

乡村自驾游:串联小景点 撬动大旅游

李莉 华高莱斯国际地产顾问(北京)有限公司

自驾游的盛行给乡村旅游带来的影响要远大于大型成熟景区。各地名胜风景区虽然是游客心目中的首选,但是,驾车耗费的时间、精力,都被游客计入成本之中。而围绕大城市、风景优美的乡村,成了汽车旅行黄金时代的最大获益者。“五一”小长假,各地的城郊休闲游都表现不俗,其中乡村自驾游成为市民首选,占比近80%,自驾游成了旅游业的宠儿。

自驾游通过串联零散分布的中小型景点来提升乡村整体的旅游吸引力。作为自驾游服务体系的三大空间载体——风景道、营地、服务驿站,承担了乡村旅游、风情展示、文化阐释、旅游接待的功能。如何提升三者的魅力,是提升整个自驾乡村旅游活力的关键。

风景道:以网代面的景观体系打造

良好的交通状况解决了城市旅游者的可进入性问题,是发展乡村旅游的一个前提条件。但是,是不是让游客走这一条热点路线,使游客走遍风景名胜区的原材料,在生产线上走一遭,就算完成了旅行呢?

自驾游与其他旅游方式最大的不同,就是将“点状”旅游,变成了“线性”旅游。好景赏之,坏也观之。汽车行驶线路上的全部景观优劣,决定了自驾游之旅的乐趣。因此,重点打造沿公路网布局的道路景观体系,比形成全城围局的生态景观更直接有效。

成功的自驾游线路体系设计,必须强调沿路的生态景观。在国外,早已形成了风景公路(Scenic Highway)、风景驾车道(Scenic Drive)、风景线路(Scenic Routes)、自然风景路(Natural Beauty Roads)、绿道(Greenway)、文化线路(Culture Routes)、遗产廊道(Heritage Corridors)、历史路(Historic Roads)等不同的风景道路体系。

而最先提出“风景道”这一概念的是蓝岭路的设计者。位于阿巴拉契亚山脉中的蓝岭公路(Blue Ridge Parkway)全程460英里。它连接了两个国家公园:山那都(Shenandoah)和大烟山(Great Smoky Mountain)。依靠其卓越的景观系统,蓝岭路(Blue Ridge Parkway)甚至可以为国家公园抢夺客源——每年专程来此道路及周边村庄的游客超过2000万名,其国内外知名度更是远胜周边的两大国家公园。

蓝岭风景道的建设早在1935年。设计者在当时就提出了先进的景观设计理念:首先,道路两侧的简洁、自然、风光,不切割沿线视域范围内的人文景观和原始风貌;其次,沿线设置了大量可以停车的观景平台、博物馆、路测公园;第三,沿途开发了短程步行路线,这些步道与周围的乡村和景点连接。除了充分发挥景观的观赏价值外,蓝岭路的每一段都非常照顾自驾者的感受。他们对每一条路段进行细分,专门设计了有特色的道路标识,到处都可以感受到公路平易近人的魅力。

一条完美的自驾游路线,除了要景点与景点之间有机结合外,甚至可以超越景点本身成为磁极,让过程本身成为结果。在北京延庆县东北部千家店镇,也有这么一条让人心旷神怡的公路——延庆百里山水画廊。是什么令众多自驾游爱好者都心向往之?

一是道路的景观化。百里山水画廊道路两侧的第一眼风景,就决定了这条线路价值的一半。尤其在2010年被评为4A级景区的千家店“千亩葵海、万亩茶园”成为了全国第一个“风景合一”的知名景区。十年前,这里的道路两侧还遍布猪圈、厕所、柴火堆,十年后,已是繁花似锦,层林尽染。曾有游客反映葵海的位置太偏,千家店便于第二年调整了种植位置,将大部分的葵花移植到前线,吸引更多游客前来观赏采摘。

自驾游掀起了旅游业的又一次热潮。相比于跟团旅游的方式,自驾游更自由、更自然,迎合了渴望自由、个性、探索、驾驭的都市人的需求。

二是道路的主题化。百里山水画廊除了将山水魅力最大化以外,还为每条路线设置了相应的休闲游玩主题,区分不同路线的特色:养生主题、科教主题、写生主题。虽然线路有交叉,但是景观特色不尽相同,不仅能够有针对性地接待不同客群,更提高了地区的重游率。

三是实现景区强强联合。百里画廊不仅实现了延庆区域内的线路联通,还辐射八达岭、龙庆峡等大型旅游集散地,分流并承接了前往这些景区的大量游客,形成合力优势。位于延庆县的四海镇更有“四季花海”,它整合了近400平方公里的沟域自然资源,与千家店镇百里山水画廊勾连闭合,四季景色变幻,呈现壮观的美景。

