

内涵,突出乡村文化的特色,要留住乡村“质朴”与“闲适”,守护人性的纯洁与精神的归属,加快培育与养成符合现代价值取向的“乡绅”,凝聚乡村发展的精神力量。通过文化创意、文化包装、文化经营等方式精心打造文化主题型乡村旅游产品,充分体现对村落物质、非物质文化遗产及传统文化的传承,全力保护古村落、古民居、古建筑、古名树和民俗文化,在旅游发展中严格监控乡村节事活动泛滥化、表演化、商业化,靠传统的“自然时令”和“村寨节事”调节工作节奏,避免汲汲逐利化和过度紧张化。

乡村旅游的发展,将以“乡愁”的情愫、“故园”的记忆凝聚人心,新旧相融、古今对接,使乡村精神内核更加丰满、神采更加灵动,构筑创新发展的文化空间。让广大村民享受到现代文明丰硕成果的同时,在田园牧歌的情境中延续乡土文化和生命活力。

我们期待,未来,乡村旅游能更好地促进城乡融合发展,乡村将不再因自卑而躲藏,也不再为逐利而迎合,城乡共生共荣共享,乡村有更丰富的业态、更优化的环境,生活在这里更有尊严和品质,一个富庶、便捷、质朴、闲适的乡村,让村民“诗意地栖居”,让游客“走心”地回归。

期待“村长”比“市长”更有荣誉感的一天早日到来!

(作者系华中师范大学教授、博士生导师,中国旅游研究院武汉分院院长;收稿日期:2018-04-10)

文化创意助推新时代乡村旅游转型升级之路于秋阳¹,冯学钢²

(1.上海社会科学院应用经济研究所,上海 200020;

2.华东师范大学工商管理学院,上海 200062)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2018.07.002

乡村旅游是农村一二三产深度融合,农业、旅游、文化“三位一体”,生产生活生态同步改善的重要载体,也是实施乡村振兴战略的重要抓手。随着城市居民“看山望水忆乡愁”需求的日益旺盛,为更好地满足人民对乡村美好生活的向往,传统的乡村旅游亟待创新思维,优化供给,在与文化创意的融合共生中,探索新的“打开方式”。

一、文化创意是乡村旅游转型升级的重要突破口

“文化创意产业”是将资源、经济、文化、技术等有机融合的新兴产业。作为产业分工和价值链的上端,其诞生之初就富含鲜明的自我革新特色,推崇创新和创造力,强调文化对经济的支持与推动,

具有高渗透性、高融合性、高增值性的突出优势。随着产业规模和关联辐射范围的不断扩大,文化创意与旅游业的融合力度与溢出效应不断增强。

1. 文化创意引领乡村旅游新消费。最新统计显示,2017年我国居民恩格尔系数为29.3%,消费结构升级步伐加快,旅游消费在趋于“刚性”的同时,也在个性化、品质化、体验化等维度不断呈现出新的特征。文化创意植根于体验经济和注意力经济,呼应新消费时代对“消费者价值”的核心追求,通过文化性、特色化、多样化的乡村创意理念与创新实践吸引旅游凝视,通过激发和满足多元乡村体验需求唤起旅游者的情感共鸣,从而引领传统的乡村商品消费向乡村服务消费、乡村情感消费、乡村生活消费等领域拓展,实现乡村旅游消费的规模扩容与满意度提升。

2. 文化创意优化乡村旅游新供给。近年来,随着全域旅游的深入推进与政策红利的加速释放,乡村旅游已成为遍地开花的新风口,但同时也暴露出“产品单一、创新不足、文化内涵薄弱、服务质量不高”等发展不平衡、不充分的问题。文化创意是乡村旅游产业的新驱动力。作为一种灵活性的文化、智力资源和技术手段,其通过要素整合与多元融合促进乡村旅游跳出传统“旅游供给六要素”的小循环,加速乡村形象重塑与产品服务更新,丰富产品供给模式与消费者过程体验,从而促进乡村旅游产业实现从要素依赖到创新驱动的阶段性跨越,实现从粗放型到集约化的转型与质效提升。

