

## “文化+”乡村旅游特色塑造研究

熊超, 徐龙 (中国市政工程中南设计研究总院有限公司, 湖北武汉 430014)

**摘要** 针对乡村旅游发展中出现的产品趋同、特色丧失等问题,从“文化+”的视角对乡村旅游特色塑造的方式方法展开探讨。认为乡村旅游特色是需要根植在乡土文化土壤之上的,乡土文化是乡村旅游的灵魂。以南京市龙袍新城长江社区乡村旅游策划为例,提出文化元素挖掘、文化元素价值评判、“文化+”旅游产品策划三位一体的乡村旅游特色塑造方法,以期对乡村地区的文化传承与旅游开发有现实借鉴意义。

**关键词** 乡村旅游;文化+;乡土文化;特色塑造

**中图分类号** F590.75 **文献标识码** A

**文章编号** 0517-6611(2023)09-0120-03

**doi:** 10.3969/j.issn.0517-6611.2023.09.030



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

## Study on “Culture +” Rural Tourism Characteristics Shaping

XIONG Chao, XU Long (Central & Southern China Municipal Engineering Design and Research Institute Co., Ltd., Wuhan, Hubei 430014)

**Abstract** Aiming at the problems of product convergence and loss of characteristics in the development of rural tourism, this paper discusses the ways and methods of shaping rural tourism characteristics from the perspective of “culture +”. The author believes that the characteristics of rural tourism need to be rooted in the soil of local culture, which is the soul of rural tourism. Taking the rural tourism planning of Yangtze River Community in Longpao New City, Nanjing City as an example, this paper proposes a method of shaping rural tourism characteristics based on the trinity of cultural element mining, cultural element value evaluation and “culture+” tourism product planning, in order to provide practical reference for cultural inheritance and tourism development in rural areas.

**Key words** Rural tourism; Culture +; Local culture; Special shape

近年来,乡村旅游不断更新突破,从乡村“农家乐”到乡村旅居,旅游发展对乡村的经济与物质环境改善均有较大效益,旅游业作为乡村产业发展新动能意义凸显<sup>[1]</sup>。然而,部分村庄在乡村旅游开发过程中,忽视乡土文化保护,盲目复制各地旅游产品,造成乡村旅游产品趋同的现象。因此,从“文化+”的视角出发,以南京市龙袍新城长江社区为例,对乡村旅游发展中旅游特色塑造展开研究。

## 1 乡村旅游特色塑造研究

**1.1 乡村旅游发展** 我国乡村旅游出现于20世纪80年代,在20世纪90年代后期逐渐发展迅速,整体呈现出“乡村‘农家乐’—乡村休闲—乡村度假—乡村旅居”4个代际<sup>[2]</sup>。与城市旅游有所不同,浓厚的乡土性成为吸引广大游客的重要因素<sup>[3]</sup>。乡土性源于乡村地景和乡村文化,而后者是乡土性的灵魂,因此推动乡村旅游可持续发展,必须重视乡村文化的保护与利用。

**1.2 存在的误区** 乡村旅游特色是乡村内在底蕴和外在形象的集中体现,内在底蕴即乡村文化<sup>[4]</sup>。近年来,随着乡村旅游跨越式发展,乡村旅游特色塑造暴露出诸多不足。

首先,旅游资源挖掘不足。乡村旅游开发缺乏对当地旅游资源的挖掘与论证,奉行拿来主义,丢失乡村的土味,从而导致地区旅游吸引力减弱。

其次,旅游资源分析不足。缺乏对旅游资源的分析评判,致使特色鲜明的乡村文化资源未能得到充分利用,资源利用的同质化、低效化现象普遍。

最后,旅游产品策划不足。对乡村旅游的本质、内涵和

客源市场认识不足,不能准确把握资源挖掘利用的方向,产品缺乏参与性和体验感,导致旅游产品不接地气。

**1.3 “文化+”研究视角** 习近平总书记曾指出,文化自信是一个民族赖以进步的强大动力<sup>[5]</sup>。“文化+”是文化更加自觉、主动地向经济社会各领域的渗透,是融入健康和谐的发展理念,能够推动经济社会可持续发展。

在乡村旅游中,“文化+”就是将乡村文化元素融入旅游产品策划,将文化创新成果与乡村旅游进行深度融合,从而推动文化传承、旅游发展,不断提升乡村旅游的创新力和生命力,从而形成更广泛的、以文化为基础条件和创新要素的乡村经济社会发展新动能<sup>[6]</sup>。

