

“她力量”：新时代女性乡村旅游创业就业研究（2025）

中国旅游协会妇女旅游专业委员会

南开大学旅游与服务学院

2025 年 3 月 8 日

目录

第一部分 绪论篇 1

 一、研究背景..... 1

 （一）乡村旅游是乡村振兴的重要抓手 1

 （二）女性乡村旅游创业就业的重要性与必要性 1

 （三）乡村女性旅游创业就业所遇到的现实困境 2

 二、研究框架与研究意义..... 3

第二部分 理论篇..... 4

 一、旅游创业就业..... 4

 （一）国外旅游创业就业研究 4

 （二）国内旅游创业就业研究 5

 二、乡村旅游创业..... 6

 （一）创业动机..... 6

 （二）创业者特征..... 7

 （三）创业影响因素..... 7

 （四）创业风险..... 7

 （五）创业效应..... 7

 三、乡村女性旅游创业..... 8

 （一）女性赋权与社会变革 8

 （二）独特优势与发展桎梏 10

 （三）创业现状与社会拼凑 14

第三部分 问卷调查..... 17

 一、问卷开发与收集..... 17

 （一）问卷开发阶段..... 17

 （二）问卷发放与收集..... 17

 （三）问卷统计与分析..... 17

 二、乡村旅游创业组织基本情况..... 20

三、乡村女性旅游创业动机分析.....	23
四、乡村女性旅游创业中的社会拼凑行为分析.....	26
五、乡村女性旅游创业绩效分析.....	27
六、乡村女性旅游创业的环境动态性感知分析.....	30
第四部分 案例分析.....	32
一、研究设计.....	32
（一）研究方法.....	32
（二）访谈设计.....	33
（三）研究对象.....	33
二、案例比较与分析.....	37
（一）创业就业动机：多元驱动下的初心坚守.....	37
（二）创业就业现状：模式创新与可持续发展.....	38
（三）创业就业困境：个性与共性挑战并存.....	41
（四）未来规划：数字与文化赋能“她经济”.....	42
（五）女性成长：突破桎梏的韧性之路.....	42
三、案例小结.....	43
第五部分 问题及对策.....	45
一、乡村女性旅游创业就业的主要问题.....	45
二、对策建议.....	49
（一）政府层面：强化政策支持与倡导性别平等.....	49
（二）创业者层面：聚焦能力提升与模式创新.....	50
（三）社区与社会组织层面：构建利益共享和可持续发展机制.....	52
三、总结.....	53

第一部分 绪论篇

一、研究背景

（一）乡村旅游是乡村振兴的重要抓手

实施乡村振兴战略是实现全体人民共同富裕的必然选择^{错误!未找到引用源。}。党的二十大报告提出“中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化”“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村”¹，着重提出要把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，并将建设宜居宜业和美乡村作为中国式现代化的应有之义，延伸拓展了乡村振兴的基本内涵和目标要求。

乡村旅游是实现乡村振兴的关键路径^{错误!未找到引用源。}，能够促进农业向新、乡村提质、实现城乡融合²，为解决“三农”问题提出了新的思路和途径。根据省级旅游行政主管部门的汇总统计，全国共有6万个行政村开展了乡村旅游经营活动。数据显示，2023年乡村旅游业产值超九千亿元，农民人均旅游产值大幅增长³。乡村旅游的快速发展在促进当地消费、就业和投资的同时，也大幅改善乡村的基础设施建设，还起到了文化交流、观念变迁等综合带动作用，是振兴传统村落、促进农民增收、实现乡村新内生发展的重要抓手⁴。

（二）女性乡村旅游创业就业的重要性与必要性

在人口流动的背景与传统性别分工观念的影响下，“乡村留守妇女”现象广泛存在，女性成为乡村常住人口的重要组成部分。根据第七次人口普查数据显示，我国乡村女性共2.45亿人，占全国乡村人口的48.1%，其中户籍在乡村、居住在本乡的女性共2.21亿人，占乡村女性人口的90.21%。因而，利用女性资源参与乡村旅游创业就业，能够充分挖掘这一庞大的人力资源潜力，从而有效缓解乡村旅游发展过程中出现的劳动力不足、人才紧缺问题。

¹资料来源：二十大报告辅导百问|为什么说全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村？_中国政府网 http://www.yxx.gov.cn/gzdt/rdzt/62985/62987/content_3552051.html

²资料来源：乡村旅游是乡村振兴的坚实助力_吉林日报
http://www.jl.gov.cn/szfzt/jlssxsxnyxdh/zcyt/202310/t20231016_2775788.html

³资料来源：《2024 中国乡村旅游发展白皮书》_Fastdata 极数

⁴GAO J, WU B. Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China[J]. Tourism Management, 2017, 63: 223-233.

同时，“她旅游”消费新趋势强势崛起。根据携程数据显示，2024 年女性旅客订单量占比 65%，女性人均消费金额比男性高一成，50 岁以上女性旅游订单增速高达 206%。需求端的“她旅游”“她消费”势不可挡，倒逼供给端进行变革创新，为乡村旅游创业就业中“她力量”的崛起提供了舞台。

近年来，新时代的乡村女性依托其独特的性别优势，如情感细腻、服务意识强、了解文化、敏锐洞察市场等，在休闲农业、民宿餐饮、旅游表演、非遗传承等领域积极创业，赋能乡村旅游发展。乡村旅游创业就业中“她力量”，带来了广泛而积极的影响：（1）经济角度上，为乡村留守女性提供了就业机会，使得家庭收入来源更为多元、旅游产业生态更为丰富；（2）社会角度上，传承与弘扬了乡村传统文化，增强了乡村社区的凝聚力，有利于旅游目的地形象的塑造；（3）女性成长角度上，在实现女性自我价值、提高家庭地位的同时，转变了传统的思想观念，能够发挥榜样示范作用，从而带动女性群体的整体发展。

（三）乡村女性旅游创业就业所遇到的现实困境

女性乡村旅游创业就业者由于富有亲和力、擅长表达、服务意识较强等比较优势，能够快速拉近与客户的距离并建立良好的客户关系，受到了广泛的社会认可和关注。然而，因受社会环境、家庭关系、文化背景、传统观念等多因素的制约，乡村女性在旅游创业就业过程中也遇到了重重阻碍，如家庭重担对女性创业就业的牵制、市场与社会环境对女性创业就业的性别歧视、受教育程度低、政策支持力度不足等。

受众多制约因素的影响，女性在创业就业过程中遇到资源来源单一、产品同质化严重、企业盈利困难、规模难以扩大等诸多困境，不利于乡村旅游产业的高质量发展。因此，深入探究女性乡村旅游创业就业者所面临的现实问题，提出行之有效的解决对策，具有较强的实践意义和理论价值。

二、研究框架与研究意义

本研究围绕女性参与乡村旅游创业就业的动机与面临的困境展开，采用问卷

调查法和访谈法，首先对国内外相关文献进行全面梳理，从过往研究中提炼出乡村女性投身旅游创业就业的多样化动机和可能遭遇的各类障碍因素，聚焦于社会拼凑能力、创业绩效提升、环境动态性感知等关键方面。在第一阶段，基于文献梳理的成果编制调查问卷，结合线上与线下两种形式发放问卷，旨在理清乡村女性参与创业就业的动机，把握现实中乡村女性在旅游创业就业进程里面临的实际障碍。第二阶段，选取乡村旅游领域创业就业的女性典型代表开展深度访谈，深入了解乡村女性在创业就业方面的实际现状及现存问题，进而提出兼具针对性与可操作性的建议和对策。

从理论层面审视，现有研究成果中对女性旅游创业就业的关注相对较少。本研究另辟蹊径，以乡村女性作为核心研究对象，深入探讨乡村女性旅游创业就业的动机、现状、阻碍因素及应对策略，对乡村女性旅游创业就业进行全方位、深层次的剖析，一定程度上填补了理论空白。从实践意义而言，通过对问卷调查及访谈资料的系统分析，系统识别制约乡村女性旅游创业就业的关键因素，为政府制定保障性政策条例和乡村女性旅游创业就业转型升级提供理论借鉴，对于乡村女性认知提高、创业环境塑造、就业机会提供与旅游高质量发展都具有重要意义。

第二部分 理论篇

一、旅游创业就业

旅游创业就业研究这一融合了旅游理论与创业就业理论的深入性研究，正在逐渐演变成国际旅游学界广受关注的具有新兴特质的重要议题，其致力于深入探究旅游与创业就业相结合的各种情况，进而为旅游领域的创新进步和创业就业实践的良好发展提供有力支持。

（一）国外旅游创业就业研究

相对于旅游创业就业的实践，学界对旅游创业就业的研究进展较为缓慢。国外旅游创业就业的研究内容主要集中于创业就业影响因素分析、特定群体创业研究、创业效果与绩效研究等方面。研究方法中，实证研究明显多于理论；研究方向集中于多维度综合研究、特定情境下的深入探究、数字化与创业融合研究。

1. 创业就业影响因素分析

Santi Agustina Manalu 等（2024）研究认为制度、基础设施、文化、社会和市场环境等外部因素对旅游创业就业者所采用的资源和策略有框定作用，进而影响创业就业结果。个人因素方面，Hui Li 和 Lan fei Gao（2024）发现创业者的人格特质（如外向性、宜人性）会影响其市场退出意愿；Ikechukwu O. Ezeuduj 等（2024）研究指出创业教育、创业激情等对青年的旅游创业意向有显著的正向影响。

2. 特定群体创业就业研究

Ghaderi Zahed 等（2023）针对中东国家缺乏关于旅游领域女性创业者的经验材料和性别平等问题展开研究，发现家庭责任、法律差异、信贷约束以及性别角色和规范的社会建构是限制女性参与社会和经济机会的障碍。Siamak Seyfi 等（2024）研究进一步探讨在伊朗制裁这一特殊环境下女性旅游企业家如何建立韧性。Freund Daniela 等（2024）的研究发现印证不同地区，创业就业生态系统中存在的性别问题（如性别创业分工、性别不平等）。

Nesrine Khazami 等（2024）研究关注突尼斯农村妇女在农业旅游中的创业行为，即通过农业旅游创业培训开发旅游房屋，家庭支持、承诺、团结等因素对其创业行为起到重要作用。Khoo Catheryn 等（2024）指出由于宏观的性别数字

鸿沟和微观层面的因素，女性在获得数字能力方面处于不利地位，探讨拉丁美洲女性旅游创业者(WTEs)创业数字能力的机遇和挑战。Shrestha Roshis Krishna 等(2024)研究了来自尼泊尔马纳努农村地区的基层协会中土著女企业家的交叉性如何通过竞争、利用和学习来利用其社会资本，将其社会网络转变为价值网络。

3. 创业效果与绩效研究

Ziming Guo (2023) 运用人工智能技术对其在乡村生态旅游领域的应用进行实证研究，进而发现，人工智能技术可以帮助乡村旅游社区提高游客接待量和游客满意度，提高管理效率，降低运营成本。Abdelli Mohammed El Amine 等(2024)研究旅游创业生态系统对销售增长的影响，发现在德国和法国的部分企业家样本中，融资与资金、网络、技术和国际贸易等因素影响旅游企业家的销售增长。

Suder Marcin 等(2024)的研究指出数字技术对酒店业等旅游相关企业的绩效有显著的正向影响，且数字化在创业行为对绩效的影响中起到中介作用。

(二) 国内旅游创业就业研究

国内对旅游创业就业的研究尚处于起步阶段，研究内容主要集中在旅游创业就业基础研究、旅游创业教育、旅游创业就业实践、乡村旅游创业就业等方面。从研究方法上看，以文献综述和观察分析为主，部分采用案例研究方法；研究方向则主要是政策支持与引导、创业能力培养与提升、性别平等与创业发展等。

1. 旅游创业基础研究

白长虹和温婧(2015)探讨了新常态下国内旅游创业的智慧取向及多种模式，有基于旅游产业价值链的创新、基于平台战略的创新和基于跨界融合的创新，并呼吁旅游学界同仁投入旅游创业的学术研究中。项国鹏和彭密香(2022)通过梳理与研究主题高度相关的 98 篇期刊文献，从旅游创业者、旅游创业机会、旅游创业资源、旅游创业决策和旅游新企业管理这 5 个方面展开述评，探究了旅游创业的独特性及其与一般创业的异同，并在此基础上提出了旅游创业研究的未来展望，为“大众创业、万众创新”时代下旅游企业加强创业管理提供理论指导。

2. 旅游创业教育

邓清南(2012)对高校旅游专业创业教育进行了探讨，指出旅游专业具有先天的创业教育优势，通过对旅游创业教育现实意义的探讨和对目前旅游创业存在问题的评判，为高校旅游专业教育提供相应对策与建议。杜丽洁(2024)以四川

旅游学院为例，重点介绍“C（课程）-P（项目）-A（活动）-P（平台）”创新创业教育模式的探索与实践，从而培养素质全面的创新创业人才。

3. 旅游创业实践

女性在旅游创业实践中占据重要部分，周素（2022）研究发现，妇女在参与乡村旅游服务业中角色转变遇到阻碍，产生此阻碍的原因为传统社会性别延续引起的角色冲突。谢沁心（2023）研究指出以 Q 县为代表的乡村旅游业现已形成以农村妇女劳动者为建设主体的新局面，农村妇女广泛而持续地参与自雇创业与受雇就业的实践中，成为当地旅游业进步的重要组成部分。王艳等（2023）通过实地考察大连市某民族乡村妇女参与乡村振兴的现状，分析得出目前民族乡村妇女在参与乡村振兴过程中面临着就业通道收缩，应对风险能力不足；基层组织建设不足，文艺传承力度不足；老龄化与教育水平较低导致投身乡村振兴的能动性不足等现实问题。唐凡茗等（2024）研究探讨桂滇黔民族地区留守妇女参与乡村旅游对其生计转型的影响，从农业主导型生计模式到旅游主导型生计模式的转变。

二、乡村旅游创业

从研究内容上看，乡村旅游创业研究集中在创业动机、创业者特征、创业影响因素、创业风险、创业效应等方面。研究方法上，学者大多是采用案例分析方法，进行现象描述和解释，极少使用量化方法。

（一）创业动机

王心蕊等（2023）研究发现，关系嵌入、创业动机和创业资源禀赋三者之间的交互影响是模仿创业与创新创业形成的深层机制，该发现丰富了乡村旅游情境下的创业理论体系，对促进我国乡村旅游的高质量发展具有重要参考意义。黄英和袁美子（2024）从推拉理论出发，指出对城市归属感低、生存所需等因素推动了青年返乡旅游创业，政策扶持、积极的创业环境、个人情怀和自我实现的需要等因素拉动了青年返乡旅游创业。王耀斌等（2024）运用多元回归分析和 Bootstrap 中介检验方法，探究返乡农民工乡村旅游创业动机如何影响创业幸福感的影响机制。

（二）创业者特征

王心蕊和孙九霞（2021）研究发现乡村旅游发展能够显著促进外出劳动力的回流迁移，在发展了旅游产业的乡村社区，外出劳动力的家庭禀赋越好，越倾向于回流迁移；外出劳动力在外收入越高，越不倾向于发生回流迁移。陈晓莉（2021）指出在乡村旅游发展中，女性的参与程度非常高。要积极推动女性在创业、就业中增收致富，解决实际困难和经营难题。黄英和袁美子（2024）指出崖口村返乡青年是当地城乡融合、实现乡村振兴的重要力量。

（三）创业影响因素

丰向红（2016）分析了湖南凤凰县苗寨游家庭餐馆中农民旅游创业背后的合作与竞争逻辑。刘璐璇等（2024）深入探讨嵌入性对旅游创业绩效的影响以及婚配情况在其中的作用机制。杨仕杰等（2024）研究旅游社会创业中数字技术通过新内源发展模式对个人和社区集体的赋能机制。刘法建等（2025）以皖南代表性古村落旅游地为案例地，基于资源保存理论，探究乡村旅游创业者创业压力对其创业退出意愿的影响，并考察创业自我效能感的中介和社会资本的调节作用。

（四）创业风险

花思宇等（2014）通过对镇江市姚桥镇等地的实地调研，以风险管理相关理论为依据，考察了乡村旅游创业过程中存在的资金、客源及人力、自然灾害、政策等风险。郑粤（2020）指出当前乡村旅游地返乡农民工创业面临着市场风险、资源风险、环境风险、能力风险以及思维风险等困难。刘锐和刘亚峰（2023）基于我国乡村旅游创业发展风险类型和风险管理机制，从社会资本构建视角出发分析乡村旅游创业发展的风险管理，提出乡村旅游创业风险控制策略，以强化风险管理，推动乡村旅游发展。

（五）创业效应

张岚和田雅翔（2016）分析武陵山连片特困地区低收入群体旅游创业对扶贫绩效的作用。金颖若和向富华（2023）基于网络管理能力视角探讨了民族村寨旅游目的地创业者创业韧性的形成机制。王心蕊等（2023）从“主体-实践-效应-保障”这一过程视角探讨社会创业推动乡村旅游地实现共同富裕的路径、作用机理与适用情境。杨仕杰和张言庆（2024）研究则指出社会创业可以帮助乡村进行

新内源式发展，从而掌握乡村发展的主动权；旅游社会创业可以通过社会赋能、心理赋能、经济赋能提升社区能力，继而实现社区的可持续发展。梁增贤等(2025)发现：在旅游小微企业创业到守业的全过程中，不同阶段所需要的核心能力不同，其中机会能力是创业阶段能力的核心，守业阶段则需要机会+运营管理复合能力，而学习能力决定了企业主能否在外界的帮扶下形成复合能力，实现可持续经营。

三、乡村女性旅游创业

(一) 女性赋权与社会变革

1. 女性赋权

1.1 女性赋权理论核心维度

NAILA KABEER 将女性赋权定义为三个相互关联的核心维度：资源（Resources）、能动性（Agency）、成就（Achievements）⁵。其中资源获取是指女性获取和控制的物质与非物资资源，包括经济资源（如收入、资产）、社会资源（如教育、技能）和政治资源（如参与决策的机会）；能动性则定义为女性行使选择权的能力，包括决策能力、谈判能力和对自身生活的控制力；此外，成就就是指女性通过资源和能动性的运用所取得的实际成果，包括经济收益、社会地位提升和心理满足感。

1.2 性别与发展理论（GAD）的实践转向

从“妇女参与发展”（WID）到“社会性别主流化”的范式演进。WID 范式兴于 20 世纪七八十年代，讲求效率优先的性别工具化，其核心逻辑是将女性视为经济发展工具，通过增加其经济参与度提升发展效率。但存在忽视结构性性别压迫的局限性，易导致“时间贫困”，即家庭劳动+生产劳动双重负担。

GAD 转向最早在 20 世纪 90 年代，强调解构权力关系的结构性变革。其范式从“关注女性”转向“解构性别关系”，MOSER 提出“生产-再生产-社区管理”三重角色理论；突出制度性变革，如土地继承权、金融资源分配规则。近年来，国家政策话语转型，《乡村旅游扶贫工程行动方案》强制性别预算，明确规定女性培训经费占比不低于 40%；技术赋能带来范式突破，短视频平台的发展重构权

⁵Moser, C. O. N. (1989). Gender Planning and Development: A Theoretical Framework. World Development, 17(11), 1799 - 1810.

