

孟铁鑫. 基于价值链的农业与旅游产业融合动力机制与对策[J]. 江苏农业科学, 2019, 47(6): 320-324.

doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2019.06.067

基于价值链的农业与旅游产业融合 动力机制与对策

孟铁鑫

(浙江经贸职业技术学院, 浙江杭州 310018)

摘要:产业融合是现代经济发展的必然趋势,也是产业发展的现实选择。促进农业与旅游产业的融合发展,是实现农业现代化发展、改变传统农业低效率生产现状、推进农村社会稳定繁荣的必由之路,也是实现旅游产业转型升级的有效途径。基于产业融合理论和实践基础,分析农业和旅游产业的价值链,从政府、资源、市场、技术等4个方面阐述2种产业融合发展的可能性,构建农业和旅游产业融合发展的动力机制和融合模式,并提出针对性的发展对策建议,以为农业与旅游产业融合发展提供一定的理论支撑。

关键词:价值链;农业产业;旅游产业;产业融合;动力机制;对策

中图分类号: F323.4 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2019)06-0320-05

随着产业结构调整步伐的加快,产业融合趋势日渐突出,主要表现为产业边界的日趋模糊和具有融合性产业性质的新型产业形态的出现^[1]。作为“三农”问题之一的农业,历来是我国政府十分重视的发展问题之一。在大力推进城乡统筹一体化发展的政策背景下,农业产业如何与其他产业进行深度融合、跨界发展,进而优化自身的产业结构,实现转型升级,是一个值得深入研究的课题。

旅游产业是一个高关联度的朝阳产业,它具有综合性、产业关联性强等特点^[2],其产业发展过程的特征之一便是高度的产业融合,旅游产业所涵盖的吃、住、行、游、购、娱等要素就是旅游产业融合的体现。可以说,旅游产业具有天然的产业融合属性。当前,旅游产业已经发展成为服务业中最具活力和潜力的行业之一,促进农业与旅游产业的融合发展,是实现农业现代化发展、改变传统农业低效率生产现状、促进农民增收增产增收、推进农村社会稳定繁荣的必由之路。基于产业融合理论和实践基础,分析农业和旅游产业的价值链,构建农业和

旅游产业融合发展的动力机制和融合模式,并提出针对性的发展对策建议,以为农业与旅游产业融合发展提供一定的理论支撑。

1 农业与旅游产业的价值链解构

产业链的概念来源于产业经济学,是各产业部门间基于一定的经济与技术关联、逻辑关系和时空布局关系等形成的链条关系和战略联盟^[3]。从价值的角度来分析企业在产业链中所进行的一系列活动称之为产业价值链。产业价值链以产业链为前提,对产业链中各个环节的价值创造活动进行整体分析,并归纳出影响价值创造的核心因素。

1.1 农业产业价值链解构

农业产业价值链贯通了农、林、牧、副、渔等产业部门的资源市场和需求市场,是农业产业内部的不同企业或单元在进行价值创造过程中所形成的分工合作关系,是农资供应、农产品生产加工、储运、销售等多个环节的集合。农业产业价值链体现出鲜明的产业群特征,可分为上游的农业科研、农资供应等产前部门,中游的农作物种植、畜禽饲养等中间部门,下游的农产品加工、储存、运输、销售等后期产业部门(图1)。

为了充分利用农业资源,协调整合农产品生产、加工、销售等环节,进而提升农业产业链的附加值,农业产业链可从纵向、横向2个方面进行延伸和整合,通过农产品深加工,向前

收稿日期:2018-11-22

基金项目:浙江省教育厅高校访问学者教师专业发展项目(编号:FX2017106)。

作者简介:孟铁鑫(1982—),男,浙江绍兴人,硕士,副教授,从事农业旅游研究。E-mail:mengtixin0415@163.com。

采用的影响——基于对江苏省3个水稻生产大县(市)290个农户的调研[J]. 扬州大学学报(农业与生命科学版), 2007, 28(2): 57-60.

[15] 韦志扬,程二平,甘立,等. 农户农业新技术采用行为影响因素实证分析[J]. 广西农业科学, 2010, 41(11): 1244-1247.

