

推动乡村农文旅产业从“看风景”到“享生活”转变

作者简介

丁钰清

作者单位：中国农村杂志社

核心提示

中央一号文件提出，深化农文旅融合，推进乡村旅游提档升级，发展“小而美”文旅业态。今年《政府工作报告》提出，要打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，加快培育消费新增长点。在一系列政策指引下，各地乡村围绕“体验”做文章，以新场景激活消费活力、以新体验唤醒乡土文脉、以新链条共享发展红利，推动乡村农文旅产业从“看风景”向“享生活”转变，从“观光游”向“体验游”升级。

场景上新 激活乡村消费潜力

一场艺术展，让废弃电站变身乡村会客厅；一趟“喘着粗气”的老式蒸汽火车，把旧矿区拉成了热门打卡地；一片茶山、几间民宿，让山坳里的村庄成了游客来了就不想走的旅居地……当下，沉浸式、参与式、个性化的体验式消费，正深度融入农文旅产业发展全过程，让乡村农文旅产业不再是简单地把游客引过来、看一看，而是转向让游客留下来、试一试。

传统的乡村旅游，往往停留在“吃一顿农家饭、摘一篮时令果”的单一业态，游客来了就走，留不下多少消费。而如今，体验式消费的兴起，让乡村文旅业态实现全方位革新，从单一休闲观光向多元融合体验转型，催生出一批贴合现代消费需求的新场景、新业态，让游客的脚步慢下来，消费留下来。

新业态新场景的打造不仅在于“点”上的创新，更在于串

点成线、连线成面。江西庐山海会镇展示了一种“茶宿共生”的全链条场景。一条9公里长的环山绿道，将连绵茶山与错落民宿串珠成链。游客白天在非遗茶博园体验采茶、制茶、品茶的全过程，晚上住进以“一房一茶韵”为主题的特色民宿，清晨观瀑、上午采茶、午后研学、夜宿茶香。从一片茶叶到一次采茶再到一间茶宿，在“体验”的加持下，乡村旅游形成了让

游客“值得停留”的完整闭环。放眼全国，文旅与农业、工业、研学、科技、体育的跨界融合持续加速，新场景频频涌现，体验式消费已然成为乡村消费的主流之一。体验式的业态创新之所以能激活乡村消费，在于它完成了从“卖景观”到“卖感受”、从“被动游览”到“主动参与”的转变。一方面，消费需求从物质层面扩展到精神层面，游客更愿意为沉浸式氛围、

情感化体验、独特记忆付费；另一方面，亲手体验、互动参与增强了游客与乡村的联结，有效拉长消费链条、提升消费附加值。当游客不再满足于走马观花，愿意为体验付费时，乡村消费就从季节性的、一次性的，变成了常态化的、复合型的。这种新场景带动新消费的转变不仅丰富了乡村消费供给，更激活了下沉市场活力。

活态传承 彰显乡村文化魅力

体验式消费的核心不是“表演”而是“生活”，游客向往的不仅是舞台上的民俗秀，而是真实的、可参与的、有温度的乡土日常。如果说场景与业态的创新扩大了乡村消费的“体量”，那么文化融合则赋予了乡村体验的“灵魂”。体验让乡土文化、非遗技艺从静态陈列走向动态可感，游客在体验中领略了文化，也发展了文化。

如何让文化从“内核”变为可感知的体验？位于浙江湖州长兴县的顾渚村在文化挖掘上给出了自己的答案。村里把陆羽茶文化从古籍里“请出来”，打造茶文化研学体验基地，将蒸青、捣碎、压模、穿孔等传统

饼茶制作工艺全程开放，游客可以亲手采茶、制茶、品茶，茶咖、茶香膏等文创产品更让传统文化可感可触。村里还对民宿从业者开展系统化培训，要求每个人“会泡一壶茶，会弹一种琴，会唱一首曲，会烧一道菜，会拍一张照”，以文化素养提升服务质感，老客回头率高达70%，有游客一年来五六趟。当村民把茶艺、烹饪、园艺、摄影这些本事变成服务能力，乡村生活本身就成为了可以消费的产品，文化就不再是表象，而成了体验的灵魂和内核。

在全国各地，乡村文化资源正纷纷转化为特色体验产品，形成各具魅力的文旅IP。

江西南丰的石邮村，人称“中国傩文化第一村”。鼓声一响，戴面具的表演者跳起古老的傩舞，游客看得挪不动步。村里建了傩文化广场、傩面具展示馆，还打造了傩文化小镇，千年傩舞就这样活了过来。位于云南元阳的“世界最佳旅游乡村”阿者科村，依托哈尼梯田世界遗产、哈尼族文化以及传统蘑菇房建筑景观统一规划休闲旅游业态，在保护村落生态环境和民俗文化原真性基础上，开发哈尼族特色民俗节庆、手工艺等体验活动。通过预约制深度体验，游客既能欣赏壮美的梯田风光，又能体验哈尼民俗文化，真正融入原生态乡村。

