

乡村振兴战略视角下乡村旅游的发展路径

胡丽平^{1,2}, 胡小康², 熊炆², 卢毅², 吴照祥³, 黄晓园^{1*}, 成海¹

1. 西南林业大学地理与生态旅游学院, 昆明 650233

2. 赣南树木园, 赣州 341000

3. 江西省科学院生物资源研究所, 南昌 330096

摘要 乡村旅游是实现乡村振兴的重要路径, 乡村振兴战略的提出为乡村旅游的发展提供了强大的政策支持与发展平台, 二者相辅相成。结合案例探索了乡村旅游新的发展路径, 如地方政府与科研院校合作开发乡村旅游商品、建设科技小镇, 探究科技助力乡村旅游商品开发路径; 以云南冰岛村“冰岛茶叶”品牌建设, 探究乡村旅游农产品品牌建设路径; 分析西藏拉萨市达东村“景区带村”模式经验, 探究提升乡村居民获得感路径等。剖析了乡村旅游当前存在的主要问题, 提出了科技助力乡村旅游商品开发、加强乡村旅游农产品品牌建设、提升居民获得感的对策与措施。

关键词 乡村振兴; 乡村旅游; “三农”问题

在中国工业化、城镇化进程中, 城乡地域结构、产业结构、就业结构、社会结构等方面都发生显著变化, 城乡转型发展^[1]、新型城镇化^[2]、城乡发展一体化^[3]等战略的实施, 夯实了全面建成社会主义现代化国家的基础。但城乡发展不平衡、乡村发展滞后引发乡村空心化、“城进村衰”“乡村病”等问题相继出现, 严重制约了社会经济的可持续发展^[4-7]。面对

中国社会主要矛盾发生转变和经济转型发展关键期, 党的十九大提出实施“乡村振兴”战略, 旨在通过建立健全发展体制机制和政策体系促进城乡融合, 破解发展不平衡问题, 特别涉及城乡发展、“三农”等关系国计民生的根本问题, 以实现农业农村科学发展, 弥补全面建成小康社会的乡村短板^[8-10]。

旅游业是综合性服务业, 具有很强的带动作用

收稿日期: 2021-09-23; 修回日期: 2021-11-24

基金项目: 教育部人文社会科学研究规划项目(18YJAZH032); 云南省农业基础研究联合专项(2018FG001-065)

作者简介: 胡丽平, 硕士研究生, 研究方向为生态旅游、农村区域发展, 电子信箱: 1047803954@qq.com; 黄晓园(通信作者), 副教授, 研究方向为资源环境评价、农村区域发展, 电子信箱: hxy19792721@163.com

引用格式: 胡丽平, 胡小康, 熊炆, 等. 乡村振兴战略视角下乡村旅游的发展路径[J]. 科技导报, 2021, 39(23): 80-87; doi: 10.3981/j.issn.

1000-7857.2021.23.012

用,乡村地区利用资源、生态、民俗风情等乡村优势发展旅游业,能够有效吸引更多资本、人才、技术等向农村地区集聚,调整农村产业结构,促进产业融合发展,是实现乡村振兴的重要路径^[11]。同时,随着国内经济发展持续向好、城镇居民生活水平提高、乡村环境改善,城镇居民开始向往安静闲适的乡村生活,渴望亲近自然,放松身心,参与乡村旅游。根据统计数据显示,2019年,国内乡村旅游及休闲农业接待的游客总人数约为32亿,同比提升幅度约为6.7%,总营收额约为8500亿元,同比增长6.3%。2020年受新冠肺炎疫情的影响,中国旅游业遭受重大冲击,各方面指数都有所下降。但根据国内旅游抽样调查结果显示:2021年中国旅游业务明显好转,2021年上半年国内旅游规模达18.71亿人次,比上年同期增长100.8%,其中,城镇居民旅游规模达13.08亿人次,比上年同期增长91.5%;农村居民旅游规模达5.63亿人次,比上年同期增长126.1%。国内旅游收入(旅游总消费)1.63万亿元,比上年同期增长157.9%,其中,城镇居民旅游消费1.29万亿元,增长149.8%;农村居民旅游消费0.34万亿元,增长193.9%^[12]。这些数据表明旅游对社会经济的发展特别是农村地区经济的发展具有不可低估的推动作用,但是目前乡村旅游在规模和消费贡献上相对而言所占比例都还比较低,具有巨大潜力,发展乡村旅游将会是推动乡村经济高质量发展的新引擎。

