

# 关于提升休闲农业旅游地生命力问题的初探

作者：苑伟娟

## 一、问题研究的背景和缘由

我国休闲农业旅游是近几十年来兴起的一种旅游形式，是在传统农业基础上发展起来的与现代旅游业相结合的一种农旅交叉产业。我国内地在 2007 年旅游业总收入达 1540 亿美元，其中有 400 亿美元是乡村休闲农业旅游的收入。2007 年的 3 个黄金周期间，城市居民选择休闲农业和乡村旅游的约占 70%，每个黄金周休闲农业和乡村旅游吸纳游客超过 6000 万人次。

我国休闲农业旅游在快速发展的同时也出现了许多问题，诸如各区之间产品雷同，盲目重复建设，很多地方不是在原有农业的基础上进行休闲农业旅游的开展，而是政府或个别企业想当然的圈一片地之后就在此建休闲农业旅游地，没有真正以原有农业为依托，反而成了部分政府重要的形象工程，再加上管理体制的问题，使得很多投资庞大的休闲农业旅游地面临经营的困境，休闲农业旅游地生命力问题一直困扰着休闲农业旅游地的进一步发展。如北京海淀区的“锦绣大地”农业企业，游客很少，景点几乎没有活力。这说明休闲农业旅游地只有保证其持续增长的生命力，才能持续不断的吸引大量游客。如何保证休闲农业旅游地的生命力？本文在刘滨谊教授的风景旅游地生命力研究的基础上，对休闲农业旅游地生命力问题进行初步探讨，不断完善旅游地生命力理论同时，以最终达到提升休闲农业旅游地生命力为目的。

## 二、休闲农业旅游地生命力内涵

### （一）旅游地生命力理论

有关旅游地生命力，刘滨谊认为“风景旅游地生命力指在单位时间空间内，使风景旅游地建设发展超越常规、非机械性增长，现状条件等客观因素往往退居次要地位，并持续推动风景旅游地发展增长变化的力。”李轶轮、蔡光宇、朱元恩等都从各自理解的角度给出旅游地生命力的概念。综上可知，旅游地生命力是一个变化的、保证景区平衡的力。

### （二）休闲农业旅游地生命力理论

休闲农业旅游地生命力指的是使休闲农业旅游地的建设发展能保持持续增长发展变化的力。在农业旅游资源、区位、旅游设施、形象、服务、管理等多种因素的综合作用下，休闲农业旅游地获得社会、经济和环境利益并保持其农业生产及旅游的功能上可持续发展的综合能力。

休闲农业旅游地的生命力表现在如下方面：休闲农业旅游地是在原有农业资源基础上开发出有别与其他农业旅游地特色的休闲旅游产品；休闲农业旅游地产品具有较强的参与性和互动性；休闲农业旅游地是良性循环，使生态环境和经济效益达到可持续发展。

现今，我国很多休闲农业旅游地不是依托原有的农业基础，而是另立门户使得休闲农业旅游地的开发资金过于庞大，回收非常缓慢，大家都在比较前期的投入看谁投入的更多，其实往往陷入一个误区。

## 三、休闲农业旅游地生命力的构成因素

休闲农业旅游地生命力的构成因素分为内在影响因素和外在影响因素两大部分。其中，内在影响因素为休闲农业旅游地原有资源状况、区位条件、设施状况、人力资源、定位特色和形象吸引力、产品的体验

性及新颖性、管理规划等。外在影响因素为休闲农业旅游地受经济、社会、环境、宣传营销等方面的影响。

### （一）内在影响因素

1、旅游地区位。休闲农业旅游地建立之初最先考虑因素应当是选址。选址必须要从市场的角度考虑。其客源地主要在城镇，吸引对象为城镇居民。根据吴必虎提出的环城游憩带理论，城市居民大多选择环城游憩带内（大中城市周边地区 200 公里左右以内的范围）的度假设施进行短期近途度假。休闲农业场地比较适合的位置是距离城市中心 50-200 公里的地方。另外，休闲观光农业的布局也可以依托景区，选址在知名度较高的风景名胜区周边，作为该景区的卫星景点，以延长游客的停留时间。

