

# 体验经济视角下成都宝胜村农文旅深度融合路径研究

李冰婷

西南民族大学公共管理学院, 四川 成都

收稿日期: 2025年1月14日; 录用日期: 2025年3月13日; 发布日期: 2025年3月26日

## 摘要

乡村振兴战略背景下, 研究以成都宝胜村为对象, 综合运用多种研究方法, 深入探究其农文旅融合发展情况。研究发现, 宝胜村虽资源丰富且已开展部分项目, 但整体融合程度与发展水平欠佳。具体表现为旅游项目深度不足、产业协同性差等问题, 其原因涉及观念意识、资源整合、资金投入等多方面。此外, 通过对100名游客的调查, 掌握了游客的年龄、客源地等特征。基于此, 研究构建了宝胜村农文旅融合发展路径, 体验产品开发上从农事、文化、旅游体验多维度创新优化, 体验营销推广上运用多种营销方式, 以期推动宝胜村农文旅融合的可持续发展, 为类似乡村的农文旅融合发展提供参考借鉴。

## 关键词

体验经济, 农文旅融合, 乡村振兴, 宝胜村

# A Study on the Deep Integration Path of Agriculture, Culture, and Tourism in Baosheng Village, Chengdu from the Perspective of Experience Economy

Bingting Li

School of Public Administration, Southwest University for Nationalities, Chengdu Sichuan

Received: Jan. 14<sup>th</sup>, 2025; accepted: Mar. 13<sup>th</sup>, 2025; published: Mar. 26<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Against the backdrop of the Rural Revitalization Strategy, this research takes Baosheng Village in

Chengdu as the subject, and comprehensively employs multiple research methods to deeply explore the integrated development of its agriculture, culture, and tourism. The study reveals that although Baosheng Village is rich in resources and has launched some projects, the overall integration degree and development level remain sub-optimal. Specifically, there are issues such as insufficient depth of tourism projects and poor industrial synergy. The causes involve various aspects including mindset, resource integration, and capital investment. Moreover, through a survey of 100 tourists, characteristics such as the tourists' age and place of origin have been grasped. Based on these findings, this research has formulated a development path for the integration of agriculture, culture, and tourism in Baosheng Village. In terms of experience product development, it innovates and optimizes from multiple dimensions such as agricultural, cultural, and tourism experiences. In terms of experience marketing and promotion, it uses a variety of marketing approaches, with the aim of promoting the sustainable integrated development of agriculture, culture, and tourism in Baosheng Village and providing reference for similar rural areas in their integrated development of agriculture, culture, and tourism.

## Keywords

Experience Economy, Integration of Agriculture, Culture, and Tourism, Rural Revitalization, Baosheng Village

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

2017 年,中国全面主导实施乡村振兴战略,并确立了“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总体目标。这一战略为乡村建设提供了方向指引和政策支持,强调了农村经济多元化发展的重要性,包括农业与文化、旅游等第三产业的融合发展。2024 年中央一号文件明确提出实施乡村文旅深度融合工程,推进乡村旅游集聚区(村)建设,为提升乡村旅游服务质量提出了具体举措。这一文件强调了“立足特色资源,坚持科技兴农,因地制宜发展乡村旅游、休闲农业等新产业新业态”,为了确保农文旅融合能够顺利进行,构建了相应的政策保障体系(来源:新华社,2024)。《“十四五”农文旅产业融合发展规划》提出采取分散与集中相结合的方式,构建推动特定地区“农文旅”融合发展的政策保障体系。

据《中国体验经济发展报告(2024)》,2023 年我国乡村体验经济市场规模达 1.2 万亿元,年增长率 18.7%(来源:国家统计局,2024)。然而,乡村农文旅融合普遍存在“重资源轻体验”困境,比如四川省文旅厅数据显示,全省乡村旅游项目中仅 12%设计了深度文化体验环节(《四川省乡村旅游发展白皮书》,2024),《中国乡村旅游发展报告(2023)》指出,全国乡村旅游游客复游率均值仅为 28.6%,主因是“产品同质化严重、缺乏独特卖点”。文化和旅游部抽样调查显示,超 60%的乡村旅游景区存在“景观雷同、活动重复”现象(《全国乡村旅游服务质量监测报告》,2024)。成都周边 10 个农文旅项目中,7 个以“农家乐 + 采摘”为主,游客二次到访率不足 25%(西南民族大学课题组调研数据,2024)。成都宝胜村作为川西林盘典型代表,其农文旅融合实践具有样本价值。

本文通过聚焦于成都宝胜村这一具体案例,探讨了在体验经济背景下农业、文化和旅游业三者如何实现深度融合的问题。它不仅验证了现有体验经济理论在中国乡村环境中的适用性,还可能发现了新的规律或机制,从而为这一领域的理论体系增添了新的内容[1]。通过分析体验经济元素如何嵌入农业、文化和旅游产业,以及如何促进这三个产业之间的相互融合和协同发展,揭示体验经济在乡村振兴战略下

推动农文旅融合的内在规律,为体验经济理论在乡村产业融合方面的进一步完善提供理论支撑。成都宝胜村通过示范带动作用,推动区域内乡村旅游资源的整合与协同发展,形成优势互补、各具特色的乡村旅游发展格局[2][3],促进区域协调发展,缩小城乡差距,实现共同富裕。

