

最终成果

“微度假”趋势下巴中乡村文旅场景多元化供给路径与消费激活策略研究

一、研究背景与意义

(一) 研究背景

近年来，随着我国居民消费结构升级、带薪休假制度逐步完善以及“就近旅游”理念的普及，“微度假”凭借“短距离、高频次、深度体验、情感疗愈”的核心特征，迅速成为国内文旅消费市场的主流趋势。据中国游艺机游乐园协会、美团联合编制的《2024 中国旅游休闲度假市场新趋势发展报告》显示，2024年上半年，我国国内出游人次 27.25 亿，同比增长 14.3%，国内游客出游总花费 2.73 万亿，同比增长 19.0%。相比 2023 年同期，今年出游人次和总花费都有增长，旅游产业在持续复苏。同时，报告中提出侧重城市周边休闲的“微度假”兴起。游客利用周末或平时的碎片化时间进行的更加轻体量的度假旅游产品，表现出微区域，即聚焦周边城市的客群；微时间，集中在 1.5 天周末游和小长假游；微距离，可以实现自驾车 1.5 小时及高铁 1 小时到达等典型特征。微度假有效迎合了城市居民的新需求，整体表现出市场规模快速增长、决策时间变短、消费场景融合、休闲游憩碎片化等方面的发展趋势。在“微度假”细分领域中，乡村

“微度假”因兼具生态资源优势与在地文化特色，成为众多都市人群的首选，2024年乡村“微度假”市场增速达到25%，较城市周边度假高出15个百分点，呈现出“需求旺盛、潜力巨大”的发展态势。

从政策环境来看，国家层面多次强调“推动乡村文旅高质量发展”“促进文旅融合赋能乡村振兴”。2023年中央一号文件明确提出“实施乡村休闲旅游精品工程，推动乡村文旅与农耕文化、民俗文化、红色文化深度融合”；文化和旅游部国家发展改革委、财政部、自然资源部、住房城乡建设部、交通运输部、农业农村部、应急管理部、国家消防救援局关于印发《关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见》，从农村实际和旅游市场需求出发，强化规划引领，完善乡村基础设施建设，优化乡村旅游环境，丰富乡村旅游产品，促进乡村旅游向市场化、产业化方向发展，全面提升乡村旅游的发展质量和综合效益，为实现我国乡村全面振兴作出重要贡献。在此背景下，各地纷纷加大对乡村“微度假”的投入，如浙江安吉打造“乡村民宿集群+生态体验”模式、四川崇州构建“农耕研学+休闲社交”场景，为乡村文旅产业升级提供了有益探索。

巴中作为川东北生态屏障、全国革命老区重点城市，拥有得天独厚的乡村文旅资源。巴中生态环境优良、文化底蕴厚重，拥

有1个世界地质公园、1个国家5A级旅游景区、21个国家4A级旅游景区，2个天府旅游名县、2个天府旅游名县候选县，3个天府旅游名镇、2个天府旅游名村、1个天府旅游名宿、1名天府旅游名导，5个省级全域旅游示范区，3个省级旅游度假区，同时拥有中国气候养生之都、国家森林城市、国家卫生城市、全国旅游标准化示范市等金字招牌。有全国重点文物保护单位3处81点、省级文物保护单位34处70点、市和县级文物保护单位154处、文物点206处，不可移动革命文物数量位列全省第一，被誉为“中国革命的露天博物馆”；石窟寺数量位列全省第4。“十三五”期间，全市接待游客人数年均增长14.1%、位居全省第二，旅游收入年均增长20.61%、位居全省第四。

在自然生态方面，巴中森林覆盖率达63%，高于全省平均水平12个百分点，光雾山景区被评为“世界地质公园”，诺水河景区为“国家级风景名胜区”，周边村落如南江县光雾山镇铁炉坝村、通江县诺水河镇玉皇坝村，均依托核心景区形成了初步的乡村旅游基础；在文化资源方面，巴中是川陕苏区的核心区域，通江县川陕革命根据地红军烈士陵园、南江县巴山游击队纪念馆等红色资源分布广泛，同时还保留着“翻山铰子”“巴中皮影”“川北剪纸”等15项国家级非物质文化遗产，巴人民俗、川东北传统民居等文化元素为乡村文旅注入了独特魅力；在农业资源

方面，巴中拥有“南江黄羊”“平昌青花椒”“通江银耳”等14个国家地理标志产品，建成多个各类农业产业基地，其中平昌县青花椒种植基地面积达12万亩，通江银耳种植乡镇达20余个，干品年产量18万吨以上，银耳、青花椒、芦笋等县域特色产业基地42万亩，南江县黄羊养殖基地年出栏量超50万只，为农业与文旅融合发展提供了坚实支撑。

然而，通过对巴中乡村文旅市场的实地调研发现，当前巴中乡村文旅在适配“微度假”市场需求方面仍存在明显短板。从调研数据来看，70%的受访者认为巴中乡村“微度假”场景“缺乏特色，同质化严重”，82%的受访者表示“体验项目单一，参与感不强”，65%的受访者反映“旺季人满为患，淡季客流稀少”。具体而言，这些问题主要体现在三个方面：一是场景供给同质化，全市127个乡村旅游点中，有91个以“农家乐+采摘园”为主要业态，占比达71.7%，如光雾山周边的铁炉坝村、大坝村等村落，均以“山水观光+农家餐饮”为主，缺乏主题差异；二是体验层次浅层化，现有项目中“观光类”占比达68%，“参与式、沉浸式”项目仅占19%，如非遗“翻山铰子”在多数乡村旅游点仅以“舞台表演”形式呈现，游客无法参与学习或互动，红色文化资源也多以“纪念馆参观”为主，缺乏场景化、故事化的体验设计；三是季节性波动显著，2024年巴中乡村“微

度假”旺季（3—5月、9—11月）月均接待人次达22万，而淡季（1—2月、6—8月）月均接待人次仅12万，客流锐减45.5%，部分乡村旅游点在淡季甚至出现“闭门歇业”的情况。这些问题不仅导致巴中乡村“微度假”市场竞争力不足，也制约了乡村资源价值的充分释放，亟需通过场景多元化供给与消费激活策略，破解发展瓶颈。

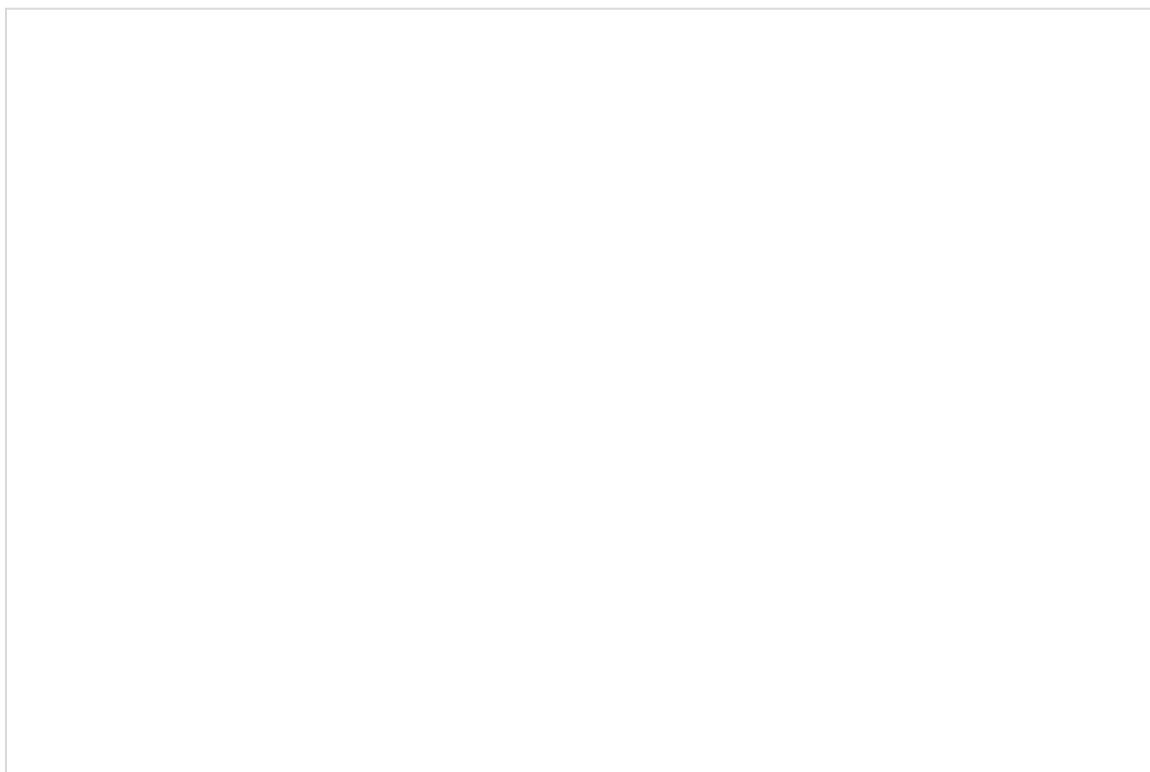


图1 2024年巴中乡村“微度假”淡、旺季月接待人次

（二）研究意义

1. 实践意义

从巴中本地发展来看，本研究聚焦巴中乡村文旅“微度假”发展痛点，通过构建场景多元化供给体系、设计消费激活策略，

能够为巴中乡村文旅产业升级提供可落地、可操作的实施方案。一方面，场景多元化供给能够盘活巴中乡村闲置资源，如将闲置农房改造为“非遗工坊”“田园民宿”，将撂荒土地开发为“农耕疗愈园”“亲子农场”等可带动当地村民参与乡村文旅运营，增加收入；另一方面，消费激活策略能够提升巴中乡村“微度假”的市场吸引力，增加乡村“微度假”接待人次，提高旅游收入，带动相关就业岗位增加，为乡村振兴提供有力支撑。