力结构，《2023 乡村数字就业报告》显示，抖音乡村女性主播中 72%首次掌握家庭经济主导权；贵州侗绣传承人通过直播重构“技艺权威”认定标准，推动知识传播去中心化。

1.3 乡村旅游创业的特殊赋能机制

乡村旅游产业具有柔性经济这一特性，首先是时间弹性化，具体体现在季节性经营与家庭照料时间的兼容，例如民宿淡旺季与农忙周期错位，《2022 中国乡村旅游就业报告》显示非全日制就业比例高达 63%；其次是技能非标准化，依赖人际交往、情感劳动等“软技能”^[1]，传统手工艺的在地性知识难以被机器替代；另外是空间依附性，生产消费场景与家庭空间高度重叠例如前店后宅模式，降低女性进入市场的迁移成本；最后是资产轻量化，初始投资门槛低，人力资本权重高于金融资本，例如侗族大歌表演依赖口头传承。

总之，旅游创业为乡村女性提供了经济独立和自我实现的途径，有助于打破传统性别角色的束缚。研究这一现象可以探讨创业如何促进女性赋权，推动性别平等，同时为相关政策设计提供参考。此外，乡村女性旅游创业为探讨性别与经济发展的关系提供了重要案例。传统乡村社会中，女性往往受限于家庭角色和社会结构，经济参与度较低。通过研究女性在旅游创业中的角色，可以深入分析性别如何影响资源配置、机会获取及经济成果，进而丰富性别经济学和发展经济学的研究范畴。

2. 社会变革

2.1 乡村振兴与可持续发展

乡村旅游是乡村振兴的重要抓手，而女性作为乡村社会的重要成员，其创业行为对乡村经济、社会和文化可持续发展具有深远影响。根据《2023 中国乡村旅游发展报告》，乡村旅游收入中女性创业者占比达 47%，云南丽江白沙镇女性主导的民宿集群年营收破亿元，女性创业收入占家庭总收入比例从 15%提升至 42%，推动家庭收入结构优化。同时重构乡村社会资本，实现跨家庭协作与代际合作；突破性别角色，乡村女性从“家庭照料者”转变为“乡村 CEO”，另外女性进入乡村旅游合作社决策层比例达 35%，进一步提升社区决策参与度。乡村女性的旅游创业活动也活化了乡村文化遗产，壮大了非遗活化的女性力量，例如云南

大理扎染技艺通过女性创业者实现市场化。重构文化解释权，创新文化表达，通过旅游创业重新定义“乡村女性”身份，推动文化自信重塑。因此研究女性旅游创业有助于揭示女性在推动乡村经济多元化、文化传承和生态保护中的作用，为乡村振兴战略提供理论支持和实践指导。

2.2 区域经济与产业转型

乡村旅游是乡村经济转型的重要方向，女性创业者在其中扮演了关键角色。

在区域经济结构优化上，产业呈现多元化发展，从单一农业向“农业+旅游+文化”复合业态转型，比如广西龙脊梯田的“稻鱼共生+民宿体验”模式。就业结构也不断升级，非农就业比例提升，女性旅游创业带动就业增长 23%，高附加值岗位如文化解说员、民宿管家等新兴职业不断增加。同时，收入分配得以改善，女性创业者家庭年收入较非创业者高 42%，缩小了城乡收入差距，且中西部地区女性创业增速高于东部，促进了区域均衡发展。

在产业升级路径方面，数字化赋能成效显著，像贵州侗绣传承人通过抖音直播电商实现年销售额破千万，浙江乌镇有女性主导的智慧旅游民宿数字化管理平台。品牌化运营也成果丰硕，打造了福建土楼“女楼长”这样的区域公共品牌，还有浙江莫干山“最美老板娘”评选来孵化个人品牌。产业实现从低端服务向高端体验转型，如私房菜、非遗工坊等，云南沙溪古镇女性主导的精品民宿集群就是典型。

在区域发展模式创新上，通过政府-市场-社会协同推进，政府设立女性创业专项基金，如浙江“巾帼贷”；市场上平台企业给予流量扶持，如携程“她旅计划”；社会层面基层妇联组织赋能，如贵州“锦绣计划”。还通过跨区域联动，建立女性旅游创业联盟，如长三角民宿女主人协会，推动区域品牌共建，如闽粤赣客家文化旅游带。研究女性旅游创业可以揭示其对区域经济结构、就业模式和产业升级的影响，为区域经济发展研究提供新的视角。

（二）独特优势与发展桎梏

1.独特优势

1.1 文化资本的承载与传播

女性乡村旅游创业者由于富有亲和力、擅长表达、服务意识较强等比较优势，能够快速拉近与客户的距离并建立良好的客户关系，受到了广泛的社会认可和关注。赵捷的《云南旅游业民族女性角色分析》一文是国内最早关注旅游业中女性问题的文章，文中从性别分析、行为分析、效应分析三个方面入手较为详细的论述了民族妇女在云南旅游业的发展中既是主要的生力军也是其民族传统文化习俗的承载者和传播者⁶。乡村女性通常承担家庭文化传承角色，对地方民俗、手工艺、节庆仪式等非物质文化遗产的掌握具有代际连续性。其在旅游产品设计中能更精准地提取文化符号（如传统服饰、饮食技艺），实现文化资源的“真实性转化”。妇女参与文化旅游活动不仅促进了非物质文化遗产的保护与传承，还促使妇女获得更加平等的发展机会，有助于家庭和谐与社会稳定，政府、企业、妇女三方仍需努力，充分释放旅游业在促进妇女发展与民族文化遗产旅游开发的积极功效^[2]。

1.2 社会资本的多维动员能力

一方面，女性通过亲属关系（kinship ties）与邻里互助传统，能高效整合家庭闲置资源（如空置房屋改造民宿）、动员社区劳动力（如联合经营合作社），降低创业初期成本，搭建家庭-社区协同网络；另一方面，女性在接待服务中更擅长提供情感关怀（emotional labor），如通过家庭式接待、生活故事分享增强游客体验黏性，提升客户满意度与复购率。

1.3 性别角色驱动的业态创新

女性倾向于选择轻资产、灵活性的创业模式（如手工作坊、在地厨房），契合乡村旅游分散化、个性化的市场需求，规避传统规模化开发的生态风险⁷。研究表明，女性在社会创业中具有“关怀伦理倾向”（ethics of care）和“创业机会识别”两大优势⁸：一方面，女性真诚、洞察力、细腻情感等品质使她们更关注社会价值而非经济价值，从而在乡村旅游情境中更能够发挥帮扶弱势群体⁹、

⁶赵捷.云南旅游业中民族女性角色分析[J].云南民族学院学报 1994, (2): 65-69.

⁷Hochschild A R. The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling[M]. Berkeley: University of California Press, 1983.

⁸汪忠,雷冬娣,唐苗. 女性社会企业家创业动机、社会拼凑与反贫困创新绩效关系研究[J]. 财经理论与实践,2020,41(6):94-102.

⁹严维佳. 社会企业家的内涵与界定: 基于社会创新的视角[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2013,

带动乡村致富作用；另一方面，“她消费”势力崛起，女性从对旅游服务的需求出发，倒逼旅游产品供给变革，并在这一过程中敏锐识别乡村旅游创业的机会。结合来说，女性凝视下的产品设计，常体现“关怀伦理”，识别到独特的创业机会，如开发亲子农耕体验、女性主题旅游线路，填补市场细分空白。

1.4 可持续发展内生动力

女性对自然资源（如水源、土地）的依赖使其更关注生态可持续性，倾向于采用低环境影响的经营方式（如有机农场、零废弃民宿）；女性创业常兼顾经济收益与社区公益（如收益反哺乡村教育、老人照护），构建社区福祉的平衡机制，缓解旅游开发中的社会矛盾，促进包容性增长。

1.5 政策红利的结构性契合

国际发展议程中性别平等目标（SDG 5）与国内乡村振兴战略形成政策叠加效应，女性旅游创业易获得政府专项资金、技能培训等定向支持。同时女性主导的社区旅游项目更易获得公益组织认证，吸引社会责任投资。

总之，女性在乡村旅游创业中的优势不仅是性别特质的简单映射，更是其通过策略性行动重构传统性别分工、激活乡土资源价值的能动性实践，对实现乡村振兴的公平性与可持续性具有范式意义。

2.发展桎梏

女性在创业过程中会受到种种障碍，主要来自于社会文化中对于女性的偏见、自身能力素质的不足、家庭角色的制约、融资能力的不足、信息技术的缺乏等诸多方面。乡村女性创业者承担着妻子、母亲、女儿、创业者等多重角色，受传统观念和保守思想的压力影响，在参与旅游创业的过程中，在参与旅游创业的过程中，往往陷入角色转变的困境，面临着身份认同¹⁰、身份冲突¹¹和身份合法性问题¹²。国外学者通过对亚洲女性的定性研究，发现家庭责任、法律差异、信贷约

43(5): 111-114.

¹⁰罗允淇,林伊莹,郭嘉玥.农村女性创业研究进展与展望[J].科技和产业,2024,24(18):313-319.

¹¹周素.妇女参与乡村振兴后性别角色转变困境及对策研究[J].农村经济与科技,2022,33(01):237-240+256.

¹²张敬伟,李琪琪,靳秀娟.中国农村女性创业者的身份构建过程研究[J].管理学报, 2022,19(5):656-665.

束以及性别角色和规范的社会建构是限制女性抓住社会和经济机遇的障碍¹³。如何突破“性别区隔”，打破“社会桎梏”，让更多的女性从在乡村旅游场域中的“缺位”到“入场”再到“在场”是值得深思的问题。

固有的城乡发展差距、基层组织工作创新不足、刻板性别观念、对民族工艺传承不够重视等多种因素也阻碍着民族乡村妇女在乡村振兴中更好地发挥自身优势^[3]。

表 1 乡村女性创业的制约因素

作者	制约因素	对策建议
赵雅娟等 (2003)	农村自给自足的生产经营模式；社会家庭及女性自身生理、心理；自身素质。	挖掘内部就业潜力；扩大农业产业链；积极鼓励有一技之长的农村妇女通过正常途径外出务工、自主创业；主动引导和鼓励已有一定资本积累的外出务工人员返乡创业。
霍红梅 (2013)	传统的社会性别观念和分工模式制约；创业人力资本缺乏；创业金融资本缺乏；缺少创业支持网络；缺少适合的项目和场地。	完善正式制度安排，加强扶持力度，健全农村融资体系；加强创业培训，提高创业农村女性能力；推动农村信息化建设，扩大农村女性社会关系网络；充分发挥妇联组织作用，增强组织化程度。
夏惠芸 (2014)	文化素质偏低，科技信息获取能力弱；综合能力弱；抵抗风险能力低。	建立创新型农村妇女科技致富带头人创业培训模式（以政府为主导的多层次创业培训模式；建立创业教育培训基地建设，实施三段式培训模式；突出高原特色农业，建立农业科技培训、科研、推广一体化培训模式）。
阿布力孜·布力布力等 (2018)	个人因素（婚姻状况、教育水平等）、经济因素（缺乏资金，收入较低，融资困难等）、心理因素（缺乏冒险精神、缺乏独立性、自信心不足、缺乏创造力等）和社会文化因素（父权文化、刻板影响、排斥心理等）	\
周素 (2022)	（1）生产角色：就业综合素质薄弱；市场分工不平等；（2）家庭角色：承担再生产劳动过多；拥有家庭决策权弱；（3）社区工作角色：参与社区活动受阻；管理参与边缘化	

¹³Ghaderi, Z., Tavakoli, R., Bagheri, F., & Pavee, S. (2023). The role of gender equality in Iranian female tourism entrepreneurs’ success. *Tourism Recreation Research*, 48(6), 925-939.

王艳等 (2023)	就业通道收缩，应对风险能力不足；基层组织建设不足，文艺传承力度不足；老龄化与教育水平较低导致投身乡村振兴的能动性不足	1. 经济赋权：发展林下经济，创新经济发展模式；2.制度赋权：优化制度设计，增强社会性别意识；3.文化赋权：重构民族文化展演方式，搭建妇女文化传承公共舞台；4.教育赋权：重视职业教育培训，破除妇女就业瓶颈
王帅帅等 (2024)	综合素质偏低；家庭约束；性别歧视；社会资本匮乏；基层环境不利；缺乏规范的监管服务体系	强化职业教育；推动思想解放，消除性别歧视；完善农村保障体系，减轻家庭压力；搭建服务平台，改善创业环境

（三）创业现状与社会拼凑

1. 创业现状

在乡村旅游的研究中，很多文章都提到了女性在乡村旅游接待中的重要作用。NILSSON 通过对丹麦、挪威、威尔士、爱尔兰、德国、意大利、加拿大、瑞典等国家乡村旅游发展过程的分析，研究女性在其中所扮演的角色以及她们的就业预期，指出女性在乡村旅游接待中的地位无人可以替代¹⁴，主要集中在民宿、农家乐、手工艺品制作与销售以及旅游服务等领域，为乡村振兴贡献巾帼力量。

然而，相较于男性，女性的创业主体性不足，基于传统性别分工模式设计的接待服务使妇女依然处于从属地位¹⁵。林宗贤等以台湾地区乡村旅游中小型经营者为研究对象，比较了性别差异下中小型乡村旅游经营者的创业动机模式，研究发现女性从事乡村旅游产业经营主要是出于对理想生活方式和利益获取的追求，而男性从事乡村旅游产业经营主要动因来自试图改变对过去生活状况的不满¹⁶。

当前，乡村女性通过参与公共服务、引导资源注入、创造就业岗位、传递个人声誉（如月亮妈妈、“阿浓苗家”等）、文化知识传播¹⁷等方式，在社区治理、

¹⁴Per Nilsson. Staying on farms: An ideological background [J]. Annals of Tourism Research, 2002, 29(1): 7-24.

¹⁵林清清, 丁绍莲. 旅游发展与东道主女性——一个性别视角的研究综述[J]. 妇女研究论丛, 2009(3): 75-80.

¹⁶林宗贤, 吕文博, 吴荣华, 等. 乡村旅游创业动机的性别差异研究——以台湾为例[J]. 旅游学刊, 2013, 28(05): 89-98.

¹⁷Li, Y., Qin, X., Sullivan, A., Chi, G., Lu, Z., Pan, W., & Liu, Y. (2023). Collective action improves elite-driven governance in rural development within China. Humanities and Social Sciences Communications, 10(1), Article 600.

居民增权、文化传承、生态保护等方面都产生了积极而广泛的促进作用，以“她智慧”，发挥“她力量”。同时，乡村女性进行旅游创业的行为，表明她们具有增加家庭收入、赢得社会认可、推动乡村社会发展的能力，对于提高女性社会地位、促进女性自身发展产生重要的正向影响，助力“她成长”。

2. 社会拼凑

社会拼凑理论是由 LEVI-STRAUSS 提出的资源拼凑理论发展而来的¹⁸，资源拼凑理论被引入到创业领域后，学者们研究发现，由于拼凑主体的类型、性质不同，资源拼凑理论逐渐分化为两类：商业拼凑和社会拼凑。这一分类伴随着 2006 年社会拼凑(Social Bricolage)概念的提出而逐渐清晰，DI DOMENNICO 等(2010)以“社会拼凑”指代社会创业领域为了实现社会价值而进行的拼凑行为。JEFF 等(2011)对社会拼凑理论进行了初步界定，即利用手头的一切资源，为解决传统组织未能以适当方式解决的社会需求提供创新性的解决方案¹⁹ 具有资源即兴重组²⁰、拒绝资源约束²¹与社会嵌入性²²三大核心特征。

根据 VANEVENHOVEN 等、MISAGH²³等的研究,社会拼凑可分为内部拼凑(internal bricolage)和外部拼凑(external bricolage)。这两种形式都为创业过程提供特定的功能,并对社会企业的发展至关重要。BAKER 等²⁴认为，内部拼凑指的是利用组织内部现有的资源，强调与个人有关，如个人经验、教育背景等。外部拼凑指的是存在于外部环境中资源的组合，允许利用更广泛的现有资源²³，可以是物理的，比如产品或机器，也可以是社交的，比如嵌入社会企业家的社交网络。内部拼凑与外部拼凑对于社会企业的发展都极为重要。

¹⁸Levi-Strauss C.The savage mind[M].University of Chicago Press,Chicago,IL,1967.

