

基于“快进慢游”理念的呼和浩特市乡村旅游提质增效路径研究

谭慕华, 秦兆祥

内蒙古师范大学旅游学院, 内蒙古 呼和浩特

收稿日期: 2023年4月13日; 录用日期: 2023年5月31日; 发布日期: 2023年6月8日

摘要

乡村旅游是依托农村旅游资源带动旅游产业发展、服务城市居民、提高城乡生活质量、促进乡村地区社会经济全面发展的助推器。呼和浩特市因其独特的地理区位、良好的生态环境和多元的文化特征, 具有发展乡村旅游的资源优势。本文以“快进慢游”理论为研究起点, 选取呼和浩特市乡村为案例地, 对乡村旅游提质增效的路径进行研究。结果表明: 呼和浩特市因其丰富的旅游资源和广阔的市场空间, 有着发展旅游产业的良好基础; 但当前, 呼和浩特的乡村旅游发展既面临着机遇也面对着挑战, 传统单一的乡村旅游方式难以满足大众需求, 存在旅游产品同质化严重, 缺乏市场吸引力, 相关配套设施欠缺等问题。因而, 将“快进慢游”理念融入呼和浩特的乡村旅游发展, 以空间为切入点, 从快入空间、慢居空间、慢娱空间、慢商空间等方面展开诠释, 提出创建高效网络, 还原自然生态, 保护文化空间和打造属地品牌4个策略, 形成乡村旅游的良性互动, 以期为乡村旅游的高质量发展和乡村治理格局提供参考。

关键词

“快进慢游”理念, 乡村旅游, 呼和浩特市, 提质增效

Research on the Path of Improving Quality and Increasing Efficiency of Rural Tourism in Hohhot Based on the Concept of “Fast Forward and Slow Travel”

Muhua Tan, Zhaoxiang Qin

School of Tourism, Inner Mongolia Normal University, Hohhot Inner Mongolia

Received: Apr. 13th, 2023; accepted: May 31st, 2023; published: Jun. 8th, 2023

Abstract

Rural tourism is a booster that relies on rural tourism resources to promote the development of tourism industry, serve urban residents, improve the quality of life in urban and rural areas, and promote the all-round social and economic development in rural areas. Because of its unique geographical location, good ecological environment and diverse cultural characteristics, Hohhot has the resource advantage of developing rural tourism. Based on the theory of “fast-forward and slow-travel”, this paper takes the rural areas of Hohhot as a case to study the path of improving the quality and efficiency of rural tourism. The results show that Hohhot has a good foundation for developing tourism industry because of its rich tourism resources and broad market space. However, at present, the development of rural tourism in Hohhot is facing both opportunities and challenges. The traditional single rural tourism mode is difficult to meet the needs of the public, and there are some problems such as serious homogenization of tourism products, lack of market appeal and lack of related supporting facilities. Therefore, the concept of “fast-forward and slow-travel” is integrated into the rural tourism development in Hohhot, and it is interpreted from the aspects of fast-entry space, slow-living space, slow-entertainment space and slow-business space, and four strategies are put forward to create an efficient network, restore natural ecology, protect cultural space and build local brands, thus forming a benign interaction of rural tourism, with a view to providing reference for the high-quality development of rural tourism and rural governance pattern.

Keywords

“Fast Forward and Slow Travel” Concept, Rural Tourism, Hohhot, Improving Quality and Increasing Efficiency

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

乡村振兴战略作为新时代“三农”工作的总抓手，以实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效和生活富裕为目标，加快推进农业农村现代化建设。2020年是我国脱贫攻坚战取得全面胜利的一年，551万农村贫困人口全部实现脱贫。在此之后，持续推进乡村振兴并实现全体人民共同富裕成为了主旋律，更成为了未来发展迫切的历史任务。中央也相继出台了一系列文件，如《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》《关于加快推进乡村人才振兴的意见》《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》等，对全面推进乡村振兴做了具体部署，对乡村发展提出了更多、更高的要求。习近平总书记指出“全面实施乡村振兴战略的深度、广度、难度都不亚于脱贫攻坚，要完善政策体系、工作体系、制度体系，以更有力的举措、汇聚更强大的力量，加快农业农村现代化步伐，促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足。”^[1]这一重要论述表明乡村振兴战略是促进农业农村现代化和实现全体人民共同富裕的强力助推剂。因而，实现全体人民共同富裕，最艰巨最繁重的任务在农村，最广泛最深厚的基础在农村，最大的潜力和后劲也在农村，只有农村实现富强、农民实现富足，全体人民共同富裕才能真正达成。

