

# 茶旅全面深度融合发展的精品庄园模式

□ 李庆雷 石晓红

精品庄园集生产性保护和生活性传承于一体,让保护单位和非遗传承人“传技传艺传精神”,让游客“见物见人见生活”,让企业既销售产品服务又推广文化,较好地实现了生态效益、经济效益和社会效益的结合。

茶是世界三大饮料之一,中国是茶的起源地。茶产业与生态、生产、生活密切相关,精神文化属性鲜明,具有与旅游业互动融合的先天气质。推进茶文化、茶产业、茶科技与旅游业全面深度融合,不仅开辟了非物质文化遗产融入现代生活、体现当代价值的新阵地,而且丰富了旅游者的文化消费场景和精神文化生活,还有利于延长价值链、促进地方经济社会发展。在较早开展茶旅融合的观光景区、文博场馆、非遗工坊、旅游演艺、节事活动之外,精品庄园是实现茶旅全面深度融合发展的新业态、新模式、新路径。

## 一、茶旅融合发展的传统模式

我国茶文化源远流长,茶产业发展迅速,茶科技持续创新,在世界茶叶版图中的地位不断提升,“高山云雾出好茶”,茶园通常生态环境优良,自然风光优美,地处民族地区的茶园还拥有浓郁的民族风情或独特的茶文化。同时,茶的生产加工过程具有较强的体验性,品鉴需要一定的知识和技能。此外,茶叶生产企业需要促进产品销售,宣传企业文化。在上述因素的推动下,茶产业与旅游业较早地走上了互动融合之路。早期的“华东五市游”杭州站的行程中就经常出现“龙井问茶”,武夷山的行程中也总是少不了寻访大红袍茶树。

时至今日,茶旅融合早已不再局限于那些历史文化名茶了,茶也不再停留在“购”这一旅游活动要素的范围内。茶叶的研发、种植、采摘、加工、仓储、消费、收藏诸环节中都可可见到旅游者的身影,餐饮、游览、购物、娱乐、研学、康养、休闲甚至交通、住宿、情感、商务等要素中也打上了茶文化的烙印,茶旅融合的范围和层次不断提升。在促进产业链延伸、催生新业态新产品的同时,茶旅融合还丰富了游客的精神文化生活,促进了茶文化的保护、传承与创新。

以云南省为例,总结起来,茶旅融合的基本载体主要有主题景区、文博场馆、传习所、观光工厂、非遗工坊、旅游演艺、节事活动、研学基地、半山酒店等。主题景区通常包括观光茶园和茶文化遗迹,如澜沧县华庆茶庄园(又名无量山樱花谷)、凤庆县锦绣茶尊、宁洱县那柯里茶马驿站。文博场馆的主体是各级各类以茶为主角的博物馆,如昆明雄达茶城的俸字号冰岛茶博物馆、普洱市的普洱茶博物馆、丽江古城的同心阜马帮博物馆。传习所指非物质文化遗产的展示、培训、体验、推广、交流场所,如宁洱县的普洱茶茶制作技艺传习所、大理市喜洲镇周城村的白族三道茶综合传习中心。观光工厂即具有参观、体验

和购物功能的茶叶生产加工场所,有的会成为工业旅游示范基地,如大理市的下关沱茶集团、普洱市的天士力帝泊洱生物茶谷。非遗工坊是依托茶叶类非遗代表性项目或传统手工艺带动当地人群就地就近就业、兼具参观功能的茶叶加工点,如景谷县秧塔白茶非遗工坊、墨江紫云茶厂非遗就业工坊。旅游演艺主要有小型情景演出和大型舞台或实景演艺两种类型,如大理喜洲严家大院的三道茶表演、普洱茶马古道景区的《马帮情歌》。节事活动的类型多样,如云南普洱茶国际博览交易会、宜良宝洪茶文化旅游节、双江勐库冰岛茶会。研学基地的主导功能是依托茶园、茶厂、茶市等开展科普、体验、研究、学习活动,如腾冲市的高黎贡山茶博园和蒲川清河茶文化研学营地。半山酒店则是建在茶山中的精品酒店,也是开展各类茶文化体验活动的基地,如双江县的“古茗之巢”半山酒店、普洱市思茅区的倚象山茶园半山酒店。

