

# 当乡村旅游地产遭遇“互联网+”创客、众筹下乡

乡村旅游火了,而其背后,暗藏着乡村旅游地产的日益发展壮大。在政策措施利好的机遇下,乡村旅游地产的转型升级出口在哪里?怎样蓄力突破,走出一条适合乡村的发展道路,一直“火”下去?

“蝉噪林逾静,鸟鸣山更幽。”这是生活在喧嚣城市中的现代人向往的美好意境。如今,乡村旅游向人们抛出了“橄榄枝”,乘着政策的东风,农家乐、洋家乐、古宅院落改造的度假酒店、休闲庄园……升级后的乡村旅游地产正在不断翻新花样。随着旅游业进入个性化时代、“大众创业、万众创新”要求的提出,如何推动乡村旅游地产的自我觉醒,激发乡村创意,从而融入互联网这场经济盛宴之中?乡村旅游地产与“互联网+”又能碰撞出什么样的火花?

## 互联网送“创客”“众筹”下乡

6月底,“SMART乡创·回归美丽乡村峰会”在浙江杭州举行,精品酒店投资方、客栈民宿创始人、农庄农场主、农产品电商和文旅从业者在大会上为互联网时代的乡村旅游地产谋划经济市场。大会亮点之一是众筹“最美客栈”,通过对具体用地和建筑物的征集,以路演众筹的形式集结度假地产产业链上下游资源,并借助专注于旅游度假领域众筹的投资平台“多彩投”的众筹资源,合力打造“最美客栈”品牌。

另外,会上也建立了乡村创客联盟,他们发出倡议,协助乡村创客进行资源梳理整合,从金融、设计、运营、营销、后台数据管理等各方面协助乡村创业者提升创业成功率,为更多项目形成自身闭环创造条件,从而推动乡村建设的发展。

通过乡村众筹、创客投资等方式,乡村旅游地产可以更好地与互联网接轨。国家旅游局7月召开的新闻发布会上,透露将开展“百万人”乡村旅游创客行动,推出一批乡村旅游创客示范基地,鼓励各地制定优惠政策,吸引文化、艺术、科技专业人员落户乡村旅游创业就业。



## 升级目的地,产品建设是根本

在“SMART乡创·回归美丽乡村峰会”上,中国移动互联网产业联盟秘书长李易指出,乡村旅游应顺应互联网大势,互联网乡村旅游经济就是乡村旅游与互联网的深度融合,将面对生产力和生产关系的双层变革,前者毫无疑问是机遇,而后者是机遇与挑战并存。“互联网乡村显然不是乡村的在线化和数据化。”李易说,而应是以先进技术为支撑,产品建设为根本。

早期的乡村旅游以干农家活、吃农家饭、睡农家屋的农家乐为代表,物美价廉的农家乐满足了当时都市人体验农家生活、休闲旅游的需求,因此得到迅速发展,然而,随着旅游业进入个性化时代,原先的农家乐产品单一,逐渐不能满足游客的需求。

对于产品来说,大炕、土院落是一种返璞归真,也是乡村旅游地产产品的瓶颈。如果认为现在的自然增长量已经自给自足,那将在竞争中失去优质的客源。乡村管理者一定要保持创新意识,从信息的帮助下寻找产品创意。通过互联网搜索,笔者发现,大部分地区的乡村旅游地产与互联网的形态还相对原始,除了各种农家采摘、烧烤垂钓目的地,区域性的乡村旅游资源整合为数不多。

在农产品创意领域,也有“褚橙”、“卖檬”等创意品牌已经走出了一条路。可以看到,“网络范儿”是一种视觉与文字包装的文化外衣,但不能仅从美好的包装去过分夸大旅游

目的地的吸引力,而应当是从短线和长线双向布局。每个乡村都有独特的民俗、特产、风貌,这是构成乡村旅游吸引力的几个关键要素。被很多游客诟病的“有度假没休闲”“有乡村没乐趣”等问题,仍需要旅游地产管理者付出更多的努力。