乡村地区作为当前政策的关注点, 发展旅游业已成为一条实现乡村振兴的快速通道。其所承载着的乡土文化、乡土基因和乡土情怀是发展旅游的宝贵财富。尤其在当前全球化与城镇化的浪潮下, 改变旅游方式与治理理念, 不仅有助于推动乡村经济结构调整, 促进乡村空间品质的提升, 而且也能带动乡村地区社会经济的全面发展, 真正实现从二元城乡社会经济结构走向一元。对于相关地区而言, 它具有带动经济发展、提供就业机会、促进社会进步等潜力; 对于游客来说, 乡村旅游则能满足其对农耕活动、传统文化、康养养生、趣味休闲等不同形式的旅游体验。因此, 近年来乡村旅游在国内乃至世界范围内得到长足发展, 已成为旅游业中不可替代的重要产业部门。

2. “快进慢游”与呼和浩特市旅游资源梳理

2.1. “快进慢游”的概念

乡村旅游是以农村旅游资源为依托, 以带动产业发展、服务居民、提高生活质量和促进地区经济发展为目标, 乡村性是旅游可持续发展的根本保证。乡村旅游业态最早出现在欧洲, 至今已形成 100 多年的历史研究经验。从研究议题来看, 主要包括乡村旅游概念性梳理、居民认知与态度、游客行为特征, 发展模式探析、可持续发展、乡村旅游资本、文化原真性等方面, 研究方法呈现出定性与定量研究交叉发展趋势。Brohman 研究发现, 乡村性是实现旅游可持续发展的关键[2]; Li 等调查了在地居民对发展乡村旅游的态度, 研究表明人们大多支持并愿意参与到乡村旅游发展建设之中[3]。除此之外, 国外研究还关注到了在地居民态度、乡村旅游地发展、宏微观影响因素、游客行为特征和旅游市场细分等主题, 研究视角呈现出多元化趋势。相比较而言, 国内相关研究起步较晚, 研究主题聚焦于概念辨析、人地关系演变、发展机制、游客行为、利益相关者、乡村开发与保护等。如杨旭[4]、何景明等[5]、卢小丽等[6]借鉴西方学者的研究成果, 再结合本国国情对乡村旅游的概念做了界定。之后, 学者们逐渐引入更丰富的理论模型, 探索乡村旅游中旅游者的行为意向。葛学峰等采用离散选择模型中的 MNL 模型, 以大连乡村旅游消费者为例, 分析个人特征和行为特征对某类旅游产品偏好的影响[7]; 张圆刚等基于计划行为理论(TPB)和自我调节理论(TSR), 将安徽省黄山市、浙江省杭州市和湖州市作为研究区, 深入探讨乡村旅游地旅游者行为意向的差异[8]。缘于我国乡村旅游的发展与政策和时代背景密切相关, 近几年来对“乡村振兴”、“精准扶贫”的研究成为了主旋律。如刘春腊等以湘西传统村落为例, 构建了文化景观保护性补偿模型, 丰富了实证研究成果[9]。李实等深度分析了为实现共同富裕的共同目标, 乡村振兴战略面临着城乡要素市场壁垒、落后的农村生产配套条件等一系列挑战和问题, 从政策、公共服务保障等方面提出了解决建议[10]。孟明浩等以浙江省指南村为案例地, 从“他者”旅游者的视角研究游客忠诚度的影响机制, 并从理念、感知和运营三个层次, 提出乡村旅游可持续发展的 P-P-O 模式, 并提出相应的建议[11]。伴随着时代的进步, 快节奏的生活给人们带来了巨大的压力, 乡村旅游也存在乡村性遭到破坏、游客逗留时间短等问题, 特别是由于旅游观念的转变, 传统的旅游方式已不能满足人们向往美好生活的需要, 而“快进慢游”理念可以在一定程度上缓解这些问题, 提升乡村旅游的“质”与“量”。慢旅游的概念最早起源于 19 世纪 80 年代意大利为抵制快餐文化的“慢食活动”, 其核心理念在于深度体验、缓慢节奏和文化沉浸, 放大了游览过程中的意义细节, 鼓励游客在陌生的旅游环境中保持日常的生活方式。而“快进”则是要提高景区的可进入性和通达性, 只有将“快进”和“慢游”结合起来, 才能让游客更深入地体验当地的风土人情。但目前国内外关于“慢”旅游的研究较少, 国内更为薄弱, 关注点都放在理论框架构建、目的地建设、旅游慢行系统建设、慢旅游模式构建、影响因素等方面。