[16] 张小有,刘红,赖观秀. 基于农户风险偏好的农业低碳技术采用行为研究——以江西为例[J]. 科技管理研究, 2018, 38(5): 253-259.

[17] 苟露峰,高强,汪艳涛. 新型农业经营主体技术选择的影响因素[J]. 中国农业大学学报, 2015, 20(1): 237-244.

[18] 赵肖柯,周波. 种稻大户对农业新技术认知的影响因素分析——基于江西省1077户农户的调查[J]. 中国农村观察, 2012(4): 29-36, 93.

[19] 郑晶. 种稻大户农技信息渠道选择影响因素研究[D]. 南昌: 江西农业大学, 2013.

[20] 王格玲. 社会网络对农户节水灌溉技术采用影响研究[D]. 杨凌: 西北农林科技大学, 2016.

[21] 张蕾,陈超,展进涛. 农户农业技术信息的获取渠道与需求状况分析——基于13个粮食主产省份411个县的抽样调查[J]. 农业经济问题, 2009, 31(11): 78-84.

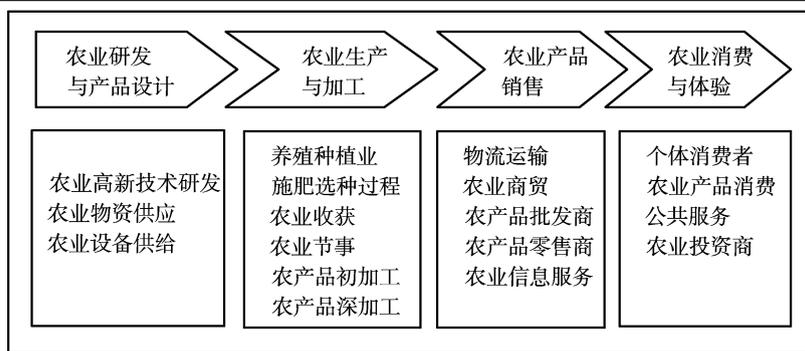


图1 产业融合视角下的农业产业价值链

期生产部门和后期生产部门延伸,实现优化生产的目标。

1.2 旅游产业价值链解构

有关旅游产业价值链的研究还相对缺乏,尤其是对其内涵的解释至今莫衷一是。基于旅游者需求的角度,本研究认为旅游产业价值链是旅游产业内部的不同企业在进行价值创

造过程中所形成的分工合作关系,是吃、住、行、游、购、娱等旅游要素相关企业的集合,通常包括目标市场的选择、旅游产品和服务的定位、服务和产品的设计、价格制定、营销渠道的选择、旅游信息的传播、旅游产品消费等环节(图2)。

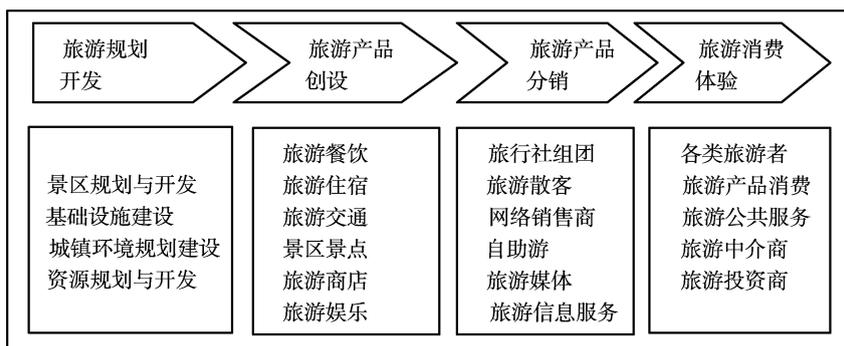


图2 产业融合视角下的旅游产业价值链

2 农业与旅游产业融合的可能性

2.1 政府层面:利好政策频出

政策是产业融合的源生动力。近年来,国家从深入实施乡村振兴战略、促进农村一二三产业融合发展的角度,明确提出要加大农业与其他产业尤其是旅游产业的融合力度,通过与旅游产业的深度融合使农产品品质不断提升。2016年9月,原农业部会同14个部门联合下发《关于大力发展休闲农业的指导意见》,提出了“加强规划引导、丰富产品业态、推动产业扶贫、弘扬优秀农耕文化、保护传统村落、培育知名品牌”等主要任务,并从政策支持、金融支持、用地支持、宣传推广等方面给予保障。在《全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划(2016—2020年)》中提出,加快推进农业供给侧结构性改革,大力发展休闲农业和乡村旅游,促进农村一二三产业融合发展。国家层面政策性文件旗帜鲜明地引导农业与旅游产业的融合发展,为农旅融合发展带来了难得的历史机遇。

