

2023 年中国休闲农业与乡村旅游发展 报告：政策、模式与趋势 (2023 年)



中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会

博雅方略研究院

2024 年 1 月

目录

一、政策环境	3
二、发展态势	5
(一) 国内旅游产业的发展态势	5
(二) 休闲农业与乡村旅游产业的发展态势	7
三、市场的新需求	8
(一) 出游前行为特征	9
(二) 出游中行为特征	12
(四) 出游后行为特征	16
四、供给侧的新特征	18
(一) 经营表现向好，模式向“集群”“集约”转型	18
(二) 产品和服务不断创新，消费场景多元	18
(三) 功能定位从农家乐，转向休闲、食宿、研学等一体化	19
(四) 投资趋于谨慎，融资难度加大	19
五、2023 年实践模式类型与特征	20
六、未来趋势	21
(一) 融合联动跨界一体化	21
(二) 发展的新方向新业态	22

新时代的乡村振兴，要把特色农产品和乡村旅游搞好，你们是一个很好的样子。希望大家继续努力，百尺竿头更进一步，在乡村振兴中取得新的更大成绩。

——出自 2023 年 1 月 18 日习近平总书记通过视频连线看望慰问基层干部群众时的讲话

2023 年，疫后复苏的第一年，面对新冠肺炎疫情的严重冲击和复杂多变的内外形势，休闲农业与乡村旅游行业认真贯彻落实习近平总书记关于“三农”问题、乡村振兴、乡村旅游的重要论述和中央农村工作会议精神，开展文旅休闲活动赋能乡村振兴，大力发展特色农业和乡村旅游，释放农文旅消费潜力，推动休闲农业与乡村旅游高质量发展。

一、政策环境

党中央国务院对休闲农业和乡村旅游发展高度关注，并纳入“三农”工作和乡村振兴战略总体布局之中，中央一号文件、政府工作报告均对农业休闲、乡村旅游作出安排。文化和旅游部、农村农业部联合有关部门出台一系列政策规划、务实举措，推动休闲农业与乡村旅游提质增效，发展迈上新台阶。

把“促进提质增效”摆到更加突出的位置，资源整合和政策集成，着力提升休闲农业与乡村旅游产品和服务的市场竞争力。2023 年 1 月 2 日，中共中央国务院《关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》（中央一号文件），强调“培育乡村新产业新业态”，内容涉及“乡村餐饮购物、乡村休闲旅游精品工程、乡村民宿、乡村旅游公路、农耕文化传承保护”等方面。2 月 3 日，农村农业部《关于落实党中央国务院 2023 年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见》，提出“实施乡村休闲旅游精品工程”，建设一批全国休闲农业重点县，认定一批中国美丽休闲乡村，推介一批乡村休闲旅游精品景点线路，培育发展教育农园、研学基地、乡村露营游、乡土文化体验游等新模式；实施“新型农业经营主体提升行动”，全面推行家庭农场“一码通”管理服务制度，推广应用“家庭农场随手记”记账软件，支持有条件的小农户成长为家庭农场、家庭农场组建农民合作社、合作社根据发展需要办企业。9 月 27 日，国务院办公厅《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展若干措施》，开展乡村旅游提质增效行动，推动提升乡村旅游运营水平，建设一批富有地域文化

特色的乡村旅游重点村镇，推动实施旅游民宿国家标准，打造“乡村四时好风光”线路产品，开展“游购乡村”系列活动，因地制宜打造美丽田园、景观农业、农耕体验、休闲渔业、户外运动等新业态。11月1日，文化和旅游部关于印发《国内旅游提升计划（2023-2025年）》的通知，开展文化产业赋能乡村振兴试点，推动提升乡村旅游运营水平，推动一批全国乡村旅游重点村镇、乡村旅游集聚区、国际乡村旅游目的地。

把“实施精品工程”进行到底，立标杆、树品牌，建设一批、认定一批、推介一批，构筑中国休闲农业与乡村旅游目的地系统。2023年1月17日，农业农村部办公厅《关于公布2022年全国休闲农业重点县名单等通知》，认定北京门头沟等60个县（市、区）为2022年全国休闲农业重点县。1月12日，文化和旅游部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局联合开展文化产业赋能乡村振兴试点工作，并制定《文化产业赋能乡村振兴试点工作方案》；9月11日公布首批63个文化产业赋能乡村振兴试点名单。1月19日，文化和旅游部、人力资源社会保障部、国家乡村振兴局《关于公布2022年“非遗工坊典型案例”的通知》，确定66个2022年“非遗工坊典型案例”。4月13日农业农村部办公厅《关于开展2023年中国美丽休闲乡村推介活动的通知》，决定开展2023年中国美丽休闲乡村推介活动，并于9月12日公布2023年中国美丽休闲乡村名单，推介北京房山张坊镇大峪沟村等256个村落为2023年中国美丽乡村，其中北京市怀柔区怀北镇河防口村等79个乡村为农家乐特色村。11月25日，文化和旅游部办公厅、国家发展改革委办公厅《关于做好第五批全国乡村旅游重点村镇遴选推荐和全国乡村旅游重点村考核评估工作的通知》，启动新一批全国乡村旅游重点村镇遴选推荐工作，并对第一批全国乡村旅游重点村进行考核评估。12月25日农业农村部《关于公布2023年全国休闲农业重点县名单》，提出2023年继续开展全国休闲农业重点县申报工作，并对前两批认定进行监测。

把“文旅赋能乡村振兴”落到实处，试点探索与经验推广，推动建设宜居宜业宜游和美乡村。2023年1月6日，文旅部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局联合印发《关于开展文化产业赋能乡村振兴试点的通知》，提出“探索实施文化产业赋能乡村振兴新路径”，促进乡村文化和旅游融合发展，形成可复制可推广的典型经验做法在全国推广，推动建设宜居宜业宜游和美乡村”。3月21日，文

化和旅游部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局、国家开发银行《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》，提出推动创意设计、演出、音乐、美术、手工艺、数字文化、节庆会展等业态与乡村旅游深度融合，设计开发具有文化特色的乡村旅游产品，形成具有区域影响力的乡村文化名片等具体要求。5月22日，体育总局、中国文明办、发展改革委、教育部、国家民委、财政部、住房城乡建设部、农业农村部、文化和旅游部、卫生健康委、共青团中央、全国妇联《关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见》强调“深化体旅农商融合发展”，推动体育与农业、商业、旅游、健康、养老、教育培训等产业深度融，为乡村经济赋能。

把“人力资本”放在重要位置，发挥乡村文化和旅游带头人的示范引领和辐射带动作用。2023年5月19日，文化和旅游部办公厅、农业农村部办公厅印发《乡村文化和旅游带头人支持项目实施方案（2023-2025年）》，每年培养支持500名左右的全国乡村文化和旅游带头人和一定数量的省级乡村文化和旅游带头人。

把“金融服务实体经济”作为出发点和落脚点，引导更多金融资源配置到休闲农业与乡村旅游重点领域和薄弱环节。2023年7月17日，文化和旅游部联合中国银行印发《文化和旅游部办公厅 中国银行关于金融支持乡村旅游高质量发展的通知》，从“加大信贷投放”、“推进产品创新”、“开展综合服务”等方面，加大对乡村旅游高质量发展的金融支持。

二、发展态势

休闲农业与乡村旅游的发展是全国旅游产业发展的重要组成部分。国内旅游产业发展为休闲农业与乡村旅游的发展提供了坚实的基础和条件。

（一）国内旅游产业的发展态势

1. 国内旅游业强势复苏，节假日旅游市场火爆

在经济回暖和促消费政策等各种利好因素的推动下，旅游市场持续升温，各地旅游景点“人从众”景象再度回归。2023年前三季度，国内旅游总人次36.74亿，比上年同期增加15.80亿，同比增长75.5%；居民国内出游总花费3.69万亿元，比

上年增加 1.97 万亿元，增长 114.4%¹。

全年节假日旅游市场从恢复转向超越，呈现高开高走的态势。从春节“开门红”到五一的“火爆小长假”，从八九月的“热闹暑假”到中秋国庆的“超级黄金周”，越来越多的人走出家门追寻心中的“诗与远方”。居民旅游需求得到集中释放，居民出行大幅度增加，在带动相关消费扩大的同时，为中国经济稳步向好提供“活力”和“热度”。

