



一方面，现有的乡村旅游，大多是吃农家饭、采摘、垂钓等单一活动，使游客逐渐失去兴趣，不会重游。另一方面，不断增加的游客数量，干扰和冲击着村落固有的生态与人文环境，不断挑战着古村落的承载能力。

乡村旅游向左走？向右走？

□ 谢芳

2015年2月1日，中央一号文件《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》正式发布，文件明确提出“扶持建设一批具有历史、地域、民族特点的特色景观旅游村镇，打造形式多样、特色鲜明的乡村旅游休闲产品”。

随着中央对“三农”的高度重视以及全球现代旅游发展的趋势，乡村旅游在国内旅游开发市场中越来越得到重视。但是，目前乡村旅游在蓬勃发展过程中也还存在一些不足。

旅游观察

乡村旅游同质化

在景区建设上，竞相模仿乡村旅游建设模式，造成景区建筑风貌设施上千篇一律，丧失了原有的特色。比如，昆明的一些少数民族乡村，原有的红砖红瓦红泥坯的房子映衬在喀斯特地形中非常美丽而有特色，新农村建设都改成了蓝砖蓝瓦，形成千村一面，使乡土文化泯没、本土特色消失。某村庄2012年正式开始规划乡村旅游，建立了农村旅游合作社，一家外地公司进驻进行土地流转，参加的农户就会得到政府出资的装修材料，房子的外装修全贴上薄薄一层的蓝墙皮砖，就形成了全村一面。形成强烈对比的是，丹麦北部的西伯(Ribe)小镇，每家的房门色彩鲜艳，图案各有不同，成为旅游者拍照的背景，那才是斑驳“门文化”。

在活动形式上，现有的乡村旅游，无非是吃农家饭、采摘、垂钓等单一活动，使游客逐渐失去兴趣，不会重游。

乡村旅游对古村落的冲击

在经济利益的驱使下，乡村旅游地居民自行对建筑进行改造，甚至根本性的改观，使原本古色古香的建筑变得不伦不类，对古村落的旧有格局和风貌产生了不良影响，破坏了其原真性。乡村旅游开发的过程中，为了迎合游客的需要，难免会造成较大规模的建设或者搬迁，对传统文化赖以生存和发展的原生生态环境进行改变和破坏，加速了传统文化的消亡。例如：云南丽江旅游业发展起来以后，大批纳西族原住民搬出古城，搞旅游经营的外地人搬进古城，族群的变更使文化失去了载体，古城丧失了原有的文化内涵，演化为喧嚣的交易的场所。

不断增加的游客数量，干扰和冲击着村落固有的生态与人文环境，不断地挑战着古村落的承载能力；同时，提供交通、餐饮等相应的旅游服务，会产生大量废弃物，这些污染物的就近排放会使古村落的环境承载能力下降，使原本“年迈”的村落不堪重负，旅游与生态环境、人文环境之间的矛盾和冲突日益突显。

乡村旅游导致土地撂荒

目前有些乡村采取了“村集体+企业”的模式，吸引部分外部资金，用于投资较大但盈利性较好的休闲项目开发。虽然农民将土地交给外来的公司使用有其好处，也会得到一定的补贴，但是这也给乡村旅游带来了长远的发展问题。

比如：土地流转引起了土地撂荒和果林的破坏问题。北方山区的一个乡村依靠好山好水搞起了农家乐，后来外来公司进驻，经过土地流转引入外来药用经济植物，农民原来自己山上已培育十多年的果树无人打理，疯长，草和灌木丛缠绕果树周围，一片片弃耕弃种的好地和果树遭受一度视其为“命根子”的农民的冷遇。

提升游客体验

乡村旅游应该为游客提供了解农业文明、学习农业知识、体验农村生活、动手劳动的机会，融合知识性、科学性、体验性为一体。许多地方性文化都应该作为教育的素材，荻港村的耕读文化可以对青少年进行励志教育；苗寨的保寨树会给人天人合一、保护自然的生态教育；非物质文化遗产的传承所向游人提供的手工技艺体验，能够成为研学旅游的一部分；邻里和睦兄弟姐妹和谐互助，农民吃苦耐劳的品质都会对和谐社会建设起到促进作用。

要将乡村中的非物质文化遗产生产性保护与乡村的自然景观的物质遗产保护与开发相结合，发挥两者的叠加和耦合作用。设计开展形式多样，具有吸引力的活动并增加活动的参与性与体验性。要构建乡村旅游运营的软件机制，提高乡村旅游的文化软实力。乡村旅游特色产品的培育和可持续发展之路重点在于挖掘特有的在地文化并进行文化基因的融合和嫁接，在此基础上进行创意。