从非遗展演到农耕体验，从民俗互动到文化研学，“体验”正推动农耕文化、非遗文化、民俗文化在乡村大地全面活化。游客在参与中传承文化，乡村在文化体验中提升气质。在安徽宣城绩溪县，民宿主理人姚若茵在经营民宿“住”的功能之外，还搭建了丰富的乡村体验框架。她结合绩溪的民俗文化和乡村特色，推出了拓课DIY、面包烘焙、绣香囊、打麻糍、徽墨描金等一系列体验活动。每一项活动，都有专业的人员指导，让客人能亲身感受乡村的乐趣和文化的魅力。姚若茵介绍，很多亲子家庭都特别喜欢这些活动，孩子

们在参与的过程中，不仅感受到了动手的乐趣，还了解了绩溪的民俗文化。相较于传统的文化展示模式，体验式消费让游客从文化的旁观者变成传承者、传播者。它让文化变得可触摸、可参与、可分享。穿一回汉服、看一场傩舞、学一次制茶、捏一个陶坯——每一次体验，都是一次文化传播，更是一次情感共鸣。与此同时，文化体验场景的打造与乡村人居环境整治、基础设施完善同步推进，乡村不再只是旅游目的地，更成为兼具古韵乡愁与现代品质的优质生活空间。乡村的“文化味”更浓，“烟火气”仍在。

链条延伸 共享乡村发展成果

体验式消费不光把人带来了，更把产业链拉长了、把老百姓带富了。其深层价值在于构建了“景区带村、能人带户、体验兴业”的利益联结机制，推动业态经营提质升级，农民就近就业增收、村庄全面发展，让农文旅发展成果真正落到村民手里。

随着乡村功能不断拓展，乡村价值被不断挖掘，乡村休闲产业的链条正在不断延伸，带动村庄发展的同时，吸引越来越多的年轻人选择返乡入乡。他们懂城市需求、会网络表达、有创意灵感，他们正成为乡村新业态的“创造者”，把“沉睡”的乡土资源，翻译成城里人

听得懂的“市场语言”。“十五五”规划纲要和今年《政府工作报告》都强调要“推动城乡要素双向流动，激励各类人才下乡服务和创业就业”，体验式消费的兴起给了年轻人一个回来的理由。纵观全国，体验式消费除了让乡村休闲产业成为创业热土，更重要的是给农民拓展了更多增收路子。在贵州台江，“村BA”赛事被打造成“体育赛事+传统文化+农特产品+乡村旅游+全民健身”的多元融合品牌，以地域农特产品作为奖品，并开发“村宝宝”、民族风篮球服等文创产品，借力体育赛事

带动农特产品“出山”，带动群众多渠道增收。在安徽芜湖湾沚区，鸠兹湾艺创共富乡村项目建立了“土地流转保底收益+园区务工工资收入+项目年度分红”的“三层共享”机制，让村民通过多元收益模式成为休闲农业发展的直接受益者。从一间农家乐到一片体验旅居地，从零散摆摊到完整产业链，乡村农文旅的链条越来越长，经营户也从拼价格、拼床位转向拼体验、拼文化、拼服务。农民通过经营、务工、分红等多种方式增收，村集体经济通过配套服务发展壮大。这不再是“富了老板亏了老乡”，而

是“富了老板更富了老乡”。体验赋能下的乡村农文旅，正成为带动共同富裕的幸福产业。有研究人员认为，体验能创造更持久的幸福感，因为它们更有可能带来积极的重新解读。当游客不再只是匆匆过客，而是愿意为一杯手工茶、一场非遗体验、一晚山间民宿停留和付费，乡村的价值便被重新定义。体验式消费不仅改变了人们对于乡村的理解和期待，改变了乡村的产业结构，更改变了乡村的发展生态——它让资源变资产、农民变股东、土特产变伴手礼、老手艺变新卖点。更重要

的是，它唤醒了乡村的内生动力：年轻人回来了，村集体强起来了，沉睡的山水活起来了。一间民宿，不只是过夜的驿站，更是把异乡住成了故乡的归处；一次旅行，不只是途经的风光，更是去探寻一段历史与记忆。体验式消费正成为消费增长的新引擎，让广袤乡村焕发生机与活力。从“看风景”到“享生活”，这场“体验”变革，正为乡村重塑一种可参与、可回味、可共情的“新引力”。

（摘编自《农村工作通讯》）

