

文章编号: 1674-9057(2019)02-0529-07

doi:10.3969/j.issn.1674-9057.2019.02.037

乡村亲子旅游活动开发初探

张慎娟^{1,2}, 陈晓键², 邓蓝梓轩¹

(1. 桂林理工大学 a. 广西建筑新能源与节能重点实验室; b. 土木与建筑工程学院, 广西 桂林 541004;

2. 西安建筑科技大学 建筑学院, 西安 710055)

摘要: 随着人们生活水平的提高和对儿童教育的关注, 乡村亲子旅游逐渐升温并成为城市家庭钟爱的旅游选择, 开展乡村亲子旅游研究极具现实意义。以《爸爸去哪儿》第一至第四季乡村亲子旅游系列节目中的25个村庄作为研究对象, 采用内容分析等方法, 对各村庄共251项不同亲子旅游活动的活动类型、活动人群和活动场所三项要素进行分析, 借助SPSS 22.0、Excel 2013等软件进行要素间的相关性分析以及村庄类型与活动类型的相关性分析。结果表明: 村庄类型、活动人群和活动场所显著影响活动类型。具有地域性和认知性特征的活动类型客体是乡村亲子旅游活动的核心; 差异性和多元化的参与主体是乡村亲子旅游活动的活力支撑; 原有功能活化和新功能衍生赋予乡村亲子旅游场所载体持续的生命力。

关键词: 乡村亲子旅游; 活动类型; 活动人群; 活动场所; 《爸爸去哪儿》

中图分类号: F590.75

文献标志码: A

0 引言

乡村在自然和人工环境、生产和生活方式以及社会文化习俗等方面与城市存在的差异, 能为城市居民尤其是少年儿童提供集科普认知、意志磨炼和能力拓展于一体的生活体验, 逐渐成为城市家庭钟爱的旅游选择^[1-2]。2017年7月27日, 人民网发文:《上半年乡村旅游人次上涨超2倍 亲子自驾游成趋势》, 亲子家庭成为乡村旅游主力军^[3]。在十九大提出的乡村振兴战略背景下, 随着全域旅游^[4]、田园综合体建设以及二孩政策的发展推动, 乡村亲子旅游必将蓬勃发展, 并成为促进乡村充分发展的重要途径。目前亲子旅游研究多是关于我国亲子旅游开发现状、问题及对策的综合性研究^[5], 以及旅游活动开发原则及策略等理论性建议^[6], 也有部分关于广州^[7]、长沙^[8]等地区的亲子旅游市场调查、产品开发等实际问题研究。2012年以来乡村亲子旅游研究开始出现, 但多作为部分内容出现在以乡村旅游^[9]、休闲农场^[10-11]等为主题的研

究中, 缺乏针对原生乡村开展的乡村亲子旅游研究, 理论研究滞后于现实需求。本文通过对2013—2016连续4年热播的《爸爸去哪儿》第一到第四季亲子旅游系列节目中类型多样、趣味十足的亲子旅游活动进行剖析, 探讨乡村亲子旅游活动开发的要素特征及关联性和开发活动的地域适宜性, 为乡村亲子旅游活动开发提供参考。

1 研究对象分析

围绕乡村亲子旅游活动开发, 将《爸爸去哪儿》系列节目精心挑选出的北京灵水村、湖南白寺村、重庆白果村等25个村庄作为研究对象, 其分布于我国16个省份, 依据不同地域特征将研究对象归为历史类村庄、自然类村庄和景区类村庄(表1)。历史类村庄是具有一定规模传统建筑或历史文化遗迹的省级以上历史文化名村或具有古建筑保护区的村庄或乡村居民点; 自然类村庄是具有石林、草原、海岛、沙漠、雪地等独特自然条件的村庄或乡村居民点; 景区类村庄是靠近

收稿日期: 2018-08-09

基金项目: 国家自然科学基金项目(51308139); 广西建筑新能源与节能重点实验室开放研究基金项目(桂科能18-J-21-5)

作者简介: 张慎娟(1983—), 女, 博士研究生, 讲师, 研究方向: 城乡规划理论与方法、乡村发展规划, 395917680@qq.com。

通讯作者: 陈晓键, 博士, 教授。

引文格式: 张慎娟, 陈晓键, 邓蓝梓轩. 乡村亲子旅游活动开发初探 [J]. 桂林理工大学学报, 2019, 39(2): 529-535.