表 1 节假日旅游市场表现（2023）

	旅游出游人数 (亿人次)	同比 (%)	恢复至 2019 年同 (%)	旅游收入 (亿元)	同比 (%)	恢复至 2019 年同 (%)
春节	3.08	23.1	88.6	3758.43	30	73.1
五一	2.74	70.83	119.09	1480.56	128.9	100.66
十一	8.26	71.3	104.1	7534.3	129.5	101.5

数据来源：文化和旅游部数据中心

2. 市场推陈出新涌现众多新热点

受文化和旅游系统创新供给、旅游消费政策提振等多重因素促进，旅游消费需求得到集中释放：城市漫步、野外煮茶、特种兵式打卡景点/城市，住进乡村民宿享受休闲度假“慢生活”，奔赴心仪的美景感受不一样的生活节奏，从心出发，旅游成为一种人们的日常生活方式。主要旅游目的地及热门景区消费活跃度持续高位运行，旅游需求多样性和个性化并存，“热点更热、冷点不冷”特征明显。

2023 年是国内旅游“破圈出圈”的一年，表现在以下的方面：（1）一场席卷全国全网的“进淄赶烤”开启 2023 味蕾游，因食而动、为吃而游，“食在美好中国”带火多地美食市场；（2）北京动物园的三太子萌兰、成都大熊猫基地的花花与和叶，“去看网红熊猫”让“萌”游快速出圈，动物园成了都市游的必选和热门打卡地；（3）登高观夜景、夜间光影秀、街景夜游、演艺演出、美食酒吧等带火了一条条主题文化街，夜骑、夜跑、夜爬等激活了一座座名山大川，小酒吧、文创店、精酿吧等沉浸式潮玩打卡点燃文旅融合新“夜”态；（4）探寻一座城市，了解一段历史，博物馆游的火爆程度惊艳了世界，考古盲盒、马踏飞燕、三星堆青铜小人等“花式”文创产品让文物与文化遗产“活起来”，成为更受年轻人喜爱的“打开方式”；（5）冬

¹ 文化和旅游部数据中心

奥会到亚运会，大运会到地方赛事，精彩纷呈，“跟着赛事去旅行”成为新亮点，登山、滑雪、徒步、潜水等体验型运动项目成为“新宠”；（6）“村超”、“村BA”、“村晚”等“村字号”IP实力出圈，土得对味、看点纷呈让群众性文化体育活动“热”起来、“爆”起来；（7）从“南方小土豆”到“小砂糖橘”，从“南北差异的亲切互动”到“全网瞩目的萌娃游学”，冰城哈尔滨“花式宠客”燃了整个冬季文旅市场……让2023年文旅以“火爆”完美收官。

（二） 休闲农业与乡村旅游产业的发展态势

1. 复苏势头强劲，花式繁荣爆点多

经过3年蛰伏，中国休闲农业与乡村旅游市场重回高速增长态势，行业复苏领跑旅游业。据携程平台数据，2023年，国内前三季度乡村旅游订单量已恢复至2019年同期的264%，复苏势头强劲。2023年携程平台乡村民宿供给量创造了5年以来最高的44%增长，总量达到历史峰值33万家，四川九寨、安徽金寨、贵州毕节等多地民宿节假日出现“一房难求”现象。

休闲农业与乡村旅游产品创新层出不穷，玩法花式繁荣，爆款频出。2023年携程平台上新增乡村旅游产品种类超500个，平均每天就会有1.4个新的乡村游产品上线。全国近6万个行政村开展乡村旅游经营活动，涵盖了观光、休闲、康养、避暑、冰雪、耕读、研学、娱乐等诸多产品体系，有效带动了特色种植、生态养殖、土特产加工、民俗展演、旅游装备租赁、直播带货、乡村电商、物流配送、民居修缮等新业态发展，已成为居民周末休闲消遣的主要选择和常态化方式。

2. 发展视野拓宽，迈向多元化、标准化、国际化道路

休闲农业与乡村旅游在多元化、标准化、品牌化、国际化发展道路上迈出了坚实步伐，探索出众多可持续发展的路径，为国际乡村旅游创新发展提供“中国样本”。（1）多元化乡村旅游目的地体系将田园乡村与文旅、休闲、艺术、时尚、科技、研学、餐饮、民宿等多重元素叠加，围绕乡宿、乡游、乡见、乡识、乡味等5大主题，补齐产业链、服务链、价值量、创新链，实现乡村旅游的全面升级，形成“望得见山、看得见水、记得住乡愁、留得住人”的乡村旅游发展新格局。（2）乡村旅

游标准化、品牌化进程加速。2023年农村农业部遴选认定中国美丽休闲乡村（中国村落）256个，农家乐特色村79个。截止2023年10月，文化和旅游部会同国家发展改革委遴选出四批全国乡村旅重点镇（乡）198个，全国乡村旅游重点村1399个。

“五一”假期、暑期、中国农民丰收节和国庆假期到来之际，文化和旅游部分别应时推出“乡村四时好风光”全国乡村旅游精品线路，共计四期，主题分别为“大美春光在路上”“乡土中国 诗画生活”“稻花香里说丰年”和“橙黄橘绿 乡村胜景”，累计推荐线路达572条。中国村落、农家乐特色村、全国乡村游重点镇村、全国乡村旅游精品线路的建设认定推广，对我国乡村旅游服务品质的提质增效、休闲农业产业提档升级具有指导意义。（3）皖南徽派古村、江南水乡、云贵乡村景区等，优质的乡村旅游资源走出国门、走向世界。2023年10月19日在乌兹别克斯坦玛尔罕召开的第25届联合国世界旅游组织全体大会上公布2023年“世界最佳旅游乡村”名单，中国江西婺源江湾镇篁岭村、浙江杭州淳安县下姜村、甘肃甘南迭部县扎尕那村和陕西柞水县朱家湾村入选，加上2021年首批入选的浙江余村、安徽西递村和2022年入选的广西桂林龙胜各族自治县大寨村、重庆荆竹村，中国入选乡村总数达到8个，位列世界第一。甘肃省人民政府、中国农业农村部主办的“2023美丽乡村国际论坛”，来自伊朗、荷兰、巴基斯坦、马来西亚、韩国、俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、土库曼斯坦、乌兹别克斯坦等16个国家的驻华使节，9个国际组织代表，共商共建美丽“丝路村”²。

三、市场的新需求

为了了解消费者对休闲农业与乡村旅游的认知、消费意愿、消费偏好及消费行为情况，中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会于2023年12月16日-12月31日进行了《休闲农业和乡村旅游发展情况》问卷调查。调查结果显示：乡村旅游需求主体是城里人企事业单位中高层管理者，受访者半数以上常住特大城市、省会城市市辖区。19-35岁和36-50岁两个年龄段在受访者中占绝大多数，田园的松弛感，成了治愈大城市焦虑和压力的特效药。

² <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1772478749233845985&wfr=spider&for=pc>

