



2024 中国休闲农业与乡村 旅游研究报告

中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会

康旅科技发展有限公司

2024 年 12 月

目录

一、政策背景	1
（一）实施乡村文旅深度融合工程	1
（二）丰富优质乡村旅游供给	1
（三）激发乡村县域数字经济新活力	2
（四）乡村智慧旅游基础设施提升	2
二、行业现状及发展趋势	3
（一）发展现状	3
1. 市场规模与增长	3
2. 消费者需求与偏好	7
3. 产品创新与品质提升	8
（二）发展趋势	10
1. 市场规模持续增长	10
2. 产品形态更加多样化	10
3. 农文旅深度融合发展	10
4. 智能化与数字化应用加速	10
5. 国际化发展趋势	11
三、典型案例	11
（一）桂林龙胜县：“五个一”推动农文旅融合	11
1. 政策引导，创新融资模式	12
2. 聚焦新产品、培育新业态、创造新体验、树立新形象	13
（二）黄山西溪南村：“自然生态+文化生态”跨界重组	14

1. 一体推进“绿野仙踪”品牌打造.....	14
2. 建立“五微”模式机制	15
3. 以乡村旅游带动一二三产业融合.....	16
（三）临沂沂南县：打造现代版“沂蒙山居图”	16
1. 创新“五大模式”，开辟乡村振兴新路径.....	17
2. 实施“四大工程”，绘就融合发展新画卷	18
四、问题分析	19
（一）人才方面存在的问题	19
（二）产品方面存在的问题	19
（三）营销方面存在的问题	20
（四）环境方面存在的问题	21
（五）规划管理方面存在的问题	22
五、发展建议	23
（一）加强政策和资金扶持	23
（二）加强农民创新创业与培训	23
（三）创新乡村旅游产品与服务	24
（四）深入挖掘乡村文化内涵	24
（五）加强乡村旅游品牌建设	25
（六）实施多元化旅游营销	25
（七）创新乡村旅游经营模式	25

2024 中国休闲农业与乡村旅游研究报告

一、政策背景

乡村旅游是旅游业和乡村特色产业的重要组成部分，是全面推进乡村振兴、拓宽农民增收致富渠道、助力扩内需稳增长的重要力量。2017 年党的十九大报告提出实施乡村振兴战略，之后陆续发布《促进乡村旅游发展提质升级行动方案》等专项规划举措，进一步强化对休闲农业与乡村旅游发展的支持力度。近年来，随着乡村振兴战略的实施，休闲农业和乡村旅游作为推动农业转型升级、促进农民增收的新动能日益受到关注。

（一）实施乡村文旅深度融合工程

国家高度重视休闲农业和乡村旅游发展，中央一号文件连续多年对其进行部署，并出台一系列支持政策推动产业高质量发展。2023 年中央一号文件提出，发展乡村餐饮购物、文化体育、旅游休闲等生活服务，实施乡村休闲旅游精品工程，推动乡村民宿提质升级。2024 年中央一号文件提出，加快构建农文旅融合的现代乡村产业体系，实施乡村文旅深度融合工程，推进乡村旅游集聚区（村）建设，培育生态旅游、森林康养、休闲露营等新业态，推进乡村民宿规范发展、提升品质。一系列政策举措为全面推动农旅融合的发展指明了方向，我国农旅融合发展进入了提质阶段。

（二）丰富优质乡村旅游供给

文化和旅游部印发的《国内旅游提升计划（2023—2025 年）》提出，打造优质旅游目的地，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，推出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。丰富优质乡村旅游供给，更好满足人民日益增长的美好生活需要，是提升国内旅游品质的重要内容之一。

（三）激发乡村县域数字经济新活力

中央网信办等四部门印发的《2024 年数字乡村发展工作要点》，提出多措并举推动农文旅融合发展，实施乡村文旅深度融合工程，依托互联网推进休闲农业、生态旅游、森林康养等新业态发展，更好促进供需对接、激活乡游消费。继续引导在线旅游平台企业将产品和服务向乡村下沉，加强对全国乡村旅游重点村镇、乡村旅游精品路线的宣传推介。持续开展乡村旅游数字提升行动、“游购乡村”系列活动，推广乡村旅游新产品、新场景、新体验。继续支持和实施文化和旅游创客行动，开展第二批文化产业赋能乡村振兴试点，探索乡村文化和旅游融合发展新路径。深入实施“乡村著名行动”，创新城乡区划地名“一张图”服务，推动乡村地名服务与在线旅游、农村电商、智慧农业等深度融合。要求以信息化驱动引领农业农村现代化，促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足，为加快建设网络强国、农业强国提供坚实支撑。

（四）乡村智慧旅游基础设施提升

文化和旅游部办公厅、中央网信办秘书局等五部门印发的《智慧旅游创新发展行动计划》（2024 年）提出，加强 5G+智慧旅游协同创

新发展，实施好“信号升格”专项行动，持续提升全国乡村旅游重点村镇等各类重点旅游区域 5G 网络覆盖，优化重点区域及客流密集区域的 5G 网络服务质量，挖掘利用 5G 技术在视频监控、实时传输、无人驾驶等方面的潜力和优势，拓展旅游领域应用场景。持续推出 5G+智慧旅游应用试点项目、解决方案。通过乡村智能化的基础设施，休闲农业与乡村旅游能够更好地适应数字时代的需求，满足游客对高品质、个性化旅游体验的追求。

