

热点对话

在台湾,海南赴台乡村旅游研修团团长陈耀感受到体验经济在旅游中的巨大魅力——

到乡村是分享一种生活方式

■ 本报记者 杨春虹 通讯员 吴婷婷

刚刚结束台湾乡村旅游研修之旅,省旅游委巡视员、海南赴台乡村旅游研修团团长陈耀已经开始分享此次台湾之行的心得,更有从事乡村旅游的企业家希望他能成为项目“把脉”。成熟的台湾休闲农业给海南研修团成员带来哪些启示?又有哪些借鉴?《旅游周刊》对话陈耀,希望让更多人分享他们的收获。

生态、生产、生活三生一体

旅游周刊:台湾休闲农业已经非常成熟,尤其是生态农场、乡间民宿更成为其招牌。一路考察下来,大家印象最深的是什么?

陈耀:从我们接触的专家学者、政府官员、协会负责人到农场主、民宿主人,他们用不同的方式诉说着同样的发展理念,即生态、生产、生活三生一体,让我们感觉到这样的理念已经深入到全社会。

这也令我想起2011年11月在巴厘岛的考察研修,当时同样是政府、专家、从业者到老百姓,都一再向我们重复他们的发展理念:旅游为了巴厘岛,而非巴厘岛为了旅游。

对发展理念认识一致,并通过宣传深入人心,这在旅游发展中的确是非常重要的。

旅游周刊:旅游购物一直是一个敏感话题,不知道台湾在这方面有没有好的范例?

陈耀:台湾的日月老茶厂就是一个好的范例,在那里可以感受到不同文化理念给旅游购物带来的改变。这个茶厂一年就短短的采茶季有茶叶加工,其他时间被改造成一个典型的餐饮和购物点。通过生态理念的运用,这里发展成为一个生态型的以茶文化为特色的生态教育点和餐饮购物点,其生态解说、视频放映、现场参观,让游客了解到这里为恢复生态环境而做出的努力。这里恢复生态过程中种茶不用农药,让茶在良好生态环境下自然生长,因此茶厂外山坡上的茶树有的高的有的低,就像没人看管似的。

随着生态优化和生物多样性的恢复,很多小昆虫、小动物来了,老鹰也飞来了。虽然这里的生态产品经过有关机构的认证,但是这些动物用生命进行了比专业机构更好的生态认证。听了这样的生态导览,游客都很乐意在没有空调、由加工车间改造的餐厅用生态套餐,即使出一身汗也感到是在“排毒”。餐后,踊跃购买生态茶叶和农产品加工品。而且茶厂将一半利润用于公益事业,这让游客感觉到购物既是买健康食品,又是对环境做贡献,还在行善于社会。

打造品质、品位和品牌

旅游周刊:这个案例的确让人感到文化给游客带来的改变。听说台湾乡村旅游很注重特色文化?

陈耀:是的,对特色文化的重视体现在乡村旅游开发中注重打造品质、品位和品牌。品质一方面体现为旅游经营者的质量意识,另一方面体现为有关部门和机构对质量的标准化管理,通过对产品认证来保障质量。

所谓品质,归根结底体现为对特色文化的追求。旅游产品注入特色文化便有品位,有品位便增加其价值。例如:花露休闲农场以香文化体现品位,恋恋小站民宿以猫来体现相亲相爱的文化氛围,猫成为形象大使。那里不仅养了4只可爱的猫,还有各种各样以猫为题材的雕塑、绘画和工艺品。该民宿的广告语是“恋恋小站,有猫出没”,显示出一种独特的品位。

旅游周刊:可以再具体讲讲台湾旅游企业对品质、品位和品牌的把握吗?