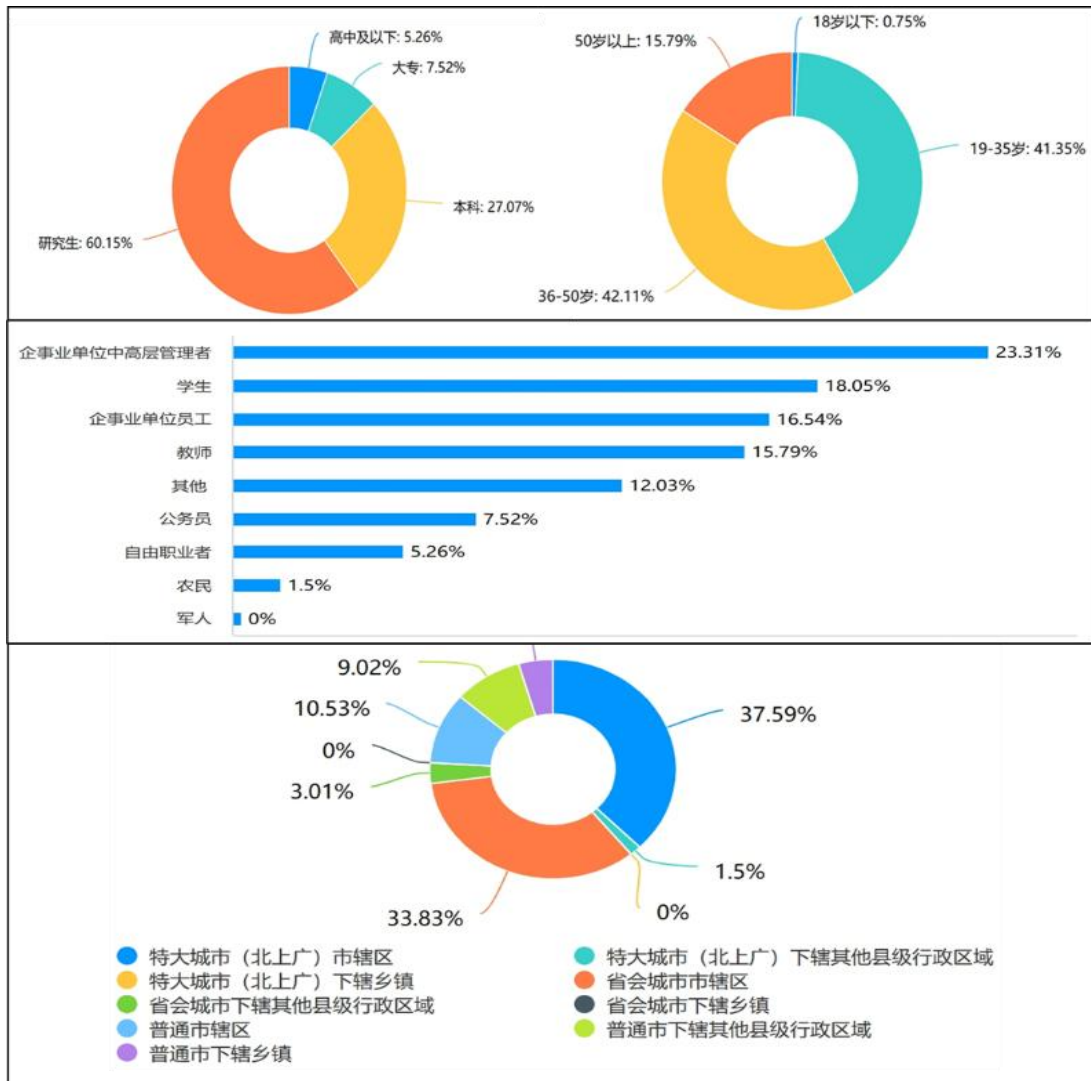


图 1 休闲农业与乡村旅游市场的需求主体特征

（一）出游前行为特征

1. 资讯获取渠道以内容社区分享为主

受访者了解休闲农业与乡村旅游资讯的主要渠道（前三）：内容社区分享平台、本地生活服务平台、亲友推荐。

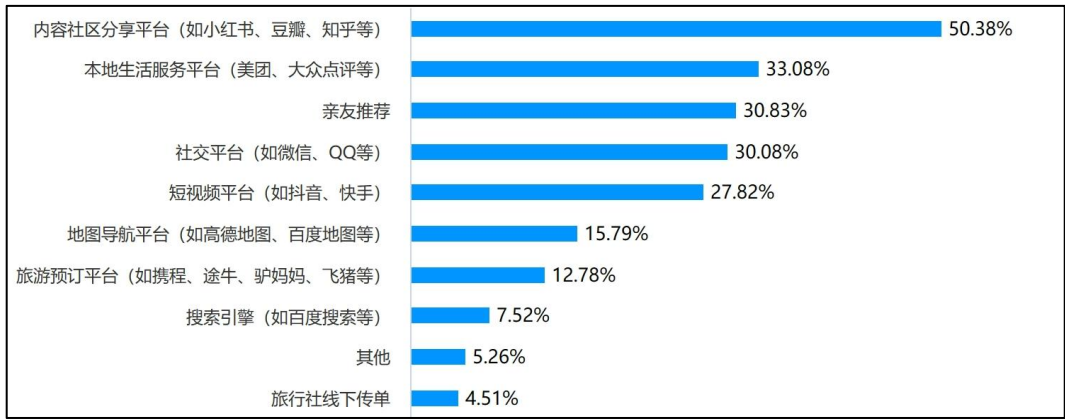


图 2 受访者了解休闲农业与乡村旅游资讯的主要渠道

2. 出行决策中更看重特色美食和活动体验类信息

休闲农业和乡村旅游的出行决策更看重（前三）：特色美食、特色活动体验、特色住宿。

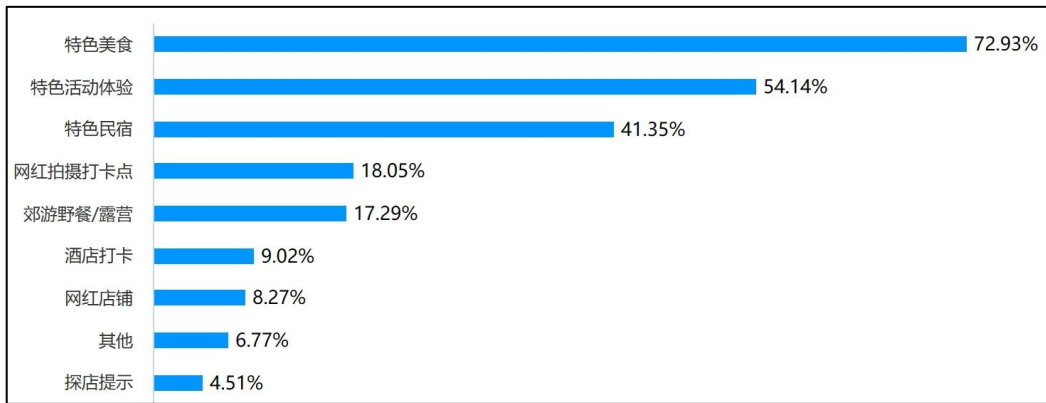


图 3 受访者出游决策最愿意参考的内容

3. 出行决策周期绝大多数在一周以内

受访者出游的决策周期绝大多数在一周以内。特别的说走就走和 1-3 天内做出决策的受访者占三分之一。这与休闲农业和乡村旅游出游半径短、以短途自驾为主，且消费低的特性相匹配。

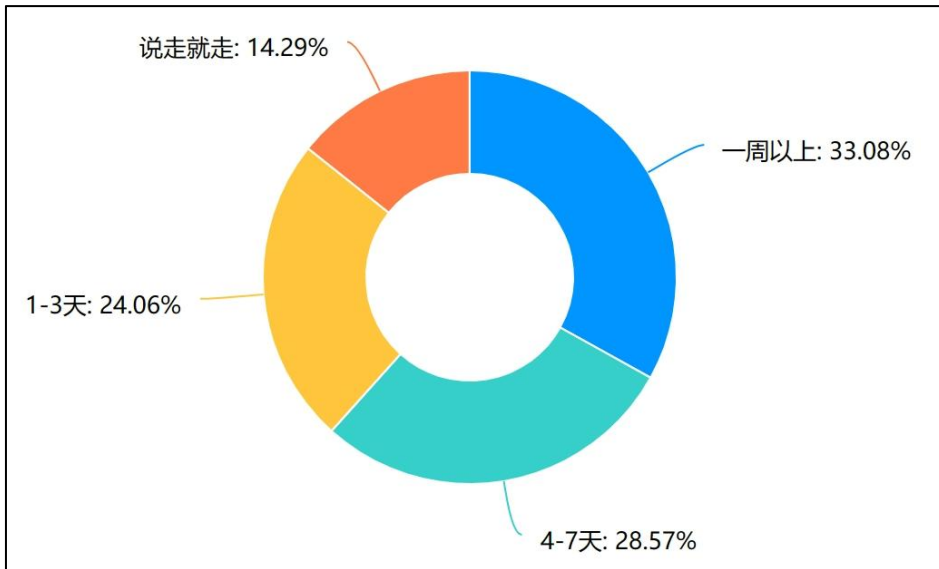


图 4 受访者出游决策历时

4. 家庭出行决策权在“宝妈”

