基于三维空间的乡村旅游产品开发研究

——以环巢湖地区为例*[1]

许敏 童广路

（合肥学院，安徽合肥 230601）

【摘 要】:采用“资源—产品—市场”(RPM)和“市场—产品—资源”(MPR)这种理论和实践相结合的乡村旅游产品开发方式，结合环巢湖地区的资源以及市场情况在市场、资源、产品构成的三维空间中，找到恰当的维度，发掘出适合环巢湖地区旅游市场的产品。

【关键词】:乡村旅游；产品开发；环巢湖地区

【中图分类号】:F2　　**【文献标识码】**:A　　doi:10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.17.011

1 引言

随着城市化的快速发展，普通民众由过去的单纯追求物质消费型的生存性消费渐渐转变为注重高品质生活的发展型消费或享受型消费。加之带薪休假制度的推行，人们有更多的时间可以外出游玩。人们愿意选择回到乡野感受淳朴的自然美、人文美，乡村旅游发展火热。环巢湖地区优美的自然风光和内涵丰富的人文景观形成了独特的乡村风貌，为人们回归自然、追求本真的乡村生活提供空间。

国内大部分有关乡村旅游产品研究集中于探讨旅游产品类型，且主要是从旅游资源这一方面来进行的乡村旅游产品分析。近年来国家以及地方对环巢湖地区发展愈加重视，环巢湖地区的乡村旅游正在火热发展，而学术界中的研究基本上是资源导向型的，对旅游市场的分析还远远不够。

采用“资源—产品—市场”(RPM)和“市场—产品—资源”(MPR)这种理论和实践相结合的乡村旅游产品开发方式。也就是“RPM—MPR”开发方法。结合环巢湖地区的资源以及市场情况在市场、资源、产品构成的三维空间中，充分考虑资源和市场两个因素，找到恰当的维度，对环巢湖的乡村旅游产品进行充分的开发。

2 环巢湖地区乡村旅游产品开发现状分析

[1] **基金项目:**本文是童广路指导、许敏主持2016年国家级大学生创新创业项目《三维空间架构下的环巢湖地区乡村旅游发展研究》的成果，项目号:201611059089；2016年安徽省旅游局英才项目《三维空间架构下的环巢湖地区乡村旅游产品开发研究》，项目号:AHLYYC2016309。

作者简介:许敏(1995-)，女，安徽芜湖人，合肥学院旅游系学生，主要从事城市地理、旅游资源学习研究；童广路(1978-)，女，安徽巢湖人，硕士，合肥学院旅游系讲师，主要从事旅游文化、旅游资源研究和学生工作。

2.1 环巢湖地区基本情况

广义上的环巢湖区域泛指的是整个巢湖。狭义上的环巢湖地区是以合铜黄高速公路、肥西县为界，南面 2 公里湖岸线，包括银屏风景区，东临巢湖市，北达义城和大圩两个乡镇，总体面积达 1800 平方公里范围。

环巢湖地区自然景观优美、民风淳朴、人文气息浓厚，乡村旅游资源丰富。环巢湖旅游体系从提出以来，由于开发力度的时紧时松，渐渐出现了发展速度远低于预期的情况，最初几年基本停滞。2011 年在行政区进行划调整后，巢湖由合肥市对其进行统一管理，结束了多方管理的局面，为环巢湖地区发展创造机遇。2015 年 8 月，国务院同意在环巢湖创建试点，建立国家旅游休闲区，这为环巢湖地区旅游业的快速发展提供了有力支撑。在乡村旅游资源开发方面，环巢湖具有巨大的发展潜力。

2.2 环巢湖地区乡村旅游产品开发存在的问题

2.2.1 现有乡村旅游产品开发较低

虽然环巢湖地区已经进行了一段时间乡村旅游的开发，并开发了一些旅游产品，主要是为游客提供食、宿以及一些简单的采摘活动，乡村民俗等方面的文化产品、趣味性产品较少，远未能满足旅游者有关农业方面求知与教育、寻求野趣等旅游动机。在营造乡村风光方面做得不够，单一化现象较为明显，村庄建设风格千篇一律；巢湖东岸及南岸打鱼现象明显，但形式简单单一，无法让游客切身参与其中；民俗村展示水平低，无讲解等配套服务；土特产、水产品种类型较少，农家乐烹饪水平较低，环境卫生较差，服务水平不高。

2.2.2 旅游产品体验性不足，效益低

乡村旅游重在参与和体验。但就目前来看，环巢湖地区乡村旅游的开发类型还很单一，大多数乡村旅游产品没有脱离观光的特征，体验型产品中少了一些教育性还有趣味性，很难让游客得到精神方面的享受。比如在蔬果采摘中，很多游客只是机械地采摘水果一味去追求果实的数量、质量，很少去关注在整个采摘过程中所获得的心理体验(在采摘点时常可发现被旅游者摘下又丢弃不要的果实)。

