

休闲农业产业的发展现状·存在问题及对策研究

唐步龙 (淮阴师范学院经济管理系, 江苏淮安 223300)

摘要 休闲农业是一个新兴的产业, 对于提高农民收入, 建设新农村具有重要意义。笔者对目前中国休闲农业产业规模、产业分布、发展模式进行调查, 结果发现休闲农业仍存在产业作用不显著、定位不明确、人才短缺、游客集中、品牌意识不强、经营管理水平不高、缺乏配套政策等问题, 并提出了相应的政策建议。

关键词 休闲农业; 现状; 问题; 对策

中图分类号 F590.7 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2008)28-12447-04

休闲农业是指利用田园景观、自然生态及环境资源, 结合农林渔牧生产、农业经营活动、农村文化及农家生活, 提供民众休闲、增进民众对农业及农村之生活体验为目的之农业经营。休闲农业作为一种产业, 兴起于20世纪30~40年代的意大利、奥地利等地, 随后迅速在欧美国家发展起来。目前, 日本、美国等发达国家的休闲农业已经进入其发展的最高阶段—租赁。而我国的休闲农业, 作为一个新兴的产业, 虽然发展前景较好, 但是, 经过20多年的建设, 其发展仍处于起步阶段, 在产品、经营、管理等方面存在的问题较多, 在一定程度上阻碍了产业竞争力, 与新农村建设的要求也不相适应。

1 中国休闲农业的发展现状

1.1 中国休闲农业产业规模 20世纪90年代中国休闲农业开始发展, 到21世纪初, 休闲农业已进入一个全面发展时期, 旅游景点增多, 规模扩大, 功能拓宽, 分布扩展, 呈现出一个良好的发展新态势。目前, 全国休闲农业特色农户(农家乐)已发展至150多万家, 具有一定规模的休闲农业园区发展至12000多家, 直接从业人员近300万人, 年接待游客7亿人次, 年经营收入达900亿元左右^[1]。目前, 休闲农业产业几乎各县都有, 在东部沿海城市郊区尤为多见。仅绍兴一县, 休闲农园到2007年就有48家, 其中从投资规划看, 100万元以下的7家, 占15.2%, 101万~500万的23家, 占50.0%, 500万~1000万的8家, 占17.4%, 1000万以上8家, 占17.4%。从经营面积看, 23.2 hm²以上的有20家, 最大的达280 hm²; 从实际投入看, 已经有资金投入的占总数的3.5%, 其中投资100万元以下的27家, 占58.7%, 投入101万~500万的15家, 占32.6%, 500万~1000万的1家, 占2.2%^[2]。

中国休闲农业产业已成为农业和农村经济发展的亮点之一, 彰显广阔的发展前景, 必将成为中国特色农业现代化建设和农民增收的重要举措。当前应着力解决好基础设施条件差, 人才队伍短缺, 规划滞后, 特色不突出, 管理不规范, 服务水平不高等问题。

1.2 中国休闲农业产业分布 2004年和2005年, 国家旅游局共评选出农业旅游示范点359处。其中, 农业观光旅游点112个, 占31.20%; 农业科技观光旅游点60个, 占16.71%; 农业生态观光旅游点56个, 占15.60%; 民俗文化旅游点20个, 占5.57%; 休闲度假村(山庄)26个, 占7.24%; 古镇新村

39个, 占10.86%; 农家乐18个, 占5.01%; 自然景区28个, 占7.80%。从东、中、西三大区域分布来看, 中国东部地区100个, 占49.76%; 中部地区65个, 占32.1%; 西部地区38个, 占18.7%。从省、市、区分布来看, 最多的是山东55个, 占15.32%, 江苏43个, 占11.98%, 辽宁34个, 占9.47%, 贵州18个, 占5.01%, 安徽、四川各17个, 分别占4.74%, 河北15个, 浙江、广东14个, 山西13个, 河南12个, 广西11个, 内蒙古、新疆各10个, 黑龙江、重庆各9个, 北京、甘肃各7个, 湖北、云南各6个, 江西、上海各5个, 其余均在5个以下。

