

乡村振兴背景下乡村文旅产业高质量发展的思考

吴明露

中共天津市武清区委党校 301700

DOI:10.12238/ems.v7i9.15182

[摘要] 随着乡村振兴战略的深入推进,乡村文旅产业高质量发展意义重大,不仅能够激活农村发展潜能,促使产业结构变化,拓展就业范围,稳定农村劳动力,还能带动农业农村各方面全面发展,缩减城乡差距。但是,当前乡村文旅产业发展面临创新不足、组织体系短板、吸引社会资本能力弱和推广效能差等问题。要想实现高质量发展,需从创新业态、完善组织体系、吸引社会资本与加强推广等方面探索改进措施,推动乡村文旅产业持续发展,助力乡村全面振兴。

[关键词] 乡村振兴; 乡村文旅产业; 高质量发展; 产业融合

党的二十大报告明确提出,全面建设社会主义现代化国家,农村地区是重点也是难点。加快农业强国进程,扎实推进乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴已成为当前的重中之重,农业现代化、产业多元化、高质量发展是大势所趋。在这一时代背景下,乡村文旅产业作为农业发展多元化的一条重要路径,成为了乡村振兴的新引擎。因此,探索乡村振兴背景下乡村文旅产业高质量发展的实现路径有着重要的理论和现实意义,有利于推动农村地区更加繁荣,实现城乡均衡发展。

一、乡村振兴背景下农村文旅产业高质量发展的时代意义

(一) 激活农村发展潜力领域,加快产业结构转型升级

传统的农业产业结构单一,容易被自然因素和市场波动影响,而乡村文旅作为新增长点,能够突破这些困境。很多传统手工艺、民俗节日等文化资源,孕育并留存于乡村之中,深入挖掘之后,可以打造出民俗体验游、乡村研学游等文旅产品,给农村发展增添动力。同时,吸引社会资本投资文旅项目,农村基础设施和旅游配套设施持续优化、走向完善,农村产业结构也会发生改变,不再只是单纯种植农产品,而是多种产业共同发展,产业自身韧性大大提升,抗风险能力增强,农村经济长久持续发展就有了稳定基础^[1]。

(二) 拓展就业资源,稳定农村劳动力

乡村文旅产业业态多样,劳动密集型明显,能制造不少就业机会。从项目建设开发之初到日常运作涵盖的导游讲解、餐饮服务、住宿管理、农产销售及手工艺制作等环节,都需要大量人力去维持运转。这就为农村富余劳动力提供了就近就业的机会,使他们不必离乡背井便能有稳定的收入来源。

尤其值得重视的一点是,乡村文旅产业的蓬勃发展,正慢慢吸引着不少曾在外漂泊务工的人回到家乡,投身创业或寻找工作。同时,也吸纳了具有专业知识和技术技能的人加入其中,这样既能切实充盈农村劳动力队伍又能给乡村带来新思想与新技术,有效增强了农村劳动力的稳定性,大力推动了农村社会的和谐与安定。

(三) 推进农业农村全方位发展,助力城乡差距逐步弥合

乡村文旅产业依托乡村独特的自然景观、民俗文化和农业生产,有效整合了一二三产业资源。其发展能显著延伸拓展农业产业链条,促进农产品精深加工和品牌建设,提升产品附加值;同时,有力推动餐饮、住宿、交通等服务业在农村落地生根,催生众多新的经济增长点。城市游客涌入乡村进行旅游消费,不仅直接促进农村经济发展,更深层次地促进了城乡文化的交流与共享。在此过程中,城市的资金、技术、人才等要素加速流向农村,而农村的特色产品、优美环境和独特文化也得以向外输出。这种双向流动持续提升着农村经济发展水平,推动基础设施和公共服务不断完善,从而在经济、社会等多个维度上逐步弥合城乡发展差距,为城乡融合、协调发展开辟新路径^[2]。

二、乡村振兴背景下农村文旅产业高质量发展面临的困境

(一) 乡村文旅产业创新不足,业态趋同单一

一些乡村在开发文旅产业的时候,在挖掘本地特色资源后进行创新利用上的力度不够。项目规划以及开发期间存在盲目跟风的情况,看见其他地区某个文旅项目开展得好,就一窝蜂地模仿,结果造成业态单一且同质化现象突出。部分乡村旅游给游客展示的旅游产品大同小异,不是农家乐就是

花海景观等, 缺少深度体验的产品和服务。乡村文化内涵挖掘得不够透彻, 没能将当地的民俗文化、农耕文化等特色内容融入进去, 不能满足游客的多样化需求, 降低了乡村文旅产业的吸引力和竞争力。