陈耀:如果品质是标准化的,品位是特色化的,品牌则是个性化的。一个产品、企业甚至区域一旦形成良好品牌,就会形成巨大的吸引力。

台湾很多生态休闲农场和特色民宿,都有一个好名称,如老英格兰庄园、栗田庄、恋恋小站、青蛙阿婆之家、花露农场、香格里拉休闲农场、桂花园等。这些有吸引力的名称,加上品质和品位,成为良好品牌的基础。相比而言,海南一些乡村旅游点别说追求品牌和品位,连名称也只是某某农家乐,其差距显而易见。

追求乡村味、地方味、人情味

旅游周刊:这些民宿听名字的确很吸引人,真正参观过后的感觉又是怎样的呢?

陈耀:走近之后,透出的浓浓人情味才是最吸引人的。台湾的农场、民宿规模一般不大,很多是农场老板亲自解说,几乎所有的民宿主人都亲自待客。农场老板和民宿主人是独特文化氛围的创造者,是人情味的体现者。很多客人是冲着民宿主人来选择民宿的。

民宿主人的人情味和魅力成为民宿旅游最大的吸引力,这让我们更加认识到海南发展乡村旅游的人才瓶颈。无论从生态环境、气候条件、政府扶持力度和潜在的市场规模,海南都优于台湾。但我们的乡村旅游在不同层次不同方面缺智力、缺人才,这也是省旅游委今年将培训重点确定为乡村旅游人才的重要原因之一。

旅游周刊:除了人才,还有哪些是可以借鉴的?

陈耀:台湾发展乡村旅游所强调的乡土味和地方味,对海南也是一个非常好的借鉴。乡村旅游要有乡土味,以区别于城市。毕竟乡村旅游大部分不是在有奇山异水和独特景观的地方来做,更需要在乡土味上做文章。千万不要把城市的规划拿到乡村来,甚至造高楼大厦破坏了乡村的自然景观。

再就是强调地方味,这样才能突出本地的乡村特色。这和我之前提出的发展乡村旅游必须“三化”不谋而合,即以乡村文化区别于城市,以地方化区别于他乡,以个性化突出各自品牌。否则,各地乡村都是一样的农家乐,游客凭什么选择你?

编者按:

如何让海南老百姓更好地分享旅游发展红利,让旅游成为带动百姓致富的重要途径,是省旅游委今年的重点工作。继6月成功组织赴华东的乡村旅游研修团,7月24日,省旅游委又专门组织旅游研修团赴台考察台湾休闲农业。在短短一周的研修中,研修团成员全面学习台湾在发展生态农场、乡间民宿方面取得的经验。希望这组报道能让更多人分享此次研修团的学习成果。



花露精油城堡。

海南乡村旅游:要学学台湾

三字经

段兆麟就对台湾休闲农业50余年的发展路径进行了解读。

台湾休闲农业早在1960年就开始萌芽,当时多为农场开放供游客采摘的活动;1980年,台北市政府在木栅推行“观光茶园”计划,政府部门正式开始辅导休闲农业;1992年,台湾订立休闲农业法规,休闲农业开始蓬勃发展;2001年,台湾政府公布促进旅游发展的新战略,乡村旅游、生态旅游发展受到重视。

台湾发展休闲农业的重要经验是:三农兼顾,即空间在农场,重要载体是农业,受益主体是农户和农民。

“台湾原来发展乡村旅游时,由于乡村大量进入城市,农村出现了空心化,而城市出现了城市病。发展乡村旅游就是为了解决农村空心化的问题,引进人才回流进农村。”段兆麟说,当时提出农业转型,农业要变成旅游业的新业态,农业要做种养、加工和服务,要和旅游业结合。

一批带头人建了生态农场,同时也带动了周边农户。海南研修团在考察中问农场老板:每天这么多人到这里用餐,农场的物产不够吃吧?农场老板说,其实是把生态农场和周边农村相结合,农场成为周边农村的销售窗口,农场购买周边农村种植的农作物,从而带动周边农村经济发展。