## 2 “文化+”乡村旅游特色塑造方法

作为中国传统文化的重要发源地和沉积地,乡村蕴涵着极富中国传统特色的文化价值和魅力。乡村旅游特色是需要根植在乡土文化土壤之上的,乡土文化是乡村旅游的灵魂<sup>[7-8]</sup>。“文化+”就是主动将乡土文化渗透进乡村旅游中,使旅游开发更贴合本土的文化特质。笔者认为,“文化+”乡村旅游特色塑造需要划分为3个阶段,分别是乡村文化元素挖掘、文化元素价值评判以及“文化+”旅游产品策划。

**2.1 乡村文化元素挖掘** 乡村文化源于乡土并依存于乡土,它是一代代乡村原住民扎根于特定的乡村环境并一步一步创造衍生而来的<sup>[9]</sup>。乡村文化可分为3个方面:物质文化、社会文化、精神文化。其中,物质文化包括乡村地景、民居建筑、遗迹遗存等,是乡村旅游开发的基础;社会文化则反映了乡村居民的价值观及共同遵循的规范礼仪,主要体现在乡规民约、农耕劳作、社会生活等方面;精神文化是乡村文化的精髓,其表现形式多样,如民风民俗、名人传说、传统技艺等<sup>[10]</sup>(图1)。乡村文化元素挖掘需要由表及里,全空间、全

要素的展开梳理,是乡村旅游特色塑造的重要基础工作。

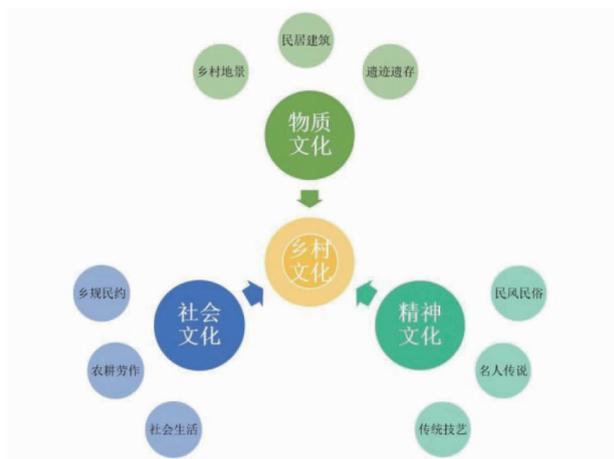


图1 乡村文化构成

Fig.1 Rural culture composition map

**2.2 文化元素价值评判** 乡村文化内涵丰富,而旅游策划并不是面面俱到,需要发掘最有价值的文化元素,从而明确核心旅游主题。

采用多维度的价值评判方法,评判因子涵盖经济效益、文化关联度、大众接受度以及竞争压力4个维度:①经济效益,根据对该元素进行商业化移植和包装的难易程度进行评判;②文化关联度,以是否能充分展现当地文化特色作为评判标准;③大众接受度,指在当地知名度高低,目标人群的喜爱及认可度方面;④竞争压力,是否面临较强的市场竞争。通过评判,最终确定不建议利用项、补充利用项、辅助利用项以及重点利用项,从而指导后续“文化+”旅游产品策划。

**2.3 “文化+”旅游产品策划** 笔者认为,“旅游+”思维应该作为灵魂贯穿策划工作始终。首先,通过文化元素价值评判,在明确资源优势的前提下,针对文化元素加以保护的同时明确项目重点策划方向,找准目标市场,有针对性的策划开发;其次,针对重点利用项文化元素,主张策划形成品牌,

让游客深切感受当地的文化魅力;最后,立足当地资源特色,通过巧妙的构思、创意的植入,将特色文化元素塑造成旅游产品。整体形成文化品牌知名、文化内涵多元、文化创意鲜活的“文化+”旅游产品系列。

### 3 龙袍新城长江社区文化元素挖掘

长江社区隶属于南京市六合区龙袍街道,紧邻长江和滁河,村庄南侧毗邻龙袍湿地,与著名的佛教名山栖霞山隔江相望。村庄内港汊纵横,环境宜人,是六合区“六朵茉莉”美丽乡村之一(表1)。

