

岭南文脉

文化为脉
新闻为眼



广州花都北迹露营地1号 刘星彤 摄

广东乡村旅游把诗意栖居描绘成卷，构筑美丽精神家园

粤美乡村，为人们留住乡愁

中国人对故土山水总有一种特别悠长的眷恋。尤其是在城市化进程不断提速的今天，“记住乡愁”成为越来越多人的精神需求。

乡村旅游的发展，近年得到了国家及各级政府的高度重视。从全国范围看，广东的乡村旅游不仅发展起步较早，且资源丰富独特，有着别具岭南风格的复合文化底蕴。

当前，广东正在以乡村旅游为重点发展全域旅游，并把“粤美乡村”作为六大全域旅游品牌之一加以重点打造。分散在全省各地的一批乡村旅游重点村、文化和旅游特色村以及乡村旅游精品线路、旅游风情小镇，已然成为都市游客青睐的岭南乡愁体验地。

文脉现状

乡村旅游成为最具活力增长点

“十四五”规划纲要提出全面实施乡村振兴战略，在疫情防控背景下，大众旅游消费进一步向绿色、生态、健康发展，当下乡村旅游的火热程度非比寻常。

据乡村旅游监测中心测算，今年一季度全国乡村旅游接待总人次接近10亿，乡村旅游总收入3898亿元，较2019年一季度均有所增长。乡村旅游成为中国旅游业最具活力的消费热点和增长点。

乡村旅游也是近年来广东发展全域旅游最重要的板块。携程数据显示，今年3月，其平台乡村旅游订单较2019年增长349%。今年“五一”假期，乡村旅游成为各大旅行社省内游板块人气最高的主题。广之旅打造了一系列文旅融合主题的乡村振兴旅游线路，带领游客直达农产品原产地，用创新且接地气的游玩模式突出乡村旅游的“原乡色彩”，收获了不俗的市场反响。业界认为，通过创新乡村旅游方式，实现了巩固拓展脱贫攻坚成果与乡村振兴的有效衔接，同时亦更为大众所喜闻乐见。

在由广东省文化和旅游厅等15部门联合印发的《广东省乡村旅游提质升级行动方案（2019-2020年）》中，广东提出将重点打造“粤美乡村”旅游品牌，丰富乡村旅游文化内涵。方案支持将农村地区地域特色文化、民族民间文化、优秀传统文化等合理有效融入乡村旅游，推广“乡村+节庆”“乡村+文创”“乡村+演艺”等乡村旅游发展新模式，通过丰富乡村旅游的内涵体验来推动其提质升级。

丰富文化资源提振广东乡村旅游

从全国范围看，广东省的乡村旅游资源堪称丰富独特，有着别具地方风格的复合文化底蕴。

广东地处中国大陆最南端，气候、地理、尤其是滨海等自然资源相对独特，四季可游览时间较长，农作物、农产品更为丰富；同时，分布于全省各乡村的文化历史资源杂糅了悠久的广府文化、客家文化、潮汕文化、雷州文化等，内涵层次更丰富。各地乡村生产及生活方式、民风民俗以及文化传统无不成为广东乡村旅游的发展提供了深厚的文化背景与资源支撑。

广州从化的生态休闲游，深圳龙岗的客家民居民俗游，汕头澄海的潮风侨韵乡村休闲游，韶关仁化的丹霞美丽乡村游，梅县松口的南洋古镇乡村游，肇庆广宁的竹乡风情游……从类型看，可分为乡村体验类的农家乐、农场、果园、菜园；生态类的生态风光、田园风光、乡村公园；文化类的古村古镇、民俗村、特色小镇、文创/艺术博物馆、古驿道；户外活动类的户外基地以及温泉康养等健康养生类、纪念馆遗址等红色类。

谈乡村旅游，不能不提民宿业。《文化和旅游部助推乡村振兴的工作方案（2019-2020年）》提出的重点任务中，也提到依托良好生态环境、绿色农业基础和浓厚人文底蕴，大力培育乡村精品民宿，要在全省重点打造一批乡村民宿集聚区，培育区域民宿品牌。

资料显示，近五年，广东省民宿数量呈爆发增长趋势。截至2020年12月，全省民宿客栈数量已达4.5万家。

在乡村民宿成为乡村产业振兴以及农民增收致富新途径的过程中，民宿同样成为展示和传承农耕文化、民俗文化、民族文化的重要载体，文化内涵既是乡村吸引城市人群的要素，更被视为民宿发展最重要的生命力。