2.2 资源层面:2种资源的高效率互补利用

旅游服务要素在农业产业链上的渗透和延伸构成了农业与旅游业融合的本质,通过融合,实现了农业产业价值链和旅游产业价值链的价值提升。这种融合是以2种产业资源的高效率相互利用为基础而实现的。一方面,旅游产业的关联性极强,涵盖了吃、住、行、游、购、娱等六大产业要素,还与会展、

金融、文化、信息技术等多个行业息息相关。另一方面,农业产业的渗透力也较强,能直接或间接带动旅游产业的发展。旅游产业为农业的发展提供了更宽广的市场需求和获利空间,农业产业则为旅游产业的转型升级提供了更大的平台和载体。

2.3 市场层面:消费需求的升级

随着游客需求内容的增加和层次的提高,旅游产业范围扩大、产业体系日益丰富,也成为必然趋势^[4]。随着旅游消费的不断升级,旅游市场的品位也在不断提升,旅游市场结构呈现出高级化发展趋势,以传统的观光游览为代表的低层次旅游形态正在逐渐被注重体验、追求品质的复合型旅游所取代,积极参与、主动体验已经成为现代旅游者出游的主要诉求,越来越多的旅游消费者向往人与自然和谐相处的状态^[5],农业旅游、乡村旅游等农旅融合新业态所体现的高参与性、强趣味性等特点则正好满足了旅游者的这些需求,日益为市场所青睐。良好的原生态自然环境、凝结着乡愁回忆的劳作方式、独特的大地景观等要素构成了农业本体资源系统,成为农旅融合的核心吸引物,既满足了旅游者的多样化需求,也成倍扩大了旅游市场空间。所以,旅游消费需求的高级化,客观上拉动了农、旅2种产业的融合发展。

2.4 技术层面:现代信息技术的发展

现代信息技术已经广泛应用到各行各业,很多传统产业由于信息技术的出现而发生了颠覆性的变革。现代信息技术

使传统农业实现了从自给自足到高度市场化、高度科技化的转变,提升了农业与包括旅游产业在内的其他产业的关联度。云计算技术、互联网技术、移动通信技术、物联网技术等现代信息技术也已广泛应用在旅游业中,助推旅游信息化的优化和升级。信息技术应用在农、旅融合发展中的生产、流通、消费、销售等环节,实现了农、旅融合管理过程信息化、产品和服务营销的信息化、乡村生态控制的信息化,为2个产业的充分融合提供了技术保障。

3 农业与旅游产业融合的模式

农业与旅游产业的融合并不是2种产业的简单叠加,而是一个双方产业链相互融合、渗透的过程,并通过这种融合、渗透来实现产业链的延伸和增值。在实践中,农业与旅游产业的融合有多种不同的模式。

3.1 农业主导型

这一模式通过农业向旅游产业渗透,对农业资源通过包装、改造、营销等手段,转化为旅游产品,提升农产品的市场知名度和品牌价值,使得农业产业价值链向纵深延伸。在这一过程中,旅游产业是农业生产与开发的手段和辅助性产业,是建立在农业充分发展基础上的适度发展形式。

当前,农业产业活动类型相对单一,以低附加值的种植业和农产品初加工为主,产业链的价值增值高度集中在研发、销售等环节,价值创造潜力有待深入挖掘。通过农业向旅游产业的渗透,至少有3个方面的意义:首先,通过旅游元素的融入,将农田等农业景观打造成旅游产品,农事劳动开发为农业休闲体验活动,农产品升级为旅游商品,将农业的纯投入性生产活动升级为价值创造过程,激发了农产品的市场需求,提升了农产品的知名度和产业价值;其次,农业资源的旅游化开发推动了农业产业结构的转型升级和农业生产技术的进步,进而提高了农业生产效率;再次,大量游客的到来,带动了农村的住宿、餐饮、购物、休闲娱乐等衍生产业的发展,进一步延伸了农业产业链。