(二) 乡村文旅产业组织体系存在短板, 整体规划缺失

乡村文旅产业涉及农业、文化、旅游、交通等部门, 现阶段, 部分地区缺少组织协调机制, 相互间沟通不畅、合作不够, 存在职能交叉或缺位现象。一方面, 部分项目在审批、修建以及经营时, 往往出现多部门“齐抓共管”或者“无人问津”的情况, 这样就制约了产业的发展, 另一方面, 缺少统筹规划, 有些乡村在发展文旅产业时, 没有结合自身资源特点、市场需求和生态承载状况, 盲目上马项目, 造成旅游资源过度开发或者滥用, 景区景点布置不合理, 相关基础设施、旅游公共服务设施的建设未能与游客需求相匹配、存在供给不足的问题, 游客体验感差, 也制约了乡村文旅产业的持续发展。

(三) 乡村文旅产业社会资本吸引力薄弱, 长期资金保障机制缺失

乡村文旅项目投资数额大、建设周期长、回报周期慢, 有一定的风险, 社会资本对于乡村文旅产业投资比较小心谨慎。一些乡村经营状况不佳, 缺乏强有力的政策支撑和服务体系, 土地流转政策适应性和弹性不足, 金融帮扶少, 这些因素会降低社会资本的投资意愿并限制其投入规模。另外, 乡村文旅产业没有形成牢固长久的资金保障体系, 政府财政投入少, 不能满足文旅产业发展的资金需求, 资金不足使乡村文旅项目在基础设施建设、旅游产品打造、品牌推广等方面投入少, 进而影响文旅产业发展的质量和速度。

(四) 乡村文旅产业推广效果不佳, 市场吸引力不强

部分乡村文旅项目缺乏有效的市场推广策略, 宣传手段比较单一, 主要靠传统的宣传册、广告牌等, 鲜少用新媒体和网络平台等途径。在如今信息传播速度飞快的时代, 这种推广方式很难做到全面地触及更多的目标客户, 不能准确定位市场, 未充分考虑到各个游客群体的需求和喜好, 且宣传内容缺乏针对性, 不能凸显乡村文旅项目的特色和优势。同时, 缺少品牌建设意识, 没有打造出知名度和好评度高的乡村文旅品牌, 造成乡村文旅产业在市场上的存在感比较低, 市场吸引力不足, 游客流量难以持续保持增长态势^[3]。

三、乡村振兴背景下乡村文旅产业高质量发展的优化路径

(一) 创新乡村文旅产业业态, 挖掘特色文化内涵

乡村文旅产业革新需立足本土资源, 从文化基因中提取创意灵感。第一, 可以搭建乡村文化资源数据库, 对传统技艺、民俗活动、古村落建筑等进行梳理整合, 与高校设计专业师生联手开展创意工作坊, 每季度更新一批体验项目规划。通过村民代表评定确定方案, 首选那些融合本地传说、历史的创意, 通过结合现代设计理念打造成体验项目。如将传统纺织工艺开发为“非遗工坊体验课”, 游客在学习织布手工艺的同时, 能把自己制作的手工作品带回家。工坊也可不定期举办“非遗传承人对话会”, 设置互动问答环节, 让游客深入了解背后的历史故事。

第二, 推动农文旅融合发展, 如推出“四季农事体验线”, 春天采茶、夏天插秧、秋天收粮、冬天酿酒, 让游客体验完整的生产流程, 每一步都配套“农事小课堂”, 请当地人讲述当地的故事。

第三, 引入“文旅+”模式, 可以与学校合作开发研学课程, 结合乡村自然生态开展地质探究、生命探索等活动; 与康养产业相融合, 依托乡村清新的空气和田园风光, 设计短期疗养项目, 由专业营养师制定有针对性的饮食方案, 主要采用当地食材。

通过业态创新, 让静态的乡村资源转化为动态的体验产品, 使文化内涵可感知、可参与、可传播, 形成差异化竞争优势。

(二) 完善乡村文旅产业组织体系, 强化整体规划布局

建立“政府牵头、村委落实、群众参与”的三级组织结构是实现产业有条不紊发展的基础。由县政府成立文旅产业发展专班, 集合农业、文旅、交通部门职能, 定期召开会议解决跨部门问题, 会议形成纪要, 明确问题解决期限并纳入督查督办范畴, 制定统一的产业发展标准和考核机制, 将乡镇文旅产业发展状况与干部绩效挂钩, 考核结果与评优评先直接关联, 避免多部门交叉管理。

乡镇组建文旅合作社, 统筹协调土地流转、项目申报及利益分配等事项, 选举产生监事会对资金支出和项目推进情况进行监督, 每季度对外公示一次财务信息。合作社须每季度向村民大会汇报经营情况。

