



WORLD TOURISM ALLIANCE



从旅游减贫到乡村振兴

旅游促进乡村可持续发展的 中国实践

旅游让世界和生活更美好



WORLD TOURISM ALLIANCE

从旅游减贫到乡村振兴：

旅游促进乡村可持续发展的 中国实践



报告目录

前言	6
报告背景	6
报告目的	8
报告结构	9
第一章 旅游减贫乡村可持续发展的中国实践	10
第一节 旅游减贫的中国历程	11
一、减贫探索阶段（1978 ~ 1996 年）	11
二、减贫发展阶段（1997 ~ 2012 年）	11
三、精准减贫阶段（2013 ~ 2020 年）	11
四、减贫衔接振兴阶段（2021 ~ 2025 年）	12
第二节 旅游减贫乡村可持续发展的中国政策	12
一、政策主要内容	12
二、政策演进特征	13
三、政策发展趋势	14
第三节 旅游减贫到乡村振兴的防返贫路径	15
一、激励脱贫人口自我成长，增强内生动力	15
二、培育脱贫人口现代观念，阻断贫困传递	15
三、提升脱贫人口生计能力，强化发展韧性	15
四、鼓励脱贫人口社区参与，提升发展意愿	16
第四节 旅游减贫乡村可持续发展的地方模式	16
一、模式变化	16
二、区域差异	17
第二章 旅游减贫乡村可持续发展的中国案例	20
第一节 平衡的发展理念与旅游减贫模式划分	21
一、IRT-SQEI 框架构成及平衡发展理念	21
二、旅游减贫模式划分	21
三、旅游减贫乡村可持续发展调研	23
第二节 外源质量型	25
一、景区带村：湖南雪峰山的旅游经济共同体减贫模式	25
二、地企共建：西藏林芝华侨城南山国际汽车营地助力乡村振兴	27
三、贷款引导：世界银行保护甘肃文化遗产，惠及百姓生活	29
四、技术指导：旅游脱贫的云南元阳“阿者科计划”	31

第三节 外源速度型	33
一、企业帮扶：北京抖音成为文旅扶贫新抓手	33
二、政府帮扶：浙江杭州萧山对口帮扶贵州从江	35
第四节 内源质量型	37
一、合作社带动：开发与保护并重的新疆阿勒泰古村落	37
二、空心村活化：浙江遂昌县“主客共享”路径破解乡村活化难题	39
第五节 内源速度型	41
一、村企带动：吉林延边光东村“能人带村”打造“民俗观光游”	41
二、全民共创：贵州榕江“村超”实现农文旅体商深度融合	43

第三章 旅游减贫乡村可持续发展的中国经验 48

第一节 国家政策动员：一个都不能少	49
一、脱贫地区“一个都不能少”	49
二、脱贫村庄“一个都不能少”	49
三、脱贫人口“一个都不能少”	49
第二节 多元主体协同：跨界整合资源	50
一、政府主导	50
二、企业带动	51
三、社会组织赋能	51
四、村民主体	51
五、游客参与	52
六、其他主体联动	52
第三节 技术赋能引领：扶贫扶智并举	52
一、个体层面增强自我发展能力	52
二、组织层面构建多元共治格局	53
三、社区层面完善治理应用体系	54
第四节 地方情境挖掘：因地制宜发展	54
一、尊重差异性：以类型划分明确发展的目标定位	54
二、强化共同性：以协调统一推动产业的有序整治	55

第四章 旅游减贫乡村可持续发展的世界价值与战略启示 58

第一节 中国 2030SDGs 减贫目标的落实成效	59
一、中国实践与 2030 SDGs 整体目标的协同	59
二、中国实践与 2030 SDGs 减贫目标的协同	61
第二节 中国旅游减贫乡村助力可持续发展的启示	63
一、践行公平逻辑：市场主导与政府协同	63
二、秉持可持续发展理念：平衡共创与和合共生	64