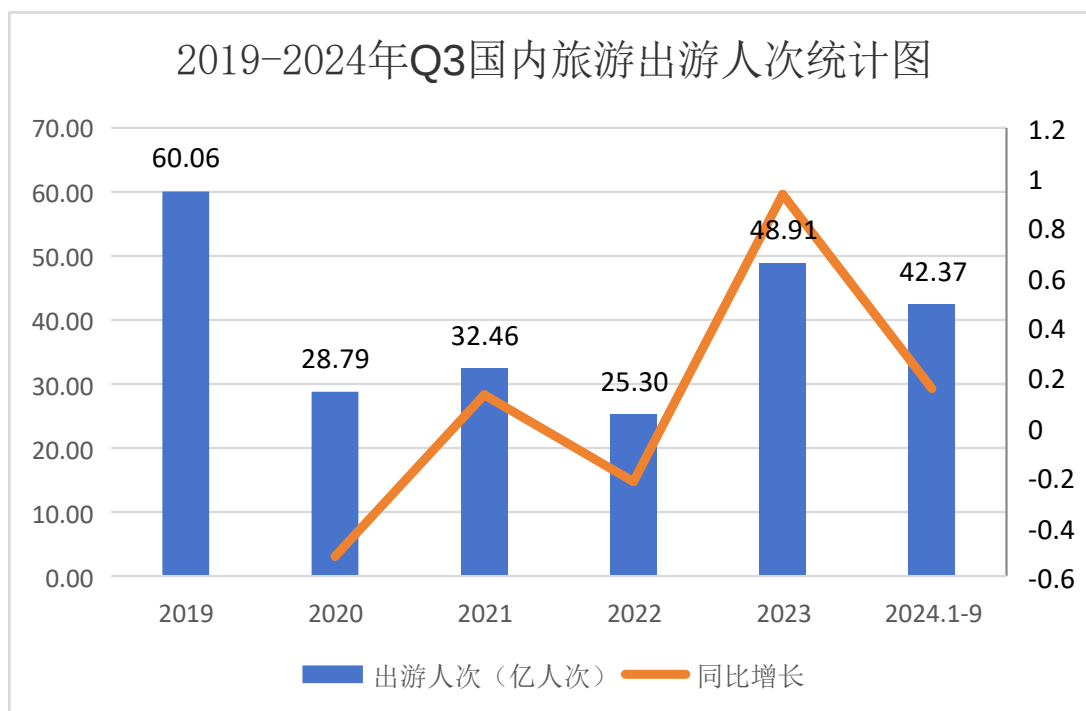
二、行业现状及发展趋势

（一）发展现状

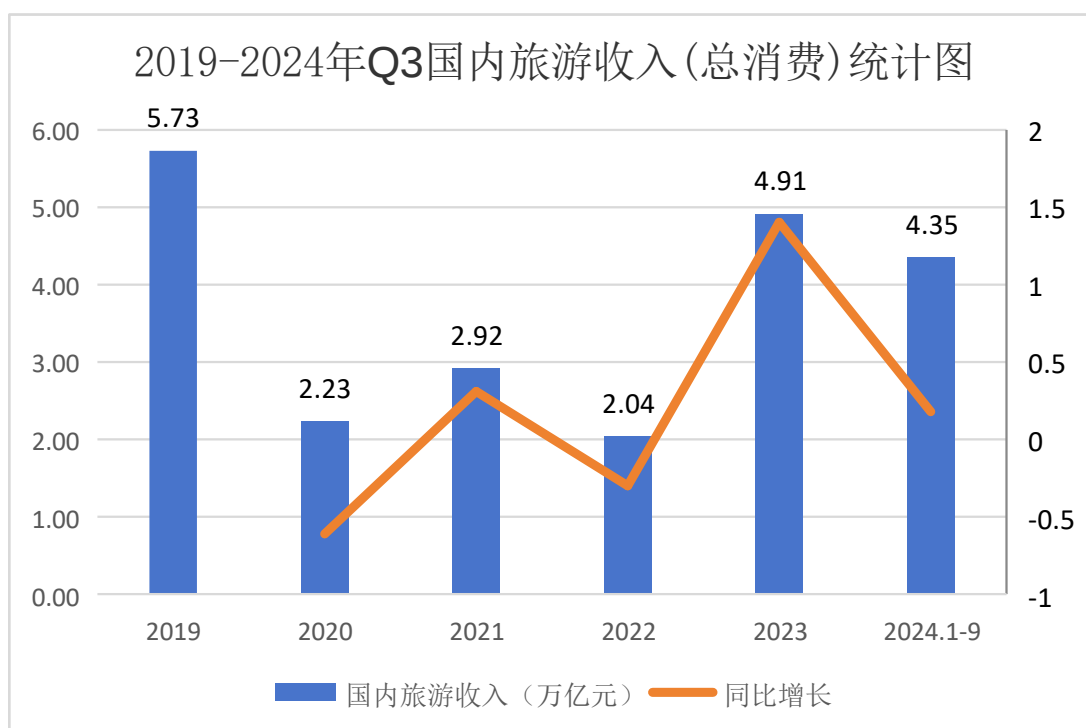
近年来，随着中国经济的快速发展和人们生活水平的不断提高，休闲农业与乡村旅游逐渐成为城市居民休闲娱乐的重要选择。在此背景下，中国休闲农业与乡村旅游行业得到了快速发展。

1. 市场规模与增长

旅游总人次及总收入增长。据文旅部 2024 年前三季度国内旅游数据情况统计，2024 年前三季度，国内出游人次 42.37 亿，比上年同期增加 5.63 亿，同比增长 15.3%。其中，城镇居民国内出游人次 32.70 亿，同比增长 14.9%；农村居民国内出游人次 9.67 亿，同比增长 16.8%。