东方意象文创机构高级规划师刘传军认为,乡村旅游地产从“农家乐”而起,目前已形成了涵盖农业生产、农村生活、农乡文化生态等多种层面的旅游休闲产品体系。进入“互联网+”的创客时代,经营者可以从多个方面有效提升产品与服务品质,从而带动乡村旅游地产转型升级。首先,传统农家乐经营者往往从农民直接转变而来,旅游业甚至仅是农业生产的“副业”,其提供的产品与服务均较为朴素、简单;而现在的乡村创客,要么是接受过高等教育的返乡大学生,要么是熟悉现代都市人的生活、消费方式的新一代农村青年,他们对乡村旅游地产产品与服务的理解与定位,会更加符合现代都市人群的消费倾向,从而推动乡村旅游产品的与时俱进。其次,借助互联网载体的农村旅游创业、创新,会更容易与现代社会接轨,无论是品牌传播,还是产品更新换代,都会更加迅速,甚至颠覆农村旅游以“在地”为根本特征的发展模式也未可知。另外,创客时代的乡村旅游地产发展,势必会带动乡村面貌的改善,从道路、建筑等基础设施,到乡村民俗风情、工艺美术,以至农民的思维方式与价值观念,都会有不同程度的促进。

(文珊 刘中伟)

## 青阳县杜村乡多措并举发展乡村旅游

近年来,安徽池州市青阳县杜村乡依托生态优势、区位优势、文化优势,突出环境整治和产业支撑,着力推进文化、生态与旅游深度融合,加大旅游重点项目招商建设,不断开发旅游产品,全力打造“醉美”杜村,建设文化旅游强乡。

**旅游设施不断完善。**完成凤形山景区道路亮化、绿化。新增路灯23盏,亮化道路1公里,硬化道路2.5公里,绿化2公里。新增15家农家乐,统一挂牌。开辟了祈福之旅、拜佛之旅、探险之旅、温情之旅四条乡村旅游路线。同时,对杜村长路、杜西路、农民工创业园实施了绿化,对农民工创业园、八都河实施了亮化,对杜村长路实施了路肩培土、边沟建设、标牌安装等附属工程建设。

**旅游项目不断开发。**充分挖掘乡域旅游资源,依托优美的自然生态风光,加大旅游招商与旅游资源开发力度。梅山瀑布景点综合开发项目主要建成恢复拜佛古道、空中栈道、攀岩、山地滑草等拓展设施,房厢野营基地等项目,占地500亩。食品加工及生态旅游项目利用闲置土地资源及原有生态环境,开发建设一家以生态养殖、食品深加工为基础,兼顾发展集休闲、娱乐、运动、山野情趣为一体的生态庄园,占地600亩。河峡谷景区的开发主要以峡谷景观为依托,以生态特色观光旅游为支撑,以农家体验互动为推手,打造集景点观光、生态休闲、农耕体验为一体的综合性休闲场所。所有新建项目与

现有大愿文化禅修中心、佛缘谷漂流、团结驿站、紫薇花海、磊蕾农庄形成大的旅游综合体。

**旅游活动不断开展。**该乡首届文化旅游节于5月2日开幕,前来观看开幕式的游客达1.2万余人。开幕式当天,还举办了山地自行车越野挑战赛、农产品展示、招商推介、激情漂流等活动。首届“奋发向上、崇德向善”夏令营于7月2日开营,活动主要以亲密接触大自然,拓展、野炊、寻宝、漂流锻炼孩子们团结协作、与人相处吃苦耐劳、自立等能力,目前夏令营已举办两期,报名营员已至第七期。“我能行”亲子体验夏令营活动由乡旅游公司与合肥旅行社共同打造,已于7月下旬开营,农民运动会等活动如期开展。通过各类旅游活动的开展,积极推介乡村生态旅游,推动该乡旅游业的发展,打造“醉美”杜村品牌。

**旅游服务不断提升。**该乡成立旅游发展投资公司,为乡村旅游发展搭建了交流与服务平台,使乡村旅游产业发展不断朝着专业化的水平迈进。同时,加快对乡域道路沿线、景区景点、最佳摄影点和乡村旅游的交通引导标识建设,构建国际通行的旅游交通引导标识系统;鼓励农户发展“农家乐、农家工艺品小超市、佛国观赏园”等旅游配套项目;对新增农家乐服务人员进行了专业技能培训,切实提高从业人员的业务素质。

(琴阳)