2、特色资源与创新性产品。要使休闲农业旅游地保持极强的生命力就需要依靠自身资源特色，开发创新性产品。要充分挖掘当地的特色资源和民俗文化内涵，根据当地资源及乡村文化特色设计有主题特色的新颖的休闲农业旅游体验参与活动，通过拟定参与体验活动的主题，塑造正面印象来加深游客的不同印象体验。并保证体验产品在设计 and 游玩中的卫生、无污染、环保等。在体验产品设计中应多加入感官的刺激（视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉）来使游客增加体验的力度，产品有“货架期”，加入科技含量的产品设计，并适时进行产品更新和换代。这是休闲农业旅游地生命力的保障因素。

3、旅游设施状况。休闲农业地区大都位于城市郊区 农村，这要加强公共基础设施建设才能加大休闲农业旅游地生命力的筹码。要解决好 交通、通讯问题，与交通部合作，开辟旅游专线，为城市市民出游提供方便。要完善水电设施，供水设施要达到卫生标准。要与村庄改造、建设规划相结合，搞好居民点道路规划，合理开发和利用土地，改善生态环境。

4、旅游地形象定位。休闲农业旅游地根据自身资源特色和产品特点，首先要找准自身可能的竞争优势，选出竞争优势，推出与竞争对手不一样的特色差异进行差异化定位，并及时将自己的定位传达给目标消费者。最终在消费者心目中树立自己休闲农业旅游地形象，设计出形象定位图案和标识等。如 台湾 飞牛牧场诉求的飞蝴蝶和乳牛的定位，就是非常成功的形象定位。

5、科学 规划与管理。休闲农业旅游地要遵循因地制宜原则、生产与旅游兼顾发展原则、开发和保护相结合的原则、创新性原则等来进行休闲农业旅游地的规划布局，并将其规划与农村规划相结合，针对地域特征进行独特规划。休闲农业旅游地要建立起完善的管理体系，包括管理机构和管理制度两部分。如建立旅游投诉机构、宣传营销机构、人员培训机构等。旅游地的管理制度如岗位责任制度、设施设备管理制度、员工 教育 培训制度等。

6、人力资源。目前，休闲农业旅游地经营管理人员，大多是原来从事农业生产、加工、营销的工作人员，对旅游业缺乏管理经验。因此休闲农业旅游地要积极进行员工理念的培训，留住人才。要多聘请相关的大学教授专家指导，同时借助休闲农业旅游协会或学会的力量，储备相关的深入懂得休闲农业旅游的人才银行。

### （二）外在影响因素

1、经济 因素。休闲农业是建立在社会经济 发展 的基础之上的，只有当社会经济发展到一定水平，休闲农业的发展才具有更大的潜力。地区经济发展的快慢也制约着当地休闲农业 旅游 地生命力的强弱。

2、社会因素。休闲农业旅游地应尽量联合 企业 和当地人民一起来开展，调动农民积极性，农民的事

情多让农民来搞，农民的钱自己赚，其中，政府要起到引导作用。我国有些地方上的休闲农业旅游地仍旧是地方政府进行投资，如各地的林业局和农业局等。大量投资建设后，闲置在那里却不知如何进行盈利及保证休闲农业旅游地客流量，这需要我们的政府要适时转换角色，将休闲农业旅游地以包装销售的方式，以先进的经营理念进行休闲农业旅游地的运营，提高休闲农业旅游地的生命力。

3、环境因素。休闲农业旅游地良好的环境本身就是非常重要的资源，如良好的水质、空气质量、声音环境质量及高的森林覆盖率等都是吸引游客的重要因素，是旅游地可持续发展的保障；另外，经营者的环保意识，如污水处理、固体废弃物处理率等问题都可以作为外资影响因素，影响到休闲农业旅游地的生命力。

4、旅游地市场宣传。休闲农业旅游地要对游客消费行为进行分析，针对不同社团、年龄层及教育程度的游客采用不同的销售手段。根据资源特色，规划设计体验活动。依据成本及竞争两大因素，同时根据休闲农业提供的产品与服务品质，合理订定价位。要善用推广策略，慎选媒体，以最低成本达到最高的促销效果。