¹⁹Vanevenhoven J,D Winkel D,Malewicki W L,et al.Varieties of bricolage and the process of entrepreneurship[J].New England Journal of Entrepreneurship,2011,14(2):53-66.

²⁰Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1019-1051.

²¹Senyard, J., Baker, T., & Davidsson, P. (2014). Entrepreneurial bricolage: Towards systematic empirical testing. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 34(5), 1-15.

²²Di Domenico, M., Haugh, H., & Tracey, P. (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681-703.

²³Misagh Tasavori,Calebkwong,Sarikapruthi.Resource bricolage and growth of product and market scope in social enterprises[J].Entrepreneurship & Regional Development,2018,30:3-4,336-361.

²⁴Baker,Ted,Annes.Miner,Dale T.Eesley.Improvising firms:Bricolage,account giving and improvisational competencies in the founding process[J].Research Policy,2003,32(2):255-276.

与男性相比，女性往往具有强烈的风险规避意识²⁵，使得她们不愿意承担社会企业倒闭带来的负债，因而在强烈生存型动机的驱动下，她们只能更加积极开展社会拼凑活动，因此女性创业往往依赖社会资本和关系网络。对于女性社会企业家来说，社会拼凑的来源一般有 3 种形式：家庭内关系网络、家庭外关系网络、社团关系网络²⁶，社会拼凑所涉及的资源来源遍布整个利益相关者网络，具有创造性、创新性、灵活性，是社会企业家以创新的方式处理资源短缺能力的体现²⁷。

因此，研究乡村女性旅游创业可以揭示她们如何利用家庭、社区和市场网络获取资源、拓展业务，并应对创业中的挑战。这不仅有助于理解社会资本在创业中的作用，还能为政策制定者提供优化创业环境的依据。

²⁵Dacin,Peter A M,Tina Dacin,Margaret Matear.Social entrepreneurship:Why we don't need a new theory and how we move forward from here[J].Academy of Management Perspectives 2010,24 (3):37-57.

²⁶费涓洪.社会资本与女性创业——上海 30 位私营企业女性业主的个案调查[J].中华女子学院学报,2005,17(2):51-56.

²⁷汪忠,雷冬娣,唐苗.女性社会企业家创业动机、社会拼凑与反贫困创新绩效关系研究[J].财经理论与实践,2020,41(06):94-102.

第三部分 问卷调查

一、问卷开发与收集

（一）问卷开发阶段

首先，以“乡村女性”、“女性创业”、“旅游创业”、“乡村旅游”等词语为关键词检索国内外相关文献，从文献中抽取有关乡村女性旅游创业发展制约因素的研究成果，选取对乡村旅游创业的认识、自我效能感、旅游创业情境感知三个因素相关的内容，选择相关量表、加入个人信息调查、设计问卷初稿。随后，通过与相关领域专家学者沟通、交流，在问卷中加入“创业动机”、“创业倾向”两个能够实际反映乡村女性旅游创业现状的变量，以期对乡村女性旅游创业现状有更进一步的直观了解，并通过该问卷反映乡村女性旅游创业中的各方需求，为乡村女性旅游创业提出积极的对策和建议。

（二）问卷发放与收集

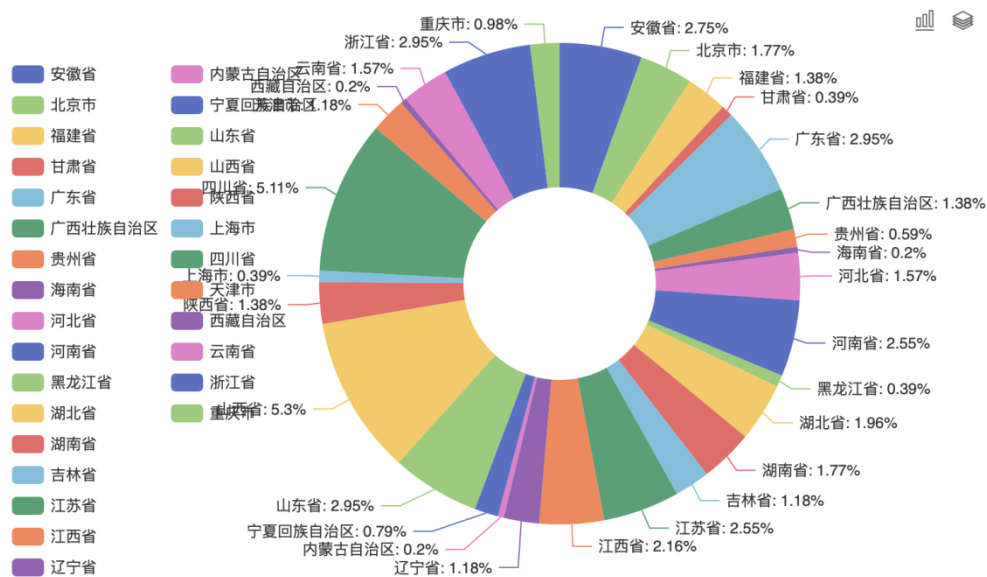
在全国范围内，通过线上和线下两种方式，线上采用“问卷星”平台发放问卷，线下采用纸质问卷，实地深入乡村地区发放并收集问卷。调查问卷来自全国各地，调查对象为乡村女性，包括已创业和未创业的，共回收有效问卷 254 份。

（三）问卷统计与分析

利用 SPSS21.0、Excel 等软件对收集的数据进行统计分析，其中反映乡村女性旅游创业动机、现状及制约因素的数据分析将在下一节中详细描述，在这里将重点描述问卷的样本个人信息状况。

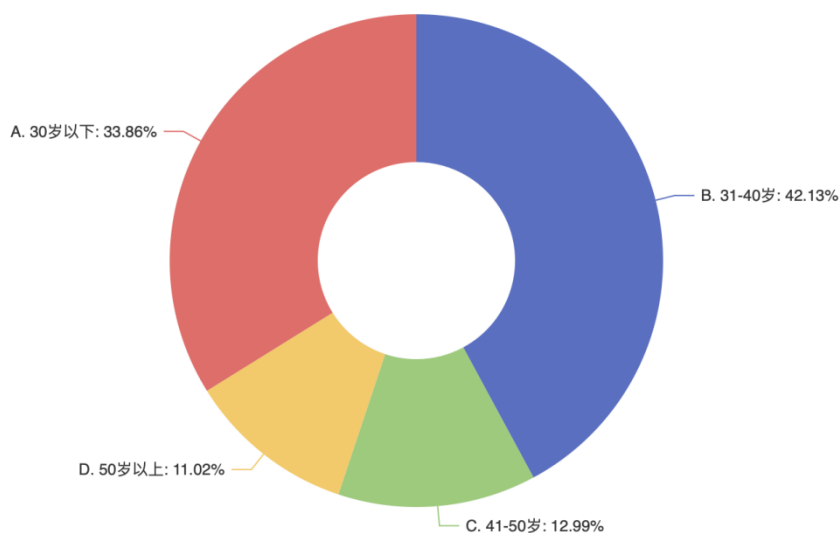
1. 样本地区分布

样本来自于全国各地乡村地区，全国各省份分布较为平均以减少地区偏差。其中，山西省、四川省因调研条件便利，选取的样本量相对较多，具体样本地区结构分布见下图：



2. 样本年龄结构

年龄是影响创业行为的重要因素之一，不同年龄段的乡村女性在体力、精力、社会阅历、风险承受能力等方面存在差异。当前，中青年群体是乡村女性参与旅游创业的主力军。本研究选取的样本年龄分布以中青年为主，即 30 岁以下和 31-40 岁的群体为主，这一年龄段的女性精力较为充沛，具备创新意识，更有可能选择旅游创业。41-50 岁和 50 岁以上的人群分别占 12.99%和 11.02%，她们在经济上相对稳定，有一定的社会资源积累，也是参与旅游创业的重要群体。具体的年龄构成见下图：



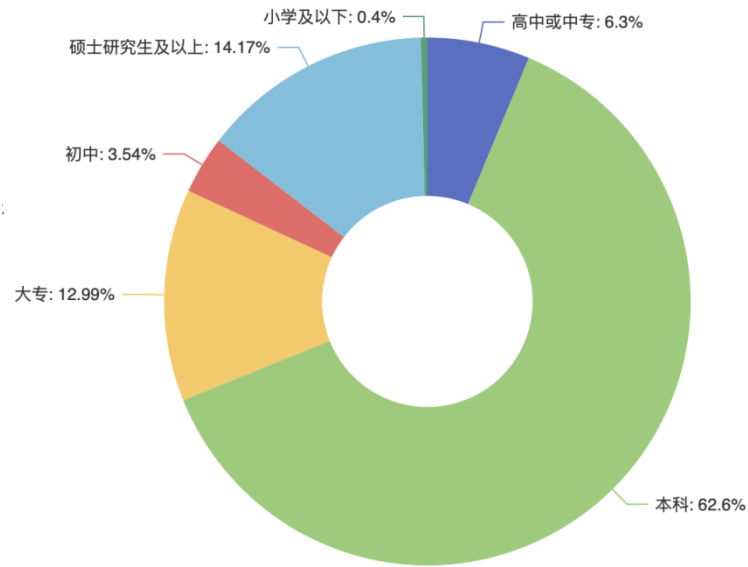
3. 样本城乡户口情况

本研究主要围绕乡村女性旅游创业开展，在所选取的样本中，农村户口占 62.6%，为主要多数，城镇户口占 37.4%，符合当前城乡深度融合的现状，具有合理性。



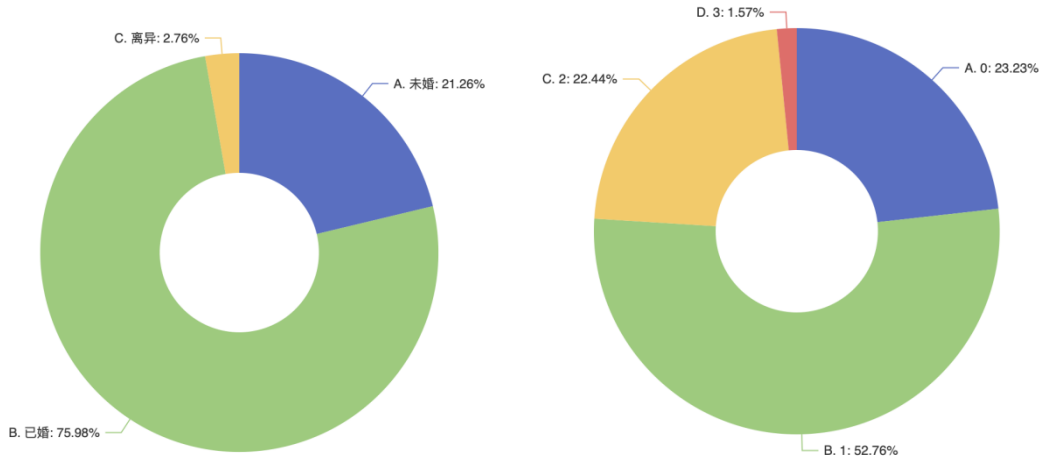
4. 样本文化程度

数据显示，在样本文化程度水平上，本科学历占 62.6%，硕士研究生及以上占 14.17%，符合当前众多“大学生村官”回到乡村开展创业的现实情况。而本科以下学历人群仍然在乡村创业中发挥重要作用，本研究选取的样本大专学历占 12.99%，高中或中专学历占 6.3%，初中占 3.54%，小学及以下占 0.4%。总体而言，本研究的样本选择较为合理，具有一定的代表性。



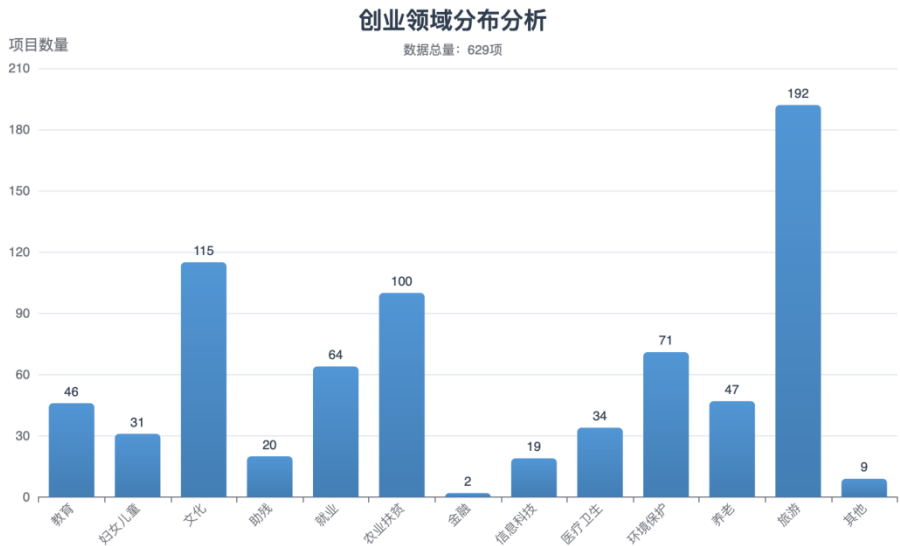
5. 婚姻状态和子女数量

婚姻状况和子女数量会影响乡村女性的家庭责任和可支配时间、资金等资源。研究选取的样本主要以已婚女性为主，围绕乡村已婚女性的创业动机、社会拼凑行为和创业绩效展开，符合当前已婚女性作为乡村的主要主体开展乡村旅游创业的现状。而未婚女性（占比 21.26%）和离异女性（占比 2.76%）可能在创业决策上更加自由，受家庭因素的束缚较少，也是本研究的重要研究对象。子女数量作为影响女性参与创业的重要因素，也是样本选择的重要考虑因素，目前 52.76% 的被调查者拥有一个子女，22.44% 拥有 2 个子女，未拥有子女的乡村女性占比 23.23%，与未婚群体的占比相近。总体而言，选取样本的婚姻状态与子女数量情况多数符合当今的乡村社会情况，具有一定的代表性。



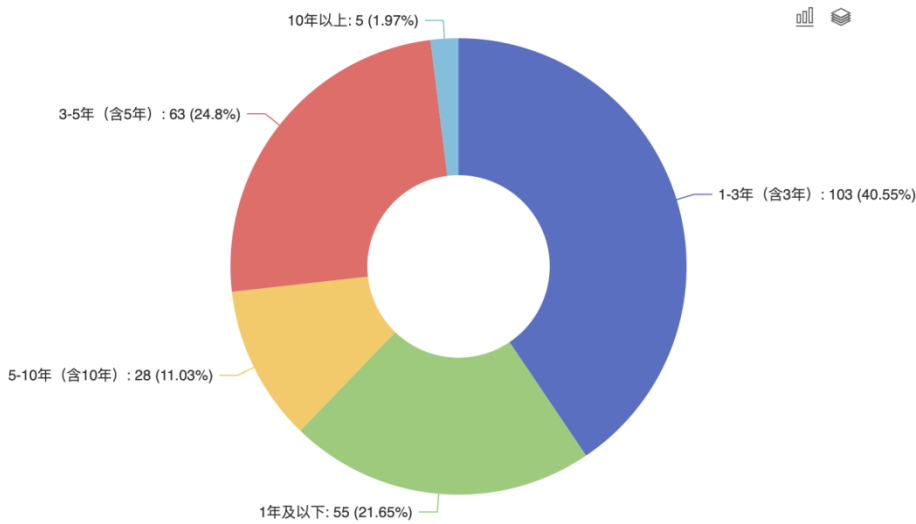
二、乡村旅游创业组织基本情况

1. 乡村旅游创业领域



在样本数据中，旅游领域以 192 个项目（占比 30.52%）成为最活跃的创业领域，远超其他行业。而第二名为文化领域 115 项，占比 18.28%，反映了在当前文旅融合的大背景下，乡村女性在文化领域与旅游领域协同创业的实践现状。此外。农业扶贫 100 项，占比 15.90%，体现出“农业+旅游”的乡村旅游创业模式仍占据着重要地位。此外，72 个环境保护项目也反映出绿色生态与乡村旅游共生发展的趋。值得关注的是，妇女儿童领域（31 项，4.93%）存在旅游创业细分机会，具有广阔的创业前景。

2. 创业组织的运作年限



数据显示，乡村女性旅游创业的年限主要集中在 1-3 年，占比 40.55%，主体集中在成长阶段，需政策支持(如培训、贷款)以稳定发展。1 年及以下(21.65%)的初创企业，反映乡村旅游行业具有较强的吸引力，需重点关注后期存活率。创业年限为 3-5 年的企业占比 24.8%，表明有四分之一的乡村女性旅游创业组织已经进入了成熟过渡期。此外，5-10 年（11.03%）和 10 年以上的企业（1.97%）较为欠缺，如何在乡村旅游企业长期可持续发展成为重点关注的问题。