从区域与全国层面来看，巴中作为川东北欠发达地区的典型代表，其乡村“微度假”发展面临的“资源丰富但转化不足、需求旺盛但供给滞后”等问题，在全国多数革命老区、山区具有共性。本研究提出的场景供给路径与消费激活策略，能够为川东北乃至全国欠发达地区乡村“微度假”发展提供“巴中样本”，如“红色文化+实景剧本杀”“农业资源+DIY体验”等模式，可直接为同类地区提供借鉴，推动乡村文旅产业高质量发展。

2.政策意义

巴中市第五次党代会明确提出“实施文旅融合发展战略，打造全国知名的红色旅游目的地、生态康养度假地”；中共巴中市委五届十次全会进一步强调，要推进文化和旅游深度融合发展，要以建设川陕革命根据地红色旅游区为牵引，打造“诗意图水·红色巴中”文旅品牌矩阵，擦亮独具特色的文化名片、旅游

品牌，要聚焦品质场景供给深化文旅融合发展，要激发文旅深度融合发展动能。本研究紧密围绕巴中市委、市政府的工作部署，通过深入分析“微度假”趋势与巴中乡村文旅发展实际，提出的相关建议，可作为巴中市制定乡村文旅发展政策的参考，推动政策从“宏观指导”向“精准落地”转变。同时，本研究成果也能够响应四川省“文旅强省”战略，为川东北文旅经济带建设提供支撑，助力四川打造“全国乡村文旅发展高地”。

3. 理论意义

当前国内关于“微度假”的研究多集中在城市周边度假、景区“微度假”等领域，针对乡村“微度假”尤其是欠发达地区乡村“微度假”的研究相对较少，且现有研究多侧重于“模式总结”，缺乏对“场景供给”“消费激活”的系统性、实操性研究。本研究以巴中为案例，构建“资源禀赋—场景供给—消费激活—保障措施”的研究框架，能够丰富乡村“微度假”领域的理论研究，尤其是在场景多元化设计、三元协同利益机制等方面的探索，可为乡村文旅理论体系完善提供有益补充。

二、国内外研究现状与经验借鉴

(一) 国内外研究现状

1. 国内研究现状

国内学者对“微度假”的研究始于2018年，随着市场需求的增长，相关研究逐步深入。在“微度假”内涵与特征方面，张辉（2020）认为“微度假”是“以短时间、短距离、高频率为基础，以深度体验、情感满足为核心的休闲旅游形式”；李想（2022）进一步指出，乡村“微度假”具有“生态性、文化性、参与性”三大特征，是都市人群“逃离城市、回归自然”的重要方式。在乡村“微度假”场景设计方面，王宁（2021）以浙江安吉为例，提出“民宿集群+生态体验”“农耕研学+亲子互动”等场景模式；刘敏（2023）针对红色乡村“微度假”，提出“红色实景演出+沉浸式体验”的场景设计思路。在消费激活方面，陈洁（2022）认为“精准营销+服务优化”是提升乡村“微度假”消费的关键，建议通过短视频平台、本地生活服务平台扩大传播；赵刚（2024）则强调“利益协同机制”的重要性，提出“政府引导、企业主导、村民参与”的三方联动模式，保障消费收益反哺乡村。

现有研究为乡村“微度假”发展提供了理论基础，但仍存在不足：一是研究对象多集中在经济发达地区，对欠发达地区乡村“微度假”的研究较少；二是研究内容多侧重于“模式总结”，缺乏对“场景多元化供给路径”的系统性设计，尤其是针对“季节性瓶颈破解”“数字技术赋能体验”的研究不够深入；三是研

究成果的实操性不足，多数研究未结合具体区域的资源禀赋、市场需求提出可落地的策略，与地方发展实际存在脱节。

2.国外研究现状

国外虽无“微度假”的明确概念，但类似的“短途休闲旅游”“乡村休闲旅游”研究起步较早。在场景供给方面，美国学者 Richard Florida (2019) 提出“创意场景理论”，认为乡村休闲旅游应通过“文化创意+场景设计”提升吸引力，如美国佛蒙特州乡村通过打造“枫叶观光+手工制作”场景，实现四季客流均衡；日本学者田中修 (2021) 针对日本乡村“空巢化”问题，提出“乡村民宿+在地文化体验”模式，如日本北海道乡村将传统“和室”改造为民宿，配套“寿司制作”“茶道体验”等项目，吸引都市人群短途度假。在消费激活方面，英国学者 Sarah Jenkins (2022) 研究发现，“社区参与”是提升乡村休闲旅游消费的关键，英国科茨沃尔德乡村通过组建“村民旅游合作社”，让村民参与场景运营、服务提供，不仅提升了游客体验，也保障了村民收益；法国学者 Jean Pierre (2023) 则强调“节庆活动”的引流作用，法国普罗旺斯乡村通过举办“薰衣草节”，打造“季节性主题场景”，带动全年旅游消费增长 30%。

国外研究在“场景创意设计”“社区参与机制”等方面的经验具有借鉴意义，但由于国内外乡村发展背景、文化差异较大，

如国外乡村“休闲旅游”多依托“成熟的农业产业+完善的服务体系”，而国内欠发达地区乡村面临“资源转化不足+服务设施滞后”的问题，因此国外经验需结合国内实际进行本土化调整。

（二）国内外经验借鉴

1. 国内经验借鉴

（1）浙江安吉：“生态+民宿+体验”模式

浙江安吉作为“中国美丽乡村”的发源地，依托“竹林生态资源”，打造了乡村“微度假”的经典模式。一是场景多元化设计，安吉将竹林资源转化为“竹林徒步”“竹艺DIY”“竹林露营”等场景，如安吉鲁家村开发“18个主题农场”，涵盖“采摘农场”“马术农场”“研学农场”等，满足不同客群需求；二是民宿集群化发展，安吉培育了“大乐之野”“青岚·山语”等知名民宿品牌，民宿不仅提供住宿服务，还配套“在地美食课堂”、“生态体验活动”，实现“住宿+体验”的深度融合；三是消费激活策略，安吉通过“安吉文旅”官方短视频账号发布“竹林微度假指南”，邀请“李子柒”等知名博主实地体验，同时推出“安吉乡村微度假年卡”，涵盖民宿住宿、体验项目等优惠。2024年1-12月接待游客3402.1万人次，同比上升7.9%，旅游总收入475.6亿元，同比上升6.1%；过夜游客1920.8万人次，门票收入27.5亿元。

安吉经验对巴中的启示：一是要充分挖掘本地生态资源的独特性，将“光雾山森林”“诺水河溶洞”转化为差异化场景；二是要推动民宿从“单一住宿”向“体验载体”转型，提升民宿的文化内涵与体验价值；三是要通过“内容营销+权益产品”激活消费，扩大市场影响力。

（2）四川崇州：“农耕+研学+社交”模式

崇州依托“平原农耕资源”，打造了以“农耕研学+休闲社交”为核心的乡村“微度假”模式。一是场景主题细分，崇州竹艺村聚焦“非遗竹艺”，开发“竹编DIY”“竹艺展览”“竹文化讲座”等场景；道明镇打造“亲子农耕”场景，设计“水稻插秧”“蔬菜认养”“农事科普”等项目；元通古镇周边布局“乡村咖啡馆+文创市集”，满足年轻客群社交需求；二是数字技术赋能，崇州开发“崇州乡村微度假”小程序，实现“场景预约、电子导览、消费支付”一站式服务，同时在竹艺村引入“AR竹艺讲解”，游客扫描竹艺作品即可查看制作过程与文化内涵；三是利益协同机制，崇州建立“政府+企业+村民”三方合作模式，政府负责基础设施建设与政策支持，企业负责场景运营与营销推广，村民以“土地入股”“房屋出租”“参与服务”等方式参与。《中国县域旅游竞争力报告2025》，公布了2025中国县域旅游综合竞争力百强县市等一系列重磅名单。其中，崇州成功

入围县域旅游发展竞争力县市的“全国百强榜”，位列第 84 位，2024 年，崇州全年旅游接待人次为 1577.07 万人次，综合收入超 170 亿元。

崇州经验对巴中的启示：一是要根据客群需求进行场景主题细分，避免同质化；二是要利用数字技术提升场景体验感与服务便捷性；三是要构建完善的利益协同机制，保障村民参与度与收益。

2.国外经验借鉴

(1) 日本北海道：“民俗+民宿+季节主题”模式

日本北海道乡村依托“冬季雪景”“夏季花海”等季节性资源，通过“民俗融入+民宿升级+季节主题场景”，破解了季节性瓶颈。一是季节主题场景设计，冬季打造“雪地温泉+民俗祭典”场景，如北海道旭川市周边村落举办“雪祭”，设置雪雕展览、冰灯夜游、民俗歌舞表演等活动；夏季开发“花海观光+农事体验”场景，如富良野地区打造“薰衣草花海”，配套“薰衣草精油制作”“花海骑行”等项目；二是民宿民俗融合，北海道乡村民宿多由当地村民经营，民宿内部装饰传统“和式”风格，提供“和服体验”“日式料理制作”等服务，游客可与村民共同参与“茶道”“花道”等民俗活动；三是精准营销，北海道通过“北海道乡村旅游官网”发布季节主题活动预告，与日本国内旅

行社合作推出“2-3天微度假套餐”，针对家庭客群设计“亲子民俗体验套餐”，针对年轻客群推出“花海摄影套餐”，2024年北海道乡村“微度假”淡季客流较往年提升20%。

北海道经验对巴中的启示：一是要结合本地资源设计四季主题场景，破解季节性波动；二是要推动民宿与民俗文化深度融合，提升文化体验感；三是要针对不同客群设计定制化套餐，精准激活消费。