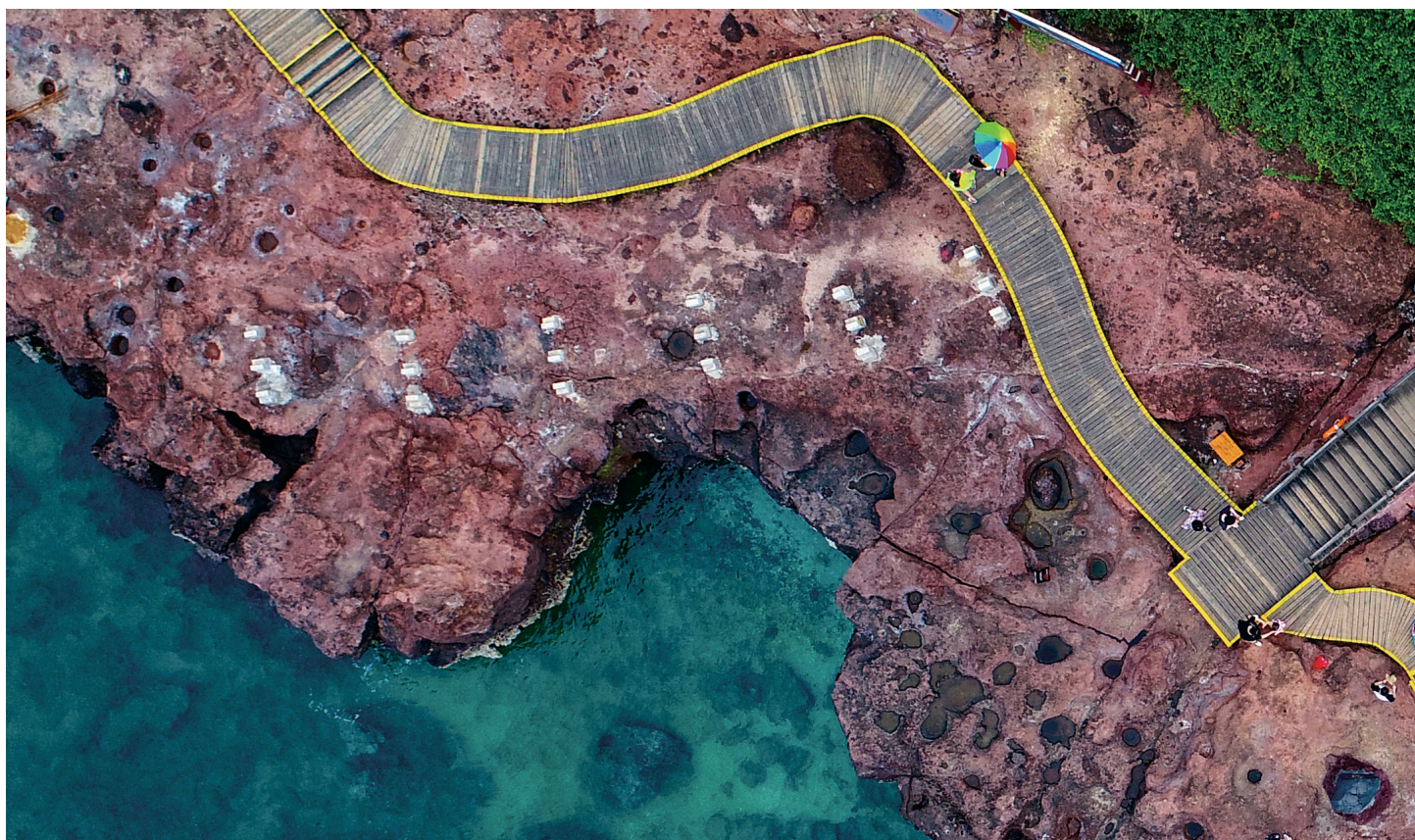
后记 66

图目录

图 1-1 中国旅游减贫乡村可持续发展政策关键词	12
图 1-2 旅游减贫案例关键词	17
图 1-3 旅游助力乡村振兴案例关键词	17
图 2-3 湖南省雪峰山景区带村模式	25
图 2-4 雪峰山旅游扶贫活动现场	26
图 2-5 雪峰山阳雀坡腊八节	26
图 2-6 南山国际汽车营地地企共建模式	27
图 2-7 汽车营地鸟瞰图	28
图 2-8 汽车营地特色酒店	28
图 2-9 甘肃省马蹄生态文化旅游区贷款引导模式	29
图 2-10 马蹄寺游客服务中心	30
图 2-11 陈列馆防水工程施工	30
图 2-12 云南省元阳阿者科村技术指导模式	31
图 2-13 阿者科村旅游分红大会现场	32
图 2-14 驻村人员组织村民大会	33
图 2-15 北京抖音集团企业帮扶模式	33
图 2-16 非遗传承人一对一培训	34
图 2-17 浙江省杭州市萧山区对口帮扶贵州从江模式	35
图 2-18 从江县加榜梯田景观	36
图 2-19 从江县稻花鱼丰收	37
图 2-20 新疆阿勒泰地区禾木乡合作社带动模式	38
图 2-21 禾木乡传统建筑	38
图 2-22 禾木乡特色活动	39
图 2-23 浙江省丽水市遂昌县空心村活化模式	39
图 2-24 茶园村传统村落	40
图 2-25 茶园村悬崖咖啡馆	41
图 2-26 吉林省延边光东村村企带动模式	42
图 2-27 光东村致富带头人杨丽娜	43
图 2-28 光东村民俗表演	43
图 2-29 贵州省榕江县“村超”全民共创模式	44
图 2-30 侗族琵琶歌唱现场	45
图 2-31 当地村民为球队鼓劲	45
图 3-1 旅游减贫乡村可持续发展的四维协同模式	56
图 4-1 “可持续发展目标婚礼蛋糕”模型	59