定位、定价、定制:精准营销

一路与海南客人交流的台湾导游说,台湾发展休闲农业另一条重要经验是客源定位准确。无论是生态农场还是民宿都非常清楚自己要吸引的是哪部分客人,然后再按照锁定的客人进行相应的产品开发、市场推广和确定合适的价格。

比如民宿“青蛙阿婆之家”,定位的就是喜欢生态和青蛙的家庭游;民宿“栗田庄”的主人是退休教师,他希望客人和自己有相似的生活和文化背景,他锁定的客户是教师圈、科学园区、都市区的游客,针对这些客人的喜好,他每年会办画展或音乐会。

定价同样非常关键。海南研修团入住的一家生态农场,客源定位是青少年,如果不提前预订根本订不到房,2个夏令营同时在这里开营。农场针对青少年的喜好,让客人们一起

做汤圆、赛陀螺、放天灯和夜游农场,游客做的汤圆也就是自己的夜宵。尽管海南乡村旅游研修团的团员们早已过了参加夏令营的年龄,但和孩子们一起参加这些活动依然感到很开心、很难忘。

台湾的休闲农场和特色民宿都会为自己确定的游客进行产品定制,不会把大众化的、通用化的旅游产品销售给客人。模仿英格兰建筑风格的“老英格兰庄园”,为房间配备了最高档的音响,就是专门为客人定制的内容之一,这家民宿的房价从六千到几万台币不等。

“一定要为民宿设定客户群。”一家民宿的主人告诉海南客人,他在自己的民宿卖咖啡,所有嚼槟榔的都不是他愿意接待的客户,因为嚼槟榔的与喝咖啡往往不搭。

绝佳、绝美、绝赞:三绝致胜

台湾的民宿主人的三个致胜法宝是:创造绝佳的环境,包括一流的生态环境和良好的社区环境;创作绝美的空间,除了大环境景观绝美,家里的布置也要绝美;再就是要让自己成为富有有人情味和个性魅力的绝赞的主人,这是民宿最大的魅力所在。“三绝”不仅是对自然资源的要求,更是对人才素质的要求。台湾宜兰县每年举办童玩节,在节日期间每天吸引2万多游客,促成了大批民宿应运而生,但是同样也有淡季。民宿“恋恋小站”的主人告诉海南客人,淡季时他们会关门出游。为什么不请经理人帮助打理?曾经聘请过经理人的主人觉得,经理人更多地是执行一些程序化的东西,民宿文化难以体现,“客人大多是冲着主人来的,主人如果不在,体验也就大打折扣,反而会影响到民宿的品牌。”所以,在接待淡季索性关门全家出门旅游。

“民宿在大陆还属于新业态,你们的学习精神让人感动。”台湾民宿协会理事长陈智夫坦言,自己当年也是什么都不懂,背着相机四处玩、四处拍照,真正经营民宿之后,发现建筑需要学、园艺需要学,很多东西都需要认真学习。陈智夫建议,政府首先要扶持一批高素质民宿经营者,第二波再通过这些经营者带动周边的农民共同发展。



恋恋小站的客人如在家。



头城农场体验稻田。

旅游周刊:他们是如何介绍“三生一体”的,在实际运营中又是怎么表现的?

陈耀:我们去的生态农场、民宿都说,自己其实卖的就是生态。台一生态农场原来是一家种苗场,这里就连屋顶都长满花草,其中的木屋也是一种生态的展现,他们还利用废弃物做成趣味雕塑。我们在6个不同类型的生态农场看到,他们几乎都是把生态教育和体验作为重要旅游活动,把生态型产品的销售融入其中,在吃和住方面也无一不体现生态。

而生产其实是对传统农业的一种创新和再包装。比如种水稻并不是为了收成,而是让客人获得插秧的乐趣,这就把生产过程变成了旅游展示和旅游体验。农民为了收成种稻是传统农业,让游客付钱插秧则变成了第三产业。

在考察中,农场主和民宿主人说,游客其实到这里是转变和体验一种生活方式,这也是乡村旅游的重要精髓。

一产、二产、三产有机结合

旅游周刊:您刚才说到的插秧的事例很有意思,传统的第一产业通过包装变成了第三产业?

