

doi:10.3969/j.issn.1674-117X.2020.06.011

# 乡村旅游升级发展的创新理念及实践路径

罗秋明, 田定湘

(湖南工业大学 商学院, 湖南 株洲 412007)

**摘要:** 乡村旅游作为联结农村和城市、农民和市场、一产和三产的纽带, 已成为实施乡村振兴战略的重要抓手。随着消费者休闲度假、文化、审美等需求的不断提高, 乡村旅游需要融入“精致乡村、休闲乡村、社区营造、月光经济、微旅游、乡村+”等新的发展理念, 并使之通过有效处理乡村旅游中的“加和减”“大和小”“内和外”等关系得以落地, 促进乡村旅游产业朝品质化、专业化、高级化转向, 助推乡村振兴战略的实现。

**关键词:** 乡村旅游; 乡村振兴; 创新理念; 实践路径

**中图分类号:** F590

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1674-117X(2020)06-0080-07

**引用格式:** 罗秋明, 田定湘. 乡村旅游升级发展的创新理念及实践路径 [J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2020, 25(6): 80-86.

## Innovative Ideas and Practice Paths of Rural Tourism Upgrading and Development

LUO Qiuming, TIAN Dingxiang

(College of Business, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

**Abstract:** As a link between rural and urban areas, farmers and markets, primary industry and tertiary industry, rural tourism has become an important support for the implementation of the rural revitalization strategy. With the continuous improvement of consumers' demands for leisure vacation, culture and aesthetics, rural tourism needs to integrate new concepts such as "exquisite villages, leisure villages, community construction, moonlight economy, micro-tourism, and village +", and put these concepts into practice by effectively dealing with the relationships of "plus and minus", "big and small", "internal and external" in rural tourism, so as to promote the transformation of rural tourism industry towards quality.

**Keywords:** rural tourism; rural revitalization; innovative ideas; practice paths

中共十九大会议上, 习近平总书记指出中国特色社会主义建设进入了新时代; 他提出, 在新的历史时期, 我国三农发展要实施乡村振兴战略, 并提出了“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治

理有效、生活富裕”的20字总要求。乡村振兴战略中, 产业兴旺是重点, 产业融合是途径。旅游业作为一种连接自然文化资源和外部市场的综合型产业, 与乡村振兴存在着耦合联动关系。一方

**收稿日期:** 2020-10-15

**基金项目:** 湖南省科学技术厅科技创新决策暨软科学重点项目“湖南省加大全社会研发经费投入对策研究”(2017ZK3067)

**作者简介:** 罗秋明(1962—), 女, 湖南华容人, 湖南工业大学教授, 研究方向为教育管理、旅游心理;

田定湘(1968—), 男, 湖南麻阳人, 湖南工业大学研究员, 研究方向为旅游规划。

面乡村振兴为乡村旅游提供了基础和保障，引导和推动乡村旅游发展；另一方面乡村旅游则是乡村振兴的重要抓手，它既是乡村振兴的关键内容，也是乡村振兴的发动机和助推器。随着我国乡村建设的发展，乡村旅游在人们的旅游选择中占据了越来越大的比重。与此同时，旅游消费市场的消费者也越来越趋向于分众化、小众化；他们看重文化生活，注重体验性、探究性。因此，面对越来越多元化、个性化的旅游消费需求，乡村旅游要实现升级化发展，就必须赋予乡村旅游新的时代释义，并用新的发展理念指导乡村旅游发展。

### 一 乡村旅游内涵的时代释义

我国乡村旅游产业起源可追溯到 20 世纪 80 年代，从起步到发展，先后经历了从无到有、从弱到强、从单一到多元、从自发到自觉、从无序到有序的过程，其已从乡村旅游 1.0 发展到 3.0 阶段，部分地域甚至已经进入 4.0 时代（如表 1 所示）。

表 1 乡村旅游的发展阶段与特点

发展阶段	发展时间	发展特点
乡村旅游 1.0	约 1987—1999 年	看农家景，尝农家饭，干农家活，享农家乐；内容和形式比较单一，没有规模化效应；开发意识逐渐由被动到主动，由自发到自觉
乡村旅游 2.0	约 2000—2010 年	由同质化、个体化、分散化向多元化、规模化、特色化升级，旅游的综合效应有所提高
乡村旅游 3.0	约 2010 年至今	产品特色化、形式多元化、发展产业化、运作组织化、服务标准化
乡村旅游 4.0	现在—未来	精致化、休闲化、社区化的多元乡村旅居