表目录

表 1-1 案例标题高频特征词及频数	16
表 1-2 案例数量 / 占总数的比例	18
表 2-1 IRT-SQEI 维度表现得分结果	23



前言

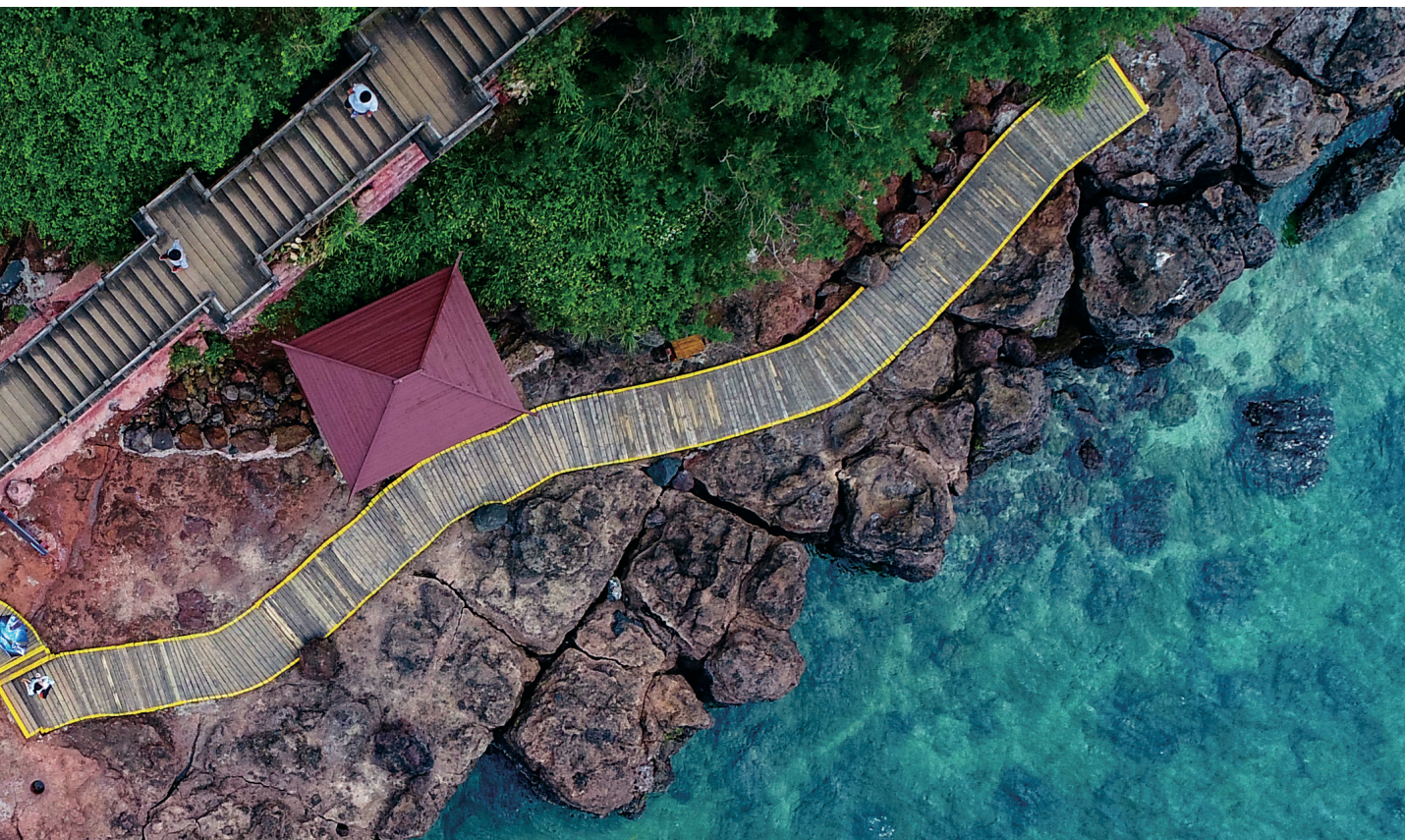
报告背景

在全球经济社会发展进程中，实现可持续发展始终是最为核心且紧迫的议题之一。2015 年，联合国可持续发展峰会通过了《2030 年可持续发展议程》，议程涵盖 17 项可持续发展目标（下文简称“SDGs”）和 169 项具体目标，为全球在 2030 年前实现社会、经济与环境协调发展绘制蓝图。其中，消除贫困是 SDGs 首要目标，反贫困成为全人类共同面临的重要议题。

目前，距离 SDGs 的全面实现特别是消除贫困目标仍存在巨大差距。2022 年，世界银行根据最新购买力平价进行测算，将国际绝对贫困线（International

poverty line）从人均日收入 1.9 美元上调至 2.15 美元¹，用来监测全球的贫困状况。按照上述标准，部分发展中国家仍深陷贫困陷阱，贫困发生率居高不下，绝对贫困人口数量庞大；贫困的代际传递问题突出，家庭因缺乏教育、医疗等基本资源难以摆脱贫困的束缚。而在可持续发展的其他维度上，很多国家同样面临不小困难。现有数据指出，超过 30% 的目标停滞不前，甚至倒退到 2015 年的基准线以下²。根据目前的趋势，到 2030 年全球将仍有 5.75 亿人生活在极端贫困中，饥饿水平可能回到 2005 年的水平³。

中国作为世界上最大的发展中国家，在可持续发展领域取得了举世瞩目的成就。截至 2020 年底，中国如期完成了消除绝对贫困的艰巨任务，近 1 亿农村



