

# 托斯卡纳发展农业旅游的经验及对我国的启示\*

张瑜<sup>1</sup>, 杨晓霞<sup>2</sup>, 向旭<sup>3</sup>

(1. 玉林师范学院 政史学院, 广西 玉林 537000; 2. 西南大学 地理科学学院, 重庆 400715;  
3. 西南大学 经济管理学院, 重庆 400715)

**摘要:**托斯卡纳是意大利农业旅游发展最为突出的大区,在世界上享有盛名。为了促进我国农业旅游的健康发展,可借鉴托斯卡纳农业旅游发展的部分成功经验。托斯卡纳发展农业旅游主要有以下经验:以法律法规规范农业旅游发展;以农业为本;以网络作为营销媒介;以乡土生活方式为卖点;以多样化的培训和学习增强农场吸引力等。由于我国农业旅游在快速发展中存在着大规模扩张、重复建设、旅游活动单一、旅游服务质量低、渐趋城市化等问题,可以借鉴的经验主要包括:1)加快国家和地方的农业旅游立法,以法律法规规范农业旅游发展,从食、住、行、游、购、娱等各方面做出制度性规定;2)准确定位农业旅游,保证农业的主体地位;3)加强旅游目的地网络基础设施建设,建立专业的农业旅游网站,发挥农业旅游网络营销优势;4)强化农业旅游的乡土性,保持当地风貌或生活习惯,强调随意休闲;5)丰富旅游活动,增强农业旅游教育性、学习性。

**关键词:**农业旅游;经验;启示;意大利托斯卡纳

**中图分类号:**F590;P96

**文献标志码:**A

**文章编号:**1672-6693(2012)05-0082-06

我国现代农业旅游起步于20世纪80年代后期。1988年6月28日至7月8日深圳举办首届“荔枝节”<sup>[1]</sup>,被认为是我国农业旅游的开端。进入21世纪,随着国家政策的支持,农业旅游如雨后春笋般快速发展起来。2004年国家旅游局公布了首批306个全国工农业旅游示范名单,其中203个单位成为首批“全国农业旅游示范点”<sup>[2]</sup>。2005年末,又有233个全国工农业旅游示范点通过验收,其中156个单位成为第二批“全国农业旅游示范点”<sup>[3]</sup>。尽管农业旅游在国内遍地开花,成功经营的案例却很少,普遍存在着大规模扩张、重复建设、旅游活动单一、渐趋城市化等问题。我国有90%以上的农业园区长期处于亏损状态,即使没有亏损,也大多处于惨淡经营的困境<sup>[4]</sup>。意大利托斯卡纳农业旅游在欧洲乃至全世界都极富盛名,在长期发展农业旅游的过程中积累了许多经验,学习和借鉴这些成功经验,有助于我国农业旅游的健康发展。

## 1 托斯卡纳发达的农业旅游

意大利是世界上旅游业最发达的国家之一。在

意大利旅游业中,农业旅游作为新兴的生力军发展极为迅速。截止到1996年,全国20个大区已全部开展农业旅游<sup>[5]</sup>。2002年,全国大约有1.15万家专门从事“绿色农业旅游”的经营企业,当年夏季就招徕了120万本国旅游者和20万外国游客到各地的“绿色农业旅游区”休闲度假<sup>[6]</sup>。

意大利农业旅游发展程度可以用农业旅游农场数来衡量。托斯卡纳位于意大利中西部,拥有意大利最典型的民间建筑和最纯正的生活方式,是意大利农业旅游最为发达的大区。全区共有40000座农场,1991—1997年间,开展农业旅游的农场数量增长了225%。2002—2009年间,托斯卡纳农业旅游农场的数量总体呈上升趋势(图1),数量增加了1554,增长率为162%。托斯卡纳是意大利拥有农业旅游农场数量最多的大区,比如,2009年意大利共有农业旅游农场19019家,托斯卡纳则拥有4046家,占全国总数的21.27%,是意大利各大区平均数的4倍,比排名后10位的大区农业旅游农场数量的总和还要多(表1)。