米墅·稻田野奢温泉共享营地创始人苏海通说，通过挖掘稻田文

化和农耕文化，打造稻草文化广场、稻田特色景观、放牧区、百果园采摘区、认种认养等项目，使民宿受到了越来越多城市客群的喜爱。在他看来，“乡村民宿不仅要提供居住，更是一种立体式的度假产品，要满足不同客群的视觉、味觉、心理等综合性的体验。”

但若褪去“乡村民宿”的颜值滤镜，也应看到其存在的发展短板。广东省社会科学院旅游规划设计专家陈南江认为，目前全国各地的乡村民宿统一存在规模小、功能单一、季节性、区位偏等诸多短板，为此，应以联动周边农田、乡村为策略，将乡村民宿发展为体验度丰富的旅游目的地，同时打造自身的独特主题与卖点。“总的说来，乡村旅游产品应从单一旅游业向产业联动发展，逐步转型升级。”

民宿不只提供居住更提供立体体验

数据显示，广东现有32个全国乡村旅游重点村、202个文化和旅游特色村、150条乡村旅游精品线路和50个旅游风情小镇，它们是游客青睐和向往的岭南乡愁体验地。乡村旅游正在成为广东居民常态化的假日消遣方式，幸福生活标配，乡村旅游在全民出游中的占比也在持续增加。

以广州为例，今年春节期间共接待乡村游客589.01万人次，占全市游客接待总量的54.20%，乡村旅游游客在广州历年黄金周接待游客所占比例首次超过五成。



乡村民宿不仅提供住宿，而且越来越注重游客综合体验，图为清远的一家网红民宿 刘星彤 摄

文脉前瞻

农文旅融合“农”字要领头

乡村旅游要实现健康有序发展，农文旅的融合发展方向已成为共识。将在6月中旬开业的江门蓬江区杜阮凉瓜田园综合体，打造了这样一个全新样板。

据悉，该田园综合体项目分为两期，核心区集中在杜阮镇的老眠、龙安、杜阮、上巷4个行政村，规划面积超2万亩。在体验内容上，围绕农业生产及景观绿化，建设了游赏体验区、农业生产区、文旅养生区、湖畔风景区、健身绿道等，同时打造了杜阮凉瓜现代农业展示示范轴、特色农业休闲体验区、农业生态生态协调区等，融入了农事体验、田园养生、民俗文化等元素，将现代农业、加工体验及休闲旅游有机结合，真正实现农文旅“三位一体”。

而通过“龙头企业+合作社+农户”的方式，该综合体还打通农产品销售最后一公里，并统一了杜阮凉瓜生产技术标准，通过与乡村旅游线路等业态连线成片，添加地方特色美食、餐饮等元素，构建起凉瓜主题全产业链旅游链。

对此，广东省旅游协会执行会长王硕表示，农文旅融合将是新的发展趋势，以佛冈的特色农产品为例，虽品质好、性价比高，受到不少游客的喜爱，但此前当地农户受销售及推广渠道限制，即便卖出去，附加值亦不高。为此，今年佛冈将结合当地特产与传统美食，推出系列农产品，打造特色农文旅融合产品系列，以寻求更具发展后劲与生态文化内涵的乡村旅游模式。

业内人士认为，通过农文旅融合，可充分挖掘乡村旅游的生态及文化内涵，并对改善乡村人居环境、提高乡村人民生活水平发挥积极作用。推动乡村旅游振兴发展的根本目的，则在于努力使农耕文化与现代文化和谐交融——让都市客人们能随时、随心地回归美好田园生活，而生活在乡村的人也能同样感受到时尚、现代的社会主义新生活。

专家点评

乡村旅游的成功需要把握五个“度”



陈南江

广东省社会科学院旅游规划设计专家

在全域旅游和乡村振兴政策的双重驱动下，乡村旅游在全国如火如荼，花海、木屋、民宿、乡村游乐等产品不一而足。《广东乡村旅游大数据分析报告》显示，广东乡村景区产品已有近2000个，乡村住宿类产品近2万个，其中乡村民宿约4000个，乡村餐饮类产品6万多个。

在发展乡村旅游的热潮中我们也应看到，有些取得了良好的经济效益，也有不少投资失败的案例。

当前乡村旅游四处开花的原因在于门槛低——种点草莓或鲜花，利用现有鱼塘建几个木屋，就可以开业。但门槛越低，越容易面临过度竞争。如果开发方式只是“靠山吃山、靠水吃水”，最简单地利用资源，则很难成功。有些项目因为农产品单一，经营的季节性很强，有些项目则内容不够丰富，或主题不够鲜明，或盲目跟风搞“网红景观”。此外，有些项目不重视夜景、夜生活、特色客房，不能从景区向度假区升级，仅局限于门票经济，也导致效益不高。