表1 研究村庄分类及特征

Table 1 Classification and characteristics of research villages			
类别	特征	村庄名称	数量/个
历史类	省级以上历史文化名村或古建筑保护区	北京市灵水村、宁夏中卫南长滩村、湖南大园古苗寨、江西陂下村、江西竹桥村、浙江新叶古村、湘西老司岩村 ^① 、云南建水团山 ^②	8
		甘肃石林龙湾、福建河坑村、黑龙江黑河营林所、黑龙江雪乡、湖南靖州地笋苗寨、山东鸡鸣岛、陕西王阳洼村、四川虹口乡、内蒙呼伦贝尔草原	9
自然类	地形地貌独特的村庄		
景区类	靠近著名景区且自然景观优美	宁夏沙坡头、新疆火焰山、新疆白哈巴村、重庆武隆白果村、云南勐景来、云南普者黑、台湾花莲、湖南岳阳白寺村	8

注：① 省级历史文化名村；② 入选世界纪念性建筑遗产保护名录，其余历史类村庄均入选中国历史文化名村。所有村庄名称均按节目中出现的提法，没有具体到村庄的景区、草原、林所等均指位于该处的乡村居民点或村庄。

或位于著名景区内，自然景观优美的村庄或乡村居民点。以省级以上历史文化名村为主的历史类

村庄北京灵水村等8个村庄进行了低度旅游开发，开展了部分房屋的立面改造、修建了凉亭等景观设施、配建了简易停车场等，主要产业开始由农业向第三产业转变，其余村庄主要产业均为农业，传统的生产劳作方式成为节目中活动体验的重要内容。所有村庄均保持了原有的建筑格局与空间肌理，民风淳朴，具有原生村落的自然魅力。

2 研究内容与研究过程

基于1984年费舍尔提出的“叙事范式”，将乡村亲子旅游活动这一“叙事”事件的故事情节、人物形象和环境背景“三个要素”对应归纳为活动类型、活动人群和活动场所，亦即实践活动的客体、主体和载体^[12]，三者相互关联、相互影响，共同构成乡村亲子旅游活动的有机整体(图1)。通过反复观看视频，采用内容分析法，利用HyperSnap 视频截图软件获取主要信息画面^[13]，人工记录并定性分析亲子旅游活动类型、活动人群及

