

农文旅融合背景下乡村特色旅游开发模式研究

郑杰珂

重庆建筑科技职业学院, 重庆 401331

摘要: 乡村特色旅游开发不能仅依靠自然景观和短期活动吸引游客, 还需将农业生产、乡土文化和旅游服务组织成能够持续经营的产品。本文从资源转化、产品联动和主体协同三个方面分析农文旅融合的内在逻辑, 提出农业场景体验、乡土文化体验、特色产业链延伸和村庄整体运营四种开发模式。研究发现, 当前乡村特色旅游开发仍受资源辨识不清、体验内容单一、主体合作松散及后续运营不足等现实制约。对此, 需从资源梳理入手, 丰富旅游产品, 整合经营主体, 加强联合运营, 进而提升乡村特色旅游开发的发展质量。

关键词: 农文旅融合; 乡村特色旅游; 开发模式; 乡土文化

0 引言

农业、文化和旅游在乡村有天然联系。田间种植为游客提供可参与的生产场景, 地方饮食和手工技艺让农产品具有可讲述的来历, 旅游消费又为农产品销售创造需求。随着各地乡村旅游项目增多, 仅有“看风景、吃农家饭”的安排, 已难以支撑游客反复到访。一些村庄修建了游步道、布置了景观节点, 开业时颇为热闹, 过了一两个旅游季却游客锐减、经营荒废。乡村特色旅游如何形成自身特点, 并将游客消费转化为村庄的长期收益, 仍需从开发模式上寻找答案。

1 农文旅融合背景下乡村特色旅游开发的内在逻辑

1.1 资源转化

乡村特色旅游的开发, 首先要弄清楚本地有什么值得游客了解, 而不是先决定建什么项目。农田、果园和手工作坊容易被看作旅游资源, 但它们能否形成吸引力, 还取决于背后的生产方式能否被游客感知。资源转化也应尊重原有用途, 农田要保证正常生产, 节俗活动不宜为迎合游客而随意改变。只有把适合开放的环节梳理清楚, 再安排参与方式、接待时间和收费内容, 乡村资源才能逐步转化为可经营的旅游产品。

1.2 产品联动

乡村旅游项目常常分散在不同场地。游客在一处采摘, 到另一处吃饭, 想参加手工体验还要另行联系。产品联动就是围绕一次出游的实际过程, 把农业体验、乡土文化和旅游服务接起来。以当地特色作物为线索, 游客可以先到田间认识种植方式, 再参与适宜的农事活动, 随后品尝相关食品, 离开时购买便于携带的产品。产品之间的联系越清楚, 游客越容易理解村庄的特色, 经营者也更容易通过餐饮和产品销售形成相互支持的收入。

1.3 主体协同

乡村特色旅游需要有人提供场地和产品, 也需要有人负责推广与公共服务。村集体、农户和企业各有优势, 合作能否稳定, 关键在于开发之初是否把责任与收益谈清楚。村集体可以协调公共空间和基础设施, 农户提供农产品、房屋或农事体验, 企业负责线路设计、预约和宣传。各方有明确的参与方式, 旅游开发才能从少数经营者的项目, 逐步成为村庄能够共同维持的事业。

2 农文旅融合背景下乡村特色旅游开发模式的构建

2.1 农业场景体验模式

农业场景体验模式适合有稳定种养产业、农户愿意参与接待的村庄。开发时不必另造一套与生产无关的设施, 可以从农田、果园和加工场所中, 挑选游客能够安全参与的环节。以果品种植村为例, 春季可以观察开花和授粉, 夏季认识果树管护, 秋季参与采收与分拣, 冬季则安排果干制作或果品品尝。游客在不同季节来到村庄, 都能接触真实的农业生产。这一模式的收入不只依靠采摘门票, 还可以与农家餐饮、农产品销售相衔接。

2.2 乡土文化体验模式

乡土文化体验模式以村庄仍在使用的传统手工和节俗活动为基础, 适合文化传承脉络较清楚的地方。开发的重点是让游客了解这些文化如何存在于当地生活。组织地方食品制作活动时, 可以由村民介绍原料从哪里来、通常在什么节令食用, 再带游客完成适宜参与的工序。一次体验结束后, 游客记住的便不只是一种食品, 还有它与村庄生活的联系。经营团队可负责预约、服务和宣传, 具体内容则应由熟悉本地文化的人参与设计。