3. 文化创意促进“新三农”同步振兴。党的十九大强调,乡村振兴战略要坚持农业农村优先发展,着力实现“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总目标。将文化创意的创新思维与发展模式融入乡村旅游的新发展:从农村层面,有利于促进乡村文化的创新传承与乡村基础设施、公共服务和生态环境的更新;从农业层面,有利于激活新要素,推出新产品,加快传统农业现代化,提高农业附加值,培育农业增效和农民增收新动能;从农民层面,有利于通过乡村创客激活农村的创新创业氛围,增加农民“在家门口就业创业”的机会,促进农村人力资源回流与新型职业农民培育,切实从人本出发寻求“空心化”问题的突破;通过构筑“农村发展、农业转型、农民致富”的良性新生态,促进“新三农”同步振兴。

二、文化创意驱动乡村旅游实现四大转型跨越

文化创意作为乡村旅游内生增长的新动力,通

过乡村双创、技术创新和全域渗透,不断破除乡村旅游发展中的人才、技术与空间约束,助推产业发展转向与跨越提升。

1. 注入文化灵魂,从原真性到活态化,塑造乡村独特IP体系。文化灵魂是乡村旅游的精髓。“乡愁”从传统意义上是一种情怀表达方式,从受众来看,面对品质不佳的乡村旅游产品与服务,“不计成本”的怀念与追溯,一定程度上仅存在于特定年龄与特殊成长经历的群体。新消费时代的旅游客群跨越50后到90后的“全年龄”人群,与其他旅游产品消费无异,乡村旅游产品的品质、功能、获得感依旧是绝大多数消费群体的普遍追求。因此,对乡村文化遗产和记忆场所的“原真性”保护固然可贵,但要实现“乡愁”在现实意义上的文化价值,则需要“活态化”的内容与载体,有赖于文化创意的转化与传承。在这一过程中,文化创意的核心优势在于运用多维视角和多元手段,挖掘、提炼乡村文化的“地方性”精神内核和表征符号,构建、演绎乡村文化的主题形象和特色品牌,从而形成乡村旅游独有的人格化、故事化IP及其衍生体系;通过构建与消费者之间的“共创价值”塑造乡土文化情怀和乡村生活魅力。对乡村文化的主题凝练与活态化呈现,是文化创意融入乡村旅游的首要功能,也是乡村旅游的核心魅力。台湾的文创农业十分注重文化主题的凝练,以其特色民宿为例,苗栗的民宿主打客家风情,宜兰的民宿以田园乡村为主题,垦丁的民宿强调南洋异国休闲风,而花东民宿则充满了奔放的原住民文化激情;主题演绎与地方性特色文化的融合使得当地特色民宿具有了天然的品牌感召力。

2. 深化“文创+”,从要素整合到业态升级,激活乡村旅游全产业链。乡村旅游的发展历经农家乐1.0时代和休闲度假2.0时代,已步入以“乡村生活体验”为标志的乡村旅居时代。这一阶段,农业生产与文化观光、休闲体验、度假康养、亲子娱教的互动融合,结合“文创+”的科技、文化、艺术手段,创意农业、创意农艺、乡村创意节事、乡村创意餐饮的形式不断更新,田园综合体、民宿、特色小镇、农场农庄等新业态和产品受到热捧。同时,在现代分工和产业融合的推动下,凭借“文创+”要素吸纳、重构与再生产能力,乡村旅游逐渐形成了就地生产、就地转化和就地消费的高附加值的全产业链条。位于台南的台一生态休闲农场就是向全产业链延伸的成功一例。农场前身为台一种苗场,从2001年开展农业观光开始,不断拓展休闲农业与乡村旅游的业态