公路走廊应该成为更有价值的自然资源与文化资源载体。强化旅游者旅途中的景观观赏功能,使风景道成为一类特色旅游吸引物,更有利于将旅行成本转变为旅行收益成本。

汽车营地:功能迎合游客需求,活动具有本土化特色

除了出行交通工具的变化之外,游客的住宿方式也发生极大改变,汽车营地应运而生。

营地与酒店相比更能满足多种旅行目的的需求,例如:户外体验营地、教育培训营地、娱乐休闲营地、拓展训练营地。在乡村旅游中,营地的广泛适用性更加突出,它既符合山水田园的拥有,又不像农家乐有规模上的局限。拥有适宜搭帐篷的平整土地,即是露营地的入门门槛。当然,营地的特色功能不仅于此,帐篷、木屋、房车、移动式别墅都可以运用。

营地诞生之时,仅仅能够满足自驾游者的基本生活需求,只提供加水、加油、停车等简单服务,自驾游者恨不能幕天席地。如今,成熟的营地俨然是一个设施完善的社区:配备有运动、娱乐、演出等公共服务设施,具有一定规模,安全有保障的复合型休闲社区。自驾游的目的地往往就是风景优美、功能齐全的汽车营地。

营地建设的第一要点是提升住宿品质。无论是它的核心功能。营地还是一个设施完善的社区:配备有运动、娱乐、演出等公共服务设施,具有一定规模,安全有保障的复合型休闲社区。自驾游的目的地往往就是风景优美、功能齐全的汽车营地。

当然,成熟的营地投资并不低。在国内主要投资建设最普遍的20个车位的营地最少也要1000万元,再加上附加设施建设,投入可能在2000万—5000万元之间。但是,目前市场上的对外营位价格只有200元—400元/车位。也就是说,营地最主要的收入绝不是车位收入,而是要靠提供配套服务盈利。因此,很多营地都重点规划服务区和休闲娱乐区,玩转“吃住玩购”四把刀。

南非Babylonstoren是世界上保存得最好的农庄之一,经过重新修葺后成了独特的乡村旅游胜地。在这里,农场与酒店合二为一,客人可以亲身体验耕种细作的田园乐趣,做个“潇洒”的小农民。“这里有特别美妙的Koornhuis(储存小麦和干草的小房子)和古老地窖。白墙与历史悠久的门围合成传统庭院,华丽的鸡窝、鸽舍、倾斜的钟塔点缀其间。”农场依循原有的度假方式。撇开舒适豪华的装饰不谈,农庄提供的特色园



艺活动足以让国外的游客都趋之若鹜。邀请客人种植、修剪、采摘各种农作物和水果,犹如现实版的开心农场游戏。客人收获的食物可以拿到设备齐全的厨房进行烹调。这里的蔬果都是当季的干净无害的食品,之旅也是一场“食物本真”的发现之旅。“采摘果蔬、玩地掷球、游泳、爬山,在餐厅吃些简单新鲜的食物,在落日时分喝点红酒,枕着亚麻床单沉沉入睡……”对游客来说,这种自然温馨的情调才最匹配真正的乡村生活。

营地的主题活动是否能体现当地特色,能否长期吸引顾客的关键。英国Wapsbourne露营地以热情的家庭篝火晚会吸引游客。篝火晚会在英国堪称营地的标配,在英国却被玩出了不一样的风情:每周五营地邀请音乐艺术家来此露露的家庭共同度过愉快的周末。随着自驾游族群的年轻化,中国露天式的卡拉OK篝火晚会或许也应该修饰一下,才不至于让文艺青年一哄而散露尴尬。

和南非的农庄一样,Wapsbourne露营地也没有农庄课堂,会定期和家庭一起分享一些布艺手工、野生动物追踪、环境保护等话题,另外还提供家庭农场服务,孩子们春天种下南瓜种子,定期过来浇水施肥,秋天就可以抱着大南瓜回家了。营地的游客接待中心设有超市,出售本地当地的新鲜蔬果、奶酪黄油,同时还提供土特产预订服务。游客可以参与从播种到收获的全过程,是一个极妙的吸引回头客的方法。

成熟的营地必须是乡村旅游休闲综合体,吃住游娱行购一应俱全,有广泛的目标市场,能够延长旅客停留时间。乡村旅游营地应对乡村旅游生活进行集中展示,为一个持久而稳定的品牌打造形象。

