

浅议乡村旅游的文化内涵的挖掘 ——以福建省福州市后浦村为例

李莉

(福州英华职业学院,福州 350018)

摘要:该文从乡村旅游的发展开始,系统分析了乡村旅游产品开发中存在的突出问题。通过对乡村旅游者需求发展、乡村文化继承与发展等方面的分析,强调了将乡村特有的农耕文化、民俗文化等融于乡村旅游开发中的必要性。并以福州后浦村为例,针对其现状提出挖掘该村旅游文化的具体措施。

关键词:乡村旅游;文化;内涵;挖掘;开发

中图分类号:F592.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-2404(2009)30-0059-06

随着城市化进程的加快,社会竞争的日趋激烈,人们愈来愈向往走出喧闹的城市投奔自然,以期返朴归真、陶冶情操、宁静安神,乡村旅游应运而生。乡村旅游固然包含物质消费,更主要的是满足精神需求的文化活动和审美活动。提高乡村旅游项目的文化品位、丰富文化含量,可以使乡村旅游获得蓬勃生机和高附加值。乡村旅游业的经济价值、经济效益与它内在的质量和文化的品位是成正比的,增强乡村旅游的认识娱乐作用、教化美育功能,是提高其观光价值和经济效益的关键,也可以说是城郊乡村旅游业持续发展的必要条件。特别是民俗风情资源的开发,可以营造旅游观光浓郁的文化氛围,与农业的经济资源、环境资源等共同作用,可生产出旅游者需要的服务、供给、消费、享受,带来显著的经济效益。

1 乡村旅游开发概况

旅游业的迅速发展使其自身发生了结构性和阶段性的变化:从初始化的人文自然景观型旅游,经人造景观旅游迈入了第三个发展阶段——科技参与型旅游,在前两种传统的以静态和被动观赏为主导特征的旅游模式的基础上,融休闲娱乐、文化教育、康体健身于一体的新型休闲旅游业率先在工业发达国家兴起并传播至全世界。其中以农业为主题的乡村旅游应运而生,它是凭借城市周边地带的自然景观、

田园风光和农业资源,主要面向城市居民,集参与性、娱乐性、享受性、科技性于一体的休闲旅游产品。乡村旅游以其清新古朴的田园风光和浓郁的乡土文化气息受到都市人的青睐。

现有的乡村旅游产品主要有两种类型:一种是以纯粹的农业景观开发为对象的旅游开发。这一类的旅游产品主要选择在农业基础雄厚的地区,如大规模或连片的农田带、多种类的经济果林、蔬菜园区,一定面积的天然或人工水面,新兴的农村面貌、乡镇企业等,因此,这实质上是农业综合化发展的副产品开发,农业基础是其开发的前提。另一类是农业景观和旅游景点组合互补型。这主要是借助已有的旅游景点和客源市场开发乡村旅游项目,把单纯的观光旅游与体验乡村野趣结合起来。由于乡村旅游以农业资源和乡村景观为载体,有明显的乡土性和季节性,尚未形成完整的体系,而有赖于城市旅游业和国内、国际旅游热线的带动和推动。因此,该类型的旅游开发模式是目前乡村旅游的主要形式,它对农业基础条件和农业发展规模的要求低于前一种方式。

在乡村旅游蓬勃发展的同时,存在诸多不足,如:产品类型单一,以低层次的观赏型项目为主;产品的粗加工,缺乏整体的旅游规划,综合性开发力度不够,乡村旅游的粗放式经营等等,其中产品缺乏文化内涵是比较突出的问题。以贵州的乡村旅游为例。目前贵州乡村旅游的主打基本框架之一——农家乐,旅游产品单一,本土特色不突出,经营理念雷同化倾向严重,其中建筑样式、室内装饰、菜肴品种、娱乐项目等一味迎合游客的口味,忽视了“乡村性”

和“地方性”的法宝,未能深入挖掘乡村旅游资源的文化内涵,大多数游客只能进行吃农家饭、打麻将、聊天等活动,缺乏娱乐休闲项目,不能满足多层次游客尤其是求知、求真、求趣的需要。随着乡村旅游需求的高级化,缺少文化内涵的旅游产品已经阻碍了乡村旅游的健康发展。

2 挖掘乡村旅游文化内涵的必要性

2.1 乡村旅游存在文化特性

乡村旅游文化特性包含着深厚淳朴的传统文化和宁静自然的田园生态文化。乡村旅游是建立在民俗文化上的旅游,是城乡文化产生巨大分异后形成的旅游,是具有生态文化观念的旅游,其赖以生存的土壤便是民俗文化和田园生态文化。

