

【农村社会发展】

乡村旅游的景观制造逻辑与乡村产业发展路径

——基于赣南 C 县梯田景观开发的实证调研

仇叶

(武汉大学 社会学院,湖北 武汉 430072)

摘 要:当前,乡村旅游成为地方政府推动乡村振兴的重要抓手。现有研究过于强调乡村旅游与乡村振兴的耦合性,而忽略了两者的内在逻辑的差异性。基于实体与景观的关系,研究发现,在实体意义上,乡村空间是国家保护下的重要权利空间,它以集体土地制度为基础,是惠农公共资源下沉的空间载体,也是农民维持低成本高福利生产生活的空间场域。乡村旅游依循景观制造的逻辑,实践中,地方政府通过吸纳农民的土地使用权与公共资源,吸引资本下乡再造商品化景观。景观制造既是乡村空间权利结构重组的过程,也是消解乡村实体功能的过程,可能对乡村振兴造成了负面影响。这表明,存在两种乡村产业的发展路径,即增加农民权利的包容型发展路径与挤压农民权利的汲取型发展路径。乡村产业要实现乡村振兴效应,必须完成从汲取型发展路径向包容型发展路径的转变。

关键词:乡村旅游;资本下乡;乡村景观化;农民主体;产业振兴

中图分类号:C912.82 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-7465(2022)02-0010-11

一、问题的提出

党的十九大报告提出实施乡村振兴战略的战略目标。作为一项综合性的决策部署,乡村振兴涉及乡村建设的多个方面,习近平总书记将其概括为“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”。在推进乡村振兴的众多举措中,乡村旅游贯穿一二三产业,又以乡村景观为产业发展基础,引起了政府的广泛关注。2018 年,中共中央国务院《关于实施乡村振兴战略的意见》提出了“实施休闲农业和乡村旅游精品工程”,标志着乡村旅游正式进入乡村振兴战略的制度文本,成为国家认可的乡村振兴路径之一。在这一背景下,各级地方政府纷纷展开旅游示范点建设,旅游产业在乡村场域迅速铺开,成为各地政府推动乡村振兴的重要抓手。在这一背景下,乡村旅游逐渐成为学界讨论的焦点问题。

从现有文献来看,大部分研究对乡村旅游的振兴效果持积极肯定态度,并从产业基础、经济效能、空间环境三个维度论述两者的耦合关系。乡村旅游以乡村空间为基础,将乡村独特的自然环境与人文景观转化为旅游产业发展的优势,从而有效盘活村庄的现有资源^[1-3]。同时,旅游产业能够创造大量就业机会,各类观光、休闲农业更可以提高农业产业的附加值,推动一二三产业的全面激活与区域经济的快速发展,增加农民收入^[4-5]。这一过程也带来乡村空间的重构,旅游产业对环境的重视与打造将改善乡村基础设施,提高乡村空间的城市化水平^[6]。基于此,乡村旅游普遍被视为实现乡村振兴的重要路径,有学者甚至将乡村旅游作为系统解决“三农”问题最直接有效的手段^[7]。

也有部分学者对此提出质疑,他们指出,乡村旅游的发展立足特定的区位条件和旅游资源,

收稿日期:2021-06-13
基金项目:国家社会科学基金重点项目“村庄治理现代化的区域差异研究”(18ASH002)
作者简介:仇叶,女,武汉大学社会学院副教授。

绝大部分农村很难赢得获利机会,能够发展这一新业态的农村数量十分有限^[8]。更重要的是,地方政府的过度介入使大量公共资源涌入旅游产业,导致乡村旅游的过密化发展。旅游产品开发不当、经营规模小、品牌化程度低等问题的显著存在^[9],不仅对产业的良性发展产生了冲击,更将国家公共资源与农民过度卷入市场风险,对乡村振兴造成负面影响^[10]。此外,即使是产业经营较为成功的地区,产业发展逻辑也与农民的利益、公共服务需求并不契合,产业的强势开发冲击了乡村传统文化,排斥农民对乡村空间的正常使用^[11]。

但总体而言,无论是学界还是政策界,都对旅游产业的乡村振兴效应持积极态度,高度认同两者的耦合关系。事实上,两者看似相同的“乡土性”背后,有着截然不同的运作逻辑。当前乡村旅游研究正是要突破简单的政策争论,探讨两者背后更深层次的内在逻辑,重新对两者的关系进行辨析。旅游社会学从空间生产的角度对此提供了一定启示。学者们指出,旅游产业的进入是乡村空间重塑的过程,将打破农民原有的生活社会实践。“空间活动包含着生产和再生产以及每一种社会形成过程的特定位置和一组空间特性”^[12],旅游产业开发引发了新的空间实践,它通过符号的制造与运用赋予地方文化以价值,再将这些地方意象转变为实质性的消费物品,推动了乡村空间的商品化,引发了乡土风貌破坏、文化危机、秩序失衡等一系列问题^[13-15]。可以看到,这些研究更深入地剖析了乡村旅游与乡村社会的内在性质,揭示了两套空间塑造逻辑碰撞带来的影响,呈现了更加真实的旅游产业与乡村社会的复杂互动。不过,在这一视角下,学者们较多从文化权力的分析路径出发,更加关注旅游产业对地方文化产生的影响,以及在这一过程中旅游产业的利益相关者与地方主体围绕着“凝视”与“被凝视”关系展开的权力互动^[16]。但在我国的制度体制与乡村振兴的视域下,乡村不仅仅是社会文化空间,更大意义上是国家保护的重要权利空间。权利空间是乡土性社会文化生活展演实践的载体,乡村振兴正是要保障与强化乡村权利空间的属性,为农民增权赋能。除了少部分文化保护区外,绝大部分村庄与农民的关注焦点也并非文化权力之争,而是乡村的保障与发展。

