

原乡视角下乡村文化旅游产品开发研究

——以重庆市江津区为例

吴燕妮 吴小巧 王乐雨¹

(重庆交通大学 人文学院, 重庆 400074)

【摘要】: 乡村文化旅游产品开发中面临着结构性问题, 亟须推动乡村文化旅游产品创新。原乡规划思想给乡村文化旅游产品开发提供了新的视角。从原乡规划思想出发, 深入剖析原乡规划思想基本内涵, 探究了原乡规划思想在乡村文化旅游产品开发中的应用, 提出原乡下乡村文化旅游产品需要达成乡村生态性、文化性、体验性, 要完成乡土传承、乡村休闲营造、乡村创新三层建设。以江津区乡村旅游为例, 在分析江津乡村旅游发展现状基础上, 进一步具体探讨了原乡下江津乡村文化旅游产品开发的具体思路。

【关键词】: 原乡规划 乡村文化 旅游产品开发

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

乡村旅游产品开发的积极意义是显而易见的, “兴一处旅游富一处百姓”, 一方面, 乡村旅游产品开发促进了乡村产业的发展; 另一方面, 乡村旅游产品开发促进了乡村文化保护与传承。近年来, 乡村旅游产品供给的结构性问题日益突出, 乡村旅游产品的问题将影响乡村旅游积极作用的发挥, 因此, 需要在供给侧实现创新, 推动乡村旅游供给侧改革。从另一层面讲, 乡村文化旅游产品的开发是乡村旅游产品的升级版。乡村文化旅游产品开发兼顾了旅游者需要与地域乡土文化保护, 根据张小平等的对乡村旅游产品定义, 笔者认为乡村文化旅游产品是为满足旅游者乡村游览需要, 由当地旅游业经营者提供的乡村文化体验产品, 其具有乡土性、文化性和体验性等三大特性。

进入新时代, 乡村文化旅游发展的时代意义日益凸显, 乡村文化旅游发展对推动实现脱贫攻坚和乡村振兴战略的实施均具有重要意义。2018年国务院发布的《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》提出要深入挖掘历史文化、地域特色文化、民族民俗文化、传统农耕文化等, 提升传统工艺产品品质和旅游产品文化含量, 以创新产品供给, 实现旅游供给品质化。乡村文化旅游产品发展应当注重挖掘地域乡土文化, 创新乡村文化旅游产品供给, 提升旅游体验。乡村文化旅游开发应当留住“原乡”印象, 让旅游者能在乡村文化旅游体验中品味到乡土味道, 既望得见田园风光所代表的青山绿水, 又能寻觅到浓浓的乡愁。所谓原乡就是具有乡土性、文化性、生态性的乡村, 乡村文化旅游产品开发应当体现并有机结合原乡规划思想。

1 原乡思想内涵

原乡本质是一个文学意味上意指乡愁的词语, 学术上关于原乡的研究最初也是集中在文学领域, 特别是针对台湾同胞、华人侨胞文学作品的研究。杨振之在分析深入原乡思想内涵的基础上, 具体提出了原乡规划思想, 并进一步提出将原乡规划运用

作者简介: 吴燕妮(1999-), 女, 湖南常德人, 在读本科生; 吴小巧(1998-), 女, 重庆九龙坡人, 在读本科生; 王乐雨(1998-), 男, 山东新泰人, 在读本科生。

基金项目: 2019年重庆市大学生创新创业训练计划项目“基于原乡视角的江津乡村文化旅游产品设计”研究成果(项目编号: S201910618015)。

于乡村规划中，主张通过利用原乡规划思想保存好乡村意象和乡村景观。杨青松（2016）、殷滋言（2019）进一步探讨了原乡规划思想的理论与应用。原乡规划思想作为一种规划理论还在探讨和摸索中，与原乡规划思想相关的研究还相对较少，需要通过更多视角加以探讨，需要更多实证研究进一步深化。

城乡规划中原乡规划思想的提出有两重背景，首先是乡村文化、乡村环境等乡村内容破落、衰败背景下乡村振兴的迫切要求，其次是从文学上乡愁寄托的延伸。杨振之先生已经将原乡规划思想具体内涵提出，他认为乡村旅游的“原乡规划”即是以保护乡村原生态景观环境、本色的生产生活方式、原真性民俗文化为基础，以村庄聚落的原有布局为本底，以最少的人工干预和谐处理人与环境、人与人之间的关系，以中国传统乡村的布局理念为主导，统筹安排、科学规划旅游要素的乡村旅游规划方法。