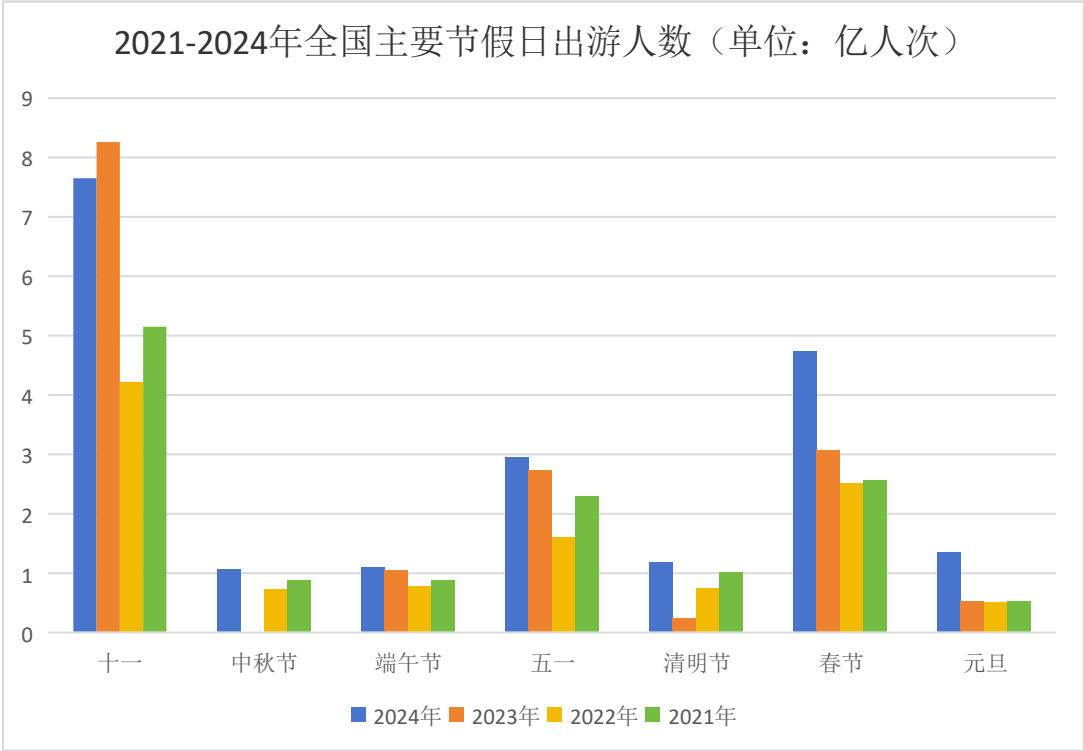
2024 年前三季度，国内游客出游总花费 4.35 万亿元，比上年增加 0.66 万亿元，同比增长 17.9%。其中，城镇居民出游花费 3.71 万亿元，同比增长 17.1%；农村居民出游花费 0.64 万亿元，同比增长 22.5%。



节假日旅游持续火爆。节假日旅游在中国是一个独特的现象。中国的节假日旅游通常集中在几个主要的假期，如春节、国庆节、劳动节（五一）、端午节、中秋节和清明节。特别是春节和国庆节，被称为“黄金周”，是旅游高峰期，全国各地的旅游景点都会迎来大量游客。2024 年，国内重要节日旅游市场持续火爆，春节、清明、五一及端午，全国出游人数再创历史新高。

表 1 2021—2024 年全国主要节假日出游人数（单位：亿人次）

	元旦	春节	清明节	五一	端午节	中秋节	国庆节
2024 年	1.35	4.74	1.19	2.95	1.1	1.07	7.65
2023 年	0.53	3.08	0.24	2.74	1.06	与国庆节 合并统计	8.26
2022 年	0.52	2.51	0.75	1.6	0.79		4.22
2021 年	0.53	2.56	1.02	2.3	0.89	0.88	5.15

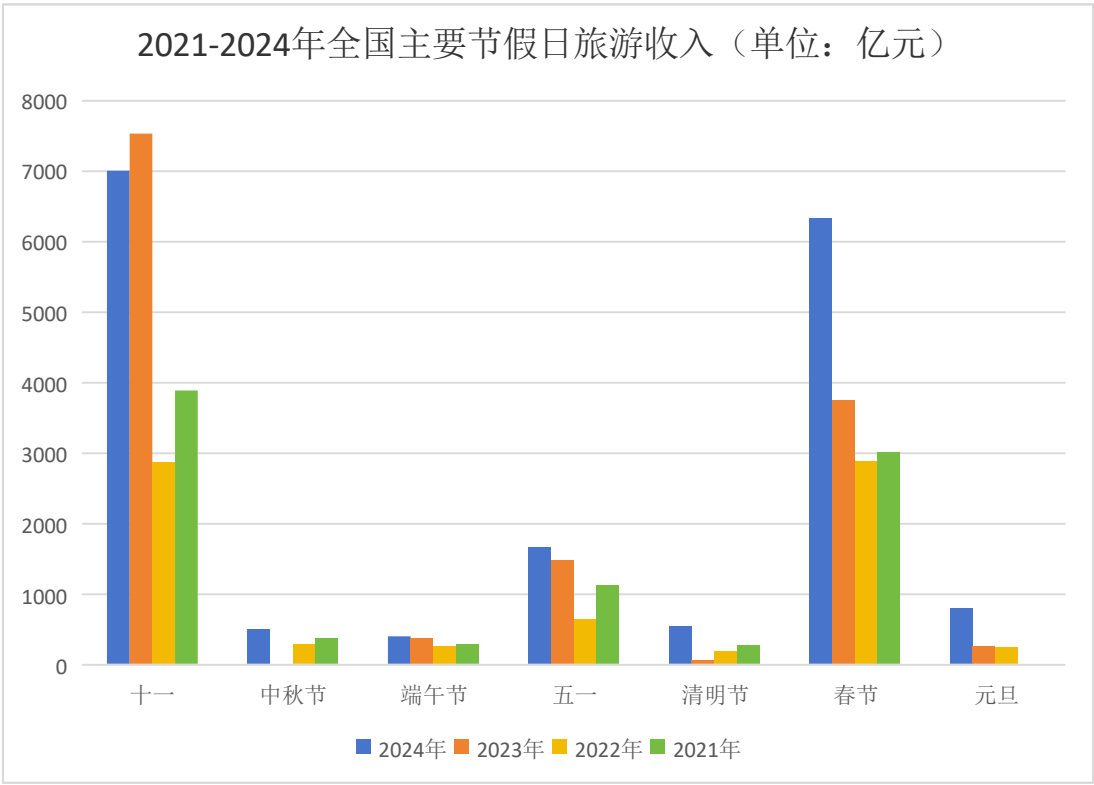


节假日旅游的消费不仅仅局限于门票，还包括住宿、餐饮、购物、娱乐等多方面。近年来，随着生活水平的提高，游客在旅游中的消费

也呈现出多样化和高端化的趋势。

表 2 2021—2024 年全国主要节假日旅游收入（单位：亿元）

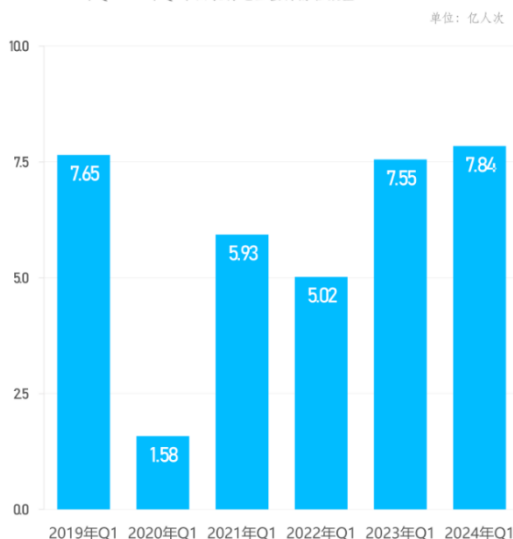
	元旦	春节	清明节	五一	端午节	中秋节	国庆节
2024 年	797.3	6326.87	539.5	1668.9	403.5	510.47	7008.17
2023 年	265.17	3758.43	65.2	1480.56	373.1	与国庆 节合并 统计	7534.3
2022 年	255.09	2891.98	187.8	646.8	258.2	286.8	2872.1
2021 年	—	3011	271.68	1132.3	294.3	371.49	3890.61