从乡村旅游的发展过程中，可以看到其内涵、价值都在不断变化，它是市场需求自发拉动和政府积极推动共同作用的结果，也是现阶段解决“三农”问题、助推乡村振兴的重要途径。要实现下一阶段乡村旅游的升级发展，进一步阐释和解读乡村旅游的时代内涵就变得尤为重要。

关于乡村旅游内涵的界定有多种不同表述。世界旅游组织的解释是，乡村旅游是旅游者在乡村（通常是偏远地区的传统乡村及其附近）逗留、学习、体验乡村生活模式的活动。我国旅游学界对乡村旅游概念没有统一的界定。王兵认为，乡村旅游是以农业文化景观、农业生态环境、农事生产活动以及传统的民族习俗为资源，融观赏、

考察、学习、参与、娱乐、购物、度假于一体的旅游活动<sup>[1]</sup>。何景明和李立华认为，乡村旅游是指在乡村地区，以具有乡村性的自然和人文客体为旅游吸引物的旅游活动<sup>[2]</sup>。刘德谦认为，“乡村旅游，就是以乡村地域及农事相关的风土、风物、风俗、风景组合而成的乡村风情为吸引物，吸引旅游者前往休息、观光、体验及学习等的旅游活动”<sup>[3]</sup>。卢小丽等将乡村旅游定义为“旅游者以休闲、学习为目的进行的以乡村环境为基础，以乡村物质和非物质文化遗产、自然风景和农业活动为核心旅游资源，以城市居民为主要客源市场，以可持续旅游为发展导向的旅游形式和旅游活动”<sup>[4]</sup>。这些界定涵盖了乡村旅游的场域、吸引物及消费者行为动机等，但是作为一个发展中的概念，需要更多地从“三产”融合、“三生”和谐、“三农”协同发展视角去赋予乡村旅游新的时代内涵。

第一，现代乡村旅游是一个泛旅游概念，它将传统农业、创意农业、休闲旅游、观光旅游和现代服务业融合在一起，拓展开发了如会务度假、休闲娱乐、康养培训、研学教育等新兴旅游方式，主要包括观光、娱乐、康养、休闲、养生、民俗、访祖、旅居、学习等形式。

第二，乡村旅游是一种新型产业，以“三生”（生态、生产、生活）产业结合实现农业与旅游的有机连接和一二三产业融合发展，其主要以特色产业发展为主。乡村旅游是在乡村地域上进行的，它主要依托各种涉农资源，参与经营与服务的主体主要是农民，包括新农民。

第三，乡村旅游既融合三产，又连通城乡，更富含“乡愁”；乡愁中包含了乡村在地性的文化传统、风土人情、民风民俗。

第四，乡村旅游强调“产业融合”的发展理念，收入主要以业态经营为主，通过与乡村各种资源相融合，从而产生新的盈利方式和业态；其依托优质生态资源、良好农业生产和乡村产业资源，以及传统文化、地域文化、民俗文化；新、奇、特的项目和跨界经营思维方式以及多元化的背景支撑构成乡村旅游的核心因素。

第五，新时代的乡村旅游发展模式不同于以往粗制滥造、千篇一律、供需失衡、产能低效的发展模式，应从供给有效、对接精准、生态保护以及产业升级四大方面出发，形成一种供需均衡、

文旅融合、绿色发展、产业升级的良性循环。

## 二 乡村旅游升级发展的创新理念

乡村旅游时代内涵的变化是与政策经济环境、社会文化环境下消费者不断变化、不断升级的多元化旅游消费需求紧密联系的。目前,旅游消费者需求已从“旅游”向“旅居”过渡、从传统向精致过渡、从体验猎奇向生活方式过渡,消费趋势也开始从物质消费向精神消费再向文化消费转型,因此,乡村旅游发展理念也要不断创新突破、提质升级,与消费者需求精准对接。

### (一) “精致乡村”理念

以往乡村旅游形式多数比较粗糙,设施环境相对简陋,主题内涵比较肤浅。很多乡村具有独特的传统文化基因和自然生态禀赋,经过精致的打造,其会拥有更加独特的魅力,成为人们向往的“诗和远方”。结合消费者越来越个性化、品质化的需求,乡村旅游发展必须走精致化发展之路。在尊重传统乡村肌理的前提下,打造精致社区、转型精致农业,并进行文化植入。