2.1.1 田园生态文化

田园生态文化实质指中国特有的农耕文化生态理念,包含北麦南稻、旱地水田、红壤绿洲、牧场果园、梯田平川以及相应的农牧方式、作业周期、除病防灾等农事表现和过程,祈盼风调雨顺、五谷丰登、六畜兴旺的态度与心情。中国农耕文化不仅具有各地分异的农业形态,还有与之相匹配的祭祀、崇拜、禁忌传统,如社稷神、五谷神的祭祀,对自然环境或某种树木、花草、动物、山体、江河等的神秘崇拜,各种庙祭、节会中的禁忌仪式等,所有这些构成了田园生态文化特色。作为古老的农业大国,几千年的自然调适,从村落建筑到农田果园,从生产方式到生活习俗,从传统意识到行为准则均构成具有浓郁地方色彩旅游资源。这种资源本身的文化含量较高,转化为旅游产品必然具有其突出的、鲜明的文化特性。

2.1.2 传统民俗文化

民俗是民间文化中带有集体性、传承性和模式性的现象,形成于过去,影响表现到现实生活。从文化角度来说,民俗文化可以分为三个层面:物化民俗、制度民俗和精神民俗。

物化民俗指的是当地人们模式化了的物质产品创造方式,如饮食、服饰、住宅、特产和田园、牧场及生产交通工具。制度民俗是当地社会主义体制和运作方式,对个人参与社会活动具有规范性意义,如节庆民俗、礼仪民俗及娱乐竞技等。精神民俗主要是当地集体性意识形态,如道德观、伦理观、宗教信仰等心理习惯和语言习惯、民间文学。将民俗文化作

为乡村旅游产品的底蕴,无疑会使此类产品的档次和品位大大提高。民俗文化的丰富性和鲜活性是乡村旅游产品推陈出新的源泉,其大众性和传统性是乡村旅游产品市场竞争的动力。

因而建立在民俗文化基础上的乡村旅游文化就具有了深厚性,它表现为:1、民俗审美在乡村旅游食、住、行、游、娱、购六个环节中的渗透;2、民俗知识贯穿于乡村旅游活动的全过程;3、民俗效应是产生乡村旅游动机的主要诱导因素,同时也是乡村旅游消费的主题。

2.2 旅游者对乡村文化的需求提升

当今世界随着人们经济收入和文化素质的提高,旅游者的精神文化需求越来越强烈,仅仅停留在观光层次上的乡村旅游已经无法满足旅游者的需求。旅游向更高的精神文化消费发展的趋势日趋明显。

特别是对于城市居民来说,交通拥挤、住房紧张、环境污染、人际淡漠、工作节奏快的情况给他们的心理、生理上都造成了巨大的压力,人们有强烈的欲望要释放这些压力,而乡村里原始、清新、和谐、健康的环境、优美秀丽的田园风光、纯朴的乡风民俗恰恰满足他们这一心理需求,成为城市游客神往的天堂,它能够激发城市游客前往乡村去寻找回归原始的梦,满足他们的归属感。

这正是心理学家荣格所说的情结理论,荣格认为人的心理是通过进化预先确定的,个人总是与往昔联系在一起,甚至是与种族的往昔联结,而中国几千年的农耕文化是凝聚着人类智慧的文化遗产,这也深深地根植在中国人的心里,形成中国人浓浓的乡土情结,这便是中华民族的集体无意识在个体心理上的表现。

中国的传统文化在本质上是乡村文化类型,乡土情结正是在这一传统文化的背景下造成的一种心理定势、行为准则和精神信仰,它体现在世世代代的中国人身上。乡土情结包含土地情结和家情结两个内容。

土地情结在中国人身上体现得尤为明显。追寻中国人的往昔,可以发现中国人与他们几千年耕作的庄稼一样,对土地的眷恋并非一般意义上的依附土地,而是对土地有着生命之源的关联。尽管后来随着城市的形成与发展,越来越多的乡村人迁移到城市,但对农耕文化的推崇,对自然界的崇拜之情从

未改变过。城市人一方面开始修复城市生存环境,力图把城市变成具有乡村化自然环境的生存环境;另一方面,希望通过参加乡村旅游暂时逃离喧嚣的生活环境,寻求一种回归自然的感觉,以满足自己对土地、对自然的特殊情结。