## 徐州倪园村:生态旅游富农兴村

这里三面环山,山奇水美,风物独特,生态和谐,是风光秀美的旅游胜景,更是农民的美丽家园。近年来,位于江苏省徐州市“后花园”吕梁山风景区核心区域的倪园村,以旅游农业带动经济社会全面发展和农民增收致富,走出了一条集生态旅游、生态养殖、引果上山、高效农业等为一体的新路子。

造型别致的凉亭、形象逼真的孔子行教图,凸显出古朴的历史韵味;屋前的果树、青竹、冬青、草坪,赋予倪园村清新优雅的气质。走进倪园村,造型别致的青瓦飞檐式楼房,古朴典雅的仿古式院落,别有情趣的青石步行街,宽阔平坦的柏油路面,让人眼前一亮。“这里不完全是景区,也是我们美丽的家园,当初改造的宗旨就是‘农村、自然、特色’。”村民贺文霞笑着对记者说。

“以前我村比较偏僻,路坑坑洼洼,经过近两年的整治和打造,现在成为美丽的小山村。”该村党支部书记尹庆华说,近年来,倪园村克服建设资金不足、村民思想不统一等现实困难,依托吕梁山风景区积极发展旅游、休闲、观光农业,积极响应“全民创业万众创新”的号召,建设乡土味浓郁的生态旅游度假村。

2014年,倪园村国内生产总值达3960万元,农民人均纯收入13500元。还获得第二届“江苏最美乡村”“全国美丽宜居村庄示范村”等称号。

尹庆华说,不仅村容村貌注重体现生态化、园林化、历史化三大特色,随着村民逐渐富裕,公共设施配套也越来越齐全。村里建有篮球场、体育健身广场和文化广场,还投资30万元重建村幼儿园和村部办公楼,投资200万元对东、西主路等村内5条村道进行扩建和硬化,并建成游客接待中心、百米文化长廊、宣传画廊、5家农家乐和6家手工作坊等。

尹庆华说,倪园村有着自然资源丰富的先天条件,该村成立了“川上农产品推销合作社”,开发推销悬水湖鲤鱼、玫瑰花茶、打野山鸡、土鸡蛋、食用菌、老八区杂粮等系列农副产品,并大力发展生态旅游经济,打造奇石谷、万亩荷塘、科技苗圃园等旅游景观,发展高标准的农家乐,提高村庄的游客接待能力。

当地还致力弘扬“爱、诚、孝、仁”等传统文化美德。村里每年组织“十星好文明户”“文明家庭”“文明生态示范户”等评选活动,涌现出一批道德模范。

(赵久龙 陈刚)

## 互联网+众筹农业+乡村旅游 浙江天台:一粒米促山区经济发展



“这个香米认种活动好,我们农户得到不少实惠,认种米价5.5元一斤,比平时高出2元,增加了我们的收入。”北山村的农户陈立其笑呵呵地说。8月2日上午,浙江天台县泳溪乡北山村举行了香米认种启动仪式,骄阳当空,但并没有挡住从四面八方赶来的“种田郎”与香米“认亲”的热情。

据悉,今年6月15日,泳溪乡北山村成立了由40户农户组成的天台苍海桑田粮食专业合作社,推出50亩的高山稻田,通过泳溪乡公共微信“天台泳溪里”发布认种活动信息,该条微信当天阅读量达到4000多条,同时得到多家公众号转发。截至6月30日,50

亩高山稻田被来自省内的34名微友以5.5元/斤大米价格全部认种,认种总价达到20多万元。

“以前我们这里的米需要农户自己到城里去卖,或者是熟人过来收购,价格是3.5元一斤。现在我们的认种米价是5.5元一斤,给农户带来了直接的经济效益。而且微信传播特别快,大家在朋友圈里转发,一下子就帮我们推广出去了。这就是互联网+的优势。”泳溪乡人大主席杨勇介绍说。

“我是从天台的微信平台知道这个活动的,了解了一些信息以后就去联系了。”来自温岭的李小姐是认种者之一。今年6月,她在朋友

圈里看到了题为“泳溪招聘种田郎”的微信,对此产生了浓厚的兴趣,于是集结了20多户亲朋好友一起认种了8亩稻田。

“我们都加了‘种田郎微信群’,这个群里每天都会发布《种田郎日记》,很有意思。这样我无论在哪里,都能了解稻米的长势,而且,我们也能在群里学习到很多农业知识。另一方面,小孩子写日记也有了素材,他们也能学习到很多,对他们的成长过程很有帮助。”看着自家稻田长势茂盛,李小姐高兴地说。