与功能,促进生活、生态、生产的有机融合,已经发展为集有机农作物种植采摘、花卉造景、乡间住宿、农事体验、花园宴会、自然生态教育、亲子娱乐等于一体的“标杆式田园综合体”。

3. 丰富演绎手段,从传统营销到沉浸式体验,创造情怀消费溢价。产业链上附加值较高的环节在“微笑曲线”的两端,即设计端和销售端。依据这一理念,对乡村旅游的表现形式和消费模式的创意设计与创新演绎,有助于促进乡村旅游运营模式的革新。这与新消费时代的旅游者在体验更注重内容的情感化、空间的场景化和渠道的便捷化等特征不谋而合。可见,运用“全时空”“全渠道”理念,打造乡村旅游的“沉浸式体验”,将终端消费变成生活方式的过程体验,有助于提升乡村旅游的盈利空间。具体而言,从消费内容上,依托四季品牌节庆推出主题化的乡村旅游活动,有助于带给旅游者“难以复制的体验”;从消费空间上,通过智慧化、人性化设施与公共服务将乡村旅游功能区与生活空间有机贯通,有助于营造主题公园化、场景化氛围;从消费渠道上,线上线下、虚拟化技术的运用,有助于赢得更大范围的消费客群。位于日本的箱根牧场就十分注重让游客获得牧场生活的“沉浸式”体验,深受亲子旅游者喜爱。游客可以与小动物亲密接触,或直接参与为奶牛挤奶、施肥、收割玉米等农场劳作,其绿色有机食品也获得了消费者的认同。

4. 促进乡村更新,从景观美化到氛围营造,提升乡村美好生活品质。文化创意具有天然的景观美化功能,有助于整合和重塑乡村的景观资源和环境氛围。在乡村旅游发展的全域化和旅游需求的品质化趋势下,融入了文化创意的乡村旅游空间和生活社区也成为极富吸引力的特色地标。首先,从乡村风貌更新来看,文化创意设计有助于体现乡村的特色场所精神,从形态上更好地延续乡村文化肌理,传承乡村文化记忆,凸显乡村文化符号。其次,从乡村内在品质来看,文化创意的特色表达与乡村旅游硬件设施的融合,凸显着温情的人文关怀,如旅游动线引导、地下通道、旅游厕所、残疾人标识、垃圾桶等。再者,从文化创意的“智慧”特色出发,通过与个性化、便捷化、智能化的乡村公共服务相结合,有助于建设文明的乡村旅游氛围和主客共享的乡村美好生活空间,从而进一步提升旅游者和当地居民的幸福感和获得感,建立高品质、有温度的乡村旅游感知形象。以台湾飞牛牧场为例,围绕“亲近自然、亲近动物”的“牧之美”主题特色,从景

区规划、入口设计、建筑工艺、设施用材、手绘标识、景观小品等无不透露着亲近自然的情怀,文创手法细腻而精致地营造出和谐美好的氛围。

(第一作者系该所副研究员、硕士生导师,第二作者系该院院长、教授、博士生导师;收稿日期:2018-05-16)

旅游型乡村建设要素与乡村振兴战略要义

黄细嘉,赵晓迪

(南昌大学旅游研究院,江西南昌 330031)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2018.07.003

在社会发展中,因生产模式、土地利用形式、人口密度、生活方式等的差异,人类聚落常常被分为城市和乡村两种类型。乡村是人类文明的起源,文化的滥觞,尽管其发展具有明显时代烙印,但人们对美好乡村的追求始终不渝。乡村振兴战略的提出,旨在推动新时代农村一二三产融合发展和农业农村现代化。旅游型乡村致力于乡村价值再造,弥补因生产要素组合差异而产生的城乡差距,促进“三农”整体和城乡融合发展,实现乡村振兴。