### (二) “休闲乡村”理念

“休闲乡村”是以乡村产业为基础的一种休闲氛围浓郁、休闲功能完备、休闲产业特征鲜明的特色化新型乡村旅游形态。“休闲乡村”理念的实现,要求以传统村落资源为基础,以乡村产业为核心,以乡村文化为灵魂,以满足游客品质生活追求为目标。它不仅有休闲度假产业与现代农业、健康产业的融合,还包括了全景式的乡风乡情与文化产业、新型城镇化的融合。

### (三) “社区营造”理念

以往的乡村旅游开发往往只从消费端出发,把乡村环境和资源当作道具来进行旅游开发,重在“打造旅游”。随着消费需求的升级,乡村旅游产品也需要进行供给侧改革,由食宿为核心的功能性产品向价值层面的体验型产品转向。未来的乡村发展要综合平衡消费者与原住民、返乡创客、生态移民的不同需求,设计出以价值体验为主的产品体系,创造文创空间、邻里中心、书舍等多种业态,将项目地当作一个社区来营建,将游客当作一个社群来运营,既满足游客对于度假的需求,也注重原住民、返乡创客、生态移民的社区体验。

### (四) “月光经济”理念

以往乡村旅游大多以半日游、一日游为主,注重的是白天观光或休闲。未来的乡村旅游要注重开发夜间旅游体验活动,如乡村咖啡屋、乡村书屋、啤酒屋、休闲茶吧、乡村剧场等,通过这些休闲体验业态,丰富游客的夜间生活,让更多游客产生住下来的念头。同时,夜间的文化娱乐活动也是提升本地村民生活品质、使他们有更强的幸福感、获得感的重要路径<sup>[5]</sup>。

### (五) “微旅游”理念

“微旅游”相对于长途旅行来说,是一种时间较短、距离较近的旅游方式,其不需要做仔细的出游攻略,比较随意轻松,乡村旅游是“微旅游”消费者的首选。区域优势比较突出的城市近郊型乡村要对接目标消费者的需求,开发一些游客喜闻乐见而又新颖独特的项目形式。力求在某一个“微”点上做到极致,通过打造个性化“微”产品,成为周边游客假日必去打卡的休闲娱乐微基地<sup>[6]</sup>。

### (六) “乡村+”理念

不同于从产业角度出发侧重产业叠加与整合的“农业+”,“乡村+”理念更强调把乡村看作一个整体,关注乡村发展的和谐永续,注重乡村的生产、生活、经济、文化以及环境等全方位的整合共生,以避免顾此失彼或短视而带来的急功近利现象发生,其最终的着眼点在于增强村民的幸福感、获得感。事实上,也只有村民有了强烈的幸福感,才可能真正让游客获得对乡村文化的认同。

## 三 乡村旅游创新理念的实践路径

理念的创新要落到实处,还需要将实现路径切实落到实处,这其中,尤其要有效处理乡村旅游中“加和减”“大和小”“内和外”之辩证关系。只有这样,才能真正推进乡村旅游的升级发展。

### (一) 处理好乡村旅游升级发展中“加和减”的关系

#### 1. 实施“乡村旅游+”,促进三产融合

乡村旅游的“加”法是指以“乡村旅游+”为思路,以“大旅游”“大农业”、城乡结合、农旅融合为基础,以“康养、文化、休闲度假、体育健康、教育”等为主题,以“民宿、现代农业产业园、休闲乡村、田园综合体、特色小镇”等



为主要开发建设形式, 将“吃、住、行、游、购、娱”+“厕、导、智”与“商、学、养、闲、奇、情”+“福、文、体”结合起来, 实现旅游与各个行业的联结, 丰富旅游产品和旅游业态, 实现产业融合, 多元并进, 协同发展。通过整合资源, 以形成规模效益, 提高盈利水平。其具体包括以下几个方面:

(1) “农旅+康养”, 对接“银发经济”。老年消费者出于审美需求、补偿心理和健康长寿动机, 大多向往乡村风光和田园生活。开发康养、健身、旅居产品是乡村旅游潜力巨大的市场, 但目前乡村基础设施落后和医疗养护等配套服务不完善, 制约了乡村老年旅游产品向中高端养生度假产品进一步发展。可以选择一些已经初步形成品牌影响力的地域以及生态环境较好的城市近郊型乡村, 根据老年人的生理、身体特点, 配套建设一些适合老年人的服务设施。通过乡村旅游+康养来带动乡村劳动力转移, 同时也通过与休闲疗养游客的长期交流, 改善乡村居民的生活理念和生活方式<sup>[7]</sup>。