因此,本文试图进一步厘清乡村旅游与乡村振兴的关联与差异,着重讨论乡村旅游的实践对乡村权利空间产生的影响。在调研实践中,笔者发现乡村旅游产业以乡村景观制造与商品化为基本条件,且存在一种倾向,即为了制造景观,地方政府与下乡资本重构乡村空间的权利配置结构,破坏乡村实质性的社会功能,乡村社会在这一过程中被不断地“景观化”。乡村社会的景观化是旅游产业打破国家保护、弱化乡村权利空间属性的过程,两者的碰撞为反思乡村产业振兴的路径与方向提供了重要启示,本文也将对此展开讨论。

“乡土景观”是学界认同乡村旅游与乡村振兴存在耦合关系的关键,景观制造更是乡村旅游的重要实践逻辑。因此,本文从“景观”概念着手,在辨析景观乡村与实体乡村关系的基础上,呈现乡村旅游的景观制造逻辑如何对乡村权利空间产生影响。在此基础上,进一步提炼乡村产业发展的两种路径,揭示乡村旅游实践异化的根本原因。为了更好地展开分析,笔者选取曾开展为期一个月调研的江西赣南地区的C县作为典型案例。

二、实体与景观:乡村空间的性质辨析

“景观”一词最初属于地理学与生态学的概念,特指一定区域内土地及其地表空间的总体面貌,随后被引入人类学与社会学的研究,成为某种符号的视觉特征,以呈现景观背后交织的复杂的文化过程与社会互动关系^[17]。尽管不同学科对“景观”内涵的表述有所差异,但核心思想高度一致,即试图将某种自然与社会实体进行视觉化描述,并与主体的视觉体验紧密联系。因此,“景观”概念从一开始就包含了景观与实体间的复杂关系。这也是理解乡村旅游与乡村振兴区别与联系的重要基础。总体而言,可以从两个维度对两者的关系进行分析:其一,景观是地理生

态与人类行动等实体可视化特征的自然呈现。在这一层次,景观仅仅作作为实体的视觉表征,可以被看见但并不特别服务于实体之外的特定视觉主体,属于实体的有机组成部分。其二,景观是一种不需要依托特定实体人为制造的景观,在生产之初就服务于视觉主体。在该层次上,景观并不反映实体,它可能与实体毫无关联,其建构的核心关系始终是视觉表象与视觉主体之间的供需关系^[18]。依据景观与实体的两重关系,可以清晰呈现乡村旅游与乡村振兴之间内在的契合性和差异性。乡村旅游的发展离不开乡村地域空间及其地表上的乡土景观,一致的“乡土景观”是两者存在耦合性的关键^[19]。但类似的“乡土性”背后是截然不同的实践逻辑以及对待乡村空间的方式。这一分野的存在使乡村旅游的实践存在异化的可能性,必须对两者进行辨析。

具体而言,乡村振兴尽管包含了对乡村环境与优美景观的要求,但其核心仍然是将乡村作为重要的社会实体^[20]。在实体意义上,乡村既是一个特定的经济空间、生活空间、文化空间;在我国制度体制下,它更是国家塑造的权利空间,国家权利的供给与保障是乡村经济、生活、文化展演的重要基础。在乡村振兴的背景下,乡村权利空间的属性将进一步凸显,突出表现在两个方面:一方面,农民对集体土地的权利为乡村低风险、低成本的生活体系提供了基础。土地是实体乡村发挥作用最基本的要素,在集体土地制度下,国家赋予的土地承包经营权与宅基地使用权为农民基本的生存与居住提供了保障。在这一基础上,农民得以在乡村空间自主维持乡土化的生产与生活方式。例如,获取农业剩余作为家庭收入的重要来源;保留大量传统的生活习惯与乡村关系网络,以强化自身的社会支撑体系,降低生活成本。可以说,通过集体土地制度,国家赋予了农民使用乡村空间的主体地位,乡村社会呈现的乡土性既是农民日常生活的直接映射,更是国家权利保障的产物,也是乡村社会功能的展演。另一方面,乡村是国家公共资源输入的重要场域,这确保了农民享有均等化公共服务的权利。随着国家与乡村的关系从资源汲取向资源输入转变,乡村空间聚集的公共资源日益增加,并转换为各类基础设施与公共服务,以提升农民生产生活的便利性。因此,乡村是国家公共资源落地、农民享有均等化公共服务权利的空间载体^[21]。

可见,实体乡村始终以农民为主体,它是国家保护的重要权利空间,以乡村保障功能的实现为基本目标。在这一意义上,乡村振兴很大程度上正是要推动乡村实体功能的强化,进一步确保乡村权利空间的属性,提升国家对农民的保障能力。乡村的地理特征与生活实践形成可视化的乡土景观,是实体乡村视觉化的衍生产物,并不背离乡村空间的属性与农民的主体地位。

与此同时,乡村旅游的基本目标是试图将乡村景观变为服务游客的旅游产品,并将其价值化、产业化。在理想状态下,乡村旅游能够赋予乡村景观以消费价值,从而扩大乡村的经济机会空间,优化实体乡村的社会功能。但乡村旅游仍然有自身的发展逻辑,一旦强调乡村作为景观的价值,就必须考虑游客的需求,并以游客的需求与视野对景观进行调整,事实上,只有游客认可与愿意付费的景观才能形成“看”与“被看”的关系,最终完成价值的交换。正是在这一意义上,乡村旅游并不天然以保障农民的权利为目标,使实体乡村与景观乡村之间存在一定的张力。