陈耀:台湾乡村旅游不是简单的农家乐,而是将第一、第二和第三产业进行了有机结合。首先是体验传统的第一生产,比如参观种养业;然后可以参与和体验种养业的活动,这是第三产业的范畴。接着是品尝种养业的成果,最后还可以购买经过二产深加工的特色旅游商品,比如我们参观的花露休闲农场种植香料,引导游客看各种香料植物,加工和配置香料产品,卖香料、精油、花露和香皂等,还提供免费“花露精油城堡”的住宿设施和SPA服务,围绕生态和香料做出融合一产、二产、三产的乡村旅游产业链。

台湾民宿协会理事长、栗田庄主人陈智夫的民宿生意经——“我经营的是我的生活和兴趣”

■ 本报记者 杨春虹 通讯员 吴婷婷

尽管已经当了民宿“栗田庄”主人很多年,人们仍然习惯称台湾民宿协会理事长陈智夫为陈老师。陈老师建民宿的原因很简单:为从前的老友提供一个聚集地,把自己收藏的艺术品与大家分享。

“栗田庄”名气很响,但其实很小,很精致,只有9间房。每个房间的格局与风格都不一样,甚至包括庄园里的每一只昆虫。庄园美丽的夜景就是田野里萤火虫的舞蹈,孩子们可以每人得到一个透明纱布做的小竹笼,四处捉萤火虫,挂一挂古人说的虫虫灯……

“我今年73岁了,不像吧?”陈智夫有些得意地告诉以为他才60岁的海南客人。“我过得很快活,每天早上六点半起床,花一个半小时打扫民宿的生态庭院。”陈智夫中午会睡个午觉,客人来了就跟客人聊聊天。傍晚就修剪草种花。

“这就是我的生活!这样的生活让我得到了健康的身体。”陈智夫说,在这个社区住了将近20年,对这个社区非常有感情,也非常爱护这个地方。“这个地方最珍贵的是什么?”陈智夫的答案是:没有污染!

“这里可以看到很多蜻蜓,树上还有很多蝴蝶。”陈智夫说,5月份萤火虫很多,所以5月份也是生意最好的时候,很多没有见过萤火虫的人都会专门过来,晚上带着孩子看萤火虫。“光是萤火虫就帮我赚了很多钱,这就是生态的魅力!”陈智夫很自豪。

“我为什么养猫?为什么养狗?”陈智夫告诉海南客人,刚才就看到有人一直在照相,把栗田庄的猫和狗都发到网络上去了,现在连狗、猫也在帮自己招揽客人了。陈智夫养的猫也是一大卖点,有一次一个爷爷带着孙子来,猫叫起来,爷爷说:“哎呀,那个鹅的叫声我已经四五十没听到过了。”

“要经营一个成功的民宿很重要的一点就是要有特色。”陈智夫说,如果一家民宿的特色是别人可以学习的,那就不叫特色。同样学人家的也不叫特色,叫模仿。

“特色怎么来?比如我在台北教30年书,教育就是我的特色。”陈智夫说,庄园里花草树木估计有150多种,为了让客人观摩学习,专门为这些植物立介绍牌:这个是杜鹃花,



栗田庄。

那个是天堂鸟,把教育融入游客的休闲。

“别人想经营民宿来赚钱,但我我是以我的生活、我的兴趣来经营的。”陈智夫坦言,民宿一定要搞出民宿的特色,如果像饭店又像旅馆那就不行,民宿就是主人跟客人,这种感觉就是饭店没有的。

不是冲着赚钱做民宿的陈智夫,围绕自己的生活和兴趣,反而成了台湾的民宿专家!

本版图片均由陈耀摄