# 试谈国内乡村旅游现状及发展对策研究

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2024-01-07

*论文关键词：乡村 旅游 ； 社会 主义 新 农村 ；特色； 文化 内涵 论文摘要：该文在肯定了国内发展乡村旅游的大好形势后，指出我国乡村旅游还存在经营理念陈旧、 营销 渠道单一、 市场 竞争意识不强等问题，提出当前乡村旅游发展应该政府主导、...*

论文关键词：乡村 旅游 ； 社会 主义 新 农村 ；特色； 文化 内涵

论文摘要：该文在肯定了国内发展乡村旅游的大好形势后，指出我国乡村旅游还存在经营理念陈旧、 营销 渠道单一、 市场 竞争意识不强等问题，提出当前乡村旅游发展应该政府主导、科学策划、挖掘内涵、扩大影响、树立品牌、集聚人才、永续发展、加大投入，以促进我国乡村旅游快速，可持续发展。

我国 经济 持续快速增长、人民生活水平大幅提高、多元化休假制度日渐成熟以及旅游者消费观念的不断提升，我国旅游市场正经历着结构性升级：传统的观光旅游逐渐丧失其市场垄断地位，代表现代旅游价值取向的乡村旅游成为旅游市场新的热点之一。

但有一些地方的乡村旅游存在一些亟待解决的问题。

1.我国乡村旅游发展现状

1.1乡村旅游已成为当今旅游业发展的一个新趋势

中国的乡村旅游起步较晚,目前尚处于从导入期向成长期过渡的阶段。因地制宜地发展乡村旅游、城郊休闲游，对于解决“三农”问题、加快推进社会主义新农村建设、拓宽农民增收渠道、增加农民就业机会、提升农村精神文明程度、丰富旅游产品、增强旅游业发展的活力、满足国内外游客的旅游文化消费需求，都具有十分重要的意义。[1]

1.2政府为乡村旅游提供了机遇

202\_年初，中央“一号文件”——《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》出台，提出“生产发展”“生活宽裕”“乡风文明”“村容整洁”“ 管理 民主 ”五个主要的要求。[2]为了深入地贯彻落实党中央、国务院精神，更好地发挥旅游在建设社会主义新农村中的优势和作用。国家旅游局将202\_年全国旅游主题为“202\_中国乡村游”，宣传口号为“新农村、新旅游、新体验、新风尚”。[3]

国家旅游局和 农业 部将共同推进乡村旅游“百千万工程”，“十一五”期间，建成具有乡村旅游示范意义的100个县、1000个乡镇和10000个村，使已有的乡村旅游项目得到明显提升和完善，基本形成种类丰富、档次适中的乡村旅游产品体系和特色突出、发展规范的乡村旅游格局，满足人民生活水平提高对旅游消费的需求。总地来看，我国乡村旅游市场空间和需求潜力较大，发展前景良好。[1]

1.3近年来乡村旅游红火

近年来，我国各地农村旅游发展生动活泼、形式多样、特色鲜明。目前中国乡村旅游景区（点）每年接待游客超过3亿人次，旅游收入超过400亿元人民币。[4]

2.乡村旅游主要存在的弊端

2.1经营理念陈旧

在经营理念上，还停留在特别看重菜品质量、味道和价格，而对于旅游接待地吸引游客至关重要的一些因素：特色（农家风味）、 环境 （绿化环境）、服务（服务水平）却没有放在重要位置。经营者乐意在主体 建筑 上花钱，而不愿在治理、美化环境方面下功夫；乐意在量上投入，而不愿意在经营特色、服务质量上花钱。主张少投入，多产出；采购质劣价低的菜品欺骗顾客，甚至克扣斤两；目光短浅的井底意识还表现在不愿走出本地去做比较，学习别人的先进管理经验的要求不强烈；单兵独战的多，团结协作，致力于树立景区形象的意识不强。

2.2营销渠道单一

在招徕客源上，过于迷信“回头客”和口碑 传播 ，对朋友关系的依赖也说明经营户的宣传促销意识还停留在原始的、被动的认识上。主动宣传和参加集体促销的意识和要求不强，这很难适应旅游市场竞争的形式。

2.3市场竞争意识不强

经营者经营理念与游客需求之间存在差距，市场竞争意识不强，尤其需要专业的培训、 指导 和政府的引导。

“乡村旅游”作为一种新兴的近郊旅游休闲形式，有其特殊发展规律和经营模式。要让农民一家一户在实践中去摸索经验需耗费太大的 成本 ，容易动摇经营者的自信。对于当地政府来讲，自发的、分散的、粗放的小农个私经营形式，其产业意义不大。对大众游客来讲，没有特色、规模，管理不规范的旅游地是没有吸引力的。因此，特色化、规范化、规模化、品牌化是“乡村旅游”实现产业化目标的基本方向。