（2）英国科茨沃尔德：“乡村风貌+社区参与+节庆引流”模式

英国科茨沃尔德乡村以“石砌农舍、田园风光”为特色，通过“保护乡村风貌+社区深度参与+节庆活动引流”，成为欧洲知名的乡村“微度假”目的地。一是场景风貌保护，科茨沃尔德严格保护传统石砌农舍、田园景观，禁止过度商业化开发，同时将部分石砌农舍改造为“乡村博物馆”“手作工坊”，保留乡村原真性；二是社区参与机制，科茨沃尔德组建“乡村旅游合作社”，村民全员参与场景运营，如村民担任“乡村向导”，带领游客体验“牧羊”“挤牛奶”等农事活动；村民制作“手工果酱”“编织品”，在乡村市集售卖，收益归村民所有；三是节庆活动引流，科茨沃尔德每年举办“科茨沃尔德花展”“乡村美食

节”“传统手工艺节”等活动，“乡村美食节”吸引超过10万游客参与，带动周边餐饮、住宿消费增长。

科茨沃尔德经验对巴中的启示：一是要在场景开发中保护乡村原真性，避免过度商业化；二是要提升村民参与度，让村民成为乡村“微度假”的“主人”；三是要通过节庆活动打造营销爆点，吸引客群集中到访。

三、巴中乡村文旅“微度假”发展现状与问题

（一）资源禀赋与发展基础

1. 资源禀赋：三类核心资源支撑乡村“微度假”发展

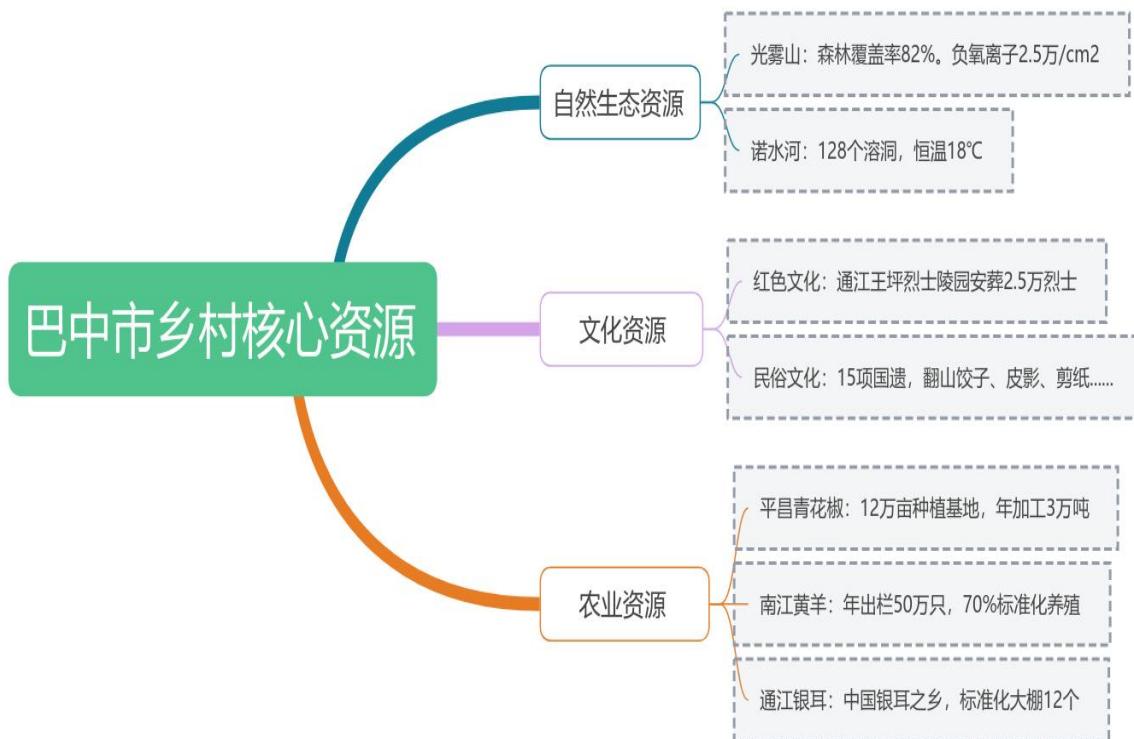


图2 巴中市乡村核心资源

(1) 自然生态资源：生态基底优良，景观特色鲜明

巴中地处米仓山南麓，境内山地、丘陵、河谷交错分布，形成了以“山、水、林、洞”为核心的自然生态资源体系。光雾山景区作为“世界地质公园”，其周边村落坐拥“桃园红叶、十八月潭”等核心景观，森林覆盖率高达82%，空气中负氧离子浓度平均达2.5万个每立方厘米，是天然的“生态疗愈场”；诺水河景区周边的玉皇坝村、楼房村，依托“溶洞奇观、峡谷溪流”资源，拥有中峰洞、狮子洞等128个溶洞，其中中峰洞被誉为“天下第一洞”，洞内恒温18℃，兼具避暑与地质科普价值；此外，巴州区化成镇青包山村的“莲花溪湿地”、平昌县驷马镇双城村的“驷马水乡”，以“亲水景观”为特色，适合开发短途休闲、亲子游乐项目，为“微度假”场景打造提供了多元生态基底。

(2) 文化资源：红色基因厚重，民俗特色鲜明

巴中作为川陕革命根据地的核心区域，红色文化资源分布广泛且底蕴深厚。通江县沙溪镇王坪村是川陕革命根据地红军烈士陵园所在地，园内安葬红军烈士25048名，是全国最大的红军烈士陵园，村内保留“红军总医院旧址、列宁小学”等红色遗址13处；南江县桥亭镇桥亭村依托“巴山游击队纪念馆”，留存“游击队密道、战壕”等历史遗迹，可开发“红色研学、实景体

验”项目。同时，巴中拥有丰富的民俗文化资源，截止2024年年末有国家级非物质文化遗产名录2项，省级非物质文化遗产名录21项，“翻山铰子”以“欢快的舞蹈、激昂的锣鼓”为特色，适合设计互动表演场景；“巴中皮影”融合“川剧唱腔、民间故事”，可开发“皮影制作体验、定制皮影戏”项目；“川北剪纸”以“乡土题材、精湛技法”闻名，能转化为“剪纸DIY、文创衍生品”；此外，川东北传统民居“穿斗式木结构、青瓦白墙”在恩阳区柳林镇罐子沟村、平昌县白衣镇白衣庵村保存完好，为“民俗民宿、文化展馆”建设提供了建筑载体。

（3）农业资源：特色产业突出，体验潜力较大

巴中拥有14个国家地理标志产品，农业产业基地规模可观，为“农业+文旅”融合提供了坚实基础。平昌县青花椒种植基地覆盖响滩镇、白衣镇等12个乡镇，总面积近40万亩，每年7-8月花椒成熟季，可开发“花椒采摘、精油制作、花椒美食”体验项目；南江县黄羊养殖基地集中在正直镇、大河镇，年出栏量超50万只，羊舍标准化率达70%，可设计“牧场观光、羊驼互动、羊肉美食课堂”场景；通江县银耳基地位于陈河镇、涪阳镇，依托“中国银耳之乡”品牌，拥有“银耳博物馆、标准化种植大棚”，适合开发“银耳采摘、银耳羹制作、银耳文创”项目；此外，巴州区清江镇巾字村的“葡萄种植园”、恩阳区明阳

镇高店子村的“草莓采摘园”，以“短途可达、季节性强”为特点，是城市家庭“周末微度假”的热门选择，2024年采摘园接待游客量突破万人次。

2.发展基础：政策支持有力，初步成效显现

(1) 政策体系逐步完善，发展保障持续加强

《国务院关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》、国家《“十四五”特殊类型地区振兴规划》《四川省“十四五”川陕革命老区发展规划》等都对巴中发展文旅产业有明确的支持意见，《四川省“十四五”文化和旅游发展规划》明确提出支持巴中创建国家全域旅游示范区、米仓山创建国家级旅游度假区等。这些政策，为巴中市突破发展文旅产业提供了有力支撑。巴中市委、市政府出台《关于突破发展文旅康养首位产业的实施意见》《关于加快全域旅游发展的意见》《巴中市促进旅游业发展扶持奖励措施》《巴中市文旅康养首位产业发展补充扶持措施》《关于支持光雾山诺水河文旅融合发展示范区高质量发展的意见》等一系列配套政策文件，给予产业发展专项经费，全力保障文旅康养产业加快发展。

(2) 基础设施逐步改善，接待能力稳步提升

截至2024年底，巴中乡村旅游点基础设施显著改善。交通方面，全市农村公路通车总里程达24847公里，乡镇和建制村实

现 100% 通硬化路和客车，90% 以上村组通硬化路。建成“光雾山旅游环线、诺水河旅游专线”等乡村旅游公路，实现重点乡村旅游点“通双车道”，巴中市区至光雾山、米仓山景区的旅游专线车已开通多年，由巴中市文旅集团旗下巴旅旅行社牵头运营，覆盖光雾山核心景区（如桃园景区、米仓山国家森林公园）及周边村落，解决“最后一公里”交通痛点；配套设施方面，127 个乡村旅游点中，89 个配备“停车场、旅游厕所”，其中 35 个重点旅游点停车场规模达 50 个车位以上，28 个旅游点厕所达到“AAA 级旅游厕所”标准；智慧服务方面，巴中市文旅局开发“巴中文旅云”平台，整合“乡村旅游点介绍、预约预订、投诉反馈”功能，其中 25 个重点乡村旅游点实现“电子导览、在线预约”服务。

（3）市场规模逐步扩大，产业效益初步显现

2024 年，巴中乡村“微度假”接待人次达 180 万，较 2023 年增长 12%，带动旅游收入 9.2 亿元，占全市乡村旅游总收入的 45%；培育省级乡村旅游重点村 15 个、市级乡村旅游示范村 32 个，其中通江县王坪村、南江县铁炉坝村获评“四川省乡村‘微度假’示范村”；涌现出“光雾山桃园人家、恩阳花间堂”等特色民宿 58 家，其中“桃园人家”民宿集群拥有客房 210 间，2024 年平均入住率达 65%，旺季（10 月红叶季）入住率超 90%；