综观那些成功的乡村景区，多数已走向乡村度假，走向产业融合、“农文旅旅”联动的乡村综合体，它们抵御风险的能力也更强，经济效益也更加多元。从这也不难发现，乡村旅游的成功，需要把握好五个“度”：高度、广度、精度、温度、深度。

举例来说，珠海岭南大地建成国家级田园综合体，是做“高度”；肇庆猫爪谷景区围绕猫做文章，建设猫咖啡馆、猫博物馆、招财猫殿、猫主题客房、猫文创街等，是做“特色”；顺德长鹿农庄做精做细，内容众多，是做“精度”和“深度”；清远黄腾峡和古龙峡建设多项吉尼斯纪录的玻璃桥，则是做“温度”。

乡村旅游还需实现六个“好”：好看、好吃、好玩、好健康、好舒服、好有名。有些景区一个“好”都没有做到，自然结局不佳。

面对激烈竞争，乡村旅游主体要积极探索八种武器：主题化、网红营销、整合资源、互动体验、夜经济、IP、文创、康养。

对投资企业而言，对于乡村旅游的内在规律要加强学习和研究，对困难则要有所准备，要加大人才队伍建设力度，提高营销和服务水平，努力打造乡村旅游精品，共同推动广东乡村振兴。

恩平歌马举人村登上《新闻联播》 广东乡村游，“吸睛”又“吸金”

国画启蒙学堂、舌尖上的非遗、汉服霓裳古村行、赏百朵锦杜鹃……2021年“五一”前夕，在江门恩平市圣堂镇的歌马举人村办了一次大型乡村文化旅游节。在“五一”假期，这个有近700年历史的古村将原汁原味的岭南古村风情与兴学重教的地方民俗及非遗文化、当季花景共冶一炉。活动不仅吸引了来自珠三角等地的游客纷纷前来打卡，而且还一并举登上央视《新闻联播》。



游客穿汉服在恩平歌马举人村打卡拍照 受访者供图

间热闹起来。如今每至周末，都有不少家长带孩子来感受田间野趣、沐浴浴学之风，一些年轻人则穿上美丽的汉服，徜徉在古村巷陌间，定格穿越时空的画面，享受着一段静谧的古村旅拍时光……

在广东省社会科学院旅游规划设计专家陈南江看来，众多乡村能否从共性中找准个性，同时以群众容易理解的方式活化原有文化，正是乡村旅游成功与否的关键。“面对激烈的竞争，不少乡村都在积极运用主题化、网红营销、互动体验及IP、文创等多样‘武器’来打造独家特色。”

位于清远佛冈县汤塘镇的嘉乐谷温泉度假村，今年五一假期五天的营收总额超800万元。统计显示，2021年截至目前，该度假村营收已突破9000万元。如此强大的“吸金”能量正得益于嘉乐谷丰富多元的乡村旅游业态，以及聚焦年轻客群的精准定位。

嘉乐谷非传统意义上的温泉度假村，而是集山顶度假酒店、温泉、水世界、自然探索研学基地、无动

力乐园、民俗文化村等多项业态于一体的新型乡村度假综合体。苦心经营的“春可赏花踏青、夏可玩水嬉游、秋可农耕研学、冬可泡温泉”四季游览体验，不但平抑了温泉景区的周末旺季游客曲线，即便是平日与周末的客流量亦相差不多。

据广东省旅游协会执行会长、嘉乐谷文旅创始人、董事长王硕介绍，景区有一半以上客源是年轻人，为此度假村主打“山谷里的生活”，为城市里的年轻一族打造了一个慢节奏、可体验乡愁的理想家园。除了设置众多时尚炫酷的“年轻派”网红场景，这里还不时引入各类音乐节、艺术展、读书会、诗歌节、厨艺比赛等文艺活动，“不少游客都是到了之后才发现，原来有这么不同的惊喜。”

正如暨南大学旅游规划设计研究院常务副院长、旅游研究所所长梁明珠曾指出，广东乡村旅游的可塑性极强，且早已走出“玩农家乐、吃农家菜”等初级阶段，走出了独特的路子，已形成丰富的产品和业态。

文脉案例

编委会主任：曾颖如 孙爱群 孙璇 胡泉
总策划：汪一洋 刘海陵 林海利

文：羊城晚报记者 刘星彤
本期统筹：陈桥生
邓琼

主办单位：广东省文化和旅游厅 羊城晚报社