农村底子薄、农业基础差、城乡差距大是中国广大农村地区的现状^[13-14]。发达国家常依靠强大财政供给或者转移农村剩余劳动力的方式实现农村地区的快速发展^[15],但是我们不能完全照搬他们的发展经验。发展乡村旅游能加快乡村经济发展,从而促进乡村地区社会、文化、经济、生态等全方位振兴,优化城乡体系和空间布局,是实现乡村振兴的重要路径^[16]。因此,探索二者协调发展路径,总结发展经验对于推动中国乡村振兴战略的深入实施具有重要的现实意义。学术界围绕乡村旅游与乡村振兴协同发展问题进行了重点研究,国外学者对乡村旅游和乡村振兴的关注较早,多集中于乡村旅游的兴起^[17]、乡村旅游与农业的关系^[18-19]、乡村旅

游对城镇化的推动^[20-21]以及乡村旅游发展路径选择^[22]等问题,如美国学者Thode等以“区域名+品类名”形式表达,论述了乡村旅游建设需要突出地域性,突显差异性^[23];George等研究了乡村旅游品牌发展中行政行为的重要性^[24];英国学者Lodge等同样研究表明政府领导决策决定着区域乡村旅游品牌化战略成功与否^[25]。中国学者主要侧重于乡村振兴实现机制^[26-27]、旅游品牌建设^[28-29]、乡村旅游满意度提升^[30-31]、乡村文旅融合发展^[32]、乡村振兴与乡村旅游耦合研究^[33-34]、乡村旅游发展对策^[35-36]、乡村旅游扶贫效益评价^[37-39]等方面研究。本文梳理中国乡村旅游发展路径概况,分析目前乡村旅游发展还存在的主要问题,并提出促进乡村旅游可持续发展的建议。

1 乡村旅游发展路径

1.1 乡村旅游常采用的发展模式

乡村振兴战略提出后中国乡村旅游迅速发展,由于自然资源分布、地方风土人情和经济发展水平等差异的存在,各地区根据自身的条件摸索出不同的发展经验。按照不同划分标准可以分为不同的发展模式,按经营主体参与开发程度不同可分为政府主导型、企业主导型、个体主导型、联合开发型等乡村旅游发展模式,根据所依托资源类型不同可分为农家乐发展模式、自然景观资源发展模式、田园农业发展模式、古村落乡镇开发模式等^[40-50]。具体表现为,在发展初期,基础设施较为薄弱、当地居民文化水平不高、经营管理理念落后等原因需要政府出台政策、利用财政等,采取“政府引导,企业、农户参与”的政府主导型发展模式;企业在经济实力、技术、人才等方面比较具有优势,能够在短时间内集聚相关要素,采取“企业+农户”“企业+协会”“企业+协会+农户”等企业主导型发展模式,可迅速开拓市场,投资效益明显;村民利用得天独厚的自然优势,改造自家院落发展农家乐等个体主导型发展模式;根据自身条件及需求选择多个主体共同参与开发,如有“公司+农户”“社区+公司+农户”“整体租赁”“村办企业”“政府+公司+农村旅游协会+旅

行社”“政府+公司+业户”等多种联合发展模式。

1.2 乡村旅游新发展路径探究

1.2.1 科技助力乡村旅游发展路径

旅游商品具有较强传统文化、民族风俗人情的地区印记,地区性、地域信息性和纪念性强,是一个地区的象征^[51]。改变农产品的初级形态,充分利用科技将农产品开发为乡村旅游商品,提高农产品的附加值,可以促进农村经济结构调整,提升农业、乡村旅游的综合经济效益^[52]。开发具有地域特色的乡村旅游商品需要依托完善的农业体系或在特定地理条件下能生产出具有特色的农产品,并具有较强的科技创新能力进行商品研发^[53-54],政府可以与科研院所合作共同开发特色农产品为乡村旅游商品,或资金实力雄厚、研发能力强的企业进行开发乡村旅游商品,打造独具地域性的乡村旅游商品。如云南地区充分利用高原气候有利条件与科研院所合作培植食用菌,并对食用菌进行加工、包装,形成全产业链服务,开发具有地方特色的乡村旅游商品,推动乡村旅游发展,助力乡村振兴。

此外,科技小镇已成为特色小镇的后起之秀,科技小镇并不是传统意义上的“镇”,而是按照创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,聚焦云计算、大数据、人工智能、物联网等新兴科技产业,融合产业、文化、旅游、社区功能的创新创业发展平台。其功能载体主要有3方面。一是科技产业综合体,包括智能制造基地、科技研发中心、科创服务中心、科技孵化器、科技加速器等;二是科技旅游综合体,包括科技主题公园、科技博览中心、科技文化创意中心等;三是城镇服务综合体,包括科技主题酒店、智能医院、智能化社区管理、科技人才公寓等。发展科技小镇不仅加快推动了传统产业转型升级,促进了旅游业的发展,而且涌现了大批新技术、新产品、新业态、新模式,为乡村的建设提供了有力支撑。如佛山北滘智造小镇、上海枫泾科创小镇、云栖小镇、余杭梦想小镇、临安云制造小镇的建设发展既带动了当地经济的发展,又催生了乡村旅游的振兴。