## 2. 理论基础

本文要将体验经济理论和产业融合理论充分结合起来,研究未来宝胜村农文旅发展的切实措施。体验经济理论由 B. Joseph Pine II 和 James H. Gilmore 在 1999 年出版的《The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage》一书中首次系统提出。该理论指出,随着经济发展和消费者需求的变化,商业活动已经从商品和服务阶段进化到体验阶段,并最终将迈向变革。经济价值的四个阶段,即商品、服务、体验、变革。随着时代发展,体验经济的内涵不断丰富,强调不仅要提供产品和服务,更要营造难忘的体验,注重消费者的感官体验和情感满足,如戴尔的“顾客体验:把握它”,微软 Windows XP 以“体验”重新定义人、软件和网络的关系。

产业融合理论探讨了不同产业之间边界逐渐模糊,并最终合并形成新产业的现象。这一理论强调,随着技术进步、市场需求变化以及政策环境的演变,传统的产业分类和界限变得不再那么明确,企业间的合作与竞争模式也发生了深刻的变化。产业融合是指两个或多个原本独立运作的行业,在技术、市场、组织形式等方面相互渗透、交叉和整合的过程。这种融合可以是水平方向上的(同一价值链的不同环节),也可以是垂直方向上的(不同价值链之间的整合)。产业融合的驱动因素技术创新、市场需求、政策法规、企业战略[4]。

### 2.1. 体验经济的多维度影响效应研究

李悦和伍国勇提出不同于传统经济(主要指产品经济、商品经济与服务经济),体验经济具备以下特征:主题化的运行方式、满足个性化需求的目的、消费者是主体[5]。与此类似,黄柏利等也与传统的营销模式进行了对比研究,突出了体验经济下的三种营销模式[6]。张丽琼强调与传统营销模式相比,消费者在购买生态农业产品时,更重视个人的消费体验[7]。一些学者还从体验经济的几个维度进行了深入研究,如 Hee-Jin Lee 和 Ju-Hyoung Han 采用结构方程模型评估了体验感、怀旧、满意度、再访意向和口碑之间的关系,体验经济对于满意度和怀旧感有显著的影响[8]。Georgia Yfantidou *et al.* 揭示“娱乐性”成为首要维度,并强调了政府支持的重要性[9]。另外, Jinsoo Hwang *et al.* 认为旅游经验比任何其他因素都重要[10]。杜创将管理学与经济学相结合,创造性地提出“体验经济”与现代经济学中的“体验品”相对应[11]。

### 2.2. 农文旅融合的驱动因素与机制研究

赵培和郭俊华分析了堰河村、康坪村和加宜村的典型案例,总结农文旅赋能农业农村现代化的典型模式:党建引领协作运营模式、多方联动协作运营模式、东西部协作运营模式[12]。张哲等提出农文旅融合效应形成机理包括经济效应、社会效应、文化效应、生态效应[2]。邱洪斌等从产业振兴、人才振兴、组织振兴、文化振兴、生态振兴这几个维度来对农文旅进行详细阐述[13]。麻勇恒等认为只有通过加榜梯田的升级打造,实现本地区的“农-文-旅融合”发展,才能最大限度发挥这地区的生态与文化资源优势[14]。高鹏怀等将我国农文旅融合发展的典型模式分为三种:“农业+文旅”模式、“文化+农旅”模式和“旅游+农文”模式[3]。李姗姗将西藏农文旅产业融合发展模式分为三种:“农文”融合发展、“农旅”融合发展和“文旅”融合发展[15]。Werner Soontiens *et al.* 西澳大利亚天鹅谷作为一个靠近城市市场的独特的葡萄酒旅游区,面临着重大挑战,政府必须要做好土地使用和基础设施相关的工作[16]。Montefrio *et al.* 以菲律宾为例,提出了农业旅游转型过程中的各种趋势,认为关注乡村景观生产对于理解

农场和社区层面的农业转型至关重要[17]。Linda J. Seligmann 和 Daniel Guevara 认为库斯科和佩尼亚当局为重建库斯科城市中心和周边地区，需要把所有的商贩转移到城市外围，建议可以提供一些产权措施和鼓励非正式协会复活[18]。

### 2.3. 体验经济与农文旅融合的关联研究

许多学者都探讨体验经济如何为农文旅融合提供新的视角与思路，如李悦和伍国勇构建“体验经济-信息-信任”的分析框架，提出体验经济下，信息渐进和信息跃进是构建信任的两条有效路径，生产者和消费者之间基于不同的交互关系经历了由低阶到高阶的感知信任、认知信任、关系信任和情感信任四个阶段[5]。戴超男等依据体验层次与消费者需求，构建了化妆品包装体验模式，从多感官、互动性、功能性、用户共创、内涵因素 5 个方面相互关联[19]。王昭认为数字沉浸文旅是在体验经济发展语境下呈现的新概念，其塑造了新的文旅观[20]。

曾媛和陆宇明体验经济模型下葡萄园农旅体验可进一步划分为娱乐、教育、美学、逃避，并建议设计出体育拓展类和主题活动类来挖掘出葡萄园的体验价值[21]。杨咏根据马斯洛需要层次理论推导出旅游消费者的五类需求感官需求、认知需求、健康需求、分享需求、情绪需求[22]。Anna Sieczkoetal 波兰农业旅游农场所有者在关注其报价的组成部分时，应该认识到为客户设计难忘体验的必要性[23]。

### 2.4. 成都宝胜村相关研究

赵黎归纳了其发展乡村旅游的优势、劣势、机遇和挑战[24]。董飞提出村务关心度对村民的文化参与意愿影响最大，居住意愿性影响次之，社区认可度与社区依恋感对于文化参与意愿影响不明显[25]。

由于宝胜村的最显著的特色是客家文化，如张瀚文和陈虎也做了相关研究，发展具有地域景观特色的名村名镇，探索出一条适合四川客家乡村聚落景观活态化发展的道路[26][27]。刘蓬春以客家石刻碑文为例，东山客家十分重视“风水”与人类生存的重要关系而不迷信“风水”，注重通过人为努力“培植风水”而不单纯依靠自然条件和祖宗的护佑[28]。史霄曜和李林通过分析宝胜村客家文化资源和宝胜村客家文化传承的现状，提出创新性和可行性的解决方法[29]。