乡村旅游保持较高增长趋势。根据 Fastdata 极数发布的《中国乡村旅游发展白皮书 2024》，2024 年一季度农村地区接待游客近 8 亿人次，创同期历史新高。2023 年中国乡村旅游业产值超九千亿元，旅游业对乡村经济振兴意义重大。

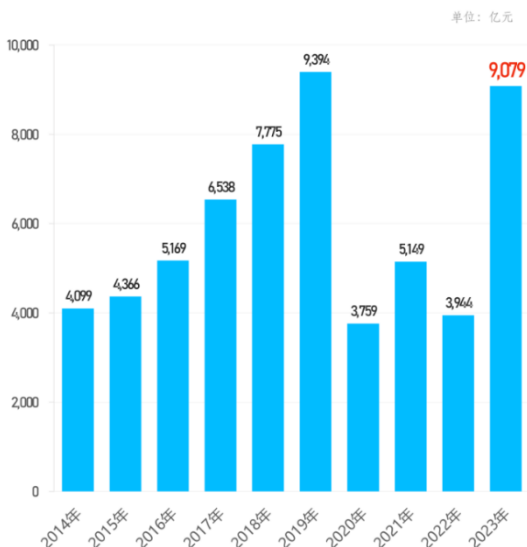
2024年一季度中国农村接待游客7.84亿人次

2019年Q1-2024年Q1中国农村地区接待游客数量



乡村旅游产值

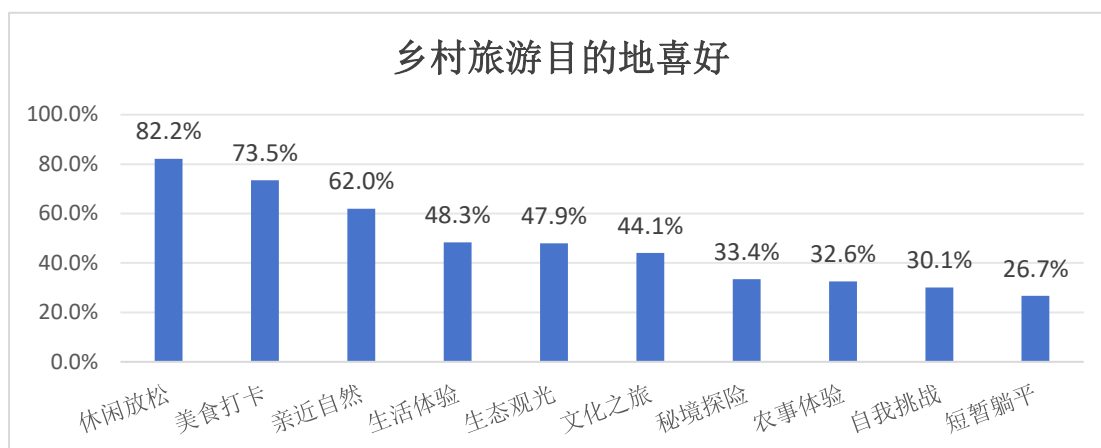
2014年-2023年中国乡村旅游行业产值



2023 年农民人均旅游产值达 1903 元，发展乡村旅游是实现农民增收的有力抓手。2024 年一季度乡村旅游经营主体数量同比增长 18%，继续保持高速增长态势。

2. 消费者需求与偏好

根据 Fastdata 极数发布的《中国乡村旅游发展白皮书 2024》，80 后与 90 后是乡村旅游最重要的游客群体，00 后对乡村旅游越来越感兴趣。乡村旅游可玩性越来越强，游客平均停留时长持续提升，2024 年一季度次均游玩时间超两天。休闲放松、美食打卡及亲近自然是游客乡村游的核心诉求，“短暂躺平”成为新的旅行目的。



自驾游已成为乡村旅游用户出游的重要方式。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，自驾出游的游客比例为 78.00%，高铁出游占比为 7.50%，大巴出游的比例为 4.50%，普铁出游 2.30%，飞机出游的比例均为 1.70%。

数据显示，七成中国乡村旅游用户花费金额集中在 300-900 元区间，23.7%旅游用户花费 900 元以上，3.9%的中国旅游用户在乡村旅游的花费金额在 300 元以下。中国乡村旅游消费主要用于吃和住，而部分乡村旅游国家如日本，乡村旅游消费主要用于文化产品和生态产品。未来乡村旅游还有很大的发展空间。

3. 产品创新与品质提升

乡村是中华优秀传统文化的根基，也是中华文明传承发展、永续文脉的沃土。近年来，各地依托自身优势资源，因地制宜，打造了百花齐放的乡村旅游产业，创建出各具特色的发展模式，涌现了一大批让人向往的乡村旅游目的地，探索出一条文化和旅游深度融合、人与自然和谐共生、物质和精神共同富裕的中国式乡村发展道路。

2021 年起，联合国世界旅游组织启动“最佳旅游乡村”评选，越来越多的中国乡村走向国际舞台，成为中国乡村蓬勃发展的缩影和

世界看中国的窗口，不断向世人展示着中华文明的魅力和最真实的美丽中国。2021 年中国浙江余村和安徽西递村入选首批联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”名单，2022 年中国广西大寨村和重庆荆竹村入选，2023 年江西篁岭村、浙江下姜村、甘肃扎尕那村和陕西朱家湾村入选，2024 年云南阿者科村、福建官洋村、湖南十八洞村、四川桃坪村、安徽小岗村、浙江溪头村、山东烟墩角村 7 个乡村入选。至今中国入选乡村总数达到 15 个，位列世界第一。增强了中国乡村旅游的文化吸引力和国际影响力，以乡村旅游发展模式助力乡村全面振兴，推动中国文化更好走向世界。

