
贵州农村旅游同质化问题及其应对策略

苏雄¹

(黔南民族师范学院, 黔南 都匀 558000)

【摘要】: 在贵州旅游业的发展中, 农村旅游作为其中的重要形式, 在推动贵州旅游经济发展中起着十分重要的作用。但是从当前贵州农村旅游的发展现状来看, 存在明显的同质化问题, 特别是在乡村旅游产品与旅游类型方面, 更为明显, 严重影响了自身的发展。在这一过程中, 必须要加快贵州农村旅游的研究, 通过优化空间布局, 拓宽旅游产品项目等手段, 实现贵州农村旅游的可持续发展。因此, 在现阶段贵州地区农村旅游发展的过程中, 应该对目前存在的同质化问题进行分析, 针对目前发展中存在的不足, 采取有效的应对措施, 借助乡村振兴战略的东风, 构建合理的乡村旅游发展体系, 为贵州地区的经济发展做出更大贡献。

【关键词】: 贵州 农村旅游 同质化 策略

【中图分类号】 F592 **【文献标识码】** A

随着社会经济的快速发展, 城乡之间的差距呈现出扩大化的状态, 为了更好的推动农村地区的发展, 党和国家提出了乡村振兴战略, 要求做到优先发展农业农村, 在生活富裕、产业兴旺、生态宜居、治理有效以及乡风文明的总要求下, 构建城乡融合发展新机制。而在乡村振兴中, 农村旅游作为其中的关键组成, 能够将农村地区的独特生产形态与田园风光优势发挥出来, 构建一种新的旅游业态, 在推动农民增收的同时, 丰富当前的旅游市场。贵州省作为我国农村旅游大省, 已经从以往规模小、利润少的局面, 逐渐的成长为规模大、效益高的格局, 发展势头良好。但是在农村旅游蓬勃发展的同时, 旅游同质化问题随之出现, 对贵州农村旅游的可持续发展带来了十分不利的影响。所以说, 为了更好的降低农村旅游同质化的影响, 贵州省应该采取有效的应对措施, 缓解目前的同质化局面, 适应乡村振兴战略的需求, 步入更高的发展阶段。

1 贵州农村旅游同质化问题的表现

1.1 农村旅游类型同质化

1.1.1 农村旅游点类型划分。

从当前农村旅游的发展来看, 通过以其依托的旅游资源差异为标准, 可以分为民族村镇类、田园风光类、民俗文化类、现代农业类以及休闲度假类。而从贵州地区的农村旅游发展来看, 主要集中在民族村镇类、田园风光类与现代农业类, 三者所占的比重超过了80%, 特别是田园风光类, 所占比重更高。这也就表明其在发展农村旅游的过程中, 更多的是采用初级方式, 停留在吃农家饭、住农家院以及农家采摘等层面, 并没有改变传统的旅游模式, 缺乏深度体验型旅游的开发。但是对于贵州地区来说, 有着十分丰富的苗族文化、侗族文化等, 这些民族文化衍生出来的民俗技艺、民族风情以及民族建筑等, 都能够为农村旅游提供丰富的类型。而从现阶段的发展来看, 这些丰富的旅游资源并没有得以转化, 民族文化与农村旅游在结合方面存在明显的不足, 影响了农村旅游类型的丰富。

作者简介: 苏雄 (1997-), 男, 贵州惠水人, 本科, 研究方向: 农林经济管理。

1.1.2 乡村旅游点类型同质化。

从空间分布来看，贵州地区的农村旅游发展呈现出双核心集群的分布特征，主要集中在安顺市北部的现状条带以及黔东南州的中南部环带。这种分布情况的存在，表明在该地区的农村旅游发展中，更多地聚集在这一区域，使得其在空间分布方面过于集中，同质化情况比较严重。在这种情况下，安顺市北部出现了大量现代农业类与田园风光类农村旅游景点的分布，使得人们在旅游过程中出现了审美疲劳，而在黔东南州的中南部地区，则是大量聚集民俗文化类与民族村镇类旅游景点，造成在这些区域中，出现了空间上的类型同质化，影响了整体的可持续发展水平。

1.2 农村旅游产品同质化

在开展农村旅游的过程中，不仅包括有形的产品与项目，同时也包括无形的服务与品牌，在有形与无形的结合下，构建了多元化的农村旅游产品形态，推动农村旅游的发展。但是在贵州地区的农村旅游发展中，产品的同质化，使得其核心竞争力提升受到了严重的制约。