乡村与城市相对，常以农村一词代替，已经暗指一种落后的经济文化形象，然而乡村却是一个富有诗意的词语，原乡乡村是乡愁与乡村发展繁荣的结合。城市规划的相关理论已经较为成熟，乡村规划却处于起始阶段。对比乡村和城市的不同之处，城市空间相对集聚，要重点关注空间内要素的合理安排，而乡村空间不是那么局限，应当关注时间上的安排，结合杨振之先生的理论，新时代，乡村旅游中的原乡规划思想应用要与乡村振兴的五个振兴、美丽中国建设相结合相统一协调。

乡村规划中的原乡更多强调是一种意象的探讨，通过具体分析乡村的特点，可以将原乡规划思想具体化。结合乡村振兴战略实施，乡村规划中的原乡应当具体为：乡村生态性的绿色原乡、乡土文化传承与创新发展的红色原乡、黄色原乡，乡村居住生活的橙色原乡，乡村休闲生活的彩色原乡。

2 原乡规划思想在乡村文化旅游产品设计中的应用

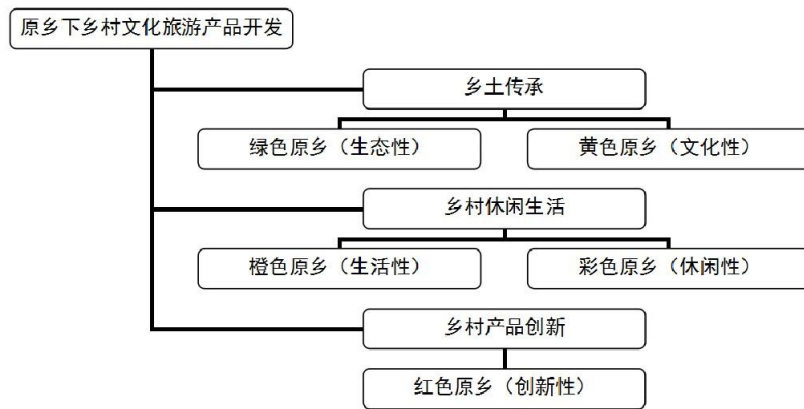


图1 原乡下乡村文化旅游产品开发模式

原乡规划思想实际上是取于中国古代天人合一的自然观，结合乡村发展实际，原乡规划思想指导下的乡村文化旅游产品要完成三个层次和五个维度的建设。

第一个层次是乡土传承，这个层次包括绿色原乡和黄色原乡两个维度。原乡最重要的是保留住乡村的基本特征，即乡村生态和乡土文化。乡村文化旅游产品开发切不可丢失掉这两个基本，这是乡村文化旅游产品开发的基础。绿色原乡是保存乡村的生态，乡村与城市产业发展上有着很大不同，乡村产业（农业）让乡村拥有相对较好的生态环境，这是一些地方旅游产品开发得天独厚的条件。黄色原乡是对乡土文化的传承，乡土文化是中华文化精神的根脉，是乡愁文化的发源地，保存传承是乡土文化让乡村重新焕发生机的必然选择，也是原乡下开发乡村文化旅游产品的基本条件。

第二个层次是乡村休闲生活构建，这个层次包括橙色原乡和彩色原乡两个维度。旅游者参与旅游活动是一个文化体验的过程，旅游者体验满意度是检验旅游发展的试金石，提升旅游体验可以从硬件软件两方面着手，硬件是旅游基础设施建设，软件是旅游产品建设，在这里提出建设橙色原乡和彩色原乡是从主客空间关系上讲的。以往旅游开发中往往出现社区冲突，其原因有利益分配也有主客互动关系处理上，旅游目的地应当朝着宜居宜游的方向建设。橙色原乡侧重提升优化乡村居住空间，提升原居民的生活满意度和获得感，是为了提升乡村生活质量，让旅游者和居民一起住下去。彩色原乡侧重旅游服务和休闲游憩娱乐设施建设，活化乡村文化，打造主客共乐的乡村文化旅游产品，让旅游者有内容可游，有探寻乡土文化的兴趣。