其次是家情结。中国人当中汉族占了绝大部分,汉民族是一个在历史的很长一段时间内采取田间作业的农业定居民族,农耕生存使汉民族始终生活在固定的地域,在血缘关系中形成了以家庭为内核、以固定地域为形式的家乡观念,地域文化在每个人身上都留下深深的烙印。因此,乡村中特有的民俗文化、家族文化对旅游者来说,均具有独特的吸引力。

2.3 乡村文化的继承与发展的需要

乡村旅游使乡村文化与外来文化发生冲撞与交汇,在此过程中乡村旅游地的文化向外来文化趋同的问题日趋严重。现代文明发展到了工业文明和后工业文明时代,与传统落后的乡村文化相比,都市文化无疑具有难以比拟的先进性。旅游者与当地居民在物质生活和精神生活等方面差别巨大,都市文化对乡村居民来说具有难以抗拒的诱惑力和影响力,一旦农民放弃特色浓郁的乡村文化而向都市文明投降,则乡村旅游赖以依托的文化资源必将消失,乡村对都市旅游者的吸引力也就消失。

因此,在开展乡村旅游的地区要将乡村文化的继承与发展提上议事日程,通过合理的措施培养农民对乡村文化的优越感和自豪感,深入挖掘乡村旅游的文化内涵,将内涵充分外化于旅游实体中,让旅游者充分体验乡村文化,感受乡村文化,在此过程中不排斥、不盲从,主动吸收现代文明来营养乡村文化,改善乡村文化中的落后部分,保留并完善乡村文化的精华,使都市文化与乡村文化和谐相融。

2.4 乡村旅游深入发展的需要

单纯的以自然田园风光为主的观光方式,无法满足乡村旅游市场的需求。乡村旅游的经济效益和内在的文化品味成正比,只有注重乡村文化内涵的挖掘才可能提高乡村旅游的附加值。但是由于乡村文化和城市文化价值观的分歧,导致了文化观察和理解上的偏差。在开发过程中,重文化载体、轻文化内核,重有形文化、轻无形文化的现象比比皆是,集中表现在各种类型的休闲农场和观光果园等项目上,通常忽视了乡村文化传统和民风民俗资源的开

发,或者说对资源开发的深度和力度不够。

文化是旅游业的灵魂,缺乏灵魂,旅游业便无生命力而言;而文化又是一种潜在的旅游产品。要发挥文化在旅游业中的灵魂作用,必须通过挖掘文化精华,将文化的潜在价值转化为现实的旅游产品,使旅游景点蕴含丰富的文化内涵,使旅游地洋溢饱满的人文精神和浓郁的文化氛围。因此,发展乡村旅游,要把握乡村旅游文化的特性,将文化旅游与乡村旅游紧密结合起来,相互补充、相互融合,才能满足中国旅游者深层次的需要,从而推动中国乡村旅游事业的健康、持续发展。

3 挖掘乡村旅游文化内涵的具体措施

3.1 突出农家特色,体现农耕文化精髓

优美的田园风光,古朴的农耕情调是乡村旅游的重要组成部分,也是农耕文化的核心,突出农家特色,体现农耕文化的精髓,是中国乡村旅游顺利发展的重要环节。

中国乡村地大物博,民风淳朴,传统的农耕文明遗迹及生活形态都是乡村旅游发展的优势资源,山川岗坳,湖泊溪流,田园阡陌,林地草地,处处皆是美景。广大农民不单种植了土地,更是种植了风景,他们淳朴自然的生活形态就是农耕文化的直观演绎。

以福州东郊后浦村为例,随着福州日益发展,现代文明逐渐进入乡村,许多良田已经不在,但农耕文化却已经深深植入每家每户农民的心里。田园风光是少了一些,但是可以充分发掘传统的农耕文化资源,将其充分融入旅游产品中。

3.1.1 构建农耕文化的展览室

为了方便旅游者对农耕文化的直观认识,可以在乡村简单构建一个展览室,陈列石磨、斗笠、蓑衣、斗、拌桶等古老的农耕用具,配以相关的照片、图片和优美的解说词,用以介绍历史悠久的农业发展历程,让对农耕文化陌生的年轻人了解传统的农耕方式和生产习俗,培养他们对农耕文化的兴趣和自豪感。同样让熟悉农耕生活、曾参加农耕劳动、怀念那段岁月的游客,重温旧梦,尽情抒发农耕情怀。