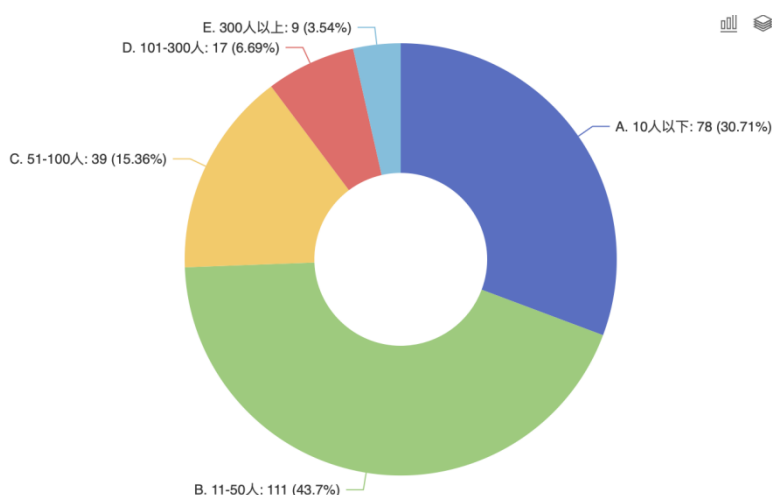
3. 创业组织的所在地区

地区	占比	热点领域与潜在机会
华东地区	29.53%	依托长三角经济圈，可能聚焦高端民宿、文化体验
西南地区	17.72%	少数民族文化与生态资源丰富，适合开发特色文旅 IP
华北地区	18.11%	近京津冀城市群，可发展短途乡村旅游
华南地区	11.81%	沿海区位优势明显，适合结合海洋旅游

华中地区	12.60%	农耕文化深厚，可开发农旅融合项目
东北地区	6.69%	冰雪旅游潜力待挖掘，需解决季节性限制问题
西北地区	3.54%	基础设施薄弱，但独特地貌具备小众旅游开发价值

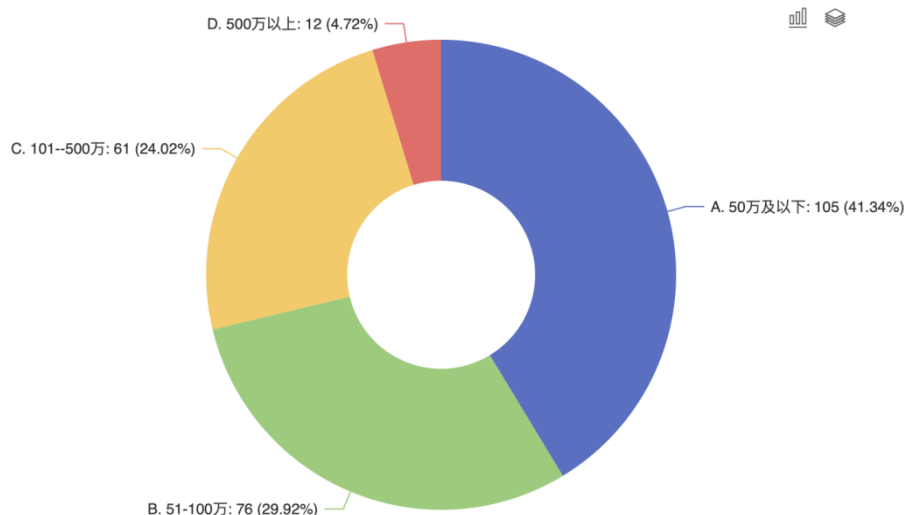
总体而言，当前的乡村女性旅游创业呈现“东密西疏”的格局，东西部差异显著。

4. 乡村旅游企业员工人数



数据显示，女性创业者所创办的乡村旅游企业员工人数“10 人以下”占比约为 30.71%，“11 - 50 人”占比约 43.70%，这两部分占比较大。从乡村女性旅游创业角度看，一方面，乡村女性创业可能因资金、资源等限制，初期多选择规模较小的经营模式；另一方面，也可能反映出乡村女性在创业时善于利用当地人力，灵活组建小团队，以家庭、邻里为基础招募员工，从而便于管理和沟通，符合乡村的社交和经济特点。而“51 - 100 人”“101 - 300 人”“300 人以上”占比较小，表明乡村女性旅游创业发展到较大规模的较少，可能面临着诸如资金瓶颈、管理能力提升困难、市场竞争压力大等问题，阻碍了企业进一步扩张。

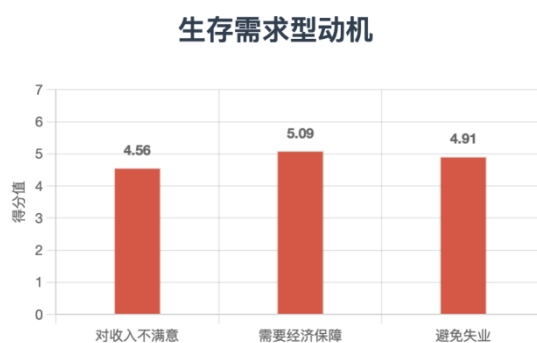
5. 乡村旅游企业年销售额



在样本数据中，乡村旅游企业的年销售额“50 万及以下”占比达到 41.34%，说明大部分乡村女性旅游创业企业仍然处于盈利水平较低的阶段，也与前面所提到的 10 人以下的小规模经营情况相符。此外，“51 - 100 万”占比约 29.92%， “101 - 500 万”占比约 24.02%， “500 万以上”占比约 4.72%，这部分占比依次递减，表明随着销售额增加，企业数量逐渐减少，能够突破较高营收水平的乡村女性旅游创业企业较少，侧面反映出乡村女性旅游创业在市场开拓、经营管理等方面面临挑战，限制了企业的盈利能力和发展规模。

三、乡村女性旅游创业动机分析

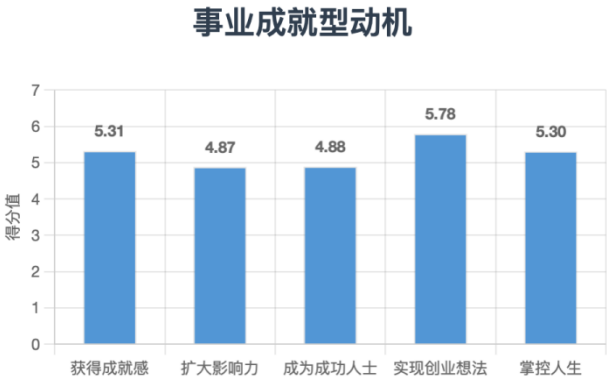
1.生存需求型动机



结合问卷数据结果，乡村女性参加旅游创业的生存需求型动机平均得分仅为 4.85 分，在三类动机中相对较低。其中，“经济保障”需求获得了 5.09 分，为生存需求型动机中的最高项，反映出在当前农村地区就业机会有限、收入波动较

大的情况下，乡村女性具有寻求稳定收入来源的迫切性，而旅游创业为她们提供了一条崭新的经济出路。而“避免失业”（4.91 分）略低于经济保障，说明创业被视为规避就业风险的主动选择，在传统农村经济模式下，女性往往面临更多的就业限制，而当前的乡村女性更倾向于主动出击，掌握自己的经济命运，减少对传统就业市场的依赖。“收入不满”（4.56 分）这一动机得分最低，表明传统的收入模式已经难以满足当前的生活物质需要，推动乡村女性通过旅游创业行为来获得更高的经济回报，进一步来说，这种对收入的不满并非简单的物质追求，更反映出了乡村女性们对美好高质量生活的向往和对自身经济价值的重新定位。

2.事业成就型动机



分析数据可得事业成就型动机的整体平均得分为 5.23 分，这一系列的均值显著高于生存需求型动机，充分体现了当前乡村女性对个人事业发展的高度重视。在这一动机类别中“实现创业想法”的得分高达 5.78 分，居所有指标之首，凸显了乡村女性对于创业的自主性与理想追求，反映出在政策支持和乡村旅游发展的大背景下，乡村女性不再满足于传统的农村生活模式和家庭“男主外，女主内”的经济结构，而是渴望通过旅游创业实现自己的人生价值和理想。此外，部分由公司职员转型而来的女性，厌倦了城市的内卷生活，选择来到乡村旅游这片天地实现自己的创业想法与人生抱负，也反映了“城市归属感”“城市压力”等推力因素有力推动了女性回流到乡村进行旅游创业。

在事业成就型动机这一分类中，“掌控人生”（5.30 分）和“获得成就感”（5.31 分）两项指标也获得了较高分，表明乡村女性渴望通过创业突破传统角色的桎梏与束缚，转而追求社会价值与社会认同。在传统的乡村社会分工中，女性

的角色往往被限定在家庭范围内，而乡村旅游产业蓬勃发展，为她们提供了一个展示自我能力、实现自我价值的平台。通过乡村旅游创业，她们能够掌控自己的人生轨迹，获得来自社会的认可和尊重，从而实现从传统角色到现代职业女性的转变。

相比之下，“扩大影响力”（4.87 分）和“成为成功人士”（4.88 分）的动机相对较弱，一方面，乡村女性在创业中往往白手起家、脚踏实地，更倾向于利他、利整体而非利己，较少以“扩大影响力”和“成为成功人士”为驱动力进行创业；另一方面，由于乡村社会的网络规模有限且资源获取难度较大，在实际操作中，乡村女性也常受到地域、资源和人脉等多方面因素的限制而无法扩大影响力。

3.亲社会型动机

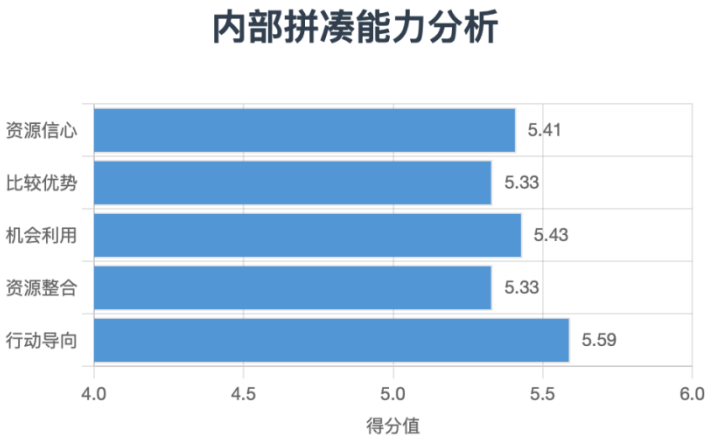


亲社会型动机的整体平均得分为 5.43 分，是三类动机中最高的，充分体现乡村女性旅游创业的集体主义特征，反映了乡村女性创业者兼顾经济目标与社会责任，通过创业实现个人价值与社区福祉的双向提升。其中，乡村女性“帮助他人”（5.54 分）和“造福他人”（5.46 分）的意愿较高，显示了乡村女性旅游创业行为与乡村社区发展的深度绑定，她们认为“为他人做好事”（5.40 分）非常重要，希望通过旅游项目带动本地就业、传承传统文化等方式，在实现自身经济目标的同时为社区的发展做出重要贡献。此类以社区为中心的创业动机驱动下的创业行为，能够有效增强乡村社区凝聚力和乡村旅游的可持续发展能力。总结来说，亲社会型动机的整体高分不仅彰显了乡村女性的善良和奉献精神，也体现出她们对家乡的深厚情怀和社会责任感，她们希望通过自己的努力，为家乡的发展贡献一份力量，为后代创造更好的生活环境。

综上，“亲社会型 > 事业成就型 > 生存需求型”的创业动机层级结构，表明当前乡村女性在社会责任感驱动、自我实现主导下做出创业选择，打破了传统意义上“生存优先”的创业认知，体现出乡村振兴背景下女性主体意识的觉醒，和务实性与理想性兼具的创业动机特征。同时，这三类动机相互交织，相互促进，推动着乡村女性在旅游创业的道路上不断前行。

四、乡村女性旅游创业中的社会拼凑行为分析

1.内部拼凑能力

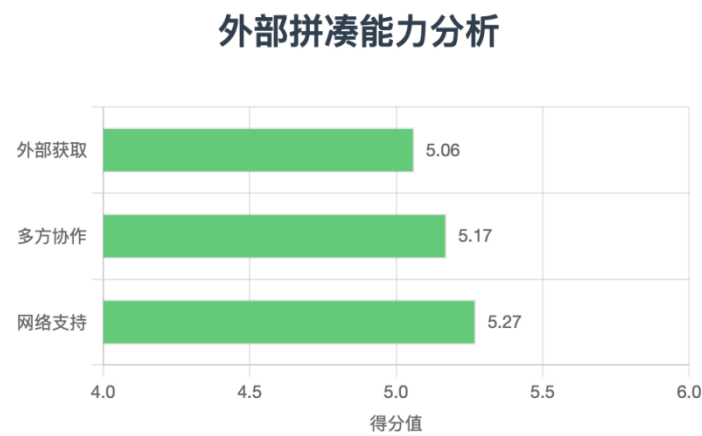


分析数据可发现，乡村女性在旅游创业过程中展现出较为显著的内部拼凑行为（平均得分 5.42 分）。尽管乡村地区资源较之城市地区相对匮乏，但女性创业者们能够通过巧妙的策略和智慧，灵活有效地整合现有的物质、人力、社会资本等资源，推动旅游创业项目顺利开展，展现出较强的创业适应性和发展韧性。

其中，“行动导向”（5.59 分）为突出的最高分项，反映出乡村女性创业者“边干边学”的实践智慧：她们在创业过程中表现出强烈的行动力，不畏困难、勇于尝试，通过实际操作来积累经验、解决问题，这种“干中学”的方式使她们能够快速适应市场变化，及时调整创业策略。而“资源利用信心”（5.41 分）和“机会利用”（5.43 分）显示了乡村女性创业者们能够捕捉存在于组织内部的潜在机会，并有足够的信心来运用现有资源，这一特质在条件有限的乡村环境中显得尤为重要。而在“资源整合”（5.33 分）的实践中，创业者们仍有较大的提升空间，与其他企业相比也未具有明显的“比较优势”（5.33 分），如何以创新的

方式实现资源的优化配置和价值提升，是乡村女性创业者们亟待解决的问题。

2.外部拼凑能力

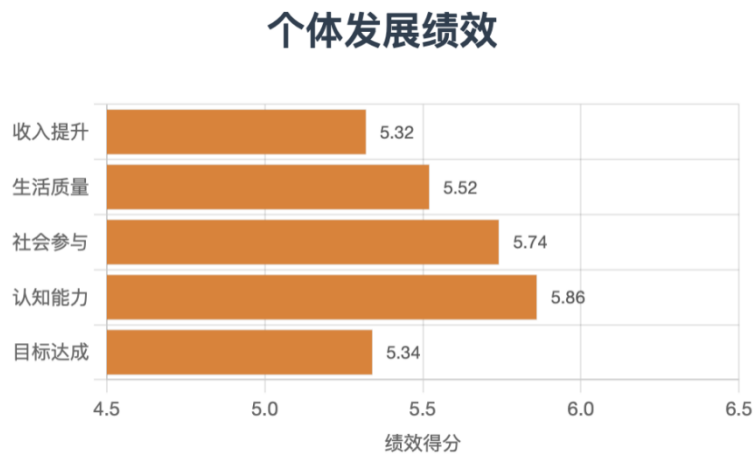


乡村女性旅游创业的外部拼凑能力整体平均得分为 5.17 分，明显低于内部拼凑能力，反映出乡村女性创业者更依赖内生资源，外部拼凑能力有待加强。在外部拼凑行为的各项指标中，“人际网络支持”（5.27 分）的得分最高，表明乡村女性创业者的人际网络在资源获取中发挥了关键作用。在旅游创业的实践中，女性得益于善于沟通、亲和友善的性别优势，通过广泛的人际关系网络尤其是弱关系网络，获取了更多的信息、资金和市场机会，并将外部资本引入乡村，推动乡村旅游项目的发展。这种基于信任和关系的人际网络支持在为乡村女性创业提供了直接资源的同时，还帮助她们突破了传统乡村社会的限制，广泛拓展了创业视野。相较于“人际网络支持”和“多方协作”（5.17 分），乡村女性创业者的“外部获取”（5.06 分）能力较弱，表明与政府、社会组织、社区等合作的多方协作模式已初步形成，为乡村女性创业提供了更广阔的发展空间，但在面对复杂的外部市场环境时，乡村女性在基础性资源（资金、技术、人才）获取的深度和广度仍存在不足。

内外部拼凑能力的所有指标均高于理论中间值 4 分，表示乡村女性创业者都具有良好的社会拼凑基础，而内部拼凑（5.42）> 外部拼凑（5.17），两者对比则显示出内外部资源利用不均衡这一现象，外部拼凑的能力短板有待补齐。

五、乡村女性旅游创业绩效分析

1.个体发展绩效



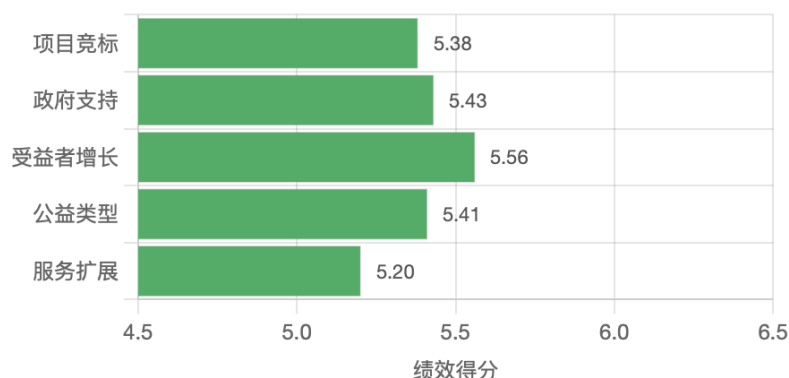
通过数据结果可得，乡村女性在旅游创业中的个体发展绩效表现非常卓越，平均得分达到 5.56 分，表明旅游创业不仅为乡村女性提供了经济上的收益，还给女性在社会认知、社会参与和个人生活等多方面带来了广泛而积极的变化。