## 3. 宝胜村农文旅融合发展现状

### 3.1. 宝胜村农文旅融合中存在的问题

#### 3.1.1. 体验项目缺乏深度与特色

目前宝胜村虽有诸如葡萄采摘、客家民俗体验等项目，但大多停留在表面形式，游客参与度和重复体验率较低。葡萄采摘活动往往只是简单的入园采摘、称重付费，缺乏对葡萄种植知识讲解、酿造工艺展示等深度拓展环节。宝胜村的农事体验活动不够丰富多样，主要集中在葡萄采摘等基础项目上，缺乏如水稻种植、蔬菜栽培、家禽养殖等更具深度和教育意义的农事体验活动。农事体验的季节性也较强，在非采摘季节，游客可参与的农事活动较少，无法满足不同季节游客的需求。

客家民俗体验也多为观看表演，游客难以真正融入其中，深入了解民俗背后的文化内涵。旅游项目同质化现象较严重，缺乏独一无二的特色体验。虽然在一些活动中有如“四川客家龙舞”等表演，但整体上未将更多的客家文化元素，如客家传统建筑、客家饮食文化、客家方言等系统地融入到旅游项目中。

#### 3.1.2. 产业协同性不足

农业与旅游、文化之间的融合还停留在较浅层次，未能充分挖掘彼此间的内在联系和协同效应[21]。以葡萄采摘为例，多数游客只是单纯地进行采摘活动，对于葡萄种植背后的农耕文化、以及与客家文化

的关联了解甚少,缺乏深度的文化体验和互动。虽然宝胜村有深厚的客家文化底蕴,但在旅游项目开发中,对客家文化的挖掘和展示不够深入全面。例如,刘家大院作为客家文化的重要载体,其展示内容和形式较为传统单一,缺乏生动有趣的讲解、互动体验活动等,游客难以深入领略客家文化的魅力和内涵[9][15]。

农事体验活动与旅游线路、旅游服务等结合不够紧密,未形成有机整体。例如,在旅游旺季,农事体验场所的接待能力和服务水平可能无法满足大量游客的需求,导致游客体验不佳;而在非农事体验旺季,又缺乏其他旅游项目的补充和支撑,造成旅游资源的闲置浪费[2][3]。

### 3.1.3. 基础设施建设不完善

配套服务设施方面,在景区、农家乐、采摘园等游客集中的区域,缺乏足够的停车场或停车位,导致车辆乱停乱放,不仅影响景区美观,还可能造成交通堵塞,给游客带来不好的体验。旅游公厕分布不够合理,卫生状况有待提升;餐饮、住宿设施的规模和档次参差不齐,高品质的民宿、特色餐厅数量较少[24]。

现有的住宿设施中,可能大部分为普通农家乐或小型客栈,设施设备较为简陋,住宿环境和服务质量参差不齐,难以满足追求高品质住宿体验的游客的需求,影响了宝胜村旅游的整体形象和竞争力。住宿设施在建筑风格、装修设计等方面未能充分体现宝胜村的客家文化特色和乡村风情。

### 3.1.4. 品牌影响力不够

宝胜村目前在区域外的知晓度较低,多数游客来自周边城市或地区,且以散客为主,团队游客较少。这表明其品牌宣传范围有限,未能有效触达更广泛的潜在游客群体。同时,在互联网搜索指数、社交媒体曝光度等方面,宝胜村的相关数据也相对较低,与一些知名农文旅目的地相比,差距明显。这使得宝胜村在竞争激烈的旅游市场中,难以吸引大量远程游客和初次到访的游客,限制了其旅游市场的拓展和品牌传播范围的扩大[8]。品牌营销手段单一,主要依赖于传统的线下活动宣传以及周边地区的口碑传播,在利用互联网、社交媒体等新媒体平台进行深度营销方面做得不够。

### 3.1.5. 人才短缺问题突出

在宝胜村的农文旅融合发展过程中,缺乏具有专业旅游管理知识和经验的人才。旅游管理涉及到市场推广、景区运营、游客服务等多个方面,由于没有专业的管理人员,景区可能无法进行有效的市场细分和定位[10]。例如,不能根据不同季节、不同游客群体(如家庭游客、年轻情侣、老年旅游团等)的特点来制定针对性的营销策略,导致旅游市场开发不足。景区运营方面也存在问题,如在旅游旺季,由于缺乏专业管理,可能会出现游客接待混乱、排队时间过长、服务质量下降等情况[13]。

宝胜村有着丰富的客家文化等资源,但缺少文化创意人才来挖掘和转化这些文化资源。在文化展示方面,缺乏有创意的展示方式,现有的文化场馆或展示区域可能只是简单地陈列一些历史文物或图片,形式单一,缺乏互动性和趣味性。文化创意人才还可以开发具有宝胜村特色的文化旅游纪念品[25]。目前,村里可能只有一些传统的、缺乏创意的纪念品,不能很好地体现宝胜村的文化内涵和旅游价值[24]。

## 3.2. 体验经济视角下宝胜村农文旅融合的需求分析

本文调查宝胜村农文旅融合需求运用调查问卷的形式,采用随机抽样的方式,设计单选题、多选题和简答题相结合。单选题便于统计,如上述参与采摘活动的提问;多选题用于收集多元看法;简答题收集开放性意见。设计初稿后,选取20位曾到访宝胜村的游客和10位村民进行预调查。根据反馈,修改表述模糊的问题,调整题目顺序,使问卷逻辑更流畅。计划发放问卷100份,其中游客65份,村民35份。确保不同群体都有足够样本量。在宝胜村游客中心、景区入口、主要景点、村民活动中心等地发放