综上所述, “快进慢游”是当前大众旅游时代游客的普遍需求, 完善的综合性旅游交通系统, 慢生活理念的追求, 与乡村旅游所遵循的以人为本的观念高度契合。其发展不仅有利于促进旅游产业的转型

升级, 而且对于品牌形象的树立, 营销策略的制定都至关重要。因此, “快进慢游”理念为乡村旅游持续发展提供了可借鉴模式。

2.2. 呼和浩特市旅游资源梳理

呼和浩特位于内蒙古黄河几字弯区域, 地处土默川平原, 北靠阴山, 南临黄河, 是呼包鄂银城市群的核心城市, 是联接黄河经济带、亚欧大陆桥、环渤海经济区域的重要桥梁。其不仅有 400 多年悠久的历史 and 光辉灿烂的文化, 更是内蒙古政治、经济和文化中心, 被誉为“中国乳都”。因其特殊的地理位置, 形成了呼和浩特独特的农业经济。呼和浩特全域面积 1.72 万平方公里, 下辖 4 个区、4 个县、1 个旗, 四区位于呼市市中心, 分别为新城区、回民区、赛罕区和玉泉区; 四县即武川县、和林格尔县、托克托县和清水河县, 一旗是土默特左旗。区域内空间广阔, 旅游资源富集, 根据现有的资源, 按照“红、黄、绿、蓝”感官印象, 划分为红色旅游资源、乡村旅游资源、草原旅游资源和水资源四大类。整体而言, 具有发展乡村旅游的良好资源基础和经济基础。

2.2.1. 红——红色旅游资源

民族精神不仅是中国共产党在长期奋斗征程中总结的, 更是一个民族赖以生存和发展的精神支柱, 带有鲜明的时代特征。而红色旅游就是把红色人文景观和精神文化融入到自然景观中, 把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来的一种新型的主题旅游形式。呼和浩特市作为内蒙古的首府城市, 有着光荣的革命历史和优良的革命传统, 不屈不挠的奋斗精神和勇敢拼搏的进取精神贯穿了革命、建设和改革开放的各个时期, 涌现了许多杰出的少数民族共产党员干部、民族英雄和时代楷模, 如民族英雄乌兰夫、高凤英等, 与此同时, 也留下了大量的革命遗址遗迹, 例如乌兰夫纪念馆、乌兰夫故居、大青山抗日游击根据地展馆、老牛坡红色文化旅游区、多松年烈士纪念馆等。丰富的红色旅游资源为发展红色旅游提供了资源优势, 在国家重点打造的 100 个红色旅游经典景区(点)中, 呼和浩特市入选 3 个。因此, 我们在深入挖掘红色文化精神内涵的同时, 也要不断增强红色旅游的生动性和感染力, 提高游客的沉浸体验感, 让游客们在红色旅游中陶冶情操, 自觉接受爱国主义教育, 做好弘扬红色文化、传承红色基因的接班人。