2.3 特色产业链延伸模式

特色产业链延伸模式适合已有代表性农产品或手工业产品、具备一定加工和销售基础的村庄。开发需要以现有产业为主线,让游客看到产品如何从原料变成成品,并通过体验带动购买。以茶叶产业为例,线路可以从茶园参观开始,接续采制工序讲解、茶叶品鉴,最后进入销售环节。游客理解了种植和加工过程,对产品品质的判断也会更具体。村庄还需做好产品分级、包装与后续购买渠道,避免游客当场喜欢,离村后却无法复购。

2.4 村庄整体运营模式

当一座村庄的农田、餐饮和手工作坊分散在不同位置,单个农户很难独立提供服务,便可以采取村庄整体运营模式。这一模式需要先梳理哪些空间适合接待游客、哪些仍以村民日常使用为主,再把可开放的项目串成线路。村集体可协调公共场地和基础服务,农户自主经营餐饮、住宿或体验活动,运营团队负责预约、导览和商户之间的衔接。对刚起步的村庄,可先运营一条线路或一个片区,根据游客反馈和村民意见调整规则,再考虑扩大范围。

3 乡村特色旅游开发的现实制约

3.1 特色资源挖掘不足

不少村庄并不缺少可用于旅游开发的资源,却缺少对资源的细致梳理。哪些资源具有鲜明的地域特征,哪些能够转化为游客可参与的活动,哪些受到季节或接待能力限制,往往没有在项目启动前得到充分判断。谈到村庄特色,往往先列出山水或农田等看得见的景物,对农产品的种植经验、地方文化的形成过程以及村民仍在使用的传统手工艺关注不够。有的地方决定发展旅游后,先建设观景平台、打卡装置,再为这些设施寻找故事,结果村庄外观变了,游客却难以说出它与邻村有什么不同。与此同时,一些地方更关注资源的外观改造,对熟悉本地生产与生活的村民参与不足,导致开发内容与乡村实际脱节。项目规划沿用相似的空间布置和活动形式,真正具有地方辨识度的内容反而未能进入旅游产品。

3.2 旅游产品体验单一

农文旅融合要求游客在一次出游中接触乡村的农业生产、地方文化和日常生活,但部分村庄的产品仍以观光、采摘和餐饮为主。游客能够看到田园景色、购买农产品,却很少有机会了解农产品的生产过程、地方饮食的来历,以及这些内容与村庄生活的关系。即便设置了手工活动,由于参与环节较短,讲解内容较浅,体验结束后难以留下清晰的印象。更突出的问题是,各项产品缺少联系:农业活动结束后没有相应的品尝或加

工体验,文化展示与本地产业联系不紧,餐饮和住宿也只是提供常规服务。游客参加了几个项目,仍难以感受到这个村庄独有的特点。产品安排还常依赖采收季和节庆活动,平日及淡季缺少稳定开放的内容。

3.3 经营主体协同不畅

乡村特色旅游需要把农业生产、文化体验和旅游服务接在一起,但这些环节通常由不同主体经营。农户负责提供农产品、技艺活动,餐饮、民宿经营者接待游客,村集体则协调公共空间。各方虽在同一村庄开展经营,日常联系却不够紧密。有的旅游线路由外部团队设计,农户只在游客到来时提供场地和原料,难以参与活动定价与内容调整。有的文化体验由个人单独承接,营业时间和接待人数未与其他项目衔接,游客到了现场才发现无法参加。协同不畅还体现在公共事务和收益安排上。游客增加后,停车、保洁、道路维护等支出随之上升,但承担费用的主体未必能从经营中获得相应收入。由于缺少定期商议的机制,经营中出现的服务投诉和淡季安排难以及时解决。

3.4 项目运营缺乏持续性

部分乡村旅游项目把主要精力放在建设和开业推广上,对建成后的日常运营考虑不足。项目启动时有活动、有宣传,也能吸引一批游客。活动结束后,体验课程无人组织,导览信息没有更新,损坏的设施迟迟得不到维修。游客按照线上介绍来到村庄,却发现商户未营业或项目需要临时联系,出游体验与预期产生落差。乡村旅游客流具有明显的季节和周末特征,如果仅按节假日的接待量配置人员和设施,平日便会面临较高的维护成本。为节省开支停止日常服务,又会进一步影响口碑,形成客流减少与服务收缩相互作用的局面。一些村庄虽然积累了预订记录和游客评价,却没有定期分析哪些活动受欢迎、哪些投诉反复出现,产品几年不变,宣传方式却不断更换。缺少明确的运营主体,即使前期投入较多,也难以把一时的关注转化为长期客源。

