

基于旅游真实性的乡村旅游产品开发研究

何艳琳¹, 郑莹¹, 杨月娟² (1. 北京农业职业学院, 北京 102442; 2. 北京市房山区成人教育中心, 北京 102488)

摘要 通过对旅游真实性理论和旅游产品模式的研究, 以及对实践应用的分析, 提出乡村旅游产品开发策略, 进一步提升乡村旅游产品的吸引力, 促进旅游目的地及当地旅游产品的可持续发展。

关键词 旅游真实性; 乡村旅游产品; 实践应用; 开发策略

中图分类号 F590.7 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2021)21-0157-03

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2021.21.038

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



Country Tourism Product Development Based on Tourism Authenticity

HE Yan-lin¹, ZHENG Ying¹, YANG Yue-juan² (1. Beijing Agricultural Vocational College, Beijing 102442; 2. Beijing Fangshan District Adult Education Center, Beijing 102488)

Abstract Through the study of tourism authenticity theory and tourism product model, as well as the analysis of practical application, this paper puts forward the development strategy of rural tourism products, further improves the attraction of rural tourism products, and promotes the sustainable development of tourism destinations and local tourism products.

Key words Tourism authenticity; Rural tourism products; Practical application; The development strategy

真实性的概念由西方学者迈·肯尼尔 1973 年提出, 并成为旅游研究中的重要概念。真实性理论主要以客体的真实性和主观体验的真实性两个方面为依据建立的。真实性是游客渴望获得并追求的一种体验经历, 但不同文化背景的游客, 对旅游真实性的认知度也各有不同。周亚庆等^[1]指出, 真实性理论的重要意义在于从旅游者旅游动机和旅游者认知角度解释旅游资源, 并指导旅游资源开发。因此, 加强对旅游产品真实性研究, 将有利于提升旅游产品的吸引力, 促进旅游目的地资源的针对性开发。

1 旅游真实性理论

旅游真实性研究从对旅游客体的关注, 到客体的建构及旅游主体的介入, 从完全抛弃了真实, 到关注旅游主体感受, 发展演进为旅游的客观主义真实性、建构主义真实性、存在主义真实性和后现代主义真实性 4 种理论流派。不同理论流派研究侧重点不同, 所适用的指导对象也不尽相同, 不同游客有着不同的真实性认知。

1.1 客观主义真实性 客观主义真实性以旅游客体的真实性为前提, 认为旅游体验的过程等同于认知真实的旅游客体的过程, 是被动的真实。旅游真实性要表达出绝对客观的标准, 强调的是旅游客体的真实性与现实的完全对等, 展示的是旅游客体固有的特征^[2], 离开了客体的真实性体验不被视为真实的体验, 游客所看到和体验的对象都应该是完完全全真实的, 不能有丝毫的虚假掺杂其中。

1.2 建构主义真实性 建构真实性是社会建构的、创造的结果, 并不断随着人类社会向前发展变化, 是主动的、相对多元的, 是对旅游客体解说和建构的结果, 其真实性取决于文化的选择或解说, 以及文化市场商人、学者、地方权威人士等的主流声音^[3], 是符号或象征的真实性。旅游服务供给

者和游客依据旅游过程中个人感知、大众普遍的观点等对旅游客体进行重新构建, 随着社会发逐渐变成被大众接受的真正的真实。

1.3 存在主义真实性 存在主义真实性只关注旅游过程中主体自我本真感受的真实性, 以及体验带给旅游主体的本真回归和展示, 认为游客只是借助于旅游活动寻找比日常生活更加真实的自我^[4]、发现自我, 证实自己的真实性存在。如在旅游过程中找回童年的快乐等。

1.4 后现代主义真实性 后现代主义真实性关注的是旅游主体“超真实”的体验。在 20 世纪 70 年代后期至 80 年代中期, 各类人造景观以及模拟主题公园制造出的典型的后现代旅游模拟场景, 替代了真实本身, 使游客能够达到“超真实”的完美境界, 在亦真亦幻中, 体验比真实还真的超真实, 游客关心、关注的只是所游览的景观能否给他们带来享受、娱乐和表层美。