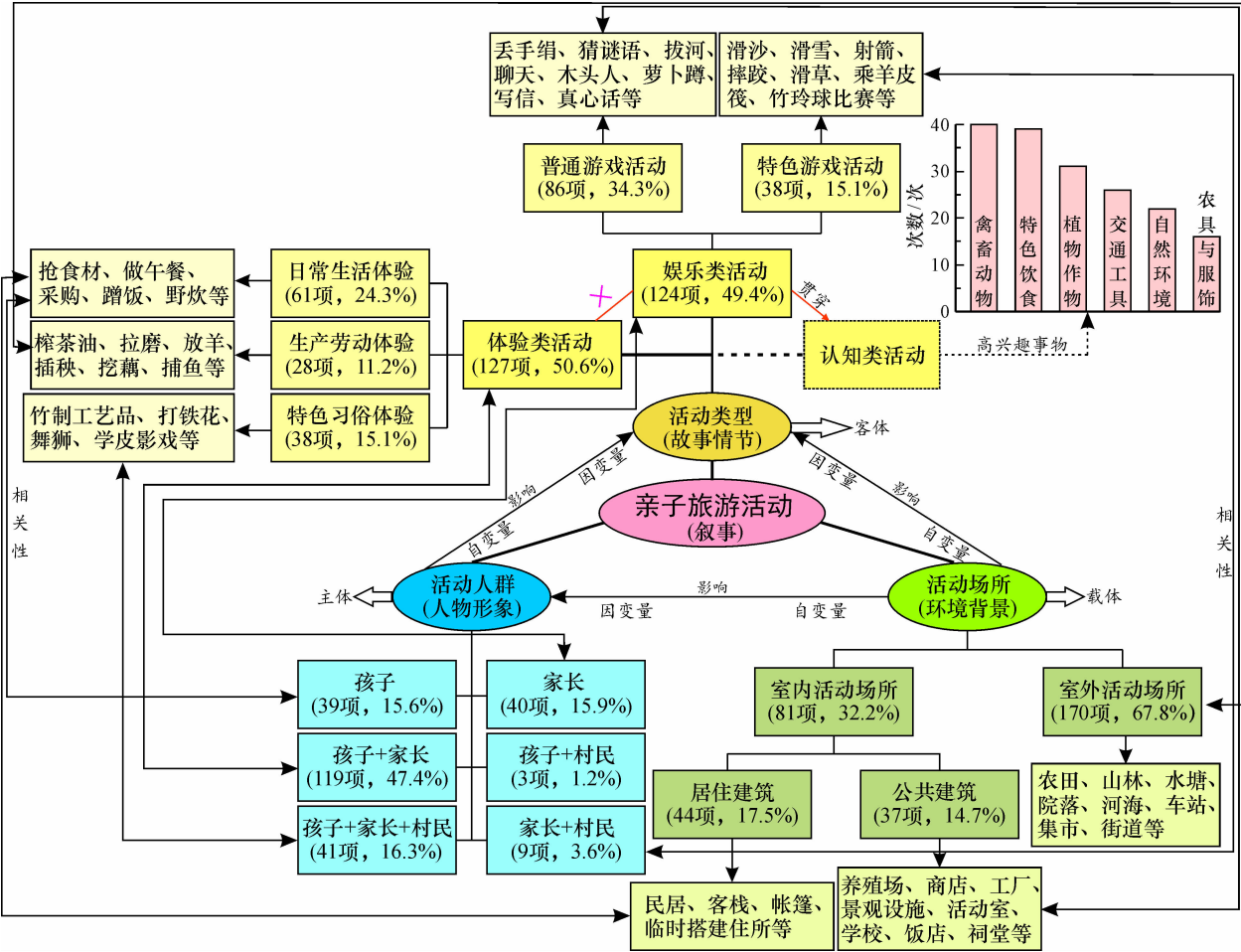


图1 亲子旅游活动要素关系分析

Fig. 1 Relationship analysis of activity factors in parent-child tourism

活动场所的要素特征，然后借助 SPSS 22.0、Excel 2013 软件进行要素特征分类汇总，对要素进行多变量二元 logistic 回归分析和双变量分析，研究要素之间的相关性，并利用 Excel 2013 生成图表，进行村庄类型与活动类型的相关性分析，研究活动开发的地域适宜性。

3 结果与分析

3.1 乡村亲子旅游活动要素特征

3.1.1 活动类型丰富，融合多重情感塑造 记录 4 季节目中出现的所有亲子活动，删除重复项后，共余 251 项。将 251 项亲子活动分为体验类、娱乐类和认知类活动(图 1)。

体验类活动需要预先设计并组织、有一定程序、需要顾客主动投入时间和精力参与，以寻求难忘体验，能给旅游者带来一种新的附加价值。节目中体验类活动共 127 项，占比 50.6%。分日常生活活动体验(61 项, 24.3%)、生产劳动体验(28 项, 11.2%)和特色习俗体验(38 项, 15.1%)。日常生活活动体验围绕食、住、行展开；生产劳动体验活动根据不同地区的农耕特点进行^[14]；特色习俗体验围绕当地特有事物或活动开展。娱乐类活动以游戏为主，节目中出现的娱乐活动共 124 项，占比 49.4%，分为两类：一类是普通游戏(86 项, 34.3%)，目的是增加亲子之间的互动和旅行的趣味性，寓教于乐；另一类是地方特色游戏(38 项, 15.1%)，将当地独特的自然环境、地域建筑、交通工具、动物植物、饮食服饰、节庆习俗等融入活动中，侧重对地方特色事物的认知和体验。认知类活动不需要专门策划，由于村庄在自然环境及生产生活等方面与城市存在的差异，使得该类活动贯穿衣、食、住、行、玩、购、娱等旅行全过程。游客通过对当地原生新鲜事物的观察来获取知识、开阔视野、愉悦心情。通过记录分析节目中嘉宾们语言动作等，总结嘉宾们认知兴趣较高的事物依次为禽畜动物(40 次)、特色饮食(39 次)、植物作物(31 次)、交通工具(26 次)、自然环境(22 次)、农具与服饰(16 次)，反映出对地域原生事物的喜爱。