文化和旅游部数据显示，截至 2024 年 11 月，全国共有 1399 个全国乡村旅游重点村和 198 个全国乡村旅游重点镇（乡），超过 6 万个行政村参与乡村旅游经营活动。这些村镇通过深挖乡土文化、拓展产业链、带动当地村民就业，实现了乡村居民收入增加并极大地改善了生活质量。乡村旅游成为各地彰显文化特色的亮丽名片，成为丰富旅游消费市场的重要力量，也成为新时代乡村振兴的新动能。

为全面推进乡村振兴，实施文化产业赋能乡村振兴计划，文化和旅游部、教育部、自然资源部、农业农村部等多部门联合开展全国文化产业赋能乡村振兴试点工作，2023 年公布了首批 63 个全国文化产业赋能乡村振兴试点名单，北京市平谷区、门头沟区等入选。开展文化产业赋能乡村振兴试点，是促进一、二、三产业融合发展，推动乡村文化和旅游深度融合的重要工程，对积极培育旅游名县，推动建设宜居宜业宜游和美乡村有重要意义。

截至 2024 年 11 月，全国甲级、乙级旅游民宿共有 241 家，其中甲级旅游民宿 131 家，乙级旅游民宿 110 家。甲乙等级不断扩容的民宿品牌，不仅标志着民宿进入更规范的新时代，也代表着有更多实力派在为乡村产业兴旺、农民增收致富等层面走上新高度。

（二）发展趋势

1. 市场规模持续增长

随着城乡居民生活水平的提高和消费结构的升级，休闲农业与乡村旅游市场需求将进一步增强。未来几年内，该市场规模将持续保持高位增长。

2. 产品形态更加多样化

随着消费者需求的多样化，休闲农业与乡村旅游产品形态将更加多元化。除了传统的观光、采摘等项目外，还将涌现出更多具有创新性和竞争力的乡村旅游产品，如乡村度假、乡村康养旅游、乡村体育旅游等。这些产品将更加注重游客的体验感和参与度，满足游客对乡村生活的深度体验需求。

3. 农文旅深度融合发展

未来，休闲农业与乡村旅游将更加注重与农业、文化、教育等相关产业的深度融合发展。通过挖掘和传承地域特色文化，结合农业生产、农村生活等元素，打造具有独特魅力的乡村旅游产品。这种融合发展不仅丰富了休闲农业与乡村旅游的内涵和外延，也提高了其附加值和竞争力。

4. 智能化与数字化应用加速

随着科技的发展，休闲农业与乡村旅游行业将加快数字化转型的步伐。物联网、大数据、人工智能等先进技术的应用将更加广泛，提高旅游服务的智能化水平。例如，通过智能导览系统、大数据分析等手段，为游客提供更加便捷、高效的旅游体验，同时帮助企业更准确地了解游客需求，制定个性化的营销策略。

5. 国际化发展趋势

随着全球化的深入推进，乡村旅游行业的国际化发展趋势也日益明显。越来越多的国内乡村开始走向世界，吸引海外游客前来体验。同时，国内游客也开始走出国门，探索国外的乡村风情。因此，乡村旅游企业需要积极拓展国际市场，提升自身的国际竞争力。通过加强与国际旅游组织、旅行社等的合作与交流，吸引更多的国际游客前来体验中国的乡村旅游。

三、典型案例

（一）桂林龙胜县：“五个一”推动农文旅融合

龙胜各族自治县位于广西东北部、桂林西北部，是全国仅有的两个各族自治县之一，是党的民族政策最早实践的地方。有龙胜温泉、龙脊梯田等 2 处国家 4A 级旅游景区，还有花坪自然保护区、西江坪原始森林、彭祖原始森林，侗族鼓楼群、风雨桥，红军岩、黄洛瑶族长发村等观光景点和名胜古迹，以及各民族风情休闲旅游等。是“世界梯田原乡”，全县有梯田 22.8 万亩，耕种历史达 2300 多年。龙脊梯田位于龙胜县东南的龙脊镇，因山脉如龙的背脊而得名，龙脊梯田既有姿态和曲线上的壮美，也有气质与神韵的秀美，有 800 多米的海

拔落差，荣获“全球重要农业文化遗产”称号。2022 年，大寨村入选联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”。2024 年，入选文化和旅游部组织开展的“文化和旅游赋能乡村振兴十佳案例名单”。



1. 政策引导，创新融资模式

近年来，龙胜各族自治县认真践行习近平生态文明思想，牢固树立“绿水青山就是金山银山”的发展理念，立足于 95%以上的旅游资源遍布于广大乡村的实际情况，以“农旅”结合为主抓手，探索实施“制定一套激励政策、探索一套经营模式、打造一批示范区、树立一批优质品牌、培育一批特色农产品”“五个一”措施，助力乡村旅游“全面开花”，千方百计以乡村旅游带动群众脱贫致富。全县直接从事旅游行业的有 3 万多人，间接吃上“旅游饭”的逾 10 万人。

龙胜坚持把旅游业作为调整农业经济结构，促进农民增收和改善

民生的富民产业，出台了《龙胜各族自治县促进文旅产业发展奖励暂行办法》等系列政策，设置每年不低于 1000 万元的旅游专项资金，创新“党旗引领+金融先锋”投融资模式，因地制宜探索出了旅游企业主导、多主体联合、“党支部+公司+农户”“村集体经济+”等多样化经营模式，有力推动了特色效益产业同村级集体经济融合发展。

2. 聚焦新产品、培育新业态、创造新体验、树立新形象

金竹民宿体验区、黄洛瑶寨长发小寨风情区、金坑瑶寨梯田观赏区等一批休闲农业与乡村旅游示范区陆续建成，形成了“一路梨花上南山”“一路稻花上龙脊”“一湾碧水进温泉”的全域旅游大格局，促使一批农业美、文化美、生态美、生活美、宜居宜业宜游的乡村振兴示范典型涌现。

依托中国品牌节庆示范基地、龙脊国际梯田文化旅游节等载体，推出“开耕节”“红衣节”“辣椒节”“红糯节”各式各样的民俗旅游品牌，以及 8 个常态化民俗演出项目，着力打造“多民族生态博物馆”旅游品牌。