## 二、茶旅全面深度融合发展的新样本

云南是世界茶叶的发源地之一,是茶马古道的起点,也是茶叶种植和加工大省。在三产融合、文化和旅游“双强省”建设过程中,澜沧江流域的茶叶龙头企业吸收观光景区、观光工厂、半山酒店、研学基地等传统融合路径经验的基础上,结合科技研发推广、企业文化宣传、产品体验销售、社会责任践行,逐步摸索出了一种更加全面深入的融合路径——精品庄园。其中的典型代表就是柏联普洱茶庄园、勐海大益庄园和雨林庄园。

### (一)柏联普洱茶庄园:景迈山访古之旅

柏联普洱茶庄园是柏联集团借鉴法国波尔多地区葡萄酒庄园的理念和模式,在澜沧县景迈山规划建设的农文旅综合体,拥有1.1万亩有机疏林茶园和5个加工车间。柏联集团在原惠民茶厂的基础上建设了标准化茶庄园,提出了以保护为基础的《景迈山宣言》,倡导普洱茶生活方式,完善茶叶种植、加工、仓储、旅游和文化功能,形成了茶园、茶山寨、茶厂(制茶坊)、茶寮、茶酒店、祭茶祖、茶博物馆、茶道、茶研学(茶学院)等九大板块。其中,茶学院培养从“茶园”到“茶杯”全产业链的高水平茶学人才,并根据需要开展研修培训和留学生教育。高端主题茶会依托具有东方气质的禅意生活美学空间,提供“原产地+场景化”的沉浸式品茶方式和休闲、养生、交流的机会。每年4月举办春茶之际,还组织茶农、茶商和游客举办纪念布朗族茶祖帕哎冷的系列活动,助推景迈山古茶林文化景观申报世界文化遗产。此外,还面向市场推出了包括

参观制茶坊、参与普洱茶制作、观光有机茶园、祭拜茶魂等项目在内的景迈山访古之旅。

(二)勐海大益庄园:大益茶修之旅  
大益庄园是大益茶业集团、云南金孔雀旅游集团和云南省农业科学院茶叶研究所联手在勐海县茶马古道景区(又称云茶源)基础上提升建设而成的,其中的大益茶业集团是“中国传统制茶技艺及其相关习俗”44个项目之一的普洱茶制作技艺(大益茶制作技艺)的保护单位。庄园占地面积1500亩,内有国家种质资源圃勐海茶树分圃、紫鹃茶母本园、大叶普洱茶园、茶马古道展示区、茶艺茶修培训中心、庄园食坊、主题酒店,以及手工制茶坊、茶叶博物馆、普洱茶科研体验中心。经过多年的建设,庄园集普洱茶科学研究、茶马古道文物收藏保护、少数民族茶文化展示、手工采茶制茶体验、生态茶餐膳食和茶文化特色住宿等功能于一体,能够满足游客的多元化需求。在这里,游客可以漫步茶园,品味历史,传承非遗,制作茶饼、研习茶道,休闲养生。截至目前,该庄园已经推出了“大益庄园寻茶一日游”“问茶游学之旅”“大益正念茶修之旅”等产品,成为“普洱茶第一县”的文化旅游名片之一。

### (三)雨林庄园:雨林茶山行

雨林庄园是雨林古茶坊茶叶有限责任公司总部所在地,占地600余亩,位于勐海县勐宋乡曼迈村。除了行政办公用房和生活设施之外,这里还配套建设了雨林茶道院、雨林古树茶博物馆、雨林古树茶交流中心、生产精制中心、万吨级仓储中心、雨林半山酒店,是目前全国最大的古树茶研发中心、古树原料茶仓和茶山行活动接待中心。为了推广茶文化,庄园从2012年开始策划组织“雨林茶山行”活动,将其定位为“见证真实之行”“学习考察之行”“监督检查之行”。专业接待人员带领茶友走进热带雨林和民族村寨,寻访雨林古树茶基地,拜谒拥有1300年树龄的茶王树,考察古树茶的生长环境,了解当地居民的生活习俗以及他们与古树茶的故事,参观古树茶博物馆和生产车间,学习古树茶知识,品鉴古树茶,传承茶文化。目前,该活动已经成为全国茶界的经典活动品牌,接待国内外茶友6万余人次,带动周边群众就业200余人,产生了良好的社会效益。

## 三、精品茶旅庄园模式的推广提升

事实上,滇西地区的茶旅庄园已成为茶产业和文化旅游业中的一支重要力量,无论是数量、产值还是影响力都在不断提升,形成了茶旅融合的一种新路径、新业态、新模式。除了上文介绍的柏联普洱茶庄园、勐海