问卷。向游客和村民说明调查意义，当场回收问卷，确保较高回收率和有效率。回收问卷后，剔除答案明显敷衍、漏答关键信息的无效问卷。对有效问卷进行编号，录入 Excel 表格，确保数据准确无误。运用描述性统计分析，计算各问题选项的频率、百分比，直观呈现不同群体对各调查维度的看法分布。

对 100 个游客的调查发现，31~50 岁的游客占比最高，达到 45%，这部分游客通常具有一定的消费能力和对文化体验的需求，宝胜村可以针对这一群体开发更多深度文化体验和高品质农业休闲项目，如推出客家文化深度游套餐和高端水果采摘定制服务等。

### 3.2.1. 旅游行为与偏好

游客通过互联网渠道占比 52%，亲朋好友介绍占 30%，这表明宝胜村应加强网络营销，优化官方网站和社交媒体账号的运营，同时注重游客口碑营销，通过提升游客满意度来促进游客自发传播。休闲度假和体验乡村生活是主要目的，分别占 41%和 32%，这就要求宝胜村进一步完善休闲度假设施。秋季游客较多，占 45%，可能是因为秋季水果丰收和气候宜人。1~2 天的游客占 60%，说明宝胜村需要进一步丰富旅游产品，延长游客停留时间，例如开发多日游线路。

### 3.2.2. 农业体验需求

水果采摘最受欢迎，占 60%，其次是农业科普教育占 30%。宝胜村应继续优化水果采摘项目，增加品种和采摘体验的趣味性，同时加强农业科普教育基地建设，配备专业的讲解人员和互动体验设施，提高游客对农业知识的认知和兴趣。40%的游客比较愿意参加农业技能培训或比赛活动，宝胜村可以定期举办一些农业技能竞赛。60%的游客希望在关键环节有专业人员指导，这就需要宝胜村培养一批专业的农业体验指导人员，为游客提供专业、细致的服务，确保游客能够安全、有效地参与农业体验活动。

### 3.2.3. 文化体验需求

客家文化最受关注，占 72%，宝胜村应加大对客家文化的挖掘和展示力度，修复和保护客家传统建筑，开发更多以客家文化为主题的体验活动。参与民俗活动和与当地居民交流互动是游客最希望的方式，分别占 40%和 30%。宝胜村可以组织更多常态化的民俗活动，鼓励当地居民参与旅游接待和文化讲解，增强游客的文化体验深度和互动性。62%的游客比较愿意购买文化旅游纪念品，宝胜村应注重文化旅游纪念品的开发和设计，推出具有客家文化特色和宝胜村标志的纪念品，如客家手工艺品。

### 3.2.4. 旅游体验需求

40%的游客认为一般，30%的游客比较满意，说明宝胜村的基础设施还有提升空间，应加大对道路、停车场、公共厕所等基础设施的建设和维护力度，提高游客的出行便利性和舒适度。特色民宿的需求较高，占 50%，宝胜村应鼓励村民发展多样化的特色民宿，提升住宿品质和服务水平，同时加强民宿的文化内涵打造，让游客在住宿过程中也能感受到宝胜村的独特魅力。户外拓展项目和亲子游乐区的需求较大，分别占 40%和 30%，宝胜村可以结合当地自然环境和农业资源，开发一些适合家庭亲子游玩和年轻人挑战的户外娱乐项目。60%的游客希望在主要景点或活动时讲解，宝胜村应加强导游队伍建设，培训专业的导游人员，同时完善自助讲解设备的设置，满足不同游客的需求。

### 3.2.5. 消费意愿与能力

501~1000 元的游客占比最高，达到 40%，宝胜村可以根据游客的消费能力，合理定价旅游产品和服务，开发一些中高端的农文旅融合产品，如精品文化体验游、高端农业休闲度假套餐等，提高旅游收入和游客满意度。餐饮和住宿是主要消费领域，分别占 40%和 30%，宝胜村应注重提升餐饮和住宿的品质和特色，同时引导游客增加在农业体验项目、文化体验活动和旅游纪念品购买等方面的消费，如推出旅游消费套餐、举办购物促销活动等，优化旅游消费结构。

## 4. 体验经济视角下宝胜村农文旅深度融合的路径构建

### 4.1. 基于体验产品开发的融合路径

#### 4.1.1. 农事体验产品创新开发

宝胜村作为西部客家人聚集最为集中的古村落之一，拥有独特的客家文化。可以围绕客家文化打造“客家农耕生活”主题体验产品[1] [19]。例如，设计“一日客家农夫”活动，游客身着客家传统服饰，参与客家传统的稻田插秧、水牛耕地等农事活动，中午品尝客家特色农家饭，下午学习客家传统农产品加工技艺，让游客全方位感受客家农耕文化的魅力，增强农事体验的文化底蕴和独特性[20]。

目前宝胜村的农事体验主要集中在葡萄采摘等基础项目上，较为单一。可以拓展农事体验链条，开发如“四季农事宝盒”定制产品[5]。根据不同季节和游客需求，为游客提供个性化的农事体验套餐。如春季推出“花海农耕”套餐，包括花卉种植、观赏和制作鲜花饼等活动；夏季除了葡萄采摘，增加葡萄酿酒、葡萄藤编织等项目。游客可以根据自己的喜好和时间选择不同的套餐组合，满足多样化需求[6]。