3.1.2 多方参与，重视活动实施组织引导 节目中直接参与活动的主体有 6 类：孩子，家长，孩子+家长，孩子+村民，家长+村民，孩子+家

长+村民。孩子与家长共同完成的活动占比最多，达 46.85%，其后依次为孩子、家长、村民共同完成(16.54%)、孩子单独完成(16.14%)、家长单独完成(15.75%)、村民配合家长(3.6%)或孩子(1.2%)完成(图 1)。节目中的孩子年龄均为 4~12 岁，该阶段孩子也是亲子游的主体人群，对新鲜事物充满好奇，求知欲强，既有一定独立活动能力，又对家长有一定依赖。活动设置考虑孩子心理需求和活动特点，保证孩子能够全程参与活动，而且多数活动由孩子和家长共同完成，以增进亲子情感。活动均为不同家庭同时参与，在活动中产生合作与竞争，不仅增加活动乐趣，更锻炼孩子的交往能力，改善孩子性格。村民协助参与活动，使嘉宾们能更深地融入当地居民的生产生活。节目中的“村长”控制、引导和协调活动全过程。通过多方参与使整个旅游活动更加乐趣化、集体化、秩序化。

3.1.3 活动场所类型多样，场所营造突出乡土性

记录每项活动发生的场所，如居民住宅、村头空地、农田、糖厂等，将复杂多样的活动场所归为室内场所和室外场所两类。室内场所主要有居住建筑和公共建筑，室外场所主要有自然空间、村落开敞空间和集市、车站广场等区域公共活动场所。亲子旅游活动大多发生在室外场所 67.8%(170 项)，室内活动场所 32.2%(81 项)中居住建筑 17.5%(44 项)和公共建筑 14.7%(37 项)中的活动占比相对较低(图 1)。为保障活动顺利开展，各场所还应满足一定的设施配套和环境质量要求。对于居住建筑，嘉宾们在讨论评价住房时前 10 个高频词依次为干净(34)、厕所(30)、厨房(22)、床(22)、花草蔬果(16)、窗户(16)、异味(14)、洗浴(14)、院子(14)、简陋破烂(12)，反映出对卫生条件的重视和庭院绿化的喜爱。室外活动场所自然环境优美，所选场地均为相对平坦安全的广场、空地、球场、草场等，场所中出现的植物和小品，均是地方乡土植物和传统的生产生活设施。节目也经常会将场所中的乡土设施小品作为活动道具，既增强游戏的特色性，又加深儿童对乡土事物的感知。

3.2 亲子旅游活动要素相关性分析

对于活动开发三要素来说，村庄活动场所和活动人群相对固定，活动类型要考虑活动场所特

征和活动参与人群进行开发,所以,确定活动场所和活动人群是“自变量”,活动类型是“因变量”^[15](图1)。首先,借助 SPSS 22.0 软件进行活动场所和活动人群对活动类型影响的多变量二元 logistic 回归分析,从整体上研究活动场所和活动人群对活动类型开发的影响。进行数据分析时,定义自变量活动场所的参照类为室外场所、自变量活动人群的参照类为家长+村民、因变量活动类型的参照类为娱乐类活动,数据分析结果见表2。在多变量分析的基础上,通过进行活动人群和活动类型、活动场所和活动类型的双变量分析,细化活动人群和活动场所与活动类型的相关性,数据分析结果分别见表3、表4。