家庭出游中，出行选择权在“宝妈”。受访者中出游选择权由老婆决定的占 38.35%，远高于其他选项。值得注意的，选择权在“自己”的占 15.79%，其中 90% 是女士，一定程度上反映出乡村旅游中决策中女性自我意识强，这与“精致悦己”新一代家庭主妇消费行为相匹配。

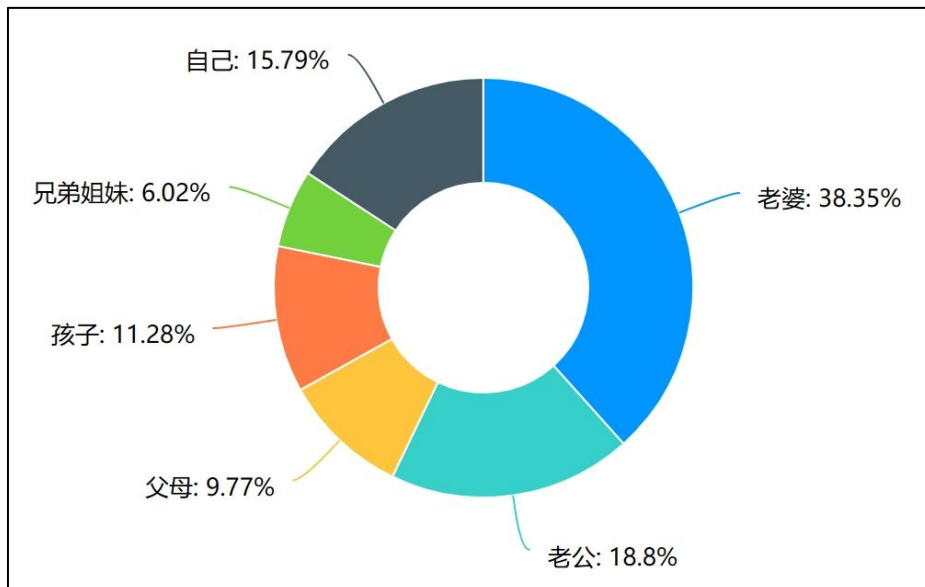


图 5 受访者家庭出游由谁决策

（二）出游中行为特征

1. 出游方式以短途自驾为主

休闲农业与乡村旅游出游方式以短途自驾为主，年龄在 19-50 的中青年是自驾旅行的主力。

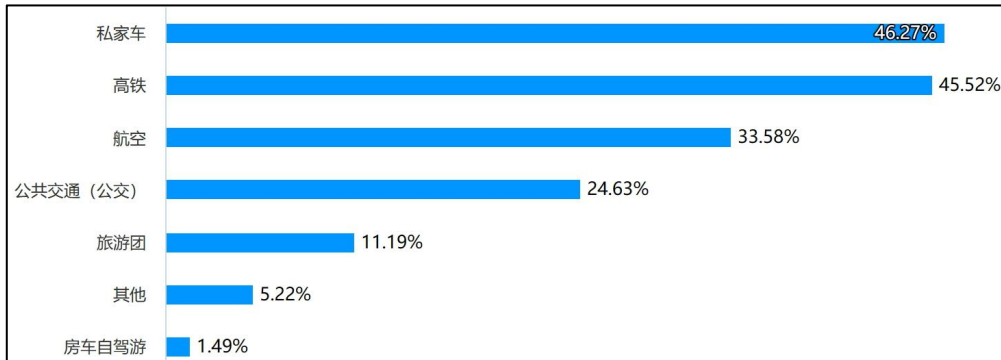


图 6 受访者的出游方式

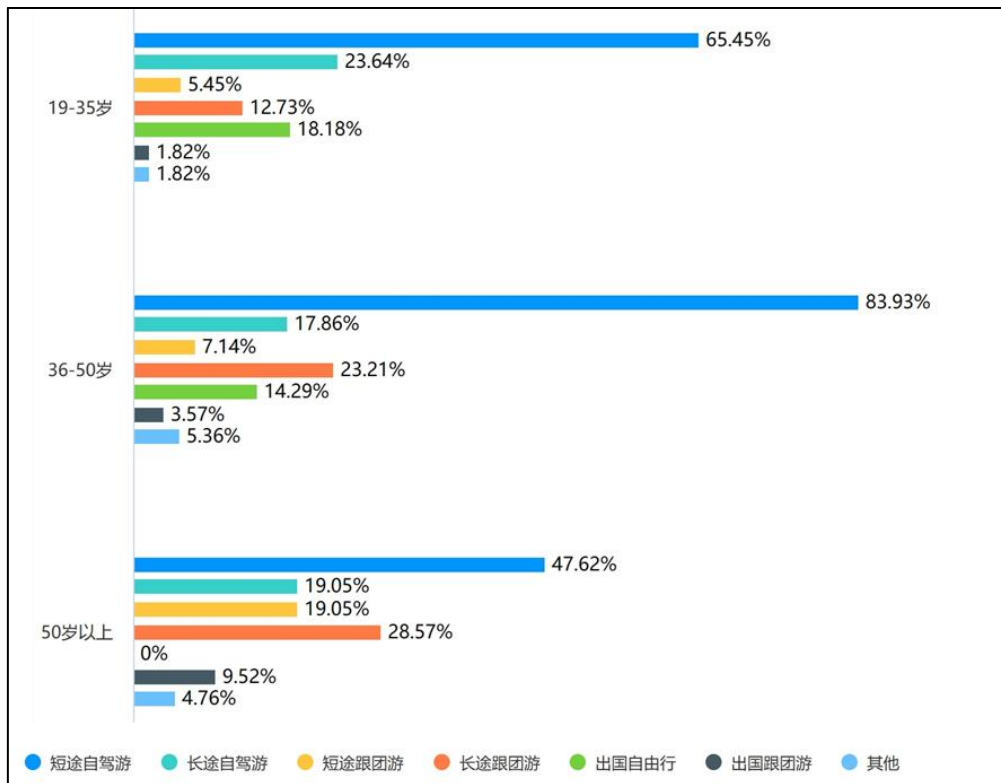


图 7 受访者年龄分层与出游方式的交叉分析

2. 倾向于朋友家人结伴出行，三五成群

受访者倾向于三五成群熟人集中出游，半数“和家人旅行”；次之为同学、同事及情侣；再次是邻居。休闲微度假、家庭亲子、成为乡村旅游市场新趋向。

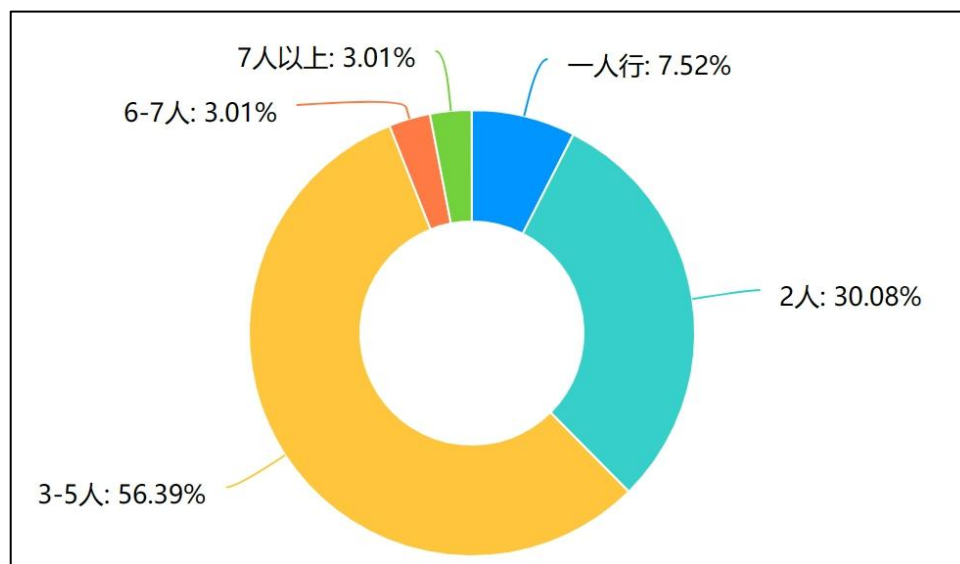


图 8 受访者出游同行者数量

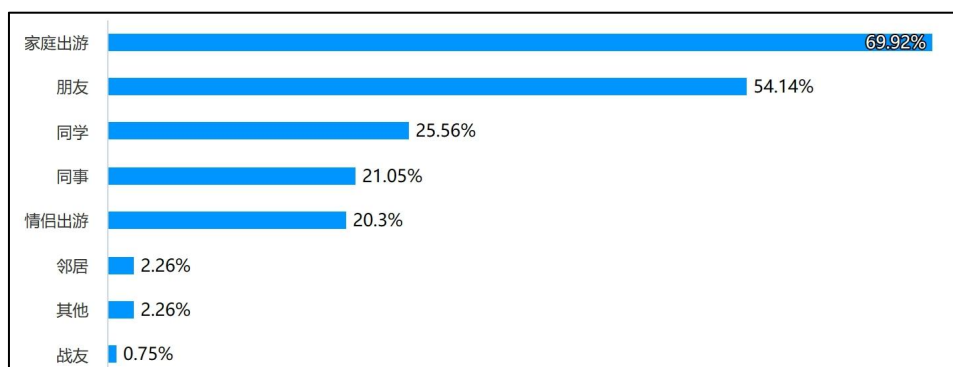


图 9 受访者出游的同伴类型

3. 进三成周末出行，成为主流

休闲农业和乡村旅游注重休闲、互动和体验，慢慢越来越强调的是停留：“停下来，享受美丽”。人们往往在周末出游，表示周末出游的受访者占 29.32%，且有 35.34% 的受访者表示“说走就走”。值得注意的是，带薪年假期间出游者占 9.02%