规划编制要遵循“三规合一”, 把文旅发展总体规划同国

土空间规划、乡村振兴规划进行对接,邀请村民代表参加规划听证会,划分核心保护区、开发利用区、生态缓冲区。核心保护区内需严控建设,保持原生乡村面貌;开发利用区集中建旅游服务设施,建筑造型要与乡村整体风貌相协调,新建项目需通过村民议事会投票决定。设置规划动态调整制度,每年向游客征集意见和产业数据,由专业人士评定规划完成情况,随时对项目的选址与建造内容做调整工作,确保规划合理又具备可操作性。

(三) 增强乡村文旅产业对社会资本的吸引力,构建长期资金保障机制

破解资金难题应多渠道拓展融资路径。首先,设立文旅产业引导基金。基金规模不低于年度财政涉农资金的一定比例,采取市场化运作模式,委托具有丰富文旅项目投资经验的专业机构管理。基金设定合理的存续年限,运作期间定期公布投资进展,主动接受社会监督。该基金旨在降低社会资本投资风险,对符合条件的乡村旅游项目,按其投资额提供一定比例的配套资金支持,并对单个项目的补助金额设定上限。

其次,推出“文旅资产证券化”试点。选择运营成熟、达到一定规模且收益稳定的景区,将其门票收入、民宿经营权等未来可预测的现金流打包,交由金融机构发行资产支持证券。证券产品设定合理的存续期限,以此盘活存量文旅资产,增强其流动性,为行业发展引入新的资金活水。

最后,完善配套政策。土地使用方面,允许农村集体经营性建设用地直接用于文旅项目建设,年限放宽,经村民代表大会同意可放宽项目用地容积率;税收方面,对文旅企业实行“三免三减半”的所得税优惠政策,即前三年免征企业所得税,后三年减半征收,对企业雇佣本地村民超过员工总人数一定比例的,再给予部分返还。建立“村民入股+企业运营”模式,村民以土地、房屋等资源入股,企业负责投资建设和运营管理,收益按股分红,既解决企业征地难题,又让村民共享发展成果,形成稳定的利益联结机制。

(四) 提升农村文旅产业推广效能,强化品牌建设与营销

推广工作要精准确定目标人群,构建多层次的传播体系。对于周边城市游客,通过本地生活服务平台推送周末游套餐,包含交通线路、有趣活动、消费单据等实际信息,套餐可额外包含“二次消费折扣券”,涉及餐饮与民宿等业态,券上注

明使用须知,设定时效,促使游客重复到访;定期与城市社区合作举办“乡村文旅走进社区”活动,以图片展览、民俗表演等形式现场售票,给予社区团购一定的价格优惠政策。

针对远距离游客,与主流旅游平台合作开设专题页面,页面设立“游客真实评价”栏,实时公布游客反馈,定期汇总,形成分析报告;借助VR技术展示乡村全貌,提供在线预定服务,通过平台预定可获赠接站服务等。打造区域公共品牌提升影响力,把分散的乡村旅游点聚集起来,统一设计区域品牌LOGO、宣传口号以及视觉形象,例如“原乡记忆”系列,集合各个乡村的不同特色产品,申请成一个集体商标加以保护,使用该品牌的企业需交纳年费用以维持品牌运转。

利用节庆活动制造传播热点,借传统节气举办插秧节、丰收节等,邀请网红主播现场直播,开展“最佳乡村代言人”评选活动,鼓励游客拍摄短视频分享到社交平台,对点赞数量多的作品给予门票奖励和民宿免费入住券。创建游客信息库,通过分析消费记录和反馈意见,推送个性化的旅游建议,做到精准营销,让推广内容从“广而告之”转变为“按需推送”^[4]。

四、结语

综上所述,乡村文旅产业高质量发展对乡村振兴意义非凡,尽管存在创新、组织、资金以及推广等方面的困难,但是通过创新业态、完善组织、吸引资本、加强推广等方式可以突破困境。以后应不断探寻适合农村文旅产业发展的新路子、新方式,发挥乡村文旅产业在优化农村产业结构、促进农业农村发展、缩小城乡差距等方面的优势和作用,推动乡村实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的美好愿景,为乡村全面振兴注入强劲动能。

[参考文献]

- [1] 张炜华. 乡村振兴背景下农村产业高质量发展的多维路径探索[J]. 村委主任, 2024 (13): 230-232.
- [2] 屈辰玥. 高质量发展背景下乡村产业振兴的功能、挑战与应对思路[J]. 山西农经, 2024 (19): 85-87.
- [3] 王晓焘. 乡村振兴视角下定西市安定区农村产业高质量发展的思考[J]. 发展, 2023 (3): 80-83.
- [4] 胡婷. 乡村振兴视域下农村文旅产业高质量发展路径探究[J]. 智慧农业导刊, 2025, 5 (9): 88-91.