首先,实体乡村与景观乡村的服务主体存在差异。在乡村旅游中,游客注重体验、观赏乡村的乡土性,但这本质上仍然是一种旅游。对大部分游客而言,观光与休闲仍然是旅游的核心目的,因此,乡村景观必须具备较高的可观赏性。事实上,为了在高度竞争的旅游市场吸引到游客,旅游景观必须符合造型优美、景观突出的特点,且具备一定的观赏密度^[22],除了少数有独特自然景观的乡村,大部分普通村庄的原生景观很难完全达到产业标准。更重要的是,从农民的角度出发,乡村是低成本完成家庭再生产的重要空间场域,农民对乡村空间的利用以实用性为原则,这与游客对乡村景观的观赏性期待存在冲突。例如,大部分农民为了降低消费,普遍养殖生猪与家禽以增加家庭收入;为了放置农具、杂物扩展储物空间,乡村各类简陋的附属房众多,

一些农民更是习惯将这些物品随意摆放在房前屋后。对农民来说,重要的是获得低成本便利的生产生活条件,而非赏心悦目的景观^①。这从根本上表明,景观乡村的意义与价值不是由农民的生活实践所赋予的,而是取决于“游客的凝视”,景观乡村的观赏性原则与实体乡村的实用性原则存在张力。这也意味着,旅游开发必然在一定程度上涉及对原生性乡村景观的改造,其本质是突破国家乡村空间的权利保护。

其次,景观乡村通过景观的商品化实现价值,在客观上就必须遵循市场的风险逻辑;与之相对,农民的市场能力较弱,实体乡村发挥着抵御市场风险、兜底性安全网的功能。旅游产业对乡村原生景观进行商品化改造以高密度的资源投入为基本条件。相比其他产业,旅游产业是一项典型的系统性产业,需要对旅游区域进行整体投资与打造,投资成本相对较高。随着旅游市场竞争激烈化以及游客对旅游产品质量要求的提升,近年来乡村旅游的投资规模进一步扩大。我国的旅游产业正处于发展时期,具有风险性,产业的投资规模扩大与回报周期延长增加了风险发生概率,事实上,全国各地乡村旅游开发失败的例子屡见不鲜^[10]。大部分中西部农民是市场中的相对弱势群体,收入水平较低,无法提供市场所需要的投资额度,更难以承受投资失败带来的巨大风险。因此,尽管乡村原生性的景观无法脱离农民的生产生活实践,但农民很难成为景观制造的主体,景观乡村的商品化逻辑与农民的生活逻辑存在潜在张力。

由此可见,乡村景观一开始仅仅是实体乡村的附着物,一旦以旅游开发为目标,景观制造就有了独立的逻辑,并按照游客视角与商品化逻辑运行,这与农民的实用主义与低风险生产生活逻辑存在差异。然而,在国家权力的保护下,农民仍然是乡村空间的使用主体,如何获得乡村空间的使用权,引入新的空间塑造主体,就构成了乡村旅游发展的重要逻辑。

三、景观制造与乡村空间的权利再分配

“制造景观”是推动乡村旅游的核心逻辑。区别于乡村原生性的景观,新的景观不再是农民生产生活的自然视觉呈现,而是根据游客的需求对乡村空间进行重新塑造。在这一过程中,地方政府、农民与下乡资本发生复杂互动,重塑了乡村空间的权利分配结构。

(一) 腾空布景:农民空间使用权受限

制造乡村景观依赖特定的空间场域。当农民作为乡村空间的主体时,其将自然按照乡土化生产生活的逻辑进行空间使用,由此呈现的乡村景观无法直接成为商品化的旅游景观。因此,为了实现景观再造,就必须在一定程度上腾空原有的社会景观,制造具有市场价值的新景观。农民对乡村空间的主体权利以土地的使用权为基础,土地权利的转移与限制就成为乡村景观再造的基本前提,农民的乡土生活实践也在这一过程中受到约束。

C 县位于江西省西南部,全县总人口 215997 人,是中西部地区的一个县。县内山脉交错,森林资源丰富,形成了数量可观的梯田景观。在众多乡镇中,B 镇的梯田景观较为突出,梯田核心景区占地 2000 亩,主要涉及 2 个村 7 个村民小组。政府开发前,梯田服务于农业生产,农民邻田而居,进行乡村生活。独特的地貌使该地在 2008 年左右就吸引了部分摄影爱好者,此后,每年都有几十人到该地拍照采风。但农民实用主义的土地利用很难充分释放梯田的景观价值,以吸引更多的游客。2015 年,该县决定对 B 镇的梯田进行全面打造,并要求景观区内的农民整体拆迁,由政府征收农民的宅基地,并租赁其耕地与林地。本地农民高度依赖乡村的土地与生活空间,一开始农民并不愿意接受政府提出的旅游规划。为了推动景区建设,县政府开展了“拆迁百日攻坚”的中心工作,动员县乡干部下村,将布景范围内的 170 多户农民“包干到人”,并要

① 需要注意,这并不意味着农民不需要良好的乡村环境,而是生活的实用性是其最基本的价值目标。

求这些干部100天内完成拆迁任务。在强大的行政动员下,县乡干部“软硬兼施”向农民施压,部分态度坚决的农民由乡镇主职干部与县拆迁领导小组干部亲自出面进行谈判。面对强势的地方政府,大部分农民签订了拆迁与租赁协议,但农民的消极态度使这项工作持续了半年才得以完成。由此,伴随着土地被大量征收与流转,农民的空间使用权也就缺乏基本的载体,而旅游产业获得被政府腾空的新布景。