3.2.1 活动人群与活动类型相关性 整体上看,在模型中控制了活动场所这个变量之后,活动人群变量对活动类型没有产生显著影响,但接近显

表2 活动人群与场所对活动类型的二元 logistic 回归分析

Table 2 Binary logistic regression analysis among activity types, activists and activity places						
	B	S.E	Wals	df	sig.	Exp (B)
活动场所			8.844	2	0.012	
公共建筑	-0.942	0.400	5.551	1	0.018	0.390
居住建筑	0.500	0.360	1.928	1	0.165	1.649
活动人群			8.793	5	0.118	
孩子+家长+村民	0.600	0.785	0.584	1	0.445	1.822
孩子	1.711	0.805	4.521	1	0.033	5.537
孩子+村民	1.421	1.423	0.997	1	0.318	4.139
孩子+家长	0.671	0.742	0.818	1	0.366	1.956
家长	0.676	0.790	0.732	1	0.392	1.966
常量	-0.727	0.724	1.009	1	0.315	0.483

注:以上模型的卡方=19.341,df=7, sig.=0.007,-2 似然对数=328.5。

表3 活动人群对活动类型的分析

Table 3 Analysis of impact of detailed activities on participants							
活动类型	活动人群						合计
	孩子	孩子+村民	孩子+家长	孩子+家长+村民	家长	家长+村民	
地方特色	0	0	19	9	7	3	38
游戏	0	0	16.0%	22.0%	17.5%	33.3%	15.1%
普通	11	1	43	13	15	3	86
游戏	28.2%	33.3%	36.1%	31.7%	37.5%	33.3%	34.3%
日常生活	18	2	24	6	9	2	61
体验	46.2%	66.7%	20.2%	14.6%	22.5%	22.2%	24.3%
生产劳动	10	0	12	2	3	1	28
体验	25.6%	0	10.1%	4.9%	7.5%	11.1%	11.2%
特色习俗	0	0	21	11	6	0	38
体验	0	0	17.6%	26.8%	15.0%	0	15.1%
合计	39	3	119	41	40	9	251
检验	卡方=44.52, df=20, sig.=0.001						

表4 活动场所对活动类型的分析

Table 4 Analysis of impact of detailed activities on places				
活动类型	活动场所			合计
	公共建筑	居住建筑	室外活动场所	
地方特色	5	3	30	38
游戏	13.5%	6.8%	17.6%	15.1%
普通	21	13	52	86
游戏	56.8%	29.5%	30.6%	34.3%
日常生活	6	15	40	61
体验	16.2%	34.1%	23.5%	24.3%
生产劳动	3	9	16	28
体验	8.1%	20.5%	9.4%	11.2%
特色习俗	2	4	32	38
体验	5.4%	9.1%	18.8%	15.1%
合计	37	44	170	251
检验	卡方=21.06, df=8, sig.=0.007			

著(sig=0.118>0.1)(表2)。孩子选择体验类活动的可能性,是参照类(家长+村民这个组合)选择体验类活动的5.5倍,即孩子更可能选择体验类活动,其他各类人群组合对体验类活动的偏好与参照类无显著差异。活动人群对细分活动类型分析所得数据(表3)的假设检验 sig 值小于0.1,两项要素相关性明显。数据结果表明:单独由孩子参加的日常生活活动体验比例最高,达46.2%,其他各类人群或人群组合参与日常生活活动的体验都在20%左右,相互差异不大;生产劳动体验,单独由孩子们参与的比例(25.6%)也要明显高于其他人群组合;其他各类活动人群与参与活动类型大致有这样的对应关系:家长+村民组合,比其他各类人群组合更偏好参与地方特色游戏,家长、孩子+家长这两类群体更多参与普通游戏;特色习俗体验,主要是孩子+家长+村民这样的组合人群来参与,村民主要协助参与和地方特色有关的活动。

3.2.2 活动场所与活动类型相关性 在控制活动人群情况下,活动场所对体验类活动的影响仍然是显著的(sig=0.012)(表2)。公共建筑中开展体验类活动的可能性只有室外活动场所的0.39倍,即公共建筑中开展体验类活动的可能性很低,开展娱乐类活动的可能性很高。而居住建筑中开展体验类活动的可能性与参照类(室外场所)没有显著差异,即两者开展体验类活动的可能性较高。活动场所对细分活动类型影响的数据(表4)进一步表明:活动场所对活动类型的影响与场所原有功能和场所规模有关。以日常生活功能为主的居