贫困人口全部脱贫，区域性整体贫困得到解决。数据表明，如果采取每人每天 1.9 美元的国际贫困原标准，1990-2020 年中国贫困人口减少 7.5 亿，占世界同期减少量的 63.7%；具体到 2012-2020 年，中国贫困人口累计减少 0.85 亿，占世界同期减少量的 48.4%⁴。即使按照新的国际贫困线来衡量，中国在 2020 年也已经完成了消除绝对贫困的目标⁵。从国际上来看，中国提前 10 年实现了 2030 年 SDGs 减贫目标，为世界减贫事业提供了“中国样本”。

而在消除绝对贫困后，中国又迅速进入了 2021-2025 年脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的新阶段。过渡期以来，经过多元主体共同努力，中国牢牢守住了不发生规模性返贫致贫的底线。数据表明，累计帮扶 534 万名监测对象，稳定消除返贫致贫风险，832 个脱贫县已培育形成 2-3 个主导产业，近 3/4 的脱贫人口与新型农业经营主体建立了利益联结机制，脱贫劳动力务工就业人数连续 4 年稳定在 3000 万人以上⁶。

上述实践表明，涉及产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕等多方面可持续发展的中国乡村振兴模式正在形成。

特别要指出的是，旅游减贫乡村是可持续发展乡村的重要组成部分。本报告所关注的旅游减贫乡村，正是指那些依托当地丰富的自然景观、民俗文化、历史遗迹等旅游资源，通过发展乡村旅游产业，带动贫困人口脱贫致富，并逐步迈向乡村振兴的农村地区。这些乡村在脱贫时期，借助旅游产业的辐射带动作用，实现了贫困人口的快速脱贫；而进入乡村振兴阶段后，又通过不断优化旅游产业结构、提升旅游服务质量、拓展区域旅游空间，进一步巩固和拓展脱贫成果，最终实现了乡村经济社会的全面发展。