1.2.2 建设乡村旅游农产品品牌发展路径

随着乡村振兴、乡村旅游、生态文明等政策语境的强力塑造,农产品得到了快速发展,农业经济已成为地方政府推动区域经济发展的重要抓手。

构建优质的区域农产品品牌,有助于提升农产品的竞争力,化资源优势为经济优势,实现经济腾飞^[55-56]。构建区域农产品品牌需要依托具有一定规模的区域农产品,或农产品在前期已经具有知名度高、特色明显等优势,而不能盲目进行品牌建设,若对规模小、知名度低、特色不明显的产品进行品牌打造,则需要投入大量的人力财力,还难以取得满意的效果^[57-58]。如庐山“三石”即石鸡、石鱼、石耳,为庐山特色产品,长期以来依托庐山风景名胜区的知名度,自身具有较强的特色,大众旅游的发展加快了其品牌传播力,品牌建设较为成功,取得了良好的影响力和丰厚的回报。云南冰岛村具有得天独厚的地理环境、土壤和气候条件,常年被云雾所覆盖,十分适合茶叶的生长,将大量的专业基础理论和实际相结合,大力进行品牌建设,成就了著名的冰岛茶叶,冰岛村也因此成为云南最富裕的村子。

1.2.3 提升居民在乡村旅游发展过程中的获得感路径

近年来,“景区带村”在中国经济欠发达地区发挥着极大的作用,为中国打赢脱贫攻坚战做出了重要贡献^[59-61]。但在乡村旅游和社会经济快速发展的同时,新的问题随之而来,比如大量游客的涌入给当地带来不小的环境压力,给当地的自然资源和风俗习惯带来较大的冲击,导致旅游地社区居民获得感下降^[62-63]。而旅游地居民是旅游活动的核心参与者,对旅游地经济、民生、文化的发展起着关键的推动作用,是乡村旅游产业发展的重要组成部分^[64]。因此,处理好社区居民与景区的关系,并提升乡村旅游开发过程中旅游地社区居民获得感,才能促进乡村旅游业健康稳定发展。“景区带村”模式中提升居民获得感路径的实现需要在旅游资源丰富的地区才能更好地实现带动作用^[65],如湘西地区、云贵地区等少数民族聚居地充分利用民族风俗等资源进行乡村旅游开发,带动少数民族地区发展,提升居民获得感,调动其参与旅游发展的积极性。西藏拉萨市达东村“景区带村”模式成为乡村旅游扶贫标杆。西藏地区旅游资源十分丰富,但同时也是中国“三区三州”深度贫困地区之一。为了实现乡村振兴,村民富裕,当地政府与企业通力合

作,通过“景区带村”的文旅产业扶贫模式,使达东村成为西藏最具魅力的文旅扶贫示范村之一,扶贫成果受到广泛认可,并于2019年顺利退出贫困村行列。

1.2.4 其他发展路径

随着旅游深入发展,旅游业呈现出发展方式多样化、开发内容全面化景象,为满足游客的多样化需求,各地不断寻找新的发展方式。为了更好地促进乡村振兴发展,还形成了多样的发展路径,如乡村旅游与美丽乡村建设相结合,乡村旅游与脱贫攻坚相结合,乡村旅游与生态文明建设相结合,乡村旅游与乡村研学活动相结合,从供应链出发开发独特乡村旅游产品满足游客个性化需要等等的乡村旅游发展路径。

2 乡村旅游发展存在的问题

乡村旅游在促进农村经济发展、优化农村产业结构、改善生态环境、促进就业、改善民生等方面表现出积极作用,是解决“三农”问题、实现乡村振兴的重要路径,国家出台了发展乡村旅游的众多政策,如自2015年起中央一号文件中均有支持乡村旅游发展的相关政策。各地在探索乡村旅游发展过程中不断总结经验,趋利避害,但仍然存在不足,影响乡村旅游在促进“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的乡村振兴总体要求上更好发挥作用。

2.1 乡村旅游商品缺乏创新,类型单一

开发乡村旅游商品能够促进农业发展、增加农民收入,能够有效提高产品附加值,延长农产品加工链条。但长期以来,中国乡村旅游商品主要是以销售初级形态产品为主,生产、加工及包装销售过程中的科技含量很低,产品的特质不能充分体现,产品附加值水平非常有限^[66]。其一,长期以来中国对农村农业科技投入不足,从事农业科研的人员偏少,农业创新研发能力不强,造成产品开发、精加工技术水平低。其二,农业经济投资大、周期长、见效慢,资本雄厚、研发能力强的企业不愿意进入农业行业,在中国广大农村地区主要以规模小、技术水平低的小作坊为主,对农产品主要是进行初级加