住建筑多开展日常生活活动体验，室外活动场所开展地方特色游戏和特色习俗体验比其他场所要多。与活动场所规模的对应关系为：一是小型房间、庭院等尺度较小、相对围合的小型空间，多承担由孩子或家长单独参与、没有大幅度动作、需要相对封闭宁静环境的日常活动或普通游戏；二是以公共建筑为主的大型房间、院落或村内空地等中型空间，多用于需要孩子、家长和少量其他人员参与，有一定的动作幅度，但又不需要很大规模的游戏、聚会等普通游戏活动；第三类是村内大广场、村外田野、草地，以及各类农田等大型场地，环境开敞，形式更加活泼、自由，主要用于动作幅度大的演出、比赛等娱乐活动，或依托场地进行生产劳动体验等活动。

3.3 村庄类型与活动类型相关性分析

利用 Excel 2013 对历史类、自然类和景区类三类村庄开展日常生活活动体验、生产劳动体验、特色习俗体验、普通游戏和地方特色游戏等 5 项

活动类型进行分析(图 2)。结果表明：历史类村庄各村活动类型相似性最高，均以普通类游戏占比最大，平均占比 40% 以上；其次为日常生活活动体验，多数村庄占比 20% 以上，生产劳动体验和特色习俗体验活动占比较低，均值在 10% 以下。原因在于历史类村庄成片历史建筑多，建筑密度大，更多在公共建筑中开展普通游戏；同时该类村庄多已进行部分旅游开发，传统农业生产占比相对下降，缺少农业生产劳动体验的环境与氛围，生产劳动体验活动占比较低，契合活动场所对活动类型的相关性分析结果。自然类村庄各村活动类型也呈现相似性，各类型活动占比相对均衡，日常生活活动体验占比最大，多数村庄在 30% 以上；该类村庄因具有较好的自然环境，生产劳动体验和特色习俗体验活动比例较历史类村庄明显提高，多数村庄在 20% 左右。景区类村庄中不同村庄之间的活动类型占比差距较大，活动围绕景区特色开展，各村庄均有一项占比最大的优势活动