**3.1 山水文化** 长江社区位于龙袍街道东南部,三面临江,村庄内圩田阡陌、港汊纵横。长江社区南侧毗邻龙袍滨江湿地,与佛教名山栖霞山隔江相望,整体呈现了“山—江—湿—水—村”的山水景观格局。

**3.2 历史文化** 龙袍历史悠久,最早可追溯到棠邑农耕时期。1130年,南宋名将韩世忠率兵截击金军于黄天荡,龙袍滨江湿地正是黄天荡之战主战场。清朝乾隆皇帝六下江南,留下了“龙袍洲”传说。1949年4月,渡江战役打响,解放军34军从划子口渡江抵达栖霞,“百万雄师过大江”在此铸成史诗。

**3.3 知青文化** 1968年,南京、扬州、上海等地共计2600多名知识青年响应毛主席号召,来到这里开垦建场,六合县五七农场成立。他们艰苦奋斗,将芦苇滩涂改造成良田,同时开辟了五七水杉大道和千亩花海。为感念知青们的付出,近年来,长江社区先后建设了知青文化广场、知青花园、知青纪念家园,并将水杉林命名为知青林,作为知青奋斗历程的见证。

**3.4 饮食文化** 龙袍是中国美食文化之乡,传统美食众多,包括蟹黄汤包、东沟盐水鹅、东沟乳鸽、长江江鲜、秘制鱼干、龙袍头菜等。其中,尤以龙袍蟹黄汤包最负盛名,距今已有200多年历史。龙袍蟹黄汤包节已成功举办20届,每年都吸引各地游客赴会,具有较高的知名度。

表1 村庄文化元素汇总

Table 1 Summary of village cultural elements

文化元素 Cultural element	具体项目 Specific projects	特色描述 Feature description
山水文化 Landscape culture	龙袍滨江湿地、“五七”农场	“山—江—湿—水—村”的山水景观格局
历史文化 Historic culture	黄天荡古战场、划子口渡江战役	历史悠久,兵家必争之地
知青文化 Educated youth culture	知青文化广场、知青林、知青花园、知青纪念家园	知青奋斗历程的见证地
饮食文化 Dietary culture	蟹黄汤包、特色江鲜	中国美食文化之乡

## 4 龙袍新城长江社区乡村旅游策划

**4.1 文化元素价值评判** 山水文化方面,村庄与佛教名山栖霞山隔江相望,是栖霞山重要的滨江观景点之一。龙袍滨江湿地公园已列入政府建设计划,未来将打造成华东地区最大的湿地保护公园。滨江湿地建设将为长江社区聚集人气、商业化进程提供有力支撑;历史文化方面,为展现“龙袍洲”历史传说,当地农民用油菜和小麦种出了长194m,宽152m的巨型“龙袍”,已具有较高的知名度;知青文化方面,村庄建有大量展现知青历史的科普场所,知青广场、知青花园、知青纪念家园、知青林等,知青文化早已融入乡村生活;饮食文化

方面,龙袍蟹黄汤包久负盛名,当地政府每年都会举办龙袍蟹黄汤包节,推介六合传统地方美食,在提升知名度的同时也带动了当地经济发展。

通过价值评判,笔者认为长江社区应以山水文化元素为核心,培育IP化、创意化旅游业态。以饮食文化为辅助,宣扬传统美食,进一步扩大影响力。以历史、知青文化元素为补充,发展科普教育、红色旅游等(表2)。