\* 收稿日期:2012-02-23 网络出版时间:2012-9-15 23:19

作者简介:张瑜,女,硕士,研究方向为旅游地理;通讯作者:杨晓霞,E-mail:yangxx\_2004@163.com

网络出版地址: [http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20120915.2319.201205.82\\_019.html](http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20120915.2319.201205.82_019.html)

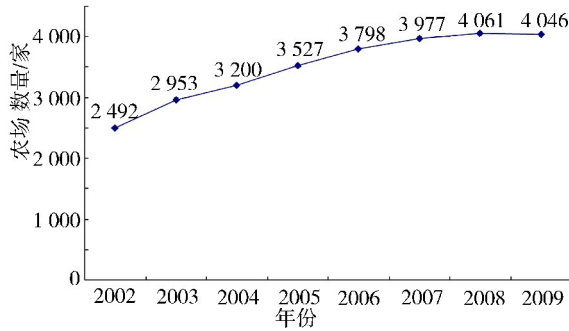


图 1 2002—2009 年间托斯卡纳农业旅游农场数量变化  
资料来源:意大利国家统计局(Istat)。

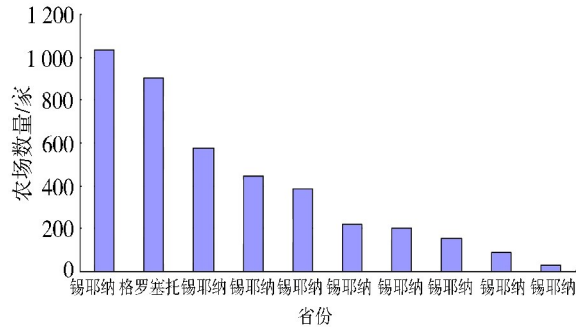


图 2 2009 年托斯卡纳各省农业旅游农场数量  
资料来源:意大利国家统计局(Istat)。

表 1 2009 年意大利各大区农业旅游农场数量

排名	区名	农业旅游农场数量/家	占全国农业旅游农场总数的百分比/%
1	托斯卡纳	4 046	21.27
2	特兰蒂诺-上阿迪杰	3 192	16.78
3	威尼托	1 261	6.63
4	伦巴第	1 246	6.55
5	翁布里亚	1 020	5.36
6	皮埃蒙特	963	5.06
7	艾米利亚-罗马涅	896	4.71
8	坎帕尼亚	849	4.46
9	撒丁岛	775	4.07
10	马尔凯	771	4.05
11	拉齐奥	704	3.70
12	阿布鲁佐	663	3.49
13	西西里	538	2.83
14	弗留利-威尼斯朱利亚	524	2.76
15	卡拉布里亚	482	2.53
16	利古里亚	441	2.32
17	普利亚	282	1.48
18	巴西利卡塔	224	1.18
19	莫利塞	89	0.47
20	瓦莱达奥斯塔	53	0.28
总计		19 019	100

资料来源:意大利国家统计局(Istat)。

据托斯卡纳地区旅游者协会称,农业旅游意味着农场主以为旅游者提供住宿作为农场多样化经营的途径,农场主对开展农业旅游的态度积极。最初的农业旅游是作为地区发展政策的一方面而开展的,是城市化的应对之策。2009 年托斯卡纳共有 4 046 座经营农业旅游的农场,但在各省的分布又是不平衡的,锡耶纳省是托斯卡纳最著名的度假胜地,拥有农业旅游农场数量最多,约占托斯卡纳全区的 1/4,是拥有农业旅游农场数量最少的普拉托省的 36 倍(图 2)。

## 2 托斯卡纳发展农业旅游的经验

### 2.1 以法律法规规范农业旅游发展

意大利是欧盟唯一一个有专门的农业旅游法的国家,主要是为保证住宿设施的质量和特色,保证和促进农业旅游的规范发展和健康成长。如规定接待游客用房必须是非农业生产活动用房;游客的食物必须全部或大部分是本农场或当地农场的产品;组织接待游客的有关人员必须是非农业直接耕种和饲养人员;农业旅游应以从事农业活动为主要内容;农业旅游主要利用农场的现有资源和条件,允许维修原有的庄园或别墅,不准盖新的<sup>[5]</sup>。