3.2 旅游主导型

旅游主导型的农、旅融合指的是在旅游产品的策划、生产、服务、营销等环节融入农业元素。农业所依附的乡村地区有着优越的自然和生态环境,为旅游活动的开展提供了重要的环境基础和所需的资源,更决定了旅游活动的规模、形式和具体内容。

丰富的农业文化遗存为开展农业文化旅游活动提供了优质资源和充足的场所。农业文化景观文化底蕴深厚,科学合理地挖掘其中蕴含的农业文化元素,可以极大地丰富旅游产品类型,增强农业景观的旅游吸引力,也能有力地促进农业文化的传承。

3.3 农、旅并重型

3.3.1 重组融合模式 产业经济理论认为,重组型融合是原本各自独立的产品或服务在同一标准元件束或集合下通过重组完全结为一体的整合过程,这一过程主要发生于有着紧密联系的相关产业之间或者同一产业内部的不同行业之间。通过重组融合,往往会产生新的产品和服务,促使新业态的形成。农业产业和旅游产业的重组融合产生的新业态主要有农业展会旅游、农事节庆旅游、农业产业园旅游等。

3.3.2 延伸融合模式 在农业和旅游产业的产业边界存在较大的延伸融合的空间,通过使2种产业的功能互补和市场延伸赋予各自原有产业新的功能和内涵,实现更强的竞争力,进而形成一种全新的产业体系。农业产业具备天然的强大延伸能力,延伸到旅游产业,可形成农耕文化主题公园、农文化主题餐厅、特色农产品研发、销售商店等新的业态。通过农业与旅游产业两者的要素对接,实现需求与供给的最佳结合。

4 农业与旅游产业融合的动力机制

根据农业产业价值链与旅游产业价值链的内在联系与运行规律,建构包括拉动力系统、推动力系统、支动力系统的农业与旅游产业融合发展动力机制(图3)。

4.1 拉动力系统

4.1.1 功能融合 价值是由功能创造的。农业产业和旅游产业的功能融合牵引着两大产业朝着对方不断地跨界和拓展。单纯的农业或者旅游业所能发挥的功能往往相对单一,功能价值创造力不强,特别是在产业转型升级、居民消费结构转变的背景下,实现产业发展的功能价值多元化势在必行,也是有效集成两大产业功能、提升产业核心竞争力的必经之路。

农业和旅游产业的功能融合途径多样,主要表现在以下几个方面:一是农业的资源和场地,经过一定的包装和改造后,为旅游业所使用,成为重要的旅游吸引物,如各种农业基础设施、农事劳作活动、农业文化景观、乡土民俗节庆等,为旅游活动的开展提供了基础;二是旅游产业的一些细分行业、产品和服务为农业所运用,如旅游食宿、旅游交通、旅行社等,很多乡村目的地因为旅游开发而大大提升了农村基础设施建设水平,改善了村容村貌,提高了知名度和美誉度。此外,旅游活动带来的大量人流、资金流、信息流也在很大程度上推动了农业经济发展和农村社会发展。

4.1.2 市场融合 产业之间的市场融合程度决定着产业的发展水平,尤其是在日益激烈的市场竞争条件下,为了突出产业规模效应,实现预期效益的最大化,必须走市场融合之路,对于农业和旅游产业这样2个有着较强的市场互补性的产业来说,更是如此。在乡村地区开展的旅游活动,无论是休闲度假游、农村观光游或是农事体验游等都会形成旅游者的大量聚集,给农业的生产、销售带来巨大的商机。

此外,旅行社在设计、组织涉农旅游线路时,目的地的农业发展水平、农业基础设施完善程度、特色农产品开发现状等都是重要的考量因素,设施完备、特色鲜明、农业发展水平高的乡村本身就是巨大的旅游吸引要素,也有助于旅游活动的顺利开展。