此外，本报告还以联合国世界旅游组织（UN Tourism）的“最佳旅游乡村”评选标准为参照，在第二章中分析了中国案例目前可持续发展的不足



之处，并提出优化建议。“最佳旅游乡村”倡议与SDGs形成战略呼应，为全球乡村旅游的可持续发展提供了系统性指引，其评选体系包含九大核心评价维度⁷：1) 文化与自然资源；2) 文化资源的宣传与保护；3) 经济可持续性；4) 社会可持续性；5) 环境可持续性；6) 旅游发展与价值链整合；7) 旅游治理与政策优先性；8) 基础设施与互联互通；9) 健康、安全与保障体系。

报告目的

本报告旨在深入剖析中国旅游乡村从减贫到振兴的可持续发展历程，系统总结其中蕴含的成功模式与可复制经验。报告通过对49个案例进行系统回访，并对其中具有代表性的10个重点案例进行深入研究，提炼出具有可操作性的旅游促进乡村可持续发展的策略与路径，为全球其他国家和地区提供战略启示。本报告目的包括：

第一，系统总结旅游业促进乡村减贫到振兴的中国经验。报告揭示了中国乡村通过发展旅游业，从成

功减贫到实现振兴过程中的发展路径；从动力来源与发展侧重两个维度，提炼出具有可复制性、可推广性的发展模式，为国际社会提供参考。报告从政策引导、主体协同、技术赋能、情境挖掘等四方面挖掘不同类型旅游减贫乡村的成功经验，揭示中国旅游减贫乡村实现可持续发展的内在逻辑。

第二，研究结果助力2030SDGs目标的实现。基于中国旅游减贫乡村的实践成果，为全球其他国家和地区提供借鉴方案。通过全面分析旅游减贫乡村中国实践与2030SDGs目标，特别是减贫目标的协同，分享中国在旅游产业与满足人的基本需求、经济持续繁荣、社会公正和谐、全球合作等方面的协同理念，在最后5年为全球在就业、教育、健康、环境等多领域实现2030SDGs目标提供助力。

第三，着重强调增强减贫韧性的重要价值。减贫韧性指一种能够充分发挥稳定、恢复和转型以全面应对各种风险的能力⁸。贫困具有动态特征，因此减贫不仅要关注当前的“脱贫又返贫”问题，还要警惕可能发生的“新贫困”。当前受极端气候、地缘政治冲

突以及公共卫生事件等多重风险因素的叠加冲击，减贫成效的可持续性面临严峻挑战，这也将成为大量发展中国家未来实现脱贫后极有可能面临的现实问题。因此，深入关注减贫过程中“脱贫不返贫”的韧性，并以中国作为样本进行解剖，为乡村发展提供新治理路径显得尤为必要。

实际上，中国旅游减贫乡村从减贫到振兴的实践，是中国对全球可持续发展事业的生动诠释。本报告期待通过对中国可持续旅游减贫实践的深入研究，为全球在 2030 年实现 SDGs 目标提供有力支持，从而推动构建一个更加繁荣、开放、包容的人类命运共同体。

报告结构

本报告围绕旅游促进乡村可持续发展的中国案例构建研究体系，共分为四章：第一章梳理旅游减贫乡村可持续发展的中国实践，将旅游减贫历程分为探索、

发展、精准、衔接振兴 4 个阶段，分析宏观政策与防返贫路径，而后聚焦具体的地方实践，为后续研究奠定基础。第二章在第一章背景介绍基础上，在平衡发展理念的指导下，基于 IRT-SQEI 划分旅游减贫模式，对 49 个案例进行系统分析，并聚焦 10 个典型案例，从外源质量型、外源速度型、内源质量型、内源速度型等 4 大类别进行分析，同时以“最佳旅游乡村”九大评价维度为参照目标，总结经验的同时提供发展建议。第三章旨在系统提炼中国经验，从国家政策动员、多元主体协同、技术赋能引领、地方情境挖掘等四个维度展开论述，为全球其他国家和地区提供借鉴经验。第四章则将中国经验进一步融入到全球视野，探讨旅游减贫乡村的中国实践与 2030SDGs 目标的协同，从践行公平逻辑和秉持可持续发展理念两个维度阐述战略性启示，完成从中国实践到世界启示的价值升华，全方位呈现中国旅游促进乡村可持续发展实践的世界意义。