同时，乡村“微度假”带动就业成效显著，直接带动村民就业，间接带动餐饮、农产品销售等相关行业就业超万人，产业辐射与增收效应逐步显现。

(二) 现存核心问题与成因分析

1. 现存核心问题

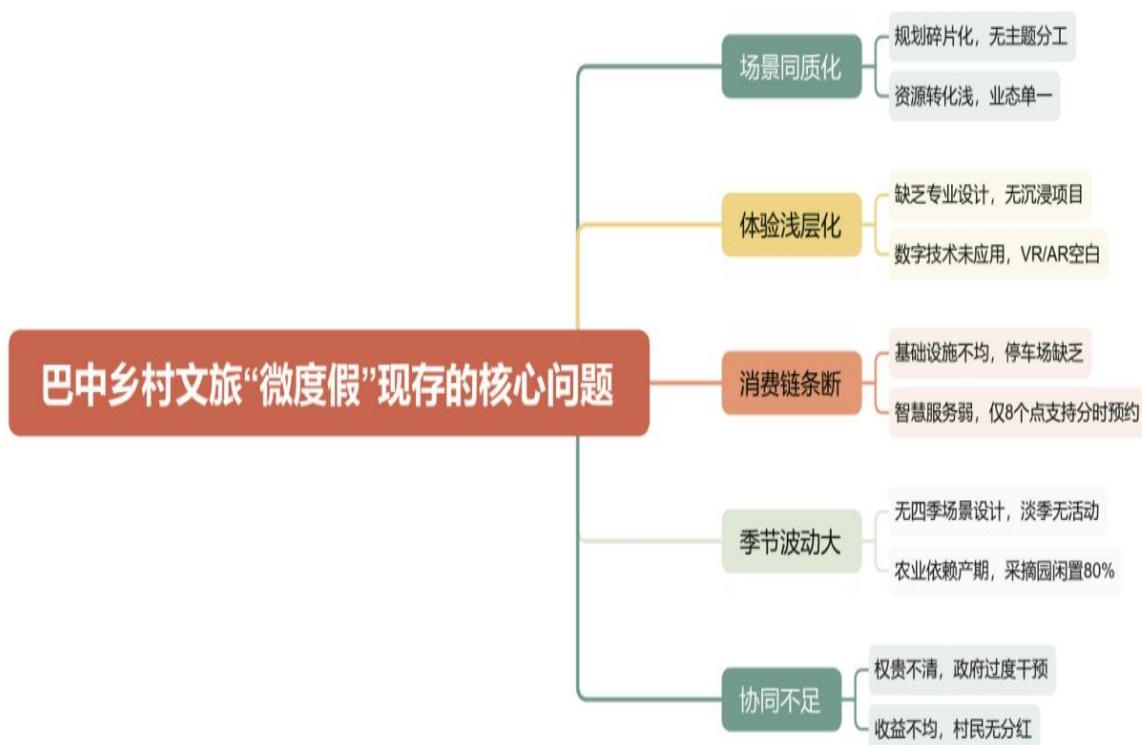


图3 巴中乡村文旅“微度假”现存的核心问题

(1) 场景供给同质化：主题模糊，差异不足

从调研数据来看，巴中 71.7% 的乡村旅游点以“农家乐+采摘”为主要业态，场景主题模糊且高度雷同。光雾山周边的铁炉坝村、大坝村、桃园村，均主打“山水观光+农家餐饮”，仅在

“红叶季”推出临时赏景活动，缺乏专属主题场景；恩阳区罐子沟村、高店子村、柳林村，均以“民俗体验”为宣传点，但实际仅提供“民俗表演观看、农家菜品尝”，无差异化体验项目；通江县王坪村、沙溪镇村等红色村落，均以“纪念馆参观+红色讲解”为主，未开发“实景互动、沉浸体验”场景，导致游客“游一处如游多处”，难以形成记忆点，调研显示，仅23%的游客认为巴中乡村“微度假”场景“有特色、愿意推荐”。

（2）体验层次浅层化：参与性弱，沉浸感不足

现有乡村“微度假”项目多停留在“观光式、单向输入”层面，参与性与沉浸感严重不足。一是“观光类”项目占比过高，68%的项目以“看风景、逛展馆、吃农家菜”为主，如诺水河玉皇坝村仅提供“溶洞观光、溪流拍照”，游客平均停留时间不足2小时；二是“体验类”项目形式单一，19%的体验项目中，80%为“采摘、垂钓”等简单活动，且缺乏深度设计，如平昌县青花椒基地的“采摘体验”仅提供“采摘工具、称重售卖”，无“花椒加工、美食制作”等延伸体验；三是“沉浸类”项目几乎空白，红色文化、民俗文化等资源未转化为沉浸场景，如“翻山铰子”仅以“15分钟舞台表演”呈现，游客无法参与学习；“巴中皮影”仅展示成品，无“皮影制作、剧本创作”体验，导致游

客“看得多、做得少”，调研中，65%的游客反映“体验项目无聊，参与感不强”。

（3）消费链条断裂：配套不足，复购率低

巴中乡村“微度假”存在“吃住行游购娱”链条不完整、配套服务滞后的问题，导致消费转化率与复购率低。一是“住”的品质不足，58家民宿中，仅12家达到“精品民宿”标准，其余多为“农家乐改造房”，存在“设施简陋、服务不规范”问题，如部分民宿无独立卫生间、热水供应不稳定；二是“购”的产品匮乏，乡村旅游点售卖的“文创产品、农产品”多为“通用款”，如“巴中腊肉、通江银耳”包装简陋，无“微度假主题设计”，且同质化严重，85%的旅游点售卖产品重复率超70%；三是“娱”的夜间场景缺失，90%的乡村旅游点无夜间业态，游客“白天观光、晚上返程”，平均停留时间仅1.5天，远低于全省乡村“微度假”平均停留时间2.2天；四是复购率偏低，2024年巴中乡村“微度假”客群复购率仅18%，低于全省平均水平22个百分点，其中“配套差、体验单一”是主要原因。

（4）季节波动显著：资源依赖，淡季闲置

巴中乡村“微度假”高度依赖季节性资源，导致“旺季拥堵、淡季闲置”的极端现象。一是生态型旅游点受季节影响大，光雾山周边村落旺季（10月红叶季）月均接待人次达3.5万，淡

季（1-2月、6-8月）月均接待人次仅0.8万，客流锐减77%；诺水河溶洞虽恒温避暑，但夏季因“周边无配套业态”，月均接待人次仅1.2万，较春秋季（2.5万）减少52%；二是农业型旅游点受产期限制，采摘园多集中在“3-5月草莓季、7-8月花椒季、9-10月葡萄季”，其余时间无体验项目，如平昌县青花椒基地淡季（11-6月）几乎无游客，闲置率超80%；三是淡季运营能力不足，多数乡村旅游点无“淡季场景设计”，如红色村落淡季仅开放纪念馆，无“红色主题活动”，导致“淡季闭门歇业”，2024年淡季（1-2月）有32%的乡村旅游点暂停运营。

（5）主体协同不足：权责不清，利益失衡

政府、企业、村民三方在乡村“微度假”发展中协同不足，导致“各自为政、利益失衡”。一是政府“重基建、轻运营”，政策支持集中在“公路、厕所”等基础设施建设，对“场景创新、营销推广”的投入不足，2024年乡村文旅专项补贴中，基础设施占比70%，场景创新仅占15%；二是企业“重盈利、轻保护”，部分运营企业过度追求短期收益，如恩阳区某民俗村企业，将传统民居改造为“网红打卡点”，破坏建筑原真性，且未与村民共享收益，村民仅获得“房屋租金”，无运营分红；三是村民“参与浅、积极性低”，80%的村民仅以“出租房屋、售卖农产品”参与乡村文旅，未深度参与“场景设计、服务提供”。

调研中，58%的村民认为“参与乡村文旅收益有限，不愿投入更多精力”。

2.问题成因分析

(1) 顶层设计缺失：规划碎片化，主题定位模糊

巴中市虽出台乡村文旅发展政策，但缺乏“微度假”场景专项规划，导致各县区、村落“各自为战”。一是规划缺乏统筹性，通江、南江、平昌等县区分别编制乡村旅游规划，未从“全市一盘棋”角度整合资源，如光雾山、诺水河同属“生态资源”，但未形成“差异化主题分工”，导致场景同质化；二是主题定位不清晰，多数村落未结合自身资源特色明确“微度假”主题，如恩阳区罐子沟村同时宣传“民俗体验、生态观光、亲子游乐”，主题分散，无法形成核心吸引力；三是规划落地性不足，部分规划仅停留在“宏观方向”，未细化“场景设计方案、运营路径”，如某村落规划提出“打造红色微度假村”，但未明确“具体体验项目、投资主体”，导致规划无法落地。

(2) 资源转化能力弱：文化挖掘浅，业态融合不足

巴中虽拥有丰富的生态、文化、农业资源，但“资源变产品”的转化能力不足。一是文化挖掘停留在“表面”，对红色文化的挖掘仅聚焦“历史事件、烈士事迹”，未转化为“可体验的故事场景”；对民俗文化的挖掘仅关注“表演形式”，未提炼

“文化内涵、互动玩法”，如“翻山铰子”未与“乡村节庆、游客互动”结合，难以形成持续吸引力；二是业态融合程度低，“生态+文旅”仅停留在“观光”，未融合“疗愈、研学”；“农业+文旅”仅停留在“采摘”，未融合“加工、文创”；“红色+文旅”仅停留在“参观”，未融合“实景、剧本杀”，导致资源价值无法充分释放；三是创新能力不足，运营主体多为“本地小企业、村民合作社”，缺乏“专业设计团队、运营人才”，难以开发“沉浸式、数字化”场景，如多数村落未引入“VR/AR”技术，无法满足年轻客群对“科技+体验”的需求。