1.2.1 纵向同质化。

在现阶段贵州农村旅游产品的形态中，主要开展的是乡村旅游初级产品，在次级产品与价值形态方面存在明显的不足，各类型农村旅游产品的开发深度欠缺。一方面，目前农村旅游更多的是依赖一些未加工的瓜果蔬菜、古寺庙、古镇以及文化演艺等，这些原生态的旅游资源以及初级产品成为了推动农村旅游发展的基础；另一方面，在多元价值形态中的产品衍生中，该地区的农村旅游还存在较大的上升空间。除此之外，在单向度开发思维的作用下，贵州地区在农村旅游开发中，更多地关注旅游产品的经济价值，忽视了其所蕴含的美学价值与生态价值，特别是在文化价值方面，关注度存在明显的不足。在这种情况下，尽管其开展了民俗文化类的农村旅游产品开发，但是更多地停留在文化表演与遗址观光等方面，并没有对其中所蕴含的制度民俗与精神民俗进行深度的挖掘，在民俗文化的展示方面，整体水平有限，无法实现自身旅游竞争力的提升。

1.2.2 横向同质化。

在农村旅游发展中，产品类型不仅包括具体的项目，同时需要将基础设施、接待设施等囊括其中，从而构建一个农村旅游的综合业态。但是在目前贵州地区农村旅游发展来看，更多的是开展观光类的产品，在猎奇类、休闲度假类等深度参与方面的产品存在明显不足。与此同时，在基础设施建设方面，各地的景观建筑存在明显的同质化，在进行原生态建筑物修缮或者是新建中，更多的从现代角度出发，使得其所形成的建筑尽管千篇一律，并没有将不同农村地区的建筑特色呈现出来。除此之外，在配套设施方面的同质化更为严重，许多农村地区的旅游景点建设完全以城市建设为标准，钢筋混凝土遍布各地，工业化的厕所与步行街，很难与农村环境相协调，影响了整体的旅游体验。在这种情况下，贵州农村旅游的发展陈新概念出千篇一律的状态，产品开发的广度与深度存在明显不足，很难满足现代人的旅游需求。

1.2.3 产品认知同质化。

从现阶段贵州地区的农村旅游发展来看，在品牌形象、服务质量以及技术含量方面存在明显的同质化问题，很难形成不同区域的特色，影响了自身的可持续发展。从品牌特色来看，在进行农村旅游产品宣传的过程中，并没有与本地区独特的自然环境与社会环境进行融合，更多的是模仿或者照搬其他旅游景点，使得其所形成的农村旅游产品堆砌意味明显。在这种情况下，所形成的品牌形象缺乏明确的名为，同质化问题更为严重。除此之外，在技术含量方面，游客所观看到的一些民俗技艺大多为当地居民表演，其中大多数人并没有接受过专业的训练，造成其所表演的文化作品技术含量较低，同时不同区域内产生了技艺形式相近、声调相近的情况，无法将不同区域的特点表现出来。

2 贵州农村旅游同质化问题应对策略

2.1 优化空间格局

在贵州农村旅游的发展中，农村旅游点表现出来的空间同质化问题，需要从全局的角度出发，对各种旅游资源进行科学系统的规划，优化空间布局，实现农村旅游的均衡发展。首先，应该对农村旅游点类型结构进行优化，加快发展民俗文化类与休闲度假类的旅游景点，适当降低其他类型的比重，构建更为合理的农村旅游点结构。在这一过程中，应该将民俗风情、民族文化等地域特色进行充分地挖掘，实现农村旅游与民族文化发展的结合，同时结合现阶段的市场需求，实现休闲度假类旅游景点的快速发展。其次，开展深层次的农村旅游点的空间联结工作。通过强化贵州不同区域农村旅游景点的联动，强化各项资源的整合，避免出现集中区域内旅游产品同质化的问题，通过重点培育一些高水平的农村旅游点，将自身的先锋作用发挥出来，实现农村旅游的精品化发展。最后，推动农村旅游点的多元化与差异化发展。在开展农村旅游的过程中，应该将自身的地域优势与区域农村旅游资源优势发挥出来，重点开展采摘园、生态体验园等体验类项目的发展，同时开发文化体验类农村旅游景点，实现深度体验的快速发展。