1.3 中国休闲农业产业发展模式 中国目前休闲农业发展的模式多种多样, 主要包括连片开发模式、“农家乐”模式、农民与市民合作模式等。

1.3.1 连片开发模式。以政府投入为主建设基础设施, 带动农民集中连片开发现代观光农业。政府投入主要用于基础设施, 通过水、电、气、路、卫生等基础设施的配套和完善, 引导农民根据市场需求结合当地优势开发各种农业休闲观光项目, 供城市居民到农业观光园区参观、休闲与娱乐。该模式依托自然优美的乡野风景、舒适怡人的清新气候、独特的地热温泉、环保生态的绿色空间, 结合周围的田园景观和民俗文化, 兴建一些休闲、娱乐设施, 为游客提供休憩、度假、娱乐、餐饮、健身等服务。主要类型包括休闲度假村、休闲农庄、乡村酒店。该模式在全国各地尤为常见。如上海市郊区、北京市郊区、南京市郊区基本上都在采用该开发模式。

1.3.2 “农家乐”模式。“农家乐”模式是指农民利用自家庭院、自己生产的农产品及周围的田园风光、自然景观, 以低廉的价格吸引游客前来吃、住、玩、游、娱、购等旅游活动。主要类型有农业观光农家乐、民俗文化农家乐、民居型农家乐、休闲娱乐农家乐、食宿接待农家乐、农事参与农家乐。如成都近郊郫县友爱镇农科村就是该经营模式的典型代表。该村原有农户310户, 总人口650人, 总耕地面积45 hm², 在农业观光旅游发展鼎盛时期, 村旅游接待点共128个, 年均接待游客量达50万次以上, 旅游年经营收入达2000余万元^[3]。目前“农家乐”模式主要提供餐饮服务, 在浙江绍兴县, 以娱乐(如垂钓)、农家特色餐为主的休闲农庄, 占调查总数的41.3%。

1.3.3 农民与市民合作模式。在农民承包地合理流转集中后, 建立休闲农园, 以“认种”方式让城市居民委托农民代种或亲自种植花草、蔬菜、果树或经营家庭农艺, 使消费者共同参与农业投资、生产、管理和营销各环节, 与农民结成紧密联结关系, 体验和参与农业经营和农事活动。该模式最早出现在20世纪90年代的苏州未来农林大世界, 当时称为“市民

作者简介 唐步龙(1973-), 男, 江苏沭阳人, 博士, 讲师, 从事产业经济与农村发展方面的教学科研工作。

收稿日期 2008-08-11

农园”，将土地分割为50 m² 一块，向城市居民招租；后来在不同地区演变成多种类型的经营方式，如市民种植纪念树、纪念林、市民租赁农舍经营农家乐等。根据2006年最新调查，在苏州旺山休闲农庄，农户将自家住宅的一楼租给城市人来经营餐饮农家乐，租金年收入能达到5万元^[4]。

1.3.4 产业带动模式。休闲农园首先生产特色农产品，形成自己的品牌。然后通过休闲农业这个平台，吸引城市消费者来购买，从而拉动产业的发展。在这类园区，游客除了餐饮旅游，还带回土特产品。如浙江稽东镇的山娃子农庄，100元门票，除50元中餐费，游客在离开农庄时还可带回价值50元的一只土鸡和特色高山蔬菜。园区经营者在该基础上，注册自己的品牌，在自己的种养基地自种蔬菜，自养家禽，并在城里设定销点，或与一些企事业单位挂钩，直销时鲜产品。该模式深受城市市民的欢迎。在浙江绍兴县的调查中，采用该模式的园区占总数的37%^[5]。

1.3.5 村镇旅游模式。许多地区在建设新农村的新形势下，将休闲农业开发与小城镇建设结合在一起。以古村镇宅院建筑和新农村格局为旅游吸引物，开发观光旅游。主要类型有占民居和占宅院型、民族村寨型、古镇建筑型、新村风貌型。如济南市先后重点建设了13处中心镇和30个重点镇，充分利用小城镇周围的风光名胜和人文景观，大力发展休闲农业。其中历城区仲宫镇、柳埠镇等一批近郊小城镇，已成为城市居民观光、娱乐、度假的休闲农业基地^[6]。又如南京市金桂园农庄开发公司，也正在南京郊区桥林镇结合新农村建设而发展休闲农业。他们试图先将农村居民迁移到集中居住点，以提高农民生活品质 and 卫生条件，然后利用空出的宅基地开发休闲农庄和庭园经济，发展休闲农业。