#### 四、提升休闲农业旅游地生命力的对策

导致休闲农业旅游地生命力不强的原因有很多，根据休闲农业旅游地生命力理论及其构成因素分析，来进一步提升休闲农业旅游地的生命力。

##### （一）合理规划开发

休闲农业的目标市场主要是城市。研究城市市场需求、规模及变化，是休闲农业发展的关键。观光农业要顺应城市居民回归自然，崇尚绿色的心理需求来进行旅游开发，必须依托一个或几个大中城市才能生存，必须以特定的资源条件和客源市场为基础，不能盲目开发。休闲农业旅游地的开发，要针对地方现有资源背景，以现有农民接受的技术为背景不能大而全，不能什么都有。开发中要讲究自然，保持最佳生态位，要防止不引导、不规划、不设计。

##### （二）开发特色突出的产品

当今我国的休闲农业旅游，由于科学技术、形象塑造、农业生产规模、产业链等达不到档次，导致产品缺陷太多。发展休闲农业旅游应力求展示最具特色的农业技术和农业成果，设计出富有创意，多种类型、风格的参与性活动和产品，以满足不同游客的需求，如设计出娱乐型、教育型、休闲型的休闲农业旅游产品。并在此过程中加入主动解说设计，使游客在旅游过程中形成互动，使游客旅游之后对旅游地有丰富的认识、增强体验、敞开思维等功效。这样休闲农业旅游地产品设计则更能赢得好的口碑，吸引更多的客人。

##### （三）根据优势资源进行旅游地形象定位

现在多数休闲农庄都未很好地进行形象定位，这样就淹没在众多的休闲农庄当中。国内的休闲农业园区大多数没有对自身特色做出相对应的宣传，一些地方在休闲农业开发建设上脱离了朴素、自然、协调的基本原则，贪大求洋，建筑物富丽堂皇，脱离农家特色，还破坏了当地资源和环境。因此，要根据自身优势进行独特的市场定位。

#### （四）进行整体规划和管理

休闲农业旅游地规划方面出现一种普遍现象，即每一个休闲游乐区或休闲农场所推出的休闲产品与服务皆大同小异，毫无特色可言，无法满足消费大众的休闲游憩需要。因此要做好整体规划，要做到整合资源，确保投资主题明确，规划风格和思路鲜明。管理上，我国休闲农业旅游地的发展要朝知识化、精致化、体验化的方向努力，这就要求管理体制和体系做出相应的调整，同时加强相关产业链的交流合作，这样即使休闲农业旅游的淡季也能保证休闲农业旅游地的盈利来源。

#### （五）完善基础设施，增加可进入性

完善基础设施，主要是搞好交通、通讯、供水、排水、供电、环境治理、安全保障等，并规范住宿设施、饮食设施、卫生设施、安全设施等建设标准要求，做到设施齐全，标准规范。另外，由于因大多数农业旅游地在城市周边，所以要增加交通工具，保证游客方便进入。

#### （六）加大宣传，促进销售

为扩大游客市场，休闲农业旅游地要增加营销投入。利用各种宣传媒体，如广播、电视、报纸等进行宣传促销。利用农村节庆假日，组织观光旅游，举办展览会和科普培训等活动进行宣传。加强与旅行社的合作，与周边景点、景区相结合，扩大旅游市场，以吸引更多的游客。

#### （七）提高从业人员的素质

要重视员工教育、重视员工技能和服务意识的提高，并通过各种激励手段来带动员工的积极性，使员工的服务水平跟的上休闲农业旅游地的发展。

#### 参考文献：

- 1、刘滨谊,蔡光宇.风景旅游生命力研究与应用——以菊花岛风景旅游区规划生命力分析评价为例[J].华中建筑,2004(5).
- 2、李轶轮.风景旅游地生命力组织[D].同济大学,2005.
- 3、蔡光宇.景观与旅游地生命力研究[D].同济大学,2004.
- 4、朱元恩,吴倩妮.旅游地生命力理论研究[J].地理与地理信息科学,2008(3)