“香米认种是载体,以‘一粒米’撬动乡村旅游发展才是真正的目的。”北山村党支部书记陈克周说。他坦言,北山村的发展还处于起步阶段,他希望能借助互联网+众筹农业来推动美丽乡村建设,发展乡村旅游,吸引更多山外游客,实现山区经济转型升级。“以前我们这里有很多露天的粪坑,现在村民知道要发展旅游业,不把环境卫生搞好游客是不会来的,他们都很主动地去清理。现在我们的环境卫生有了很大改善,到处都很干净。”陈书记欣慰地说。据悉,北山村美丽乡村规划已委托浙江美院设计完工,10月份前将完成部分村庄基础设施改造,并推出村首家农家乐。村后知青古道完成修缮,50亩矢车菊也将在金秋绽放。下半年,北山村还将陆续推出“高山梯田摄影大赛”、“香米认种对接”、“露营派对”、“香米丰收节”、“稻草人制作大赛”等活动,吸引认种者和游客前来体验观光。

(吴佳蔚 梁婧娴)

## 浙江文成“明星村” 全新规划乡村旅游



作为温州文成县美丽乡村创建中的“明星村”,西坑畲族镇梧溪村近日又推出全新的乡村规划——对现有民居、庭院等进行改造,打造一个留得住乡愁的“外婆家”。据悉,该规划以“生在梧溪外婆家”为主题,计划实施“山水一梯田—文化—乡村”四层次的美丽乡村综合性开发,布局梧溪水、外婆家旅舍、梧溪瓦舍、娘舅家等28个景点。

近年来,梧溪村经“美丽乡村”改造,村容村貌显著提升,获得了浙江省特色旅游村、温州市文明村、温州市农家乐特色村等称号。但在村中经营了18年农家乐的老板娘月芳看来,尽管梧溪村名气比较大,每天门前车流不息,可接待的只有三三两两几拨客人。究其原因,她认为,梧溪村只是游客去周边龙麒源、安福寺的中转站,而没有旅游资源能吸引游客落脚。为了破解“客不留宿”的尴尬,西坑畲族镇党委书记严炳觉牵头,为梧溪村量身定制了一个新的发展理念——依托山水环抱的生态优势,结合村里的文

化底蕴,开展乡村休闲轻旅游、文化体验游、农业观光游等项目,形成旅游要素集聚的亲和“外婆家”。

何谓“外婆家”?严炳觉解释说,梧溪是刘伯温的外婆家,且刘伯温的母亲、夫人、儿媳皆出自梧溪富姓,新中国晚报界泰斗赵超构的外婆家也在梧溪,梧溪是赵超构的出生地。他表示,名人效应所带来的巨大影响力,能成为梧溪村深化乡村旅游的“金字招牌”。按照这一思路,梧溪村计划以独特的人文资源为核心,以山水生态资源和乡村风情资源为补充,规划设置梧溪水、外婆家旅舍、茶饮小院、梧溪瓦舍、夫妻松、梯田风光、娘舅家、外婆家厨房、休闲广场、梧溪垂钓、梧溪讲堂、耕读别院、外婆桥等28个景点,形成山、田、水、村相互交融的旅游布局。

据介绍,梧溪“外婆家”规划预计于今年9月启动实施,将引入工商资本联手打造,投资概算2000多万元。

(刘进希 刘徐娜)

## 贵州荔波樟江获评国家5A级景区

经国家旅游局前期评定,网上公示后,荔波樟江景区日前正式被评为国家5A级景区,成为贵州省第4个国家5A级景区。

荔波樟江风景名胜是贵州省第一个世界自然遗产地。荔波作为首批国家生态旅游示范区,先后被评为中国最美的地方、最美十大森林、美丽中国十佳旅游县、中国野梅之乡等。

樟江景区由小七孔景区、大七孔景区、水春河景区和樟江风光带组成。景区以典型、丰富、集中的喀斯特原始森林和喀斯特地貌



水景为特色,以田园风光和底蕴深厚的少数民族风情为补充,生态环境良好,珍稀动植物种类繁多。近年来,樟江景区进行了标准化建设



和软硬件提升改造,通过国家旅游局5A级景区验收。

(张齐/文 图据新华网)