托斯卡纳作为农业旅游发展最为突出的大区,除遵守国家的法律法规外也制定了本地区的法规。1987 年,托斯卡纳第一部地区性的农业旅游法律出台。主要是关于建设准则、可接受的重建以及农场新建筑的建设。如农场不允许修建新的建筑物,发展农业旅游必须是现有的但修缮完好、内部装修现代化的建筑;农场主为游客提供食物或出售手工艺品必须要有许可证;如果农场有餐厅,只有客人才有权利拜访,而且食物的原材料必须来自于农场;农业旅游所得一半收入是作为农场的投入,另外一半则作为税收等。

### 2.2 以农业为本

在托斯卡纳,农业旅游大多定位为增加农场收入的有效途径之一,农业是收入的主要来源,始终占主体地位。虽然农业旅游发展总体规模很大,整个大区开展农业旅游的农场颇多,但是单个个体的规模却是偏于中小型。无论是官方还是农场主个体都愿意控制农业旅游的发展规模,保证农业的主体地位。托斯卡纳大区农业旅游发展最好的 5 座农场,从旅游业所得收入占农场总收入的比例均控制在 30% 以内,且农场主并无扩大规模的意愿。

托斯卡纳地区开展农业旅游的农场已经形成农业与旅游业良好互动的局面。如比萨的 Aglioni 农场,其生产的葡萄酒、橄榄油都是纯绿色食品,且非转基因。农场除生产水果、蔬菜、葡萄酒、橄榄油外,还生产无防腐剂的卡纸。这些都是农场的主要收入来源,旅游占据次要地位。卢卡的 A Casa del Tosi 农场,是一家专营蜜蜂产品的农场,生产蜂蜜、蜜露蜂蜜、蜂王浆、蜂胶、花粉和蜂蜡。农业旅游仅是其收入来源之一。

### 2.3 以网络作为营销媒介

托斯卡纳区有专门的农业旅游网站——agriturismo in Toscana,在这里游客可以很容易地找出所有托斯卡纳的农业旅游宾馆。托斯卡纳共有 13 920 家宾馆,其中农业旅游宾馆 4 152 家,约 70% 都有自己的网站。网站的设计包括主页、位置、画廊、房屋、价格、活动、课程、联系我们等几个板块,各板块的主要内容见表 2。网站语言一般以意大利语和英语为主,也有少数网站设有德语、俄语、西班牙语、日语视窗。网站的背景色多姿多彩,很少有单调地以一种颜色为背景的。有的网站首页将自己的农场卡通化展示,如皮斯托亚省小城夸拉塔的 ABBONBRI 农业旅游宾馆(网址为 <http://www.abbonbri.it/index-en.html>),首页便是以卡通形式展示农场,并且分为白天和夜晚视窗,白天阳光明媚伴随鸟鸣,夜晚星光点缀时有虫吟。

表 2 托斯卡纳农场网站的主要板块及内容

序号	板块名称	具体内容
1	主页	农场的介绍,包括农场设施、特色等
2	位置	链接 Google 地图,并提供乘车、船、飞机等的路线
3	画廊	农场一年四季的景色及游客的部分照片
4	房屋	介绍各种类型房间,包括房间型号、等级及室内设施等
5	价格	主要是房屋价格,有最高价、最低价、淡季价、旺季价等,并有在线查询、预定系统以及最新房屋信息
6	活动	主要介绍农场开展的活动,如骑马、钓鱼、观赏动植物等
7	课程	介绍农场开设的一些课程,与农业生产有关的如葡萄酒酿造,或烹饪、瑜伽、按摩、室内装饰等
8	联系我们	农场的联系电话或邮箱

另外,turismo in Toscana 是托斯卡纳旅游的专

用门户网站,备有游客需要查看的托斯卡纳的艺术、大海、高山、SPA、高尔夫俱乐部、公园和自然。托斯卡纳区政府网站和意大利国家旅游局网站也都可以查询到托斯卡纳农业旅游的相关信息。

### 2.4 以乡土生活方式为卖点

乡土性,即农村或农庄、农场所体现出来的简单、淳朴、天然、平和特质。失去了乡土性,农业旅游便不再是农业旅游,也就没有了吸引力。托斯卡纳所有的农场主都一致认为他们提供的是一种生活方式,以真实的农场生活为卖点。食、住、行、游、购、娱等各方面都体现真实的农场生活,绝不造作和修饰。