大益庄园和雨林庄园,还有普洱祖祥万亩有机茶庄园、思茅银生茶庄园、勐海马帮福元昌茶庄园、勐海七彩云南万亩生态茶庄园、勐海贺开古茶庄园、沧源碧丽源茶叶庄园、凤庆禅茶文化庄园、双江荣康达乌龙茶庄园、腾冲极边乌龙茶庄园等。它们以茶企为建设运营主体,以茶叶科研、种植、加工、营销为基础,有机整合在地文化和周边资源,融入品牌推广、非遗传承、文化体验、科普研学、接待服务功能,成为规模大、链条长、韧性强、内容丰富、体验深刻的一站式茶文旅综合体。在这一模式中,母体企业通常形成了较强的科技研发水平、生产经营能力和战略发展眼光,具备较大规模的生产与经营场所,拥有内部接待和对外服务两种需求,能够将茶园变公园、茶区变景区、茶客变游客、茶山变金山。

与观光景区、观光工厂、半山酒店、研学基地等要素单点型融合方式相比,精品庄园属于全面深度融合,融合面更广,融合点更多,融合度更高,融合效应更强。它依托与茶相关的生态(生态环境与资源)、生产(生产场所与过程)、生活(生活方式与场景),从产业、文化、科技3个维度,面向游客的多元化需求,与旅游活动的各个要素进行有机融合,提供从游茶山、走茶道、赏茶园、吃茶餐、制茶饼、购茶礼到听茶源、拜茶祖、谈茶史、访茶农、听茶事、学茶识、观茶艺、品茶香、悟茶道、叙茶情等的体验服务。这种模式集生产性保护和生活性传承于一体,让保护单位和非遗传承人“传技传艺传精神”,让游客“见物见人见生活”,让企业既销售产品服务又推广文化,较好地实现了生态效益、经济效益和社会效益的结合。我国茶区面积大,茶企数量多,非遗分布广,旅游需求强劲,精品茶园这一茶旅融合模式具有较强的推广价值。

面对非物质文化遗产的系统性保护、人民群众的美好生活需要、文化和旅游的高质量发展,精品茶旅庄园肩负着新的使命,拥有更广阔的发展前景。如何推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展,让非遗走向庄园舞台的中央,让文化浸润游客的心灵,推动非遗更好融入旅游生活、体现当代价值,是精品茶旅庄园经营管理者必须思考的问题。这要求精品茶旅庄园进一步提高文化意识、市场意识和精品意识,妥善处理硬件建设与软件建设、内部可控资源与外部可用资源的关系,不断增强文化研究、创意策划和产品设计能力,在非遗活化展演、文创产品开发、体验活动组织、文化传播创新等方面迈出坚实的步伐。

(作者单位:云南师范大学地理学部旅游与地理学院,云南旅游产业研究院)

2022年北京冬奥会成功举办,在全国范围内再度掀起冰雪体育运动、冰雪旅游热潮。“三亿人上冰雪”成为中国旅游市场新的重大发展变量。冰雪运动与旅游业相融合而产生的冰雪旅游,正展现出强劲的发展势头和独特的市场与产业链特征。在东北地区持续发展、华北与西北地区迅速成长的同时,南方地区的冰雪运动与冰雪旅游也亮点频出。我国南方地区的冰雪旅游具有不容忽视的重大价值和产业发展潜力,并且初步显露出与欧洲、北美、日韩和中国北方不同的发展特征与路径。虽然“温暖”是中国南方冬季的气候标签之一,不利于冰雪产品的生产与维护,南方缺乏冰雪资源这一问题也一直存在,但随着造雪技术水平与室内恒温技术水平的提高,自2015年起,中国南方冰雪旅游景区数量开始以从未有过的速度增长。作为能够提高游客滑雪体验、缩短游客与生态冰雪景观距离、增强游客冰雪感官体验的气候条件,“温暖”渐渐开始从发展冰雪旅游的弱势条件转化为优势条件。对这一趋势和机遇的把握,需要基于对南方特定自然、经济、城乡格局等条件的具体研究,更要从宏观经济、企业主体和科技进步的时代条件中把握脉络。

