游的季节波动性,就必须开发农业生态旅游淡季的替代资源,开展专题旅游活动是解决农业生态旅游淡季问题的主要方式。一方面,可开展农事活动与民俗文化表演等专题旅游项目,例如,堆麦垛本是农忙时节的农事活动,可在农闲时开展堆麦垛比赛;也可根据当地农村居民娱乐休闲习俗设计和表演一些节目,如扭秧歌、踩龙船等。另一方面,可开展地方特色的节庆活动,如陕北可举办民间剪纸节,陕南安康地区可组织龙船赛、冬泳等活动。

5.6 加大开发力度,优化营销策略 在产品的开发方面:一要注重精品化和层次化。陕西农业生态旅游具有一批优势很强的项目。在精品化上,旅游项目及线路的设计上应要求步步细节到位,施工认真细致,同时配备完善的解说系统,使游客能全面认识。层次化方面,陕西的农业生态旅游产品应

形成森林观光旅游、农家一日游、探险旅游、农村留学、休闲保健等多个层次,相应的专项旅游产品。二要在做好旅游产品开发的同时,还应研制开发科技含量高、市场竞争力强、地方特色鲜明的旅游商品,以满足游客的需要。可推出:具有鲜明的地方特色生态旅游纪念品。如以太白山植物为原料,像蝴蝶、昆虫等,经过特殊的化学处理,制作出精美的实用纪念品,如钥匙扣、书签、发夹、标本等。旅游生态食品、保健品系列。如森林山珍野菜,像长安板栗、陕西秦椒;中草药如太白山手掌参、商洛天麻等;陕西青茶如子午仙毫、白河炒青等都可推出。在营销策略方面:可以为农业生态旅游进行企业形象(Corporate identity, CI)设计。农业生态区CI是一种推出新开发农业生态区并进行包装的行之有效的方法。同时,通过客源市场的公众识别、旅游形象的定位、市场行销渠道、公关活动等途径,为农业旅游导入、实现CI战略,建立具有知名度、美誉度、信任度、重游期望值高及具有较强市场竞争力的农业生态旅游区。同时可策划设计各种时令促销节、传统节日、农事活动等,营造出明确而又迎合公众心理要求的形象、气氛,使用一定的传播程序(即以逐步加强与重复出现相结合的宣传手段),把农业生态旅游区推向市场,形成轰动效应和持续效益。

6 结语

随着陕西旅游业纵深发展,陕西应积极地开发自然旅游产品,充分认识陕西发展农业生态旅游的巨大潜力,发展陕西生态旅游资源的优势。特别是城市居民对“休闲热”、“生态热”的渴求,使农业生态旅游的发展成为必然。因此,陕西发展农业生态旅游是一个长远、可行及有效的投资。

参考文献

- [1] 阎锋. 观光农业旅游——旅游百花园中的一枝新秀[J]. 北京第二外国语学院学报, 1999(2): 91 - 95.
- [2] 舒伯阳. 中国观光农业旅游的现状分析及前景展望[J]. 旅游学刊, 1997(5): 41 - 43.
- [3] 严艳. 陕西省农业旅游资源开发探析[J]. 西北师范大学学报: 自然科学版, 2000(3): 73 - 74.
- [4] 张青年, 杨云. 农业旅游资源开发研究[J]. 湖北大学学报: 自然科学版, 1999(4): 405 - 407.
- [5] 李乃英. 陕西观光农业旅游资源开发探析[J]. 国土开发与整治, 1999, 9(2): 1 - 3.
- [6] 杨玉莉, 赵敏敏, 雷韵. 对开发云南生态农业旅游的思考[J]. 经济问题探索, 2001(1): 119 - 121.
- [7] 张艳芳, 李开宇. 中国发展观光农业的资源分析及对策[J]. 人文地理, 1999(1): 62 - 63.