第三个层次乡村产品创新，这个层次是指要建设红色原乡。强化创新意识和创新思维，通过创新发展让乡村赶上时代发展的脚步。我们要留住原乡，留住一种记忆、一种意象、一种意境，但是乡村的发展不能因循守旧，要革故鼎新，把历史的与现代的、传统的与未来的结合起来，谋求乡村的创新式发展。乡村要传承更要创新，创新是乡村可持续发展的不竭动力之源。如果只是修旧如旧的复古式原乡不具有可持续性，古镇商业化问题可窥一斑。原乡规划要实现乡村规划的可持续性就要建设红色原乡，创新式发展乡村文化，要通过建筑、景观、环境的建设营造乡村意境，要通过乡村文化旅游产品的创新设计丰富乡村意境，让居民生活更加舒适，让旅游者望见乡愁，又品得悠悠岁月的历久弥新。

3 原乡规划视角下江津区乡村文化旅游产品开发存在的问题

江津区作为中国长寿之乡，拥有丰富乡村文化旅游资源。江津区首先是有“原乡原味”的古镇江津区资源，其中中山古镇和塘河古镇为国家历史文化名镇，石蟆古镇和白沙古镇为重庆市历史文化古镇。此外，一些古村落历史悠久，石龙门村、邢家村、鱼湾村等村落历史可追溯至明清且保留了大量古建筑。近年来江津乡村旅游发展总体情况较好，四屏镇荣获“中国乡村旅游最佳目的地”称号，洪洞村被评为“全国特色景观旅游村”，一大批文旅项目正在落地。《江津区旅游业“十三五”发展规划》明确了“一园三片”的乡村旅游功能布局，提出按照抓重点、抓特色思路，精心策划、科学招商、有效把控，打造符合生态、尊重文化、保障群众利益的美丽乡村。但是江津乡村文化旅游还存在如下问题。

3.1 资源丰富，但存在一定程度的破坏，特别是历史文化民俗的破坏

原乡乡村文化旅游产品开发应当着力于乡土文化保护。目前，江津区非常重视乡村旅游营销工作，但是在具体资源保护和产品开发工作上还需要予以关注。旅游产品开发中往往过于关注如何吸引旅游者眼球，常常在文化内涵上反倒落了下乘。江津区保存的塘河婚俗、旱码头龙舟歌会、清源宫庙会、江津楹联习俗、白沙“闹元宵”习俗等传统民俗有待进一步挖掘和展示，从李冰父子传承的水文化、地域农耕文化在旅游开发中没有得到重视。民俗文化和地域文化是不可多得的瑰宝，在乡村文旅开发中应当得到传承保护。

3.2 吸引力不足，资源优势没有转化为旅游优势

目前，江津区乡村旅游取得了一定的成果，但是更大的发展潜力还有待激发，特别是区域乡土文化的价值与实际实现的旅游价值不甚匹配，需要进一步加强乡土特色产品开发，加强对特色文化旅游资源的利用。在乡村文旅开发中要讲好区域文化故事，展现出区域特色文化内涵，将旅游发展潜能激发出来，文化保护与旅游开发协调统一，突出江津的“四面山水、人文江津”的文化旅游品牌。打好古镇牌、民俗牌、文化牌、康养牌，做好乡村地区文化旅游产品深度开发。

3.3 产品结构单一，乡土产品表现力不足

原乡乡村应当以浓浓乡愁感染人，江津区文旅产品在表现力上远远达不到这一要求，与旅游者存在心灵上的距离。江津地区乡村文化旅游产品存在附加值低、产品结构单一等问题。附加值低，主要是文旅产品还是以观光产品为主，住宿产品、乡村民俗文创产品有待开发。产品结构单一是缺乏专业化规划和运营导致的，这使得特色文旅产品与地域特色分离。