工,在创新方面心有余而力不足,陷入模仿与被模仿困境中,企业生存和发展问题无法保证。其三,目前中国乡村旅游主要以观光、休闲为主,表现为果品采摘、农家生活体验、品尝农家饭、赏田园风光等主要乡村旅游形式,对乡村旅游相关商品关注较少,导致在应用“乡村+”“旅游+”,乡村一二三产融合发展方面后劲不足,造成乡村旅游产业链短,效益较低,同时影响乡村产业结构升级及多样化发展。例如,赣南脐橙由于创新能力不强,很难对其进行精深加工,长期以来以销售初级果品为主或只能在果品包装上下功夫,没有充分挖掘开发赣南脐橙为赣南乡村旅游商品,对赣南地区乡村旅游的带动作用不显著;江西鹰潭龙虎山景区生态环境良好,野生、仿野生的林源药用植物铁皮石斛由于缺乏创新,长期以来以销售铁皮石斛的初级干品为主,没有充分开发为乡村旅游商品或保健品,附加值不高,形式较为单一。

2.2 乡村旅游产品品牌的发展思路 and 战略不清晰

近年来,乡村旅游迅速发展,各地为抢占品牌先机,出现抢先注册农产品商标的现象,使得中国农产品商标注册数量快速增长,但各地在品牌建设的思路与战略上仍存在目标不明确、不清晰,跟风现象严重的问题。由于定位不清晰,在品牌创建上缺乏新思维、新办法和新手段,从政府引导到企业、农民行为上都停留在品牌的商标注册、广告宣传、包装翻新等初级阶段,对品牌战略、作用认识不足^[66-67]。在如何提高乡村旅游农产品品质、如何维护乡村旅游品牌、如何获得市场对乡村旅游品牌信誉等维系品牌价值的策略、规划、组织、引导方面远远不够。假冒伪劣、以次充好现象频发,损害品牌价值,影响乡村旅游业的健康发展。如原产于福建泉州市安溪县的铁观音茶叶,是中国十大名茶之一,市场在售的“铁观音”数量远超出安溪县西坪镇的产量,使消费者难辨真伪,大大降低了区域品牌的价值,影响安溪县乡村旅游的发展;张家界猕猴桃长期以销售初级产品为主,品牌的创新创建设意识不强,没有充分依托著名景区的优势打造猕猴桃的品牌,影响农产品附加值与产业链的延伸。

2.3 农民利益维护不够,影响积极性

乡村旅游项目的开发、建设、运营等需要大量

资金投入,当地村民难以承受,更多的是引进“外资”进行开发建设,当地农民能参与的乡村旅游建设工作较少,影响乡村旅游发展带动当地村民致富效应的发挥,容易造成旅游利益分配不均。同时,企业以追求经济效益为主要目标,为了更快获得更多利益,在开发乡村旅游项目时,毫无节制的开发旅游资源与基础设施建设,严重破坏乡村生态环境;部分游客在游玩过程中,环保意识不强,随地丢弃垃圾以及垃圾粗放式处理,造成环境污染。乡村旅游对乡村生态环境造成破坏或污染,相关基础生活设施又不完善,村民收入也得不到明显的增加,影响农民对乡村旅游发展中获得感的提升。如龙南小武当景区在开发、运营过程中,没有将周边的居民有效吸纳到旅游发展当中,不能有效提高周边村民收入,多数村民依然选择外出务工,“景区带村”发展过程中居民获得感不强甚至减弱,影响村民参与乡村旅游的积极性;湘西凤凰古城景区运营、酒店经营等都以外来人员为主,多数当地居民只能在景区周边销售土特产,经济收入依然需要依靠农业维持,旅游的发展对居民获得感带动不强,影响居民对旅游的参与积极性。

2.4 缺失人才

生态环境良好、风景优美的地方普遍地处偏远,交通不便利,相关的医疗、教育、生活保障设施相对不健全,导致乡村青年人才外流,城镇外来人才不愿扎根乡村。人才的缺失,导致乡村旅游发展缺乏规划、乡村旅游商品缺乏创新,乡村旅游的管理与服务上难以满足广大游客需求。由于乡村青年人才外出,当地村干部成为农村各项事务的主要领导者与参与者,兼顾乡村旅游的开发、管理,由于缺乏从事乡村旅游工作的经验,容易造成乡村旅游经营不善;而社区村民只能根据自身优势开展农家乐、农产品采摘等简易乡村旅游,缺乏乡村旅游发展的必要技能,服务意识薄弱,难以从事高端定制式乡村旅游开发。如赣州阳明湖景区地处偏远山区,缺乏高素质、高学历的专业人才,景区建设缺乏规划,旅游商品缺乏创新,景区旅游方式长期以坐船游湖观光为主,参与性、体验性强的水上项目、森林旅游、研学旅游、民宿体验等项目缺乏,影响游客满意度的提升。

