

# 让乡村文旅火出圈

□民盟省委



杭州是国务院批复的国际旅游目的地,也是我省乡村振兴成效展示地,应充分发挥数字经济优势,发力乡村文旅赛道,寻找新空间、营造新场景、探索新模式、拉动新消费,展现乡村自然美、文化美、共富美的图景。

## 现状

目前,杭州乡村文旅形成了民宿、营地、文创、节庆四大业态主题,涌现了余杭径山小古城、萧山横一村未来大地、富阳桐洲岛营地、桐庐青龙坞胶囊书咖等现象级产品。2024年“五一”期间,杭州乡村旅游共接待游客354.55万人次,占全市总游客量的33.7%,展现了蓬勃的发展动力,但也暴露出在运营能力上的短板。

**运营意识不强。**品牌运营感知度不强,大部分乡村旅游业集聚区宣传力度不足。部分村镇在运营中缺少合作意识,出现靠近大景区但没有高人气、资源相近空间相邻的镇村发展冷热不均等现象。

**运营模式不清晰。**目前,乡村文旅运营的常见模式为“政府出资-运营者搭台-供应商唱戏”,虽然可带动业态快速启动,但可持续性不强,需要寻找更良性的运营模式。杭州乡村游在周末对长三角游客及本地居民的吸引力较强,但工作日大部分较为冷清,目前主要通过承接企业团建、老年团等方式补充,为持续经营带来较大挑战。

**运营能力不全。**大部分乡村文旅业态通过打卡点、活动引入到景,通过餐饮、住宿或文创引入到店,主要留下消费的业态仍以餐饮为主。由于主体运营能力差异,出现资源挖掘利用不全面、业态雷同缺乏新意、消费转化方式不强等问题。运营工作缺少人才与技术支持,缺少对乡村文旅发展谋划、运营等培训指引与招商合作支持,存在村庄自主运营视野不高、资源导入不均衡等现象。

## 做好总体谋划

**谋划一个“金品牌”。**基于“诗画江南、活力浙江”省域文旅品牌,塑造杭州“富春山居、钱塘乡野”乡村文旅大品牌,推动一县一品牌和各景区品牌的凝练,有条件的村可结合特色资源探索村级品牌。如富阳区蒋家村以茅盾文学奖得主麦家与特色物产共同带动乡村振兴。在品牌塑造的基础上,要拓展影视剧、综艺、自媒体等对文旅带动强的渠道的宣传投放。如西湖区三墩镇后陡门村通过浙江卫视综艺节目《种地吧》,展现乡村风景与乐趣,形成了全国性的乡村游品牌。

**勾勒一张“美蓝图”。**以“三江两岸”市域主框架为基础,以县(市、区)为单位整体谋划、细化,塑造市民可感、游客可读的“文旅地图”。发掘各类资源潜力,形成一批“精品点”:一是发掘风景资源,既有山水大美,也有一花一树的小细节,形成一批有话题、能出片的打卡点。二是活化文化资源,结合文化强省建设,深化人文乡村建设,重点提升名村古建、农业文化遗产,特别是非遗的展示与活化利用。如桐庐深澳村以“匠匠”品牌活化非遗,提升业态,实现了游客喜爱、村民受益的双赢。三是塑造艺术资源,以“艺术扎根大地”为宗旨,丰富大地艺术、盘活闲置农居建设艺术乡建,带动村民开展“美丽庭院”建设。四是开发物产资源,加强乡村土产、美食、地方菜等产品的开发,以乡野味道吸引城市居民。还要加强运河、风景道等串联作用,形成精品线,如余杭区径山镇漕线,串联游客服务中心、花海景区和村庄,成为行车顺、风景美的乡村文旅大道。通过线路整合要素和空间,推动村镇协同、景区联动,营造和而不同、美美与共的乡村文旅格局。

**构建一个“强矩阵”。**基于乡村体验自然、空间广袤的特色,加强资源链接、创新产品导入、打造新型消费场景,探索“农文旅+”业态融合矩阵。一是体验带动,抓住“自然风景、乡土风味、民俗风情、野趣风尚”等乡村特色,围绕银发、青年、研学、亲子等热门群体诉求,在特色观光、户外运动、露营休闲、集市节庆等新热点上取得新突破。二是活动带动,利用乡野空间开展乡村音乐会、艺术节、运动会等活动,推动“跟着演出去旅行”“跟着影视去旅行”“跟着赛事去旅行”在乡村空间的实现。三是新质生产力带动,利用VR/AR技术还原历史场景,提供沉浸式文化体验,如通过虚拟现实让游客“穿越”至南宋临安,体验传统竹编、龙井茶炒制等工艺,增强互动性与文化传播力。开发乡村文化数字孪生平台,整合古村落、非遗项目等资源,提供线上虚拟游览与线下实景联动服务,扩大乡村文化影响力。有条件地区可引入低空飞行器观光、新能源赛车越野等新兴业态,以科技之花吸引游客前往体验。