服务驿站:从标准化到人性化的升华

开车去乡村,走什么路有讲究。高速虽然快,但是车的流量大,线路直,远离乡镇,景色单调,不能真切地体验村庄,还能自由停车,曲径通幽,其乐无穷。走在这样的路上,停一次车就会有不少新发现。我们最容易停车的地方,除了摄影点,就是服务区。

在我国6万公里的高速公路旁分布着丰富的旅游资源。但与庞大的公路网不匹配的是,公路服务站系统非常不健全;高速公路收费站多,服务站少。在自驾游的旅途上往往要经过很多的乡村,因此在乡村旅游的规划上,开发乡村驿站无疑能够给乡村自驾游市场带来新的活力。

服务驿站首要解决的问题还是人们吃喝拉撒的本能问题。在法国,关于小摊经营的法律法规相当健全,营业执照的办理手续透明公开,办理的途径多,但是监督管理非常严格。营业执照限定了经营品种内容、营业时间等,不能随意变动,一些摊贩发现近年乡村旅游发展势头好,想把营业时间延长到全年,就必须向有关管理机构申请。此外,当地政府的相关机构还会把小摊纳

入统一管理,颁发证照的主管部门会根据客流量,统一对小吃店地点及数量进行干预,不能因为失业率高而增发。这样做,既避免造成恶性竞争,破坏旅游市场,又保证了小摊的收入和质量。

法国这种法制经济下的小摊经营管理还仅仅是实现服务标准化的第一步。在细节之处还是要学学日本。日本是世界上高速公路密度最高的国家,在日本,服务区又称为“道站”,在满足道路使用者需求的同时,还充分考虑了环境的协调性,自然景观和人工建筑的和谐统一,使其成为了兼具观光休闲的绝佳景点。

自驾游是个体力活,道站不仅是汽车加油站,还可以是体力加油站。道站大都提供餐饮等基本服务,但与国内的餐饮构造不同,日本多采用投币式点菜模式,食客只需将点好的菜单交给服务员即可,从投币到吃上新鲜可口的饭菜只需要三分钟,前后场操作流程一目了然。为了减少排队,同一个道站会设置多处餐厅。走廊过道处靠墙摆放着近10部高度一致的自动贩卖机,冷饮、热饮、香烟、方便食品一应俱全,旅客各取所需,商品出售的效率非常高。拓展新的零售蓝海,也是改变路边摊乱象的一个方法。

乡村公路的道站,还是一个可以一站式展示地方特色的重要窗口。无公害、无污染的纯天然绿色食品,尤其是各种野菜、野味,更是城市居民的喜爱,到乡村品尝美食和购买各种绿色产品,当地的农副产品,也成为乡村旅游的独特魅力。例如,川场田园道站设立了特产商店、农产品直销所,除了食堂以外,还开设啤酒、牛开办等各类工坊,本地艺人,还在道站定期举办各类艺术教室,大人和孩子都可以参与,让游客能一站式、全方位体验到当地特色产业。川场道站在“关东最受欢迎道站”评比中连续五年排名第一,在《(日经+1)》评选出的家庭出行一日游道站中名列日本第一,现在年游客量超过90万人。

日本道站拥有功能完备的设施,优质的服务,本地化的体验平台,给乡村道路服务驿站的建设提供了范本。国内的乡村旅游道路缺乏的正是这样的方便性和舒适度。服务站应设加油站、停车场、洗手间、餐厅、便利店等基础设施外,资源丰富的乡村驿站甚至可以配备温泉和足疗按摩店。

结语

在自驾游高热、乡村游升温、“周末游”兴盛的大势下,开发独具特色的乡村自驾游风景道、旅游营地和服务驿站势在必行。合理规划和发展乡村自驾游,能够充分利用乡村丰富的旅游资源,同时避免汽车对乡村旅游资源造成的污染和破坏。

但是,自驾游并不能从根本上解决乡村旅游的季节性、停留时间短的问题。目前中国的乡村旅游仍然观光为主、休闲为辅。在完善乡村基础设施,提升乡村旅游产品的开发和需要,搭建游客深度体验平台等方面,仍然需要更多工作。

(选自《技术要点》43期《乡村旅游》)

热视角

全球竞争力报告:中国排名第29位 居金砖国家之首

近日,世界经济论坛发布的《2013—2014年全球竞争力报告》显示,在金砖国家中,中国的竞争力最强(第29位),领先于南非(第53位)、巴西(第56位)、印度(第60位)和俄罗斯(第64位)。其中,中国和印度之间的竞争力差距从2006年的8位扩大到了目前的31位。

美国哥伦比亚大学经济学教授马丁表示,从《全球竞争力报告》可以看出,全球经济形势与一年前相比已发生了改变。一年前,大多数全球和区域政策的特点是救火救灾,而现在的领袖们却迫切需要对本国经济实施大刀阔斧的结构性改革。