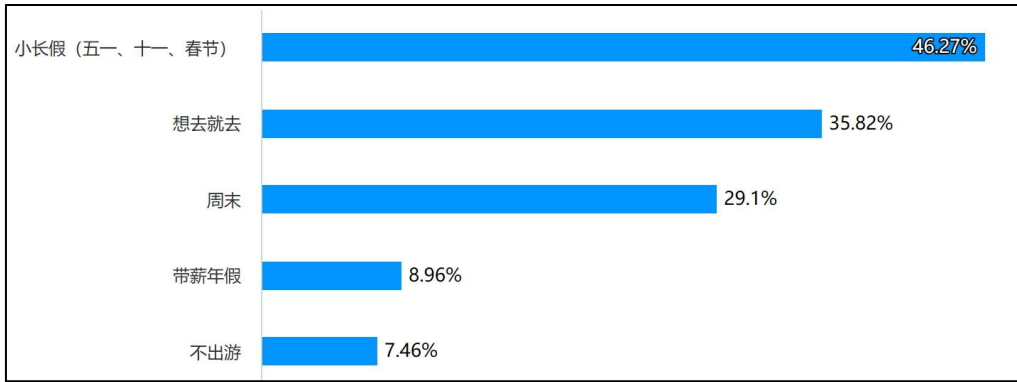


图 10 受访者一般的出游时间

以休闲度假、亲近自然等为主要目的游客聚焦周末出游；以农事体验、农产品品尝等为主要目的的游客较为注重季节性；以体验农事节庆（如丰收季）、感受节庆氛围等为主要目的地游客，趋向节庆节点。

4. 出游目的以“休闲游”和“亲子游”为主

游客参与休闲农业和乡村旅游大多数为了休闲和亲子。72.39%的受访者出游目的是休闲游，从快节奏的城市到宁静祥和的乡村，体验民风淳朴、民俗独特的乡村休闲时光，享受慢生活的惬意。其次，32.84%的受访者目的是家庭亲子游，大自然的博大精深和神奇奥妙、乡村农事的土味田园和美轮美奂，吸引着人们去认识、去探索，让身、心、灵在活动中得以放松，在互动中学习成长。

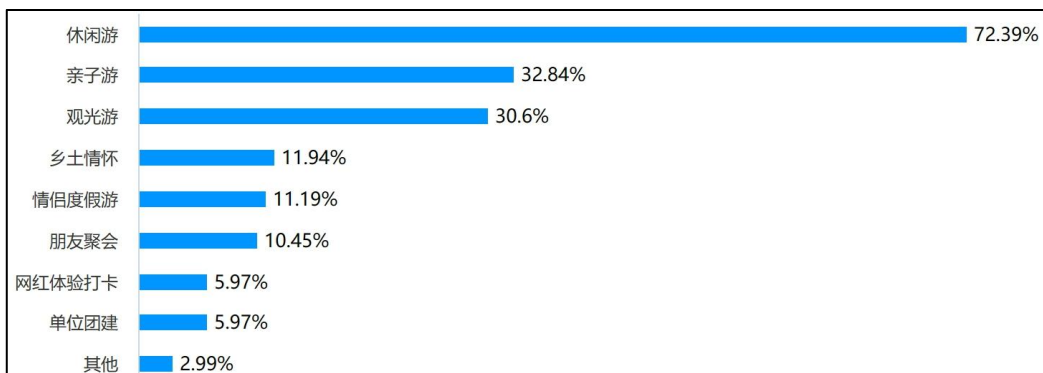


图 11 受访者出游的目的

5. 出游时长 1-2 天为主，核心节点停留时长在 2 小时以内

休闲农业与乡村旅游的时长以 1-2 天为主，且近四成在核心节点停留不足 2 小时，如何延长游客的停留时间依然是休闲农业与乡村旅游发展的重中之重。

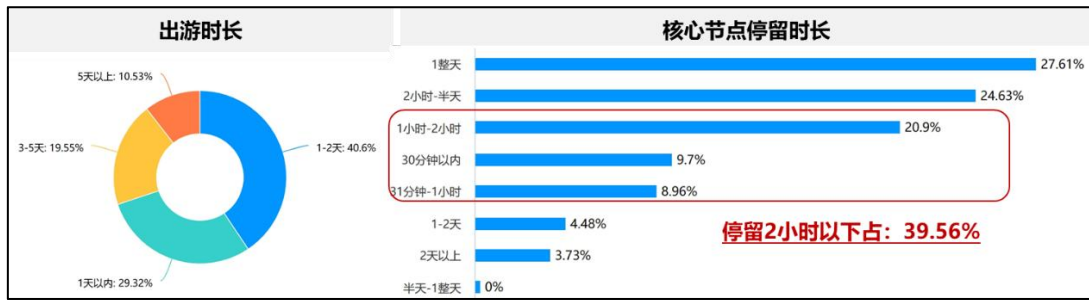


图 12 受访者最近一次乡村旅游的出游时长和核心节点停留时长

6. 消费水平在 501-1000 元之间，主要用于“吃住行”