## 一、多山国土的独特优势

在我国南方,依托城市距离相近且广泛分布的山地地形,户外冰雪旅游逐渐被划入“微度假”行列。我国南方地区多山,西南为青藏高原及其向东延伸的第二阶梯(如云贵高原),东南广布丘陵和中低山,其间不乏海拔超过3000米的高山(如神农架、玉山),超过1000米的山脉则在除江苏、上海等少数地区外广泛分布。山地为冰雪旅游提供了天然的气候和地形条件。众多南方大都市与中高山的距离均较近,武汉、昆明、重庆、杭州、福州、南昌等省会城市均在200公里左右范围内有海拔1000米以上2000米以上的山地,在成都,甚至晴朗的时候甚至能够从市区的高楼上远眺贡嘎雪山美景。这种地形条件使得南方地区的很多城市能够实现居民自驾游体验冰雪度假。在周末两日完成一次短期冰雪休闲度假。

与北方不同,南方冰雪旅游不再以体验冰雪运动为首要内容,可观可赏的冰雪美景是游客冰雪旅游的主要核心吸引物。四川、重庆、湖北、安徽等一些地区,山地雪场、冰雪景区与大城市之间具备较好的可达性,方便市民周末自驾游开展赏雪、观雪、娱雪活动。广泛分布于中低海拔的冰川、雪山景观,即使降雪条件不如北方地区优良,也会形成适度积雪,形成自然生态美景。依托良好的湿度条件与适宜出游的温度条件,游客在开展滑雪运动的同时,也能观赏到雾凇、云海等稀缺景观。长江流域的不少城市郊区,每年也有短期的天然积雪,南方地区纷繁茂盛的植被与皑皑白雪融合形成独具南方特色的冰雪景观,配合适宜出游的温度、较短的距离、便利的交通条件、较低的费用成本,景观的吸引力不断被冰雪放大,形成独具南方特色的生态冰雪美景。

## 二、市场需求刺激产业发展

改革开放以来,尤其新世纪以来,我国南方经济发展速度显著快于北方。伴随经济发展的消费需求扩张刺激了南方冰雪旅游供给。以广州热雪奇迹为例,其规模体量已跻身世界室内滑雪馆前列,是目前中国华南地区面积最大的室内滑雪场,与中国规模最大的室内滑雪馆哈尔滨热雪奇迹仅相差0.5平方米。重庆、广州、成都已拥有超大规模室内滑雪场,上海正在建设全球最大的室内滑雪综合体。我国南方地区的冰雪旅游消费潜力不断被激发,冰雪旅游市场消费能力未来可期。

此外,自然冰雪资源的长期缺乏放大了人们对冰雪产品的渴望,冬季的冰雪景观与冰雪活动在南方地区的旅游市场占据一席之地。2009年,我国南方地区室内冰雪旅游景区开始冒出新芽,此后5年,几乎保持平均每年新设一个的缓慢速度。但自2015年北京冬奥会申办成功始,冰雪旅游消费需求激增,供给侧受到刺激,室内冰雪旅游景区扩张速度明显加快。2015年,我国南方地区共开设7家室内冰雪旅游景区,截至2022年年底,已增加至39家,以2019年开设数量最多。就室内景区规模来看,2015年年底已开设的7家室内景区建筑面积共计9.74万平方米,目前单个室内冰雪旅游景区建筑面积能够达到7.5万平方米,供给数量与规模和我国南方地区冰雪旅游市场需求相契合,都呈不断增长态势。2020年旅游业受到疫情冲击,室内冰雪旅游景区新增率下降,但从2021年才开始出现短暂的停滞状态。在经过长达3年的适应期后,不少此前受疫情影响未开放的户外滑雪场和室内冰雪旅游景区,2022年已完成扩

# 南方冰雪旅游发展前景初探

□ 胡娟 王欣 赵英刚 周琳 邹明乐

张规模、升级设施等事宜,携更加丰富多样的冰雪产品重新开放。

## 三、未来趋势的初步观察

在气候条件、地形条件、经济发展水平等共同作用下,我国南方地区冰雪旅游发展进程仍在不断推进,并呈现以下趋势。

一是产品供给的淡季节化。我国南方地区正在引导冰雪旅游市场向淡季节化方向转变。室内冰雪旅游景区数量的增加与规模的提升,是冰雪旅游淡季节化的主要标志与成果。随着室内冰雪旅游景区在南方地区特大及超大城市的开业,不少省会城市与直辖市的中心城区都已拥有室内冰雪旅游景区,“冬季户外出游,夏季室内出游”基本能够高度概括南方地区冰雪旅游产业发展现状。同时,夏季赏雪、滑雪、戏雪是当前室内冰雪旅游景区主要的营销宣传内容,这些宣传正在淡化大众关于冰雪旅游只能季节性化出游的认知。淡季节化的供给与向淡季节化转向的出游需求,共同促进我国南方地区冰雪旅游发展淡季节化。