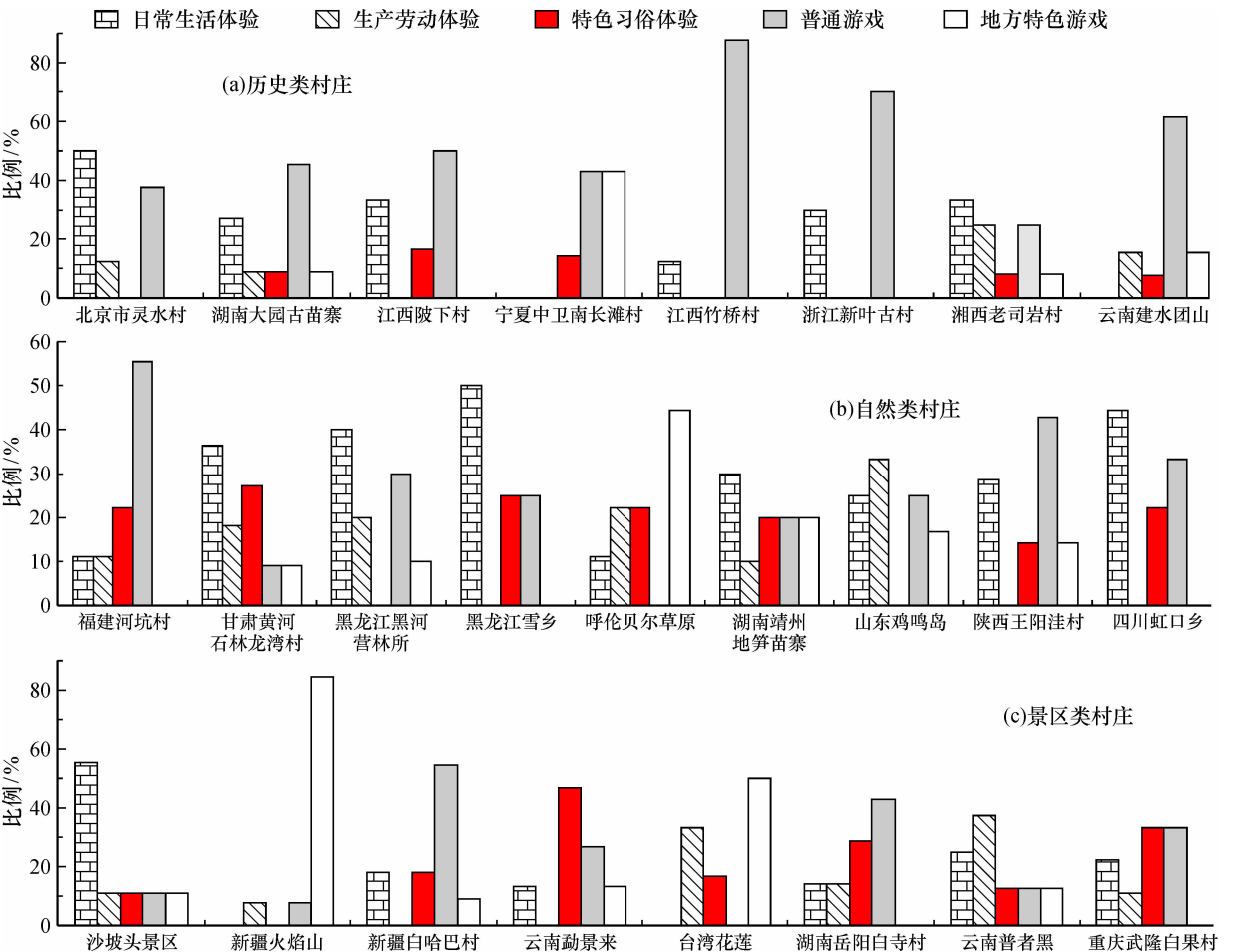


图 2 各类村庄活动类型占比

Fig. 2 Activity types proportion in different villages

类型,不同村庄的优势活动类型各不相同,体现出明显的地域差异性。

4 乡村亲子旅游活动开发对策

(1) 依据村庄类型特征确定活动开发定位。不同类型村庄因不同的区位条件、自然资源和建成环境,可提供作为活动开发的资源及场所各不相同。可优先选择传统村落等历史类村庄、具有独特地形地貌气象植被等自然地理条件的自然类村庄和大型景区范围内或附近的景区类村庄进行亲子旅游开发。历史类村庄以游戏类活动为主,自然类村庄各类活动开发比例应相对均衡,景区类村庄活动开发依据景区特色突出地域性。

(2) 凸显活动类型客体的多样性、地域性和认知性。多样性和均衡性的活动类型能全面满足科普、生活、娱乐、锻炼等多项亲子旅游体验需求。将具有地域性和认知性特征的活动类型客体作为乡村亲子旅游活动的核心,地域特色的体验、认知和游戏活动是活动差异性和吸引力的集中体现。同一村庄和不同村庄之间的活动要有差异性,活动差异性旅游是个性化旅游的集中体现,也是吸引游客,产生重游率的关键。

(3) 重视参与主体的差异性和多元化,加强活动组织引导。差异性和多元化的参与主体是乡村亲子旅游活动的活力支撑。要考虑多组家庭以及村民的共同参与以激发更多的活动乐趣,满足更多层次的旅游功能需求。应设专人负责整个活动的组织引导,以确保游客旅游期间的所有活动都由类似节目中“村长”这一角色的专门人员进行组织引导,保证活动有序有趣进行。要对村民进行培训,更好地配合游客完成各项活动。

(4) 讲求活动场所载体的安全性、原真性和舒适性。活动类型依托场所原有功能和规模,又对设施配套和环境质量产生新要求。只有考虑原生功能活化和新功能衍生才能赋予乡村亲子旅游场所载体持续的生命力。安全性是场所选择及营造的前提,室内场所应结构坚固、采光通风良好,室外场所宜相对开敞平坦。尽量维护场所原有特征,充分利用植物动物、农具与服饰等乡土元素作为设施小品或活动道具,体现乡村场所的原真

性魅力。为满足舒适性要求,场所规模要满足活动类型和活动人数需求,室外场所宜环境优美,室内场所尤其是居住建筑要保证干净卫生,并配套厨卫等设施。

感谢李家静、朱慧芳、邱悦杰、林柯驰在视频资料整理方面给予的帮助!