3 关于乡村旅游发展的几点思考

3.1 培养人才,加大科研投入

1) 加强人才队伍建设,激发创新活力。创新驱动的本质是人才驱动,人才为第一资源,乡村振兴需要依靠人才创新发展方式。乡村旅游人才队伍建设需遵循人才成长规律,坚持问题导向、目标导向和绩效导向,以提升乡村旅游产品科技创新能力、环境治理成果转化能力、现代科技服务乡村旅游的发展能力为目标,以加强人才队伍建设为抓手,完善人才引进政策、旅游项目创新机制、优化留住人才的配套环境,为乡村旅游发展提供强有力的人才保障。

2) 加快科技成果转化落地,促进农业增产、农民增收。多渠道促进科技成果向农业农村转移转化,制定出台鼓励科研人员参与乡村旅游项目创新创业的政策,建立科研成果转移转化载体与体制机制,推动科技成果向农业生产、乡村旅游发展转移。深化和加强科研院所、高校等与乡村旅游企业的合作,推动科研成果孵化、熟化和转化功能转型,推动农产品创新,增加农产品科技含量,将农产品转化为乡村旅游商品,增加农产品附加值。例如,可以充分利用科技特派员下乡等多形式搭建与技术需求方的对接平台,提升乡村企业职工、乡村村民、乡村旅游参与者的综合素质,转变乡村旅游发展方式,促进农业增产和农民增收。

3.2 注重品牌建设

1) 提高产品质量,完善标准体系。对于乡村旅游农产品质量的提升需要依照农产品规范化生产和质量安全评价的科学技术准则,推广应用无公害生产技术路径,按照环境友好、产品安全、生产规范的标准体系的要求进行乡村旅游农产品生产,进一步提升产品质量,为打造乡村旅游农产品品牌建设打下坚实基础。

2) 加强品牌人文交融,精准定位品牌。品牌的发育、成长依靠行业与文化背景,品牌策略的制定需要充分研究行业、产品、文化背景,延伸品牌成长。从农产品领域中做好市场调查,结合自身农业企业的技术经验、管理经验、运营经验等多方面进

行深入研究,塑造农产品独特品牌定位。

3) 拓展品牌营销推广路径。乡村旅游农产品品牌建设的关键在于品牌营销运营,提升乡村旅游农产品的品牌知名度,必须让更多的消费者知道有优质的乡村旅游商品,需加强对品牌的全面宣传力度。在互联网时代,农产品品牌知名度的提升,必须借助互联网快速传播方式进行农产品品牌传播,结合自媒体信息发布、视频直播等平台进行传播,选择适合的新闻媒体传播,树立乡村旅游农产品的品牌公信力。

4) 保护区域乡村旅游品牌。随着区域乡村旅游品牌的不断壮大与知名度的提升,会有越来越多的企业、农户开始共享区域品牌并获取相应的利益。如果相关部门没有有效的区域品牌监管制度,有些区域外的企业也会冒用区域品牌,对区域品牌造成伤害。因此,需要加强对乡村旅游农产品品牌的监管和保护,严格落实生产和包装标准;同时加强企业和农户品牌保护意识宣传教育,合法保护区域品牌。

3.3 提升社区居民获得感

1) 政府加强引导,健全保障机制。在乡村旅游发展中,政府要建立有效的管理机制,整治在旅游发展中利益分配不均现象。健全的体制和机制能够起到良好的约束与规范作用,要发挥政府在旅游发展过程中的主导作用,协调好各方利益。在旅游获利方面,要为村民创造更多机会,面向不同收入群体,施以差异化的获得感提升路径,针对低收入群体,应创造更多的就业机会,设法增加其收入,从经济上提升其获得感;对于高收入群体,需营造丰富的精神文化生活、公平正义的社会环境以及良好的自然生态环境,全方位增强居民获得感。

2) 加强生态环境防治,确保人居环境改善。对乡村居民的住房进行修缮,尤其是存在安全隐患的居民住房,修缮村内道路,改善乡村居住环境。设置垃圾统一堆放区,制定相关村规对村民的行为进行约束,比如房屋前后不得发生柴草乱垛、粪土乱堆、垃圾乱倒、污水乱排、禽畜乱放“五乱”行为,道路两侧不得有粪堆、垃圾堆、杂物堆等,保障乡村良好的生态环境。