受访者最近一次乡村旅游的花费以 501-1000 元为主，这些花费仍主要用于（前三）餐饮、交通、住宿，同时，沉浸式体验、文创商品异军突起，表现不俗。

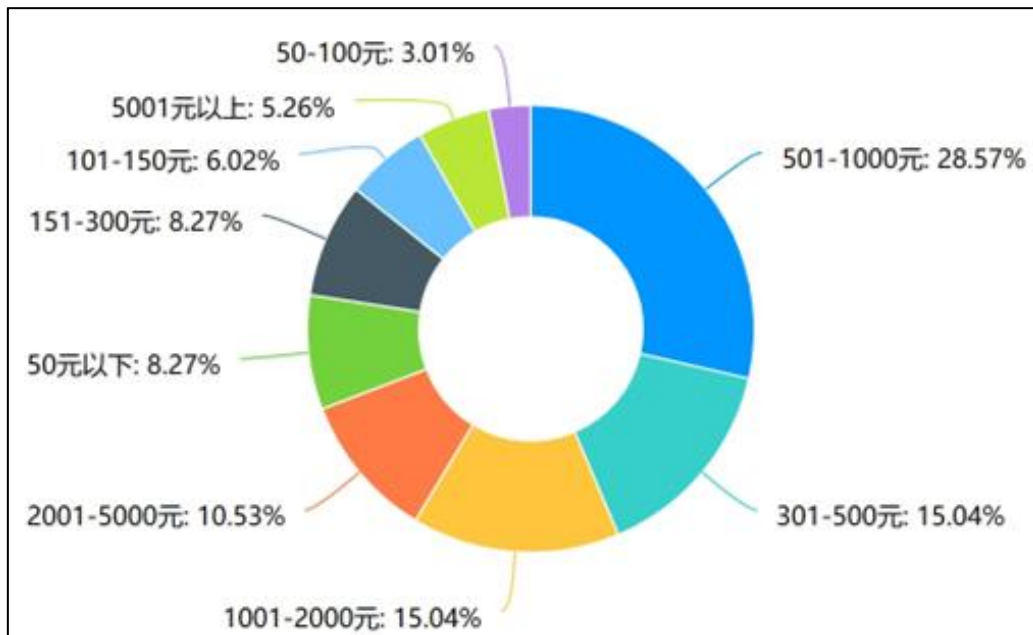


图 13 受访者最近一次乡村旅游花费区间

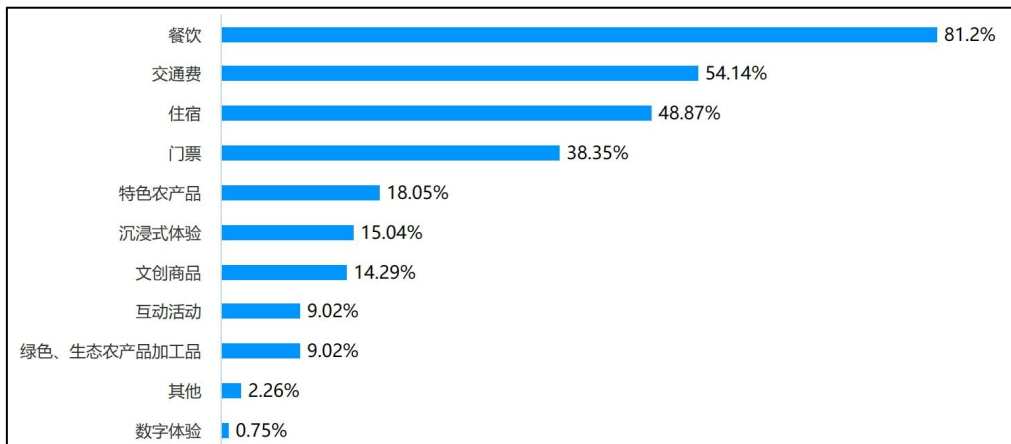


图 14 受访者最近一次乡村旅游消费结构

(四) 出游后行为特征

1. 总体满意度在 70%–80%之间，期望参与更多体验活动

游客对休闲农业和乡村旅游的总体满意度在 70%–80%之间。

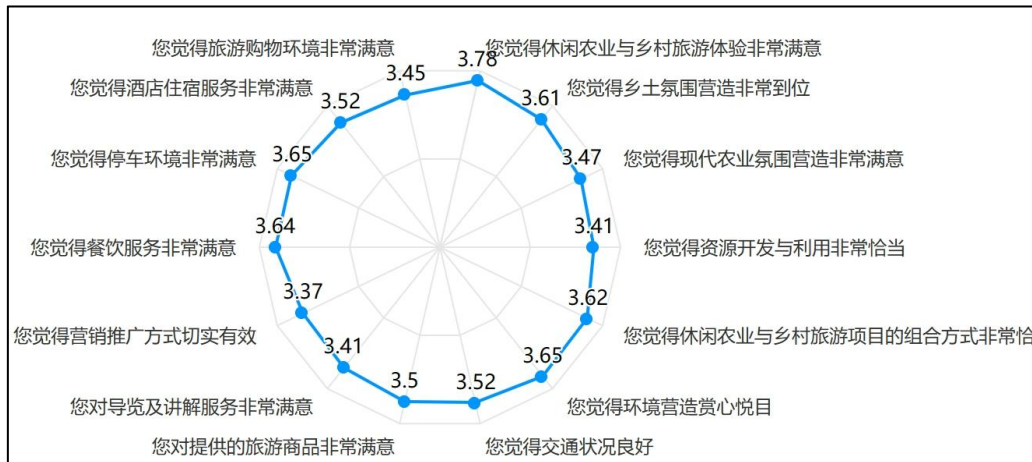


图 15 受访者最近一次乡村旅游的满意度评价

受访者对休闲农业与乡村旅游开展的体验活动多有期待，表示“希望开展的体验活动”（前三）：乡村文化休闲、乡村特色文化演艺、大地景观采风。

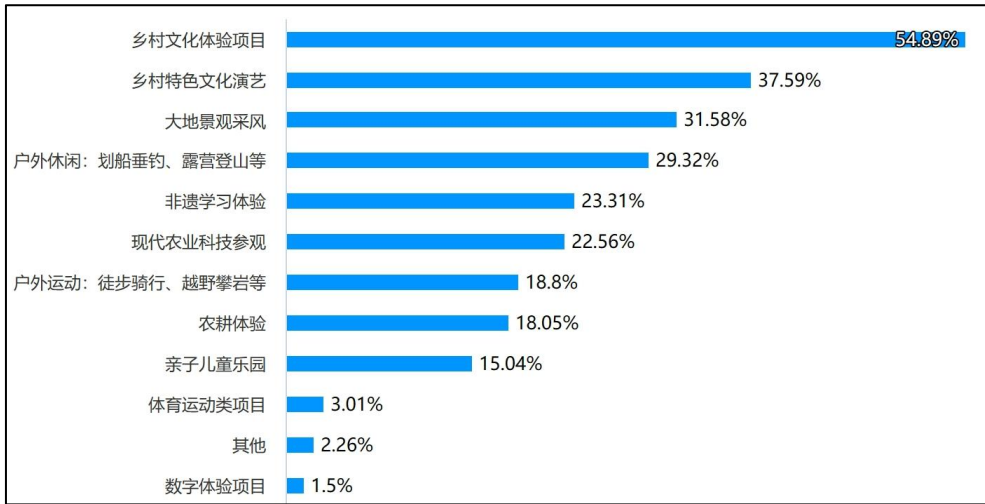


图 16 受访者对体验活动的未来期待

2. 大多数愿意向亲友推介，但半数追“新”表示不会重游

受访者八成以上表示游后会向朋友推介去过的休闲农业与乡村旅游目的地（农庄、村镇等）；半数的受访者更表示会经常复游体验好的农庄、村镇。

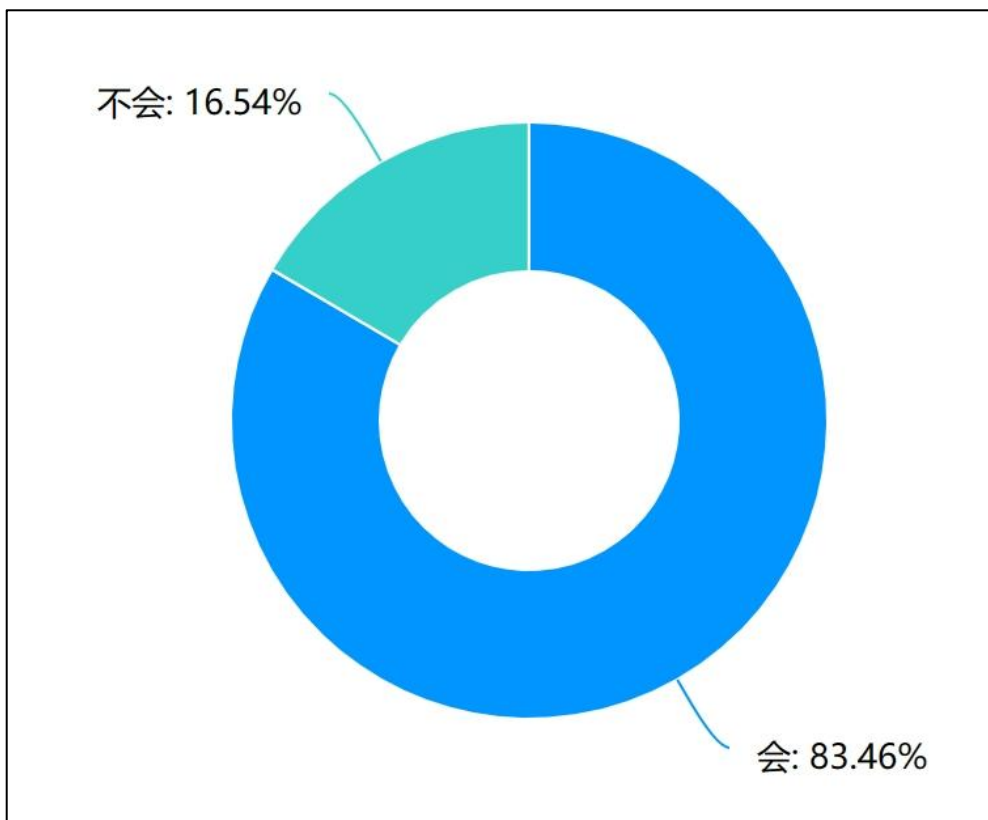


图 17 受访者对休闲农业与乡村旅游目的地的推介意愿

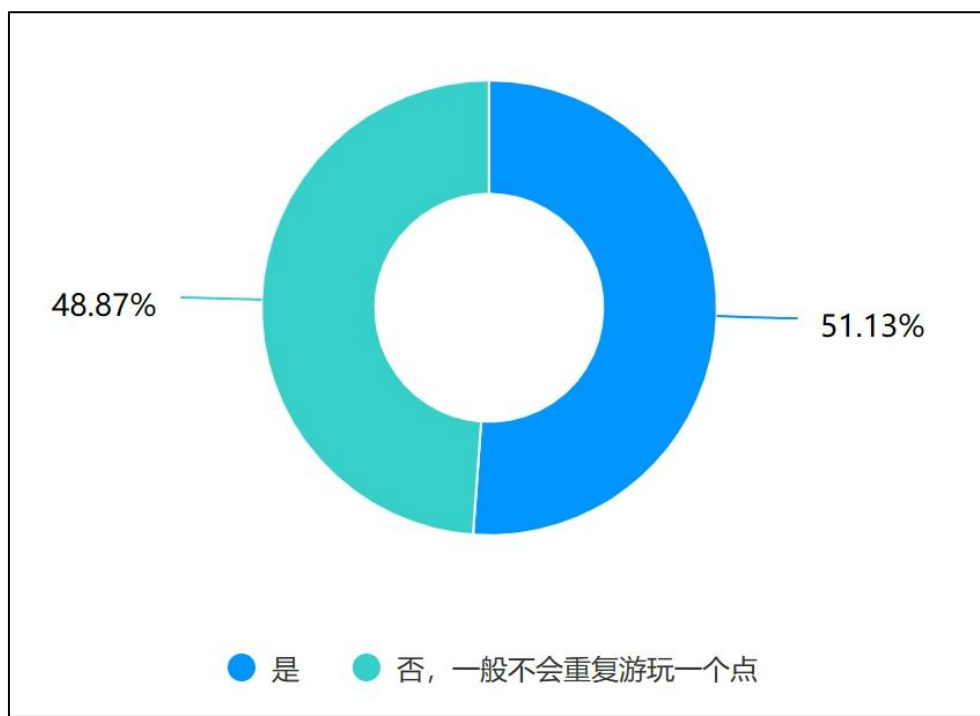


图 18 受访者对游玩过的优质乡村目的的重游意愿

四、供给侧的新特征

当前我国休闲农业与乡村旅游仍以观光为主、休闲为辅，美景吸引游客，但文化稀薄体验缺乏，同时，也在向“品质观光、主题休闲度假”过度，功能提升与体验多元化，主题 IP 引领等方面转型。

（一）经营表现向好，模式向“集群”“集约”转型

2023 年休闲农业与乡村旅游经营普遍“向好”，接待人数较 2019 年恢复 70%以上，营业收入较 2019 年恢复 70%左右。历经 3 年疫情，经营者趋向“抱团取暖”，在空间上表现为多点连接的“片区”的格局。连锁经营、品牌加盟、品牌联盟、线上线下等在不断尝试中走向集约化，文化创意、强化运营转型，探索集约化新模式、新工具。

（二）产品和服务不断创新，消费场景多元

休闲农业与乡村旅游产品、服务及消费场景创新不断，六成单位在乡村特色美食、农耕体验、传统民俗体验等项目改扩建，两成单位在乡村音乐节、乡村运动会、

露营煮茶，乡村微度假、秋季农耕季、民俗节庆、曲艺庆典等特色消费场景不断创新，新产品、新产业、新业态、新模式、新商业“五新”激发“乡村文旅”潜能展现新活力。

（三）功能定位从农家乐，转向休闲、食宿、研学等一体化