(2) “农旅+休闲度假”, 对接消费者休闲度假需求。随着“旅居”观念深入人心, 尤其是新冠肺炎疫情之后, 消费者去乡村休闲、避暑等度假需求也日益增长。据此, 乡村旅游应该大力发展民宿产业, 通过建设休闲乡村、避暑村镇、避暑山庄、避暑农庄、共享农庄、房车自驾营地、微营地、主题酒店等, 满足消费者的休闲度假需求。这样, 既为游客提供了乡村特色住宿体验, 也为村民提供了参与乡村旅游的就业渠道, 并可创造更多就业机会, 让农民“离土不离乡”, 在家门口务工经商, 就近创业, 从事游览导赏、民俗表演、农事教练、餐饮美食、手工艺品、土特产加工销售等工作。

(3) “农旅+文化”, 对接消费者个性化的精神文化需求。消费者对休闲度假生活的个性化、品质化需求在不断提升, 因此乡村旅游中独特的文化体验尤显重要。对此, 可在保存乡村文化的原真性和独特性基础上, 加以旅游开发, 建设“农旅+红色文化”“农旅+传统文化”“农旅+历史文化”“农旅+民俗民族文化”等多样化主题的文旅村镇、艺术村镇、乡村动漫基地、乡村非遗展示馆、乡村音乐部落、民俗风情馆等, 推出演艺、摄影、写生、采风、展示等乡村旅游产品。

通过对乡村地域文化的传承、挖掘与提升, 塑造特色乡村文化意象; 通过创新表现形式, 不断推出文旅融合创新发展的新业态新产品, 拉长体验式旅游消费链, 培育文化旅游消费新热点; 通过“文化+旅游+科技”的融合, 将乡村的文化基因和文化元素通过创意策划、提炼, 再借助技术性和创造性的表达, 转化为艺术性场景和故事, 营造沉浸式消费体验, 带给游客深刻的认知和情感体验, 让乡村文化可感知、可体验、可享受、可消费。

(4) “农旅+体育”, 对接消费者运动健康需求。据此, 可针对登山、徒步、探险及健康管理等需求, 建设运动公园、运动小镇、乡村营地、拓展基地、马术俱乐部、休闲露营地等运动健身场所, 推出攀岩、徒步、野营、探险、登山、划艇等竞技或娱乐项目, 满足消费者多元化的运动、健康消费需求。

(5) “农旅+教育”, 对接消费者研学、团建需求。组织成员的团建, 各层次在校学生的教育实践、研学等需求, 是乡村旅游的一个巨大市场, 因此, 依托现有的乡土资源和现代农业设施, 结合农业科技、农业景观、农业产品资源, 建设教育农园、高科技农园、文化创意农园、乡村博物馆及户外拓展训练场所等, 将团建、研学和现代农业旅游结合起来, 建设一批研学旅行和培训拓展基地, 是实现“农旅+教育”的重要途径。

## 2. 延长旅游产品链, 增强产品溢价能力

乡村旅游以农业为基础, 是农业与旅游业之间相互延伸、有机融合的产物。乡村旅游开发要以农业为主导产业, 通过农产品的研发、种植、深加工、包装、储藏、物流运输、销售等一系列活动, 实现产业化发展, 并与旅游活动进行有机整合, 以提高农业产品的溢价能力。可以立足各地的资源优势和文化背景, 研制和开发地域文化特色浓、技术含量高、携带方便的有机农产品、农副土特产品和特色旅游纪念品, 通过文化创意设计, 提升农产品附加值。这样, 不仅可以满足旅游者的多层次购物需求, 还可以带动农产品结构调整, 丰富旅游产品多元化, 延伸乡村旅游的产业链。此外, 也可以通过发展“月光经济”, 丰富乡村夜间文化生活。在一些发展较为成熟的乡村旅游区, 可以开发一些夜间休闲旅游产品, 如建设精品民宿、乡村咖啡屋、休闲茶吧、啤酒屋、乡村