3.1.2 让游客参与农耕生活

可以在乡村景区内恢复几乎绝迹的水车、水磨、石碾等农用器械,利用这些器械开展一些参与性强的活动项目,如让旅游工作人员示范如何使用这些农用器械,并介绍器械的历史,激发游客的兴趣,然

后让旅游者亲身体验做农活的乐趣。利用这些农耕资源开发一些特色的娱乐项目,还可以举办“水磨大赛”等,来吸引旅游者特别是城市中的青少年,及具有浓厚乡土情结的城市居民。

此外,福州的饮食文化历史悠久,具有浓郁的南国特色,尤以烹制山珍海味而著称,在烹饪界独树一帜。海蛎饼、光饼、锅边糊、鱼丸、太平燕、芋泥、线面等都是福州地方独特的风味小吃,包含了丰富的文化内涵。因此在乡村旅游中充分利用乡村的饮食文化,让饮食的内涵外化,将乡村所代表的饮食文化突显出来,如代表菜肴的历史典故、风俗习惯等,让游人大饱口服的同时了解饮食背后的故事,接受饮食文化的熏陶。

同时还可以创造一定的条件,让游客动手参与这些食品的制作。首先选取几样深受游客好评的代表菜肴,让村民介绍具体的制作方法,而后让有兴趣参加烹调的游客动手试一试,还可以开展一些活动诸如乡村美食烹饪大赛等,从而让旅游者吃得开心,玩的也尽兴。

3.2 开发利用特有的民间信仰文化

后浦村始建于宋代,民风淳朴,信仰陈靖姑,在村中修庙,供奉临水太后陈靖姑及其来自福州府闽县的女弟子柳宫婆,以保佑全村五谷丰登、妇幼平安。陈靖姑短暂的一生虽未留下什么著作,也谈不上有什么思想体系,但她的抑恶扬善、热爱人民、见义勇为、扶危济难、无私奉献的高尚情操和英雄事迹,却体现了中华民族的传统美德,并形成了一股巨大的精神力量。陈靖姑牺牲之后,人们就按自己的愿望和理想,进一步把她塑造成一位慈悲博爱、护国庇民、可敬可亲的女神,其目的仍是为了教育子孙后代和弘扬民族精神。

因此,在设计乡村旅游产品时,可以利用这一村里特有的信仰文化,增加旅游吸引力。具体建议如下:

首先,定期组织陈靖姑文化旅游节推介会。

定期举办文化节,根据本地风俗举办陈靖姑朝拜盛会,举办中国传统美德文化研讨会等。编排一批民俗活动和文艺活动,对祭典、民俗表演进行完善、延伸。以陈靖姑祖庙为中心向游人介绍民间信仰文化,策划专题片和建立展示中心。此外,还要严格培训一批旅游从业人员,完成景点解说员培训后,开展服务技能竞赛,以展示信仰文化的全新形象。

其次,加大宣传力度。

设计与当地旅游资源相关的宣传画册、明信片、挂历等,出版与旅游资源有关的书籍史料和小说,整理有关的民间传说、民间故事、旅游景点介绍、导游图等;创作推广与陈靖姑文化有关的地方音乐、戏曲、歌曲,弘扬陈靖姑文化;拍摄以当地旅游资源为背景的电影、电视剧及有关专题片,或争取电视台有关旅游栏目,以当地的旅游景区为外景现场直播有关节目。

3.3 深入挖掘乡村独有的民俗文化,将乡村民俗融入旅游产品中

社会风情类旅游资源的开发和深度开发,主要靠挖掘地方历史和民风民俗文化的内涵,要力求真实自然,强化乡土气息,反映社会风情的本来面目,防止商业味过浓,避免为表演而表演、矫揉造作的做法。开发思路,既不能一味地停留在民族歌舞表演上,也不能一提民俗风情就大建民俗村、民族园,而且千园一面,园内旅游活动雷同,甚至流于低俗。那样的做法,往往很难让游客体验到真实和纯朴的民俗风情,而且易招致反感,减损社会风情类旅游产品的旅游价值和意义。因此,在开发过程中,可以选择有代表性的区域作为定点旅游区加以开发,将后浦村普通百姓的民间风俗、娱乐、节日、艺术、生产劳作等作为主要内容,精心策划和组织,形成专项旅游产品,重点瞄准与乡村文化差异较大的城市居民市场,必定具有相当大的吸引力。