1.3.6 休闲农场或观光农园模式。近年来，随着我国城市化进程的加快和居民生活水平的提高，城市居民已不满足于简单的逛公园休闲方式，而是寻求一些回归自然、返朴归真的生活方式。利用节假日到郊区去体验现代农业的风貌、参与农业劳作和进行垂钓、休闲娱乐等现实需求，对农业观光和休闲的社会需求日益上升，使我国众多农业科技园区由单一的生产示范功能，逐渐转变为兼有休闲和观光等多项功能的农业园区。主要类型有田园农业型、园林观光型、农业科技型、务农体验型。如北戴河“集发农业观光园”、北京“朝来农艺园”、上海“孙桥现代农业开发区”、苏州“未来园林大世界”、珠海农科中心示范基地等，也都吸收了国外休闲农场或观光农园的很多经验和设计理念。

1.3.7 科普教育模式。利用农业观光园、农业科技生态园、农业产品展览馆、农业博览园或博物馆，为游客提供了解农业历史、学习农业技术、增长农业知识的教育活动。农业园主要类型有农业科技教育基地、观光休闲教育、少儿教育农业基地、农业博览园。如农业科技园区作为联结科教单位科研成果与生产实际的重要纽带，为农业科技成果的展示和产业孵化提供了实现的舞台。目前我国的一些大学或科教单位建立的农业高新技术园区，与国外的农业科技园区模式极为相似，园区的建立为科教单位和入园企业科技产业的“孵化”和“后熟”，提供了重要的基础平台，大大促进了农业科技成果的转化和辐射推广。

1.3.8 民俗风情旅游模式。民俗风情旅游模式即以农村风土人情、民俗文化为旅游吸引物，充分突出农耕文化、乡土文化和民俗文化特色，开发农耕展示、民间技艺、时令民俗、节庆活动、民间歌舞等休闲旅游活动，增加乡村旅游的文化内涵。主要类型有农耕文化型、民俗文化型、乡土文化型、民族文化型。

2 休闲农业发展中存在的问题

休闲农业的开发，实现了效益农业、生态农业、观光农业的协调发展，有利于促进农村经济的增长，是推动区域经济持续发展的有效途径。但由于理论认识的不足和实际操作的不到位，尚存一些问题和不足。

2.1 休闲农业产业在国民经济中的地位和作用尚未突显

休闲农业在欧美等经济发达国家产生，是缘于这些国家二战后农业普遍萎缩，为了解决萎缩农业问题，而寻找到了被誉为“为疲惫农村注入的强心剂”的农业发展新生机。可以说，突破农业困境，寻找农业新生机也是推动我国休闲农业产业发展的最根本原因。随着经济的发展，人们的生活方式和消费方式逐渐由劳动型转向休闲型，对观光旅游的需求不断增加，为休闲农业的发展提供了可能。与此同时，城市人口的快速增长使得公园绿地休闲活动空间与设备不足，工业化与机械化使得人们的闲暇时间增多，人们对休闲游憩的需求增加，加上道路交通的改善，公共运输及私人车辆的普遍化，都促进了休闲农业产业的发展。

休闲农业的发展是解决“三农”问题的有益探索，是拉动内需的加速器，在整个国民经济发展中具有重要和特殊的地位，但是目前其所起的作用和发挥的功能还相当有限，说明休闲农业产业自身的可持续发展还有待时间的检验。

2.2 缺乏定位 首先，各地的休闲农庄，几乎都是清一色的建几间小木屋，种些果树，特色不够明显，经营的项目绝大部分都是农家餐饮、垂钓、观光、休闲，农庄之间不能有效地实现协调发展；其次，目前的休闲农庄带动产业的项目很少，即使有带动的，范围也非常有限。

2.3 人才缺乏 多年来各地农村的劳动力特别是有文化的年轻男性劳动力大都流向城市，导致农村劳动力趋向老龄化、女性化，农业后继无人已成为农村发展的一大难题。由于留在农村的劳动力能力相对较弱，普遍缺乏开拓能力，从而阻碍农村劳动生产率的进一步提高。目前农村较多家庭更多依赖“农外”收入，纯农收入的比重明显下降，结果导致农业经营日益粗放，土地生产率和利用率相对较低。

2.4 游客集中的市场问题 游客集中是指游客选择时间的集中和游客群体的集中。根据同济大学袁胜军等人的调查，上海游客选择农业休闲游的时间大多集中在法定假日和周末，各景点双休日和法定假日住房基本饱和，而平时入住率徘徊在30%左右。法定假日选择农业休闲旅游的主要是自驾车族，且以家庭和亲戚朋友为单位；而在双休日，则是单位客户和家庭客户为多。其他城市的休闲农业，该状况更为明显。苏州未来农林大世界，在双休日，4 000~5 000人/d访问园区是常有之事，但在工作日，则往往门可罗雀。游客的过渡集中，使农业休闲设施的利用效率大大下降，增加了接待成本。