书屋、乡村剧场等,这样既能丰富游客的夜间生活,使之更深层次地体验乡村文化生活,又能带动乡村经济发展,提升村民的文化素养和文明意识。

### 3. 精简管理流程,缩短供需之间距离

乡村旅游的“减”,是指尽可能减少供给与需求之间的环节,使得村民在农副产品销售、小额贷款、乡村旅游创业就业等环节上的活动更加简洁顺畅,以吸引更多在外务工的村民返乡就业创业,以及新农人到乡村投资和创业。

做好乡村旅游“减法”,离不开各级政府和机构的政策与技术支持。如在顶层设计上,相关部门需要对乡村旅游发展作出宏观布局、规划设计,指明发展的方向和基本思路,有统有分,有主有次,优先发展城市依托型,景区依托型,传统文化、红色文化资源依托型村镇。在机制建设上,需要构建部门或机构常态联席机制,协调乡村旅游在资金、人才、技术等方面的问题,避免出现部门之间因利益分割、责任推诿而导致的办事难现象。在项目运营上,需要文化、旅游主管部门牵头搭建交流、合作平台,联合农业农村、新闻广电、企业、乡村旅游规划策划机构等,组织各类节事赛事,推介乡村旅游产品。在乡村旅游管理上,要制定或完善乡村旅游产品质量标准、乡村旅游开发环境标准、生态修复技术标准等;同时地方文旅部门要加强乡村文化场所、文化演艺活动的指导与监管,逐步建立权责明确、运营高效、监督规范的管理模式,促进乡村旅游有序规范发展。

### (二) 处理好乡村旅游升级发展中“大和小”的关系

这里的“大”即做大知名度、影响力,“小”即做小做精做细旅游产品和服务。

#### 1. 做大品牌影响力,打造乡村旅游 IP 形象

(1) 联手大众媒体,扩大品牌知名度。大众传播有其独到的影响力和传播范围。乡村旅游部门可联手电影、电视及网络视频、综艺、音乐等平台,借助其品牌影响力进行品牌传播。2019年,湖南省文化和旅游厅携手湖南广电联合出品的我国首档乡村振兴文旅纪实节目《乡村合伙人》,基于“综艺+文旅”这一模式,其一方面借助湖南卫视的品牌效应而引人关注,另一方面也为乡村发展解决了一些实际问题,同时还为节目赞助商长沙银行的普惠金融政策做了有效宣传。节目

选择26个特色乡村,充分挖掘乡村文旅资源,并进行资源价值的开发与升级,多角度呈现湖南乡村美食美景、民风民俗。由此可见,乡村旅游要善于通过策划和制造话题,来吸引媒体、业界的关注,以扩大知名度和美誉度,推动自身快速发展。

(2) 用好社交媒体,增强品牌美誉度。乡村旅游要走上高质量发展之路,必须通过对乡村文化生活、氛围空间、事件活动、音影作品、品质服务等全方位的创新运营,打造能够在消费者心中留下深刻烙印的品牌,使之在消费者心中从“一生一定要去的地方”变成“现在就要去的地方”。首先可以利用VR、MR、AR等新型技术,构建故事化、场景化、特色化的传播内容,充分利用各种网络媒体、旅游平台等进行乡村旅游内容和品牌传播。其次,可以利用网红进行传播。网红在旅游景点录视频、做直播,容易获得粉丝的关注和打赏。网红宣传过的景点,一般都能吸引不少游客去跟风观赏。第三,可以通过旅游直播进行宣传推介。通过乡村自然山水、生态美景、人文习俗场景的直播,不仅可以扩大其知名度,还可以利用直播来推介当地的土特产品,带动农产品销售,提高村民的收入水平。成功的IP形象打造,会引发消费者的自传播,他们会把自己看到的创意设计、美轮美奂的场景意象、震撼人心的造型或视觉映像,用视频、直播、图片、文字等多种方式在旅游、社交App上分享。

(3) 策划各类赛事,强化品牌吸引力。乡村旅游可以通过策划乡韵十足的赛事、节庆、会议等活动,聚集人气,提升品牌吸引力,拓宽农业附加值。比如,可随着季节的不同,春耕、秋收时节,举办插秧比赛、秋收比赛、最大果实评比、美食文化节、丰收节、生态艺术节、乡村艺术节、乡村音乐节等,通过主题开发、文化展示、网络营销等方式将其推向市场,提高乡村知名度。比如,贵州丹寨高要梯田,每年都随春夏秋冬不同季节,推出高要梯田大地艺术观赏、摄影比赛等。这些节事活动引发了消费者的高度关注,也为村庄聚集了大量人气,同时也极大地促进了品牌影响力的提升<sup>[8]</sup>。