2.2.3 目前乡村旅游业服务队伍数量少、素质低

目前的乡村旅游业服务队伍主要由当地村民自发形成的，没有形成科学的管理队伍。服务形式主要是提供家庭旅店、农家乐，以满足游食、宿最基本的生理需求，为了让城市游客更好适应本地生活，不少农家屋内部设置都与城市的旅店相同，干农家活以及一些当地特有的民俗活动开展得不太多，缺乏乡情民俗的意味，体验乡俗民情的成分比较低。

3 环巢湖地区乡村旅游产品开发

3.1 基于“RPM-MPR”的乡村旅游产品开发方法

旅游产品的设计需要先对当地旅游资源进行科学评价充分了解当地可开发利用的资源，抓住其中有本地特色的旅游资源，同时还要注重市场需求，才能开发出具有吸引力、竞争力和生命力的旅游产品。旅游产品最终是要服务消费者，要想得到游客的青睐，它就必须知道游客的需求在哪里。服务行业中总是讲究顾客是上帝，在能够因地协调的情况下，尽量创造出游客所需要的旅游资源。与之相对的，如果并不是消费者想要的，资源再好也不应被重点发展。资源、市场需求是旅游开发时我们需要关注的两大重点。本文采用“资源—产品—市场”(RPM)和“市场—产品—资源”(MPR)这种理论和实践相结合的乡村旅游产品开发方式，结合环巢湖地区的资源以及市场情况以期在市场、资源、产品构成的三维空间中，找到恰当的维度，发掘合适的环

巢湖地区的乡村旅游产品。

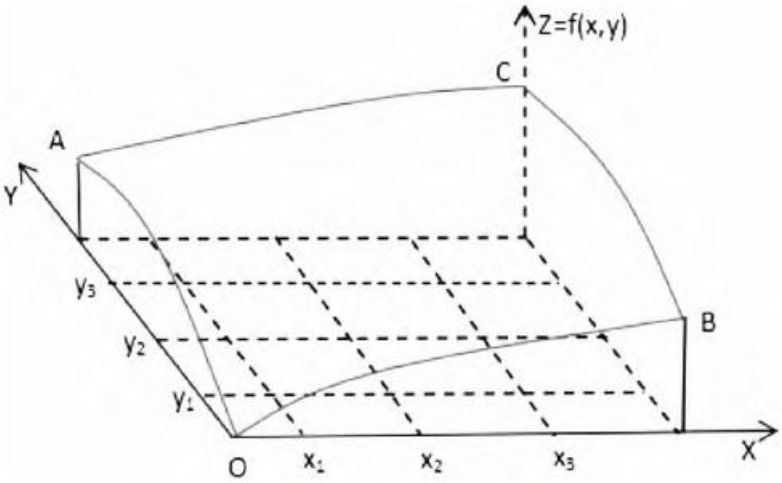

图 1　乡村旅游产品三维空间格局

如图 1 所示是以市场(y)、资源(x)、产品(z)为三个轴，构成三维的立体空间格局。图中 x_1、x_2、x_3分别表示为乡村旅游资源、景区资源和乡村产业资源；y_1、y_2、y_3分别表示为本土市场、国内市场和国际市场，而 y2 到 y3 之间则表示目前存在于国内的高端市场。平面 OACB 表示在资源和市场的影响下，形成的一个旅游产品空间。其实在实际操作中，市场不仅仅只有这三个类别，必然存在中间过渡阶段，资源也同样，可能会存在交叉、分离等可能，所以，从纬度上讲，市场和资源是连续和无限的。开发乡村旅游产品时，只有充分了解地方资源特性及市场情况，才能发现恰当的维度，开发出适合本地发展的乡村旅游产品。

3.2 R 性(资源)分析

环巢湖地区山水相融、风光旖旎，有银屏山、龟山、巢湖、温泉、湿地、溶洞各类自然景观，还有着丰富的人文景观，如:三河大捷遗址、三河古镇、牡丹节、庐剧等，旅游资源丰富。可充分利用农村环境的优势和宁静的乡村氛围，用自然的、来自农村的产品来吸引游客，发展不同类型乡村旅游产品，满足不同人群需要。但这些资源分布的比较零散，在开发时应该要注意发动不同资源间的联动作用相互带动共同发展。

3.3 M 性(市场)分析

人们愈加追求返璞归真的旅游体验，很多游客的选择回归乡野、体验乡村生活。环巢湖地区既有优美奇特的自然景观又有内涵丰富的人文景观，构成特有的乡村景观，发展前景广阔。从近五年来合肥市国民经济和社会发展统计公报数据可以看到，合肥市全年旅游人数、旅游收入一直在增长，2016 年全年旅游人数达 9278.3 万人，入境旅游人数达 41.7 万人，国内旅游收入 1156.3 亿元，旅游外汇收入 34800 万美元。旅游市场一直在蓬勃发展，为环巢湖地区发展提供机会。环巢湖地区的旅游发展是合肥发展旅游业的重要组成部分，其中国内游客比重较大，是其主要客源市场，因为环巢湖地区发展仍在初期竞争力与同是湖泊景观的江苏太湖、杭州西湖相比还有所差距，且距离越远对游客的吸引力会递减，判定客源市场主要是在周边城镇以及部分“长三角”地区。