首先，“认知能力提升”（5.86 分）作为最高分项，反映出乡村女性在旅游创业的过程中，普遍实现了显著的知识积累和思维升级，创业活动促使她们“边干边学”，在实践中掌握财务管理、市场分析、客户服务等多维度的知识，也提高了思考问题、解决问题的能力，为女性个体的成长提供了重要支撑。同样，“社会参与增强”得分为 5.74 分，表明通过旅游创业，让更多乡村女性从“小家庭”走向了“大社会”，与游客、供应商、合作伙伴、社区成员、政府部门等主体都建立了广泛的社会联系网络，进一步提升了女性创业者们的社会价值和影响力。

“收入提升”（5.32 分）和“初期目标达成”（5.34）两项的得分相对较低，可知旅游创业虽然使乡村女性经济地位更高、收入来源更多元，但仍有较大的提升空间，亟需进一步优化目标管理机制以扩大企业经济收益。“生活质量”（5.52 分）作为中间项，凸显了乡村女性通过旅游创业活动实现了生活条件和生活方式的改善，一方面，乡村女性通过创业增加了家庭收入，改善了居住条件，使得生活水平显著提升；另一方面，一些女性创业者从城市回归到乡村创业，一定程度上实现了时间和空间上的自由安排，“在家门口挣钱”减少了留守儿童的数量，提升了家庭幸福感。

2.企业的社会效益

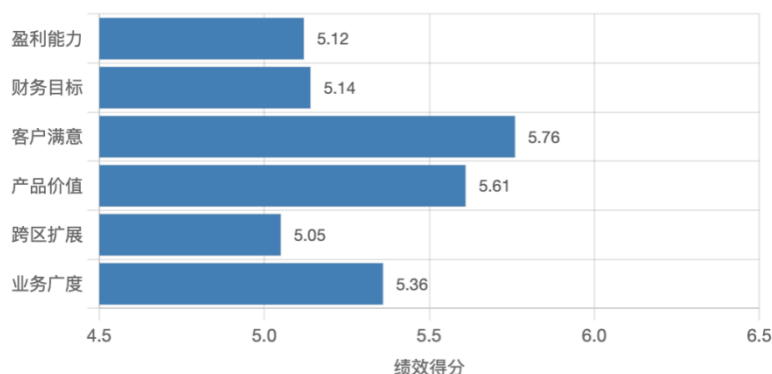
社会效益绩效



乡村女性旅游创业的社会效益绩效整体平均得分为 5.40 分，可得出乡村女性在旅游创业的过程中不仅达成了个体在经济层面和认知层面的提升，其企业也对社区与社会产生了积极效益。进一步具体分析，社会效益绩效部分的各项指标得分均较高，显示出乡村女性旅游创业项目在社会价值扩散、政策资源获取和公共服务拓展等方面都具有显著的成效。其中，“受益者增长”（5.56 分）作为相对说的最高项，表明乡村女性所创立的旅游项目或通过提供就业机会、或引入外部资源，为社区成员、游客等多方受益者带来了正向的影响。“参与公共服务项目竞标”（5.38 分）、“公益类型增加”（5.41 分）、“政府和社会机构的支持”（5.43 分），反映出乡村女性创业者在政府机构和社会组织的支持下，积极参与各类公益服务项目的竞标活动，凸显出旅游创业的公益性，也增强了乡村社区成员对创业项目的认同度和支持度。“服务扩展”仅获得 5.20 分，女性创业者们在公益服务的类型和竞标上有所成就，但社会公益服务覆盖的地理范围有限，主要集中在创业者的所在地或周边地区，因此，旅游创业项目辐射性和地理扩展能力有待进一步的提高。

3.企业的经济效益

经济效益绩效



根据数据结果，乡村女性旅游创业的经济效益绩效整体平均得分为 5.34 分。其中，“客户满意度”达到了 5.76 分，反映出女性创业者的旅游创业项目在客户价值创造方面的优势尤其突出，女性由于其富有亲和力、擅长表达、服务意识较强等比较优势，能够快速拉近与客户的距离并建立良好的客户关系，其旅游产品和服务的质量也得到了市场的广泛认可。同样，“产品和服务价值”（5.61 分）的高分也表明乡村女性在创业过程中注重产品与服务的独特性和创新性，她们通过挖掘当地的文化资源和自然景观，开发出具有显著差异化优势的旅游产品与服务。而“业务广度”（5.36 分）作为中间项，足以显示出当前乡村女性已经实现了由传统单一向多元化的业务模式拓展，乡村女性通过发展民宿、农家乐、手工艺品销售、农产品销售、电商直播等多种业务，提高了创业项目的抗风险能力和市场竞争力，也为游客提供了日趋丰富的旅游体验。尽管创造了较高的客户满意度和客户价值，但在“盈利能力”（5.12 分）和“财务目标”（5.14 分）上仍存在较大的提升空间，可见乡村女性创业者们可能在成本控制、市场定价和目标管理等方面有所欠缺。“跨区扩展”（5.05 分）获得了最低分，表明乡村女性在区域复制能力方面遇到了瓶颈，其旅游创业项目的地理覆盖范围和市场影响力较低。

总体而言，乡村女性旅游创业者的创业绩效呈明显的“个体效益”（5.56 分）>“社会效益”（5.40 分）>“经济效益”（5.34 分）的阶梯分布，表明创业能够显著助力女性的个人成长，并有益于乡村的经济社会发展，但如何进一步提升企业的经济效益成为当前女性创业者亟需解决的问题，在地区覆盖辐射、财务目标达成等方面仍需提升。

六、乡村女性旅游创业的环境动态性感知分析

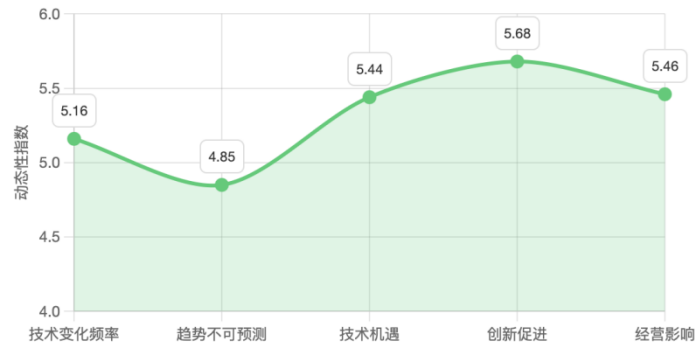
1.市场动态性感知分析



乡村女性旅游创业者对市场动态性的感知平均分为 5.30 分。值得关注的是，普遍女性创业者并不认为“需求不可预测”，这一项只获得了 4.68 分，可见女性洞察力、情感细腻的特质使得她们能够敏锐地捕捉市场需求，也拥有把握市场趋势的信心与能力。在市场动态性的各维度中，“产品多样化”（5.81 分）和“行业竞争度”（5.74 分）获得了极高的分值，一方面，她们意识到为了在激烈的市场竞争中脱颖而出，必须不断创新产品，提供多样化、个性化的旅游服务和产品，以满足不同游客的需求；另一方面，高竞争度的得分也反映出她们对市场竞争的严峻性有着深刻的认识，行业竞争的白热化使得产品迭代的压力日益增加，她们将这种压力转化为创新的驱动力，不断推动旅游企业的发展与进步。此外，乡村女性创业者们对“需求变化速度”（5.15 分）和“新老客户差异”（5.12 分）的感知，可能源于其更擅长捕捉银发旅游、研学旅游等新兴细分市场需求，这一现象暗示着女性创业者们已经对于游客的核心需求形成了较为稳定的预期，并以此为依据进行动态调整，从而提升旅游企业的竞争力与市场适应能力，为乡村旅游业的可持续发展注入了新的活力。

2.技术动态性感知分析

技术动态性分析



技术动态性感知与市场动态性的折线走向极为相似，平均分为 5.32 分，表明乡村女性创业者对技术动态性的感知与市场动态性有着类似的敏感度。与“市场需求不可预测”同样的是，“技术趋势不可预测”只获得了 4.85 分，表明乡村女性创业者们认为技术的发展趋势和对行业产生的影响不是不可预测的，可见女性创业者们对把握“技术变化频率”（5.16 分）具有较高的信心。大部分女性创业者认为“技术创新能够促进”（5.68 分）新产品和新服务产生，这一高分表明乡村女性创业者在旅游创业中展现出了强烈的创新意识和行动力。此外，女性创业对“技术机遇”（5.44）具有高感知，“经营影响”获得了 5.48 分，也表明她们认为行业技术变化会对企业经营活动产生巨大影响，这可能来自当前电商直播带货等低门槛技术工具的成功案例激励，这些成功案例让她们看到了技术应用的广阔前景，从而更加积极地投入到技术动态性的感知和应用中。

第四部分 案例分析

一、研究设计

（一）研究方法

乡村女性精英旅游创业就业所遇到的现实困境往往涉及个人经历、情感体验、社会文化背景等多方面复杂因素，这些内容难以通过定量研究中的标准化问卷或统计数据完全捕捉。而定性研究通过深度访谈、参与观察等方法，能够将女性精英的创业就业困境置于具体的乡村背景中，通过乡村女性精英的主体性表达和情境化理解，深入挖掘个体的内心世界和复杂的社会情境。

半结构访谈法指按照粗线条式的访谈提纲而进行的非正式访谈形式。在这种访谈中，访谈者能够根据访谈的实际情况灵活地做出必要的调整。因此，本文采用半结构访谈法收集访谈数据资料。选取全国各区域内的代表性乡村旅游女性创业就业者作为主要访谈对象，通过滚雪球抽样(snowball sampling)²⁸的方式寻找相关被访者以进行佐证和补充。

（二）访谈设计

在对国内外相关文献进行全面梳理的基础上，从过往研究中提炼出乡村女性投身旅游创业就业的多样化动机和可能遭遇的各类障碍因素，以此为依据访谈提纲。访谈具体围绕以下主题进行（详见附录）：第一部分为受访者基本信息，包括性别、年龄、学历、收入、婚姻状况、子女情况等内容；第二部分为乡村旅游创业组织基本情况，包括乡村旅游创业就业领域、运作年限、所在地区、员工人数、年利润等；第三部分为具体访谈问题，聚焦创业动机、社会拼凑、环境动态性、个人成长展望展开，旨在理清乡村女性参与创业就业的动机，了解现实中乡村女性精英在旅游创业就业进程里面临的实际障碍与应对措施，进而提出兼具针对性与可操作性的建议和对策。

（三）研究对象

在案例选择方面，综合考虑区域覆盖性、类型代表性、身份多样性、问题典型性等因素，共选取六个具有代表性的乡村旅游目的地作为研究案例，分别为天津多兴庄园、浙江千岛湖鱼儿的家、山西娄烦农文旅融合庄园、山西太谷孟母养老院、贵州岩博村、西昌邛海康旅，涵盖我国东、中、西部，反映不同经济发展水平下的女性创业就业生态，包含都市近郊乡村、中部山区、少数民族村落等多元场景，凸显地域特色，女性创业从业者为在地村民、返乡精英、城市跨界者三类主体，多方面呈现女性参与乡村产业的全景。所选案例均涉及性别角色突破、资源整合创新、社会价值创造等核心议题，具备学术研究与实践参考价值。

1.天津多兴庄园

²⁸Xu F, Fox D, Zhang J, et al. The institutional sustainability of protected area tourism: Case studies of New Forest National Park, UK and Jiuzhaigou National Scenic Area[J]. Journal of China Tourism Research, 2014,10(2):121-141.

天津多兴庄园坐落于京津冀协同发展核心腹地——静海区，地处京津城市发展轴与雄安新区辐射带的交汇处，距离天津市区仅 40 公里、北京城区 120 公里，距雄安新区约 150 公里，是京津冀“一小时经济圈”的重要节点。庄园紧邻京沪高速静海出口与津沧高速王官屯枢纽，30 分钟可达天津南站、50 分钟直达天津滨海国际机场，得天独厚的区位优势使其成为承接京津消费外溢、链接城乡资源要素的战略要地。作为东部发达地区都市型现代农业的标杆，庄园自 2011 年创立以来，以“绿色为基、融合为径、共富为魂”的发展理念，历经 14 年探索，构建起“绿色生产+研学旅游+会员服务”三产深度融合的产业体系，年接待游客量从初期 3000 人次跃升至 2023 年的 12.8 万人次，累计带动静海区唐官屯镇、陈官屯镇等 5 个乡镇 23 个行政村、3800 余农户实现户均年增收 2.6 万元，形成“以城带乡、以工补农”的发达地区乡村振兴样板，2023 年荣膺“农业产业化国家重点龙头企业”称号，成为全国都市近郊型农业转型升级的示范案例。

同时，多兴庄园作为天津市教委指定的中小学生劳动教育实践基地，具备日接待 1000 多名学生的能力，通过设置农耕研学课程，让素质教育更“接地气”。多兴庄园还将发展面食、梨果等深加工产业，增加农产品附加值，真正实现一二三产融合发展。多兴庄园的向好发展离不开创始人薄春霞的进取创新。这位昔日的建筑内装从业者，用 14 年完成从都市白领到农旅企业家的转型，打造出集有机种植、研学旅游于一体的现代化农庄，通过“三产融合”模式带动数千农户增收，成为东部发达地区城乡融合发展的创新范本。

2.浙江千岛湖鱼儿的家民宿

浙江千岛湖鱼儿的家民宿位于杭州市淳安县千岛湖核心生态区，地处长三角 2 小时交通圈，依托千岛湖岛屿生态资源，年均吸引长三角客源超 80 万人次。自 2017 年运营以来，其与云宿、纳山纳水等民宿形成互补集群，通过共享客源、统一标准打造百人级度假空间。独创“七龙珠”私域体系，公域端布局携程等 8 大平台，年曝光 5000 万次，跨界蔚来汽车等品牌拓展高端市场，形成私域复购与公域引流 1:1 循环。同步探索“民宿+”模式，助销当地土特产，开发团建培训业务提升非住宿收入至 28%，带动 85%本地就业并培训管家 132 人次。作为生态旅游都市型乡村代表，其创新实践入选浙江省“乡村文旅创新示范项目”，为东部城乡融合提供“生态转化-产业升级”可复制样板。

余爱君作为鱼儿的家民宿主理人，扎根千岛湖 8 年，打造“民宿+物产+疗养+培训”三产联动模式，构建私域公域双轨运营体系，带动村民就业、助销千万农产，以环保实践守护绿水青山，塑造出东部乡村旅游创新标杆，诠释新时代女性创业者社会价值与商业智慧的双重担当。

3.山西娄烦农文旅融合庄园

山西娄烦农文旅融合庄园坐落于吕梁山区北麓的娄烦县，该县地处太原都市圈与晋北城镇群交汇带，距太原市区 80 公里、忻州市区 60 公里，曾是国家级扶贫开发重点县，乡村振兴任务艰巨。该庄园自 2014 年筹建，近年来逐步打造“露营+康养+直播带货”综合体，疫情期间逆势盈利，为村民提供就业岗位。此外积极修路改善基础设施，承担企业的社会责任。在旅游淡季通过抖音直播销售内蒙古农副产品，探索“网络营销+在地体验”双轮驱动。这一案例体现中部山区通过“高端旅游+直播带货”实现产业转型的探索，返乡精英带动乡村发展的模式具有典型性。

返乡精英陈艳夫妻二人从都市精英转型农旅创业者，反哺家乡 11 年，打造“露营+康养+直播”三产融合体，通过抖音直播助销农产，带动妇女就业，村民年收入提升，投资修路惠及 3 村 12 家农家乐，实现社会效益与经济效益双赢，成为中部山区“精英返乡+产业破局”的振兴范本。

4.山西太谷孟母养老院

山西太谷孟母养老院由太谷县孟母文化养生健康城投资建设，地处晋中市太谷区，属典型的政企合作型康养项目，并于 2019 年 3 月投入运营。太谷区作为传统农业县，面临产业结构单一与老龄化率高达 21.3%的双重挑战。项目依托“孟母三迁”文化 IP，创新构建“政府土地政策支持+民营企业专业运营”模式，政府无偿提供 45 亩建设用地并配套税费减免政策，民营企业投资 1.2 亿元建设适老化设施，打造集医疗护理、文化养生、智慧养老于一体的综合性康养基地。现有护理人员中 80%为 45 岁以上乡村妇女，通过系统化护理培训实现从传统农妇向专业护理师的转型，累计带动周边村庄上百名女性就业，人均年增收 3.8 万元，成为中部地区乡村养老产业标杆。