2.2.2. 黄——乡村旅游资源

呼和浩特不仅是红色革命历史老区, 而且也拥有丰富的乡土文化, 在住房城乡建设部等部门组织开展的全国传统村落摸底调查中, 截至 2021 年 7 月, 内蒙古共有 46 个村落入选住建部传统村落名单, 其中呼和浩特入选 6 个, 占比 13%。当地居民的生活、生产习俗在农牧文化和农耕文化的双重影响下, 形成了大青山山脉独具代表性的民族地方乡土风情。多姿多彩的民间文艺和玩俗、历史悠久的手工艺和传说故事, 为乡村旅游的发展提供了丰富的主题元素。此外, 随着时代的发展, 农业结构也发生了极大的改变。大青山北麓, 传统的牧区已由第一产业向旅游业、服务业等第三产业转变发展; 大青山南部的土默川平原地区, 已从过去传统粮食生产为主逐渐调整为粮食、蔬菜、瓜果和其他经济作物的共同种植; 东南部的和林格尔县, 蒙牛集团带动了周边养殖业的发展; 黄河之滨的托克托县和清水河县, 渔业和水果采摘发展迅速, 成为了乡村旅游发展的前沿阵地。呼和浩特市在总体上已经形成了农业与畜牧业、田园与牧场、渔村与果园交错分布的格局, 并与周边旅游景区、乡村形成互补的旅游资源密集带。

2.2.3. 绿——草原旅游资源

呼和浩特结合区域特色和优质资源, 推出了“美丽青城草原都市”的文化旅游品牌, 以区域内草原资源为依托, 加大对周边景点、乡村采摘等宣传力度, 推动周边游、乡村游、红色游、研学游、自驾游等发展。因而, 良好的生态环境是其发展的资源基础, 全域内有两处较好的草原生态资源: 一处是位于大青山南坡的呼和塔拉城市草原, 天然牧草占地 10,389 亩, 被誉为“青城后花园”。它也是呼和浩特市

打造 150 平方公里, 投资 145 亿元的大青山前坡生态休闲旅游区的重要组成部分。第二处则是位于大青山北坡的淖尔梁湿地草原, 方圆约 60 平方公里。其中核心区面积约 38 平方公里, 是阴山山脉最大的并且保存唯一完好的高山湿地草原。清新的空气, 优美的自然环境为呼市发展乡村旅游奠定了良好基础。

2.2.4. 蓝——水资源

村落选址一般都是“临水而居”, 呼和浩特也是如此。黄河流经内蒙古 7 盟市, 呈“几”字形地理单元, 形成黄河“几字弯”区域。其中, 呼和浩特占黄河内蒙古段流程的 12.15%, 自托县双河镇什四份村进入, 从清水河县老牛湾镇营盘岭村出境, 全市除北部武川县 0.16 万平方公里在内陆河流域, 其余均在黄河流域范围, 面积为 1.56 万平方公里, 占全市国土面积 90.4%, 占自治区黄河流域面积 10.26% [12]。黄河流域内, 自然景观、人文景观、历史古迹、地质景观荟萃; 农耕文明、游牧文明、草原文化等资源富集, 是黄河中上游文化的集中展示区域, 具有发展乡村旅游浓厚的文化底蕴。

3. 呼和浩特市乡村旅游规划及问题分析

3.1. 呼和浩特市乡村旅游规划

随着全域旅游和乡村旅游产业的融合发展, 呼和浩特市政府相继编制和出台了《呼和浩特市农家乐旅游业发展规划(2003~2020 年)》, 呼和浩特市旅游业“十三五”发展规划纲要、《呼和浩特市人民政府关于推进呼和浩特市文化旅游融合发展的实施意见》等, 从制度层面保障旅游业快速健康发展, 同时, 也为乡村向“快进慢游”理念转变提供了发展机遇。

同时, 乡村的地域性聚落景观、原生态的生活方式和传统性乡风习俗使得乡村旅游在满足观光游览的同时兼具体验乡村田园生活, 感受异质乡土文化的功能。为避免乡村旅游发展过程中因盲目建设出现的景观破坏、建设混乱、外来文化入侵和观念转变等问题, 应从乡村旅游地的地脉和文脉出发, 本着生态治理、文化保护、可持续利用的指导方针, 来开展实际的乡村旅游规划, 切实解决当地居民的困惑问题。

慢是乡村田园生活的重要特征, 但随着旅游人数的逐年增多势必会冲击当地居民的原有生活, 资源和利益的分配差异是乡村旅游和谐发展面临的重大挑战。因此, 乡村居民的响应与配合是实现慢生活理念和谐发展的前提和基础。基于慢生活的呼和浩特乡村旅游规划, 不仅要改善乡村生活环境, 遵循乡村自身发展规律, 而且也要注意保留乡村风貌, 合理改造古民居及老宅院落, 留住田园乡愁。同时, 需要协调好政府、投资方、居民、游客等利益相关者的利益, 尽可能保留乡村在城市化过程中的异质性和聚落景观、民俗文化的原真性, 使得乡村旅游开发不完全被市场化所左右, 在慢行、慢游的轻松氛围下共同推动乡村旅游发展。