4.1.3 资源融合 农业资源和旅游资源只有实现共享融合,才能将各自的资源效用最大化,这是因为一方面,农业资源具有较为显著的通用性特征,能够以较小的转化成本与包括旅游产业在内的其他产业资源融合共生、互补利用,各类农业高新技术园区、农业生态环境、农事劳作活动、蔬果花卉种植、农事民俗节庆等,都能对游客产生吸引力,这种融合后产生的新业态,迎合了城市旅游者返璞归真、崇尚自然的心理需求,也符合国家乡村振兴的战略导向,无论是产业规模还是产业效益、民众的参与度、政府的支持力度,都是其他旅游形式所无法比肩的。

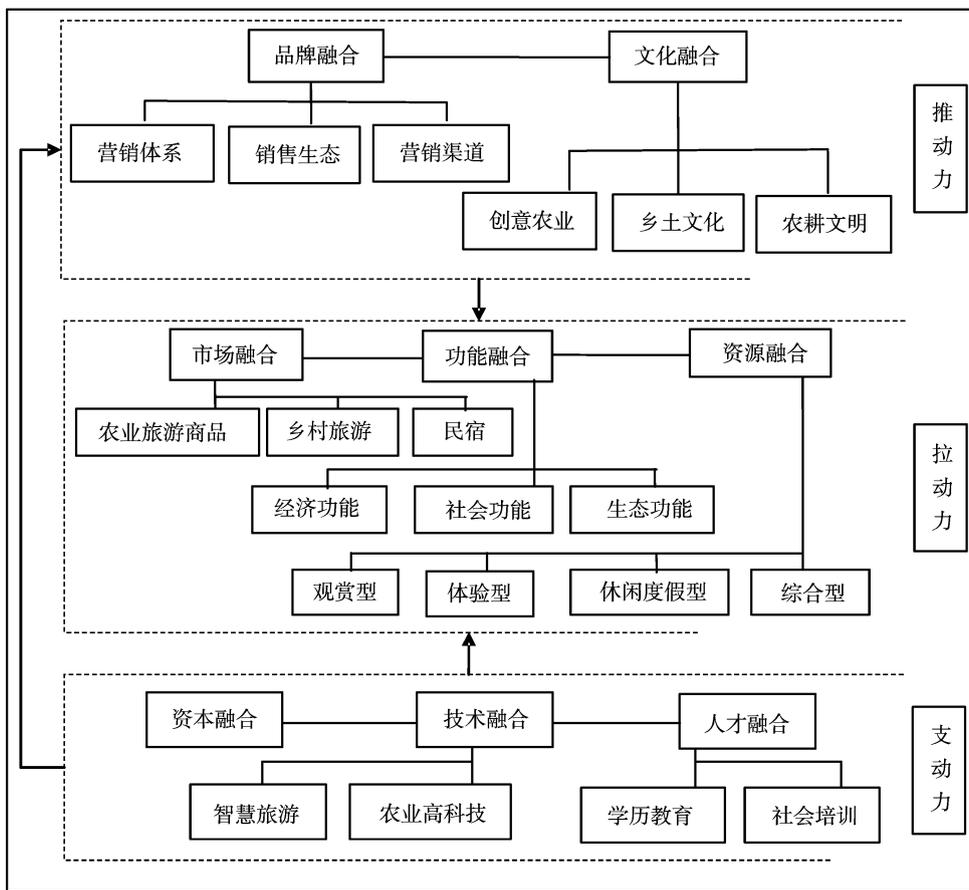


图3 农业与旅游产业融合发展动力机制

另一方面,旅游产业具有开放性特征,对其他产业领域的资源要素有着极强的兼容性,通过注入旅游服务元素,使其都有可能成为旅游吸引物,利用旅游产业的广泛参与性,增强农产品的受众面和影响力。

4.2 推动力系统

4.2.1 品牌融合 品牌融合是指产业之间经过深度融合后,实现品牌上的强强联合,从而获得更多的品牌效益和经济收益。品牌融合是市场融合向更高层次发展的体现。作为提升农业和旅游产业价值的有效途径,品牌价值的创造来源于消费者的良好感知和高度认可,进而对某一品牌形成稳定的情感倾向和心理依赖。农业与旅游产业的品牌融合是一种深度融合下的生态化共赢,旅游产业成熟的营销体系和营销能力成为吸引农业融入的关键,而农业的资源优势又对旅游产业构成吸引。