4 原乡规划视角下江津区乡村文化旅游产品创新思路

4.1 注重乡土文化传承与保护

乡村文旅开发首先要加强对乡土文化的保护传承，文化是魂，有了魂，旅游这个有机体才能自如地运动。江津乡村文化旅游产品要注重体现乡村的乡土特性，不能脱离了乡土这一根基，要深入挖掘当地的民俗文化和地域文化并将其保留结合到乡村文化旅游产品中。文化不是凝固的，乡村文旅产品开发一方面可以建设农耕文化景观，营造乡村意境，例如将江津当地特色农耕工具设计成文化景观；另一方面要通过特色产品将乡土文化活化传承，例如开展农耕亲子游，让旅游者亲身体验传统农耕的过程、感受其中农耕文化。

4.2 乡村休闲生活的重构与乡风文明建设

首先是乡村生活重构。城市的过度膨胀，人们丧失了休闲生活的空间，城市居民选择乡村作为休闲目的地，就是看中了其生活舒适、生态宜人，乡村独特的旅游资源对于城市居民而言具有巨大吸引力，但是旅游开发者们并未将这种资源优势转化为旅游优势，尤其体现在基础设施建设不完善而给大众留下了“脏乱差”的认知形象。因而乡村文化旅游产品开发中首当其冲的工作应当是乡村环境治理，一是基础设施提升，二是乡村生活空间重塑。江津区目前应当注意加强对乡村民宿等的资金支持和指导规范，要建设与江津地域文化相协调的旅游设施，加强乡村生活空间治理。

其次是乡风文明建设。最是难忘老乡情，乡村文化旅游开发人是又一核心关键要素，人是活的文化，是一种核心优势。要保留原住民生活空间，合理将原住民安排到游憩系统，达成旅游活动中主客关系的良性互动。可以通过举办特色节庆活动拉近主客之间关系，例如在中山古镇举办“千米长宴、欢庆春节”特色节庆展示、农民丰收节等活动。

4.3 创新引领乡村文化旅游产品开发

前文中已经论述了建设红色原乡缘由，可知乡村文化旅游产品应当注意与时代接轨。面对激烈市场竞争，乡村文化旅游产品开发应当摒弃原有的单一结构的开发模式，进一步融入新思路、新技术，丰富现有的旅游产品形态。例如可以通过在江津乡村文旅开发中融入 VR 技术，让旅游者亲身经历塘河古镇的特色婚丧习俗；通过运用短视频等讲述江津乡村故事，有效促进乡村文旅产品的多媒体多平台传播，让旅游者情有所系、心有所动。但是要注意新技术运用的限度，坚持底线思维，注意对原有文化情景、文化意境最大限度的保护。

5 结语

原乡规划思想的核心在于自然，自然就是本然，要原原本本地挖掘展示出地域的社会文化特色，达到天人合一的境界。原乡乡村文化旅游产品开发过程中更要注重乡村文化的挖掘，特别是对乡土文化、民俗文化中所蕴含的伦理道德、时代文化价值的挖掘。中国乡土文化本身重视“和”的思想，乡土文化中蕴含着人与自然和谐的思想，例如轮作轮耕制度体现了在传统农事活动中注意人与自然一起休养生息，这与笔者提出建设绿色原乡，保持生态性是一致的。乡村文化旅游产品开发的过程实际是一种意境营造的过程，环境治理和景观打造要协调推进，文化传承在潜移默化中进行，旅游者体验在与乡村居民良性互动中得到稳步提升，文旅产品吸引力应当在创新发展中得到展现。

参考文献:

[1]赵肖. 乡村文化旅游产品供给侧改革的实现路径[J]. 农业经济, 2018(11):44-45.

[2]张小平, 倪妮, 罗永富. 乡村旅游产品的定位与开发——以重庆市武隆县为例[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版), 2012(21):100-102+190.

[3]国务院办公厅. 关于促进全域旅游发展的指导意见[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2018(4):12-14.

[4]杨振之. 论“原乡规划”及其乡村规划思想[J]. 城市发展研究, 2011, 18(10):14-18.

[5]杨青松, 洪钦. 基于“原乡规划”理念下的美丽乡村规划实践[J]. 城市建设理论研究(电子版), 2016(33):28-30.

[6]殷滋言, 洪占东, 孔玉莲, 等. 基于原乡规划的乡村旅游地提升策略——以合肥市三十岗乡为例[J]. 北部湾大学学报, 2019, 34(10):25-32.

[7]江津区旅游发展委员会. 江津区旅游业“十三五”发展规划[Z]. 2017(3).