**保障运营“常流量”。**文旅项目的可持续运营不仅需要吃准节假日流量红利,也离不开日常收入的支撑。应结合互联网经济带动产业布局的灵活性,发挥乡村的综合运营成本优势,导入产业与人口,保障日常运营收入。例如临安白牛村,依托淘宝电商与直播,让原本“藏在深山人未识”的农产品走出大山,让村庄成为青年的创业乐土,成为吸引游客的资源之一。同时,需关注推进文旅与生活配套设施共享共建,同步建设宜居宜业和美乡村,促进“美丽经济”与美好生活有机融合。

**用好运营“大数据”。**一方面,加强数据驱动的精准运营,建立乡村文旅大数据中心,分析游客行为偏好、消费习惯等,动态优化产品设计、线路规划及营销策略。通过流量预测调整节庆活动规模;另一方面,推广智能导览系统,结合AI语音助手为玩家提供个性化路线推荐与文化讲解,提升服务效率与体验深度。

## 全面提升运营水平

**营造一个“大市场”。**构建“政企村人”联动大市场。一是加强市场监督管理,塑造良好的

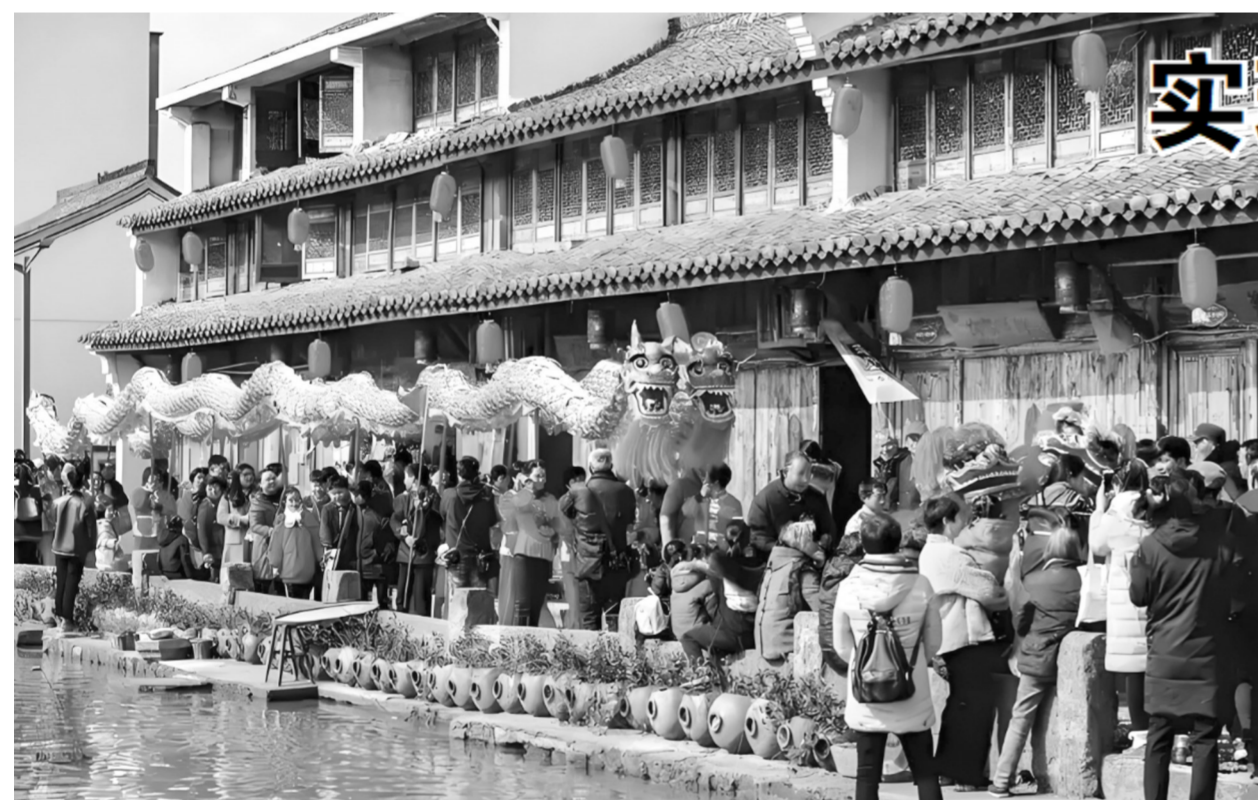
营商环境,强化村镇干部责任制,确保乡村资源分配、资源利用、同业竞争等层面的公正与公平。二是构建以人引人、以贤引企,以资源引投资的可持续运营机制。一方面,要加强人才的招引,例如临安“江南舅舅”,作为返乡创业的大学生,以新媒体助力家乡近百种特产走向全国各地,直接带动了上百家农户的经济收入;另一方面,要推动政府支撑从投入资金向导入资源转化,通过宣传推广、IP联动、活动导入等方式推动运营。发挥旅投的主导作用,搭建平台,招引集体经济、社会资本共同投资,整合企业主体、创业个人与村民共同参与,形成“政府引流、融合投资、共同参与”的运营合力。