位于阿雷佐省的“拉孔卡”山庄,没有一间客房有电话或者电视,取而代之的是一个大火炉,屋外是自由自在玩耍的麋鹿和小兽,完全是一派与世隔绝的世外桃源景象。锡耶纳省的 Agra 农场度假中心的两个农场 S. Giuseppe 和 L'Elmo 的住房,均是在原有基础上修缮而成,都保持了典型的托斯卡纳风格。蒙特卡罗宾纳的天使之县(La Contea degli Angeli),所有的住房都是遵循托斯卡纳传统用石头修建而成的,内墙刷上了天然涂料。

托斯卡纳农业旅游活动丰富多样,且与农业、农场、农民紧密相连。在格罗塞托的安东尼奥百合农场,游客可以自由地进行旅游活动。美食者可以尽情地品味农场自产的食材制作的美食,还有众多的以促销当地产品为目的的节日可以参加,如七月野猪宴、八月啤酒节、马铃薯节、鲑鱼节、板栗节等。

### 2.5 以多样化的培训和学习增强农场吸引力

托斯卡纳农业旅游,活动多样且非常重视游客的参与性。游客可以亲自采摘葡萄,亲身体验酿酒的乐趣,可以自由自在地垂钓或骑马。除此之外,还开设有众多课程或培训班,以此来增强农场的吸引力,延长游客游览时间,为农场创收。如卢卡的 Ab-bacca-là 农场,开设了烹饪班,主要教授皮萨、栗子粉蛋糕、提拉米苏、盐渍 farro 蛋糕、Lella 杏仁饼干等的制作,并提供食谱。蒙特卡罗宾纳的天使之县,2011 年 6 月举行西塔基因治疗研讨会,是基本十高级课程班,以“改变你的思想来改变你的生活”作为活动的主题。另外,还有足底按摩课程、专业推拿课程。比萨的 Bio B&B Podere La Sterza,开设托斯卡纳有机烹饪课程,为期 1 周;天然装饰实验室课程,为期 3 天,参加人数最少为 8 人。这些课程都是在酒店顶层的房间上课。另外,还有瑜伽、太极拳、传统医学、自然疗法、花精疗法等课程班。

### 3 对我国的启示

#### 3.1 以法律法规规范农业旅游发展

法律法规可以最大限度地保护农业旅游从业人员和游客的权益,调动双方的积极性,更好地投入到农业旅游发展中。目前,我国还没有针对农业旅游的法律法规,致使农业旅游的发展水平参差不齐,呈不规范状态。各个农业旅游目的地,任意开发,大规模扩张,旅游服务质量低。因此,当务之急就是要加强立法,必须有专门的法律法规明确农业旅游各负责部门和机构的职责,明确农业旅游从业人员和游客的权利和义务,规范从业人员的行为,保障游客的合法权益,确保农业旅游健康有序地发展。

首先,要建立完整的纳入国家法律体系的完整农业旅游法律,在宏观上指导全国的农业旅游发展。其次,开展农业旅游的省市,在遵守国家法律法规的前提下,制订符合本地实际的农业旅游法规或管理条例。无论是国家法律还是地方管理条例,都可以借鉴托斯卡纳大区的立法内容,从农业旅游食、住、行、游、购、娱、农业旅游审批、农业旅游从业人员等各方面做出制度性规定。如规定发展农业旅游过程中,注重生态环境的保护,对于破坏生态者要给予一定程度的惩罚;规定农业旅游用地或用房不能占用农业生产用地或用房;游客的食物必须是全部或大部来自本地,而不是从城区购买;农民直接销售农产品要经过评估和鉴定,以保证其质量;农业旅游活动与农业紧密相连;住宿设施要保证安全、卫生,考虑用水、用电、灭火条件等;严格农业旅游审批制度,避免重复、低水平建设;农业旅游从业人员要经过专业培训,保证服务质量;规定农业旅游税收比例等。