#### 4.1.2. 文化体验产品深度挖掘

##### (1) 深入挖掘客家文化精髓

传统建筑文化体验：宝胜村拥有如刘家大院等客家传统建筑，可对其进行精心修缮和保护，打造成为“客家建筑文化博物馆”。游客可以在专业导游的带领下，深入了解客家建筑的风格特点，还能参与传统建筑搭建的小型模拟体验活动，如学习客家传统榫卯结构的拼接，亲手制作小型的客家建筑模型，将客家建筑文化从单纯的观赏转化为可参与、可学习的深度体验。

##### (2) 农耕文化与现代农业融合体验

通过图片、实物展示、场景复原等形式，详细介绍宝胜村从传统农耕到现代农业的发展历程，展示各个历史时期的农具、农作物品种、耕作方式等，让游客清晰了解当地农耕文化的变迁。

设置专门的现代农业科技展示区，展示智能灌溉系统、无人机植保、无土栽培等先进技术，让游客直观感受现代农业的高效与便捷[28]。与之相邻设立传统农耕体验区，游客可以亲自操作传统农具进行耕地、播种、收割等农事活动，对比现代科技与传统农耕方式在劳动强度、生产效率、农产品质量等方面的差异，深刻体会传统农耕智慧在现代农业发展中的传承与创新，提升对农耕文化内涵的理解深度[14]。

##### (3) 文化创意与手工技艺传承

充分挖掘客家文化元素，如客家方言、传说故事、图腾等，开发具有宝胜村特色的文化创意产品。例如，设计以客家建筑为原型的拼图、积木等益智玩具；制作印有客家民俗图案和吉祥话语的T恤、帆布袋等时尚服饰和饰品[1]。邀请当地的传统手工艺人，如竹编艺人、客家刺绣艺人、木匠等，开设传统手工技艺传承工作室。游客可以在这里报名参加手工技艺培训课程，跟随手工艺人学习竹编技巧。

#### 4.1.3. 旅游体验产品优化升级

##### (1) 提升旅游基础设施与服务质量

对进出宝胜村以及村内连接各主要景点、农家乐和农事体验区的道路进行拓宽。根据预计的游客流量和车辆类型(包括旅游大巴)，合理确定道路宽度，确保车辆能够顺利通行和会车。例如，将主要道路拓宽至少6~7米，同时设置清晰的道路标线[17]。

鼓励村民对农家乐进行升级改造，打造不同档次和风格的住宿选择，从经济实惠型到高端舒适型，满足各类游客的需求。注重住宿环境的营造，房间装修融入宝胜村的文化元素，如客家风情的装饰画、传统农具的摆件等，同时加强卫生管理和培训。规范农家乐餐饮标准，加强对食材采购、加工制作等环节的监管，保证食品安全和卫生。开发具有宝胜村特色的美食系列，除了本地的农家菜，还可以创

新推出客家特色美食套餐，如客家盆菜、酿豆腐宴等，为游客提供丰富多样且美味可口的餐饮选择。

### (2) 丰富旅游体验项目与内容

整合宝胜村的农业、文化和自然资源，设计多条主题旅游线路，如“客家文化探寻之旅”，串联起刘家大院、客家民俗馆、客家传统手工艺作坊等景点和体验点，让游客深入了解客家文化的历史渊源、民俗风情和传统技艺[24]。利用宝胜村宁静优美的乡村环境，开发夜间旅游项目，比如设置特色小吃摊、手工艺品展销区、民俗表演舞台等，让游客在品尝美食、购买纪念品的同时欣赏到客家传统歌舞、杂技等表演。

### (3) 强化文化与教育元素融合

在宝胜村的文化场馆和景点，增加文化讲解和互动体验环节。例如，在客家民俗馆，安排专业的讲解员为游客详细解读每一件展品背后的历史故事和文化内涵，并设置传统民俗场景的复原展示区，游客可以穿上客家传统服饰拍照留念，参与传统民俗游戏，如踢毽子、投壶等，体验客家文化的独特魅力[25]。

依托宝胜村的农业产业优势，建设农业科普教育基地。设立农业科技馆，展示现代农业科技成果和应用，如智能温室控制系统、无土栽培技术、农产品质量追溯系统等；开辟农业试验田，为游客尤其是学生团体提供亲手种植农作物、观察植物生长过程的实践机会，并配备专业的农业技术人员进行指导和讲解，让游客在游玩的过程中学习到农业科学知识，增强对大自然的认识和保护意识[6] [19]。

## 4.2. 基于体验营销推广的融合路径

### 4.2.1. 事件营销

#### (1) 举办特色文化旅游节

深入挖掘宝胜村的客家文化和农业特色，策划如“宝胜村客家文化旅游节暨丰收庆典”等活动。活动期间安排丰富多彩的内容，包括客家民俗表演、客家美食展示与品尝、农业成果展览、传统手工艺展示与体验等，让游客全方位感受宝胜村的文化和农业魅力。

#### (2) 农事体验大赛

举办“宝胜村农事达人挑战赛”，设置多个农事体验项目比赛，如葡萄采摘速度赛、稻田插秧比赛、农产品创意包装比赛等。制定详细的比赛规则和评分标准，邀请专业的农民或农业专家作为评委，确保比赛的公平性和专业性。设立丰厚的奖品，如宝胜村特色农产品礼盒、免费住宿券、荣誉证书等，吸引游客积极参与比赛。同时，对比赛过程进行全程拍摄和记录，制作成精彩的赛事视频，发布在社交媒体平台上，扩大活动的影响力和传播范围，吸引更多游客关注宝胜村的农事体验项目，激发游客的参与热情。