同时,地方政府进一步通过严苛的土地管理,约束农民“不美观”的空间使用行为,以打造与核心景区相匹配的整体环境。为了对B镇的集镇与景区周边村落进行全面整治,地方政府采取了两种手段限制农民的空间使用权:一是利用宅基地管理权,以拆除空心房的名义清理农村的附属房,景区沿线地带的拆除政策尤为严格。事实上,大部分附属房仍在使用,是农民用于养殖家禽与生猪、摆放农具的场地,只是在旅游产业视野下,这些附属房缺乏观赏性,影响游客的视线。为配合旅游区的打造,该镇清理的空心房面积达4000多平方米,涉及300户农户,而其中真正空心的房屋不足20%。二是以规范化用地与环境保护的名义,对乡村各类家庭养殖业与小工业进行整治,全面限制旅游区沿线地带的农民饲养生猪。B镇竹林资源丰富,乡镇的7家竹制品加工小作坊都被以用地不规范的名义拆除,现仅有一家规模较大的竹制品厂被保留。集体土地的产权结构嵌入乡村社会,服务于农民的生产生活,有一套地方性的实践规则。正常状态下,地方政府尊重农民的土地产权实践,保持管理上的“模糊性”与“地方性”^[23]。显然,为了发展旅游产业,农民对乡村空间的自主使用权受到限制,空间的使用权以政府为中介向下乡资本转移。

(二)视觉重构:权利转移与下乡资本的乡村景观再造

腾空的布景为新主体的进入提供了空间。商品化的景观制造依赖大规模资本的投入,且需要承担市场风险,农民很难成为景观制造主体。在这一背景下,下乡资本开始进入乡村场域,成为乡村空间实际使用的权利主体,开始进行景观的制造与经营。因此,旅游产业的景观打造与视觉重构本质上正是权利转移与再分配的过程。

C县采取了国有资本与私人资本合作开发的模式。县旅投公司是园区总体景观的打造与经营主体。随着景区农民的整体搬迁,旅投公司采取封闭式收费管理园区的运营模式,观赏梯田的游客必须购买价值110元的门票才能享有空间的观赏权与使用权。同时,旅投公司的景观打造、资源投入与农民空间使用逻辑截然不同,打造密集性与高吸引力的景观构成了公司的核心原则。在具体操作上,旅投公司根据地势将梯田分为8个板块,并按照差异化原则改造梯田的地貌与植被,使之呈现不同样态以增加景观差异性。种植作物的选择也以观赏性为标准,园区种植了大量的薰衣草、太阳花等游客比较喜欢的花卉,而水稻面积相对减少,且为了尽量延长观赏时间,水稻即使种植也很少按正常时间收割,产量不是公司关注的问题。此外,为了提升观赏的便利性,旅投公司在园区内修建了大量绕梯田分布的旅游公路与观景步道,方便游客从各个角度欣赏梯田景观。

同时,每个景观板块以招商引资的形式引入私人资本,将地方政府征收的宅基地拍卖给下乡资本。在此基础上,私人资本就可以按照商业开发的模式对土地进行经营,并配合景区一同营造乡村景观。C县的梯田项目中,私人资本主要负责商业化的民宿、餐饮开发以及与民宿相配套的观景平台的建设。这些民宿在外观上突出乡土特色,以各式各样的木屋为主;内部则通过各种精致的装修与饰品布置,烘托田园生活的氛围与气息。餐厅供给的食物也以当地的农家菜肴为主,富有乡土气息。尽管在外观上着力凸显“乡土性”,但从根本上来说,这些民宿仍然属于高端酒店,其内部配套设施齐全,并根据城市居民对居住舒适的需求与乡土风情的格调进行打造,其造价远远超过一般的农村房屋,完全遵循商业化的运营逻辑。这些民宿就成为景观价值化与商品化的重要载体,游客要持续观赏梯田景观必须支付高昂的费用。按照本地的标

准,民宿有低、中、高三个档次,每晚最低消费为 888 元,最高消费达到 1988 元。

可以看到,资本下乡是乡村景观重构的过程,是根据游客的需求与视野进行空间再造的过程,“乡土性”成为一种旅游要素,通过资本的组织、建构与经营成为可出售的商品。更重要的是,这也是乡村空间的使用权转移与再分配的过程。通过地方政府的运作,以土地的征收与管理权为基础,乡村的空间使用权逐渐从农民向下乡资本集中,乡村成为必须支付费用才能进入的商品化空间。能够支付高昂价格的市场主体,具有对空间进行使用与观赏的权利。然而,这恰恰就是旅游产业发展的基础。

(三) 景观配套:公共资源吸纳与权利转移

为了实现景区开发以吸引资本进入,地方政府的公共投入扮演着不可或缺的角色。随着乡村旅游被视为乡村振兴的有效推动力,地方政府发展旅游的合法性增强,国家下沉到乡村空间的大量公共资源被整合进旅游产业。在财政收入相对较少的中西部地区,大部分县级政府都不得不集中全县的财力集中打造重点景区。然而,进入旅游产业的公共资源同样服务于乡村景观的制造逻辑,公共资源享有权在这一过程中发生了转变。

C 县是以农业产业为主导的中部地区县,县域内有一定数量的钨矿资源,但其所创造的税收十分有限。C 县一年的基本公共财政收入仅有 14 亿元,属于典型的“吃饭”财政。但为了推动梯田项目的开发,县政府已经累计投入 10 亿元左右的财政资金,其中包括道路建设、拆迁安置、全镇整治、景观打造等一系列与景观制造相关的费用。在地方财政紧缺的约束下,这些经费主要以三种方式取得:一是土地拍卖获得的财政收入。除景区拍卖土地获得的收益,近年来该县有限的商住用地使用权出让所得收益也主要用于支持旅游产业。二是整合惠农项目与资金。县委县政府限制各职能部门的项目使用权,以景区打造为核心统筹各类项目资金,其中包括大量惠农性的农林水项目、乡村道路项目。此外,县政府还将该县唯一一个“小城镇建设试点”指标从交通相对便利的人口大镇移到了交通不便、人口稀少的 B 镇。三是通过项目与土地融资,向银行贷款支持旅游产业。第一、第三种资金整合方式都依靠县级政府对地方财政的透支,通过这两个渠道获取的资金占总投资的 60% 左右。