3.2. 呼和浩特市乡村旅游发展的阻碍因素

3.2.1. 旅游基础设施有待进一步改善

近年来, 随着呼和浩特市乡村旅游的不断发展, 景区内部、周边酒店、交通等与旅游配套的服务设施也逐渐完善, 并且在建设过程中, 一些原本年久失修的古村落和古建筑也得到了修葺和维护。但也存在诸多细节问题。乡村是游客对“采菊东篱下, 悠然见南山”田园生活的向往, 通过考察可以了解到, 多数游客在游览村落过程中仍然能感受到与成熟景区之间的差别和不同。比如有的游客反映有些乡村风景秀丽、景色宜人, 但是位置距离市中心较偏远, 必须经过仔细寻找或者询问才能找到, 而且在乡村游览过程中没有找到相关的指示牌和导览图, 一些景点只能靠询问村民才能知晓。而且, 村中没有公共厕所, 即便是有卫生也较差。此外, 乡路也有待于改善, 道路上除了旅游大巴还有很多运送渣土、煤矿、拉货的大卡车, 危险系数较高, 且道路狭窄, 没有专门供旅游车通行的道路。

3.2.2. 生态环境治理有待进一步加强

绿水青山不仅是金山银山,而且也是城市最美的底色。大部分游客之所以选择乡村旅游一个重要的原因就是可以远离城市的喧闹与雾霾,感受乡野的静谧与清新。但随着乡村游的不断发展,一方面,农村空气污染问题逐渐显现。尤其到旅游旺季时,各个乡村旅游点周围会聚集很多车辆,废弃排放物如一氧化氮等物质含量会明显上升,严重影响乡村空气质量。同时,兴盛的农家乐会为游客准备篝火晚会、露天烧烤等活动,产生的各种残留垃圾都会导致空气污染。另一方面,一些利益相关者只顾追求经济效益而忽视了生态保护的重要性,存在废弃资源处理不当的问题,例如,游客在观赏风景时有随意丢弃垃圾的现象,而村内配备的环保人员不足,导致后期清运与处理工作协调不上,存在严重的垃圾污染环境的问题。糟糕的环境卫生不仅降低了乡村整体的整洁度,而且也给游客留下了脏、乱、差的印象。加之,呼和浩特属于典型的蒙古高原大陆性气候,降水少、风沙大、土质疏松且地表植被覆盖率较低,这就需要旅游者、居民等各方共同努力减少人为破坏,努力保护好土地资源、水资源和草原资源,共同做环境守护者,让蓝天常在、碧水长流、大地常绿,奋力书写美丽首府新篇章。

3.2.3. 品牌知名度不够且附加值低

除了以上阻碍呼和浩特市乡村旅游发展的因素,知名度不高也是重要原因之一。在实地考察过程中发现,乡村旅游的游客还是以本市、本省游客为主,省外游客较少。以老牛湾为例,很多跟团来旅游的游客直言他们来之前只知道山西老牛湾并不知道呼和浩特老牛湾,他们是到呼市之后经旅行社或当地居民推荐才知晓。而且,也有少部分的游客是由本地朋友推荐才到这里来的,自己实际并不了解。同时,乡村内部没有可供购买旅游产品的纪念品商店,且种类较少,很多游客表示在这旅游想花钱都花不出去,因为实在没有什么可买的,没有当地土特产及富有新意的文创产品,少量的商铺所销售的商品在全国其他任何地方同样可以购买到,同质化较高,对游客吸引力较低。因而,呼和浩特市乡村旅游的收入最重要的来源依旧是景点、小交通等“门票收入”,旅游产品种类相对单一且附加值较低。