2.5 休闲农业经营管理问题 目前,休闲农业所在区域是农民集中区域,一些乡镇为增加政府收入,政策向开发商倾斜,而开发商不顾环境污染,随意处置生活垃圾,不顾农民利益,随意压低农民用工和农产品价格,侵害了当地农民的利益,造成不好的社会影响。另一方面各个景点是由不同组织形式投资经营的,各个景点的经营思路、规划等差异很大,要想统一休闲农业旅游市场难度很大^[7]。各休闲农业景点之间缺乏有效的沟通和协调,不能发挥群体优势,也不便解决共同存在的问题。导致恶性竞争和景点建设质量的降低,从而使休闲农业在总体上缺乏吸引力。

2.6 休闲农业的品牌化意识不强 虽然我国相当多的城市日前在开发休闲农业资源的过程中,有各种各样的品牌理念,有的品牌甚至已经有一定的知名度,如四川成都的“五朵金花”。但在优化经营资源,创造强势品牌意识方面,与发达国家的休闲农业旅游品牌相比较还较大的差距,国内绝大多数休闲农业基本上还没有品牌化意识。没有品牌就意味着没有特色,顾客也就没有挑选的余地。如果休闲农业能形成在竞争中合作,在合作中竞争,那么就可以创造和诱导游客需求,达到游客能在不同的休闲场所品味不同特色的产品和服务,实现不同休闲场所和游客多赢的品牌营销策略。当然,这是日前我国休闲农业产业发展所不具备需要尽快完善和改造的。

2.7 对休闲文化理念发掘不够 挖掘农业文化内涵,开展多种经营,提高参与性,延长产业服务链。农业是一种文化,农村饮食、穿着打扮、节庆、婚嫁、房舍建筑、民歌民谣、古传工艺等乡土文化的差异对都市居民具有较强的吸引力。据有关资料调查表明,在发达国家休闲农业是一种较高层次的、稳定性较强的主要休闲方式之一,其最稳定的客源主体是受教育水平较高,经济条件也比较好的人。他们选择休闲农业,主要是在寻找净化空间和淳朴的传统文化氛围。日前,我国城市居民具有的共性特征为很大一部分都市居民曾与“三农”有千丝万缕的联系与怀旧情结。

从现实情况看,国内休闲农业能够合理挖掘农业文化内涵的还不多,这也是很多休闲农业没有文化底蕴的根本原因。虽然在传统文化上我国主要以儒家、道家、佛家文化为主,但在不同地区、不同民族所体现的农业文化差距很大,但各城市在发展休闲农业时盲目跟随的现象比较普遍,难以满足游客的需求,也难以真正达到休闲、娱乐、体验的多重功效。

2.8 是缺少配套政策 休闲农业要进一步发展,尚需在信贷、税收、用地、土地流转、建房等方面予以明确,并出台相关的配套政策。

3 对策建议

针对上述的现状描述和问题分析,可以看出,要促进我国休闲农业的健康发展,应重点考虑以下几点对策建议。

3.1 加强休闲农业产业理论研究 建议政府加强有关理论的研究,从学术和政策研究的角度考察休闲文化、休闲经济、休闲产业的概念、它们之间的变量关系,以及它们与社会的关系。对基础性的问题进行系统、科学、规范的论证,诸如:我国休闲农业产业、休闲农业经济的划界和统计模型;休闲

农业产业与经济结构、与消费政策、产业政策、宏观经济规划、劳动就业、劳动时间的关系及其对策的问题;转型期我国城乡居民休闲时间的利用、特点及存在的问题;休闲农业产业相关社会支持系统的现状、特点及趋势的问题;休闲农业产业在我国社会经济发展中所处的位置、比重的问题;休闲农业经济在整个宏观经济中的比重问题;休闲农业旅游的文化价值和人文关怀的意义问题等^[8]。为推动休闲农业产业发展,建议成立专门的休闲研究机构,在高等院校开设休闲专业,对上述课题进行调查、分析、研究并提出相应的对策。