#### 3.2 准确定位农业旅游,保证农业的主体地位

目前,我国的农业旅游存在大规模扩张,农业渐趋次要地位,有的甚至脱离农业,渐趋景区化等问题。众多农业旅游景区(点)将农业资源完全用于旅游,如改良果树品种,仅用作赏花而不结果,渔业资源也仅用来垂钓等。保证农业的主体地位既是农业旅游发展的要求,也是农业发展的要求,更是国家稳定的前提。

农业旅游本就是农业与旅游的交叉产业,二者是密不可分的。在农业旅游发展过程中,无论是政府、企业还是农民,都要准确定位农业旅游。农业旅游,立足于农业,不能超越农业。农业旅游是农业开展多种经营的一个方面,紧密依托农业生产而开展

的。农业为了开展旅游可以进行有针对性的建设,但农业主体地位是不能被削弱的。从一定意义上说,旅游的收入可能要大于农业生产本身的收入,但农业旅游仍然是农业的一个副产品,多样化经营的途径之一,是对农业的旅游再开发。

保证农业主体地位,首先要用法律来规范;其次要引导农民,提高素质,改变思想。通过宣传教育,使农民意识到农业主体地位的重要性。旅游业占主体,农业渐趋此次等地位,农业旅游受外部环境,如经济、政治等影响会较大,收入波动较大。保证农业主体地位,也就保证了农民的基本收入。农民有了这种意识,便会自觉地控制旅游规模,保证农业占主体。

#### 3.3 发挥农业旅游网络营销优势

与其他营销方式相比,网络营销具有经济性、地域性、一体性、个性化和无形性等优点,更重要的是我国具备农业旅游网络营销的可行性。其一,拥有巨大的网络消费群体。中国互联网的普及率达到33.9%,已经超过了30%的世界平均普及率。另有统计显示:中国的手机用户数量目前已逾8亿。其二,我国现有农业旅游营销方式不足,为网络营销提供巨大商机。农业旅游类网站较少,网络营销渠道不健全。第三,农业旅游与网络营销完美互补。农业旅游地区经济相对薄弱,支付电视广告、报纸、杂志等庞大的营销费用比较困难,而且在分布上呈现分散性和广泛性,营销效果不佳。网络营销具有经济性,无需花费庞大的人力、物力、财力,并且覆盖面广、传播速度快,非常适合农业旅游营销。

截至2009年12月底,农村互联网普及率仅为15%,城乡互联网差距拉大。农村互联网相关基础设施薄弱,公共上网资源匮乏是导致农村互联网增速放缓的重要因素之一。加强农业旅游目的地计算机网络基础设施及配套设施建设,提高计算机网络覆盖率是农业旅游充分利用网络营销的先决条件。农业旅游目的地应在政府主导、多方合作下,大力推进信息网络向数字化、移动化、宽带化、融合化和智能化方向发展,加快城乡宽带网、用户接入网、信息资源数据库和综合信息平台等城市及农村信息基础设施建设,扩大城乡有线通信、无线通信和信息网络覆盖率。其次,建立专业的农业旅游网站,把景区(点)、旅游线路、饭店、旅行社、旅游消费品、交通、气候等旅游信息,通过技术手段采集、编辑、处理转换成文字、数字、图形、图像、声音、动画等形式,实现共享。另外,将虚拟旅游纳入网络营销,在农业旅游网

站上设立虚拟旅游模块,将景区(点)立体呈现,让虚拟旅游者获得更多的体验,激发其潜在旅游动机<sup>[7]</sup>。但要注意老年人群体对方便性、丰富性和仿真性最为看重,年轻人更强调体验的仿真性、新奇性和体验性。学历越高对虚拟景观和文化的仿真性以及体验性的要求就越高<sup>[29]</sup>。

### 3.4 强化农业旅游的乡土性

农业旅游产品是整个休闲游乐市场中的一种产品形态,具有较大的竞争性和替代性。产品的差异性越小,替代性越强。当一定区域内农业旅游“普遍”发展起来时,农业旅游产品的地方特色和个性化就成为了产品“不可替代”的生命源泉<sup>[9]</sup>。特色是旅游业的灵魂与生命,没有特色,发展趋同,便丧失竞争力和生存基础<sup>[10]</sup>。农业旅游之所以在短期内能快速兴起,其中重要的原因就是乡土性。我国不少的农业旅游景点在发展过程中,逐渐变了味,城市化、商业化、人工化等“三化”现象严重,建筑物密度大、无特色,与周围的乡土环境不协调,与城市环境反差不大,游客缺乏乡土环境体验的真实感受<sup>[11]</sup>。

