

農家樂介紹

概述：

農家樂是新興的旅遊休閒形式，是農民向城市現代人提供的一種回歸自然從而獲得身心放鬆、愉悅精神的休閒旅遊方式。

一般來說，農家樂的業主利用當地的農產品進行加工，滿足客人的需要，成本較低，因此消費就不高。而且農家樂周圍一般都是美麗的自然或田園風光，可以滿足舒緩現代人的精神，因此受到很多城市年輕人的歡迎。

起源

農家樂最初發源於四川成都，具體位置有都江堰市的青城山，郫縣、溫江等說。後來發展到整個成都平原，四川盆地，直至全國。真正以“農家樂”命名的鄉村旅遊始於 1987 年在休閒之都——成都郊區龍泉驛書房村舉辦的桃花節。這次桃花節把農事活動、鄉村田園風光、鄉土民俗文化、鄉村民居和聚落文化與現代旅遊度假、休閒娛樂相結合，形成了一種全新的旅遊形式。

發展

農家樂的發展，對促進農村旅遊、調整產業結構、建設區域經濟、加快農業市場化進程產生了良好的經濟效益。有些地方依託本地農業資源，分片開發出“農家樂”品種系列，像湖南嶽衡山、昆明的團結鄉等地的農家樂已逐漸形成了自己的品牌。

農家樂發展起來後，帶來的不僅僅是消費收入，還有產品信息、項目信息和市場信息，為當地經濟的發展提供了契機。農家樂成為農民瞭解市場的“窗口”，成為城市與鄉村互動的橋梁。各地遊客為農村帶來了新思想、新觀念，使農民及時瞭解到市場信息，生產經營與市場需求相接軌。開辦農家樂的農民經常到旅客中間調查市場需求，然後有針對性地開展生產，有的建起了無公害蔬菜基地，有的則做起農產品深加工的生意。

當今中國的農家樂模式主要出現在北方，其中又以北京、四川、天津、河北爲主，農家樂最吸引旅遊客的地方是：消費合理，價格實惠。

分類

1· **農家園林型**。以郫縣友愛鄉農科村、溫江縣萬春鎮等西部川西壩子農家民俗旅遊爲代表。這裏位於“國家生態示範區”內，是享譽全國的花卉、盆景、苗木、椿頭生產基地，“農家樂”發端於此。它薈萃著川西平原農家休閒旅遊的主要特色，展現著“農家樂”的巨大魅力。

2· **花果觀賞型**。以龍泉驛的書房村、工農村、桃花溝、蘋果村等東郊丘陵的農家果園游樂爲代表。龍泉山果品遠銷全國乃至海外，果品收入是龍泉驛區的經濟支柱。但是，近些年來興起的以春觀桃（梨）花、夏嘗鮮果的花果觀光旅遊，使其旅遊收入已經大大超過果品收入。賣果不如賣花，讓人先飽眼福，後飽口福，它反映了人們消費觀念的嬗變。龍泉山水果在提高其科技含量之後又著力提高其文化含量，在傳統農業基礎上發展觀光農業，開啓了宜林山區發家致富的新思路。

3· **景區旅舍型**。以遠郊區都江堰的青城後山、蒲江縣的朝陽湖、彭州市的銀廠溝、大邑縣的西嶺雪山等自然風景區爲代表。低檔次農家旅舍價格低廉，遊客感覺仿佛把自己的家搬到了風景區，花費居家度日的錢，享受景區的自然環境，景區“農家樂”因而受到中低收入遊客的歡迎。

4· **花園客棧型**。以新都縣農場改建的泥巴沱風景區、邛崃市前進農場改建的東嶽漁莊等爲代表。把農業生產組織轉變成爲旅遊企業，把農業用地通過綠化美化，使之成爲園林式建築，以功能齊全的配套設施和客棧式的管理，使之成爲在檔次上高於“農家樂”低於度假村的一種休閒娛樂場所。向現代化譜寫上光彩的一筆。

問題

1. 食品安全問題突出。

不少旅遊者比較樂于成群結隊或結伴在旅遊中選擇“吃農家飯、品農家茶”。一些旅遊者甚至現場購買“農家樂”裏還在飼養的豬、羊、狗、鷄、鴨等畜禽，要求現場宰殺後烹飪。這種做法實際上隱藏著不少問題，現場宰殺的畜禽幾乎是沒有經過檢驗檢疫部門的檢疫，其中暗藏的疾病遊客和經營者是無法分辨出來的。而“農家樂”中的廚房、碗筷也缺乏正規的消毒措施，沒有衛生防疫部門的監管，很難達到與城鎮餐館相提并論的消費要求和衛生標準。有的經營點甚至還出售明令禁止銷售的保護野生動物，如野豬、蛇類、青蛙等動物。

2. 景區安全令人擔憂。

由於大部分的“農家樂”點規模少、基礎設施落後，大部分鄉村遊客旅遊歸來後，都在抱怨景區停車難，停車場缺乏安全保衛人員和措施。“農家樂”不少景區是村集體或私營業主自行開發的，旅遊景區的設置、安全設施的規劃甚至連最基本的導向指示牌也沒有，讓遊客進入其中就像是無頭蒼蠅瞎轉悠，人流量大的時候特別危險。有的“農家樂”點連相關的管理制度和注意事項也沒有，有的遊客甚至還被狗咬傷、貓抓傷的現象發生。

3. 服務有待提升。

點的茶半個小時都上不來，車被堵住個把小時也找不到堵車的車主，有的甚至連固定停放車輛的位置也沒有，大部分都是依路停靠和隨意停放。“農家樂”發展雖有五年左右的時間了，但服務提升依然是最大難題，服務“短腿”日漸凸現。據調查統計：國際旅遊業界公認，超過 80% 的旅遊利潤來自“回頭客”。

建議

鄉村旅遊雖是一個新興的朝陽產業，但總體上還是一個尚未規範、管理滯後的市場。應加強進行監管和規範，促進市場的穩定、有序和健康發展。

1. 組織推動。包括景區推動，以重點旅遊景區為核心，帶動、輻射和吸收周邊鄉村的農民參與旅遊的接待和服務。

2. 政府推動。由政府主導進行鄉村旅遊的規劃設計，投入資金，開發核心景區景點，吸收社會資金投入，鼓勵和引導農民參與旅遊接待服務。

3. 公司推動。即“公司+農戶”的經營方式，出臺優惠政策，引進有經濟實力和市場經營能力的企業，改善基礎設施建設和環境，指導、組織農民開展地方風情、漁耕文化、農耕文化等旅遊活動。

4. 精心規劃，強化監管。注重整體性和連續性，充分考慮地方的自然風貌及特點和文化特性。同時監管好每一個鄉村旅遊、農家樂等的細枝末節，強化對旅遊從業人員和鄉村旅遊集體的培訓、教育，提高其服務素質和水平，提升服務品牌和形象。

5. 突出特點和自身優勢。比如突出鄉村的地域風情、傳統文化優勢，挖掘古村、古鎮、古跡、典故等文化內涵；突出體現地域特點，在建築、飲食、生活、農耕乃至旅遊活動的設計等方面，盡可能地體現出地域風情、風貌、生活習俗等特色。同時，還要著重考慮突出綠色、環保、休閒、娛樂等特點。