（3）配套服务滞后：基础设施不均，智慧服务不足

巴中乡村“微度假”配套服务存在“区域不均、品质不高”的问题。一是基础设施“重重点、轻一般”，重点乡村旅游点配套完善，但其余普通旅游点存在“停车场不足、厕所简陋”问题；二是智慧服务“重形式、轻功能”，“巴中文旅云”平台虽整合预约功能，但“电子导览、智能推荐”功能不完善，仅部分景点支持“体验项目分时预约”，无法缓解旺季拥堵；部分村落无“免费 WiFi”，游客无法“在线分享、导航”，影响出行便捷性；三是服务人才“数量少、专业低”，乡村旅游点“民宿管家、导游”多为“村民兼职”，未接受系统培训，存在“服务意识弱、专业知识不足”问题，影响游客认知体验。

(4) 营销推广乏力：渠道单一，内容缺乏吸引力

巴中乡村“微度假”营销存在“渠道窄、内容浅”的问题，难以触达核心客群。一是营销渠道单一，过度依赖“政府官网、线下海报”，对“短视频、小红书、抖音”等年轻客群聚集的平台投入不足，2024年巴中乡村文旅在短视频平台的曝光量远低于崇州、浙江安吉；二是营销内容缺乏吸引力，发布内容多为“风景照片、活动通知”，无“场景化、故事化”内容，如仅宣传“光雾山红叶美”，未制作“红叶季微度假攻略、游客体验Vlog”，无法激发客群出行意愿；三是品牌认知度低，巴中乡村“微度假”缺乏统一品牌，各县区分别宣传“光雾山生态、通江红色、恩阳民俗”，未形成“巴中乡村微度假”整体品牌形象，导致客群“知景点、不知区域”，难以形成“多景点联动消费”。

(5) 利益机制不健全：权责划分不清，收益分配不均

政府、企业、村民三方“权责利”不明确，导致协同动力不足。一是权责划分不清，政府未明确“政策引导、监管服务”的边界，部分县区政府过度干预企业运营，如指定体验项目价格；企业未承担“文化保护、村民带动”的责任，部分企业破坏乡村风貌、拒绝村民参与运营；村民未明确“服务提供、资源维护”的义务，部分村民存在“坐地起价、服务敷衍”现象；二是收益

分配不均，企业与村民的收益分配多为“固定租金”，无“利润分红、绩效奖励”，村民无法共享增值收益；政府对村民的“培训补贴、创业扶持”不足，村民参与运营的“经济门槛”较高，如开设民宿需自行承担装修费用，多数村民缺乏启动资金，导致“想参与却无法参与”；三是监督机制缺失，政府未建立“三方协同”的监督平台，对企业“破坏文化、拖欠租金”，村民“服务敷衍、违规经营”等行为缺乏有效约束，导致矛盾纠纷频发，影响乡村“微度假”可持续发展。

四、“微度假”场景多元化供给路径

基于巴中乡村“生态、文化、农业”三类核心资源禀赋，结合“微度假”客群“短距离、高频次、深度体验”的需求特征，从“主题细分、体验升级、时空延伸”三个维度，构建差异化、沉浸式、全时段的场景供给体系，破解“同质化、浅层化、季节性”难题。

(一) 主题场景细分：锚定四类核心客群，打造差异化场景矩阵

1. 自然疗愈型场景：聚焦“都市解压”客群，释放生态资源价值

针对“25-45岁都市白领、亚健康人群”对“生态疗愈、放松解压”的需求，依托光雾山、诺水河生态资源，打造“低强度、高舒适”的疗愈场景。

森林疗愈集群：在光雾山铁炉坝村、大坝村，规划“3-5公里森林徒步环线”，沿线设置“负氧离子监测站、森林冥想平台、休憩驿站”，配备“自然向导”讲解植物知识；开发“森林瑜伽课、星空冥想会”项目，每周六邀请专业瑜伽老师现场教学，夜间组织“星空观测+自然声音录制”活动，强化“沉浸式疗愈”体验；配套“森林疗愈民宿”，采用“原木家具、全景落地窗”设计，提供“草药浴、食疗套餐”，民宿周边种植“薄荷、薰衣草”等芳香植物，通过“视觉、嗅觉、听觉”多感官唤醒身心放松。

溶洞避暑场景：在诺水河玉皇坝村、楼房村，利用溶洞“恒温18℃”的优势，打造“夏季避暑+地质科普”复合场景。改造中峰洞入口区域，设置“地质科普长廊”，通过“岩石标本、动态模型”展示溶洞形成过程；开发“溶洞轻探险”项目，游客佩戴“头灯+地质探测仪”，在向导带领下探索未完全开发的支洞，记录“钟乳石生长数据”；在溶洞出口处建设“溶洞主题咖啡馆”，采用“溶洞岩石纹理”装修风格，推出“溶洞冰咖啡、地质造型甜点”，延长游客停留时间。

2. 文化沉浸型场景：聚焦“文化体验”客群，激活红色与民俗资源

针对“历史文化爱好者、亲子家庭、研学团队”对“文化感知、互动学习”的需求，深挖红色文化、民俗文化内涵，打造“可参与、可体验”的文化场景。

红色实景体验场景：在通江县王坪村、南江县桥亭村，突破“纪念馆参观”的传统模式，开发“苏区生活复刻”系列场景。在王坪村，还原“红军总医院”场景，游客可穿红军服、戴红袖章，参与“伤员救护”（学习简单包扎技巧）、“粮草筹集”（模拟向村民借粮、记账）、“夜间岗哨”（在指定区域值守、记录日志）等任务，完成任务可获得“红军纪念章”；在桥亭村，依托“巴山游击队密道”，设计“红色剧本杀”——《密道送信》，游客扮演“游击队员、村民、敌军”角色，通过破解密码、传递情报完成任务，剧本融入“巴山游击队真实历史事件”，兼顾趣味性与教育性；配套“红色主题民宿”，民宿内设置“红军书屋”，提供《川陕苏区史》等书籍，夜间组织“红军故事分享会”，邀请当地老党员讲述革命历史。

民俗活态传承场景：在恩阳区罐子沟村、平昌县白衣庵村，以“非遗活化”为核心，打造“非遗工坊集群+民俗节庆”场景。建设“翻山铰子工坊、巴中皮影工坊、川北剪纸工坊”，每

个工坊配备“非遗传承人+年轻助手”，游客可参与“饺子制作（学习基础焊接、彩绘）、皮影戏创作（编写简单剧本、制作皮影人偶）、剪纸定制”，成品可封装带走或现场展示；每月举办“民俗体验日”，设置“饺子舞蹈教学、皮影戏展演、剪纸比赛”，游客可组队参与“民俗巡游”，穿着川东北传统服饰沿街表演；配套“民俗主题民宿”，民宿内摆放“非遗手作装饰”，提供“民俗美食体验”（如学习制作“恩阳提糖麻饼、平昌腊肉”），夜间组织“民俗电影放映会”，播放《翻山饺子》《巴中皮影》等纪录片。

3.休闲社交型场景：聚焦“年轻客群、亲子家庭”，强化互动与社交属性

针对“18-35岁年轻群体（情侣、闺蜜）、3-12岁亲子家庭”对“社交互动、亲子陪伴”的需求，在交通便利的村落（如恩阳古镇周边、巴州区化成镇）打造“轻休闲、高互动”场景。

乡村社交集群：在恩阳区高店子村，布局“乡村咖啡馆+文创市集+户外舞台”。咖啡馆采用“集装箱改造+乡土材料装饰”，外墙绘制“巴中乡村风景”涂鸦，内部设置“共享工作站”，提供“手冲咖啡教学”；文创市集邀请“本地手作人、大学生创业者”入驻，售卖“非遗衍生品、乡村文创、农产品文创”；户外舞台每周举办“小型音乐会、脱口秀表演”，游客可

报名“即兴表演、乡村K歌”，打造“轻松社交”氛围；配套“主题露营地”，提供“帐篷租赁+烧烤食材配送”，夜间组织“篝火晚会、露天电影”，设置“社交游戏环节”，促进游客互动。

亲子农耕场景：在巴州区青包山村、平昌县双城村，依托“莲花溪湿地、驷马水乡”农业资源，打造“农耕体验+亲子互动”场景。开发“亲子农场”，划分“蔬菜认养区、小动物互动区、农事体验区”：“蔬菜认养区”提供“10 m²菜园”认养，家长可带孩子定期前来播种、施肥、采摘，农场提供“远程监控”服务（通过手机查看蔬菜生长情况）；“小动物互动区”饲养“羊驼、小兔子、香猪”，游客可投喂、梳毛、参与“小猪赛跑”活动；“农事体验区”设计“适合儿童的农事任务”，如“水稻插秧、玉米脱粒、棉花采摘”，任务完成后可获得“农耕小能手”证书；配套“亲子民宿”，房间设置“儿童游乐区、亲子手工台”，提供“农耕主题绘本、亲子DIY材料包”，民宿餐厅推出“儿童农耕套餐”。

4.轻研学型场景：聚焦“中小学生、科普爱好者”，实现“教育+休闲”融合

针对“6—15岁中小学生、地质/农业科普爱好者”对“知识学习、实践探索”的需求，结合巴中地质、农业资源，打造“轻量化、趣味性”的研学场景。

地质科普场景：在诺水河楼房村，联合“四川省地质调查院”，开发“溶洞科普研学课程”。课程分为“理论学习+实地探索”两部分：理论学习环节，在“地质科普馆”通过“VR模拟溶洞形成过程”，学习“钟乳石、石笋”的区别；实地探索环节，游客佩戴“地质勘探装备”，在专家带领下测量“钟乳石厚度、溶洞高度”，采集“岩石样本”，完成“溶洞地质调查报告”；配套“地质主题民宿”，民宿内设置“岩石标本展示墙”，提供“地质科普书籍、岩石绘画工具”，夜间组织“地质知识问答比赛”，获胜者可获得“溶洞探险纪念徽章”。