依托富硒资源，加强“三品一标”特色农产品开发力度，着力开发打造富硒百香果、猕猴桃、龙脊辣椒等富硒系列乡村旅游农产品。

发挥罗汉果特色主导产业优势，构建罗汉果一、二、三产业融合发展模式，利用乡村振兴衔接资金建设名特优特色产品展示中心。

充分挖掘红瑶长发文化，研发推出“长发小寨”洗护产品，树立起健康生态的旅游形象。在龙胜金江村，村民们通过推出红瑶歌舞、长发梳妆、红瑶手工制品等精品旅游项目，村级集体经济实现跨越式

发展，2022 年村集体经济收入达 490.37 万元。

（二）黄山西溪南村：“自然生态+文化生态”跨界重组

西溪南镇西溪南村位于黄山市徽州区西郊，丰乐河南岸。拥有保存完好的全国重点文物保护单位—老屋阁绿绕亭及明清古建筑 100 余处，丰乐河畔近千亩的天然枫杨林形成了独一无二的江南古镇独特风景。西溪南村注重古建筑保护和自然生态涵养并行，和美乡村建设和创意产业培育并重，蝶变为影响力和知名度十足的“网红村”。拥有全国文明村、全国乡村旅游重点村、中国美丽休闲乡村、国家森林公园乡村、中国传统村落等荣誉。



1. 一体推进“绿野仙踪”品牌打造

立足资源禀赋，走出一条以自然生态和古村落观光为主、创意产业相辅的发展道路。

探索前进路径。自 2003 年提出西溪南古村落旅游综合开发以来，西溪南镇坚持延续村落自然的生态和历史文化风貌，不断加强天然枫杨林生态和古建筑保护，开发丰乐河及其水利设施，恢复溪南八景、果园、老屋阁、钓雪园、老政府、桂花树和中街区域等，培育发展了研学、艺术、设计、手作等业态，形成“绿野仙踪西溪南”品牌。

全域布局推进。修复古建筑古民居 80 余处。推动政府、社会资本、个人共同参与古建筑古民居重新开发利用，政府收储民居 45 处，挂牌出让古民居 24 幢，引进绿荫山馆、诗莉莉慰颜府、溪边 55 等古民居保护利用项目 36 个，沉睡资源逐步盘活。统筹省服务业引导资金、乡村振兴项目非标债资金、美丽乡村建设资金等约 1 亿元，建成基础设施建设项目 60 余个，村庄综合承载能力和辐射带动能力不断提升。

壮大产业业态。深入挖掘西溪南悠久的历史名人文化、建筑文化、碑帖文化、水利文化、书画文化、诗社文化，融入文创产业培育当中，形成艺术与设计、学术与研学、文化和体验、生态和农产四条创意产业链。如土人学社力主打造国际设计产学研基地，培养国际设计人才，接收国外学生约 150 人，乡村国际范十足。望山生活、上村民宿群等研学团队推出国宝搭建、探访老屋阁、制作徽墨酥、农事体验等研学课程，年接待人数最多达 7000 余人次，其中高端学术性研学沙龙 400 余人次。

2. 建立“五微”模式机制

坚持以“绣花”功夫推进“五微”行动，聚焦“微改造”提升、

“微景区”培育、“微创意”运营、“微循环”发展、“微奉献”治理，实施村落精微改造，在保持传统肌理的同时，用绿植软化坚硬线条，以设计优化建筑功能，让活动丰富游客体验，处处体现传统、自然与人的融合。

3. 以乡村旅游带动一二三产业融合

西溪南村以乡村旅游带动一二三产业融合，以艺宿带动原宿形成较为完备的民宿服务体系，进一步拓展群众增收致富的渠道。紧跟信息化浪潮，开发“玩转西溪南”微信小程序，推动民宿线上预约、特产电商销售，雷军、撒贝宁等大咖纷纷推介，“东方甄选看世界”走进古村落，成功入选文化和旅游部 2024 年全国秋季“村晚”主场。2023 年该村旅游人数突破 60 万人次、实现旅游收入 3500 万元，村集体经营性收入达 130.32 万元。

（三）临沂沂南县：打造现代版“沂蒙山居图”

沂南县隶属于山东省临沂市，位于山东省东南部、沂河中游、蒙山东麓，沂南是沂蒙革命根据地的中心、沂蒙精神的重要发源地之一。近年来，放大“红绿蓝古泉”资源优势，推动文旅康养一体发展，创造了县域旅游发展的沂南模式，先后建成沂蒙红色影视基地、竹泉村、智圣汤泉等 A 级以上景区 16 家，其中 4A 级景区 6 家，被评为“全国旅游标准化示范县”“首批国家级旅游业改革创新先行区”“国家全域旅游示范区”“国家级生态示范区”“国家园林县城”“中国特色产业百强县”。



1. 创新“五大模式”，开辟乡村振兴新路径

一是红色文化带动“常山庄模式”，发挥常山庄革命时期战斗堡垒村的红色文化资源优势，建立集红色研学、影视拍摄、休闲观光为一体的山东红嫂家乡旅游区。

二是创意兴田园“朱家林模式”，将田园生活体验、乡村生活美学等融入乡村旅游，搭建乡村振兴学院等双创服务平台，先后引建26个农文旅融合项目。

三是村企共建“新立村模式”，新立村与山东广汇集团合作成立旅游开发公司，在传统苹果采摘基础上，开发民宿、煎饼体验馆、苹果体验馆、拓展基地等旅游项目，打造“新立苹果”“七彩煎饼”等特色农产品品牌，成为红色文化鲜明、乡风民俗浓厚、体验功能齐全、“村景合一”的国家3A级旅游景区。

四是两区同建“竹泉模式”，依托竹泉村“翠竹、清泉、古村落”