这些资金来源不同但都属于公共资源,各类惠农项目更是以保障农民的利益为基本目标,农民是这些资源的基本权利主体。在实践中,大规模的公共资源进入乡村被旅游产业吸纳,并按照服务产业经营的原则进行配置。例如,景区开发中,道路建设耗资巨大,这些旅游公路大多以“乡村公路”的名义申请国家项目,在总耗资 1.85 亿元的道路建设中,有 8000 万元就来自惠农性的乡村公路项目。更重要的是,为了达到旅游景区的标准,旅游区的道路密度远高于一般农村,以便利游客出行并从多个角度欣赏梯田景观。事实上,为进一步改善景区环境,该县县政府打算进一步集中资源完善县城到 B 镇的道路与道路景观,预计投资总量 7 亿元。此外,县、乡两级政府在景区外部的镇域也投入了大量与农民需求无关、但有助于景区环境提升的公共资源。例如农民房屋的外立面改造。该镇不少农民都将临街的房屋做店铺使用,且习惯安装玻璃门方便展示店铺内的商品,但为了与景区“乡村性”的环境相一致,政府要求主街店铺的门窗均改为木质门窗,这一项改造就耗费了 5200 万元的公共支出。这些经费支出主要来源于“小城镇试点项目”中市一级政府下拨的项目资金。

四、乡村社会景观化及其对乡村振兴的影响

景观制造是乡村旅游开发的前提条件,但乡村在这一过程中不断被景观化,这并不契合乡村振兴的目标。农民逐渐从乡村空间的权利主体变为相对边缘的群体。这就需要进一步反思乡村社会景观化的本质及其对乡村振兴产生的影响。

(一) 权利结构再造与乡村社会景观化

乡村是国家保护的重要权利空间,它以集体土地制度为基础,是国家各项公共资源下沉与农民进行对接的重要场域。可以说,乡村空间构成了国家保障农民各项权利极其重要的空间载体。景观制造的过程从根本上说是地方政府通过行政权力的运用,重构乡村空间权利结构的过程;其一,通过征地拆迁与土地管理权,限制农民对集体土地的使用权利,从而约束农民进行乡土化生产生活的自主性,为景观制造腾空布景;其二,通过对项目资源的整合与打包,重构国家公共资源的下沉渠道,使大量惠农资源涌向旅游产业,偏离项目的公益目标。原本由农民享有的空间使用与公共资源权利,通过地方政府的运作,逐渐向下乡资本集聚。以此为基础,地方政府与下乡资本才能够按照景观逻辑对乡村空间进行再造。因此,乡村旅游产业的推动在表面上是空间格局的变革,在本质上则是乡村权利结构的重新配置。

显然,一旦资本成为空间塑造的主体,乡村空间也就逐渐从保障农民权利的生产生活载体,变为资本塑造的商品空间,而地方权力保护下的资本与游客的商品交换关系构成了空间的核心关系。由此,景观的商品价值与游客的审美需求开始主导乡村空间的使用,农民在乡村社会低成本开展家庭再生产的权利受到制约。这在根本上弱化了实体乡村的功能内涵,打破了乡村原有的保护性权利结构与社会功能。正是在这一意义上,乡村的景观化本质上是“农村的非农化”,即乡村景观制造的逻辑不断冲击实体乡村的社会功能,使农民从权利主体变为相对边缘的群体。因此,乡村空间权利结构的重组包含着乡村空间性质与空间主体的变化。

(二) 乡村社会景观化的多重负面影响

乡村振兴强调农民的价值主体性,其首要目标就是要满足农民最基本的公共服务需求,优化农民在乡村的生产生活与发展空间。然而,乡村旅游的景观制造逻辑显然背离了这一目标,具体体现在以下两个方面。

其一,农民的土地权利受到一定程度的侵害,并影响乡村低风险低成本生产生活体系的稳定性。在梯田景区的核心区,强制性的土地征收与流转使农民不得不脱离乡村,尽管地方政府在乡镇建设了安置房,但农民难以再耕作土地,且必须负担更高的生活成本。镇域范围内其他农民的利益同样受到损害。乡村空间的使用权是农民进行生产生活的基础,当地方政府对农民的这一权利进行限制时,乡村各类正常的经济活动也就难以开展。一是家庭养殖业受到较大影响。随着附属房拆除与养殖业清理,B镇养殖生猪的农民大幅度减少。二是农业经营的便利性程度下降。C县的土地大多属于山地梯田,一些梯田离农民的居住区较远,农民需要在田间地头建设一些附属房用于存放拖拉机等农机具,这些房屋拆除对农民造成了较大的困扰。梯田种植本来就耗体力,机械化难度较大,随着土地流转带来的耕地减少与种植便利性程度下降,不少农民索性就撂荒土地。

对B镇的农民来说,乡村景观化最重要的影响在于,地方政府为了优化配套的乡村景观大规模关停本地竹制品厂。B镇的林业资源丰富,山林面积占土地总面积的80%左右,有相当一部分林地属于具有经济价值的竹林。竹子一般两年一砍伐,每吨售价500元左右,这是农民家庭收入的重要组成部分。根据竹林面积的大小,各家靠卖竹子每两年能获得1万~2万元的收入。但由于单价低、运费高,竹子一般在本地售卖才有利可图,各个镇区也就形成了以本地市场为依托的竹制品加工小作坊。在地方政府未介入前,农民的竹子大多由该镇的竹制品厂收购,由于不需要支付运费,农民获利空间较大。小作坊的关停直接减少了本地市场的竹子需求,这对本地农民的家庭收入产生了较大的影响。