2 基于真实性的旅游产品模式及其实践应用

在现实生活中, 自然资源以及历史遗迹类资源属于客观真实性较高的资源, 应以突出真实性为卖点, 突出品位, 满足游客需求。如对于摄影爱好者, 客体的绝对真实性, 以及自然资源或历史遗迹保护得好、独特性强, 对于他们前往旅游地就会有强烈的吸引力; 对于人造的主题公园或景观类旅游点, 由于完全是人工制造的, 缺乏资源客观真实性, 重点应以带给游客自我本真的回归和展示为卖点; 而民俗旅游类资源, 是介于前两者之间具有一定客观真实性的资源, 可以通过设计达到舞台化真实, 获得经营优势^[1]。对于一般的游客来说, 更多追求的是休闲娱乐, 绝对的客观真实或自我本真都不是最好的选择, 他们更乐于前往基于建构主义真实和超真实性的旅游地。对于此类游客, 可借助文学作品场景的构建、解说, 向游客提供一个体验文学境界^[3], 通过互动使游客获得回归历史、自然和心灵的真实感受。目前, 基于真实性的旅游产品表现为原汁原味的、建构真实的、原生态性和市

基金项目 2018 年北京市科技计划项目(Z181100002418002)。

作者简介 何艳琳(1967—), 女, 河北饶阳人, 副教授, 硕士, 从事乡村旅游管理、会展管理研究。

收稿日期 2021-03-09; **修回日期** 2021-04-11

场化兼备、寻找自我存在真实的、超真实的几种模式。

2.1 原汁原味的模式及其实践应用 原汁原味即“原生态”是客观真实的,因此必须是地方原貌的绝对再现,是存在于当地群众生活中实实在在的地方生活本身,是当地个性特征与独特精神的重要表征。如贵州西江千户苗寨、云南元阳哈尼族村落等。贵州西江千户苗寨完整保存了苗族“原始生态”文化,保存较好的木质吊脚楼展现了古代建筑与现代建筑的差异性和美学价值,浓厚的苗族文化与风情,典型的传统习俗、饮食、服饰和语言等,让游客可以尽情地体验原生态的客观真实,体验当地的个性特征与独特精神。云南元阳哈尼族村落树林异常茂密,鸟啼蝉鸣,充满了浓郁的原始乡土气息。游客不仅可以欣赏到壮美的梯田,观赏到水稻种植、收割的场景,还可以在每年收获季节参加哈尼族特有的“十月节”节庆活动,真实地感受到大自然赋予人类的植物食材的生命意义,体验到客观真实的农业、农村、农民的生活。

2.2 建构真实的模式及其实践应用 建构主义真实性所说的“真实”不是指真实的原始,而是对地方文化原型进行艺术提炼和舞台化加工,即运用具有真实性象征意义的符号,对其进行再创作,使原生文化更贴近现实,显得更加真实。建构的真实性旅游产品大多是经过游客主观体验之后理解或认可的真实性产品,兼顾到旅游客体和旅游体验真实。如北京密云区的紫海香堤艺术庄园,主要以四季薰衣草、马鞭草、洋甘菊等香草为主。利用香草田、汤河水、金山林设计成一道风景图画,展现了地方文化的艺术提炼,庄园内通过展厅、DIY及休憩场所、画廊、特殊意义的渠桥等娱乐休闲设施设置,兼顾到旅游客体和旅游体验真实。北京朝阳区金盏乡的蓝调薰衣草庄园又名紫香漫境薰衣草庄园,该庄园以农业文化创意产业为支撑,以蓝莓、草莓等特色果蔬种植为基础,集特色餐饮、主题温泉、加工体验、节庆活动等功能于一体。园区呈现的是原生态的田园景观,通过对游客五感的冲击,使其在视、味、嗅、听、触方面得到深度体验,以激发游客的参与热情,为渴望放松、回归自然生活的游客建构了一个真实的休闲体验空间,被誉为中国最浪漫的田园,又称“爱的伊甸园”。