3.2 统筹规划,恰当定位 发展休闲农业首先要因地制宜,搞好总体规划。要根据当地的自然资源特点及人文特点,结合当地农产品的特色,树立品牌,开展形式多样的活动,挖掘其蕴藏的文化资源。要通过建立示范基地、特色园区等,与当地的旅游景点连线联网,将发展休闲农业与发展旅游有机结合起来,把休闲农业纳入到大旅游业当中去通盘考虑。达到自然景观、人文景观和农业生产、园林景观在整体上的和谐与统一。其次,休闲农业的项目规划应根据市场的需求,在体现地方特色的基础上不断创新,应遵循奇趣性、参与性、益智性、多功能性,体现对农业资源的充分整合功能。第三,制定休闲农业规划时应体现四个结合:一是与当地人文背景、自然资源的结合;二是与农产品生产基地,生产、加工企业的结合;三是与新农村新面貌、小城镇建设的结合;四是与其他旅游景点的结合。加强休闲农业与其他行业的相互渗透,增强其辐射带动能力,使休闲农业形成一个与周围环境紧密相联的共同发展产业。带动相关产业,搞活地方经济,致富农村百姓。

3.3 挖掘休闲农业产业的文化内涵 将休闲上升到文化的范畴,是指人在完成社会劳动时间后,为不断满足人的多方面需要而处于的一种文化创造、文化欣赏、文化建构的生命状态和行为方式。休闲的价值不在于实用,而在于文化。休闲是有意义的、非功利性的,能给人一种文化的底蕴、支撑人的精神。休闲是一种对社会发展的进程具有校正、平衡、弥补功能的文化精神力量,包括情感、理智、意志、生理、价值、文化及所有组成行动感知领域的一切,也包括生活方式、价值观、语言、思维方式、角色定位、世界观、艺术、组织等等。休闲取决于每个个体的经济条件、社会角色、宗教取向、文化知识背景及类似的因素。因此,发展休闲农业,必须重视挖掘休闲农业的文化内涵。

3.4 加强休闲农业产业的科技创新 休闲农业是休闲与农业的有机结合,把农业生产搞好是休闲农业的关键。要充分利用地势资源、环境资源和丰富的水域资源,大力发展有特色的名优新特农产品。有条件的区域,要积极引进先进、优良的适合观光休闲农业发展的水果、蔬菜、花卉和其他观赏植物,引进工厂化生产农业种植模式和栽培技术,提高观光休闲农业的科技量。

3.5 延长休闲农业产业的产业链 日本开发休闲农业始创于20世纪70年代,但近些年才真正大规模发展。近年日本农业外受贸易自由化、内受农业兼业化、人口老龄化的压力,不得不在开拓农业的观光休闲功能、提高农业的多重效益上

找出路,频频推出故里观光、假日亲子团旅游、家庭自然体养、牧场生活体验等休闲活动。目前,日本休闲农业发展已涵盖观光性牧场、渔村、果园、花园、农园、森林自然保护区等领域。新加坡自建国以来,政府就人力倡导花园城市运动。20世纪80年代起,政府又创立十大农业科技园。经过近30年的创建,通过加强城市建筑物垂直绿化、美化,发展绿地网络,建设50多个公园,使现代化大城市巧妙地融合于大自然风光中。在欧美国家,休闲农业发展也具特色、规模。例如:美国华盛顿开辟10多处大型郊游区,供游钓、野营、骑马等郊游活动。法国巴黎城郊建有许多观光果园,专供游客观光、尝鲜、品酒休闲。英国伦敦城郊沿绿环带建有一大批公园和野餐地,供市民游憩。台湾省的休闲农业始创于20世纪70年代后期,通过开放农园供游客观光、品尝并自销农产品。目前台湾休闲农业进一步围绕经济、生态、游憩、保健、教育、社交等多功能进行综合开发,推出了一系列经营项目^[9]。借鉴国外休闲农业发展的经验,我国应抓住农业转型的契机,在郊区适当区域、适当地段适时科学合理的发展休闲农业,并不断延伸休闲农业产业链条。

3.6 加强人才培养,提高产业竞争力 在确保休闲农业发展生产基础设施的同时,多层次、多元化地培养下一代年轻农业骨干是至关重要的。可以借鉴日本农业发展和日本专家的建议,应拓宽视野,采取综合措施,多管齐下寻找出路:一是设定确保休闲农业继承者的专业基金会,多方筹集资金,以培养骨干、提高务农者劳动素质,推广普及农业科技、吸收非农人员从事农业等;二是针对休闲农业劳动的实际情况,发挥女性的作用,充分发挥女性能力和开展或活动创造必要条件;三是通过推进研修教育、低利资金的融通、优惠提供土地和信息的网络化等,使本来是农家出身但在农业以外行业就业的优秀人员重返农业,同时吸引非农出身的人加入从事农业的行列;四是由各级政府和农协举办形式多样的农业科普知识、技术讲座等,在社会上形成热爱农业、关心农业、理解农业、支持农业的良好风气;五是重点投资,注重培养一批既懂农业技术,又会经营管理,更善于搞好销售流通的复合型人才,以适应现代农业发展的需要。