品牌塑造后旅游者要体验品牌背后的故事。休闲乡村特色要重视“在地”，在地素材，在地技术，塑造在地的差异性。根据农业的不同业态，与创意产业进行整合与创新，可以推演出乡村旅游大休闲的独具特色的异质性产品。

提高文化认知与自信

当今乡村旅游中存在着城市旅游者消费乡村，俯视乡村的城市傲慢倾向。因此，应充分挖掘、传承农村独有的文化，使乡村旅游地居民认识到地方文化、地方民俗、民族手工艺等的重要性，实现高度的文化认同，进而形成优雅自信的乡村文化。

在乡村旅游发展的过程中，要注意重民风民俗的原真性的保护。不改变景区原有风貌和风土人情，避免景区过度商业化现象的发生。形成乡村原生态“博物馆”式的保护，维护乡村文化空间的原真性。乡村旅游建设应依托当地生态环境、农耕文化、民风民俗，打造出自然生态游、乡村休闲游、农业观光游等多种形式的旅游产品。形成独具特色的乡村旅游发展模式，例如以山林野味、湖鲜江鲜为特色的品牌餐饮模式；以乡村休闲、度假为主的休闲农庄模式；以乡村自然生态、丘陵风貌为特色的生态养生模式；乡村酒店模式以及创意产业模式等。

总之，在发展乡村旅游的过程中，要维系“地脉”，保护与提升乡村生态环境；传承“文脉”，弘扬乡土文化，保留地方特色；延续“人脉”，基于社区参与，村社自治，培育旅游专业户、旅游合作社，内生性发展，吸引脱域的年轻人返城，乡村旅游才能得到永续发展。同时要加大对乡村旅游休闲基础设施建设的投入，增强线上线下营销能力，提高管理水平和服务质量。研究制定促进乡村旅游休闲发展的用地、财政、金融等扶持政策，落实税收优惠政策，确保乡村旅游的健康发展。

环 球 览 胜 品味澳门

□ 文/图本报记者 杨登峰



澳门街头，一位小朋友手持国旗和区旗和大人一起欢送大熊猫“蜀祥”返川参与全国繁育计划。



游客纷纷在圣诞节准备的装置前留影，一位小姑娘迫不及待，踮起脚尖一心入镜。



大三巴牌坊前，一家葡式蛋挞房的工作人员搬运新鲜出炉的蛋挞。从她的胳膊下正好可以窥见远处的大三巴牌坊，两个极具澳门特色的标志相映成趣。



左图：在澳门圣方济各教堂前的海岸边，遥看不远处正在建设的澳门新区。
右图：在澳门官也街路口，三位来自香港的老人在吃蛋挞，随着交通越来越便利，周末来澳旅游成为不错的选择。

行 游 新 语

没去过卢浮宫的，都不好意思说自己去过巴黎。尽管在北京住了几十年，不少人未必对故宫里的文物有多大兴趣或印象。

出门旅游，景点逛累了，人挤人烦了，想躲个清静，博物馆是不错的地方。多年前从地下挖出的宝贝，当地出过什么大人物，物华天宝、天杰地灵之类，都会放在这里向外人显摆显摆——博物馆好歹是地方的“门面”。

看看千百年前的人吃什么穿什么，看看朝代的更迭、权贵的兴亡，瞬间的时空穿越，会让人忘了单位领导前几天对自己阴着脸的那副“尊容”，忘了刚才被出租车司机绕路多收了十几元钱的不快。

走进北京孔庙和国子监博物馆，很多人会趴在元明清三代进士题名碑前，仔细辨认上面或清晰或模糊的名字——想来当年个个都是“学霸”，金榜提名时，也曾上演过一幕幕“范进中举”的好戏吧。可今天，这一切不过化成了石碑上的几个字，有的已经残缺不全认不出了。

在游客稀少的博物馆，找个面善的工作人员聊聊天，会有意想不到的收获。比事先在网上做功课管用多了。记得在北京孔庙和国子监博物馆，一位女工作人员告诉我，哪块匾是乾隆的御笔、原装文物，哪块是后来仿制的，说得头头是道。

个别博物馆可没这份清静。北京故宫要提前预约，巴黎卢浮宫蒙娜丽莎画像前永远挤着里三层外三层的游客。当我从北京飞越近万公里、站在那幅画像的十几米开外，看着挤成疙瘩的游客几乎全是黑头发黄皮肤的同胞，恍如置身高峰时段北京地铁，当时颇为国人有了且如此附庸风雅而自豪了好半天，甚至淡忘了未能零距离看一眼那神秘微笑的遗憾。