2.3 原生态性和市场化兼备模式及其实践应用 原生态性和市场化兼备模式一般适用于特色较强的旅游地区。此类地区主要以当地文化旅游资源为基础,在市场化打造产品时,强调原生态的内涵,保留当地最原始、最具代表性的地方元素、物质和文化元素等,完成旅游资源向旅游产品的转换,经营方式采取企业化的管理方式、市场化运作模式、产业化发展格局。使游客能在产品体验中,感受到生命的真实感。产品也通过市场化包装,适应了大众旅游消费市场的需求。如北京蟹岛绿色生态度假村,集种养、旅游休闲度假、生态农业观光为一体。“前店后园”的布局别具一格,整个园区分为种植园区、养殖园区、科技园区和旅游度假园区,采取企业化的管理方式、市场化运作模式、产业化发展格局,以产销“绿色食品”为最大特色,以餐饮、娱乐、健身为载体,完成旅游资源向旅游产品的转换,使游客能在产品体验中享受清新自

然、远离污染的高品质生活,感受到生命的真实感。

2.4 寻找自我存在真实的模式及其实践应用 寻找自我存在真实的模式认为存在的真实与旅游的客体是否真实毫无关系^[5]。游客在参与旅游活动时,常常通过旅游活动或旅游客体寻找真实的自我,并不关心旅游客体的真实性。它通过参与旅游活动找回游客客体存在的真实性。在旅游过程中寻找自我存在真实,总是把旅游主体真实存在状态和真实的自我体验联系起来,寻找比日常生活中的自我更加真实、自由的感觉。该模式对宗教游客、自我本真的游客最具吸引力。他们借助于旅游活动或旅游客体寻找真实的自我,如到集生态旅游、宗教朝拜、休闲度假为一体的福建普济岩宗教旅游休闲景区等宗教类旅游休闲地,通过旅游活动、宗教朝拜等行为激发寻找自我存在真实。

2.5 超真实的模式及其实践应用 后现代主义的超真实抹杀了“真”与“假”的界限,仿真和虚像比模型的表象更为真实,超真实比真实还要真。后现代的大多数游客追求的更多是享乐、娱乐和表层美,对真实性缘起没有探究之心,如迪士尼乐园等主题公园因为其梦幻、想象和创意成为旅游和游乐的最佳场所。随着时间的推移,它变成了美国文化的标志。迪士尼度假区是一个充满梦幻与想象,集创意和探险于一体的度假目的地,通过为游客创造沉浸式体验成为全球最佳的度假地。迪士尼乐园是“迪士尼度假区”中的一个部分,包含许多主题园区,将耳熟能详的故事幻化成一个个具体的场景,如“探险岛”“宝藏湾”及拥有“奇幻童话城堡”的“梦幻世界”等,不同主题园区内有着不同游乐设施,不仅为游客创造超真实的体验,让游客沉浸在城堡、主题公园等探险和刺激的创意之中,满足游客对享乐、娱乐和表层美的追求。

真实性通过满足人们内心深处的需求,让人们获得难忘的感知,使旅游产品从其他产品中突显出来。因此,从旅游规划管理的角度来看,旅游的真实性应该表现为对原真性的保护,对旅游客体文化内涵的深度挖掘,应充分了解游客体验需求及本真回归的需求;从旅游产品策划的角度来看,应从游客需求动机和认知出发,创造出全新的,能满足人们本真回归的旅游体验,提供给人们有别于日常生活的体验。旅游产品只有具有较高的产品品质,才能产生足够的吸引力,吸引游客购买体验,从而提升对旅游产品的满意度。

3 基于真实性的乡村旅游产品开发策略

基于真实性的乡村旅游产品的开发过程,应该也是以真实性为基础,创造真实的过程,因此,必须从游客动机和游客认知角度出发,以真实性为基础深度挖掘乡村旅游产品的内涵,提升乡村旅游产品吸引力,促进乡村旅游及旅游产品的可持续发展^[6]。