可以看到,为了塑造符合游客审美观的乡村景观,农民与乡村社会的真实需求反而无法得到满足。乡村旅游并没有收到强化农业价值、增加农民收入等预想的效果,反而使农民低成本的家庭再生产模式难以维系,减少了农民多元化的家庭收入。

其二,乡村景观的制造同样是公共资源被吸纳的过程,农民只能够通过旅游产业间接分享公共资源,这极大地弱化了基层的公共服务能力。将乡村旅游视为乡村振兴的主要抓手,C县集中全县主要的项目资源与可支配财力投入梯田景观的制造,这不仅使地方政府陷入透支财政与负债的风险,更耗费了大量惠农资金,影响乡村公共设施与公共服务的有效供给。以C县的水利项目为例,全县2015年与2016年两年涉农的水利项目经费3000万元左右,大多属于农田灌溉与水土保持项目,然而,这些项目资金的80%用于梯田景区的改造。这意味着,仅涉及7个村民小组的农田美化占用了全县主要的水利项目。大量公共资金的投入看似改善了环境,但事实上,基础设施的建设主要服务于经营性的旅游资本,并不能够真正改善农民的生活与生产环境,农民成为公共资源分配中相对边缘的群体。在梯田景观打造中,一个悖论是,地方政府投入10亿元公共资金打造的景区采取封闭式园区管理方式,农民与这些资源的关联较小。

显然,乡村的公共服务供给远未与农民的需求相匹配。以最基础的乡村道路为例,随着近年来惠农资源的不断下沉,C县大部分的通村公路已经建设完成,但尚未实现通组公路的全覆盖,农民对道路建设仍然有很强需求。此外,本地林地众多且有经济价值,但山林公路的建设滞后提高了农民经营林地的成本,一些海拔较高的林地因交通条件较差,更是难以利用并转化为经济价值。事实上,山林公路一般不需要硬化,只要进行土地平整,保证车辆通行就可以使用,这样能够快速提高山林利用率,达到农民增收的目的。显然,旅游景观的制造使大量乡村公路项目聚集在景区,农民的普惠需求无法得到满足。

(三) 乡村旅游的产业风险与收益不稳定性

在理想状态下,乡村旅游的持续发展能够带来一定的经济效益,扩展乡村的经济机会空间,从而弥补农民的权利损失。但作为一项产业,乡村旅游面临着较大的市场风险。C县的梯田景观同样存在这一问题,梯田景观的确有较大的观赏价值与人文价值,但旅游地的吸引力受综合因素的影响,尤其受交通区位条件的影响^[24]。C县的地理位置相对偏僻,截至2019年,该县所在市尚未通高铁,从江苏、浙江、湖北等周边主要旅游客源地到该市乘坐火车需要耗时8个小时左右,从市区到旅游区还有4小时的车程,这大大降低了旅游景区对游客的吸引力。此外,梯田景观具有较强的季节性,一般只有5月与10月是旅游旺季,其他时间游客数量相对较少。这都增加了该地旅游开发的市场风险。

从当前运营来看,梯田景区目前仍处于亏损运营状态。旅投公司一年的常规运营成本在1000万元左右,门票收入仅200多万元,远远无法承担景区的运营成本。景区建设增加的经济机会也十分有限,核心景区提供了40个左右的岗位,游客增加也使该镇新开了20多家饭店,由于客流量不大,经营较好的饭店纯收入也只略高于农民打工收入。不仅如此,景区招商的8个投资人中,后进入的2个投资人因发现景区客流量较低,增加投入风险较大,已经停止了民宿建设,两栋民宿出现烂尾。事实上,根据县旅投公司经理的估算,门票收入达到5000万元,景区的运营才能保证不亏损,而这只有在当地交通得到根本改善的情况下才有可能实现。可以说,旅游产业带来的经济增量有限,更未根本改变区域的经济结构,难以弥补农民在景区建设中承受的损失。

C县梯田景区发展的困境并非特例,该市不少乡村旅游点的开发都遭遇了这一情况^①。从根本上来说,在乡村旅游与乡村振兴紧密结合的背景下,地方政府的行政推动与公共资源的涌入,使得大量进入乡村投资旅游资本并未真正充分考察产业发展的区位条件与市场风险,这导致产业的经营风险被放大,进一步制约了旅游产业能够发挥的乡村振兴效应。

① C县所在市要求到2019年底,各县至少有1家4A级及以上景区、1家4A级及以上乡村旅游点、3家以上3A级乡村旅游点、1个省级特色小镇。在这一背景下,大量的景点都是政府行政推动的产物,不少景点并不满足旅游产业发展的区位条件与市场条件。

五、结论与讨论

“乡土性景观”被认为是乡村旅游与乡村振兴具有耦合性的重要基础。通过区分景观乡村与实体乡村,分析景观制造逻辑对实体乡村的影响,能够区分两者的差异,并为当前乡村产业的发展提供启示。本文的研究可以进一步归纳与延伸为以下两个方面的讨论。