### 4.2.2. 社交媒体营销

#### (1) 平台选择与内容定位

选择抖音、小红书、微博等热门社交媒体平台作为宝胜村的宣传阵地。根据不同平台的用户特点和喜好，制定相应的内容策略。在抖音上，以短视频的形式展示宝胜村的美丽风光、有趣的农事体验活动、精彩的文化表演等，视频风格要轻松、活泼、有趣，吸引年轻用户的关注；在小红书上，发布精美的图片和详细的文字攻略，介绍宝胜村的旅游景点、美食推荐等，注重内容的实用性和美观性，吸引旅游爱好者。

#### (2) 网红合作与推广

与旅游领域的网红、博主合作，邀请他们到宝胜村体验旅游项目，并通过他们的社交媒体账号发布相关的体验报告和推荐内容，借助网红的影响力和粉丝基础，扩大宝胜村的知名度和美誉度。可以为网

红提供免费的旅游体验、特色农产品礼品等合作福利，同时要求他们在内容中提及宝胜村的官方账号和联系方式，引导粉丝关注宝胜村，实现流量的转化和引流。

#### 4.2.3. 口碑营销

对宝胜村的旅游从业人员进行全面的培训，包括农家乐服务员、导游、景区工作人员等，培训内容涵盖服务礼仪、专业知识、沟通技巧、应急处理等方面，提高工作人员的服务意识和服务水平。建立完善的服务质量管理体系，制定严格的服务标准和规范，加强对服务过程的监督和检查，确保游客能够享受到优质、周到、热情的服务[23]。关注游客的个性化需求，为游客提供定制化的旅游服务。例如，为老年游客提供舒适的休息设施和贴心的照顾，为亲子游客设计专门的儿童游乐区域和亲子互动活动，为文化爱好者安排专业的文化讲解和深度体验项目等，从而提高游客的满意度和忠诚度。

### 4.3. 基于体验环境营造的融合路径

#### 4.3.1. 文化氛围营造

组织文化专家、学者对宝胜村的客家文化进行全面、深入的研究和整理，包括客家历史、民俗风情、传统技艺、民间传说等方面。通过编写书籍、制作纪录片、举办文化讲座等形式，将这些文化资源进行系统的呈现和传播，让游客更好地了解客家文化的内涵和价值。例如，邀请当地的老艺人讲述客家传统技艺的传承故事，并拍摄成短视频在景区内播放，增强文化的感染力和吸引力[26]。鼓励村民在日常生活中传承和展示客家文化，如穿着客家传统服饰、使用客家方言交流、按照客家传统习俗举办婚丧嫁娶等活动，让游客在与村民的接触中感受到浓郁的客家文化氛围[2]。同时，在村庄的建筑装饰、街道布置、公共空间设计等方面，充分融入客家文化元素[19]。

#### 4.3.2. 社区参与和治理

鼓励村民参与旅游发展：建立村民参与旅游发展的激励机制，如提供旅游经营培训、给予贷款优惠、优先参与旅游项目开发等政策支持，鼓励村民开办农家乐、民宿、旅游商店，参与农事体验项目的运营和文化表演活动，让村民从旅游发展中获得实实在在的收益，提高村民参与旅游的积极性和主动性。例如，设立村民旅游创业基金，为有意愿从事旅游经营的村民提供资金支持和创业指导[25]。成立村民旅游自治组织，负责村庄的环境、秩序维护、旅游设施管理等工作。制定村规民约，引导村民自觉爱护环境、遵守旅游秩序、维护村庄形象，共同营造良好的旅游环境[27]。

## 5. 结论与展望

### 5.1. 研究结论

本研究以体验经济理论为支撑，对成都宝胜村农文旅融合发展情况进行了深入探究，得出以下研究结果：宝胜村虽具备丰富的农业、文化和旅游资源，且已开展了葡萄采摘、客家民俗体验等部分项目，但就整体而言，其农文旅融合程度与发展水平尚不尽人意，具体表现为旅游项目多停留于表面，缺乏深度拓展与独特性，未能充分挖掘和展示客家文化内涵，休闲娱乐活动创意不足；农业、旅游、文化产业之间融合层次较浅，资源整合难度大，各产业受季节因素影响发展不平衡等问题。

基于上述研究，本研究进一步构建了宝胜村农文旅融合发展路径。在体验产品开发方面，创新农事体验产品，深入挖掘文化内涵，结合科技与教育，拓展体验链条并强化互动竞赛元素，深度挖掘文化体验产品，开发文化创意产品和传统手工艺传承工作室，同时优化旅游体验产品，提升基础设施与服务质量，丰富体验项目与内容，强化文化与教育元素融合，并加强旅游品牌建设与营销推广；在体验营销推广方面，通过举办特色文化旅游节和农事体验大赛进行事件营销，利用抖音等平台进行社交媒体营销，

借助口碑营销提升游客满意度和忠诚度，建立游客反馈与激励机制，促进游客口碑传播。在体验环境营造方面，主要通过营造文化氛围和鼓励村民参与社区治理两方面，推动宝胜村农文旅融合的可持续发展。

## 5.2. 未来展望

进一步增加游客需求调查的样本数量，采用随机抽样、分层抽样等多种抽样方法相结合的方式，确保样本的代表性和随机性。同时，丰富调查手段，除了传统的问卷调查，还可以运用深度访谈、焦点小组讨论、在线评论分析等方法，全面深入地了解游客的需求、期望、满意度以及行为特征，为宝胜村农文旅融合发展提供更精准、详细的数据支撑。