3.1 保持原汁原味,必须有当地政府的正确引导 旅游的发展离不开政府的指导和支持,政府主导是保障旅游业有序、有效、可持续性发展的前提。客观真实就是原汁原味,即“原生态”,需要当地政府正确引导和保护,才能使地方原貌得以再现,才能保存好实实在在的地方生活本身,才能使地方个性特征与独特精神的重要表征得以保留和展示。保持

资源的原汁原味原生态也是对乡村旅游产品开发策略中资源保护型开发策略的贯彻,是促进乡村旅游可持续发展的前提。

3.2 建构真实体验环境,营造全感官体验景观 乡村旅游产品开发特别是基于自然资源的旅游产品的开发,应通过营造“天人合一”的自然环境、田园氛围,把农耕生活典型景象提纯、精粹,使其源于生活而又高于生活地再现,通过对地方文化原型进行艺术提炼和加工,打造亦农亦旅,农旅结合,清新自然的田园风光^[7]。旅游的真实性必须是旅游客体和旅游体验真实二者的兼顾,让游客能获得全感官的真实旅游体验^[8],在真实中体验和感受到差异需求的满足,为城市游客创造新奇的体验^[9]。

3.3 多种形式相结合,设计深度体验活动 乡村旅游产品开发时应结合当地民俗博物馆、节庆活动、主题公园等多种形式。设计深度体验活动项目时,应将一次性体验变化成持续的互动或沉浸式体验,把初级体验发展为多层次体验,使活动项目达到深度体验层次,从而使游客流连忘返。如从鲜果采摘、果树认养、休闲住宿等初级体验,发展到亲子、康养、科普教育、艺术表演、禅修等丰富活动,使地方文化内涵通过手工艺品、民间文学、民间表演等完整地呈现出来,增强旅游的真实性^[10]。特别是将当地民间文学作品活化成旅游资源,植根于乡村旅游环境中,使游客在文化情境中感知自我灵魂的真实,从而对游客形成独特的吸引力。

3.4 探究不同真实性类型,开发乡村旅游产品 游客文化背景的不同,决定了其对旅游产品真实性的认知度的不同。在传统的真实性类型之外,还有其他真实性类型被学者们关注。在不同分类标准的框架下,真实性类型也不尽相同^[11]。地方政府应根据本地资源特点,结合不同真实性类型的探

究,拓展真实性旅游产品的类型,深入开发乡村旅游产品,提升乡村旅游产品的吸引力,促进当地旅游的可持续发展。

4 小结

综上所述,基于真实性的旅游产品开发需要由政府主导,保护原生态资源,建构真实,让人们在旅游目的地能体验真实,发现自我,证实自己真实性存在。旅游中的真实是随着人的主观意识而变化的,有完全真实的原生态真实,也有原生态基础上的再造真实。再造真实使原生态内容更能适应现代社会的发展趋势,以满足游客的现实需要,避免了现代社会中对原生态的破坏,有效地促进了对旅游地的原生态的保护。