4 乡村特色旅游开发的落地路径

4.1 梳理资源,明确开发主题

乡村特色旅游开发应从村庄自身的资源出发。开展项目策划前,需对农业生产、自然环境和传统技艺等进行梳理,同时记录资源的使用主体、开放时间与维护状况。对具有开发价值的内容,应邀请熟悉本地情况的村民参与讨论,核实其来历和使用方式,避免仅凭外部印象确定旅游卖点。在此基础上,选择最能体现村庄特点、又具备稳定供给条件的资源,形成清晰的开发主题。主题确定后,线路、活动、餐饮和商品都应围绕

它展开，而不是看到流行项目便不断增加新设施。资源较分散的村庄，可以先选取一处农业生产场景或一项地方技艺开展小规模接待，观察游客反应及村民参与情况，再逐步连接其他资源。

4.2 丰富产品，深化游客体验

丰富乡村旅游产品，关键是让农业、文化和旅游服务围绕同一主题形成连续体验。开发者可按照游客到达、参与和离开的过程安排内容，使每个环节有所承接。游客在田间认识本地作物后，可以继续了解其加工方法，品尝相关食物，并在离村时购买本地产品。活动之间建立了联系，游客对村庄特色的理解才不会停留在单次观光。考虑到游客停留时间不同，可分别设计短时体验、半日线路和周末行程，并明确预约人数、活动时长与收费。季节变化也要进入产品安排：丰收时突出田间活动，农闲时则组织加工、饮食或手工体验。产品供给保持稳定，游客才能依据真实信息安排行程，村庄也更容易积累口碑。

4.3 整合主体，完善利益联结

农文旅融合涉及的经营者较多，需要通过明确分工把各环节组织起来。村集体可负责公共空间协调与基础服务，农户依据意愿提供农产品、场地和农事体验，运营团队承担线路组织、预约销售及日常沟通。合作开始前，应把场地使用、服务标准、费用承担和结算方式写清楚，尤其要明确活动取消、设施维护及游客投诉由谁处理。承担讲解、示范和接待工作的村民应获得相应报酬；旅游项目所需农产品可通过稳定采购与本地生产衔接，经营中使用公共设施产生的收益，也应有一部分用于保洁、导览和日常维修。各方能够看到自身投入与所得之间的关

系，才愿意长期提供产品和服务，村庄也才能形成较为稳定的整体接待能力。

4.4 加强运营，建立反馈机制

乡村特色旅游不能在项目建成后只等待游客上门，需要有人持续负责活动排期、商户协调和设施检查。村庄可根据经营规模确定运营负责人，统一发布开放时间、预约方式、活动价格及交通信息，避免线上介绍与现场服务不一致。对季节性项目，应提前说明开放时段，并及时调整线路；对民宿、餐饮和体验活动，则需协调接待人数，防止游客集中到访时某一环节无法承接。运营中的反馈应具体到产品和服务。可按月记录预约与实际到访人数、各活动参与情况、农产品销售及游客评价，同时听取村民对交通和环境维护的意见。运营与反馈形成固定的工作安排，乡村特色旅游才有条件从短期项目转向持续经营。

5 结语

农文旅融合为乡村特色旅游提供了更多开发选择，但模式能否奏效，取决于村庄能否把自身资源转化为稳定、真实的体验。农业场景、乡土文化、特色产业链和村庄整体运营四种模式各有适用条件，不能脱离本地产业基础和经营能力照搬。针对资源挖掘不深、产品联系不足、主体协作松散及后续运营乏力等问题，村庄应先明确开发主题，再组织游客行程，理顺参与者的责任与收益，并依据日常反馈调整服务。只有让游客认识村庄的独特之处，让农户从持续参与中获得收入，乡村特色旅游才能由短期吸引走向长久经营。

参考文献：

- [1] 史慧慧. “和”文化驱动下乡村农文旅融合创新模式研究[J]. 山西农经, 2026, (18): 98-100.
- [2] 卢就. 乡村振兴战略下农文旅产业可持续发展路径研究——以柳州市为例[J]. 经济研究导刊, 2026, (16): 35-40.
- [3] 秦燕, 邓新芳, 马燕. 农文旅融合助推乡村现代化新业态发展的路径与空间营造[J]. 农业经济, 2026, (8): 126-128.
- [4] 杨芳, 刘峻基. “农文旅融合”助推山东省县域特色产业高质量发展路径初探[J]. 中国市场, 2026, (19): 9-12.
- [5] 王华东, 冯子衿, 徐运红. 农文旅融合赋能乡村振兴的作用机理、现实困境与优化路径——以内蒙古赤峰市为例[J]. 农村经济与科技, 2026, 37(12): 1-4+27.

基金项目：“课题项目：2026年度重庆市沙坪坝区智库调研课题“红岩精神赋能下沙坪坝区农文旅融合发展路径与模式创新研究”（课题编号：2026SPBKXKT66）。”