3) 加大社区教育培训的投入,帮助居民寻找

发展契机。目前乡村旅游使一部分居民已经先富起来,还需要帮助尚未富起来的居民走向富裕。研究发现,部分居民缺乏发展意识,思想观念落后,好的发展资源都被外地商人抢夺,当地居民越来越贫穷。从根本上说,还是由受教育程度普遍偏低,发展意识淡薄导致。加强对村民的培训,转变居民的思想观念尤为重要。一方面,加强对乡村社区居民的旅游政策、旅游服务、旅游法律法规等的培训,逐步转变居民思想观念,发现旅游发展参与机会。另一方面,加强保护和传承当地传统文化、传统建筑的教育,增强居民对传统民俗文化的保护意识,保护好旅游资源。

4 结论

乡村旅游是乡村振兴的重要路径,已有部分地区成功的乡村旅游发展模式,但中国地域广阔,各地农村资源和文化存在较大差异,所以已经成功的发展模式可能难以适用于所有乡村地区。我们应当从乡村资源、生态环境的承受力、经济发展现状等角度出发,根据乡村的具体情况因地制宜,选择适合当地经济、文化、伦理的乡村旅游发展模式,提高路径的科学性与可行性。

参考文献(References)

- [1] 王瑾, 赵辰, 韩苗. 城乡建设用地转型与乡村转型协调发展评价及障碍因子诊断[J/OL]. [2021-11-24]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.3513.S.20210901.1109.015.html>.
- [2] 郑耀群, 崔笑容. 基于CiteSpace的近20年中国新型城镇化研究热点分析[J]. 中国集体经济, 2021(27): 61-63.
- [3] 孙智飞, 龙蔚, 李新然. 全面推进乡村振兴战略进程中城乡一体化区域经济发展的思考[J]. 山西农经, 2021(13): 18-19.
- [4] 叶兴庆. 新时代中国乡村振兴战略论纲[J]. 改革, 2018(1): 65-73.
- [5] Liu Y, Li Y. Revitalize the world's countryside[J]. Nature, 2017, 548(7667): 275-277.
- [6] 刘彦随. 新时代乡村振兴地理学研究[J]. 地理研究, 2019, 38(3): 461-466.
- [7] 刘彦随. 中国新时代城乡融合与乡村振兴[J]. 地理学报, 2018, 73(4): 637-650.
- [8] 郭远智, 刘彦随. 中国乡村发展进程与乡村振兴路径[J]. 地理学报, 2021, 76(6): 1408-1421.