参考文献

- [1] 周亚庆, 吴茂英, 周永广, 等. 旅游研究中的“真实性”理论及其比较[J]. 旅游学刊, 2007, 22(6): 42-47.
- [2] 李旭东, 张金岭. 西方旅游研究中的“真实性”理论[J]. 北京第二外国语学院学报, 2005, 27(1): 1-6.
- [3] 贾鸿雁, 王金池. 从建构主义真实性看文学资源的旅游开发: 以界首镇“汪曾祺水乡风韵园”项目策划为例[J]. 旅游学刊, 2009, 24(5): 26-30.
- [4] 李旭东. 旅游体验的客体真实和主体本真[J]. 北京第二外国语学院学报, 2008, 30(5): 26-30.
- [5] 刘正江. 文化旅游的文化真实性及其被影响因素[J]. 中共成都市委党校学报, 2008(3): 65-67.
- [6] 史木光. 我国乡村旅游发展的成长上限基模分析及对策思考[J]. 安徽农业科学, 2011, 39(36): 22495-22497.
- [7] 郑莹, 何艳琳, 刘云, 等. 建构主义真实性下的京郊休闲农庄开发与设计[J]. 北京农业职业学院学报, 2015, 29(2): 16-19.
- [8] 樊弘申. 基于体验真实性的红楼文化旅游产品探究[J]. 美与时代(城市版), 2019(9): 99-100.
- [9] 王芳. 基于体验真实性的南京红楼文化旅游产品设计[J]. 江苏商论, 2009(9): 94-96.
- [10] 雒珊珊. 国内关于文化旅游真实性的研究综述[J]. 旅游纵览, 2014(1): 302-304.
- [11] 董霞, 高燕, 马建峰. 近二十年国内旅游“真实性”研究述评与展望[J]. 重庆工商大学学报(社会科学版), 2017, 34(5): 64-73.
- [12] 穆妹慧, 孙承文, 桂房红, 等. 对目前我国油茶科学研究战略的刍议[C]//第二届中国林业学术大会——S9 木本粮油产业化论文集. 南宁: 中国林学会, 2009: 46-51.
- [13] 杨曾辉, 杨文英. 我国油茶产业发展面临的问题及对策[J]. 作物研究, 2011, 25(2): 103-104.
- [14] 胡美绿. 建瓯市油茶幼林不同套种作物综合效益分析[J]. 安徽农业科学, 2019, 47(9): 122-124.
- [15] 冯金玲, 郑新娟, 杨志坚, 等. 套种模式对油茶生长及根际土壤理化性质的影响[J]. 森林与环境学报, 2015, 35(4): 324-330.
- [16] 柏明娥, 洪利兴, 沈建军. 油茶林种植对土壤生态和油茶生长的影响[J]. 山东林业科技, 2014, 44(1): 28-30.
- [17] 吴婷, 张静, 张卫东, 等. 哈密地区红枣缩果病的发生与防治[J]. 江西农业学报, 2011, 23(6): 91-92.
- [18] 滕维超, 刘少轩, 曹福亮, 等. 油茶大豆间作对盆栽土壤化学和生物性质的影响[J]. 中南林业科技大学学报, 2013, 33(2): 24-27.
- [19] 丁怡飞, 曹永庆, 姚小华, 等. 鼠茅草间作对油茶林地土壤养分及酶活性的影响[J]. 林业科学研究, 2018, 31(2): 170-175.
- [20] 彭秀, 曾静, 李秀珍. 间作对油茶幼林生长及土壤养分的影响[J]. 四川林业科技, 2013, 34(4): 14-17.

(上接第 136 页)

种可以选择浪潮甜王 03 或雪峰黑媚娘,其在赣南山区的油茶幼林中具有较好的适应性及经济效益。

参考文献

- [1] 庄瑞林. 中国油茶[M]. 2版. 北京: 中国林业出版社, 2008: 3-51.
- [2] 罗汉东, 朱丛飞, 江亮波, 等. 不同模式施肥对油茶叶片生长及其养分含量的影响[J]. 经济林研究, 2016, 34(3): 148-152.
- [3] 谭晓风, 马履一, 李芳东, 等. 我国木本粮油产业发展战略研究[J]. 经济林研究, 2012, 30(1): 1-5.
- [4] MA J L, YE H, RUI Y K, et al. Fatty acid composition of *Camellia oleifera* oil[J]. Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit, 2011, 6(1): 9-12.
- [5] WANG X Q, ZENG Q M, VERARDO V, et al. Fatty acid and sterol composition of tea oils: Their comparison by the “FancyTiles” approach[J]. Food chemistry, 2017, 233: 302-310.
- [6] CHAIKUL P, SRIPISUT T, CHANPIROM S, et al. Melanogenesis inhibitory and antioxidant effects of *Camellia oleifera* seed oil[J]. Advanced pharmaceutical bulletin, 2017, 7(3): 473-477.
- [7] 龚思敏. 湖南省山茶油行业现状与发展对策研究[D]. 长沙: 中南林业科技大学, 2019.