二是产业经营与产品消费的低成本化。全球变暖进程的加剧,使得不少国际学者关注到温度上升问题对户外滑雪场带来的影响。其中,最为显著的影响是人工造雪覆盖率的增加。在造雪技术日趋成熟的今天,水资源成为人工造雪面临的重大问题。我国南方地区冬季降水量仍能达到平均每月100mm以上,气候湿润,降水量充沛,滑雪场所在地就能供给人工造雪需水量。技术成本的日益降低与水资源的易达和可达,使南方地区造雪成本大幅降低。因此,我国南方地区部分滑雪场的门票价格甚至可以设置为每人每小时50元的低廉价格。人工造雪成本的降低与恒温制冷技术的发展,是实现冰雪景区低成本化的主要原因,低成本化也在推动冰雪旅游产业向南方地区扩张。2019年建成开业的浙江海山湾冰雪大世界,建筑面积为1.7万平方米,四季营业,集冬奥冰雪运动体验场、北欧冰雪小镇、国际冰雕艺术馆于一体,游客只需花费76元(门票价格)便可畅滑雪区一日。同时,较低的门票价格并未使资产回报率下降,却帮助室内冰雪旅游景区在特殊、困难的旅游业发展环境中生存下来。部分景区仍在继续扩张规模、丰富产品。

三是冰雪旅游活动的日常休闲化。与冰雪旅游景区增长趋势保持一致,我国南方地区四季滑雪场数量正在快速增加。四季旱雪场与城市模拟类滑雪场、户外滑雪场与大型室内滑雪场分别承担起理论教育场所与实践场所角色。冰雪体育运动的大众接纳度与认可度不断提升,主动接受冰雪体育运动教学并掌握冰雪体育运动技能这一意识不断增强,冰雪体育运动教学逐渐被纳入素质拓展教育行列。冰雪体育运动理论教育需求的增加侧面表明我国冰雪体育旅游的市场需求不断扩张,大众游客对滑雪场专业程度及滑雪体验的要求将越来越高。与城市距离较近的山地地形恰好可以满足冰雪体育运动技能日益增长的游客群体,并从距离维度上促进冰雪体育运动实践纳入日常休闲活动。同时,受限于温度等自然条件,南方地区户外冰雪旅游景区往往呈现集聚分布特征,集聚分布的冰川雪山等风景名胜与户外滑雪场能够同时满足多年龄段出游需求,正在以多样化的冰雪旅游产品组合向亲子旅游、大众旅游市场渗透。如目的地相同的冰雪亲子出游组合:父母参加赏雪、娱雪活动,孩子开展滑雪等体育运动。因此,在我国南方,近距离的冰雪旅游景区、2日足以完成微度假体验并实现往返的户外滑雪场、当日即可游玩的室内滑雪场,从供给方面共同推动冰雪旅游成为人们的日常休闲活动。

(作者单位:北京第二外国语学院中国冰雪旅游研究中心)

# 精明增长理论视角下的乡村旅游可持续发展路径

□ 张行发 徐虹

随着乡村振兴、共同富裕、新农村建设等国家战略的实施,乡村旅游发展迎来新的机遇和挑战。机遇在于,国家相关政策对乡村旅游的高度重视和支持,为乡村旅游发展营造了良好的政策环境,同时,国内乡村旅游市场持续扩张,尤其是疫情影响之下的城郊乡村旅游成为重要的旅游方式。从面临的挑战方面看,乡村旅游发展中存在利益失衡、文化异化、主客矛盾、建设同质化等问题,影响了乡村旅游地可持续发展与乡村建设。国内学者从共生理论、空间生产理论等视角探索乡村旅游的可持续发展问题。在此,笔者从精明增长理论视角探讨这一问题。

精明增长理论来源于西方,该理论前期主要应用于城市发展当中,但近些年随着乡村研究与实践的快速推进,国内外的一些学者也将精明增长理论扩展运用到乡村研究中。国内学者孙伟等较为全面地对国外乡村精明增长的起源与实践做了详细的梳理,并总结归纳了乡村精明增长的框架,主要包含3个部分:一是支持乡村景观建设;二是恢复现有乡村地区繁荣,提升乡村发展活力;三是创造有魅力的社区,关注居民的参与。笔者认为,精明增长理论同样适用于国内乡村旅游的相关研究,原因在于乡村精明增长所关注的要素也是乡村旅游发展中