(一) 乡村产业发展的两种路径

长期以来,受西方社会空间理论的影响,关于旅游产业对乡村空间重塑的研究大多立足于列斐伏尔的空间生产理论,着重进行文化权力分析,强调地方文化在资本经营逻辑中被异化。中国的乡村空间具有特殊性,它并不只有地方性社会与文化共同体的意涵,更大程度上还是国家保障的重要权利空间。这一空间既以集体土地制度作为产权基础,又是国家公共资源输入的基本载体,农民能够在这一空间自主安排低成本的乡土化生产生活实践,也能够享受相对均等化的公共服务,乡村的兜底保障功能在这一过程中得以实现。上文的分析充分表明,乡村景观化不是简单的“地方性”“原生性”文化与商品化、市场化资本冲突的过程,更关键的问题在于,乡村社会的权利关系发生了重组。在地方政府与下乡资本的强势介入下,农民的空间使用权与公共资源享有权逐渐被旅游产业吸纳,这些权利成为资本塑造乡村景观、降低投入成本的重要基础。同时,由于旅游产业的市场风险较大,并不一定能带来区域经济的发展,地方政府的盲目推动又进一步增加了风险发生的可能性。在这一意义上,乡村旅游的景观化发展路径不仅弱化了乡村保障农民权利的实体功能,也很可能使国家的公共资源与乡村社会面临市场风险。

这就为进一步理解乡村产业振兴的路径提供了重要启示。根据乡村产业与乡村权利空间的关系,可将乡村产业发展路径分为两种基本类型:一是包容型发展路径,即产业发展能够包容甚至增加农民在乡村空间的权利,维护乡村基础性的社会保障功能,实现包容型发展;二是汲取型发展路径,即产业的推动以汲取农民在乡村空间的权利为基础,弱化乡村的基础保障功能,或具有较高的风险,将农民与公共资源卷入市场风险,不利于乡村社会的稳定,最终也将损害农民的权利^[11]。乡村产业与农民的权利关系及乡村产业发展的风险性,这两个维度勾勒出了产业发展的两种截然不同的路径。乡村振兴以农民为主体、以乡村的发展与建设为根本目标,在这一意义上,乡村产业振兴必须走向包容型发展路径,以同时达到包容农民权利、维系乡村社会稳定的目标。

当前,C县乡村旅游景观制造的实践模式呈现出汲取型发展的典型路径,它损害了农民的权利、汲取了大量公共资源,且产业风险较高。显然,乡村旅游具有走向包容型发展路径的潜力,但盲目将乡村旅游作为乡村振兴的主要抓手,混淆两者在逻辑上的巨大差异,则是乡村旅游走向景观制造及汲取型发展逻辑的重要原因。从根本上来说,尽管乡村旅游注重旅游的“乡土性”,但它根本上仍然是一种高度依赖特定区域、高市场风险性的产业,当它被广泛应用于不同区位与条件的村庄时,既迫使地方政府通过各种手段集聚公共资源以弥补区域资本吸引能力的不足,也导致大部分缺乏区位优势村庄被发展为旅游点,产业发展的风险大大增强。可以说,乡村旅游过密化的发展必然导致其走向汲取型发展的路径。

(二) 乡村旅游实践的路径转换

乡村旅游要发挥助推乡村振兴的功能,就必须厘清自身的产业性质,从汲取型发展路径走向包容型发展路径。具体而言,可以通过以下三方面明确乡村振兴的主导地位,处理乡村振兴与乡村旅游的关系,建立乡村旅游的合理发展道路。

其一,明确乡村振兴的广泛性与乡村旅游发展的区域性。发展乡村旅游必须减少行政力量的过度干预,强化产业发展的市场理性,尊重不同农村区位条件的差异。我国乡村地域广阔、区

域差异较大,乡村振兴面向所有乡村与农民,具有普惠性;乡村旅游则对地理区位高度敏感,区域的交通条件、资源禀赋、客源地位置都将对产业发展产生较大影响^[25]。作为乡村振兴重镇的中西部农村,在交通条件与市场距离上均不占优势,这些地区发展乡村旅游应当更加慎重。当前,乡村旅游过密化与政府的行政干预密不可分,这既导致大量公共资源浪费,也不利于产业发挥市场理性。因此,必须减少政府的过度干预,产业基础条件较好的地区,可将乡村旅游纳入乡村振兴战略,发挥其积极作用;产业发展不成熟的地区,必须减少地方政府的盲目投入。只有在这一基础上,乡村旅游的市场风险才能得到有效控制,并因地制宜地服务不同地区的乡村振兴。

其二,明确乡村振兴的价值引领地位与乡村旅游的功能性。一旦将乡村旅游引入乡村振兴战略,乡村旅游与乡村振兴就构成了手段与目的的关系。乡村旅游必须服从乡村发展、提升农民福利的目标,协调好产业发展与农民权利保障的关系。乡村振兴的价值主体始终是农民,保障农民权利、推动乡村发展是乡村振兴的重要目标,这意味着,为了推动旅游产业的发展,可以对乡村景观进行一定程度的优化,但不能因此破坏农民正常的生产生活秩序,更不能将农民与乡村社会剥离,侵害农民的土地权利。应当寻找乡村振兴与乡村旅游的契合点,在保障农民利益的基础上发展乡村旅游。例如,尊重农民的生产生活习惯,附属房等乡村房屋完全可以通过改建、美化等方式与乡村景观达到和谐。在农民还未实现城市化前,乡村空间对农民家庭至关重要,乡村旅游不能以瓦解与侵害农民原有的生产生活实践作为发展代价,只有在这一基础上,乡村旅游才能够成为一项服务于农民利益的有效产业。

其三,明确乡村振兴目标的综合性与乡村旅游振兴效应的局部性,建立更综合有效的乡村振兴路径。作为综合性的战略举措,乡村振兴涉及产业、生态、文明、治理、收入等多个综合性目标。乡村旅游无法应对乡村振兴战略的总体需求,只是助推乡村振兴的一条路径,且乡村旅游在配置公共资源时,更倾向遵从产业效率最大化的原则,强调将公共资源集聚在特定的旅游发展区,这难以完全契合农民与农村的需求。乡村振兴需要依托多重制度与机制,并为这些制度与机制提供财政保障。当前,各地政府普遍将乡村旅游作为推进乡村振兴的主要抓手,投入大量公共资源,认为乡村旅游将带来乡村产业、环境、公共服务等多个层面的振兴效果,却忽视了公共资源合理配置与其他制度与机制建设的重要性。因此,应当避免对乡村旅游的过度依赖,均衡公共资源配置,建立完善的保障农民利益的多重制度与治理机制。