4. 呼和浩特市乡村旅游“快进慢游”空间营造分析

4.1. 交往之脉——快入空间

随着国家交通技术与水平的提升,呼和浩特的交通越来越便捷,逐渐形成了绿色、高效的立体交通网络,外部大环境可进入性强。与此同时,呼和浩特也着力完善农村公路基础设施网络,提升城乡交通运输一体化水平。随着“村村通”战略工程的实施,城乡之间的交通基础设施建设也取得了显著成效。接下来应重点建立与各个景区之间的快速通道,提高景点之间的连接效率,使各个景点可以抱团发展,产生规模效应。同时,还要不断提升和完善机场、高铁等站点的游客中心、购物中心、医疗保障等配套硬件设施,力求为游客提供更加完善便捷的服务。让游客能够第一时间搭乘旅游巴士、长途客运等交通工具,提高交通的运输能力。此外,也要大力推进数字旅游、智慧旅游发展,整合线上线下平台,例如,可以通过微信公众号、自建网站等方式,完成景区订票、讲解、信息传递的数字化;帮助呼和浩特市旅游客栈、旅游民宿、农家乐等旅游经营者借助携程、飞猪等OTA平台完善快速网络订票、在线答疑等服务,更新运营模式,打开对外交流市场;完善旅游政府网站的宣传、窗口等职能,充分利用各级旅游主管部门建立的旅游政府网站,实现信息实时更新和快速有效的应用。因而,无论是外部大交通还是区域小交通,都应为游客建立好快入空间。

4.2. 宜居之所——慢居空间

在乡村地区,居住空间与餐饮空间往往是共同存在的。乡村不同于城市,不可能大兴土木,建设星级酒店。巨大的居住需求与难以满足现实条件的制约产生了一种新的业态形式——民宿。乡村作为旅

旅游目的地, 游客住下来, 步伐才能慢下来。乡村地区大多数的民宿都属于自建房, 一般是不超过 3 层的平房或者小楼房, 与城市的高楼大厦成为鲜明的对比, 营造出了“炊烟袅袅, 风景如画”的意境。与此同时, 城市高强压的工作和生活节奏压缩了人们享受美食的时间, 尤其是随着外卖行业的兴起, 各种快餐文化、轻食文化侵袭着人的生活。而乡村的餐饮空间能够更加亲近自然, 开阔的视线, 清新的空气, 放松的环境能够激起人们对于乡村美食的热情, 唤醒人们对于食用健康、绿色食物的向往。因此, 慢居空间应是居住与餐饮混合共生的空间。

4.3. 活力之源——慢娱空间

慢娱空间是旅游者进行文化娱乐活动的场所, 一般是吸引游客前来旅游的主要动因, 是乡村慢旅游空间营造的活力之源。其中文化活动不仅能够提升空间的品质, 而且能满足人们对于高雅生活的追求, 吸引学生群体以及中高端人士、满足知识分子对于“耕读”等乡土情结的诉求, 是快节奏生活下的一种哲学思考与精神享受。其中, 包括娱乐设施、娱乐项目、文化场所、文体娱乐等。呼和浩特乡村资源丰富, 民风淳朴, 可以利用娱乐活动新奇、独特、丰富的特点, 设计真人 CS, 户外烧烤、研学考察等项目, 丰富乡村慢旅游空间的内容, 增强游客的旅游体验。同时, 也可以将村民日常生活精神的内涵注入到文化空间中, 通过建造图书馆、公益艺术馆、博物体验馆、广告等文化创意项目, 拉近游客与村民的距离, 真正让游客融入到乡村生活之中, 做一天真正的“乡村人”。此外, 还可以将呼和浩特地区非遗文化融入到节庆活动中, 如托克托县“二人台”艺术、武川县的“爬山调”和和林格尔县的剪纸艺术等。最后, 依托现有的节庆活动, “瓜果蔬菜采摘节”、“垂钓节”、“黄河文化旅游节”、“大杏、甜李农家乐采摘节”等, 逐渐扩大影响力。通过特有的文化活动促进人与人、人与空间的紧密互动, 使乡村空间充满活力。