#### 2. 从细处着手,打造精致乡村

(1) 美化乡村环境,促进生态宜居。乡村旅



游的发展离不开良好的生态环境、完善的基础设施和公共服务体系。在乡村旅游开发中, 要将绿水青山的潜在优势, 转化为金山银山的现实优势, 在让乡村天更蓝、地更绿、山更清、水更秀, 让空气更新鲜、水源更洁净、环境更优美的同时, 推动乡村经济发展。因此, 乡村旅游发展要在科学规划的前提下, 以保护生态优先的原则为基础, 对乡村资源进行适度的保护性开发, 统筹生态、生产、生活三大空间, 以“多中心、网格化”形式实行组团式、集约节约式发展, 避免集中连片式大开发, 防止以地产为导向人为建造与乡村景观隔离、与传统文化背离的旅游村镇。在具体项目建设上要源于建设而超越建设, 实现乡村旅游创新发展。如在景观设计中要融入现代技术、文化创意手段, 利用乡村的河流、小溪、山谷、民俗风情以及生活方式等元素, 构建和谐优美的生态空间, 打造多版块、多类型、多格局的体现乡村生态、生产、生活、休闲特点的景观系统。又如对道路、房屋、空地、水体等进行精心设计, 因地制宜布局一些微景观; 对于乡村的古树古井古建筑等标志性资源, 深挖其文化内涵, 设置二维码, 让游客扫码就可以了解其背后的历史、故事等。总之, 在营造自然美的同时, 要体现人工创造美, 实现项目个性化、设施景观化、环境生态化的建设效果, 解决好“千镇一面”“千村一面”“空心化”“脏乱差”等问题, 推动农村绿色发展, 真正把绿水青山变成金山银山。

(2) 明确发展定位, 凸显本土特色。据此, 可根据不同地域的区位条件、经济水平、文化特点, 整合资源, 打造独特景观, 建设体现地域特色的乡村旅游项目。如浙江湖州市德清县就立足于打造“莫干山国际休闲旅游度假区”和“中国·德清莫干山国家山地户外运动基地”的产品目标定位, 明确了高端、精致、国际化的发展方向, 致力于将西部山区逐步建设成以商务休闲、户外运动、生态养生和农村体验等四大功能为主的文化旅游创意产业区。嵊州的越剧小镇, 围绕越剧文化来做功课。这里全年都有戏曲表演, 成为戏剧文化交流的著名小镇, 避免了其旅游产品与其他地方同质化或雷同化现象。因此, 乡村旅游的开发与发展, 要凸显品质和特色, 通过提供独特的消费体验形成自身的 IP 形象<sup>[9]</sup>。

### (三) 处理好乡村旅游升级发展中“内”和“外”的关系

这里的“内”主要是指乡村自身可挖掘的内部资源, “外”主要是指需要借力和引进的外部资源。

#### 1. 盘活内部资源, 实施利益共享

在乡村旅游发展中, 要处理好乡村旅游“产业发展与农民受益”的关系, 建立合理的利益联结机制, 引导村民积极参与当地的旅游开发。要把“以农促旅、以旅强农”作为乡村旅游发展主线, 建立“企业+村集体+村民+创客”多主体共建共创共享、多元联结、公平公开、可持续发展的利益分配机制(如“农民合作社模式”“股份制模式”等企农契约合作模式)。同时, 要建立乡村管理农户参与机制。通过建立灵活多样的集体决策、信息公示、民主监督、意见反馈等农户参与机制, 防止本地旅游企业和农户、农户个体之间的恶性竞争, 营造出政府引导、政策支持、市场规范、运行有序的良好发展环境, 从而为游客提供更优质、更高效的服务。

#### 2. 吸纳外部资源, 助推乡村发展

##### (1) 鼓励乡贤乡绅返乡创业, 壮大人才队伍

要充分利用“一村一大”等国家政策优势, 鼓励大学生、乡贤乡绅、在外务工人员返乡创业就业, 鼓励原籍在乡的公职人员、退休人员回乡投资、养老, 吸引城镇居民在乡投资、观光、休闲, 允许符合要求的公职人员回乡任职。对于回乡创业人才实行以奖代补政策, 加大创业补贴、财政税收、投融资渠道等优惠政策的扶持力度, 支持乡贤及新兴技术人才返乡创业, 吸引更多人才投身现代农业。