参考文献:

- [1] 银元,李晓琴.乡村振兴战略背景下乡村旅游的发展逻辑与路径选择[J].国家行政学院学报,2018(5):182-186.
- [2] 刘榛子.乡村振兴战略的全域旅游:一个分析框架[J].改革,2017(12):80-92.
- [3] 赵承华.发展乡村旅游与振兴农业经济的若干思考[J].农业经济.2007(3):28-29.
- [4] 韦鑫,王小辉.乡村旅游对农业产业转型的推动作用研究——兼评《农业产业转型与乡村旅游发展:一个乡村案例的剖析》[J].农业经济问题,2016(12):108-109.
- [5] 向富华.乡村旅游开发:城镇化背景下“乡村振兴”的战略选择[J].旅游学刊,2018(7):16-17.
- [6] 王景新,支晓娟.中国乡村振兴及其地域空间重构——特色小镇与美丽乡村同建振兴乡村的案例、经验及未来[J].南京农业大学学报(社会科学版),2018(2):17-26.
- [7] 刘朝文,何文俊,向玉成.乡村旅游视域下的乡村振兴[J].重庆社会科学,2018(9):94-103.
- [8] 贺雪峰.关于实施乡村振兴战略的几个问题[J].南京农业大学学报(社会科学版),2018(3):19-26.
- [9] 王庆生,张行发.乡村振兴背景下乡村旅游发展——现实困境与路径[J].渤海大学学报(社会学科版),2018(5):77-82.
- [10] 仇叶.乡村旅游产业的过密化及其对乡村振兴的影响——对乡村产业振兴路径的反思[J],贵州社会科学,2020(12):155-162.
- [11] 谢小芹.旅游景观是如何被制造出来的?——基于黔东南州J村苗寨旅游开发的实证调研[J].中国行政管

理,2017(1):90-95.

- [12] 亨利·列斐伏尔.空间与政治[M].李春,译.上海:上海人民出版社,2015:39.
- [13] 宗晓莲.旅游地空间商品化的形式与影响研究——以云南省丽江古城为例[J].旅游学刊,2005(4):30-36.
- [14] 郭文,王丽,黄震方.旅游空间生产及社区居民体验研究——江南水乡周庄古镇案例[J].旅游学刊,2012(4):28-38.
- [15] 吉根宝,郭凌,韩丰.旅游空间生产视角下的乡村文化变迁——以四川省成都市三圣乡红砂村乡村旅游社区居民体验为例[J].江苏社会科学,2016(4):528-533.
- [16] 彭兆荣.现代旅游景观中的“互视结构”[J].广东社会科学,2012(5):189-197.
- [17] 居伊·德波.景观社会[M].张新木,译.南京:南京大学出版社,2017:1-33.
- [18] Mitchell D. The Lure of the Local: Landscape Studies at the End of a Trouble Century[J].Progress in Human Geography,2001(2):269-281.
- [19] 陆林,任以胜,朱道才,等.乡村旅游引导乡村振兴的研究框架与展望[J].地理研究,2019(1):102-118.
- [20] 吴重庆,张慧鹏.以农民组织化重建乡村主体性:新时代乡村振兴的基础[J].中国农业大学学报(社会科学版),2018,35(3):74-81.
- [21] 仇叶.基层服务型政府建设中的服务泛化问题及其解决[J].中国行政管理,2020(11):32-40.
- [22] 郭鲁芳.旅游经济学[M].杭州:浙江大学出版社,2005:51-61.
- [23] 印子.农村宅基地地权实践及其制度变革反思——基于社会产权视角的分析[J].中国农村观察,2014(4):52-62.
- [24] 刘传喜,唐代剑,常俊杰.杭州乡村旅游产业集聚的时空演化与机理研究——基于社会资本视角[J].农业经济问题,2015,36(6):35-43.
- [25] 吴必虎,黄琢玮,马小萌.中国城市周边乡村旅游地空间结构[J].地理科学,2004,24(6):757-763.

(责任编辑:宋雪飞)

Landscape Manufacturing Logic of Rural Tourism and the Development Path of Rural Industry: Study on the Development of a Terrace Landscape

QIU Ye

Abstract: At present, rural tourism has gradually become an important starting point for local governments to promote rural revitalization. The existing studies put too much emphasis on the coupling between rural tourism and rural revitalization, ignoring the differences in-between. The research shows that rural space is an important right space under the protection of the state. Based on the collective land system, it is an important vehicle for the sinking of public resources to benefit farmers as well as an important space field for farmers to maintain low-cost and high welfare production and life. Rural tourism follows the logic of landscape manufacturing. In practice, local governments attract capital to the countryside to rebuild commercial landscape by absorbing farmers' land use rights and public resources. Landscape manufacturing is not only the process of reorganization of rural spatial right structure, but also the process of weakening rural entity function, which has a negative impact on rural revitalization. This shows that there are two development paths of rural industry, namely, the inclusive development path of increasing farmers' rights and the absorbing development path of squeezing farmers' rights. In order to realize the social revitalization effect, rural industry must complete the transformation from the absorbing development path to the inclusive development path.

Keywords: Rural Tourism; Capital to the Countryside; Rural Landscape Manufacturing; the Main Body of Farmers; Industrial Revitalization