-
1. World Bank Blogs Logo. An adjustment to global poverty lines[EB/OL]. (2022-05-02) [2025-04-10]. <https://blogs.worldbank.org/en/voices/adjustment-global-poverty-lines>.
 2. 傅伯杰, 张军泽. 全球及中国可持续发展目标进展与挑战 [J]. 中国科学院院刊, 2024, 39(5): 804-808.
 3. 同 2.
 4. 唐丽霞, 张一珂, 陈枫. 贫困问题的国际测量方法及对中国的启示 [J]. 国外社会科学, 2020, (6): 66-79.
 5. 凤凰网. 全球贫困线上调至 2.15 美元 专家: 不会影响中国脱贫标准 [EB/OL]. (2022-05-09) [2025-04-10]. <https://news.ifeng.com/c/8FrOI4ExHil>.
 6. 中华人民共和国国务院办公厅. 国新办举行“中国经济高质量发展成效”系列新闻发布会 介绍“夯实‘三农’基本盘, 扎实推进乡村全面振兴”有关情况 图文实录 [EB/OL]. (2025-01-20) [2025-02-08]. <http://www.scio.gov.cn/live/2025/35431/tw/>.
 7. World Tourism Organization. UN Tourism opens call for Best Tourism Villages 2025[EB/OL]. (2025-02-06) [2025-04-10]. <https://www.unwto.org/news/un-tourism-opens-call-for-best-tourism-villages-2025>.
 8. Scottl, Miller R, Eichsteller M, et al. Resilience and sustainable poverty escapes in rural Kenya [R] Washington ,D.C: USAID, 2018.

第一章

旅游减贫乡村可持续发展的 中国实践



第一节 旅游减贫的中国历程

中国旅游产业在 40 多年的发展过程中，已经成功转型为具有时代意义的民生和幸福产业。其中，乡村旅游通过对本地自然与人文资源的综合开发，延伸出了多种非农生计方式，旅游生计与传统生计的相互补充，解决了季节性农业活动带来的资源闲置问题，旅游业成为乡村地区居民脱贫致富的重要生计选择。回顾发展历程，中国旅游减贫经历了从初步依赖自然资源的探索型减贫，到依托国家战略的发展型减贫，再到精准施策的减贫阶段，最后进入衔接振兴的新时期，目标日益明确，手段也更加多元¹。

一、减贫探索阶段（1978～1996 年）

自 1978 年中国实施改革开放政策以来，旅游业作为新兴经济增长点崭露头角。当时，尽管官方尚未正式提出旅游减贫的概念，但在部分欠发达地区，旅游开发已对当地经济产生积极影响。在此阶段，旅游减贫主要依赖市场机制自发作用，贫困地区居民逐渐涉足酒店、餐饮、交通及导游服务等相关产业。

认识到减贫紧迫性及旅游减贫有效性后，中国开始系统构建专门扶贫管理体系。1986 年 5 月，国务院贫困地区经济开发领导小组成立，明确以贫困县为对象的扶贫重点，并遴选出 331 个国家级重点扶持贫困县。同年国民经济和社会发展“七五”计划将旅游业确立为国家发展战略的重要组成部分，旅游业作为独立产业形态开始兴起。1991 年，在全国旅游局长会议上，“旅游扶贫”作为地方成功实践被正式提出。1995 年写入《中国旅游业发展“九五”计划和 2010 年远景目标纲要》，并于次年进行专题研究和工作总结。

二、减贫发展阶段（1997～2012 年）

进入发展阶段后，旅游减贫开始紧密结合国家减贫战略，呈现出影响面由区域向全国扩张的态势。1999 年，中国推动实施西部大开发战略，旅游业作为重要组成部分，有力推动了贫困地区发展。2000 年，原国家旅游局在宁夏西海固地区设立首个旅游扶贫试验区，旨在通过工作试点积累宝贵经验。2001 年 6 月，国务院发布《中国农村扶贫开发纲要（2001-2010 年）》，

规划新时期扶贫开发工作。在此背景下，原国家旅游局发布《关于进一步加快旅游业发展的若干意见》，明确指出要利用旅游业带动西部地区和贫困地区经济社会发展。

2006 年，原国家旅游局更是做出“旅游业深入乡村”战略部署，设立“中国乡村旅游年”，旅游业在国家层面受到高度重视。2009 年，《国务院关于加快发展旅游业的意见》明确提出将旅游业培育成国民经济战略性支柱产业及人民群众更满意的现代服务业，同年原国家旅游局正式成为国务院扶贫开发领导小组成员单位。2011 年，“旅游扶贫”被正式纳入《中国农村扶贫开发纲要（2011-2020 年）》，意味着旅游减贫已经成为中国推进减贫工作的重要模式。