农业与旅游产业的品牌融合是经济社会发展到一定程度的产物。在消费升级、游客与品牌力挂钩趋势越来越明显的社会背景下,只有通过品牌“和合”才能为市场所接受。农业和旅游产业在品牌上的深度融合,最终将实现2个方面的共赢,一是市场知名度、忠诚度的有力提升,二是包括渠道、营销在内的销售生态的更加完善。品牌融合对于农业和旅游产业的深度融合将产生强大的推动力。

4.2.2 文化融合 文化是一个国家的灵魂,也是民族创造力的不竭源泉。农业是文化的根基所在,也是我国文化传承的重要载体。农业文化本身就是旅游体验的重要类型之一。农

业文化的保护、农耕文明的传承、农业文化景观的开发与利用等,可以满足人们的各种精神需求,改变人们的生活方式,彰显出其独特的文化价值,旅游作为一种生活方式,其主要特征就是满足人们对人际交往、社会认知、情感体验等的需求,所以说农业和旅游产业在文化本质上是契合的。在许多乡村旅游目的地,创意农业、创意酒庄等新业态的出现就是农业与旅游文化融合的结果,有效激活了农业资源的灵魂,提高了涉农类旅游新业态的竞争力。

4.3 支动力系统

4.3.1 资本融合 资本是产业发展的重要支撑,是农业和旅游产业发展的核心资源。农业和旅游产业的融合,从资本的角度来看,也是资金的跨产业流动。随着我国农业的多元化发展,必将有大量的旅游产业资本在追求资本价值最大化的利益驱使下进入其中,成为规模化、多元化的农业旅游经营实体;另外,农业的多元化发展,将吸引到更多的政府财政投入和商业资本,在一定程度上改善所在地的基础设施建设水平,改善旅游服务接待设施,极大地提升旅游产业的经济效益。

4.3.2 技术融合 现代新型农业的不断发展使得新型农业技术、新型农业产品层出不穷,各种集合了农业生产、参与体验、休闲度假等多种功能的休闲农业科技园区也大量应运而生,这些都将成为旅游业新的吸引要素。现代农业科技领域不断出现的智能技术、信息技术、生态技术、物联网技术等高新技术成果也可以应用在旅游基础设施和服务水平的提升改造上,为旅游业的转型升级带来契机。与此同时,旅游产业发

展过程中的先进技术,如智慧旅游、旅游电子商务等也将为农业所用,形成农业与旅游产业在技术层面的相互促进、协同发展的局面。

4.3.3 人才融合 产业要发展,人才是第一资源。特别是随着知识经济时代的到来,人才要素已经成为产业核心竞争力的组成部分,无论是技术创新、资本运作,还是资源整合、技术升级,都离不开人才尤其是创新型人才的支撑。当前,在农业和旅游产业日趋融合的背景下,急需培养一批素质过硬、能力够强的复合型人才。农业农村部、国家发展和改革委员会等部门发布的《关于大力发展休闲农业的指导意见》中,要求以培养规划设计人才、经营管理人才、接待服务人才为重点,全面加强休闲农业和乡村旅游人才队伍建设。随着农业和旅游产业融合进程的加快,越来越多的农业人才将进入旅游产业,从事农业旅游项目的规划设计、休闲农业与乡村旅游经营管理、咨询、农业旅游产品营销、品牌创建和维护等工作,农业的多元化发展也需要大量懂礼仪、能接待、会管理的旅游专业人才。

5 农业与旅游产业融合发展的对策

5.1 整合政府规制体制

为了提高决策的科学性,要切实发挥政府部门的引导功能,通过制定科学的农、旅融合发展规划,进一步理顺产业发展的管理体系,建立健全相关的管理制度。积极探索政府规制体制的融合,整合农业、旅游、文化等相关产业部门,提升农、旅融合的水平 and 效益。针对当前农、旅融合过程中存在的规制限制,必须打破现存的行业分管体制,建立一个统一的监管机构,以促进农、旅的实质性融合。