3.当前乡村旅游发展的基本策略

3.1消除瓶颈，政府主导

突出表现在农民素质与现代化旅游服务要求的断裂；落后的基础设施和 交通 环境与旅游发展要求的差距；分散的村庄与市场的断裂，农民很难直接走向市场等等，对此政府应起主导作用，建立长效 管理体制 和便捷协调的旅游机制，制定相关管理办法或条例，对乡村旅游的规划审批、经营管理、安全管理、环境卫生等方面进行规范和监督，引导其逐步走向行业协会自律管理。

政府主导，要着重强化旅游管理部门地位，赋予其更大职权，如重要景点和重大旅游建设项目的初步设计审查权；乡村旅游饭店的审批权；乡村旅游景点(线路)的审批权；旅游价格审批权，牵头组织开展旅游市场监查权等等，切实改变以往旅游管理部门职能的模糊性，真正做到不该管的不管，该管的一定管好。

3.2长远规划，科学策划

一定程度上讲，近几年乡村 旅游 发展迅速，很多是农民自己干出来的，农民的勤劳加上 市场 的机遇造就了许多乡村旅游点的成功，但是缺少科学的规划逐步成为乡村旅游进一步发展的制约因素，缺乏规划和低水平规划容易走向“盲目性+积极性=破坏性”。对此，一要注意“引智”，重视发挥具有全新知识结构、充满创新精神和创造力的优秀人才参与。二要整合区域乡村旅游资源，避免景点形式上的单一，内容上的雷同。突出重点，择优选择一些条件好、有潜力的乡镇、村，高层面的统一规划，科学策划，切实做到“先规划，后开发，不规划，不开发”，以此来保证乡村旅游资源的有序开发，合理利用，长远发展。

3.3 文化 灌注，挖掘内涵

旅游的实质是精神体验和文化消费。随着我国乡村旅游规模的不断扩大，市场竞争日趋激烈，要想立于不败之地，必须不断研究特色、挖掘特色、突出特色，巧打“特色牌”。乡村旅游只有包容丰富多彩的文化内涵，才能有效增强吸引力与竞争力。挖掘乡村文化内涵，重要的是结合乡村旅游特点，开发乡村特色旅游项目。

3.4注重宣传，扩大影响

首先，要突出乡村意象。乡村意象在乡村旅游中所起的作用，如同城市中的标志性 建筑 所起作用一样，具有导向性。如江南“水乡之冠”的周庄、“小桥流水人家”的同里，便属此类。其次，要敢于揭开“羞羞答答的面纱”走出去。根据景区发育的不同阶段，在对市场准确定位的基础上，广泛采取和记者交朋友、和 新闻 媒体联谊、和旅行社联合、和周边景区联手策划组织活动等手段提高景区知名度，进一步扩大客源。

3.5一村一格，树立品牌

乡村旅游最大的危险就是“千村一面”，所以乡村旅游发展应重视品牌效应，做到人无我有，人有我优，努力使景区动静相宜、高远辅成、横侧不同、常游常新。“一村一格”，重要的是体现差异，突出特色，大到整体定位，小到吃、住、门票。

3.6加强培养，集聚人才

乡村旅游竞争的核心是人才的竞争。其中的关键，要处理好借助“外脑”与培养自身人才的关系。乡村旅游在发展之初，特别是在进行乡村旅游规划的时候，非常需要旅游专业人才的“外脑”，以引导乡村旅游走上正轨。对于日常的经营 管理 人才，有条件的可以自己培养，也可以从外面引进。但是一般的服务人员和导游人员最好立足自己培养，这样既有助于增强服务的特色，同时还能为当地提供更多的就业机会。

3.7保护第一，永续发展

目前乡村旅游处于上升势头，受利益驱动的影响，容易造成生态 环境 的破坏。所以乡村旅游开发必须坚持“保护第一，开发第二”的原则，在土地利用上，尽可能不改变现状，实现对土地资源的多重立体利用。因为任何一种资源的开发都会对原资源造成变化或者是破坏。“变”是必然的，“不变”是相对的，关键是要努力探索在发展中保护自然与文化遗产的路子。

3.8广开渠道，加大投入

要使乡村旅游资源的优势得到完全的释放，必须要探索建立旅游开发的新机制，形成政府引导、市场运作的 投资 体制网络渠道、多形式地增加对乡村旅游的投入。一是加强政府的导向性投入。二是进一步开放市场，加大利用内外资力度。三是充分调动和鼓励当地 社会 力量兴办乡村旅游。

参考文献：

[3]钱春弦.“新农村”将为中国旅游业释放前所未有的动力[N]，新华日报，202\_年01月04日.

[4]孔晓宁.乡村旅游：把财富送给农民[N]，人民日报海外版，202\_年07月20日.

[5]张国胜.县镇域乡村旅游发展现状及思考[J],旅游调研,202\_年第7期.

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！