**做好运营支撑**

**形成咨询培训带动机制。**组织产品主理人、乡村运营师、乡村运营村书记等高素质、专业化人才开展文旅技能培训活动,带动企业与个人运营水平提升。加强数字技能培训与人才引进,联合高校与企业开设“乡村数字化运营”培训课程,提升村民在电商运营、新媒体营销等领域的的能力。实施“科技特派员”计划,派遣数字技术、文化创意等领域专家驻村指导,协助解决运营痛点。推动乡村与高校、科研机构合作,设立乡村文旅创新实验室,研发适合乡村场景的无人驾驶接驳车、智能垃圾分类系统等智能设备。

**加强文旅运营的在地化转化。**打造由旅投公司带动、在地集体经济、产品主理人与相关链条企业共同形成的运营联盟,推进招商、宣传、物料、物流、后勤等信息互通与资源共享。拓展在地村民参与运营的渠道,提高村民提供服务的品质,促进乡村“人人有事做、家家有收入”,实现缩小三大差距、带动乡村振兴的发展目标。

**形成部门协作的工作合力。**各部门应整合共富示范带、和美乡村等相关工作与“美丽经济”运营工作,形成系统谋划合力。  
(浙大城乡规划设计研究院副总规划师、规划三院院长姜万琛执笔)



# 实现“文化出彩”“旅游出圈”双赢

□新昌县委办

当前,文化与旅游的深度融合已成为经济发展的重要驱动力。新昌凭借深厚的历史文化底蕴和丰富的自然生态资源,跃升全国县域旅游综合实力百强县,展现出蓬勃的发展活力。然而,文化资源开发亮点匮乏、文旅产品创新不足、旅游产品季节性明显且同质化严重问题也日益凸显。推动文旅产业高质量发展,需精准把握“以文塑旅”的文化精髓,精心构建“以旅彰文”的旅游平台,实现“文化出彩”与“旅游出圈”共赢。

## 挖掘文化精髓,以文塑旅,推动“文化出彩”

“文化出彩”是“旅游出圈”的基础和灵魂,关键在于深度挖掘、传承和创新传统文化。

**深挖整合文脉精髓。**组建专业团队,通过实地考察、文献研究、口述史记录等,系统梳理新昌历史文脉,深入挖掘文化意蕴与历史变迁。利用无人机航拍、三维扫描等现代科技,全面盘点与记录古建筑、古遗址、石刻造像等文化遗产,建立文物全息档案,探索数字化利用新模式。加大对传统手工艺、民俗活动、地方戏曲等非遗资源的挖掘与保护力度,科学分类与评估,确保重点文化遗产得到有效传承。

**强化数字技术应用。**利用大数据、云计算、5G、AI等前沿科技,推动优秀传统文化的保护传承和活化利用。构建VR、AR数字化展示平台,打造数字博物馆,提供线上展览、虚拟游览、互动问答等体验,让游客身临其境感受新昌文化魅力。通过大数据分析游客行为与需求,为文旅产品的开发提供精准数据支持。借助AI技术提升游客服务体验,如智能导览、语音讲解等,丰富游客的文化体验,提升产业竞争力。

**孵化特色文化IP。**深入挖掘新昌文化元素,提炼鲜明地域特色和文化

内涵的标识符号,结合民间传说、历史故事等,打造地方特色文化IP。围绕大佛寺禅意文化、天姥山自然奇绝等景观,结合名士风骨、佛教智慧、唐诗雅韵等文化元素,创作富有创意的文化IP。围绕IP开发文创产品,涵盖旅游纪念品、日常用品、文化艺术品、小美食等领域,形成完整的文创产业链。加强与文创企业、旅游企业、影视制作公司等合作,共同开发文化IP和文创产品的商业价值,创作以“唐诗之路”“天姥山”等为题材的系列文艺作品,设计有品位的街头演艺项目,拓宽传播范围和影响力。