相关产业部门应联合开展调研,共同出台系列配套扶持政策,重点加大对农产品加工、流通、休闲业态开发等领域的资金投入,为农、旅融合发展提供土地、金融等方面的支持。一方面,要适当调整农村土地政策和融资限制,进一步拓宽农、旅融合的土地发展空间和融资渠道;另一方面,要研究出台农、旅融合新业态的服务标准规范,制定、修订各类农、旅融合规划和产品标准。

5.2 加大农产品向旅游商品的转化力度

当前,农产品普遍存在着溢价能力弱的问题,而旅游商品则普遍存在着同质性严重、特色化不足的问题,所以农业与旅游产业融合的重点任务之一是实现农业产品与旅游商品的市场融合,完成从农产品到旅游商品的转变。具备了旅游商品属性的农产品将大大提升溢价能力,最终走上品牌化、特色化的可持续发展道路。

实现从农业产品向旅游商品的转化应该充分发挥当地文化特色和资源优势,抓住消费转型升级的机遇,通过引入现代化的研究技术、生产技术、营销技术,大力开发技术含量高、乡土文化特色鲜明的系列农业旅游商品,打造特色农业产品品牌,满足旅游者的购物需要。此外,还须要不断完善农业旅

游商品的销售体系,尤其是在旅游电子商务大发展的背景下,利用先进的移动互联网技术,打造一批乡土特色突出、具有市场竞争潜力的农业旅游电商产品;同时,积极推进特色农产品超市、购物商店、购物街区建设,加快农产品购物点在旅游交通干线、旅游景区的科学布局,通过线上和线下相结合,构建立体化的农业旅游商品销售网络体系。

5.3 打造农、旅融合产业集群品牌

在多措施促进农产品向旅游产品转化的同时,应积极构建集农产品研发、生产、加工、观光、体验、特色商品销售等于一体的产业集群,鼓励相关企业运用现代科技开发差异化产品,提升产品的市场竞争力。发挥品牌效应,打造集生态农业、观光游览、农事体验、科普教育等功能的农、旅一体化产业集群,在市场开拓、品牌推介、资金保障等方面给予大力扶持。尤其是要创新农、旅融合发展的市场运作模式,发挥互联网新技术和公私合作(PPP)、众筹等新工具的优势,提升旅游基础设施建设 and 旅游接待、服务水平,构建以生态为依托、农业为基础、旅游为引擎的三产融合综合体。

5.4 培养农、旅融合专门人才

产业发展,人才先行。在现代产业融合趋势更加突出的背景下,培养既懂农业又懂旅游,还掌握现代产业经营管理理论和方法的高层次、复合型、创新型人才迫在眉睫。长期以来,我国高等教育体系中农业旅游专业人才培养缺失,人才流动机制不够成熟,造成了农业旅游人才巨大的市场缺口,难以满足农业和旅游产业融合后对跨产业、复合型专门人才的需求。

针对这一现状,可以从2个方面着手加强人才培养:一方面,要提升旅游管理学科的地位,支持各高校在目录外设置农业旅游专业或方向,开展农业旅游学历教育;另一方面,要加强社会培训工作,涉农企业和旅游企业应积极建立人才战略合作关系,通过互派人员挂职锻炼、互设人才培养项目等途径加大人才交流力度,同时,积极鼓励相关行业协会参与农业和旅游企业员工的培训和培养,构建全方位、立体化的农、旅复合型人才培养体系。

参考文献:

- [1] 梁伟军. 产业融合视角下的中国农业与相关产业融合发展研究[J]. 科学·经济·社会, 2011, 29(4): 12-17, 24.
- [2] 程锦, 陆林, 朱付彪. 旅游产业融合研究进展及启示[J]. 旅游学刊, 2011, 26(4): 13-19.
- [3] 芮明杰, 刘明宇, 任江波. 论产业链整合[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2006: 1-15.
- [4] 宋子千. 旅游业应增强产业融合的主动性[J]. 旅游学刊, 2011, 26(4): 7-8.
- [5] 李进军, 陈云川. 现代旅游农业产业融合发展业态及问题分析[J]. 商业经济研究, 2017(15): 167-169.