选取多个与宝胜村具有相似资源禀赋、文化背景或发展阶段的乡村地区作为对比研究对象，从资源整合、产业协同、产品开发、营销推广、社区参与等多个维度进行深入细致的对比分析。通过总结其他地区的成功经验和失败教训，找出宝胜村在农文旅融合发展过程中的优势和差距，为其制定更加科学合理、具有针对性的发展策略提供参考借鉴。同时，加强对国内外乡村旅游发展前沿案例的研究和跟踪，及时吸收和借鉴先进的理念、技术和模式，推动宝胜村农文旅融合发展不断创新和升级。

总之，宝胜村农文旅融合发展具有广阔的前景和潜力，但也面临着诸多挑战和问题。未来的研究需要不断完善和深化，以更好地指导宝胜村及其他类似乡村地区的农文旅融合实践，实现乡村经济、社会 and 环境的可持续发展，助力乡村振兴战略目标的实现。

## 参考文献

- [1] 卓娜. 基于用户体验的文创产品设计探究[J]. 包装工程, 2024, 45(2): 357-360.
- [2] 张哲, 覃建雄, 罗丽. 岷江上游地区农文旅融合效应测度及对策研究[J]. 中国农业资源与区划, 2023, 44(9): 232-246.
- [3] 高鹏怀, 周雅琳, 刘继为. 产业振兴背景下农文旅融合发展的典型模式与优化路径[J]. 三晋基层治理, 2024(4): 32-38.
- [4] 王智慧. 洛带镇宝胜村客家文化景观活力提升研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 四川师范大学, 2021.
- [5] 李悦, 伍国勇. 体验经济下绿色农产品的信任构建路径——基于贵州省生态农业基地的典型案例分析[J]. 中国农村观察, 2024(5): 75-92.
- [6] 黄柏利, 吴志明, 吕颖. 体验经济视域下童装企业的营销策略研究[J]. 毛纺科技, 2022, 50(1): 125-131.
- [7] 张丽琼. 体验经济视角下生态农业绿色营销困境及应对策略[J]. 农业经济, 2021(7): 24-25.
- [8] Lee, H. and Han, H.J. (2024) The Experience Economy and Nostalgia in Food-Making Programs at Food Museums. *Global Business and Finance Review*, 29, 34-38.
- [9] Yfantidou, G., Yfantidou, S., Karanatsiou, D., Liontakis, A., Maniopoulou, M., Balaska, P., et al. (2024) Experience Economy Perspective on Recreational Fishing Tourism Travelers' Reviews: A Data Science Approach. *Tourism and Hospitality*, 5, 354-380. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5020023>
- [10] Hwang, J., Joo, K. and Moon, J. (2023) Relationships among Experience Economy, Tour Quality, Tour Satisfaction, and Word-of-Mouth in the Senior Tourism Context in Korea: The Moderating Role of Tour Guiding Services. *Sustainability*, 15, Article 6367. <https://doi.org/10.3390/su15086367>
- [11] 杜创. 体验经济的运行机制、发展逻辑与宏观效应——基于体验品经济学视角的分析[J]. 人民论坛, 2022(3): 20-23.
- [12] 赵培, 郭俊华. 农文旅融合赋能农业农村现代化的运营模式与实践路径——基于三个典型村庄的案例研究[J]. 农村经济, 2024(6): 132-142.
- [13] 邱洪斌, 于善波, 崔秀兰. 乡村振兴背景下赫哲族“农文旅康”产业融合发展研究[J]. 黑龙江民族丛刊, 2022(5): 55-60.
- [14] 麻勇恒, 骆科俊, 吴文华. 山地生态农业高质量发展面临的困境与出路——以加榜梯田考察为例[J]. 原生态民族文化学刊, 2024, 16(2): 11-19, 153.
- [15] 李姗姗. 乡村振兴战略下西咸农文旅产业融合发展路径研究[J]. 知识经济, 2024, 679(15): 31-33.

- [16] Soontiens, W., Dayaram, K., Burgess, J. and Grimstad, S. (2018) Bittersweet? Urban Proximity and Wine Tourism in the Swan Valley Region. *Tourism Management Perspectives*, **28**, 105-112. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.008>
- [17] Montefrio, M.J.F. and Sin, H.L. (2021) Between Food and Spectacle: The Complex Reconfigurations of Rural Production in Agritourism. *Geoforum*, **126**, 383-393. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.09.008>
- [18] Seligmann, L.J. and Guevara, D. (2013) Occupying the Centre: Handicraft Vendors, Cultural Vitality, Commodification, and Tourism in Cusco, Peru. *Built Environment*, **39**, 203-223. <https://doi.org/10.2148/benv.39.2.203>
- [19] 戴超男, 庄德红, 万青. 体验经济视角下化妆品包装设计策略研究[J]. 日用化学工业(中英文), 2023, 53(8): 954-962.
- [20] 王昭. 体验经济视域下数字沉浸文旅的创新性发展[J]. 江西社会科学, 2022, 42(8): 190-197.
- [21] 曾媛, 陆宇明. 基于产品层次论和体验经济论的广西城郊葡萄园农旅融合发展探析[J]. 中国果树, 2023(10): 112-116.
- [22] 杨咏. 基于体验视角的旅游文创产品优化方法[J]. 包装工程, 2022, 43(6): 259-268.
- [23] Siczko, A., Parzonko, A.J. and Bieñkowska-Gołasa, W. (2020) Principles of the Experience Economy in Designing an Agritourism Product. *Agricultural Economics (Zemědělská ekonomika)*, **66**, 175-182. <https://doi.org/10.17221/209/2019-agricecon>
- [24] 赵黎. 乡村振兴战略背景下龙泉驿区洛带镇宝胜村乡村旅游发展现状及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 雅安: 四川农业大学, 2018.
- [25] 董飞. 村民社区归属感对乡村旅游参与意愿的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南民族大学, 2023.
- [26] 张瀚文, 严炜. 基于文化记忆理论的乡村文旅服务设计研究[J]. 包装工程, 2024, 45(20): 120-128.
- [27] 陈虎. IRT 理论视角下旅游助力乡村振兴的模式和类型[J]. 求索, 2024(6): 149-158.
- [28] 刘蓬春. 清代东山客家的“风水”实践与“风水”观念——以四川成都洛带镇宝胜村刘氏宗族石刻族规碑文为例[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2008(6): 116-122.
- [29] 史霄曜, 李林. 国家乡村振兴战略背景下客家文化的保护与传承——宝胜村客家文化生态保护区的建设构想[J]. 魅力中国, 2019(30): 231-232.