世界经济论坛创始人兼执行主席克劳斯·施瓦布强调了创新的重要作用。他表示,今后“发达”和“欠发达”国家之间的传统界限将逐步消失,会更多使用类似“创新丰富”和“创新贫乏”的标准来区分。

自1979年以来,世界经济论坛每年发布一份全球竞争力报告,报告的竞争力排名基于2004年引入的全球竞争力指数,该指数由制度、基础设施、宏观经济环境、商品市场效率等12个类别的指标组成。2011年10月,该机构宣布调整竞争力评价方式,引入可持续发展因素,将“可持续发展竞争力指数”作为竞争力排名的重要衡量标准。

今年报告覆盖全球148个经济体,其中瑞士继续位列榜首,新加坡和芬兰紧随其后,德国排名上升两个位次,位居第四,美国扭转了连续四年下滑的趋势,上升了两位,排名第五。瑞典(第6位)、荷兰(第8位)和英国(第10位)的排名都有所下降。中国香港和中国台湾分别排在第7位和第12位,日本和韩国分别第9位和第25位。

报告显示,全球竞争力最薄弱的一些经济体位于亚洲,包括孟加拉国(第110位)、尼泊尔(第117位)和巴基斯坦(第133位)。其中,巴基斯坦的排名已经连续三年下滑,而不丹(第109位)、老挝(第81位)和缅甸(第139位)则是第一次被纳入该指数。

由于要努力解决公共债务问题并避免欧元区解体,欧洲未能充分关注影响其竞争力的深层次问题。西班牙(第35位)、意大利(第49位)、葡萄牙(第51位)和希腊(第91位)等南欧经济体都需要解决其市场运行效率低下的问题,继续推动创新并扩大融资渠道,从而缩小欧洲各国之间的竞争力差距。

卡塔尔(第13位)的竞争力在中东和北非各国中最高,随后是首次跻身前二十名的阿拉伯联合酋长国(第19位)、沙特阿拉伯(第20位)排名下降了两位,但依然排在前二十名以内。以色列排名第27位,而埃及(第118位)相对于去年的排名则下滑了11位。巴林(第43位)、约旦(第68位)和摩洛哥(第77位)的排名也都有所下滑。而该地区的其他国家,比如阿也及利亚的排名上升到了第8位;突尼斯再次被纳入该指数,位居第83位。

在撒哈拉以南的非洲地区,毛里求斯(第45位)超越南非(第53位)成为该地区竞争力最强的经济体。该地区仍然只有这两个经济体的排名进入前50%,并且只有8个国家进入了前100名。在低收入经济体中,肯尼亚的进步最为显著,排名上升了10位,名列第96位。尼日利亚(第120位)依然在低位徘徊,说明该国需要发展多元化经济。

尽管拉丁美洲的经济在前些年实现了强劲增长,但是由于生产效率低下,该地区竞争力依然薄弱,排名结果也显示拉丁美洲的整体竞争力裹足不前。智利(第34位)依然是该地区竞争力最强的国家,领先于巴拿马(第40位)、哥斯达黎加(第54位)和墨西哥(第55位),上述三个国家的排名相对都比较稳定。(人民网)

财经新闻

美国《华尔街日报》近日报道称,美国银行将悉数出售其持有的建设银行股份有限公司(建设银行)股份,套现高达15亿美元,这标志着过去10年华尔街大银行因希望在中国取得优势地位而争相入主中国大型银行的时代已成过去。

报道称,美国银行8年前斥资30亿美元购入了建设银行10%的股份,但近年来一直在减持股份。2009年1月到2011年11月期间,美国银行接连抛售建设银行股份,从中至少套现226亿美元,持股比例也

外媒:美银将推出建行 标志“一个时代”结束

降至不足1%。根据《华尔街日报》日前看到的合约细则,美国银行将出售20亿股建设银行H股股份。

报道指出,美国银行是最后一家完全出售中国大型银行股权的美国大银行。这些美国大银行在大型中资银行赴港上市前买进了后者的股票,当时无论是中国经济还是这些银行的业务均蒸蒸日上。自从5年前金融危机爆发以来,这些银行一直在减持中资银行的股份,在这期间它们不仅获得了数十亿美元所得,同时也降低了这些持股给其资产负债表带来的波动性。瑞德证券亚洲有限公司驻香港的银行

业分析师James Antos表示,由于巴塞尔协议III的出台,全球性银行可以到处购买少数股权的时代一去不复返了。

《华尔街日报》还表示,瑞士银行于2009