3.3.1 去粗取精,展现民俗旅游活动的真实性和吸引力

根据人们的需求提高产品的娱乐性和参与性,突出该村特色。改变单一民俗观赏的方式,从宗教、社会、经济、游艺竞技等方面将民俗进行合理的综合开发。要有明确的主题,精心的规划,邀请有关学者进行设计和研究其可行性,切忌粗制滥造,建设豆腐渣工程。

后浦村历史悠久,所传承的民俗文化内容丰富,应该有选择地将一些特色民俗融于旅游活动中去。一方面,应该以市场的需求为导向,通过问卷调查和媒体宣传等手段广泛听取旅游者的意见和建议,或者可以通过一些试点活动,即借鉴乡村旅游发展比较成功地区的经验,试开展一些民俗旅游活动,之后听取旅游者对旅游活动的评价,选择获得评价较好的民俗活动融入旅游行程中。另一方面,应尊重当

地居民的民俗文化和传统和意愿,争取居民的广泛支持和积极参与。只有被当地居民高度评价并受欢迎的活动才更令人感到愉快和亲切,只有以当地居民认为合适的方法来组织、决策和控制才能保证旅游活动真实性的长期持久,有利于民俗文化和传统的继承和发展。例如乡间“做福”和“大王补库”的习俗,都是村民们为了联络感情、加强联系、表达发财致富、共享太平心愿的活动,这些习俗受到了村民的欢迎而一直传承至今。因此,可以将这些民俗作为一种特有的旅游资源为乡村旅游业所用,举办民俗风情旅游,将村民的积极性和创造性调动起来,开发与这些民俗文化相关的旅游项目,请村里老一辈民俗家策划一系列小型的民俗庆典活动。在村民的带领和引导下,让旅游者踊跃地参与乡村民俗的各种活动,从而了解乡村民俗,对乡村民俗产生浓厚的兴趣。

在提高旅游产品的质量和吸引力的同时,有关村干部及上级领导机关还要加强管理、合理引导,防止各种追求片面效益、置传统道德于不顾的行为的发生,做到民俗不俗,俗中有雅,这样才能符合合理开发的要求,确保民俗文化得到弘扬和保护。

3.3.2 在挖掘和融合过程中不断创新,双向动态开发旅游产品

现有的游览方式多以民俗设施、民俗陈列为主,如桂林的漓江民族风情园、刘三姐景观园、黄姚古镇等游览项目都属于以静态的游览为主。这类文化村具有重要的审美价值和学术价值,可使游客大开眼界,增长知识,有效的保护传统文化的完整性,避免了人为的破坏。但随着现代旅游的进一步发展,单纯观赏性的游览已远远不能满足游客求新奇的心态。因此动态的、参与性的游览方式越来越受到人们的欢迎,通过这一类型的游览方式可以亲身感受当地风情,在别开生面的活动中得到身心的充分愉悦,大大提高了游览的趣味性。双向动态开发,即从横向和纵向双向动态开发,市场的需求总是在不断地变化,因此在开发时要根据顾客的口味,立足本土文化,不断地加入一些创新元素,在保证乡村民俗完整性的同时,加入现代文明的时尚元素,让旅游活动更具有时尚性,吸引更多游人的目光。这便是笔者认为的横向动态开发。纵向开发即对于某一相对具体的民俗活动进行深入的开发,不断创新,设计多种不同形式的旅游活动。

后浦村的各种节庆丰富多样,形式各异,有很好的开发基础,可以在这些基础上加大开发力度。由于这些节庆活动一般具有很强的季节性,可在不同的时间段推出多种主题多种形式的节庆体验游,让很少接触福州传统节庆文化的城市居民体验古朴的节庆文化。在进行纵向开发方面,后浦村的村庆文化体现了古朴的民风,在将村庆文化开发成旅游产品过程中,要注重保留古朴的民风,保留自然本色;另一方面也可以将现代文明加入旅游产品中,例如在旅游者参与村庆活动时,旅游从业人员可以以现代的说唱方式来介绍村庆文化,将传统文化演绎得生动而时尚。

3.4 注意培养乡村文化旅游资源开发的人才

现代的旅游业已不仅仅是满足于单纯的游玩,旅游业是一个综合性的产业。作为21世纪的朝阳产业,它的发展前景是空前广阔的,乡村旅游要在旅游业中抢占先机就必须强调良性发展,而人才是发展的关键所在,因此应注意人才的培养和相关学科的不断研究。其中最重要而现实的工作在于通过对导游人员及促销人员进行专业培训,提高他们的理论知识和表达艺术,让乡村文化生动、有趣地展现在游人面前。