太谷孟母养老院的创新发展离不开院长游游的温暖坚守。这位昔日的少儿表演教师，用 6 年完成从教培行业到养老服务的转型，打造出集专业护理、心灵疗

愈于一体的中高端养老机构，通过“家属沟通+乡村妇女赋能”模式重塑行业认知，带动近百名乡村女性再就业，成为中西部城乡养老融合的暖心范本。

5.贵州岩博村

岩博村位于贵州省盘州市淤泥乡，是一个以彝族为主，汉、白、苗、仡佬族杂居的少数民族村寨，少数民族占总人口的 71%。历史上的岩博村发展环境差，属于当地典型的贫困村。2001 年前，岩博村各项基础设施十分落后，人均年收入不足 800 元，1/3 的人口没有越过温饱线。2001 年在村支书余留芬的带领下开山修路、兴办集体经济，探索出“以企带村、村企合一”的发展模式。2015 年全面摆脱贫困，村内集体经济企业现以贵州省岩博酒业有限公司为主体，下辖贵州岩博人民小酒销售有限公司、盘州市岩博现场教育培训学校有限公司、人民小酒（贵州）电子商务有限公司、贵州彝人谷生态旅游管理有限公司四个子公司。彝族文化赋能产业，规划彝人谷生态旅游，打造“酒+旅游+培训”产业链。岩博酒业年产值破亿元，“人民小酒”品牌全国知名，联村党委带动 3 个村种植高粱，村民人均收入 3.3 万元。作为少数民族村落通过“以企带村”实现共同富裕的标杆案例，女性村支书引领集体经济发展的模式具有民族地区代表性。

岩博村的振兴之路凝聚着村支书余留芬的担当与智慧。这位从照相馆起步的创业者，以“村企合一”模式突破交通闭塞困境，带领村民发展酿酒、养殖、旅游等多元产业，将人均收入从不足 800 元提升至 3.3 万元，打造出具有品牌引领作用的集体经济典范，使贫困村蜕变为资产过亿的全国文明村。

6.西昌邛海康旅

西昌邛海康旅位于四川省凉山彝族自治州西昌市邛海之滨，是西部民族地区“轻资产运营+农户合作”康养旅居模式的创新实践典范。该民宿依托邛海国家级旅游度假区的生态资源优势，立足彝族聚居区特色，自 2016 年创立以来，通过整合彝族传统医药、生态康养和旅居服务三大要素，构建起“医养游”一体化服务体系。项目采取轻资产运营模式，盘活改造闲置民居形成标准化康养床位，年度床位预订率保持在 70%以上。在就业带动方面，项目优先吸纳本地彝族妇女就业，带动周边农户发展彝家乐，形成“民宿+农户”的协同发展格局，着力构建民族地区康养产业生态圈，为乡村振兴提供可复制的民族特色康养发展范式。

邛海康旅的振兴发展凝聚着创始人刘永梅的破局智慧。她用 9 年时间实现从

机关领导到乡村产业领路人的转型，构建起“轻资产运营+农户合作”的康养旅居模式，打造集民宿集群、文化体验、老年游学于一体的复合业态，带动全村95%妇女就业增收，成为西部民族地区银发经济与乡村振兴融合发展的创新样板。

（四）资料收集

本研究于2025年1月12日-2025年1月17日、2025年2月21日-2月22日分别对天津多兴庄园、山西娄烦山、浙江千岛湖鱼儿的家、山西太谷孟母养老院进行实地访谈调研，访谈由两人小组进行，一人负责提问，另外一人负责记录和观察。访谈者可以与受访者产生近距离的互动，而记录者能够保持一种不同的、远距离的视角。在这一过程中，访谈者根据预先设计的访谈提纲提出问题，要求受访者回答，同时鼓励受访者提出自己的问题；并根据访谈中的具体情况，灵活地调整访谈程序和内容。在尊重受访者意愿、保护个人隐私的基础上，调研人员进行访谈录音，以保证资料的有效性和完整性。根据每位受访者的实际情况，访谈时长为0.5小时至1小时不等。访谈结束后，通过回听录音、实时速记等方法，形成转录文本和访谈记录，最终得到访谈初始文本74368字。

在对第一手访谈资料、现有参考资料进行整理的基础上，对6家访谈企业进行编码，编码规则为：

表1 访谈对象基本信息

Table 1 Basic information about the interviewees

编号	所属地域	创业/就业类型	创业/就业时间
01	天津	研学旅游	14年
02	浙江	乡村民宿	8年
03	山西娄烦	康养旅游	11年
04	山西太谷	乡村养老	6年
05	贵州	生态旅游	10年
06	四川	康养旅居	9年

二、案例比较与分析

（一）创业就业动机：多元驱动下的初心坚守

共性表现上，六位参与乡村旅游创业就业的女性均将创业就业视为突破传统角色、实现自我价值的途径，体现了当前乡村女性对独立经济地位和社会贡献的追求。50岁+女性创业者占比达83%，体现空巢期女性通过创业实现二次成长同时，政策支持作为重要的“拉力”因素，通过支持返乡创业就业、发展乡村旅游、鼓励女性创业就业等方式，赋能乡村女性开展乡村旅游的创业实践。

个性表现上，乡村女性的创业动机主要分为职业转型与家乡情怀两类。天津与浙江两地的受访者厌倦先前职业，通过回到乡村进行旅游创业，技能迁移实现职业价值延续。天津的受访者拒绝成为家庭主妇，追求“悠哉种地赚钱”的生活方式；而浙江的受访者因教师职业的单调促使转型，渴望新生活方式与乡村情怀结合。山西娄烦受访者创业则是受爱人感召回乡创业，以带动乡亲致富为核心动力，在创业初期即体现了其社会责任感与家乡情怀。贵州受访者坚持“全村人富才算富”、四川受访者打造培养村民管家团队，均以改变家乡面貌为核心动力。山西太谷孟母养老院游将母爱特质转化为养老护理优势，形成“治愈老人-治愈员工”的良性循环。

（二）创业就业现状：模式创新与可持续发展

1.经营模式多样化

通过前期调研和访谈资料分析可知，受访者们通过农业旅游、康养旅游、研学旅游等多种形成开展旅游创业，丰富了乡村旅游的产业业态。经营过程中，广泛采用互联网进行营销宣传和数字化运作，是“数商兴农”战略的微观映射，体现了数字化浪潮对乡村经济的“重塑作用”。

天津受访者坚持“公司+合作社+农户”的模式，开发农事体验旅游课程，将健康生活理念贯穿于乡村特色农场发展的各个环节，通过合作社标准化种植、高价收购农户产品的实践，高效结合了绿色种植、有机物转化与研学旅游，是农文旅融合的生动实践。山西娄烦受访者着力打造高端的“吃喝玩乐住”一体化服务，一是提供特色旅游服务，如露营、爬山等项目；二是通过网络平台开展直播带货，销售庄园及内蒙古的绿色农副产品；三是开发康养旅游项目，拓展银发市场。同时，采用线上线下结合的营销方式，在网络平台推出优惠活动，如烤全羊餐券、观赏票团购等来实现引流。

而位于浙江的受访者积极构建“七龙珠”私欲运营体系，借助公众号、社群、

朋友圈、视频号直播、1V1 私聊等渠道输出内容，借助快团和小程序实现变现；公域方面，开展抖音直播、运营小红书等，打造公域到私域的闭环。同时探索“民宿+”模式，如“民宿+物产销售”帮助村民销售特产，“民宿+疗养”申请政府疗休养基地，“民宿+培训”与大学旅游专业合作开展实践教学，实现“公域引流-私域沉淀”的闭环。

山西太谷受访者企业聚焦60-75岁“活力老人”群体，创新构建“生活照护+精神疗愈”双驱动模式，破解传统养老机构重护理轻需求的痛点。在基础照护层面，通过适老化改造与三甲医院合作建立绿色就医通道，实现医养无缝衔接；在精神赋能维度，独创“五感唤醒”课程体系，如组建听觉维度组建非洲鼓艺术团等。特别值得注意的是，其护理员经“晨会疗愈”机制培训上岗，将乡村妇女的母性特质转化为情绪抚慰优势，形成“员工心理疏导-老人情感满足”的共生闭环。

四川邛海康旅项目是面对全龄健康人群的旅居康养基地，创新构建“康养旅居+文化沉浸”双轴服务体系，突破传统养老机构床位租赁的单一模式。通过深度调研精准细分客群，并针对性开发产品线：如温泉理疗、环湖骑行及篝火晚会。通过公司自营、公司+农户的轻资产运营模式，初步形成旅居养老、健康养生与休闲度假、乡村旅游相结合的新产业形态，正在倾力打造康养民宿客栈服务、乡村风味餐饮服务、医养结合服务等六大核心康养产品。

贵州岩博村受访者积极带领村民构建“酒业+旅游+养殖”立体产业链，依托独特的彝族文化开发酒厂观光、融合彝族风情的彝人谷生态旅游项目；此外主动延伸产业至教育培训领域，创办现场教育培训学校，最终形成“岩博酒业+N”的产业生态，推动了村集体经济的多元化发展。

2.抗风险能力凸显

疫情期间，受访的乡村旅游女性创业者通过拓展业务边界以实现“创新突围”，降低对单一收入源的依赖，增强市场波动的缓冲能力，展现了创业女性的生长韧性与动态适应性。天津受访者依托“保供基地”资质向城市供应蔬菜，获得政府专项补贴与技术扶持，同时开发研学采摘项目，实现收入结构从单一农业向“农业+教育”的转型。千岛湖受访者通过私域社群预售“千岛湖生态年货礼盒”等产品以抵消疫情期间的客房收入损失，并拓展“民宿+物产销售+培训”模式，

其物产销售占民宿营收的近三成。四川受访者通过数字化台账管理农户房源，动态调整客源分配，控制房间空置率，使其远低于行业平均水平。贵州受访者则通过联村党委机制整合三个村庄资源，以高粱保底收购锁定原料供应，并借力东西部协作政策拓展旅游项目，分散单一产业风险。

当前，面对消费降级和客户群体改变等一系列市场变化，女性创业/就业者们积极探索创新。浙江受访者重新整合现有资源，打造适合新消费群体的产品和服务，如创设打卡景点、开发研学课程等；面对人才紧缺问题，通过灵活用人机制和招聘当地村民解决；在经营理念上保持积极心态，坚持真诚经营，努力平衡社会效益和经济效益，形成“利益共享”的社区共生关系。而天津受访者利用技术赋能实现降本增效，引入物联网大棚管理系统，节水节肥效率提升 30%，获评“全国农业农村信息化示范基地”。山西娄烦受访者针对中高端客群流失，推出“周边游套餐+农产品组合”的性价比产品，通过抖音本地生活频道实现精准获客，2023 年周边游客占比升至 65%。

3.社会效益显著

六家企业均将“商业盈利”与“社区赋能”深度绑定，认为社会效益与经济效益是相辅相成的关系，认为“企业要实现业绩增长，必须回馈社会，做对社会发展有益的事”。六家企业也都通过乡村旅游创业为乡村提供本地就业岗位，改善基础设施（如修路），同时，以直播助农等方式助销农产品，带动乡村经济与文化振兴。值得一提的是，天津受访者企业以“绿色种植+研学旅游”为核心，延伸至“扶贫基地辐射-碳中和-废弃物循环”链条，在国家扶贫攻坚阶段，对接全国 30 个扶贫对口支援基地，展现了辐射全国的影响力和带动力。山西太谷受访者企业疫情期间依托国企背景获得充足防疫物资，利用独立楼栋实施物理隔离。同时通过人员管控、心理干预，缓解老人焦虑，搭建三级防控体系实现疫情严控期零感染。

绿色生态是乡村旅游能够可持续发展的重要抓手和关键课题。浙江千岛湖受访者规范了湖边排污系统，将其纳入村里总排污系统；同时，提醒客人保护当地生态环境，并安排员工定期清理湖边垃圾，积极践行绿色发展的理念，助力千岛湖生态保护。而来自天津的受访者表示“农业企业肩上扛着重要责任”，实行废弃物就地消化，负责乡村残余生活垃圾、种植垃圾的处理，处理成 200 元一吨的

有机肥卖给村民，实现“村民-企业-村民”的良性循环，达成环境、企业、村民的三方获利。贵州岩博村受访者复兴彝族酿酒工艺，将“人民小酒”打造为文化IP，并通过联村党委机制推动跨村资源整合，构建“产业互助+文化共融”的新型乡村共同体。并通过酒业、养殖等产业提供900余个岗位，并设立培训学校培养酿酒、旅游服务等技能，使265户贫困户实现“就业脱贫+持股分红”双收益。

（三）创业就业困境：个性与共性挑战并存

1. 女性专属困境

通过分析访谈资料可知，进行乡村旅游创业的女性面临着诸多“专属困境”，一是受到家庭与事业的双重压力，需平衡好育儿、家务与创业的重担，贵州受访者由于忙于工作，常常忽视了家庭，导致家庭关系出现了紧张和矛盾。山西**娄烦**的受访者表示：“在孩子高考期间感到两难”，浙江千岛湖受访者提到“自己是等孩子高考完了才开始创业”。二是受到传统性别角色的角色束缚，天津的受访者表示在创业前期被要求“先当好贤妻良母”，可见传统的社会期待限制了创业女性的发展空间；三是创业管理中的性别偏见，在决策时易被质疑“柔弱”或“情绪化”，面临决策信任危机，同时，在运营管理中，相比男性，女性在表达严厉态度时可能相对困难，需要花费更多精力去平衡管理与情感。

2. 行业共性挑战

除女性专属困境外，可从访谈资料中总结出乡村产业、旅游行业所面临的共性挑战：在创业初期，乡村旅游创业就业与村民信任建立困难，常遇到不理解、不支持、不配合的问题，面对此类困境，天津的受访者通过权威人士调解，而山西**娄烦**的创业者以预支工资破冰，浙江千岛湖的受访者通过实际行动与村民建立融洽关系，帮助村民销售物产，让村民切实受益。贵州的受访者则认识到村级实体经济的发展是致富的关键，积极探索村级经济发展的多种路径，改变了村民“等、靠、要”的思想观念，增强了自力更生和自我发展的信心。山西太谷的受访者表述通过“晨会疗愈机制”，乡村女性在分享家长里短中形成互助网络，这些姐妹间的悄悄话，比任何管理制度都更能化解压力。四川受访者多次想放弃，但责任感驱使坚持：“若我退出，村民怎么办？”。而在创业就业过程中，受访者普遍

表示人才与资金短缺问题尤为显著，农业技术人才断层、员工老龄化严重、“又会电脑又懂种植”的青年招聘困难等问题凸显。此外，乡村旅游产业具有强政策依赖性，易受到市场波动的影响，要求创业就业者具有极强的环境动态性适应能力，也对女性创业就业者们提出了考验。

（四）未来规划：数字与文化赋能“她经济”

从访谈资料中可以看出，尽管困难重重，女性创业就业者们对乡村旅游创业前景仍然保持乐观期待，并将“数字”与“文化”作为未来规划的主要方针。山西娄烦受访者积极打造“露营+康养+直播带货”三位一体模式，规划在康养项目中引入中医理疗、森林疗愈等模块，开拓银发旅游市场。而天津受访者选择深挖非遗、生态资源，打造“乡村 IP”，深入发展“绿色种植+研学旅游”，实现农文旅融合的转型。浙江受访者则结合对市场需求的研判，在持续深化“七龙珠”私域运营体系的基础上，计划针对不同消费群体进行创新：“她经济”火热发展的当下，面向 50 - 70 岁活力新老年女性群体打造千岛湖打卡景点，同时注重接待仪式感；面向研学和疗休养市场开发特色课程，如“我是小小主理人”研学课程。山西太谷受访者计划开展“南北院对标学习”，拟赴西安、杭州等地考察医养结合创新模式，重点提升专业经营能力；打造“IP 化运营”体系，通过抖音/小红书展示“护理员的一天”等场景化内容，以此配合企业宣传。四川受访者表示要在 5-10 年内稳定商业模式，积极拓展拓展中高端市场；同时作为高龄创业者，她希望两年内完成接班人交接，但退休后会保持顾问角色。贵州受访者将聚焦于推动岩博酒业的新三板上市，并通过 5000 吨级技改项目提升生产能力。此外，计划争取数亿元投资开发多元化的旅游项目努力打造产业标准化建设、参观体验和休闲度假的示范区。

此外，受访者们均提到未来进一步构建女性创业协同网络的重要性，希望乡村女性们能够通过协会与平台共享资源、形成互助网络。

（五）女性成长：突破桎梏的韧性之路

创业女性将情感领导力与细节把控力等性别优势转化为差异化竞争力，善用细腻沟通与情感关怀凝聚团队（山西娄烦受访者为员工提供生活照顾，浙江受访

者以真诚打动客户）。面对创业困境，女性们拥有强大的“心理韧性”，拓展业务边界实现灵活转型，通过数字化运营实现流量变现，依托社区嵌入达成资源拼凑，同时，与妇联、政府积极合作来获取支持。

在女性自身成长方面，受访者们均表示“忙碌但充实”“幸福感满满”。这个“幸福感”主要来自于以下几方面，一，在经营企业、民宿的过程中，接触到更多人和事，吸收新思维、新理念，实现认知提升和思维模式转变，在困难的解决过程中，也磨砺了意志，使得更加淡定从容；二，有一份自己热爱的事业并全身心投入，拓宽了生活圈子和视野，不断学习与成长，从中获得成就感和满足感；三，通过参与协会活动、与各方交流合作，拓展人脉资源，获取更多信息和学习机会。

更值得一提的是，受访者在自身成长的同时还发挥了榜样模范作用，鼓励乡村女性“用坚韧和真诚面对困难”，带动乡村女性群体的成长。例如，山西娄烦的受访者未来希望在山庄融入更多女性智慧，为女性提供交流和学习平台。而浙江受访者鼓励女性勇敢追求自己热爱的事业，不要被传统观念束缚；在创业过程中，要不断学习和成长，提升自身能力，用坚韧和真诚面对困难，实现自我价值。