参考文献:

- [1] 朱虹,殷志扬. 特色农业与乡村旅游协同发展路径探略[J]. 农业经济, 2017 (11): 54-55.
- [2] 朱梅,魏向东. 城市青少年居民旅游影响感知及参与机制——以江苏省海门市为例[J]. 桂林理工大学学报, 2014, 34 (1): 198-206.
- [3] 刘佳,连品洁. 上半年乡村旅游人次上涨超2倍 亲子自驾游成趋势[EB/OL]. [2017-07-27]. <http://travel.people.com.cn/n1/2017/0727/c41570-29432066.html>.
- [4] 唐烨. 全域旅游视角下我国乡村旅游发展研究[J]. 中国农业资源与区划, 2017, 38 (7): 207-212.
- [5] 刘妍,张欣然,程庆. 中国亲子旅游研究综述[J]. 旅游纵览(下半月), 2015 (4): 79-80, 82.
- [6] 李菊霞,林翔. 亲子游市场若干问题探讨[J]. 企业活力, 2008 (12): 32-33.
- [7] 丘伟萍. 亲子旅游市场调查——以广州为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2015 (8): 130-132.
- [8] 彭金锋. 长沙世界之窗亲子旅游产品开发研究[D]. 湘潭:湘潭大学, 2015.
- [9] 张艳,张勇. 乡村文化与乡村旅游开发[J]. 经济地理, 2007, 27 (3): 509-512.
- [10] 王璇璇. 乡村旅游新业态“亲子农场”[J]. 合作经济与科技, 2016 (24): 24-26.
- [11] 张慎娟,陈晓键. 国外休闲农业产业融合发展的经验及对中国的启示[J]. 世界农业, 2018 (11): 171-177.
- [12] 祖国华. 试论大学生思想政治教育的主体、客体与载体[J]. 现代教育科学, 2005 (6): 87-88.
- [13] 汪芳,孙瑞敏. 传统村落的集体记忆研究——对纪录片《记住乡愁》进行内容分析为例[J]. 地理研究, 2015, 34 (12): 2368-2380.
- [14] 胡芬,余纯,李治洋. 基于内容分析法的乡村旅游地微信营销研究[J]. 地域研究与开发, 2016, 35 (5): 100-104.
- [15] 丁汉青,王军,刘旻. 公益广告效果研究:自变量与因变量的梳理与确认[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2015, 48 (4): 182-185.

First exploration of rural parent-child tourism activities
development in the countryside

ZHANG Shen-juan^{1,2}, CHEN Xiao-jian¹, DENG Lan-zi-xuan¹

(1. a. Guangxi Key Laboratory of New Energy and Building Energy Saving; b. College of Civil Engineering and Architecture, Guilin University of Technology, Guilin 541004, China; 2. College of Architecture, Xi'an University of Architecture and Technology, Xi'an 710055, China)

Abstract: With the improvement of people’s life and the concern for childrens education, rural parent-child tourism is gradually warming up and becoming a favorite tourism for urban families. 25 villages in the rural parent-child tourism series programs were taken as the research objects. The content analysis was used to analyze the activities of 251 different parent-child tourism activities in each village, and three elements (activity type, participants and activity place) were analyzed. The correlation analysis among the elements, the village type and activity type was carried out by SPSS 22.0 and Excel 2013. The results showed that the type of village, the participants and the activity place had significant influence on the activities. The activity type with regional and cognitive features is the core of rural parent-child tourism activities. The participation of diversity and diversification is the vitality of the countryside paternity tour. The original function activation and the new function promote the sustainable vitality of the rural parent-child tourism sites.

Key words: rural parent-child tourism; activity type; participants; activity place; “Where Are We Going, Dad?”