湖北省宜昌的梦里老家车溪和西陵峡石碑三峡人家,在开发中存在着民俗项目庸俗化问题,破坏人文生态的现象十分显著,有的为适应某种预先设定的“主题”而大拆大建,扰乱了村落自然形成的历史文化脉络;还有的民俗项目将农村生活、乡土仪式和民间表演平面化、暧昧化、低级趣味化甚至丑化。从旅游者的角度来说,这些旅游项目,没有真实感、没有亲切感,也没有文化的深度,起不到人文熏陶的作用<sup>[12]</sup>。

在发展农业旅游的过程中不能刻意改变当地风貌或生活习惯,要强调随意休闲,真正显现农村天然、朴实、绿色、清新的环境氛围,以及农民真实的生活方式。如乡村道路尽量不要硬化,保留原来的乡间土路;房屋也要保持原貌,修旧如旧;游客饭菜的原材料必须是本地农产品,不必刻意丰富食材,烹饪技艺也是乡村原有的,就餐环境可以是室内可以是室外,保持原真,随意而为;旅游活动内容与农业生产紧密相关,真实展现农业生产活动,不能舞台化甚至低级趣味化。

### 3.5 丰富旅游活动,增强农业旅游教育性、学习性

我国农业旅游活动项目千篇一律,长期停留于吃农家饭、喝茶、打麻将、唱歌等常规活动,缺乏持久的吸引力。大部分果园只有采摘,鱼塘只开发垂钓,不具有链状开发的产业发展思路,综合效益不高<sup>[13]</sup>。柳州多数农业旅游目的地均提供采摘、垂

钓、农家饭、农业观光、棋牌娱乐等项目,个别开发区又形成了完全同质的旅游产品<sup>[14]</sup>。合肥市农业旅游产品开发层次上,普遍较为粗糙,只停留在提供住宿和餐饮的低层次上<sup>[15]</sup>。

要让游客最大限度地体验农村生活、感受农村的乡土性,旅游活动就不能仅仅停留在浅层次的采摘、垂钓、吃农家饭等,要深入开发。首先要丰富旅游活动内容,尽可能多的综合农林牧副渔,以丰富的产品组合吸引游客,延长其停留时间,提高消费水平。可以举行一些以当地主要农产品为主题的节日,同时配合传统节日。节日的设计要迎合各类人群。其次要增强农业旅游的教育性和学习性。在这方面应充分借鉴意大利托斯卡纳地区的经验,在农业旅游中加强对游客农业知识、农业技术、农村生存方式、农村艺术等的传授与培训。根据季节,实地教授游客水稻插秧、小麦种植或其他农产品种植技术。可以开设简单的课程班,讲授农具的使用、农作物习性、农产品的多种食用方法等。这些课程班可以是免费也可以收取少量费用。另外,还可以将土地分为若干小块,承包给游客,游客可以自己选择作物种植,周末或假期可以到自己的地上劳作,平常由农户照料。这样既欣赏了乡村美景,舒缓了心情,也体验了劳作的乐趣。

## 4 结语

近年来,随着我国社会经济的快速发展,旅游已开始进入普通百姓的生活中,加之农业产业结构调整进程的加快和新农村建设的持续开展,农业旅游在全国各地蓬勃发展,但在快速发展过程中也存在着诸多问题。托斯卡纳不仅是意大利农业旅游发展最为突出的地区,也是全世界农业旅游的典范,在农业旅游发展方面有许多成功的经验。其中,特别值得现阶段我国农业旅游借鉴的经验主要包括:1)加快国家和地方的农业旅游立法,以法律法规规范农业旅游发展;2)准确定位农业旅游,保证农业的主体地位;3)加强农业旅游目的地网络基础设施建设,发挥农业旅游网络营销优势;4)强化农业旅游的乡土性,保持当地风貌和生活习惯;5)丰富旅游活动,增强农业旅游教育性、学习性。