需要解决的一些现实问题,如乡村景观打造、乡村繁荣发展、居民参与等。另外,乡村精明增长关注乡村发展中的经济、环境、社会等诸多综合要素,其发展的最终目的仍然是落脚到乡村的可持续发展与高质量发展,与当下的乡村振兴发展战略和乡村旅游高质量发展发展目标相契合。有鉴于此,笔者尝试将该理论运用到乡村旅游地这一特殊场域中,分析乡村旅游地精明增长的几点具体实践做法。

第一,打造乡村旅游地景观。不管是旅游规划机构还是乡建学者,在对乡村旅游地发展出谋划策时必须离不开乡村旅游地景观的打造与打造,但是实践中往往出现旅游规划或项目策划与地方实际不符的情况,尤其在景观设计上,会出现与乡村原有景观不协调、不匹配的问题。因此,在景观的设计上应该关注乡村原有的景观面貌,尽量不要去破坏村庄原有的布局和内容,对村内特色建筑景观,可以进行内部设施的相关改造,做到舒适宜居且能够传承乡村的传统文化。不能以外来人的意志和想法去随意改变乡村的风貌和景观,各地的乡村景观都是历史发展过程中沉淀下来的宝贵财富,附着着深厚的地域文化内涵和地方智慧,要保留更要保护,要利用更要传承。

第二,繁荣发展乡村旅游业。这涉及如何实现、谁来实现乡村旅游地

发展的问题。外来游客纷至沓来,乡村旅游的快速发展为一些原本闭塞落后的村子带来了生机与更多生计选择,居民也从旅游发展中获得了一定的收益,乡村发展呈现勃勃生机,但是旅游发展可能带来的传统文化受到冲击、悠然自得的乡村生活被打破、生活成本上涨等问题也需要关注。乡村旅游地不能忘记本业,要着重考虑将乡村农文旅有机融合,充分发挥农业的重要作用,即便在旅游业因外部原因而停摆的情况下,农民仍然可以转向农业生产,可以通过替代产业来推进乡村旅游地的繁荣与发展。另外,谁来推动乡村的繁荣发展也是需要关注的问题,乡村旅游地的繁荣发展离不开人才的支持,要创造良好的政策环境引入人才,要给予优良的待遇留住人才,要搭建良好的平台使用人才,要能够把一些年轻人吸引回乡干事创业,为乡村旅游地的发展注入新的力量,这不仅是乡村旅游地当下需要关注的重要问题,也是乡村建设必须重视的问题。

第三,创造有魅力的乡村旅游社区。乡村的精明增长强调经济发展与自然生态和谐绿色发展模式,并关注社区居民的参与问题。因此,乡村旅游地在创造有魅力的社区方面要注重环境保护和人的作用发挥这两个核心要素。尤其是在环境方面,

要充分保护乡村旅游地的山川河流、草木花鸟,要践行“绿水青山就是金山银山”理念,确保各类旅游活动不能破坏当地的自然生态,打造的旅游产品也要因地制宜,实现人与自然的共生。创造有魅力的乡村旅游社区离不开“人”这一核心要素,离不开当地居民的参与,他们是乡村旅游地的主人。乡村旅游的发展要赋予当地居民充分的决策和参与权,一些旅游项目的规划设计要充分听取当地居民的意见,尤其是外来资本进入的乡村旅游地,要确保当地居民的收益,和谐的关系才会助推当地居民参与到乡村旅游发展中。在资本下乡的时代背景下,创造有魅力的乡村旅游社区需要多方利益主体的共同努力和经营,实现重点诉求的平衡是需要关注并解决的重点问题。

总体来看,乡村旅游地精明增长不能忽视乡村发展的根系产业,它们也是防控旅游脆弱性风险的有效屏障,也不能忽视自然生态环境和人这两个核心要素,换句话说,乡村旅游地的精明增长应该是一种绿色发展、可持续发展模式,其关注乡村资源的保护和利用和社区和谐共生,其目标与乡村旅游的高质量发展具有一定的契合性,因此,尝试探索乡村旅游地的精明增长可为乡村建设与乡村旅游可持续发展提供一定的借鉴。

(作者单位:南开大学)