休闲农业与乡村旅游从单一或吃或喝或玩或乐，走向休闲度假综合体式必然趋势，2023年这种趋势更加明显。多数优秀的企业从单一的吃喝玩乐转向深度的乡村休闲度假综合体，将乡村旅游与亲子陪伴、高品质社交、康养度假、怡情生活结合在一起，通过开展乡村休闲体验、沉浸式文化体验等让游客深度学习当地人文民俗文化，“好景、好玩、好吃、好住、好娱、好学、好戏、好物”多维发展，打开乡村休闲新空间，实现城市与农村、市民与农民、本地居民与外来游客多方共赢。

（四）投资趋于谨慎，融资难度加大

疫情3年的冲击，休闲农业与乡村旅游市场投资趋于谨慎。本报告针对中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会会员单位调研访谈中发现，八成会员单位表示投资环境影响下投资趋于谨慎，三成单位表示2023年除了基础设施维护无其他投资项目；仅有两成表示对2023年投资环境无感，自己的投资不受影响。这些单位多数分布于一线城市圈，入选全国休闲农业和乡村旅游示范名录且文旅部公布的全国乡村旅游精品线路上，属于我国休闲农业和乡村旅游的第一梯队，市场需求旺盛并在短时间内走过“恢复”到“超越”的过程。

2023年会员单位的投资半数以上用于休闲农业和乡村旅游接待设施和餐饮项目的投资，其次是研学、亲子类项目的投资，再次为民宿等住宿项目、沉浸式互动项目投资。研学、亲子、沉浸式项目的投资体现了明显的市场匹配性。餐饮、民宿、沉浸式项目的投资体现了明显的政策导向性。具体投资项目注重“多快好省新奇特传”。多即流量大，满足大众旅游需求；快即落地快，投资周期短；好即叫好，游客认为好；省即省钱，对投资者来讲性价比高，对游客来讲性价比也高；新即新项目，让市场耳目一新；奇即好奇，满足游客猎奇需求，激发市场好奇心；特即特殊，有一定的壁垒，难模仿复制；传即传播，适合大众新媒体传播。

休闲农业与乡村旅游的融资一直以来存在困境，近7成单位表示融资困难，基

本不融资，项目投资用自有资金投入。个别单位利用扶持政策工具，通过“惠农贷”、“民宿贷”、“收益权贷”等等，通过产权融资、租赁融资等方式，利用资本市场进行多元融资探索。餐饮、民宿、零售类项目投资运营融资中村集体、村民利用资金、土地、房屋等参股多有尝试。经营主体由农户经营转向合作社、社会资本共同投资，以公司+村集体+农户的模式，发展高效农家乐、民宿、农庄、民俗体验、乡村演艺等模式，实现多方共建共赢共享。

五、2023 年实践模式类型与特征

当前我国休闲农业与乡村旅游市场依然“以观光为主、休闲为辅”。2023 年表现较好的实践模式包括赏心悦目的乡村自然生态观光模式、博古通今的乡村历史遗址遗迹模式、山珍乡味的乡村餐饮文化模式、起居有度的乡村特色住宿模式、上山下水的乡村休闲娱乐模式、乡情乡韵的乡村民俗文化模式。