的乡村生态、民俗文化资源，坚持景区带村、村企共建，开发一处新景区、同步建成一个新社区，景区年客流量超 100 万人次，获评全国乡村旅游重点村。

五是“两山”理论“马泉模式”，建设集休闲观光、林果采摘、民宿度假等功能于一体的沂蒙马泉休闲园，获评全国休闲农业与乡村旅游示范点。

2. 实施“四大工程”，绘就融合发展新画卷

一是实施项目片区化推进工程，规划建设卧龙源城乡融合示范区、东高庄红色乡村振兴片区等以诸葛亮汉代文化、红色教育、乡村休闲为特色的“乡村振兴十大片区”。

二是实施文化惠民工程，建成图书馆、美术展览中心、界湖公园等公共文化服务设施。推出《沂蒙四季·红嫂》《妇救会》等 10 个沉浸式演出作品。《沉浸式情景小剧：讲好红色故事的沂南实践》入选全国基层公共文化服务高质量发展典型案例。

三是实施文物保护利用和非遗传承工程，入选第一批革命文物保护利用示范区，大青山革命烈士陵园被纳入国家抗战遗址名录。加快 68 个非遗项目文创产品研发，建成岭上砚博物馆、竹泉乡村记忆馆等 20 个展示体验销售平台。

四是实施文旅人才队伍建设工程。探索建立产学研一体化文旅人才建设机制，引进泰山学者领军人才韩生教授团队合作开发红色沉浸式演出。搭建徐公砚传习所、景泰蓝工艺团队、元宝根艺培训基地等本土人才培养平台，培育非遗传承人 85 人、手工艺大师 6 人。

四、问题分析

（一）人才方面存在的问题

经营者创新能力不足。休闲农业与乡村旅游的项目管理者缺乏创新能力，盲目学习标杆，不注重开发项目的自身优势，项目间相互模仿和品种单一的问题比较突出，缺乏创新点和吸引游客的项目特色，无法起到带动当地经济发展的效果。

服务和接待水平较低。一方面，餐饮、住宿、娱乐、安全、卫生等方面达不到基本的规范和要求；另一方面，一些旅行机构利用信息不对称进行垄断经营，而乡村旅游经营者在了解实际情况后通过减少服务项目、降低服务标准甚至以拒团、宰客的手段提高自身盈利水平，导致游客利益受损的同时乡村旅游地的信誉也遭到严重破坏。

旅游高级创新人才匮乏。休闲农业和乡村旅游大多经营者多数没有接受过系统专业的培训和教育，服务技能水平较低，创新创业所需知识、技能欠缺，缺乏长远的发展意识和现代经营管理意识。缺少直接为休闲农业和乡村旅游项目提供研发服务的科技人才，缺少熟悉农业项目经营管理并能策划主题活动的复合型人才，以及保障乡村旅游项目经营活动的各类经营人才，难以构成产、学、研一体化紧密结合的生态产业链。

（二）产品方面存在的问题

产品初级化且体验性不足。目前大多数乡村旅游和休闲农业项目停留在发展的初级阶段，旅游产品档次过低，多以现有的池塘、果园、农田、养殖场为基础改造而成，大部分仍然停留在“农家乐”的初级

层次上，旅游活动项目局限于田园观光、蔬果采摘、池边垂钓、登山活动、棋牌娱乐等，多以满足游客的物质需求为主，对游客的精神文化需求关注不够。没有运用科技、文化、艺术的手段来充分提升旅游产品的附加价值，产品参与性、体验活动少，造成整个旅游过程缺乏知识性和趣味性，因而游客逗留时间较短，难以形成核心竞争力和效益增长点。

旅游布局分散场点规模较小。目前休闲农业和乡村旅游的园区、农庄、村（点）多为点状分布，尚未形成大规模的休闲农业和乡村旅游产业聚集区。企业之间未能形成良性的合作共赢机制，大型休闲农业和乡村旅游企业的示范带动作用不够，特色农产品无法形成产业化发展，规模经济和品牌效应不明显。

产品同质化竞争激烈。众多的休闲农业与乡村旅游项目具有明显的相似性，产品雷同，不能满足游客多层次、多元化和高文化品位的需求，难以形成具有独特卖点的旅游吸引力。市场定位雷同，旅游活动内容单一，大部分进行乡村旅游的旅游者停留时间十分短暂，很少进行购物、娱乐等占据旅游收入较大比重的旅游项目的体验。

旅游活动季节性过强。一方面造成了旺季过旺，游客过于集中，生态环境过载，服务水平也无法达到游客需求；另一方面淡季又过冷淡，特别是以新鲜果蔬采摘为主要内容的乡村旅游景点对于季节的依赖性更为明显。在漫长的淡季时节，旅游设施闲置，人员闲散，有的景点甚至不得不停业。

（三）营销方面存在的问题

缺乏规范性经营管理。目前乡村旅游和休闲农业的管理存在很多不规范现象，发展理念落后，没有形成乡村旅游品牌等。另外由于行业标准不健全，重复性管理或管理不规范使得经营效果一般，产业素质整体偏低，综合效益不高。

缺乏品牌推广和宣传。一是休闲农庄或者园区经营者缺乏市场开拓和运营维护经验。二是经营者推介意识不浓，大部分经营者仍停留在口碑宣传的初级阶段，缺乏覆盖面广、辐射度大、持续时间长的促销方式。三是在推销自己、推销景点和现有旅游产品方面的力度不够，没有结合主导产业以及当地乡土文化形成鲜明的主题文化和企业文化，难以给消费者留下深刻印象。四是现代信息化手段运用不足，尚未建立多种农业信息数据库和实时信息发布机制的平台，市场信息的共享程度、即时性都较差。

（四）环境方面存在的问题

乡村基础设施建设较为落后。一方面，农村交通不便。不少地区乡村公路等级较低，路面狭窄，缺乏停车场和城乡交通班车，游客进出不方便。另一方面，一些乡村旅游地服务设施条件较差，基础设施、环境建设较为落后，如道路及旅游交通标识、公共厕所、环保设施、垃圾处理、停车场、安全饮水、电力供应、即时通信等设施还不能满足旅游活动的需要，制约着乡村旅游的进一步发展。

乡村生态环境面临巨大压力。一是建设性破坏。一些地方在乡村旅游项目开发与经营中，大肆砍伐树木，开挖山体，拆卸老屋，使乡村目的地的原始自然风貌消失殆尽，优美的自然环境遭到破坏。二是

经营性破坏。一些地区农村污水处理和垃圾收集处理设施缺乏，大量未经处理的生活污水直接排入河溪，造成水体污染，生活垃圾随处可见。三是旅游行为破坏。一到旅游旺季，随着大量游客进入乡村，车辆骤增，给空气质量带来影响。部分游客的不文明旅游行为，给乡村生态环境带来较大的破坏。