三、精准减贫阶段（2013～2020 年）

2013 年 11 月，中国国家主席习近平在湖南湘西考察期间首次提出了“精准扶贫”，标志着中国减贫工作进入了一个全新阶段。“精准”理念强调更高的精准度和实效性，旨在解决以往“大水漫灌”式减贫工作中存在的目标不精准、效率低下等问题。

在这一背景下，精准减贫理念与旅游业实现了紧密结合。2014 年 1 月，中共中央办公厅、国务院办公厅联合发布了《关于创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的意见》，其中，“旅游扶贫”被列为十大重点工作之一，凸显了其重要性。同年，国务院出台了《关于促进旅游产业改革的若干意见》，明确提出“加强乡村旅游精准扶贫，扎实推进乡村旅游富民工程，带动贫困地区脱贫致富”²。至此，“旅游精准扶贫”



概念正式提出，中国旅游减贫进入新阶段。

四、减贫衔接振兴阶段（2021 ~ 2025 年）

随着 2020 年中国脱贫攻坚战的全面胜利，巩固拓展脱贫成果与乡村振兴的有效衔接成为了新的发展目标，旅游减贫也因此进入了衔接振兴的新阶段。在这一阶段，乡村旅游所具有的人口反虹吸等经济效应得到充分发挥，并在一定程度上带动传统农业的发展，起到“产业反哺”的作用³。

与此同时，中国政府也更加重视旅游公共政策的示范作用，陆续出台了《关于加强金融支持乡村休闲旅游业发展的通知》《关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见》等政策文件，旨在引导和激励地方在乡村旅游推动乡村振兴的实践中探索创新经验，形成典型模式。整体而言，乡村旅游作为当前中国乡村经济体系中最活跃和最具创新性的成分，为促进乡村产业全面升级、人居环境全面优化、居民生活质量全面提高提供了有力支撑。

第二节 旅游减贫乡村可持续发展的中国政策

一、政策主要内容

本报告选取了中国文化和旅游部等中央政府部门在 2021-2024 年发布的有关旅游减贫乡村可持续发展的有关政策文件，并提取其中关键词进行政策内容分析（图 1-1）。



图 1-1 中国旅游减贫乡村可持续发展政策关键词
来源：自绘

（一）以产业融合推动多元发展转向

产业融合发展是中国乡村旅游政策的核心内容，旨在打破传统产业界限，促进乡村旅游与其他产业的深度融合，提升综合效益。

第一是文化与旅游的融合，注重丰富乡村文化内涵，发展乡村文化产品，例如《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》强调发挥文化产业在乡村振兴中的作用，推动创意设计、演出、音乐、美术等文化产业与乡村旅游深度融合⁴。

第二是体育与旅游的融合，例如中国贵州省创新性地将“村超”“村 BA”“村马”“女子马拉松”等与旅游业相结合，形成了“体育搭台、旅游唱戏”的规模效应，满足了游客多层次、多样化的户外休闲需求。

第三是商业与旅游的融合，如通过开展“游购乡村”活动，将民俗节日、乡镇大集、非遗体验、农产品展销等新业态汇集起来，积极引导行业协会、新媒体平台、互联网电商等主体，为乡村振兴注入新兴动力。

（二）以规划设计构建多层协同格局

在乡村振兴战略框架下，通过宏观规划设计构建起多层级协同格局。

一方面，明确乡村层级分工与功能衔接，如《2021 年乡村产业工作要点》提出构建县、镇（乡）、村层级分工明显、功能有机衔接的格局⁵：县域层面重点完善交通网络、制定扶持政策、统筹资源配置；乡镇层面打造乡村旅游服务枢纽，建设游客集散中心、特色民宿集群等配套设施；村落层面则聚焦特色资源开发，形成“一村一品”发展格局。

另一方面，结合乡村特色规划布局，根据乡村资源禀赋和文化特色，因地制宜规划旅游线路。例如，对于自然禀赋优越区域来说，构建“生态观光廊道 + 户外运动基地”的复合型旅游产品体系，如广西阳朔依托喀斯特地貌打造的十里画廊骑行线路，串联 20