- [9] 李小建, 胡雪瑶, 史焱文, 等. 乡村振兴下的聚落研究——来自经济地理学视角[J]. 地理科学进展, 2021, 40(1): 3-14.
- [10] 马彩虹, 袁倩颖, 文琦, 等. 乡村产业发展对农户生计的影响研究——以宁夏红寺堡区为例[J]. 地理科学进展, 2021, 40(5): 784-797.
- [11] 徐璨, 李繁. 我国农村旅游助力乡村振兴发展的思考[J]. 山西农经, 2021(13): 57-58.
- [12] 中华人民共和国文化和旅游部. 《2021年上半年国内旅游数据情况》发布[EB/OL]. [2021-07-29]. http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/tjxx/202107/t20210729_926770.html.
- [13] 郭远智, 周扬, 刘彦随. 贫困地区的精准扶贫与乡村振兴: 内在逻辑与实现机制[J]. 地理研究, 2019, 38(12): 2819-2832.
- [14] Liu Y S. Geography of new countryside construction in China[M]. Beijing: Science Press, 2011.
- [15] 王庆安. 美国战后新城镇开发建设及其启示[J]. 国际城市规划, 2007, 22(1): 63-66.
- [16] Long H L, Hu Z C, Zou J. The evolution of rural policy in Britain and its policy implications for rural development in China[J]. Geographical Research, 2010, 29(8): 1369-1378.
- [17] Kieselbach S R, Long P T. Tourism and the rural revitalization movement[J]. Parks & Recreation, 1990, 25(3): 62-66.
- [18] Anderson E, Bakir A, Wickens E. Rural tourism development in connemara, Ireland[J]. Tourism Planning & Development, 2015, 12(1): 73-86.
- [19] Fleicher A, Tchetchik A. Does rural tourism benefit from agriculture? [J]. Tourism Management, 2005(26): 493-501 .
- [20] Makowska-Iskierka M. Spatial and morphological effects of tourism urbanization in the Łódź Metropolitan Area[J]. Tourism, 2013, 23(2): 33-42.
- [21] Dandapath P, Mondal M. Urbanization and its impact on coastal eco-tourism in West Bengal[J]. International Journal of Science and Research, 2013, 2(1): 114-119.
- [22] Daniloska N, Mihajlovska K H N. Rural tourism and sustainable rural development[J]. Economic Development, 2015(3): 305-318
- [23] Thode S F, Maskulka J M. Place-based marketing strategies, brand equity and vineyard valuation[J]. Journal of Product & Brand Management, 1998, 7(5): 379-399.
- [24] Allen G. Place branding: New tools for economic development[J]. Design Management Review, 2007, 18(2): 60-68.
- [25] Lodge C. Success and failure: The brand stories of two countries[J]. Journal of Brand Management, 2002, 9(4): 372-384.
- [26] 付寿康, 张瑞涛. 城乡资源再造: 构建乡村振兴长效动力机制——以W市花博汇为例[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2021, 20(5): 47-54.
- [27] 冯旭, 侯慧贤, 吴薇. 农业职业教育实施乡村振兴战略的路径实践——以杨凌职业技术学院为例[J]. 杨凌职业技术学院学报, 2021, 20(3): 25-27, 63.
- [28] 张吟. 乡村振兴背景下特色农产品营销策略分析——以石门柑橘为例[J]. 山西农经, 2021(16): 82-83.
- [29] 刘月红, 张敏, 徐烁昕. 融媒体视角下的闽东畲族旅游品牌塑造研究[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2021(8): 37-42.
- [30] 庞东梅. 地理要素感知视角下乡村旅游满意度研究——以后沟村为例[J]. 山西经济管理干部学院学报, 2021, 29(2): 28-33, 44.
- [31] 黎玲. 乡村文旅融合对游客满意度的影响研究——基于场景理论的实证分析[J]. 技术经济与管理研究, 2021(4): 100-104.
- [32] 胡森. 红色旅游与文物旅游并行, 文旅融合助推乡村振兴[J]. 今古文创, 2021(18): 117-118.
- [33] 李慧, 余明明. 安徽省乡村振兴与乡村旅游耦合协同发展研究[J]. 四川文理学院学报, 2021, 31(2): 72-77.
- [34] 梁坤宇, 庞家幸. 乡村振兴与乡村旅游耦合研究——以陕西省袁家村为例[J]. 建筑与文化, 2021(5): 70-73.
- [35] 徐忠勇. 乡村振兴战略下乡村旅游发展对策探析[J]. 农业经济, 2020(9): 64-65.
- [36] 李周. 乡村振兴战略背景下乡村休闲旅游的发展策略——兼论自然景观资源公益化[J]. 求索, 2020(4): 14-21.
- [37] 张霞, 王斌. 陕北地区乡村旅游精准扶贫效应评价[J]. 中国农业资源与区划, 2020, 41(6): 311-318.
- [38] 蔡克信, 杨红, 马作珍莫. 乡村旅游: 实现乡村振兴战略的一种路径选择[J]. 农村经济, 2018(9): 22-27.
- [39] 陆林, 任以胜, 朱道才, 等. 乡村旅游引导乡村振兴的研究框架与展望[J]. 地理研究, 2019, 38(1): 102-118.
- [40] 张振兴. 重庆乡村旅游景观新型发展模式探索[J]. 美与时代(上), 2021(8): 40-42.
- [41] 陈心怡, 丁胜. 生态文化视角下乡村旅游产业发展模式分析——以音乐节为例[J]. 中国林业经济, 2021(4): 83-85, 137.
- [42] 王新洁. 龙泉镇乡村旅游与传统产业融合发展模式研究[D]. 烟台: 烟台大学, 2021.
- [43] 王雪芳, 韦霏丽. 乡村旅游扶贫模式与提升策略研究——以广西三江侗族自治县为例[J]. 贺州学院学报, 2021, 37(2): 111-115.
- [44] 卢东辉, 陈东旭, 陈嘉琪. 粤港澳大湾区视域下广东乡村旅游可持续发展模式——以肇庆市为例[J]. 广东开放大学学报, 2021, 30(2): 16-22.
- [45] 刘晓娟, 张大磊. 贫困村乡村旅游发展模式与高校对口帮扶对策分析——以河南省荥阳市汜水镇新沟村为例[J]. 郑州师范教育, 2021, 10(2): 46-53.
- [46] 张爱军. 乡村振兴背景下济南旅游特色小镇发展模式及政策选择[J]. 山东农业工程学院学报, 2021, 38(3): 92-97.
- [47] 旷颀, 张学勇. 北京门头沟小龙门村: 实用性村庄规划下乡村旅游发展模式[J]. 北京规划建设, 2021(2): 49-56.