农业研学场景：在平昌县青花椒基地、通江县银耳基地，打造“农业科普+手工体验”场景。在青花椒基地，开发“花椒全产业链研学”：参观“花椒种植园”了解生长周期，进入“加工车间”学习“花椒筛选、精油提取”技术，亲手制作“花椒酱、花椒香皂”；在银耳基地，参观“标准化种植大棚”，学习“银耳培育技术”，参与“银耳采摘、烘干”过程，制作“银耳羹、银耳面膜”；配套“农业研学民宿”，民宿内设置“农业科普

角”，提供“农作物标本、种植工具展示”，组织“农民讲师分享会”，邀请种植大户讲述“青花椒、银耳”的种植故事。

(二) 体验升级：从“单向观光”到“双向互动”，强化沉浸感与记忆点

1. 业态融合：推动“资源+体验”深度绑定，延伸体验链条

“农业+”业态融合：突破“采摘+售卖”的单一模式，将农业资源转化为“全链条体验”。如平昌县青花椒基地，在采摘季推出“花椒文化节”，设置“花椒采摘比赛、花椒美食宴、花椒文创设计 workshop”；非采摘季，开发“花椒园研学”“花椒精油 DIY”项目，游客可预约“花椒园除草、施肥”体验，或在工坊学习“花椒精油提取”，制作专属精油瓶。

“文化+”业态融合：推动“民俗文化+现代娱乐”融合，增强趣味性。如“翻山饺子”非遗项目，除传统表演外，开发“饺子健身操”、“饺子灯光秀”；“巴中皮影”项目，推出“定制皮影戏”服务，游客可提供“家庭故事、旅行经历”，由非遗传承人改编成 5 分钟皮影戏，现场表演并录制视频留念。

2. 数字赋能：引入“科技+”手段，降低体验门槛，提升互动性

红色文化数字化体验：在通江县王坪村，利用 VR 技术还原“川陕苏区战斗场景”，游客佩戴 VR 设备，可“置身”空山战

役现场，体验“传递情报、掩护战友”等情节，系统根据游客选择生成“个性化战斗报告”；在红军总医院旧址，设置“AR互动屏”，扫描“红军医疗器械”，可观看“医疗器械使用方法”的动画演示，或“与虚拟红军护士对话”，了解当年的医疗条件。

生态资源数字化展示：在光雾山景区周边村落，开发“自然观察APP”，游客扫描“植物、动物”，APP可识别物种并提供“详细介绍、趣味知识”；设置“森林声音地图”，在徒步路线沿线设置“声音采集点”，游客扫码可收听“不同季节的森林声音”，或上传自己录制的声音，形成“全民共建的自然声音库”。

（三）时空延伸：破解“季节性瓶颈”，实现“四季有景、全天有体验”

1.四季主题场景：结合季节特征，设计专属体验项目

春季（3—5月）：赏花踏青季：依托南江县樱花谷、平昌县油菜花田，打造“春日浪漫”场景。举办“樱花摄影大赛”、“油菜花田野餐会”；推出“春日农耕体验”，如“播种玉米、栽秧苗”，游客可认领“春日种植地块”，秋季返回收获成果。

夏季（6—8月）：避暑狂欢季：在诺水河溶洞、光雾山森林区域，主打“避暑+夜经济”。溶洞区域开发“溶洞漂流”（平

缓路线，适合家庭游客）、“溶洞音乐会”（邀请本地乐队在溶洞内表演，利用溶洞声学效果打造“天然音乐厅”）；森林区域推出“夜间森林徒步”（配备荧光手环、向导带队），“星空露营趴”（提供露营装备租赁，组织“露天电影、烧烤派对”）。

秋季（9-11月）：丰收体验季：围绕“水稻、核桃、银耳”等农产品丰收，打造“农事狂欢”场景。如光雾山周边村落，举办“丰收节”，设置“水稻收割比赛、打谷体验”、丰收宴”；通江县银耳基地，推出“银耳采摘季”，游客可参与“银耳烘干、分级筛选”，制作“银耳礼盒”，或在“银耳美食工坊”学习“银耳羹、银耳糕”制作。

冬季（12-2月）：民俗暖冬季：结合“春节、腊八节”等传统节日，打造“民俗暖场”场景。如恩阳区罐子沟村，举办“杀年猪宴”、“腊八节施粥”；南江县铁炉坝村，开发“冬季森林徒步+温泉体验”项目，游客徒步后可前往周边温泉酒店泡温泉，或在民宿体验“草药浴”；推出“民俗年货市集”，售卖“手工香肠、腊肉、非遗手作”，游客可“定制年货礼盒”，由村落统一快递到家。

2.夜间场景拓展：延长“停留时间”，激活夜间消费

乡村灯光秀：在恩阳区古镇周边村落、光雾山露营地，利用“村落建筑、树木、溪流”打造主题灯光景观。如罐子沟村，在

传统民居外墙投影“巴人民俗故事”动画，在溪流中放置“发光荷花灯”，游客可购买荷花灯许愿投放；光雾山露营地，在森林树木上缠绕“萤火虫灯串”，打造“星空森林”效果，夜间组织“灯光寻宝游戏”。

夜间民俗体验：在平昌县白衣庵村，夜间推出“民俗篝火晚会”，村民带领游客跳“巴山舞”，唱“川北民歌”，或“教游客制作灯笼、剪纸”；在通江县王坪村，夜间组织“红色主题夜读会”，在红军书屋点亮煤油灯，游客围坐阅读“红军故事”，或“分享红色旅游感悟”。

夜间消费配套：在核心乡村旅游点（如铁炉坝村、罐子沟村），规划“夜间消费街区”，引入“烧烤摊、小吃铺、文创小店”，延长营业时间；民宿推出“夜间服务套餐”，如“夜宵配送、夜间观影、星空茶话会”，提升夜间体验舒适度。

五、“微度假”消费激活策略

围绕“引流—转化—复购”全消费链条，从“精准营销、服务优化、利益协同”三个层面，设计针对性策略，提升客群吸引力、消费转化率与复购率，实现“游客满意、产业增效、村民增收”的良性循环。

（一）精准营销：锁定核心客群，构建“线上+线下”立体传播矩阵

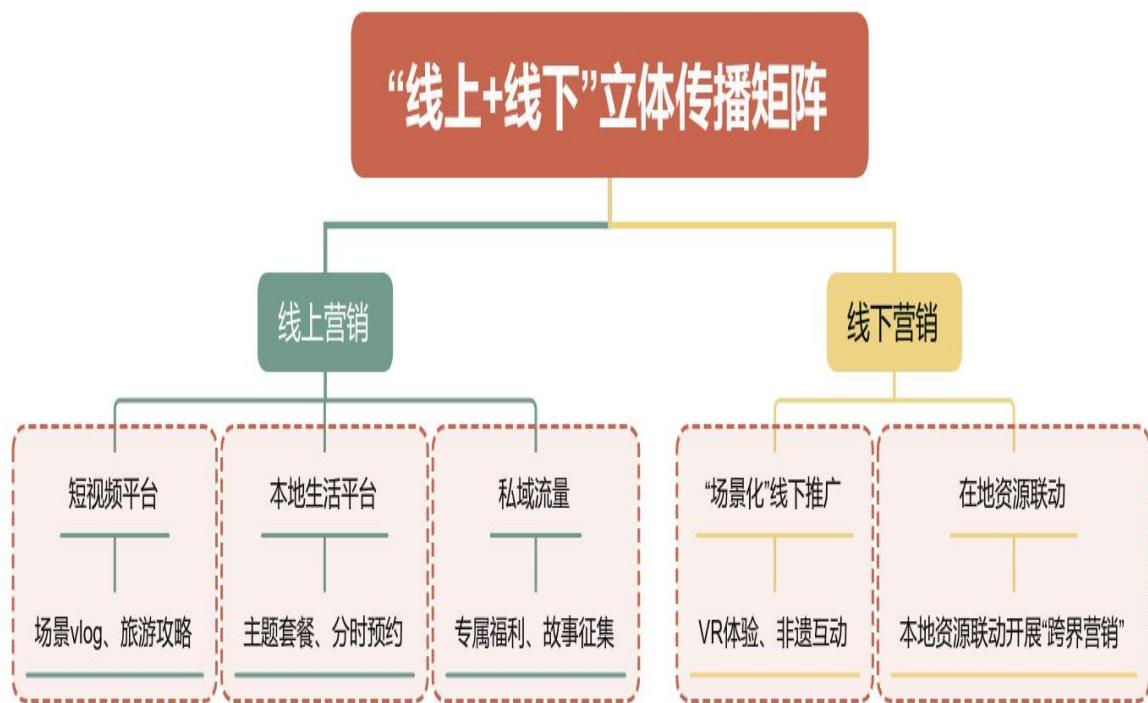


图 4 “线上线下”立体传播矩阵

1.客群定位：明确核心客群特征，精准匹配营销内容

通过前期调研与数据分析，明确巴中乡村“微度假”核心客群分为两类：

本地及周边客群：巴中市区、达州、广元、南充等“1.5 小时交通圈”内的居民，占比约 70%，以“家庭游、周末休闲”为主，关注“短途便捷、亲子友好、性价比”；

远端潜在客群：成都、重庆等“3 小时交通圈”内的居民，占比约 30%，以“年轻群体、文化爱好者”为主，关注“特色体验、文化内涵、社交属性”。

2.线上营销：聚焦“内容种草+渠道裂变”，提升传播效率

短视频平台“场景化种草”：在抖音、小红书、视频号开设“巴中乡村微度假”官方账号，定期发布“场景体验 Vlog”，如《光雾山 24 小时：从森林徒步到星空露营》《恩阳民俗村：我在非遗工坊做了一把翻山饺子》；邀请川东北本地 KOL 实地体验，发布“攻略型内容”（如《巴中亲子微度假攻略：3 个必去的农耕体验地》《周末逃离成都：巴中诺水河溶洞避暑一日游》）；发起“#巴中乡村微度假挑战”，鼓励游客发布“体验视频”，增加话题播放量，随机抽取参与者赠送“巴中乡村微度假体验券”，激发用户自发传播。