**4.2 村庄旅游产品策划** 长三角城市目前已正式进入大休闲时代,文化价值消费逐渐成生活必需品。跟随文化消费导向,各个地区传统旅游品牌也正在向地域文化新形象转变。

随着乡村旅游新产品、新业态的不断丰富,乡村旅游理念也从单纯乡村旅游产品消费向传递悠闲、健康的生活理念转变。因此,将乡村文化融入乡村绿色生活是未来提振乡村地

区旅游发展的重要措施。长江社区不仅有着多元的文化内涵,还具有“山-江-湿-水-村”得天独厚的自然景观条件,适宜打造乡村休闲度假旅游产品。

表 2 村庄文化元素价值评判  
Table 2 Village cultural element value evaluation

文化元素 Cultural element	具体项目 Specific projects	经济效益 Economic benefit	文化关联 Cultural relevance	大众接受度 Mass acceptance	竞争压力 Pressure of competition	评分 Score	发展方向建议 Development direction suggestion
山水文化 Landscape culture	龙袍滨江湿地、“五七”农场	★★★	★★★	★★	★★	10分(重点利用):地域文化关联性强,知名度高,客群接受度高,但同质化严重	科普博览、湿地研学、VR游湿地
历史文化 Historic culture	黄天荡古战场、划子口渡江战役	★	★★	★★	★	6分(补充利用):文化关联性佳,经济效益低、竞争压力大,大众接受度不高	历史科普
知青文化 Educated youth culture	知青文化广场、知青林、知青花园、知青纪念家园	★	★★★	★★	★	7分(补充利用):文化关联性佳,经济效益低、竞争压力大,大众接受度不高	艺术展销、历史教育、特色文创
饮食文化 Dietary culture	蟹黄汤包、特色江鲜	★★	★★★	★★	★	8分(辅助利用):地域文化关联性强,知名度高,客群接受度高,但同质化严重	渔村民宿、渔家美食、渔趣体验

龙袍滨江湿地是长江社区最为核心的山水资源,湿地公园占地面积达 8.6 km<sup>2</sup>,将打造成南京市面积最大、岸线最长,最原生、最风景、最文化的滨江湿地。因此,长江社区旅游策划应主动对接龙袍滨江湿地,立足湿地服务,塑造湿地渔村品牌。

湿地渔村将重点围绕“湿地游憩、渔村休闲、文化体验”3个方面展开旅游策划。首先,策划湿地游憩旅游产品,以龙袍滨江湿地为依托,旅游产品强调将湿地生态文化和游乐设施相融合,科普教育和主题娱乐教育相融合<sup>[11]</sup>。策划旅游产品包括湿地科普博览、湿地研学、VR游湿地等;其次,策划渔村休闲旅游产品,结合长江社区渔村特色,打造以湿地农耕、渔耕文化体验为特色的休闲度假村落,游客可以在村中种种菜、钓钓鱼,欣赏渔村有趣的地景。策划旅游产品包括渔村民宿、渔家美食、渔趣体验等。最后,策划文化体验旅游

产品,注重对龙袍传统文化的挖掘与传承,以龙袍历史文化、民俗文化为内涵,将长江社区打造成文化传承村落。策划旅游产品包括知青故里、黄天荡文化、龙袍印象等。

**4.3 村庄旅游产品布局** 依托“湿地游憩、渔村休闲、文化体验”三大旅游主题,规划将重点打造金色湿地、乐活渔村、知青故里三大旅游片区。湿地游憩通过展现黄天荡历史故事、栖霞山金色晚霞等突显龙袍滨江湿地的独特魅力。规划布局湿地科普园、湿地研学基地、VR游湿地等核心旅游项目;渔村休闲以长江渔村为依托,突出“渔”主题特色,规划布局渔村民宿、渔家美食街、路亚俱乐部等核心旅游项目;文化体验以龙袍传统民俗为依托,以黄天荡、龙袍、渡江战役、知青下乡等历史文化为特色,打造乡村文化盛宴,规划布局知青公社、划子口渡江战役纪念馆、龙袍印象体验园等核心旅游项目(图2)。同时,为突出长江社区文化特色,重点策划