表 2 休闲农业与乡村旅游六大表现优异的模式（2023）

模式	重点	核心关键	描述	业态创新
乡村自然生态观光	赏心悦目	美	美的独特 美的震撼 美的惊心动魄	观光游 网红景观打卡 摄影展
乡村历史遗址遗迹	博古通今	韵	古往今来 跨越时空 历史与现代、与科技、 与艺术交融	古村/古镇观光 沉浸式体验
乡村餐饮文化	山珍海味	吃	舌尖乡村 健康饮食	餐饮一条街 美食集市
乡村民宿集群	起居有度	睡	融入乡村 感悟乡村	乡村微度假
乡村休闲娱乐	上山下水	乐	泛户外运动休闲	泛户外体验 泛户外探险
乡村民俗文化	乡情乡韵	文	乡村民俗文化体验	夜游经济 演艺体现

乡村自然生态观光，重点是赏心悦目，核心关键是“美”，美的独特、美的震撼，美的惊心动魄；包含地势山峦、河流湖泊的美，也包含阡陌交通、田园村落的美；既有静态的美，也蕴含动态的美。实践中，美的差异带来美的震撼，城市与乡村、南方与北方、东部与西部、国内与国外、现实与虚拟，诠释出千姿百态的“美”韵味。

乡村历史遗址遗迹，重点是博古通今，往往与历史文化重大事件有关，核心关键是“韵”。古韵之意，古往今来，跨越时空，讲求历史与现代的交融，地缘脉、历史脉、文化脉、人物脉与时空脉交织成网，记述着跌宕起伏的乡村传说。也有“神韵”之味，兼容并蓄，空间折叠，吃住行与商养学交融、游购娱与闲情奇联动，谱写诗情画意的人间烟火。

乡村餐饮文化，重点是山珍乡味，因“中国味、美食游”的兴起而壮大，核心关键是“吃”，强调“味”，酸甜苦辣咸麻香——舌尖乡村，有八大菜系，也有山珍野味；注重“养”，即健康饮食，养身养生养心，有绿色餐饮、也有养生餐饮。

乡村特色住宿，重点是起居有度，核心关键是“睡”。一种住宿形式，更是一种生活态度，可以是“乡睡”，融入乡村、感悟乡村，也可以是“野睡”，亲近自然、回归自然；可以是精致轻奢的高级，也可以是土乡土屋的土趣。特色建筑、精致装修、美味食物等等，让人们感受到不同于城市浓厚文化气息，体味到一份诗意的闲适。

乡村休闲娱乐，重点是上山下水，核心关键是“乐”，既有活动的“乐”，也有探险的“乐”。轻装徒步、露营野炊、健身登山、赏花采摘等有休闲的“乐”；歌舞曲艺、拓展训练、农耕体验、民俗杂技等是娱乐的“乐”。攀岩潜水、越野骑行、蹦极溯溪、野外CS等是挑战的“乐”；滑翔跳伞、探洞瀑降、极限穿越、雪山攀岩等是极限的“乐”。足球篮球、马拉松等是体育的“乐”。

乡村民俗文化体验，重点乡情乡韵，核心关键是“文”，有“文明”传承之意，即民族的祭祀节庆、地域的风俗习惯；也有“文艺”复兴之意，即特色的琴棋书画、曲艺杂谈等非遗的传承、弘扬、创新；乡情乡韵是创作的基石，文化创意是创作的过程，通过超级文化IP的商业迭代性形成价值网络。

六、未来趋势

（一）融合联动跨界一体化

“四生融合”即“生态、生活、生产、生命”的融合。生态指山水林草湖生态系统，核心是对“美”的极致最求，淡妆浓抹总相宜。生活指以乡音、乡韵、乡情、

乡味的乡村生活，核心是“烟火气”，对“居”的多元创新形成乡村新产品新业态。生产指以“农+文+旅”为核心的一二三产融合发展，核心是“特色龙头”。生命指身心生命共鸣，核心是对“养”从养身到养心的迭代，实现生命丰富度的内向扩张。

“四位一体”即文化、创意、旅游、产业。文化为基础，创意为核心、旅游为载体，产业为目的。乡村与文化旅游创意产业的深层次融合发展，使乡村产业焕发活力、延伸乡村农业产业链，促进乡村区域产业多元发展，形成城乡一体化新格局。

“四产联动”即“农业、工业、服务业、金融”的联动。农产品生产、农产品加工流通、农资生产销售、农村生产性服务、农村生活服务与金融的整合联动，让农村一二三产业融合发展“走的稳、走的快、走的好”，培育农村产业发展新动能，培育乡村产业发展新业态，建立城乡产业“配套、互补、协调”发展长效机制，实现城乡循环链、价值链、创新链的融合发展，形成城乡融合发展新格局。

“四科跨界”即“科技、艺术、哲学、旅游”的跨界，通过科技创新运用全息全景技术和独特的元宇宙叙述脉络，将乡村和艺术完美结合，突破时空限制，鲜活展现中国乡村的千姿百态，让乡村在潮流与酷炫中实现“可行、可游、可居、可趣、可养、可乐、可惊、可奇”的无限可能。

（二）发展的新方向新业态

“传统与流行交融、野趣与诗意共鸣，乡韵与烟火碰撞、围炉夜话共桑麻”，一座座热情村庄，一道道珍馐美味，一句句悦耳乡音，见证和感受“望见山水，美丽乡村”的蝶变。文化艺术节庆，将乡村农耕、农事、农活技艺和非遗、民俗等转化为乡村旅游体验活动，依托文化遗产、文创集聚等，或民族节庆、或文学创意、或音乐庆典、或舞蹈戏剧、或书画艺术，全方位展现乡村民间文化艺术。踏青节、赏花节、地方庙会等，“以节促旅，以节富民”；举办特色“赛事”等，“以赛聚人气，以赛成流量”。时尚潮玩，即将时尚元素融入乡村生产生活，将农产品、手工艺品、文创产品等转化为旅游商品，丰富沉浸式乡村文旅产品，包装乡村有礼，打造乡村“沉浸剧本杀”和乡村“后备箱”。数字文旅，搭建乡村云，5G+wifi，推动乡村旅游线上线下深度融合，打造乡村旅游数据库，实现旅游镇、旅游村和旅游企业信息服务全覆盖。科技赋能文旅、线上线下融合、主题内容迭代，通过沉浸式、未来感、主题化的数字科创，打造文旅数字化新业态。教育研学，通过乡土文化体验、农业

实践活动、自然生态教育、社会实践活动、团队合作领导培养等方式，将课堂教育与课外实践相结合，通过亲身体验、观察和实践，让学生在实践中学习，增长知识，培养实践能力和创新意识。乡村禅修，依托乡村山水田园的意境，在生态优美、环境优越中，从红尘入“禅境”，通过独有的建筑风格、空灵的装修、美轮美奂的意境，成就“净空、净土、净水、净心”的“一花一世界、一树一菩提”；通过禅境观光、禅意休闲、禅农体验、禅心度假、禅修康复、禅学培训、禅游时尚等禅文化主题特色，整合现代人度假“吃住行游购娱”的多功能复合要求。乡村泛户外，围绕乡村山水空间特色，大力发展路跑越野、山地骑行、极限运动、洞穴探险、汽车露营、漂流溯溪等泛户外运动项目，打造“奔跑村”、“骑行村”、“翱翔村”、“攀岩村”、“自驾村”等乡村泛户外 IP，拓展全方位、多层次、跨领域的乡村泛户外文旅融合发展新空间。

当下，我国休闲农业与乡村旅游进入“提质、提量、提价、增效”的阶段。消费模式从观光过渡为休闲度假深度体验，农业休闲和乡村旅游形式逐渐多样化。为寻求精神寄托和内在需求，越来越多的人选择休闲、健康的旅行方式，集自然风光、特色文化、特色美食、新奇体验于一体的休闲农业与乡村旅游愈发受到消费者的追捧。一方面，依托田园风光、青山绿水、村落建筑、乡土文化、民俗风情等资源优势，推动“乡村主题化、体验生活化、农业现代化、业态多元化、村镇景区化、农民多业化、资源产品化”，形成了一批以休闲农业重点县、休闲农业精品园区和乡村旅游重点村镇为代表的休闲农业和乡村旅游集聚区；另一方面，科技创新和数字经济赋能农文旅与教育、体育运动、健康养生、时尚艺术等产业融合，激活休闲农业和乡村旅游潜力，延伸产业链释放集聚效应和规模效应，带动城乡产业链、价值链一体化，形成一批具有竞争优势的区域休闲农业与乡村旅游度假片区。