2.2 拓展农村旅游产品项目

为了更好的解决目前贵州地区农村旅游发展的同质化问题，必须要拓展产品项目，改变传统观光模式的束缚，实现农村旅游的多元复合型发展。在这一过程中，应该转变以往的发展理念，对农村旅游形成新的认识，应该在强化旅游体验的过程中，为游客带来视觉、听觉、感觉等全方位的冲击，更好地实现游客旅游体验的增强。贵州地区应该将自身独具特色的农村旅游资源优势发挥出来，在开展科学分析的过程中，实现农村旅游初级产品服务价值链的延长，对其中的重点产品与项目进行开发，从而构建符合现阶段旅游市场需求的产品体系。在推动贵州农村旅游的多元复合型产品体系开发中，能够更好的推动农村旅游资源挖掘水平的提升，实现价值形态上的跨越，增强农村旅游产品的核心竞争力。除此之外，必须要对民族与传统文化潜力进行深度的挖掘，加快发展农村文化创意产品，在实现乡土文化与农村旅游的结合以后，将苗族文化、侗族文化等融入其中，实现诸多旅游要素的充分融合。而在进行乡土文化体验的过程中，应该将传统文化与民俗文化融入到商业街区、村寨当中，营造更为厚重的文化氛围，同时鼓励各类非物质文化遗产继承人进行表演，增加文化旅游的内涵。

2.3 推动农村旅游产品创新

在贵州农村旅游的发展中，必须要加快农村旅游产品的创新，更好地满足当前的旅游市场需求。首先，应该加快新型农村旅游产品的开发，实现农村旅游整体实力的提升，将现代科技与传统旅游资源结合，实现历史文化积淀的深度挖掘，更好地推动专项旅游产品的开发，营造符合现代旅游市场需求的农村旅游环境。其次，加快农村旅游产品创新，实现农村旅游生命周期的延续。在以往贵州地区的农村旅游发展中，更多的是以吃农家饭、住农家院以及采摘园的方式，这种初级的旅游方式很难实现自身旅游效益的改善，同时也无法适应现阶段的市场发展需求。因此，必须要加快产品创新，通过构建多元化的发展规模，打造升级版的“农家乐”，将自身的农村旅游资源优势更好地发挥出来，借助户外活动、乡土乐园以及主题农庄等手段，实现自身的可持续发展。最后，需要加强农村旅游产品形象的宣传。通过对农村旅游中的特色与亮点进行总结，形成精准定位，重点进行农村旅游产品形象的宣传，开展差异化的品牌策略，发挥出新媒体技术的优势，实现自身影响力的扩张。

3 结语

贵州省作为我国西南地区少数民族聚集的区域，在农村旅游发展方面有着得天独厚的优势，通过大力发展农村旅游，能够更好推动区域经济的发展，满足乡村振兴战略的相关需求。但是在目前的农村旅游发展中，存在比较严重的同质化问题，这就在很大程度上影响了自身的可持续发展。因此，在现阶段的农村旅游发展中，必须要针对产品同质化问题，采取有效的应对措施，加快旅游产品的创新，推动农村旅游点的多元化与差异化发展。贵州地区应该将自身独具特色的农村旅游资源优势发挥出

来, 在开发的过程中, 实现农村旅游初级产品服务价值链的延长, 推动贵州农村旅游的多元复合型产品体系开发, 更好的推动农村旅游资源挖掘水平的提升, 实现价值形态上的跨越, 增强农村旅游产品的核心竞争力。

参考文献:

- [1]王熾, 房建恩. 乡村旅游产品同质化问题分析及对策研究[J]. 江苏农业科学, 2020(02).
- [2]李华青. 吉安市乡村旅游存在的问题及其对策研究[J]. 卷宗, 2020(06).
- [3]张亚芝. 贵州省茶产业品牌定位同质化问题及差异化策略探析[J]. 农村实用科技信息, 2019(05).
- [4]潘瑶瑶. 古镇旅游开发存在的问题及对策[J]. 经济研究导刊, 2020(15).
- [5]曾甜. 新时期重庆古镇休闲旅游发展问题及对策研究[J]. 青春岁月, 2018(08).
- [6]谢思静. 乡村旅游业态发展同质化问题探讨——以桤溪慢城为例[J]. 国土与自然资源研究, 2019(03).