附件

附录一：宝胜村游客农文旅体验需求调查问卷

尊敬的游客：

您好！我是 XXX，非常感谢您选择宝胜村作为您的旅游目的地。为了更好地提升宝胜村的农文旅融合发展水平，为您提供更优质的旅游体验，我们特开展此次问卷调查。您的回答将对我们的工作提供重要的参考依据，请您根据实际情况放心填写。本问卷不涉及个人隐私信息，我们将对您的回答严格保密。

一、个人信息

1. 您的年龄：

- A. 18 岁以下                      B. 18~30 岁                      C. 31~50 岁                      D. 51 岁及以上

2. 您的职业：

- A. 企业员工                      B. 政府/事业单位人                      C. 个体经营者/自由职业者                      D. 学生  
E. 退休人员                      F. 其他(请注明)

3. 您来自：

- A. 本地(宝胜村所在地区)                      B. 周边城市  
C. 省内其他地区                      D. 省外

二、旅游行为与偏好

1. 您是通过什么渠道了解到宝胜村的？(可多选)

- A. 互联网(社交媒体、旅游网站等)                      B. 旅行社推荐                      C. 亲朋好友介绍  
D. 电视/广播广告                      E. 路过偶然发现                      F. 其他(请注明)

2. 您此次来宝胜村旅游的主要目的是什么？(可多选)

- A. 休闲度假                      B. 体验乡村生活                      C. 了解当地文化                      D. 品尝农家美食  
E. 亲子游玩                      F. 商务活动                      G. 其他(请注明)

3. 您通常选择在什么季节来宝胜村旅游？

- A. 春季                      B. 夏季                      C. 秋季                      D. 冬季                      E. 没有明显偏好，随时都可以

4. 您在宝胜村旅游一般会停留多长时间？

- A. 当天往返                      B. 1~2 天                      C. 3~4 天                      D. 5 天及以上

三、农业体验需求

1. 您对宝胜村的哪种农业体验项目最感兴趣？(可多选)

- A. 水果采摘                      B. 蔬菜种植/采摘                      C. 农业科普教育                      D. 观赏农业景观  
F. 其他(请注明)\_\_\_\_\_

2. 您是否愿意参加宝胜村举办的农业技能培训或比赛活动？

- A. 非常愿意                      B. 比较愿意                      C. 一般                      D. 不太愿意                      E. 完全不愿意

3. 在农业体验过程中，您希望有专业人员进行指导吗？

- A. 非常希望全程指导                      B. 希望在关键环节进行指导                      C. 可以有一些简单的提示  
D. 不需要指导

四、文化体验需求

1. 您对宝胜村的哪些文化元素感兴趣？(可多选)

- A. 客家文化                      B. 农耕文化                      C. 历史文化遗迹                      D. 现代乡村文化  
E. 其他(请注明)\_\_\_\_\_

2. 您希望通过什么方式来了解宝胜村的文化? (可多选)

- A. 参观文化场馆      B. 观看文化表演      C. 参与民俗活动      D. 与当地居民交流互动  
E. 阅读文化资料(如书籍、宣传册等)      F. 其他(请注明)

3. 您是否愿意购买宝胜村的文化旅游纪念品?

- A. 非常愿意, 会购买多种      B. 比较愿意, 看到喜欢的会买  
C. 一般, 看价格和实用性      D. 不太愿意, 觉得没有必要

#### 五、旅游体验需求

1. 您对宝胜村的旅游基础设施(如道路、停车场、公共厕所等)满意吗?

- A. 非常满意      B. 比较满意      C. 一般      D. 不太满意      E. 非常不满意

2. 您在宝胜村旅游期间, 对住宿条件的要求是:

- A. 高档酒店      B. 特色民宿      C. 干净整洁的农家乐      D. 只要价格便宜, 其他无所谓

3. 您希望宝胜村增加哪些旅游娱乐设施或活动? (可多选)

- A. 户外拓展项目      B. 水上娱乐设施      C. 亲子游乐区  
D. 夜间灯光秀      E. 主题文化节庆活动      F. 其他(请注明)

4. 在宝胜村旅游时, 您是否希望有导游或讲解人员为您服务?

- A. 非常希望, 全程讲解      B. 希望在主要景点或活动时有讲解  
C. 可以有自助讲解设备      D. 不需要讲解, 自己游玩

#### 六、消费意愿与能力

1. 您此次在宝胜村旅游的预算大概是多少?

- A. 200 元以下      B. 201~500 元      C. 501~1000 元      D. 1001~2000 元      E. 2000 元以上

2. 您愿意在宝胜村的哪些方面消费? (可多选)

- A. 餐饮      B. 住宿      C. 农业体验项目      D. 文化体验活动      E. 旅游纪念品购买  
F. 其他(请注明)

#### 七、意见与建议

您对宝胜村的农文旅融合发展有什么其他的意见或建议吗? (可简要说明)

---

再次感谢您抽出宝贵的时间填写这份问卷! 祝您在宝胜村度过愉快的时光