三、案例小结

当前乡村女性旅游创业就业已从“个体突围”迈向“生态共建”阶段，其创新实践既是对国家政策的生动诠释，亦为乡村振兴提供了“可造血、可复制”的范本。未来需进一步打通政策、资本与人才的协同通道，构建“文化 IP+女性联盟+政策协同”的生态闭环，使“她力量”“她经济”成为乡村振兴的可持续引擎。

从案例中的创业动机来看，乡村女性旅游创业就业动机呈现出多元性与时代性。无论是出于突破传统角色、实现自我价值的追求，还是受到政策支持所吸引，亦或是源于职业转型和家乡情怀，都反映出乡村女性对生活有着新的思考和规划。这种多元动机不仅驱动着个体的创业行为，更成为推动乡村旅游产业发展的内在动力，为乡村注入了新的活力和创造力，体现出乡村女性在乡村振兴进程中的积极主动性。

在经营模式方面，案例中的乡村女性积极探索多样化路径，将农业、旅游、

文化深度融合，同时借助互联网进行数字化营销和运营。“公司 + 合作社 + 农户”“民宿 + 物产销售 + 培训”“公司+农户”轻资产等模式，既促进产业的协同发展，带动村民增收，又拓展乡村旅游的产业链，提升产业附加值。在抗风险方面，面对疫情和市场变化等挑战，她们展现出强大的韧性和适应能力，通过拓展业务边界、创新产品服务、优化运营管理等方式，实现企业的可持续发展，为乡村旅游行业应对风险提供宝贵经验。

在社会效益方面，乡村女性旅游创业就业在商业盈利的基础上，通过创造就业岗位、改善基础设施、助力农产品销售、推动生态保护等多种形式积极回馈社区。这种将经济效益与社会效益紧密结合的做法，有效促进了乡村经济与文化的振兴，推动乡村旅游的可持续发展，也体现乡村女性的社会责任感和担当精神。

然而，乡村女性旅游创业就业也面临着诸多困境。女性专属困境如家庭与事业的平衡难题、传统性别角色束缚以及创业管理中的性别偏见，限制了她们的发展空间；行业共性挑战如与村民信任建立困难、人才和资金短缺、受政策和市场波动影响大等问题，也亟待解决。这些困境不仅影响着乡村女性创业者个人的发展，也制约着乡村旅游产业的整体提升。

未来，数字与文化赋能将成为乡村女性旅游创业就业的重要方向。打造“露营 + 康养 + 直播带货”“绿色种植 + 研学旅游”等模式，深挖非遗、生态资源打造乡村 IP，针对不同消费群体创新产品和服务，体现了乡村女性对市场趋势的敏锐洞察和对自身优势的充分发挥。同时，应积极搭建女性创业就业协同网络，通过协会与平台共享资源、互助合作，进一步凝聚“她力量”，推动乡村女性旅游创业向更高水平发展。

在个人的成长方面，乡村女性在旅游创业就业过程中将性别优势转化为竞争力，在面对困境时展现出强大的心理韧性，不断提升认知和思维模式，收获成就感和满足感。同时，她们还发挥榜样作用，带动乡村女性群体共同成长，为乡村振兴贡献了“她智慧”和“她力量”。

总体而言，乡村女性旅游创业就业在乡村振兴中已取得显著成效，但要实现可持续发展，仍需政府、社会 and 创业就业者自身共同努力。政府应进一步完善政策支持体系，加大对乡村女性旅游创业就业的扶持力度；社会各界要营造良好的创业环境，提供更多的资本和人才支持；创业就业者自身则需不断提升能力素质，

积极应对各种挑战。只有这样，才能充分发挥乡村女性旅游创业就业的潜力，让“她力量”“她经济”在乡村振兴中绽放更加绚丽的光彩。

第五部分 问题及对策

一、乡村女性旅游创业就业的主要问题

1. 家庭与事业的双重压力

对于乡村女性旅游创业者而言，平衡育儿、家务与创业就业的重担，宛如一场艰难的负重跋涉，成为横亘在她们创业之路上的巨大阻碍。在传统的乡村社会结构中，女性长期承担着操持家务、照顾子女的主要责任，这一角色定位根深蒂固，使得乡村女性在涉足旅游创业领域时，面临着更为复杂和棘手的局面。

从时间分配来看，育儿需要投入大量的精力和时间。孩子的日常起居、教育辅导、心理关怀等各个方面，都离不开母亲的悉心照料。以贵州的受访者为例，她全身心投入到旅游创业工作中，忙碌的工作节奏让她无暇顾及家庭，常常错过孩子成长中的重要时刻，无法为孩子提供充分的陪伴和教育引导。在孩子生病需要照顾时，她可能还在为旅游项目的接待工作忙碌，这种时间上的严重冲突，使得家庭关系逐渐紧张。同样，山西娄烦山的受访者在孩子高考这一关键时期，陷入了两难的困境。而浙江千岛湖的受访者，更是无奈地选择等孩子高考完了才开始创业，这无疑反映出育儿需求对乡村女性创业时机选择的严重制约，使得她们的创业就业自主权大打折扣。

家务劳动同样占据了乡村女性大量的时间和精力。洗衣做饭、打扫卫生、照顾老人等日常家务琐事，日复一日地消耗着她们的体力和精力，导致创业就业效率受到严重影响。她们无法像男性创业者或没有家庭负担的女性创业者那样，将全部的精力和时间投入到创业项目的策划、运营和推广中，在市场竞争中处于劣势地位。从家庭关系的角度来看，家庭对乡村女性旅游创业的理解和支持程度，也直接影响着她们的创业发展。家庭关系的紧张不仅给部分乡村女性创业者带来了巨大的心理压力，还可能导致家庭内部的矛盾冲突，影响家庭的和谐稳定。这种负面的家庭氛围，进一步削弱了乡村女性创业的动力和信心。

家庭与事业的双重压力，从多个维度制约着乡村女性旅游创业的发展。无论

是时间精力的分散、创业就业自主权的受限，还是家庭关系的紧张，都给乡村女性旅游创业者带来了前所未有的挑战，亟待寻求有效的解决之道。

2.性别偏见与社会文化制约

传统性别角色观念在乡村社会中根深蒂固，限制了女性的创业就业空间。长期以来，社会普遍对女性形成了“贤妻良母”的刻板期待，认为女性的主要职责在于操持家务、照顾家人，而非在外打拼事业。以天津的受访者为例，在其创业前期，周围的声音纷纷要求她“先当好贤妻良母”，这种传统观念的压力使得她在追求创业梦想时，面临着巨大的心理负担和社会舆论压力。在这样的环境下，乡村女性往往在创业初期遭遇重重阻碍，无论是来自家庭内部的不理解，还是社会外界的质疑目光，都可能使她们对自己的创业选择产生动摇，进而放弃创业的机会，或者在创业过程中畏首畏尾，无法充分发挥自身的潜力。这种传统性别角色的束缚，如同无形的绳索，将乡村女性紧紧地捆绑在家庭的小圈子里，难以挣脱，严重阻碍了她们迈向旅游创业广阔天地的步伐。

在创业就业管理过程中，性别偏见也如影随形。乡村女性在决策时，常常容易被贴上“柔弱”或“情绪化”的标签，从而面临决策信任危机。相较于男性，女性的决策能力往往更容易受到质疑。例如，当乡村女性旅游创业者在制定旅游项目的发展战略、市场推广方案等重要决策时，即便她们的方案具有合理性和创新性，也可能因为性别的原因而遭受更多的审视和怀疑。这种质疑不仅打击了乡村女性创业者的自信心，还可能导致她们在团队中难以树立权威，影响决策的有效执行。

此外，乡村社会对女性创业的刻板印象依然顽固，女性参与社区治理和资源分配的边缘化问题突出。在乡村社区中，传统观念认为男性才是社区事务的主导者，在涉及旅游创业项目的资源分配、社区发展规划等重要事务中，女性的声音可能被忽视。乡村女性旅游创业者在争取社区资源支持、参与社区旅游发展决策时，会遭遇不公平的对待。举例来说，在一些乡村地区，旅游项目开发所需的土地资源分配、基础设施建设投入等方面，男性主导的决策层可能更倾向于支持男性创业者的项目，而对女性创业项目的关注度和支持力度不足。这种边缘化的处境，使得乡村女性旅游创业者难以获得充分的资源保障，限制了她们创业项目的

规模扩张和品质提升。同时，由于缺乏在社区治理中的话语权，乡村女性创业者难以有效地整合社区资源，推动乡村旅游项目与社区发展的协同共进，进一步阻碍了她们在旅游创业领域的发展。

3.资源获取与整合困境

乡村女性在投身旅游创业就业的征程中，深陷“资金短缺、人才匮乏”的困境，这些难题犹如一道道难以逾越的鸿沟，严重阻碍着她们的创业发展步伐。

资金层面，融资渠道单一成为乡村女性旅游创业者难以突破的瓶颈。在当前的创业环境下，乡村女性旅游创业项目主要依赖于个人积蓄、亲朋好友借款等有限的内源融资方式，而银行贷款等外源融资渠道对她们来说往往门槛过高。与此同时，尽管政府出台了一系列针对创业的专项支持政策，但在实际执行过程中，由于政策覆盖面有限，众多乡村女性旅游创业者未能从中受益。例如，一些偏远乡村的女性创业者，因信息不对称或申报流程繁琐，根本无法得知相关政策，更无法享受政策优惠。轻资产模式虽在一定程度上降低了创业门槛，使得乡村女性能够凭借自身的创意和劳动力开展旅游创业，如经营小型民宿、特色农家乐等，但这种模式在规模化扩张阶段面临着极大的挑战。缺乏足够的资金用于场地扩建、设施升级、品牌推广等，使得创业项目难以做大做强，错失发展机遇。

人才匮乏同样是乡村女性旅游创业面临的严峻问题。在技术型人才方面，乡村地区由于地理位置偏远、基础设施薄弱、发展机会有限等原因，难以吸引和留住专业的技术人才。例如，在旅游项目的规划设计、智慧旅游系统搭建、旅游产品研发等关键环节，缺乏专业技术人员的支持会导致项目缺乏创新性和吸引力。管理型人才的断层也不容忽视，乡村女性旅游创业者大多缺乏系统的管理知识和经验，在企业运营管理过程中，常常面临财务管理混乱、人力资源管理不善、市场营销策略失灵等问题。此外，员工老龄化严重也是一个突出问题，许多乡村旅游项目的从业人员以当地中老年村民为主，他们虽然熟悉本地情况，但普遍文化程度较低，缺乏现代服务意识和技能，难以满足游客日益多样化和个性化的需求。更为关键的是，“懂技术 + 会运营”的复合型人才极度稀缺，这类人才既能运用先进的技术手段提升旅游产品和服务的品质，又具备良好的运营管理能力，能够有效整合资源、开拓市场。然而，这样的复合型人才在乡村地区可谓凤毛麟角，

严重制约了乡村女性旅游创业项目的高质量发展。

4.多样化的行业共性问题

女性创业者所创立的乡村旅游企业在发展进程中面临着诸多行业共性问题，这些问题严重制约了其可持续发展的步伐。一方面，乡村旅游易受政策调整影响（如土地审批、环保限制），抗风险能力不足。而在市场竞争层面，同质化竞争问题十分严重。目前，乡村旅游产品和服务普遍缺乏创新，大多依赖传统的农家乐、民宿模式。在很多乡村旅游目的地，提供的服务和体验项目大同小异，都是简单的农事体验、农家餐饮和住宿，难以形成差异化的竞争力。游客在选择乡村旅游地时，往往会发现各地的乡村旅游项目并无太大区别，这不仅降低了游客的重游率，也限制了乡村旅游市场的进一步拓展。长期处于这种同质化竞争状态下，乡村旅游从业者只能通过降低价格来吸引游客，进而压缩了自身的利润空间，影响了行业的整体发展质量。

另外，社区协作障碍也是乡村旅游发展过程中不可忽视的问题。乡村旅游的发展离不开当地社区的支持与协作，但目前在很多地方，与村民信任建立困难，资源整合阻力较大。乡村旅游项目的开展可能涉及村民的土地、房屋等资源，在利益分配、发展规划等方面若不能与村民达成共识，就容易引发矛盾，这种社区协作的不畅，不仅增加了项目开发的难度和成本，也影响了乡村旅游的整体发展氛围，不利于乡村旅游的长期稳定发展。

5.教育与技能存在短板

乡村女性受教育程度普遍较低，缺乏系统的商业管理、市场分析能力，制约创业可持续发展，导致其难以掌握商业管理核心技能。技能缺失更衍生信用资本折损，部分创业者因商业计划书不规范导致贷款额度缩减。个别创业者采取“母女/子共学”模式补足技能，但根本解决仍需构建性别友好的终身教育体系，扭转乡村“重体力轻智力”的培训传统，通过系统化课程设计填补市场分析、财务风控等关键能力缺口。

随着互联网技术的飞速发展，旅游行业的数字化转型进程不断加速，互联网营销、私域流量运营等技术在旅游市场竞争中发挥着越来越重要的作用。然而，

部分乡村女性创业就业者由于年龄、教育背景等因素的限制，对这些新兴技术的应用并不熟练。她们在利用互联网平台进行旅游产品推广时，往往不知从何下手，无法制定有效的营销策略，导致旅游项目的知名度和影响力难以提升。在私域流量运营方面，许多乡村女性创业者虽然意识到私域流量的重要性，但由于缺乏相关的技术知识和运营经验，无法构建有效的私域流量矩阵，难以与游客建立紧密的联系，提升游客的忠诚度和复购率。这使得乡村女性旅游创业项目在数字化浪潮中逐渐落后，难以适应市场的变化和竞争的需求。

二、对策建议

（一）政府层面：强化政策支持与倡导性别平等

1.政策赋能与资源倾斜

政府应明确对乡村女性的专项扶持政策，构建系统性的支持框架。例如，设立“乡村女性旅游创业就业基金”，提供低息贷款、税收减免等定向支持，同步推进“巾帼贷”等金融产品的广泛普及，以降低乡村女性的创业就业成本。以贵州岩博村案例为参照，当地政府通过专项资金支持，助力乡村产业升级，这一模式可迁移至乡村旅游领域。在乡村女性计划开展特色民宿、农家乐等旅游创业项目时，低息贷款能让她们以较低的资金成本筹备物资、装修场地等。此外，岩博村通过村民持股则让村民成为旅游创业项目的“主人翁”，激发村民对项目的支持热情，积极参与乡村旅游的发展，为乡村女性旅游创业营造良好的社区氛围，可复制到其他乡村地区进行学习。同时，税收减免政策也至关重要。对于新成立且符合乡村旅游创业标准的女性经营主体，在一定期限内减免营业税、所得税等，降低其运营成本，提高利润空间，从而增强创业积极性与可持续性。

同时，在乡村振兴政策中明确女性培训经费占比（如不低于 40%）联合高校及专业培训机构开设“乡村旅游创业就业专班”，培养“既懂技术又懂管理”复合型人才，覆盖数字化运营、财务管理、非遗活化等课程。邀请成功女性创业就业者担任导师，通过“一对一”指导解决私域流量运营、产品创新等实操难题，让乡村女性创业者能够科学管理员工、合理规划资金，提升整体运营能力。通过系统培训，使乡村女性从传统的个体经营者转变为具有现代经营理念的创业者。

完善乡村交通、网络等基础设施，对降低乡村女性旅游创业技术门槛意义重大，政府应加大对乡村道路建设与维护的投入，拓宽、硬化通往乡村旅游景点的道路，加密公共交通班次，方便游客出行。此外，政府还应推动数字化基建支持，联合抖音、携程等平台企业为乡村女性创业就业者提供电商创业就业技能培训、创业孵化指导以及资源对接和流量扶持，帮助她们提升在当地就业创业、提高经济增收的能力，成为乡村振兴的新生力量。

2.社会文化重塑，打破性别桎梏

政府要大力推进性别平等教育，女性力量不是取代男性，而是填补市场空白需求，形成不可替代的性别优势。在乡村开展性别意识普及活动，鼓励男性分担家庭责任，重构“贤内助”社会认知。同时，还应着力于扩大榜样示范效应，通过多种渠道宣传女性创业成功典型案例，如“月亮妈妈”“侗绣传承人”等，深入挖掘这些女性在创业过程中克服困难、勇于创新的故事，将其制作成专题节目、宣传海报在乡村社区进行广泛展示。树立标杆激励更多女性参与。还可设立乡村女性旅游创业表彰奖项，对表现优秀的女性创业者给予物质奖励和精神鼓励，提高她们的社会知名度和美誉度，让更多人认识到女性在旅游创业领域的能力和潜力，从而营造支持女性创业的良好社会氛围。

考虑到乡村女性往往承担着较多家庭责任，政府应出台家庭支持政策，缓解其家庭负担。一方面，可提供托育服务补贴，鼓励社会力量在乡村地区开办托育机构，为创业女性的子女提供高质量的托育服务，让她们能够安心创业；另一方面，需推行灵活的就业政策，允许乡村女性在旅游创业过程中，根据旅游淡旺季灵活安排工作时间。例如，在旅游旺季集中精力经营旅游业务，淡季则可利用闲暇时间照顾家庭。此外还可探索建立家庭互助网络，通过社区组织、志愿者服务等形式，在乡村女性遇到紧急家庭事务时提供临时帮助，平衡好家庭与创业的关系。