一、旅游型乡村要素与乡村振兴要义的匹配度

旅游型乡村建设是基于乡土元素、立于旅业要素、成于市场因素的乡村建设模式,以其具乡土特征的生态环境、人文民俗为基础,以“三农”资源为依托,激活农民生产力、延长农业产业链,实施环境景观化、村落优美化、生活体验化、居民好客化、服务功能化,发展乡村和农业旅游,实现生态宜居、产业融合、农业发达、农村繁荣、农民富裕。

乡村振兴的核心要义是“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”。产业兴旺是乡村振兴的支撑要素,着力于开发农村新产业、新业态,促进一二三产融合发展^①;生态宜居是乡村振兴的基础要素,致力于农村生态环境的优化与居住环境的美化;乡风文明是乡村振兴的精神要素,立足于乡村人文生活和人-地-物关系的和谐共生;治理有效是乡村振兴的支持要素,侧重于乡村治理结构和农村管理机制的完善;生活富裕是乡村振兴的目标要素,落脚于经济发展成果惠及亿万农民。

旅游型乡村建设要素与乡村振兴战略要义具有极高匹配度。首先,均要求多样化生产要素的投入,使乡村以农业为主的传统产业结构,转化为多种产业并存或产业融合,可谓不谋而合。其次,均将自然生态和传统文化作为资源要素投入经济生产,将生态保护和文化遗产作为共同价值追求,可

谓旨意相投。再次,乡村振兴致力的“人-人、人-物、人-地”和谐共生的乡风文明建设,与旅游型乡村实施的农村优美化、居民好客化、环境景观化,可谓异曲同工。最后,旅游型乡村作为系统的旅游综合体,其多元生产要素聚合、多产业融合和各产业链合发展,需要完善农业农村治理体系,与乡村振兴提出的治理有效,可谓殊途同归。

二、旅游型乡村建设是乡村振兴战略的重要支撑

从产业融合来看,“旅游业形成了融合一二三产业的综合产业,已不同于传统旅游业”^②。旅游业具产业整合和再生能力,作为旅游型乡村的支柱产业,催生乡村新产业和新业态:与农业结合催生休闲、景观、采摘、体验等农业产业形式;与乡村文化结合催生演艺、研学、游艺等文化产业形态,与地产结合催生旅游地产、养老地产、游憩地产等产业形成,从而盘活乡村资源,为乡村产业兴旺提供产业链支撑。

依人居环境来说,一方面旅游型乡村将旅游发展所依赖的乡村特有自然生态与人文民俗因素,转化为乡村建设与发展的资源,并不过分强调对所谓高品位旅游资源的利用,减轻旅游发展给乡村文化与生态带来的不可逆损害;另一方面旅游发展中的基础设施建设,为乡村营造了宜居的社会生活环境^③,形成宜人宜居的环境支撑,无疑推进了生态宜居的乡村振兴目标的实现。

拿乡土风情来讲,旅游型乡村注重乡村肌理保护和传统文化回归,着重开发民风、民俗、民情等非物质文化遗产以及古村落、古建筑、古祠堂等物质文化遗产,焕发乡村“韵味”。同时,旅游者为乡村带来时尚生活方式,传统与时尚的交替,为乡土文化的淬炼升华提供了契机。可以说,旅游型乡村浓厚的乡土“村味”和时尚“风味”是乡风文明的重要支撑。

因治理机制而论,旅游型乡村多种要素融合发展的产业模式,引发上层建筑中治理机制的创新,不再使乡村治理困于“农”与“民”的方寸之间,而是寻求建立适用于人-人、人-地、人-物、人-业和谐的生态、文化、产业、社会的全方位治理系统。这既是乡

① 李铜山.论乡村振兴战略的政策底蕴[J].中州学刊,2017,(12):1-6.

② 李克强.共绘充满活力的亚洲新愿景[J].人民日报,2016-03-25(02).

③ 史玉丁,李建军.乡村旅游多功能发展与农村可持续生计协同研究[J].旅游学刊,2018,33(2):15-26.