### 参考文献:

- [1] 杨丽萍.荔枝节曾是深圳人的“大堂会”[N].深圳特区报,2010-06-08(7).
- [2] 国家旅游局.首批全国工农业旅游示范点名单(共 306

- 个)[EB/OL]. (2004-07-12)[2011-05-04]<http://www.cnta.gov.cn/html/2008-6/2008-6-2-21-23-21-207.html>.
- [3] 国家旅游局. 2005 年度全国工农业旅游示范点名单(共 233 个)[EB/OL]. (2005-12-31)[2011-05-04]<http://www.cnta.gov.cn/html/2008-6/2008-6-2-21-23-21-203.html>.
- [4] 廖萌. 中国农业旅游发展研究[D]. 福州: 福建师范大学, 2007.
- [5] 陈军. 意大利的“绿色假期”——农业旅游[J]. 世界农业, 1998(6): 50-51.
- [6] 王玉堂. 国外农业旅游点滴[J]. 山东农机化, 2007(3): 33.
- [7] 张瑜, 杨晓霞, 徐晓霞, 等. 中国农业旅游网络营销探析[J]. 西南农业大学学报: 社会科学版, 2011, 9(11): 6-9.
- [8] 杨文娟, 王昕, 胡传东. 基于体验的虚拟旅游质量评价实证研究[J]. 重庆师范大学学报: 自然科学版, 2012, 29(1): 101-105.
- [9] 刘文敏, 余美莲. 国外农业旅游发展状况及对上海的启示[J]. 上海农村经济, 2007(9): 39-41.
- [10] 毛端谦, 刘春燕, 李志华. 江西旅游分区及其开发评价[J]. 江西师范大学学报: 自然科学版, 2002, 26(1): 86-89.
- [11] 刘婧, 张培. 国内农业旅游管理探微[J]. 农村经济与科技, 2006(12): 109-110.
- [12] 黄蓉. 新农村建设背景下的农业旅游发展思考——以宜昌为例[J]. 农村经济与科技, 2007(3): 94-95.
- [13] 孙权. 河南省农业旅游发展现状与优化对策研究[J]. 科技信息, 2008(26): 568.
- [14] 夏容军. 浅析柳州市生态农业旅游发展现状及趋势[J]. 财经界, 2010(4): 30-31.
- [15] 孟志伟. 合肥市观光休闲农业旅游的现状、问题及发展对策[J]. 安徽农学通报, 2007, 13(23): 5-8.

## The Development Experience of Agritourism in Toscana and the Inspiration to China

ZHANG Yu<sup>1</sup>, YANG Xiao-xia<sup>2</sup>, XIANG Xu<sup>3</sup>

(1. School of Politics and History, Yulin Normal University, Yulin 537000;

2. School of Geographical Sciences, Southwest University, Chongqing 400715;

3. College of Economics and Management, Southwest University, Chongqing 400715, China)

**Abstract:** Toscana is the most prominent region in developing agritourism in Italy, and has great reputation in the world. The development of Toscana agritourism has following experience: laws and regulations to standardize the development of agritourism; agriculture-based; web as a marketing medium; the local way of life as a selling point; a variety of training and learning to enhance the attractiveness of the farm. There are many problems in the rapid development of our agritourism, such as large-scale expansion, redundant construction, single tourism activities, low quality of tourism services, gradually to urbanization. In order to promote the healthy development of China's agritourism, we can learn some successful experiences from Toscana agritourism, including: (1) Speed up the legislation of national and local agritourism, standardize the development of agritourism through laws and regulations, and make the institutional provisions from the aspects of food, shelter, transportation, travel, shopping and entertainment; (2) locate the position of agritourism accurately, ensure the dominant position of agriculture; (3) strengthen the network infrastructure of tourism destination, establishment professional agritourism website, and play the advantages of agritourism internet marketing; (4) strengthen the locality of agritourism, maintain local style or habits, emphasize casual and leisure; (5) enrich tourism activities, and enhance the educational and learning meaning of agritourism.

**Key words:** agritourism; experience; inspiration; Toscana

(责任编辑 欧红叶)