本地生活平台“转化型运营”：在美团、大众点评、携程等平台开设“巴中乡村微度假官方旗舰店”，上线“主题套餐”，如“自然疗愈 2 日游”、“亲子农耕 1 日游”；设置“分时预约”功能，如溶洞轻探险、红色剧本杀等热门项目，分“9:00—11:00、14:00—16:00、18:00—20:00”三个时段预约，避免旺季拥堵；推出“周末特惠”活动，每周五发放“满 300 减 50”“满 500 减 100”等消费券，有效期至周日，刺激“即兴出行”需求。

私域流量“粘性化运营”：搭建“巴中乡村微度假”社群矩阵，按“客群类型”分为“亲子家庭群”“年轻社交群”“文化体验群”，每个群配备“运营专员”，定期推送“专属福利”

（如亲子群推送“儿童农耕体验免费名额”，文化群推送“非遗传承人直播预告”）；运营官方公众号，每月发布“季节场景指南”（如《3月巴中微度假：樱花谷赏花+银耳采摘全攻略》）、“游客故事征集”，增强客群归属感。

3.线下营销：聚焦“场景化展示+在地联动”，强化品牌认知

“场景化”线下推广：在巴中市区、达州、广元等核心客源地的商场、高铁站设置“巴中乡村微度假体验站”，搭建“迷你场景模型”（如光雾山森林徒步路线、诺水河溶洞景观），配备“VR体验设备”，游客可现场体验“溶洞探险、森林冥想”等场景；设置“非遗互动区”，邀请“翻山铰子”传承人现场教学，游客体验后可领取“体验券”，凭券到景区兑换完整项目；发放“主题宣传册”，手册内附“场景地图、套餐二维码”，方便游客随时查询预约。

在地资源联动：与巴中本地“酒店、餐厅、4S店”合作，开展“跨界营销”。如与市区五星级酒店合作，住店客人可获“乡村微度假8折券”；与本地连锁餐厅合作，消费满200元赠送“非遗体验优惠券”；与4S店合作，购车客户可获“家庭微度假套餐”（含民宿1晚+亲子项目），同时4S店组织“车主乡

村自驾活动”，每月1次，由景区提供“专属路线+导游服务”，扩大客群覆盖面。

(二) 服务优化：从“基础保障”到“品质提升”，增强游客体验感

1. 交通接驳：破解“最后一公里”痛点，提升出行便捷性

“干线+支线”交通网络：优化现有旅游专线，增加“巴中市区—光雾山铁炉坝村、巴中市区—恩阳罐子沟村”专线班次，旺季（春秋季节）每日6班次，淡季每日3班次，同时开通“达州—通江王坪村、广元—诺水河玉皇坝村”跨市专线；在重点乡村旅游点周边设置“接驳点”，投放“电动观光车、共享单车”，如光雾山铁炉坝村至十八月潭景区，开通“观光车接驳”；针对自驾游客，在高速出口、景区入口设置“清晰导览标识”，标注“场景位置、停车场、厕所”等信息，同步上线“导航小程序”，提供“场景精准导航+停车场空位实时查询”服务。

“定制化”交通服务：针对“亲子家庭、研学团队”，推出“包车定制服务”，提供“7座商务车、19座中巴车”租赁，配备“儿童安全座椅、研学物资存放空间”，司机兼导游，可根据需求调整行程；针对“年轻客群”，开通“乡村微度假直通车”，每周六、周日从巴中市区出发，直达“恩阳高店子村社交

集群、光雾山露营地”，车上配备“桌游、音乐设备”，打造“社交出行”氛围，返程时组织“游客分享会”，增强体验记忆点。

2.智慧服务：构建“一站式”服务体系，覆盖全体验流程

“巴中乡村微度假”小程序升级：整合“预约、导览、消费、反馈”全功能，新增“智能推荐”模块，根据“客群类型、出行时间、预算”推荐“场景组合+套餐”；开发“电子导览”功能，支持“语音讲解、AR 实景导航”，游客走到对应场景，手机自动弹出“场景介绍、体验攻略”；增设“一键求助”按钮，游客遇到“迷路、设施故障”等问题，可实时联系“景区服务人员”，定位自动同步，确保快速响应；开通“电子发票”功能，消费后自动生成“电子发票”，方便游客报销。

智慧设施布局：在核心乡村旅游点覆盖“5G 网络、免费 WiFi”，确保游客在线预约、社交分享无阻碍；在“非遗工坊、研学场景”设置智能体验设备，如皮影工坊配备数字皮影台，游客可通过触屏操作设计皮影造型，系统自动生成皮影动画；在民宿、餐厅设置“智能点餐/入住系统”，支持扫码点餐、自助入住，减少排队时间；在停车场设置智能充电桩、无人值守缴费机，方便自驾游客充电、离场。

3.服务人才：强化“专业培训+激励机制”，提升服务品质

“分层分类”培训体系：针对“民宿管家”，开展服务礼仪、客房管理、本地文化讲解培训，邀请成都、重庆优秀民宿管家现场授课，考核合格颁发“巴中乡村民宿管家证书”；针对“非遗体验指导师”，由非遗传承人开展技艺教学、互动引导培训，确保能通俗讲解非遗知识、耐心指导游客体验；针对导游/向导，开展红色文化、地质知识、应急处理培训，邀请党史专家、地质学者授课，提升专业素养；每年组织“服务技能大赛”，设置“最佳管家、最佳向导、最佳体验师”奖项，获奖人员给予“现金奖励+外出学习机会”。

“兼职+全职”人才储备：与省内高校旅游管理等相关专业合作，建立实习基地，吸纳旅游管理、文化创意专业学生到乡村旅游点实习，优秀者可留任；面向本地村民招聘兼职服务人员，提供“灵活排班+就近就业”，培训合格后上岗，同时设立服务之星奖励，每月评选；邀请退休教师、老党员担任“红色文化讲解员、民俗故事分享员”，发挥其本地文化熟悉、亲和力强的优势，丰富服务队伍结构。

(三) 利益协同：构建“政府+企业+村民”三元协同机制，保障可持续发展

1. 权责划分：明确三方角色，形成“各司其职、相互配合”的格局

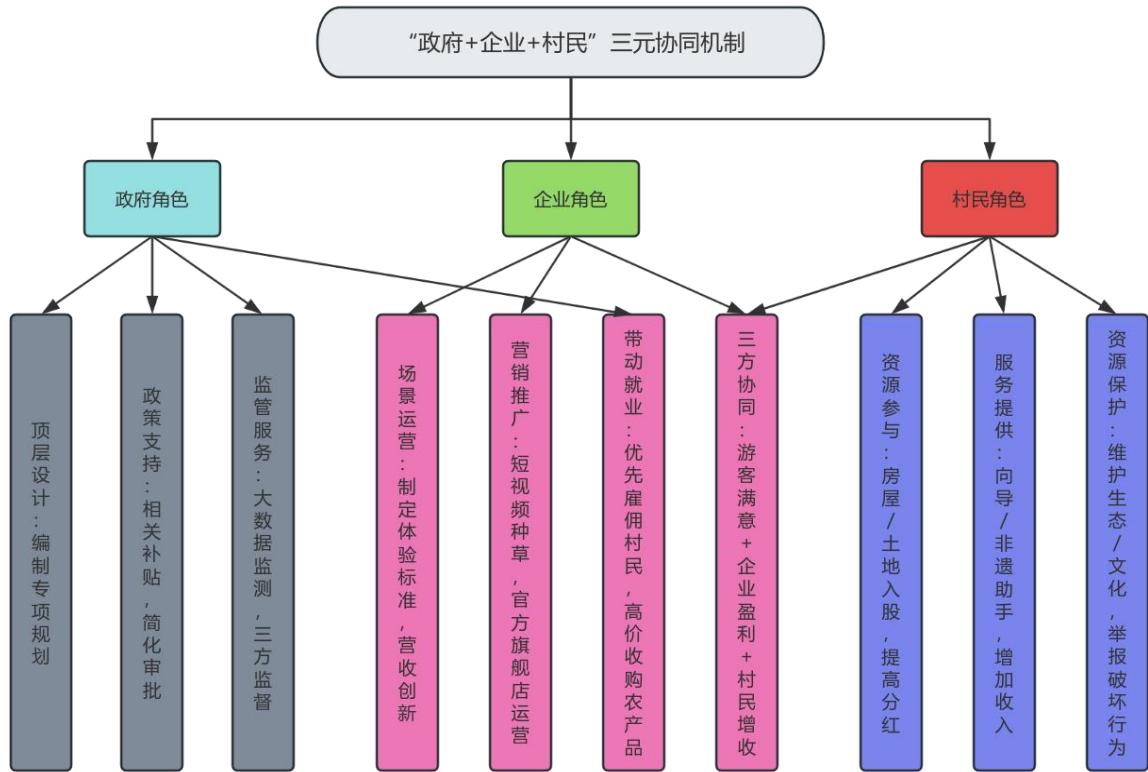


图 5 “政府+企业+村民”三方角色权责

政府：做好“引导、监管、服务”：负责“顶层规划”，编制《巴中乡村微度假场景发展专项规划》，明确“各县区场景定位、资源整合方向”；设立“专项扶持资金”，对场景创新项目给予投资补贴，对带动村民就业企业给予现金奖励；建立监管平台，对企业运营、村民服务进行“线上线下”双重监管，定期发布“满意度报告”，对违规者“责令整改、取消补贴资格”；提供“公共服务”，负责“基础设施建设、公共营销”，降低企业与村民的运营成本。

企业：做好“运营、创新、带动”：负责场景运营，制定场景体验标准、服务流程；推动业态创新，每年投入资金用于场景升级、产品研发；带动村民就业，优先招聘本地村民从事服务、管理岗位，提供岗前培训+社保缴纳，同时与村民签订“农产品采购协议”，如民宿餐厅优先采购“村民种植的蔬菜、养殖的家禽”，保障村民收益。