##### (2) 创新乡村旅游业态, 吸引外部资源

以乡村旅游创客基地为引擎, 吸引文创活动、艺术体验、康养研学等多元业态集聚, 培育发展网络化、智能化、多元化现代乡村旅游产业新模式, 发挥“旅游+”产业融合的双效驱动力量, 创新打造体育小镇、康养小镇、观光农业公园等旅游新形式, 吸引各种人才和创客团队投身乡村旅游发展, 为乡村旅游发展提供智力支持。

##### (3) 构建协同合作机制, 促进资源整合

一是合伙人机制。通过各级政府搭建的乡村旅游供需对接网络或线下平台, 发布旅游资源、合作规则、人才招聘信息, 实现企业、机构、资本、

专业技术人才的对接认领,构建共建共享的合伙人机制。

二是一对一帮扶机制。沿用精准扶贫的工作思路,机关、事业单位、高校等在委派驻村干部的同时,在管理、专业技术、市场资源、土特产品销售上与乡村旅游形成合理对接。

三是社区支持机制。以美国 CSA 即社区支持农业的模式(在全球性的生态危机和食品安全危机背景下,一些农民和城市消费者主动连接起来,建立的以“风险共担、收益共享”为特点的一种农业生产模式)为原型,在一些以种植生态有机农产品为主要特色的乡村建立乡村旅游的社区支持系统,这样不仅能够促进农业的永续发展,同时还能为城市居民提供假日休闲游玩的场所,为亲子教育提供科普平台,有利于吸引更多新农人到乡村创业就业<sup>[10]</sup>。

四是景区带村机制。这种机制是指景区依托的乡村与景区形成利益联盟,错位发展,以弥补景区旅游内容的不足;景区根据相关协议向乡村导流,二者形成共赢的发展模式。

五是企业带村机制。这种机制是指乡村与大型企业对接,开发企业绿色生态修养、有机农作物种植基地,如万达集团的丹寨小镇、伟大集团的青龙湾小镇等。

目前,全国乡村旅游开发建设如火如荼,乡村旅游发展离不开政府的支持、引导和相关政策的支撑。同时,乡村旅游要因地制宜,突出特色,分步推进。学习先进并不是要一味地复制人家,而是要以新的发展理念为指导,根据自身的地域与文化特色,寻求农文旅的深度融合,以满足人

们的美好生活需要为出发点和落脚点,以保护乡村原生肌理与自然风貌为主要原则,通过传承地区特色文化与传统工艺,让久居都市的游客在乡间享受返璞归真、慢节奏的品质生活方式,“望得见山、看得见水、记得住乡愁”,最终促进乡村旅游产业朝品质化、专业化、高级化转向。

#### 参考文献:

- [1] 王 兵. 从中外乡村旅游的现状对比看我国乡村旅游的未来[J]. 旅游学刊, 1999, 14(2): 38.
- [2] 何景明, 李立华. 关于“乡村旅游”概念的探讨[J]. 西南师范大学学报(人文社会科学版), 2002, 28(9): 127-128.
- [3] 刘德谦. 关于乡村旅游、农业旅游与民俗旅游的几点辨析[J]. 旅游学刊, 2006(3): 14.
- [4] 卢小丽, 刘伟伟, 王立伟. 乡村旅游内涵标准识别及其比较研究: 对中外 50 个乡村旅游概念的定量分析[J]. 资源开发与市场, 2017, 33(6): 762.
- [5] 胡锦涛, 吴兴杰. 新的风口: 夜间经济[J]. 经济, 2019(7): 86-88.
- [6] 王嘉文. 以乡村微旅游带动美丽乡村建设路径研究[J]. 乡村科技, 2016(18): 59.
- [7] 李泓沅, 储德平. 安养乡村、乐享田园: 养老型乡村旅游地新机遇: 基于养老旅游、乡村旅游与生态旅游的融合发展[J]. 资源开发与市场, 2015, 31(4): 493-496.
- [8] 熊继红. 乡村旅游营销创新探究[J]. 合作经济与科技, 2018(20): 118-120.
- [9] 郎富平. 浙江乡村旅游提升发展研究[J]. 小城镇建设, 2017(3): 91-96.
- [10] 师 宁. 农业供给侧改革背景下内蒙古引进 CSA 模式的思考[J]. 内蒙古统战理论研究, 2018(2): 30-31.

责任编辑: 黄声波