有钱了，总得整点事。高大上，是国内不少省市博物馆给人的直观印象——一眼望不到边的大广场上，卧着一座颇有艺术范儿的奇形怪状的建筑；馆内大理石从地面铺到四面墙壁，几十米高的楼梯，大屏幕滚动声像介绍，玻璃展柜一通到底，包括明亮宽敞的卫生间，都显出不差钱的气派。只是这种不差钱，有时显得高冷有余，温馨不足。对于走乏了的游客来说，随处可坐的几把椅子，比雄伟的大屋顶更贴心。去年趁北京APCE放假，去了趟河南洛阳，在崭新的市博物馆广场前，视线所及范围居然找不到一家餐馆，只好蹲在路边三轮车小商摊前，啃烤玉米充饥。

尤其是“迷宫”式的博物馆，每每让我对设计者心生不满。逛起来七拐八拐，出了展厅甲，找不到展厅乙入口。有一次例外，在柬埔寨吴哥国家博物馆，一进门，参观者循着一圈圈的缓坡上到最高层，然后由上向下参观。对于像我这样室内空间感极差的人来说，出了一个展厅，下一个展厅的入口就在几步之外显眼的地方，省了一头雾水地来回逛，也不必担心漏掉哪个展厅。



大有大的气派，小有小的别致。记得十几年前参观美国华盛顿一家玩具博物馆，隐藏在小巷内，三间民居改建而成，小小的。置身其中，我被玩具世界的精美所震撼——铺满一张写字台大小的整套玩具，再现了王子与公主在仙境般的宫殿中幸福生活的场景，好像用手指一碰，公主就会活起来。想想上百年前的孩子居然有这般精美的玩具陪伴，除了羡慕，还是羡慕。

遇到不让拍照的博物馆，是最郁闷的。卢浮宫内多少身价不菲的大师名画，都允许游客拿着各式拍照设备一通狂拍，可有些博物馆的文物并不见得多金贵，材质还是石头或青铜，也没油画那么脆弱，居然不允许拍照。只能自己宽慰自己，或许馆方有安全上的顾虑吧。

博物馆是个文化宝地，借着里面的宝贝做点历史普及，也是功德无量的事。大英博物馆馆长尼尔·麦格雷戈写了一本《大英博物馆世界简史》，从大英博物馆800万件馆藏文物中选了100件，“挂一漏万”地展现了人类200万年文明史，对于看历史巨著头疼的人来说，这本简史有图有故事，难怪畅销。

新疆冬季旅游升温

本报讯(记者 李元程)今年，新疆冬季旅游人数预计达到2000万人次，新疆旅游逐渐从季节性旅游向“四季游”转变，记者从11月27日举办的第10届中国新疆冬季旅游产业交易博览会上获悉，吐鲁番率先实现冬春和夏秋旅游人数平分秋色。

“2006年以前，阿勒泰冬季旅游只是摄影爱好者的天堂。”据喀纳斯景区管理委员会旅游局局长李华介绍，过去，喀纳斯景区每年一过10月15日，大雪封锁进山道路，景区就停止营业，时间长达半年之久，直到来年5月底6月初才逐步放开进山道路。因为交通不便，清雪设备不到位，冬季旅游一直被搁置。“现在，冬季从布尔津进入喀纳斯道路上，景区可以做到雪停路净的清雪速度。乌鲁木齐市至北屯的火车开通后，从北屯火车站随时都有通往乌伦古湖和喀纳斯景区的班车。”畅快的交通给景区发展提供了更大的空间，李华说，大力发展冬季冰雪旅游对于喀纳斯来说本身就是“新业态”，他们还将配套开发引进冰上、雪上运动项目和民俗表演等项目。

“七八年前新疆滑雪市场还处于起步阶段。乌鲁木齐周边的滑雪场，掰着手指能数过来，如今，到新疆滑雪已经成为全国滑雪爱好者的一种时尚。”廖原是乌鲁木齐市一家滑雪用品店的店主，他告诉记者，现在，他在丝绸之路滑雪场、南山阳光滑雪场、阿勒泰将军山滑雪场等已经开设了三四家分店。

据悉，本届冬博会组委会和所有参展的上千家旅游企业将拿出上亿元“红包”对旅游者进行让利促销。

博物馆里开心 or 郁闷的事

□ 文 宁