乡村人文环境遭遇威胁。首先，乡村地区“乡土”特色的流失。经营者通过建造一些非本地风格的建筑以此改善自身的居住条件或向游客提供更为高级舒适的住宿条件，结果破坏了本地原有的乡村风貌。其次，城市文化入侵，乡村传统文化逐渐消失。大量的都市游客为乡村地区带来经济收入的同时也带来了强势的城市文化，使乡村地区特有的文化内涵受到冲击，从而导致当地浓郁乡土特色的传统地方文化被破坏。还有，经营者将传统的民俗风情表演化和快餐化，对乡村淳朴的民风的人文生态造成冲击。

（五）规划管理方面存在的问题

政策和资金扶持力度匮乏。资金保障是进行创业的最基本要件，由于当地财力、环境、土地、产权等条件的限制，许多项目在规划和实施过程中遭遇了融资难、土地利用难等政策瓶颈。建设用地审批困难，用地指标受限制，一定程度上限制了创业者进行产品的创新供给，加之，产业投入大、回报周期长，创业者普遍存在资金紧缺的问题，政策支持方面尚有不足。

管理体制机制不健全。目前政府出台相关法律法规较少，管理体制不健全，可持续发展的体制机制问题依然存在。创新创业活力尚未

得到充分释放，配套基础设施和公共服务设施仍需进一步加强，考核激励、资金多元化投入、企业成长、科技成果转化、人才激励、金融服务体系等方面的政策措施和体制机制亟须完善。此外，已出台的政策落实情况并不理想。

五、发展建议

（一）加强政策和资金扶持

政策完善是根本，市场运行是重点。发展乡村旅游需要坚持政府引导、市场导向，加强政府的统筹协调和引导扶持。

一方面，制定乡村旅游经营、建筑、环保、安全等相关法律法规或规划，强化政府在政策扶持、规范管理、公共服务、营造环境等方面的作用，以推动乡村地区旅游基础设施及乡村旅游服务设施等建设的完善。

另一方面，设立乡村旅游发展专项资金，积极引入市场机制，采取多种经营模式，充分调动行业协会和社会力量的积极性，鼓励支持个人和各类经济实体参与乡村旅游开发建设，发挥社会资金在乡村旅游发展中的重要作用。

（二）加强农民创新创业与培训

建立创业就业服务平台。强化信息发布、技能培训、创业指导等服务。实施农民工等人员返乡创业行动计划，重视对乡村旅游从业者的技能培训，开展百万乡村旅游创客行动，引导返乡农民工、农村青年、农村大中专毕业生进行乡村旅游创新创业。

与高校联合，实行专家帮扶。实行专家帮扶制度，发挥高等科研

院所的智力支持作用，有针对性地邀请专家学者举办各类专题性的乡村旅游经营管理培训班，建立全方位培训体系。

组织多元活动。组织当地村民及服务人员参与行业论坛、参观考察、推介展示等活动。组织外出参观交流，注重休闲农业与乡村旅游发展典型的参观考察，借鉴台湾等地区精品民宿业的发展经验，搭建不同经营者之间沟通与交流的社交平台，形成开放包容、互学互鉴的创业就业氛围。

（三）创新乡村旅游产品与服务

乡村旅游产品形式创新。对环境的艺术性装饰、装潢，运用高科技包装乡村旅游产品，以达到在形式上给旅游者新奇的体验；设计旅游者参与制作工艺纪念品的活动，既给人全新的劳动体验，又避免旅游纪念品千人一面的状况；有饮食特色的乡村可以开辟现摘、现学、现做的烹调体验项目。

乡村旅游产品类型创新。依托乡村旅游资源禀赋，根据旅游市场需求变化，有针对性地开发特色乡村旅游产品，尤其注重加强乡村体验旅游产品与项目的开发。

乡村旅游产品功能创新。有针对性地开发乡村旅游产品的休闲娱乐功能、医疗保健功能和学习发展功能，满足游客的娱乐需求、交际需求、自我发展需求等。

（四）深入挖掘乡村文化内涵

乡村旅游发展需要坚持以农为本、彰显传统文化特色，不能脱离农业、农村和农民，要坚持以农业为基础，以农民为主体，以农村为

单元，融合一、二、三产业，围绕农业生产过程、农民劳动生活和农村风情风貌，深入挖掘乡村深厚的农耕文化和民俗文化资源，丰富文化内涵，推进乡村传统文化的产品化，变资源优势、文化优势为经济优势，大力培育特色乡村旅游产业，在带动农村经济发展的同时，为城乡消费者创造良好的休闲环境。

（五）加强乡村旅游品牌建设

坚持因地制宜、突出特色，树立大旅游、大产业、大市场、大发展的思路，充分整合农、林、牧、渔和旅游文化等资源，培育一批经营特色化、管理规范化的休闲农业与乡村旅游示范单位。组织开展推介展示活动，形成一批乡村旅游特色品牌，重点培育乡村旅游著名、驰名商标和品牌，实现差异对接、优势互补、合理组合，构建功能完善、形式多样的产业布局。

（六）实施多元化旅游营销

一方面，创新网络营销、热点营销等新型营销方式。加强乡村旅游网站建设，丰富旅游资源、旅游产品、旅游线路介绍；紧跟时事热点，增加知名度和曝光度。另一方面，创新节庆营销。乡村旅游目的地通过深度挖掘自然资源、传统文化、乡风民俗等文化内涵，策划特色主题节庆营销活动，展示乡村旅游地的品牌形象。

（七）创新乡村旅游经营模式

乡村旅游开发应根据当地实际情况选择最合适的经营形式，培育新型经营主体，创新乡村旅游经营形式。在乡村旅游欠发达地区，需要由政府主导乡村旅游跨越式发展，选择政府投资开发经营模式、“政

府+公司”经营模式、“政府+公司+社区”经营模式、“政府+社区+农户”经营模式等开发乡村旅游。乡村旅游较发达地区，乡村旅游发展以市场调节为主、行政调节为辅，组建乡村旅游开发公司或乡村旅游专业合作社等组织形式，实行“公司+农户”经营模式、“股份合作制企业+社区+农户”经营模式、“村集体经济体+农户”经营模式、“农户+农户”企业独立开发等经营模式。