3.5 加大力度宣传乡村文化旅游资源

要坚持有的放矢供需对应。成立专门的专家部门对旅游客源市场进行有效的因素分析,多开发有市场需求的项目。通过电视、广播、网络等媒体对乡村文化进行宣传和推广,还可以借助一些展览和博览会将相关的旅游信息展现给大众。如:国内省市举行的旅游说明会和各种各样的旅游博览会和交易会等等,都能从不同的侧面对乡村旅游进行有效的宣传。

3.6 注重乡村旅游商品的开发

游客除了对各种有地方特色的乡村文化感兴趣以外,购买有特色的旅游商品也是他们的重要需求之一。所以乡村旅游商品同样拥有广阔的市场,也是旅游的重要环节,对旅游创收发挥着举足轻重的作用。各种有乡村特色的器具、衣饰、民间食品、民间工艺品均可以作为商品开发。后浦村的商品丰富多彩,具有浓厚的民族色彩和乡土色彩,有很大的发展空间和很深厚的文化底蕴。在开发的过程中必须坚持特色原则和有文化内涵原则,切忌雷同化和庸俗化。桂林在这方面的开发比较成熟,值得学习

和借鉴。应培养专门人员对旅游商品进行科学有效开发,在旅游区可以设立各种有特色的商品成品的展示和制作过程的展示,同时可以让游客自己亲手制作民俗商品,如制作各种简单有趣的手工艺品等,都可以成为旅游商品灵活的销售方式,同时也可以增加人们的参与性和娱乐性,满足游客求新求奇的心态。

4 结语

综上所述,乡村旅游文化内涵的挖掘,关键在于立足本旅游地的文化资源,如民俗文化、农耕文化、宗教文化,将当地特有的文化和谐地融入乡村旅游活动中去。在此过程中以顾客需求为导向,加大公众参与力度,与此同时农户耳濡目染、潜移默化地参与到游客的高品位精神追求中去,从而丰富自己的精神世界和文化生活,增加农户对外界的认知程度、开放观念、竞争观念、市场观念,这样农户对自身价值和发展也会有新的定位。通过农户与游客的频繁交流与相互促进,游客把先进的理念与意识、市场信息等通过自己的言行带到乡村,而农户则通过旅游活动把淳朴的乡情传遍四方,从而促进现代文明与传统文化的对接,加快文化发展的步伐。

参考文献

- [1] 隋春花. 乡村旅游:21 世纪旅游新趋势初探[J]. 韶关大学学报,2000,(5):85-88.
- [2] 何薇. 把握乡村旅游的文化特性,深入挖掘文化内涵——以成都三圣乡为例[J]. 乐山师范学院学报,2004,(2):86-89.
- [3] 黄洁. 从乡土情结角度谈乡村旅游开发[J]. 思想战线,2003,(5):24-26.
- [4] 尹振华. 开发中国乡村旅游的新思路[J]. 旅游学刊,2004,(5):40-44.
- [5] 刘建. 旅游资源规划开发中的文化创意[J]. 重庆师专学报,2001,(3):32-36.
- [6] 李左人. 试论丰富乡村旅游的文化内涵[J]. 天府新论,2000,(6):50-53.
- [7] 福州会展节庆[EB/OL]. <http://www.u0591.com>,2005-4-20.
- [8] 王晓文. 试论饮食文化旅游资源的旅游开发——以福州为例[J]. 福建师范大学学报,2001,(3):112-116.
- [9] 侯宣杰,梁兰. 论广西民俗旅游资源的可持续开发[J]. 桂林师范高等专科学校学报,2003,(1):16-18.
- [10] 雷明德. 旅游资源开发中的一个带战略性问题——谈挖掘旅游资源的文化内涵[J]. 西北大学学报,1994,(2):34-38.
- [11] 张晓慧. 旅游资源文化内涵的外化研究[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2000,(3):10-11.

Discussion on Cultural Exploration of Countryside Tourism: Taking HouPu Village in Fujian Province as an Example

Li Li

(Anglo-Chinese College, Fuzhou Fujian Province350018, China)

Abstract: Starting with the evolution of countryside tourism, this paper has systematically analyzed the projecting issues existing within the development of countryside tourism products, also emphasizes the necessity to combine the elements of agricultural culture and folk culture with countryside tourism exploration based on the demand of tourists and on behalf of the succession and development of countryside culture.

Key words: countryside tourism; culture; exploration; development