3.7 加强制度和组织建设,完善管理体制,保护农民利益 在依靠自身的经济规律,市场化运作的基础上,可以组

建休闲农业协会,通过制订协会章程,以行业自律行为,相互监督,规范内部经营机制,同时开展业务培训,相互交流经验,进行农庄间的互助协作,在不断提高服务质量、不断扩大产业规模,不断吸纳农民就业及增加农民收入的进程中,不断发展壮大,保护农民利益,真正做到致富一方。

3.8 注重营销策划,加强市场推广 根据调查,参加休闲旅游的群体主要是学生和上班族,所占比例分别达到调查样本的37.3%和45.9%。农业休闲旅游的营销,应把目标客户主要锁定在这两个群体上。此外,调查还发现,约46.4%的游客是通过朋友介绍来了解休闲农园的,而通过媒体广告了解的仅占28.3%,这说明休闲农业园区的营销者,应该高度注意园区自身的口碑。在交通方式方面,约有50%的游客喜欢旅游专线方式和定点接送,其次是自驾车,比例有20%,只有18%的游客愿意通过公共交通工具自行前往,这说明如果要进一步扩大休闲农业市场,开设经过景点的旅游专线车辆接送服务非常重要。在市场调查谈到“为什么不愿意参加农业休闲游”的理由时,大多数(57.69%)接受访问者认为农业休闲旅游景点没有吸引力,这进一步说明了当前的休闲农园在营销策划方面的不足,需要引起足够的重视。应将营销策划放在园区建设之前,并贯穿于整个农业园区的建设和改造的过程。

参考文献

- [1] 冀献民. 中国休闲农业的现状与趋势[J]. 中国农学通报, 2007(12): 456 - 460.
- [2] 郑雨尧, 姜钰华, 陈国定. 休闲农业发展的实证研究——以浙江绍兴县为例[J]. 农业经济, 2006(6): 31 - 33.
- [3] 姜太碧. 成都市近郊观光农业调查报告[J]. 西南民族大学学报: 人文社科版, 2006(4): 152 - 154.
- [4] 李彩霞, 周林. 苏州农家乐调查报告[R]. 南京农业大学农业园区研究中心, 2006.
- [5] 王圣军, 刘继平. 城郊休闲农业的发展存在的问题与对策建议[J]. 农村经济, 2007(2): 110 - 113.
- [6] 董伟. 济南市休闲农业发展现状分析及前景展望[J]. 山东林业科技, 2006(3): 90 - 91.
- [7] 张定, 陈宗元. 江苏观光农业新观察[J]. 江苏农村经济, 2005(10): 20 - 21.
- [8] 马惠娣. 21世纪与休闲经济、休闲产业、休闲文化[J]. 信息空间, 2004(7): 13 - 16.
- [9] 陈美云, 何娉. 台湾休闲产业的发展——试与西方发达国家相比较[J]. 山东农业大学学报: 社会科学版, 2005(3): 77 - 80.

参考文献

- [1] 路丽, 刘金铜, 李红军, 等. 太行山丘陵区观光农业区域规划与发展模式构想——以河北省为例[J]. 中国生态农业学报, 2005(1): 192 - 194.
- [2] 田逢军. 近年来我国观光农业研究综述[J]. 地域研究与开发, 2007(2): 107 - 111.
- [3] 周舜年, 陈励颖, 谢志忠, 等. 观光休闲农业发展的相关理论问题探讨[J]. 中国农学通报, 2007(12): 371 - 375.
- [4] 付华, 吴雁华, 穆建怡. 中国休闲农业的特点、模式与发展对策[J]. 中国农学通报, 2007(12): 442 - 446.
- [5] 赵淑玲. 河南省观光农业的发展问题研究[J]. 河南师范大学学报, 2002, 29(2): 39 - 41.

(上接第12446页)

修边幅、礼貌不周、衣冠不整等,不断提高经营管理者水平和从业人员的素质,提高休闲观光农业的服务质量和规范化运作水平。农业旅游项目大多位于农村或城郊,基础设施建设往往滞后,因而应加大道路、旅馆、餐厅、通讯、厕所等基础设施建设,改善传统农村脏、乱、差的局面。必须确保在食、住、行方面适应游人对卫生、安全的要求,并在该基础上突出购、娱、游等要素的农味。