为了充分了解市场需求，采用现场问卷调查法对旅游者的旅游动机进行调查统计。调查中发现欣赏优美质朴的乡村风光(或田园风光)、回归自然、体验良好的生态环境消费者最为关注，其次就是从事野趣活动，地方特产和独特的民俗风情对旅游者也有着较大的吸引，在旅游产品开发中我们应充分了解游客需求。

3.4 P 性(产品)设计

环巢湖地区山水相融、风光旖旎，充分利用农村环境的优势和宁静的乡村氛围，采用“资源—产品—市场”(RPM)和“市场—产品—资源”(MPR)这种理论和实践相结合的乡村旅游产品开发方式，结合环巢湖地区的资源以及市场情况在市场、资源、产品构成的三维空间中，找到恰当的维度，发掘出适合环巢湖地区旅游市场的产品，确定出环巢湖地区四类旅游产品分别为乡村民俗文化旅游产品、乡村休闲度假旅游产品、乡村生态观光旅游产品、乡村活动体验旅游产品。

3.4.1 乡村民俗文化旅游产品

湖泊是人类生命孕育发展的源头，巢湖流域也是如此，在历史的长河中，巢湖周边逐渐形成了包括长临河、三河、盛桥、中庙、同大、白山等各具特色的“环湖十二镇”，古镇村落遗迹众多，传统文化内涵丰富。我们可以利用人类遗迹遗址、古镇作为旅游的吸引点，适当修缮和发展已有的博物馆和遗迹遗址，来满足那些对传统文化感兴趣的游客的精神需求，发展研学之旅，带游客领略沧桑而充满魅力的古文化。可以根据游客需求设计不同玩赏路线将分散的博物馆、遗迹遗址联合起来，同时完善交通的通达性和公厕以及第三厕所等景区必备基础设施，一方面利于将分散的资源串联起来，方便游客进行游玩，让旅游体验深入游客的需求，保证体验的完整性，另一方面可以使旅游产品个性化发展，让游客有不同的游玩体验。

在旅游产品设计中应注意将环巢湖地区的民俗文化自然融合在整个旅途中，如在旅途中由导游或者专门的歌手唱上一段巢湖民歌，与旅游者说一说当地有趣的风俗，或教几句本地话，介绍介绍文化背景，让整个旅途氛围轻松愉快，而且可让旅游者以真切体会到乡村淳朴自然的魅力。

3.4.2 乡村休闲度假旅游产品

环巢湖地区拥有自己的特色优势，其中优越的地理位置、适宜的气候条件以及优美的田园风景。当地蕴藏丰富的地热资源，有半汤温泉、汤池温泉、香泉等，温泉旅游是一大特色，同时更应该发挥巢湖温泉医疗康体的作用，增加一些供人们运动休闲的空间，不仅仅局限于满足旅游者追求身心放松的需求，让人们在回归自然享受曼妙的自然风光又能强健自己的身体，舒缓压力，增强旅游吸引力。

3.4.3 乡村生态观光旅游产品

巢湖水域面积广阔，周边有银屏山、蛇山、龟山等山丘，山水相间美不胜收。巢湖地区还有紫薇洞、王乔洞、仙人洞这样的溶洞景观，地质景观丰富具有很好的观赏和研学价值。可以发展自行车环湖观光，将一个个景点串联起来。丰富的自然景观给必定游客带来一场视觉盛宴，让游客深切感受大自然的魅力。环巢湖区域内分布有许多湿地如龟山湿地、三汉河湿地、槐林湿地、滨湖湿地，湿地是地球之肾，具有重要的生态意义，巢湖湿地栖息着鸟类、也生长着各类水生植物，不同时节能够欣赏到不同的景观。我们可以以湿地为依托，开发环巢湖地区特有的湿地景观生态旅游，强化自身特色。

3.4.4 乡村活动体验旅游产品

环巢湖地区农业发达，农作物品种多样，合肥牛角大圩、长丰县全国无公害草莓生产基地，可以满足旅游者从事野趣活动的愿望，区域内还有巢湖这一大片水域资源可以发展渔业开展垂钓活动，通过采摘、垂钓这些野趣活动让旅游亲身体会乡村活动的乐趣，增强整个旅途的体验性。我们的体验活动也不应仅仅局限在农业活动上，应充分发挥当地资源，巢湖拥有八百里湖水面积，适合发展水上项目，如水上飞机、快艇、潜水等娱乐活动。环巢湖还拥有连绵的山脉，可以利用开发如登山、攀岩、露营等活动，让游客在适量运动中消除疲劳，获得多样化体验，回归乡野。

参考文献：

[1] 易金，王德刚.论乡村旅游产品的三维空间架构———以山东省乡村旅游开发为例[J].资源开发与市场，2008，24(9):839-843.

[2] 刘立冬.环巢湖占塔历史文化研究[J].安徽史学，2011，(5):123-125.

[3] 刘丽.环巢湖地区旅游资源可持续发展研究[J].资源开发与市场，2008，(2):165-167.

[4] 何梅青.试论旅游产品设计与旅游资源开发的关系[J].资源与产业，2006，8(2):52-55.