4.4. 产业之基——慢商空间

开展乡村慢旅游, 一定要体现乡村的地域文化与独特性, 这种特异性的存在能持续性地吸引游客, 这是一个乡村区别于另一个乡村的关键。如果商业发展出现问题, 就是失去了特异性, 一旦失去乡村慢旅游空间的特异性, 无论商业的规模和密度有多大, 都很难吸引住游客。反言之, 基于乡村特异性基础来培植商业不仅能带来良好的经济效益而且能形成良好的商业氛围与活力。由于商业空间的营造对于乡村慢旅游空间的整体设计至关重要, 因此, 商业空间也是乡村产业之基。随着“乡村热”掀起, “农家乐经济”或者“民宿经济”的概念也应运而生。借此契机下, 呼和浩特市应依托土地资源、生产资源、景观资源、文化资源等, 在游客参与性、体验性上大做文章, 将“乐”与“农”、“学”与“乐”紧密相连, 将乡村的自然风光、农村生活体验、趣味劳动、文娱节目、文化底蕴相结合, 形成独具区域特色的“农家乐经济”。这样才能真正使旅游业与“三农”有机结合, 盘活农民的闲置资产, 带动相关产业的联动发展, 成为农村经济发展新的增长点。因而, 商业空间作为衔接第三产业与第一产业的重要环节, 其作用至关重要, 是产业的根基所在。

5. 促进呼和浩特市乡村旅游提质增效的策略

5.1. 完善交通系统, 创建高效网络

各交通节点之间的“衔接”及完备的体系, 考量着一个城市的旅游交通供给能力。构建呼和浩特市目标旅游客源地的“快进”旅游交通新体系可从外部大交通和内部小交通两个方面来考量, 具体分为四个方面: 其一, 完善城市航空、铁路、公路等陆路交通体系, 提高城市外部可进入性; 其二, 设计旅游观光线路, 利用公交或观光车将市内旅游景点进行有机串联, 同时建立城市重要节点间的快速通道; 其

三, 开通火车站、机场等客源集散地与景区间的旅游专线, 增设大巴登车点; 其四, 利用互联网、云计算等数据平台, 推动智慧旅游建设, 如可以搭建旅游信息监测数据平台, 通过对各景点以及重要旅行线路的监测, 实现信息动态共享, 并在公共媒体等平台实时播报, 让游客可随时根据景点、道路交通等情况对计划作出及时调整。构建呼和浩特市内外部各交通节点之间“无缝对接”的旅游交通体系, 不仅使游客能够便捷地出入呼市全域和各景区, 而且有利于城市高效、绿色交通网络系统的建立。

5.2. 强化环境治理, 还原自然生态

呼和浩特因其优越的地理区位和丰富的自然、人文资源, 具有发展乡村旅游的先天优势。优美的自然环境是发展乡村旅游的本土资源, 旅游者对乡村自然生态的印象是“清澈、鲜活”的, 是充满了生机与活力, 是净化心灵的世外桃源, 与城市“浑浊、压力”形成了强烈对比。近年来, 由于环境污染导致乡村自然生态恶化, 游客体验受损, 已成为乡村旅游可持续发展的主要障碍之一[13]。因而, 加强乡村场域内部环境治理, 还原自然生态, 乡村地域独特景观风貌, 不仅有助于构建乡村古朴淡雅的景观意象, 还能强化游客环境保护意识, 真正做到环境的保护人。因此, 人与自然的和谐发展是实现乡村慢旅游的题中之义。

5.3. 保护文化空间, 营造场所精神

人类学研究将文化空间视为既包括物化环境, 又包括借助物化环境而存在的非物化形式的文化遗产[14]。乡村文化空间主要由物质文化和非物质文化构成, 具体包括民居建筑、街区风貌、民俗文化等, 是特定历史时期的原貌再现。保护好乡土文化空间, 尤其是保护好民居建筑、民俗文化、传统技艺的原真性, 是乡村旅游可持续发展的根本前提。当空间被人为活动赋予特性时就演变为场所, 场所具备的特有气质被称为场所精神[15]。场所精神是场所与场所之间的区别所在, 可通过开展旅游演艺再现乡村地方传统习俗, 营造已消失的场所精神, 通过游客文化沉浸推动乡村旅游可持续发展。

5.4. 开发地方商品, 打造属地品牌

地方特色依赖于商品原料、生产工艺、消费习俗的地域自然和文化差异, 是旅游商品本质特征和品牌建设的核心内容[16]。由地域自然和文化差异造就的品牌被称为旅游商品属地品牌(Territorial Brand)[17], 是地方品牌、区域品牌的子集, 与商品生产地和消费地的地域价值、历史沉淀、文化传承, 以及消费氛围直接相关。但实际情况是“千篇一律”的店铺形象和旅游商品, 与旅游者期待的具有独特文化内涵的文创产品严重背离。因此, 呼和浩特市应依托区域独具的民族文化、地方文化和乡土文化, 开发具有地方特色的旅游商品, 打造旅游商品的属地品牌, 是健全乡村旅游供给侧、强化地域旅游形象和提升游客体验的有效途径。