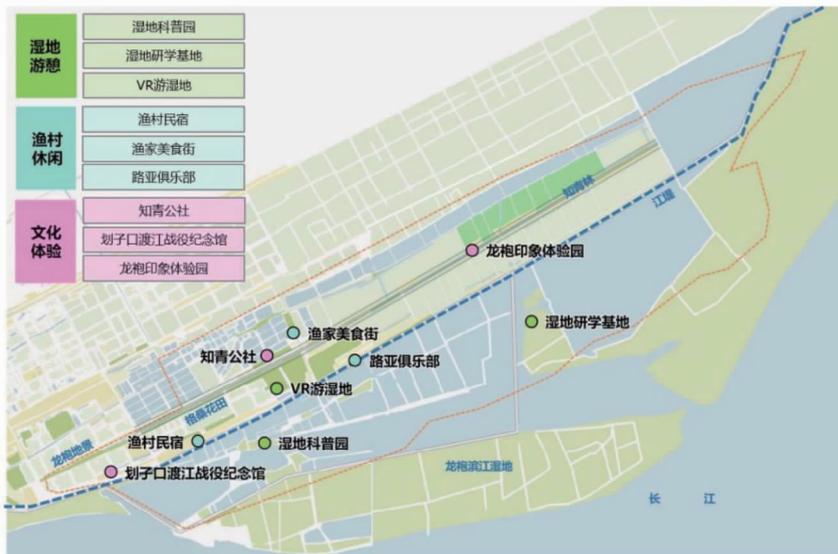


图 2 村庄旅游产品布局  
Fig. 2 Village tourism product layout

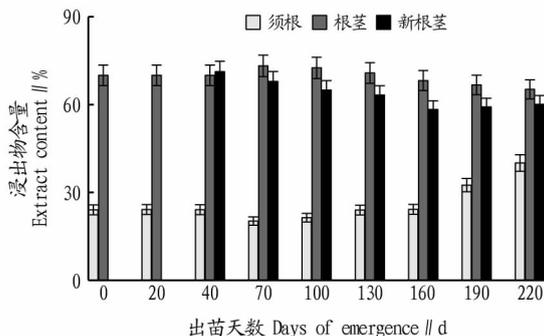


图4 不同时期黄精植株地下各部位的浸出物含量

Fig. 4 Extract contents of various underground parts of *P. sibiricum* plant at different stages

管理或调控,也可同属近缘植物植株构件的相关研究提供参考<sup>[9]</sup>。该研究表明,黄精植株出苗后的40 d内,地上部分迅速生长,至出苗40 d,茎叶总鲜重可达到其周期内最大值的88.73%,与前人在黄精生物学特性的相关研究结果基本一致<sup>[10-11]</sup>。该研究还发现在整个生育期内,黄精的根系都在不断生长,以茎叶完成伸展后的60 d内(即出苗40~100 d)地下部分积累生物量最为快速,新的根茎在黄精出苗40 d内的花期前后(5月中上旬)形成,受生理和环境因素影响,8月前后的黄精植株茎叶有折损和凋落,生物量减少,由于该研究观察对象为2年生黄精,植株根系布局时间短,养分供应不足,果实形成后不断脱落。

**3.2 黄精地下部分有效成分积累规律** 随着国家对药用植物非药用部位开发利用的呼吁,已有多种药用植物的非药用部位展开相关研究<sup>[12]</sup>,黄精植株非药用部位的开发利用将会成为下一步研究的目标。通过对整个生育期黄精地下部分各部位的有效成分含量进行动态监测,该研究表明,黄精原生根茎在6—9月份(出苗70~160 d)的多糖含量相对较低,总皂苷含量在4—5月份(出苗0~40 d)相对较低,浸出

(上接第122页)

了“舌尖上的长江渔村”“黄天荡的硝烟战场”“红色年代的青葱岁月”等主题活动。“舌尖上的长江渔村”主要提供江鲜美食、六合传统美食、渔产品加工展销等休闲业态,主推渔家美食街;“黄天荡的硝烟战场”主要提供历史科普、湿地观光、摄影沙龙等休闲业态,主推湿地研学基地;“红色年代的青葱岁月”主要提供与知青文化相关联的艺术展销、历史教育、特色文创等业态,主推知青公社。

## 5 结语

在规划实践的过程中,构建了村庄文化元素挖掘、文化元素价值评判、“文化+”旅游产品策划三位一体的乡村旅游特色塑造方法。通过文化元素挖掘理清村庄旅游发展条件;通过文化元素价值评判明确核心发展主题;通过“文化+”旅游产品策划打造凸显村庄特色的旅游产品<sup>[12]</sup>。希望通过对乡村旅游特色塑造方式方法的总结,为乡村文化传承与旅游发展提供参考。