（二）创业者层面：聚焦能力提升与模式创新

1.把握数字化运营大趋势

在当今数字化时代，乡村女性旅游创业者应积极学习电商直播、私域流量管理等先进技术，以此扩大市场覆盖范围。以浙江“七龙珠”私域体系为例，其通过构建微信公众号、社群、小程序等私域流量矩阵，将分散的潜在游客聚集起

来，实现精准营销与个性化服务。乡村女性创业者可借鉴这一模式，利用抖音、快手等热门直播平台，展示乡村自然风光、特色民俗活动以及自家旅游产品的独特魅力，吸引观众关注并转化为实际游客。同时，通过创建微信社群，定期分享乡村旅游资讯、优惠活动，与游客保持紧密互动，提升游客忠诚度与复购率。此外，学习私域流量管理技巧，对游客数据进行分析，深入了解游客需求与偏好，为游客提供定制化旅游方案，增强市场竞争力。

2.激活社会拼凑能力

借助“合作社+农户”“联村党委”等模式整合资源，能够有效提升乡村旅游创业的规模效应与资源利用效率。例如，四川受访者空置房屋改造民宿，建立“公司+农户”轻资产利益共享机制；贵州岩博村通过成立合作社，将村民的土地、劳动力、房屋等资源整合起来，统一规划开发乡村旅游项目，实现了资源共享、利益共赢。乡村女性创业者可积极参与或主导此类合作社的组建，将自家的民宿、农家乐与周边农户的特色农产品种植、手工艺品制作等资源进行整合，推出包含食宿、农事体验、农产品采摘与加工等在内的综合性旅游产品。通过“联村党委”模式，加强与周边村庄的合作，共同打造跨区域的乡村旅游线路，整合区域内的自然景观、历史文化遗迹等旅游资源，实现优势互补，吸引更多游客。

3.提升差异化竞争优势

学习杭州鱼儿的家受访者，实施差异化的营销战略，打造独特的个人IP形象来提升创业故事的传播价值，从而提高企业的知名度和影响力。同时，进一步挖掘在地文化IP，开发研学、康养等特色产品，满足亲子游、银发游、妇女游等细分市场需求。例如，山西太谷开发了“五感唤醒”课程，充分利用当地的历史文化、民俗风情等资源，开发出以视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉为主题的研学课程，让游客深入体验当地文化魅力。乡村女性创业者应深入挖掘所在乡村的独特文化元素，如传统手工艺、民间传说、特色饮食等，将其融入旅游产品开发中。针对不同客群需求，开发研学旅行产品，设计具有教育意义的课程与活动，如传统农耕文化研学、民间艺术创作研学等；开发康养旅游产品，结合乡村的自然生态环境，推出森林康养、温泉疗养、中医养生等项目，满足游客对健康养生的追求，在激烈的市场竞争中脱颖而出。

4.发展多元经营以抵抗行业风险

在复杂多变的市场环境中，乡村女性创业者们可拓展“民宿+物产销售”“农业+教育”等复合业态，从而有效分散经营风险，增加收入来源。以天津保供基地转型案例为参考，其在保障农产品供应的基础上，发展农业观光、采摘体验、科普教育等业务，实现了从单一农业生产向多元化产业融合的转变。以此为例，乡村女性创业者可在经营民宿的同时开设特产商店，销售当地的特色农产品、手工艺品等，将游客流量转化为商品销售流量。此外，利用乡村的农业资源，开展“农业+教育”项目，如建设亲子农场，让游客参与农作物种植、养殖体验，同时开展农业科普讲座，既丰富了旅游产品内容，又增加了收入渠道，提升了抗风险能力。

（三）社区与社会组织层面：构建利益共享和可持续发展机制

1.积极搭建女性创业就业互助网络

积极建立女性创业协会，为乡村女性旅游创业者打造资源共享网络。以山西娄烦受访者计划为例，协会可汇聚不同地区、不同创业领域的乡村女性，通过定期举办交流活动，如创业经验分享会、实地考察学习等，促进成员间的经验交流与协作。在分享会上，有成功运营民宿的创业者可分享如何提升服务质量、吸引客源的经验；开展实地考察学习，组织成员参观优秀乡村旅游创业项目，直观感受先进的运营模式与管理方法。同时，协会搭建线上资源共享平台，创业者可在平台上发布旅游产品信息、合作需求等，实现资源的互通有无与信息的共享，共同开拓市场，提升整体竞争力。

2.身心保障助力健康发展

创业过程中乡村女性面临诸多压力，如经营风险、家庭与事业平衡等，公益组织可安排专业心理咨询师，通过线上线下相结合的方式，为她们提供心理咨询与疏导服务，帮助缓解心理压力，保持积极的创业心态。法律咨询方面，针对乡村女性在合同签订、权益保护等方面可能遇到的法律问题，公益组织邀请法律专家开展专题讲座、提供免费法律咨询服务，让创业者了解相关法律法规，维护自身合法权益，为创业之路保驾护航。

3.技术赋能与公益项目对接

社区或社会组织可引入第三方机构开展技术援助计划，为乡村女性旅游创业者提供数字化工具培训。由第三方机构派遣专业技术人员，深入乡村开展现场培训，从系统操作、数据监测与分析等方面进行详细讲解与示范，让乡村女性创业者能够熟练运用数字化工具，提升旅游创业项目的科技含量与运营效率。此外，可通过组织专业团队帮助创业者撰写项目竞标方案，提升竞标能力，使其有机会参与公共服务项目，在获得经济收益的同时，为乡村社区发展做出贡献，进一步提升乡村女性创业者的社会影响力，形成良好的社会示范效应。

三、总结

推进乡村女性旅游创业就业是实现乡村振兴与性别平等的关键路径，通过政策赋能打破制度壁垒、社会文化重塑消除性别偏见、能力提升激活内生动力、资源整合构建协同生态，可系统性解决当前困境。

展望未来，要进一步强化“数字 + 文化”双轮驱动乡村旅游深入发展。鼓励乡村女性应积极学习和运用数字化工具，开展线上营销，利用大数据分析游客需求，精准开发旅游产品。同时，深入挖掘乡村文化内涵，将独特的民俗文化、历史遗迹等融入旅游项目，打造具有文化特色的乡村旅游品牌。推动“她力量”从个体突围迈向生态共建，鼓励乡村女性之间加强交流与合作，成立创业联盟或互助组织，实现信息共享、资源互补。政府、社会各界也应加大对乡村女性旅游创业的支持力度，构建完善的创业服务体系，包括创业指导、法律咨询、技术支持等，为乡村女性创业创造良好的外部环境。通过这些努力，使乡村女性旅游创业成为乡村可持续发展的核心引擎，最终实现“个体成长-社区振兴-产业繁荣”的良性循环，让乡村女性在旅游创业的舞台上充分展现自身价值，为乡村振兴注入源源不断的活力，推动乡村社会实现全面、协调、可持续发展。

调查问卷

尊敬的女性乡村旅游创业者：

您好！非常感谢您填写这份问卷。此次问卷调查的目的是希望能够了解当前我国女性乡村旅游创业者的相关情况，本问卷调查纯属学术研究目的，我们将对问卷内容严格保密，请您放心填写，非常感谢您的热情参与和帮助！

第一部分 基本信息

1. 您是否是女性？
A. 是 B. 不是
2. 您的年龄段是？
A. 30 岁以下 B. 31-40 岁 C. 41-50 岁 D. 50 岁以上
3. 您的户口是？
A. 农村户口 B. 城镇户口
4. 您的文化程度是？
A. 小学及以下 B. 初中 C. 高中或中专 D. 大专 E. 本科 F. 硕士研究生及以上
5. 您的婚姻状况是？
A. 未婚 B. 已婚 C. 离异 D. 再婚
6. 您有几个子女？
A. 0 B. 1 C. 2 D. 3 E. 4 个及以上
7. 您觉得您目前的生活幸福吗？
A. 非常幸福 B. 比较幸福 C. 一般 D. 比较不幸福 E. 非常不幸福
8. 您在乡村旅游创业前最后一份职业是？
A. 务农 B. 工厂打工 C. 专业技术人员（律师、医生等） D. 公司职员 E. 上学 F. 政府机关人员 G. 家庭主妇，无工作 H. 个体经营、微商等 I. 其他

第二部分 乡村旅游创业组织基本情况

1. 乡村旅游创业领域
A. 教育 B. 妇女儿童 C. 文化 D. 助残 E. 就业 F. 农业扶贫 G. 金融
H. 信息科技 I. 医疗卫生 J. 环境保护 K. 养老 L. 旅游 M. 其他
2. 您所创立的乡村旅游创业组织运作年限
A. 1 年及以下 B. 1-3 年（含 3 年） C. 3-5 年（含 5 年）
D. 5-10 年（含 10 年） E. 10 年以上
3. 您所创立的乡村旅游创业组织所在地区是
A. 东北地区（黑龙江省、吉林省、辽宁省）
B. 华东地区（上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省、台湾省）
C. 华北地区（北京市、天津市、山西省、河北省、内蒙古自治区）
D. 华中地区（河南省、湖北省、湖南省）
E. 华南地区（广东省、广西壮族自治区、海南省、香港特别行政区、澳门特别行政区）
F. 西南地区（四川省、贵州省、云南省、重庆市、西藏自治区）
G. 西北地区（陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区）

4.乡村旅游企业员工人数

A. 10 人以下 B. 11-50 人 C. 51-100 人 D. 101-300 人 E. 300 人以上

5.您现在乡村旅游企业的年销售额

A. 50 万及以下 B. 51-100 万 C. 101--500 万 D. 500 万以上

第三部分 乡村旅游创业动机量表

序号	题项	选项						
		完全不符合	不符合	比较不符合	一般	比较符合	较多符合	完全符合
生存需求型动机								
1	进行乡村旅游创业的原因是对以前的收入不满意	1	2	3	4	5	6	7
2	进行乡村旅游创业的原因是有经济保障	1	2	3	4	5	6	7
3	进行乡村旅游创业的原因是希望以后不再失业	1	2	3	4	5	6	7
事业成就型动机								
1	进行乡村旅游创业的原因是想要获得成就感与别人的认可	1	2	3	4	5	6	7
2	进行乡村旅游创业的原因是想要扩大自己的影响力	1	2	3	4	5	6	7
3	进行乡村旅游创业的原因是想要成为一名成功人士	1	2	3	4	5	6	7
4	进行乡村旅游创业的原因是想要实现自己的创业想法	1	2	3	4	5	6	7
5	进行乡村旅游创业的原因是想要控制自己的人生	1	2	3	4	5	6	7
亲社会型动机								
1	进行乡村旅游创业的原因是想对他人产生积极影响	1	2	3	4	5	6	7
2	进行乡村旅游创业的原因是想通过我的工作来帮助他人	1	2	3	4	5	6	7
3	进行乡村旅游创业的原因是我在意通过自己的工作造福他人	1	2	3	4	5	6	7
4	进行乡村旅游创业的原因是通过我的工作为他人做好事对我来说很重要	1	2	3	4	5	6	7

第四部分 社会拼凑

序号	题项	选项						
		完全不符合	不符合	比较不符合	一般	比较符合	较多符合	完全符合
内部拼凑								
1	当面对新的挑战时，很有信心能够通过利用现有的资源来找出可行的解决方案	1	2	3	4	5	6	7
2	和其他企业相比，可以利用现有的资源应对更多的挑战	1	2	3	4	5	6	7
3	可以有效利用任何现有资源来应对新问题或新机会	1	2	3	4	5	6	7
4	能够通过对现有资源和廉价获得的新资源的整合利用来应对新的挑战	1	2	3	4	5	6	7

5	当面对新的问题或机会时，通常都会做出行动并假设能够找到可行的解决方案	1	2	3	4	5	6	7
外部拼凑								
1	经常通过外部获得的其他资源来应对所创组织面临的挑战	1	2	3	4	5	6	7
2	经常与多个客户、供应商或其他高级行政人员合作，以解决资源短缺的问题	1	2	3	4	5	6	7
3	我的人脉网络是否经常协助您取得新资源（例如物质及财政资源、知识及技能等不可或缺的资源）	1	2	3	4	5	6	7

第五部分 乡村旅游创业绩效

序号	题项	选项						
		完全不符合	不符合	比较不符合	一般	比较符合	较多符合	完全符合
个体绩效								
1	我的收入比创业前得到了提高	1	2	3	4	5	6	7
2	我的生活质量比创业前得到了改善	1	2	3	4	5	6	7
3	我的社会参与能力比创业前得到了提高	1	2	3	4	5	6	7
4	我的认知能力得到了提高	1	2	3	4	5	6	7
5	我实现了创业初期目标	1	2	3	4	5	6	7
组织的社会绩效								
1	企业积极参与公共服务项目竞标	1	2	3	4	5	6	7
2	企业获得政府或相关机构的大力支持	1	2	3	4	5	6	7
3	企业提供的产品和服务所带来的受益者不断增加	1	2	3	4	5	6	7
4	企业提供更多不同类型的社会公益服务	1	2	3	4	5	6	7
5	企业将社会公益服务扩展到更多的地区	1	2	3	4	5	6	7
组织的经济绩效								
1	企业的业务单位盈利能力	1	2	3	4	5	6	7
2	企业的财务目标实现程度	1	2	3	4	5	6	7
3	企业的客户满意度	1	2	3	4	5	6	7
4	企业提供的产品和服务为客户带来的价值	1	2	3	4	5	6	7
5	企业的跨地区扩展业务的趋势	1	2	3	4	5	6	7
6	企业的业务活动类型广泛程度	1	2	3	4	5	6	7

第六部分 环境动态性量表

序号	题项	选项					
		完全不符合	不符合	比较不符合	一般	比较符合	较多符合
市场动态性							

1	客户需求及其偏好变化速度快	1	2	3	4	5	6	7
2	客户需求及其偏好变化难以预测	1	2	3	4	5	6	7
3	新客户对产品和服务的需求明显不同于老客户	1	2	3	4	5	6	7
4	行业产品和服务越来越呈现多样化特征	1	2	3	4	5	6	7
5	企业与同行业之间的竞争越来越激烈	1	2	3	4	5	6	7
技术动态性								
1	企业所在行业技术变化频率较高	1	2	3	4	5	6	7
2	企业对未来五年的技术变化趋势难以预测	1	2	3	4	5	6	7
3	技术变化给行业带来重大机遇	1	2	3	4	5	6	7
4	技术变化能促进企业新产品和新服务产生	1	2	3	4	5	6	7
5	行业技术变化对企业经营活动产生巨大影响	1	2	3	4	5	6	7

深度访谈提纲

1. 请介绍一下您在公司的任职以及所承担的主要职责，可否分享一下您在进行乡村旅游创业时印象最深刻的大事。

2. 在创业起步时，您心中是否有一个“创业蓝图”？如何发现创业机会的？您的创业有哪几个关键节点吗？发展过程中，又是如何利用商业机会获得发展的？

3. 疫情前，公司外部环境如何？疫情中，公司外部竞争环境有哪些变化？对公司的运营产生了哪些影响？发现了哪些新的机遇？疫情后，公司运营及面临的环境又有哪些新变化吗？

4. 您在领导公司创业过程中遇到哪些挑战和问题？做出了哪些重要举措？实施过程中遇到了哪些问题？您是如何带领员工一同解决这些问题的？（注意追问公司变革事件的具体细节：什么时间、地点，关键人物、关键事件过程和结果，以及领导者的反思）

5. 您觉得女性创业者在领导公司创业过程中有哪些独特的行为表现？女性创业者有哪些优劣势？

6. 当您决定从事一个项目时，有没有什么情况因为您在组织中拥有的资源让您觉得有很大的帮助？

7. 都有哪些利益群体与您创业有关联？创业过程中，利益群体之间有哪些冲突矛盾？是如何解决的？如，客户、供应商或其他共同努力解决资源限制问题？请举几个例子。

8. 您的人际网络能否帮助您获取新资源（例如，对您来说至关重要的物质和

财务资源、知识、技能组织）？可否跟我们举例分享一下？

9. 当企业出现资源（人力、物力）紧缺时，您是怎么解决的？举例说明。有没有发生过您不知道该如何使用的资源，但最终找到了有意义的用途，帮助企业成长？请具体举例说明。

10. 资源来源（网络资源/现有资源）如何在产品/市场开发中是如何发挥作用的？请提供一些示例。各种资源对企业产生了怎样的功能？

11. 您最初的社会创业动机是什么？先前经历对您创业有怎样的影响吗？

12. 请您大致描述下企业的发展历程，以及企业发生变化的转折事件有哪些？在事情发生时您是如何考虑与决策的？

13. 当您面对工作中各种压力的时候，您有没有想过放弃，您是如何缓解和消除的？【心理韧性】

14. 在创业过程中，您的家庭对您的事业发展是什么态度？有没有小例子可以分享一下？在创业过程中，家庭给予了怎样的支持？

15. 您认为创办该企业为您自身带来了哪些变化及影响（有幸福感的增强吗）？

16. 如何看待该企业的社会影响和社会效益？如何考虑该企业经济效益与社会效益之间的关系？

^[1]Hochschild A R. The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling[M]. Berkeley: University of California Press, 1983.

^[2]阚如良,史亚萍,Hsiang-te Kung,等.民族文化遗产旅游地妇女社会角色变迁研究——以三峡步步升文化村为例[J].旅游学刊,2014,29(04):19-27.

^[3]王艳,曲雯,李晓亚.民族乡村妇女参与乡村振兴的现状、问题及对策研究——以大连市石河满族镇 S 村为例[J].大连民族大学学报,2023,25(06):486-492.