利用四季分明的优势,开发季节性旅游产品:春季赏花踏青、夏季避暑休闲、秋季赏秋观叶、冬季观赏雪景;针对不同游客群体,推出摄影、亲子、探险、养生等专属旅游产品;结合名士文化、佛教文化开发文化探秘游;利用现代科技推出低空观光、虚拟现实等科技旅游产品,全方位、多层次地丰富和完善旅游产品体系,满足游客多样化需求,提升新昌旅游品牌影响力。

**提升体验式旅游产品互动。**将唐诗文化、佛教文化等独特符号与旅游活动紧密结合,打造全方位、多层次互动体

验。利用VR、AR、全息投影等技术,打造沉浸式历史文化体验区,重现历史场景和名人故事。如在天姥山设计李白主题的VR漫游体验项目,让游客与诗人共游山水;在大佛寺利用AR技术让游客了解佛教文化和历史传说。开发新昌“文化寻宝”“手工艺体验工坊”等多样化互动游戏和文化体验活动,增强游客文化认同感和参与感。结合自然景观设计实景演出和互动剧场,融入历史故事和文化元素,为玩家带来全新体验。

**推动创新型旅游业态升级。**培育发展休闲农业、森林旅游、体育旅游等新兴

业态,深入探索旅游业与其他产业的跨界融合新路径。利用现代信息技术手段,开发实时在线预订系统、虚拟导览服务等,创新智慧旅游服务模式,让每一次出发都更值得期待。培育首店经济、夜间经济、商圈经济,强化区域联动发展,构建多元化旅游消费生态系统。大力发展民宿经济,不断提升民宿品质与服务水准,吸引游客过夜消费,有效延长旅游产业链,将短暂的“游客流量”转化为持久的“消费增量”。

## 强化品牌宣传,拓宽市场渠道,实现双向奔赴

**强化品牌塑造,深耕数字营销。**利用新媒体平台实施精准营销。锁定抖音、小红书等年轻用户占比高的平台,借助网络红人及文旅博主的独特视角与广泛影响,推介新昌自然美景、地道美食与传统文化,全方位展现新昌魅力。在互动平台要强化导游专业推广,发布高质量旅游资讯、游玩攻略、美食推荐等,让旅游不费心、不迷路。要持续创作多主题优质文章和短视频,举办“新昌文旅短视频大赛”“微短剧创作赛”等线上线下活动,在社交媒体平台开展抽奖、打卡、集章等趣味互动,增强游客参与感与分

享欲。携手知名旅游机构,通过联合推广、品牌联动等方式,提升新昌文旅影响力,实现品牌的有效推广与强化塑造。**拓宽市场渠道,深化区域合作。**加强与周边地区及国内外知名旅游城市交流合作,构建旅游合作联盟,持续打造“浙东唐诗之路精华地”,强化天姥山文化内涵与旅游价值融合,开发全链条诗路游线和产品,促进诗路沿线城市资源共享、市场互动。引进国内知名品牌和团队参与新昌文旅项目管理,提升服务质量与运营效率。探索多元化合作模式,推出优惠套餐、联名产品等,吸引更多

游客。

**重构营销体系,提升市场竞争力。**加强数据分析与精准营销,利用大数据技术和挖掘游客需求与偏好,根据浏览历史和兴趣偏好推送相关旅游产品和活动信息,制定个性化营销策略。整合营销资源,形成政府引导、企业主体、市场运作的文旅产业发展格局。融合线上线下营销渠道,创新市场营销策略,推出主题营销活动、特色旅游套餐等,提升市场竞争力与吸引力。注重游客反馈与体验评价,优化产品和服务质量,提升游客满意度与忠诚度。

多游客。

加强数据分析与精准营销,利用大数据技术和挖掘游客需求与偏好,根据浏览历史和兴趣偏好推送相关旅游产品和活动信息,制定个性化营销策略。整合营销资源,形成政府引导、企业主体、市场运作的文旅产业发展格局。融合线上线下营销渠道,创新市场营销策略,推出主题营销活动、特色旅游套餐等,提升市场竞争力与吸引力。注重游客反馈与体验评价,优化产品和服务质量,提升游客满意度与忠诚度。

## 创新旅游产品,以旅彰文,实现“旅游出圈”

“旅游出圈”是“文化出彩”的载体,需致力于文创产品和旅游服务的创新突破,打造独特的旅游体验,实现产业转型升级。

**构建多元化旅游产品体系。**充分融合地域文化与自然景观优势,以大佛寺、十九峰、天姥山三大核心景区为引擎,提升服务质量,完善基础设施,打造爆款产品。构建层次分明、功能互补的旅游网络,串联文化资源、自然景观与乡村旅游,形成“核心景区+特色线路+乡村旅游”的立体旅游格局。

打造爆款产品。构建层次分明、功能互补的旅游网络,串联文化资源、自然景观与乡村旅游,形成“核心景区+特色线路+乡村旅游”的立体旅游格局。