物含量在6月份之前(出苗0~70 d)较稳定,随后至11月(出苗220 d)持续降低;黄精须根中黄精多糖含量与药用部位差异相对较小,总皂苷和浸出物的含量远低于药用部位,10月收获期(出苗190 d)的黄精须根多糖含量可达到根茎的84.50%,总皂苷和浸出物含量分别仅为根茎的35.72%和48.68%,这为黄精须根以多糖类材料开发大健康产品提供了理论依据;新根茎形成后的2个月(出苗40~70 d),多糖含量低于根茎,总皂苷含量高于根茎,浸出物含量与根茎相近,随后以上3种成分含量变化趋势与根茎相同;10月份(出苗190 d)黄精地上部分枯萎,进入药材的采收期,黄精地下各部位的3类有效成分含量排序均为根茎>新根茎>须根。

## 参考文献

- [1] 泽让东洲. 不同行距和播种量对阿坝垂穗披碱草植株构件组成和种子产量的影响[D]. 雅安:四川农业大学,2019.
- [2] 李滨,周小江,袁志鹰,等. 不同种植方式对玄参产量及质量的影响[J]. 时珍国医国药,2020,31(1):189-191.
- [3] 张思唯,李金奥,刘博远,等. 打顶方式对雪茄烟叶氮素积累及品质的影响[J]. 作物杂志,2022(1):184-189.
- [4] 赵国栋,贾林光,张新生,等. 不同时期拉枝对‘宫崎短枝富士’幼树生长和产量、品质的影响[J]. 北方园艺,2021(13):57-61.
- [5] 马存德,常晖,杨祎辰,等. 经典方中黄精的本草考证[J]. 中国实验方剂学杂志,2022,28(10):193-206.
- [6] 翁露,苏娟,赵艳娟,等. 药用黄精的栽培和产品开发研究进展[J]. 安徽农业科学,2022,50(11):8-10.
- [7] 国家药典委员会. 中华人民共和国药典:2020版一部[S]. 北京:中国医药科技出版社,2020:319.
- [8] 廖念. 多花黄精产地加工炮制及其质量标准的研究[D]. 长沙:湖南中医药大学,2018.
- [9] 郭文婷,王国华,缙倩倩,等. 河西走廊荒漠绿洲过渡带3种典型一年生藜科植物构件生长及生物量分配特征[J]. 草业学报,2022,31(2):25-38.
- [10] 刘佩. 黄精幼苗生长特性及成分积累研究[D]. 杨凌:西北农林科技大学,2014.
- [11] 李勇刚. 黄精生物学特性及种子休眠特性的研究[D]. 杨凌:西北农林科技大学,2009.
- [12] 谢蕾,张羽师,李卫东. 药用植物非药用部位开发利用现状与展望[J]. 中药材,2019,42(2):470-473.

## 参考文献

- [1] 毕璐璐. 荆州市八岭山镇乡村旅游发展研究[D]. 武汉:华中科技大学,2019.
- [2] 刘又堂,肖利斌. 乡村型旅居养老目的地的开发研究[J]. 河池学院学报,2020,40(1):42-48.
- [3] 马骏. 生态环境阈限背景下生物多样性保护与遗产旅游开发协同发展研究:以武陵源世界自然遗产地为例[D]. 长沙:湖南师范大学,2016.
- [4] 褚杰,张建林,邢佑浩. 文化资源视角下的山东省葫芦套村旅游特色塑造[J]. 西南师范大学学报(自然科学版),2018,43(11):99-104.
- [5] 陈润卿. 文化自信视角下东北地区振兴发展研究[J]. 学理论,2020(9):12-13.
- [6] 王家洪. 传统文化与乡村旅游的互动研究[D]. 贵阳:贵州大学,2008.
- [7] 杜娟. 乡土文化视野下美丽乡村“个性美”的塑造[J]. 重庆建筑,2017,16(9):16-18.
- [8] 郭永久,王依凡,周丹. 河北省近郊乡村旅游与文创产业艺术化发展研究:以河北省赤城县全家窑村为例[J]. 安徽农业科学,2022,50(9):134-137.
- [9] 颜文正. 美丽乡村建设背景下长株潭地区乡村住宅空间形态研究[D]. 长沙:湖南大学,2018.
- [10] 吴洁. 乡土文化视野下的贵州沙子镇城镇空间设计策略研究[D]. 重庆:重庆大学,2015.
- [11] 要雁峰,林峰. 湿地休闲旅游如何创新开发[J]. 旅游时代,2009(6):94-97.
- [12] 王霞蔚. 济南市章丘区乡村旅游发展研究[D]. 桂林:桂林理工大学,2019.