“快进慢游”是乡村旅游发展的重要战略选择, 既符合潮流趋势也满足游客需求, 其倡导的健康出行方式和缓慢的游览节奏, 不仅可以有效延长游客的停留时间, 而且也有助于获得轻松愉悦的旅游体验。乡村地域独特的自然景观和文化底蕴为游客实现沉浸式旅游体验和文化教育提供了可能, “快进慢游”理念为乡村优化开发模式, 改善规划布局和重塑旅游形象提供了新的思路和途径。

参考文献

- [1] 在全国脱贫攻坚总结表彰大会上的讲话[EB/OL]. https://www.gov.cn/xinwen/2021-02/25/content_5588869.htm, 2021-02-25.
- [2] Brohman, J. (1996) New Direction Tourism for Third World Development. *Annals of Tourism Research*, 23, 48-70. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00043-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00043-7)

- [3] Li, B.B., Mi, Z.Y. and Zhang, Z.H. (2020) Willingness of the New Generation of Farmers to Participate in Rural Tourism: The Role of Perceived Impacts and Sense of Place. *Sustainability*, **12**, Article 766. <https://doi.org/10.3390/su12030766>
- [4] 杨旭. 开发“乡村旅游”势在必行[J]. 旅游学刊, 1992(2): 38-41, 61.
- [5] 何景明, 李立华. 关于“乡村旅游”概念的探讨[J]. 西南师范大学学报(人文社会科学版), 2002(5): 125-128.
- [6] 卢小丽, 成宇行, 王立伟. 国内外乡村旅游研究热点——近 20 年文献回顾[J]. 资源科学, 2014(1): 200-205.
- [7] 葛学峰, 武春友. 乡村旅游偏好差异测量研究: 基于离散选择模型[J]. 旅游学刊, 2010, 25(1): 48-52.
- [8] 张圆刚, 余向洋, 程静静, 陈希, 刘婷. 基于 TPB 和 TSR 模型构建的乡村旅游者行为意向研究[J]. 地理研究, 2017, 36(9): 1725-1741.
- [9] 刘春腊, 徐美, 刘沛林, 曾凡超. 传统村落文化景观保护性补偿模型及湘西实证[J]. 地理学报, 2020, 75(2): 382-397.
- [10] 李实, 陈基平, 滕阳川. 共同富裕路上的乡村振兴: 问题、挑战与建议[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2021, 49(3): 37-46.
- [11] 孟明浩, 崔国发. 乡村振兴视域下乡村旅游的可持续发展——基于游客忠诚度培育路径的实证研究[J]. 贵州社会科学, 2021, 377(5): 161-168.
- [12] 郑学良, 刘军, 李海珍. 呼和浩特谱写黄河流域生态保护和高质量发展新篇章[N]. 内蒙古日报(汉), 2021-08-13(006).
- [13] 张宏, 侯国林, 黄震方, 方叶林, 涂玮. 古镇旅游地废弃物的环境影响研究——以不同生命周期阶段周庄、锦溪、千灯为例[J]. 地理科学, 2015, 35(11): 1419-1428.
- [14] 侯兵, 黄震方, 徐海军. 文化旅游的空间形态研究——基于文化空间的综述与启示[J]. 旅游学刊, 2011, 26(3): 70-77.
- [15] 张位中. 国内古城镇旅游可持续发展理论模式研究——基于文化空间与场所精神理论[J]. 城市发展研究, 2014, 21(10): 13-16.
- [16] 胡家镜, 万秋, 吕兴洋, 张垭欧. 古镇慢旅游特质要素识别与分析——基于游客体验的视角[J]. 资源科学, 2019, 41(3): 467-474.
- [17] Lorenzini, E., Calzati, V. and Giudici, P. (2011) Territorial Brands for Tourism Development: A Statistical Analysis on the Marche Region. *Annals of Tourism Research*, **38**, 540-560. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.008>