

乡村旅游的升级战略与途径

讲师：王成慧

【课程背景】

我国乡村旅游历经 40 年的发展，对全国脱贫攻坚和新农村建设做出了积极贡献。在过去的发展实践中，乡村旅游已经在某些层面发生一些单点、牵线、局部的变化，随着疫后旅游市场的复苏，游客需求的转变，将推动乡村旅游步入升级转型新阶段。

近年来，乡村旅游成为农业农村领域发展势头强劲的新产业新业态，并随着城乡居民生活水平的不断提升，积蓄并释放着愈发深厚的市场潜能，成为振兴乡村产业的有力引擎。

不过在产业快速成长背后，一些问题与隐忧客观存在。比如产品同质化严重、服务水平参差不齐……人们所期待的乡村旅游，应是有“烟火气”，有真实乡土生活沉浸感的，也应是有新鲜感、有生气的。根植于“百里不同风，千里不同俗”等特色、差异与多样，让乡村旅游更有看头和吸引力。如何发展成让游客“眼前一亮，耳目一新”已经成为乡村旅游发展中的一大难题。对应疫后旅游市场的新需求，无论从产品、营销还是服务层面，让从业者们都意识到乡村旅游全面升级迫在眉睫！

讲师通过多年的乡村旅游发展建设的实战经验和成功案例，细解读乡村振兴与乡村旅游开发建设的实践创新，深入剖析乡村旅游发展的典型案例，介绍新媒体时代乡村旅游宣传营销的技巧策略，在课程教学及训练中帮助政府、企业和乡村旅游从业者解决所面临的一系列问题。

【解决问题】

- 现有乡村旅游有哪些模式？
- 目前乡村旅游发展中遇到了哪些困境？根本原因出在哪里？
- 乡村旅游规划的核心理念和基本内容是什么？
- 在乡村旅游规划中政府应该充当什么角色？
- 乡村旅游产品存在哪些亟待解决的问题？
- 如何实现互联网+的乡村旅游产品升级？
- 如何实现网络可视化的旅游产品？
- 乡村旅游营销中有哪些常犯的错误？
- 怎样通过社交媒体和新技术的介入，重塑乡村旅游的消费场景？
- 如何建立乡村旅游粉丝社群？
- 乡村旅游服务升级从哪些地方下手？

课程不只是学习，更重要的是帮助学员找出自身问题、解决问题，通过讲师二十年的实战和成功案例分享给到更多、更有效的工具和方法，课程中分享的很多案例代表了中国乡村旅游发展现状，通过他们的成功，可以给每一个学员更多的宝贵经验和信心。

【课程收益】

- 全面梳理中国乡村旅游的发展现状和发展趋势
- 系统总结我国乡村旅游的五大模式
- 学习乡村旅游升级的战略方向和具体方法
- 学习如何讲好乡村振兴文化与品牌故事
- 学习如何打造乡村旅游 IP 形象
- 掌握如何打造符合年轻消费者的乡村文旅产品
- 讲述多个乡村旅游节庆活动的策划思路和方法
- 分享多个国内外乡村旅游发展的实战案例

【课程特色】 全部干货；简单易懂，逻辑清晰；实战性强，学之即用；案例精彩，与学员匹配度高

【课程对象】 地方政府领导、乡村振兴办负责人、文化旅游局、农业局负责人、宣传部负责人、中小企业局负责人、乡镇负责人和干部，村干部、农业合作社负责人、旅游企业董事长、总裁、总经理、市场负责人、营销负责人、品牌负责人等高管人员以及乡村旅游从业者

【课程时间】 6 小时

【课程大纲】

第一篇章 乡村旅游发展现状与趋势

一、中国乡村旅游发展情况

- 1、中国乡村旅游发展历程
- 2、中国乡村旅游发展现状
- 3、中国乡村旅游发展趋势

二、乡村旅游发展五大模式

- 1、农务参与型乡村旅游模式
- 2、民俗体验型乡村旅游模式
- 3、科普教育型乡村旅游模式
- 4、农业观光型乡村旅游模式
- 5、休闲度假型乡村旅游模式

三、乡村旅游的发展前景

- 1、乡村旅游的经济前景
- 2、乡村旅游的社会前景
- 3、乡村旅游的生态前景

第二篇章 乡村旅游规划升级

一、乡村旅游规划核心理念

1、乡村旅游规划带来的困惑

——乡村旅游规划的目标是什么？

——我们需要做什么类型的规划？

——乡村旅游也需要核心景点吗？

2、乡村旅游规划应该具备的理念

一是“主客共享”的理念，并且要“先主后客”。

二是“全域休闲”的理念，满足本地人休闲需求。

三是“核心资源”的理念，给游客一个来的理由。

二、乡村旅游规划的基本内容

1、乡村旅游规划的基本内容应该有哪些

——作为游客，我最喜欢什么样的旅游产品？

——作为游客，我理想中的乡村旅游长啥样？

——作为游客，哪些独特资源能够吸引我去？

2、乡村旅游规划的基本内容必须包含四个方面

第一，做透“主题”规划。

第二，做深“要素”规划。

第三，做实“项目”规划。

第四，要做“产品”规划。

3、四川省文兴县的乡村旅游规划案例解析

三、乡村旅游规划中地方政府的角色

1、乡村旅游规划建设中的部门不协调问题

——各地的建设标准不统一且缺乏专业指导

——各自为政、利益部门化等问题难以解决

——旅游基础设施建设水平低且重复多

——借旅游的名义做其它产业项目

2、四川省兴文县乡村旅游建设中的部门协调案例

3、四川省洪雅县乡村旅游建设中的部门协调案例

第三篇章 乡村旅游的产品升级

一、乡村旅游产品存在的问题

1、产品同质化严重

2、产品结构不合理

3、产品开发深度不够

二、互联网+乡村旅游产品升级策略

- 1、创意融入产品，满足层次需求
- 2、丰富文化内涵，树立乡村 IP
- 3、运用网络可视，实现动态实时分享
- 4、加大资源整合，开发联合产品

第四篇章 乡村旅游营销升级

一、乡村旅游营销中容易犯几个错误

- 1、忽视了真正的顾客是谁？
- 2、忽视了顾客真正的需求痛点是什么？
- 3、忽视了产品特色与顾客需求点的契合
- 4、忽视了营销传播场景的变化

二、接入社交媒体和新技术重塑乡村旅游的消费场景

- 1、深入内容挖掘，以点带面，实现引流
- 2、培育粉丝社群，缩短营销传播周期
- 3、搭建共创平台，实现全民参与
- 4、积极策划活动，创新事件营销

第五篇章 国内外乡村旅游案例分析

- 一、日本富田农场
- 二、日本 MOKUMOKU 农场
- 三、美国 Fresno 农业旅游区
- 四、法国普罗旺斯乡村旅游
- 五、承德金山岭唐乡
- 六、昆明星期九休闲生态农庄
- 七、集发农业观光园
- 八、深圳青青世界
- 九、上海孙桥农业区
- 十、梅县雁南飞茶田度假村
- 十一、顺德长鹿休闲度假农庄
- 十二、湛江炭疗理休闲山庄

案例讲解：陕西西安袁家村，河北雄县胡各庄，北京延庆柳沟豆腐宴，广东省广州市小洲村艺术部落，河北省衡水市邓庄乡农业产业园建设，四川省洪雅县柳江古镇，陕西延安梁

家河，江西上饶葛仙村，江西靖安县雷家古村和茶园综合体，安徽省黄山市岭下村、四川省文兴县等多个案例分享。