- [48] 任大欣. 日本乡村旅游发展模式探析[J]. 当代旅游, 2021, 19(6): 38-39.
- [49] 赵真, 叶宇娇, 韩少强, 等. 三门村乡村振兴发展模式创新研究——云创园模式[J]. 安徽建筑, 2021, 28(2): 30-31.
- [50] 张振兴. 乡村振兴战略背景下乡村旅游景观新型发展模式设计探索——以重庆地区油菜花景观为例[J]. 吉林艺术学院学报, 2021(1): 11-15.
- [51] 马蕾, 郑绍丹. 基于文献计量的国内外农产品品牌建设研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2020(6): 76-86, 164.
- [52] 徐子轩, 胡怀敏. 发达国家经验对中国特色农产品品牌建设的启示[J]. 安徽农业科学, 2021, 49(3): 251-253.
- [53] 周慧, 李元鑫, 张振兴, 等. 陕西省安康市富硒食品品牌建设的思考[J]. 农业展望, 2021, 17(2): 64-68.
- [54] 张国良, 孔祥超. 浙江“冠军香榧”对农产品品牌化经营与科技创新的心智启迪[J]. 经营与管理, 2021(2): 61-64.
- [55] 杨继理. 广西特色农产品品牌建设现状及发展对策[J]. 现代农业科技, 2021(1): 223-225.
- [56] 万静霏. 浅析云南高原特色农产品品牌建设困境成因与对策[J]. 中小企业管理与科技, 2021(5): 66-67.
- [57] 李琳, 窦慧萌, 夏康耀, 等. 河南省特色农产品品牌营销分析——以信阳毛尖为例[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(4): 116-117.
- [58] 侯红梅. 地方特色农产品品牌塑造模式创新研究——以四川省为例[J]. 商业经济研究, 2021(6): 138-141.
- [59] 聂学东. “景区带动型”旅游扶贫开发效应实证研究——基于河北省赞皇县嶂石岩村[J]. 河北青年管理干部学院学报, 2017, 29(3): 83-85.
- [60] 黄丹. 基于产业链视角的景区带村旅游扶贫模式研究——以陕西商南县金丝峡景区为例[J]. 丝绸之路, 2020(1): 189-192.
- [61] 王慧. 基于旅游扶贫视角的景区带村发展研究[J]. 嘉应学院学报, 2019, 37(5): 48-52.
- [62] 程迎迎. 景区实施带村扶贫的运营机制研究[J]. 教育现代化, 2019, 6(31): 195-197.
- [63] 唐慧, 陈思定. 湘西地区景区带村扶贫模式分析[J]. 合作经济与科技, 2018(16): 166-168.
- [64] 郑伟刚, 韩旭, 黄晓园, 等. 基于GIS丘北普者黑生态旅游区“景区带村”的经济效应分析[J]. 西南林业大学学报(社会科学), 2021, 5(4): 67-72.
- [65] 李瑛, 黄丹, 朱莹, 等. 景区带村扶贫模式下农户参与旅游的经济效率——以秦巴山区旅游扶贫重点村为例[J]. 资源科学, 2020, 42(9): 1827-1833.
- [66] 江涛. 中国农产品品牌建设分析及展望[J]. 农业展望, 2020, 16(2): 38-42.
- [67] 唐小翠. 特色农产品品牌建设与乡村振兴战略[J]. 广西师范学院学报(哲学社会科学版), 2019, 40(3): 104-108.

Research on the development path of rural tourism from a perspective of rural revitalization strategy

HU Liping^{1,2}, HU Xiaokang², XIONG Yang², LU Yi², WU Zhaoxiang³, HUANG Xiaoyuan^{*}, CHENG Hai¹

1. Faculty of Geography and Ecotourism, Southwest Forestry University, Kunming 650233, China

2. Gannan Arboretum, Ganzhou 341000, China

3. Institute of Biological Resources, Jiangxi Academy of Sciences, Nanchang 330096, China

Abstract Rural tourism is an important path to realize rural revitalization. The proposal of rural revitalization strategy provides a strong policy support and development platform for the development of rural tourism. Firstly, we explore the new development path of rural tourism through case studies such as the cooperative development of rural tourism commodity by local governments and scientific research institutions, the construction of science and technology towns, and the path of science and technology helping the development of rural tourism commodities. Secondly, we analyze the current problems of rural tourism. Finally, we put forward the countermeasures and measures to use science and technology to promote the development of rural tourism commodities, strengthen the brand construction of rural tourism agricultural products, and enhance the sense of acquisition of residents.

Keywords rural revitalization; rural tourism; agriculture, rural areas and farmers ●



(责任编辑 徐丽娇)