村民：做好“参与、服务、保护”：参与场景供给，以“房屋、土地入股”参与运营，如将闲置农房改造为“民俗民宿、非遗工坊”，按股份比例分红；提供在地服务，担任乡村向导、体验助手、美食制作师。向导需“熟悉本地历史文化、能带领游客体验农耕，体验助手需协助非遗传承人指导游客；保护乡村资源，自觉维护生态环境、文化风貌，发现破坏行为及时向政府或企业反馈。

2. 收益分配：建立“多元分红+绩效奖励”机制，确保利益共享

“股份分红”模式：企业与村民成立“乡村微度假合作社”，村民以“房屋、土地、资金自愿入股，折算股份，企业以资金、管理、品牌折算股份，合作社按年度盈利进行分红；设立“集体股份”，收益用于“乡村公共设施维护、困难村民帮扶”，如修缮公共厕所、资助贫困学生。

“绩效奖励”模式：对“参与服务的村民”设立绩效奖金，根据服务时长、游客评价、销售业绩考核；对提供农产品的村民设立品质奖励；对创新建议的村民设立创意奖励。

3. 监督协调：搭建“三方沟通+矛盾调解”平台，化解纠纷

“定期沟通”机制：每月召开政府+企业+村民三方座谈会，通报“上月运营数据、存在问题，讨论下月计划；建立“线上沟通群”，三方可随时发布需求、建议、反馈，如村民发现体验项目设备损坏，可在群内反馈，企业需及时响应、及时修复。

“矛盾调解”机制：成立“巴中乡村微度假矛盾调解委员会”，由政府工作人员、企业代表、村民代表、法律专家组成，负责调解“三方之间的纠纷”；制定调解流程，接到投诉后“定期组织调解、及时出具调解结果”，调解不成的，引导通过“法律途径”解决，确保纠纷及时化解，不影响运营。

六、实施保障措施

为确保“微度假”场景多元化供给路径与消费激活策略落地见效，从“政策、人才、资金、监督”四个维度，构建全方位实施保障体系。

(一) 政策保障：强化“顶层设计+政策协同”，营造良好发展环境

1. 完善政策体系

由巴中市文旅局牵头，联合乡村振兴局、自然资源局、财政局等部门，出台《巴中乡村“微度假”高质量发展实施细则》，明确“场景创新、人才培育、资金支持”的具体标准；出台《巴中乡村“微度假”土地支持政策》，允许“闲置宅基地、集体建设用地”用于“微度假”场景建设。

2. 加强政策协同

建立“部门联动工作机制”，文旅局负责“场景规划、营销推广”，乡村振兴局负责“村民培训、利益联结”，自然资源局负责“土地审批、风貌管控”，财政局负责“资金保障、补贴发放”，每月召开“联动会议”，协调解决“跨部门问题”，如“场景建设涉及土地调整，自然资源局与文旅局共同制定方案”；加强“县区协同”，通江、南江、平昌等县区根据“资源特色”明确“重点场景”，如通江主打“红色微度假”、南江主打“生态微度假”、平昌主打“农业微度假”，避免同质化竞争，同时推出“跨县区微度假线路”，实现资源互补。

(二) 人才保障：构建“培养+引进+激励”体系，夯实人才支撑

1. 本土人才培养

与省内高校合作，开设“乡村微度假特色班”，设置“场景设计、运营管理、非遗传承”等课程，定向培养，输送到乡村旅游

游点；实施“村民人才培育计划”，每年培训“民宿管家、非遗体验师、乡村向导”等实用人才，培训内容涵盖“服务技能、文化知识、应急处理”，培训合格后颁发“职业技能证书”，并推荐就业；邀请省内外文旅专家、优秀企业家开展巡回讲座，主题包括“场景创新案例、消费激活策略”，提升本土人才专业水平。

2.外部人才引进

发布“巴中乡村微度假人才紧缺目录”，针对场景设计师、营销策划师、数字技术人才等紧缺岗位，提供“人才引进补贴”；实施“‘乡贤回归’计划”，邀请巴中籍在外文旅企业家、设计师、非遗传承人返乡创业，提供创业贷款贴息、场地租金减免等；与文旅企业、设计机构合作，引入外部专业团队。

3.人才激励机制

设立“巴中乡村微度假人才奖”，每年评选优秀管理人才、优秀服务人才、优秀创新人才，给予现金奖励并发放荣誉证书，并优先推荐职称评定、外出学习；建立职业发展通道，对表现优秀的基层服务人员，可晋升为店长、区域运营经理，；为引进人才解决子女教育、医疗保障等问题，如子女可就近入学、优先享受本地优质医疗资源等，解除人才后顾之忧。

（三）资金保障：拓宽“政府+市场+社会”融资渠道，确保资金充足

1.政府资金支持

加大财政投入，将“乡村微度假发展资金”纳入巴中市年度财政预算，；争取“上级资金”，积极申报“国家乡村振兴重点帮扶县资金、四川省文旅发展专项资金”，重点用于“红色微度假场景、非遗活化项目”；设立“风险补偿基金”，为“乡村微度假企业、村民合作社”提供“贷款风险补偿”，降低融资门槛。

2.市场资金引入

企业投资合作，编制《巴中乡村微度假重点项目招商手册》，包装“光雾山森林疗愈集群、诺水河溶洞科普基地、通江红色实景体验区”等重点项目，通过“西博会、四川文旅招商会”等平台进行推介，吸引省内文旅集团（如四川旅投）、民宿品牌、数字科技企业投资合作。

金融产品创新：联合银行开发“乡村微度假专属信贷产品”，如“场景创新贷”“民宿经营贷”；推出“村民创业贷”，为村民参与“微度假”运营，降低村民创业成本。

3.社会资金参与

公益捐赠：对接“四川省乡村振兴基金会、文旅公益组织”，争取“乡村微度假公益项目”捐赠，如“智慧设施捐赠”、“人才培训捐赠”；设立“巴中乡村微度假公益基金”，接受“企业、个人”捐赠，资金专项用于偏远村落微度假设施建设、困难村民参与运营帮扶。

（四）监督评估：建立“动态监测+第三方评估”机制，确保发展质量

1. 动态监测体系

数据监测平台：搭建“巴中乡村微度假大数据监测平台”，整合接待人次、营收、游客满意度、村民增收、生态指标等数据，实现实时监测、可视化呈现；设置预警功能，当某指标出现异常，平台自动向文旅局、运营企业发送预警信息，督促及时整改；每月生成“监测报告”，分析运营情况、存在问题，为决策提供数据支撑。

现场巡查机制：由巴中市文旅局牵头，联合生态环境局、市场监管局组建“现场巡查小组”，定期对“重点乡村旅游点”开展巡查，重点检查场景运营规范、服务质量、文化保护、生态保护等情况；对巡查发现的问题，下达“整改通知书”，明确整改时限、责任人，整改完成后进行复核验收，确保问题闭环解决。

2. 第三方评估

定期评估：每年委托第三方机构开展“巴中乡村微度假发展评估”，评估指标分为“4大类15项”：场景创新度（含差异化场景数量、沉浸式项目占比、数字技术应用率）；客群满意度（通过“问卷调查、电话回访”收集，含体验满意度、服务满意度、复购意愿）；产业效益（含接待人次增长率、营收增长率、村民人均增收额）；可持续性（含生态指标达标率、文化保护合规率、三方协同满意度）。

评估结果分为“优秀、良好、合格、不合格”四个等级，向社会公开，并作为“政策补贴、项目评优”的依据，如评估“优秀”的项目，可获得“额外10%补贴资金”，评估“不合格”的项目，暂停补贴并责令整改。

专项评估：针对重点场景、重大活动开展专项评估，评估历史真实性、游客参与度、教育效果；“乡村微度假节”举办后，评估活动影响力、客群引流效果、消费带动作用；专项评估报告用于场景优化、活动改进，提升体验感。

七、研究结论与展望

本研究聚焦“微度假”趋势下巴中乡村文旅发展痛点，通过“资源分析—问题诊断—路径设计—保障构建”的逻辑框架，形成以下核心结论：

资源禀赋是基础，精准转化是关键：巴中拥有“生态、红色、民俗、农业”四类核心资源，具备发展乡村“微度假”的天然优势，但资源转化存在“浅层化、同质化”问题。需通过“主题细分”将资源转化为“自然疗愈、文化沉浸、休闲社交、轻研学”四类差异化场景，才能匹配“微度假”客群的多元化需求，释放资源价值。

场景供给需突破“时空限制”，体验升级需强化“互动沉浸”：巴中乡村“微度假”的季节性波动与体验不足，根源在于场景供给与时空、客群需求脱节。通过四季主题场景设计与夜间场景拓展，可破解时段性瓶颈；通过业态融合与数字赋能，能实现从观光到沉浸的体验升级，提升游客记忆点。

消费激活需覆盖“全链条”，利益协同是可持续保障：“引流—转化—复购”的消费链条断裂，本质是营销、服务、利益分配的协同不足。需通过线上内容种草+线下场景展示的精准营销触达客群，通过交通优化+智慧服务+人才培训提升消费体验，更需构建政府引导、企业运营、村民参与的三元协同机制，明确权责、共享收益，才能实现游客满意、企业盈利、村民增收的良性循环。

多维保障是落地核心，动态调整是长效支撑：政策、人才、资金、监督构成“微度假”发展的“四梁八柱”——政策提供方

向指引，人才提供专业支撑，资金解决运营难题，监督确保发展质量。只有四者协同发力，同时建立“动态监测与第三方评估”机制，根据市场反馈调整策略，才能让场景供给与消费激活策略真正落地，推动巴中乡村“微度假”高质量发展。

本研究虽围绕巴中乡村“微度假”展开，但提出的场景多元化供给、三元协同利益机制等思路，对同类欠发达地区具有一定借鉴意义。未来可进一步深化数字技术在乡村微度假中的应用、跨区域乡村微度假线路整合等研究，为乡村文旅高质量发展提供更丰富的理论与实践支撑。