余个自然景点，2023 年接待游客超 2100 万人次⁶。

（一）政策体系不断完善

（三）以资源整合打造旅游业生态圈

一方面，现有政策强调将自然与人文资源实现有机结合，开发具有特色的乡村旅游产品。例如，《“十四五”旅游业发展规划》明确提出，要“依托特色地理景观、自然资源和生态资源，完善综合服务功能，建设一批山岳、海岛、湿地、冰雪、草原、沙漠、湖泊、温泉、康养等旅游目的地”⁷。乡村旅游是促进城乡思想、服务等多维度共享的最好纽带，以旅游业唤醒乡村“沉睡资源”，有利于推动乡村产业结构转型升级。

另一方面，注重乡村旅游与农业、体育、文化、商业等产业资源整合，实现产业协同发展与资源共享互补。例如《关于拓展农业多种功能 促进乡村产业高质量发展的指导意见》明确指出，围绕多功能拓展、多业态聚集、多场景应用，开发“看乡景”“品乡味”“享乡俗”“忆乡愁”等系列产品⁸。

二、政策演进特征

随着中国旅游减贫乡村可持续发展顶层设计的完成，旅游公共政策在内容和可操作性上都取得了巨大的发展与提升，呈现出以下演进特征：

自中国进入 2021 年减贫衔接振兴阶段以来，国家各部门出台了一系列政策文件，从顶层设计到具体实施，不断完善乡村旅游政策体系。

（1）2021 年的乡村旅游政策聚焦于产业融合与新业态培育。如《2021 年乡村产业工作要点》提出发掘乡村功能价值，丰富乡村产业发展新业态，推动乡村休闲旅游业转型升级，通过打造精品工程、提升服务水平、创新发展业态等措施，为乡村旅游发展奠定基础⁹。

（2）2022 年的政策更加注重文旅深度融合以及提升服务质量。如《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》强调发挥文化产业在乡村振兴中的作用，推动创意设计、演出、音乐等产业与乡村旅游融合，提升乡村旅游的文化内涵和吸引力¹⁰，《关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见》进一步针对乡村民宿这一重要业态，提出完善规划布局、丰富文化内涵、加强品牌引领等措施，促进乡村民宿高质量发展¹¹。

（3）2023-2024 年的政策则在延续先前政策导向的基础上，进一步拓展创新。如《文化产业赋能乡村振兴试点工作方案》《关于开展第二批文化产业赋能乡村振兴试点工作的通知》等通过开展试点工作，探

索文化产业赋能乡村振兴的新路径，推动乡村文化和旅游深度融合。

（二）政策导向逐渐明晰

中国旅游减贫乡村可持续发展的政策导向也在逐渐明晰，呈现出生态优先与文化遗产并重、产业融合与创新发展并行的重要特征。对于前者而言，政策强调在乡村旅游发展中需严守生态保护红线，珍视乡村文化的独特价值。如《关于持续推动非遗工坊建设助力乡村振兴的通知》通过非遗工坊的建设，使非物质文化遗产与乡村旅游深度交融，既为非遗传承提供了新的发展条件，又丰富了乡村旅游的文化内核¹²。对于后者来说，政策则更加积极倡导乡村旅游与多产业跨界融合，鼓励创新驱动发展。例如，《关于开展2024“乡村创意生活季”系列活动的通知》强调，以创意为引领，推动人才、资金、技术等要素向乡村流动，催生出一系列富有创意的乡村旅游产品和服务模式，大大激发乡村旅游的创新活力¹³。

（三）政策目标平稳转变

随着中国旅游减贫乡村进入全面振兴的结构性转型阶段，政策总体目标由“速度与规模”转向“内涵与质量”。具体而言，从政策理念来看，从单纯追求速度扩张转向注重质量发展，着眼于旅游产业的综合效益。例如，《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》强调，要充分发挥文化产业在乡村振兴中的作用，推动创意设计、演出、音乐等产业与乡村旅游融合，提升乡村旅游的文化内涵和吸引力¹⁴。在政策重点上，



从硬件建设为主逐渐调整为软件提升优先，强化旅游服务质量的提升和文化内涵的挖掘。在政策实施主体上，从政府主导逐渐向市场主导过渡。例如，《文化产业赋能乡村振兴试点工作方案》提出通过开展试点工作，探索文化产业赋能乡村振兴的新路径，特别要充分发挥市场在资源配置中的作用¹⁵。

三、政策发展趋势

随着中国进入2025年减贫乡村衔接振兴阶段的最后冲刺期，旅游公共政策不断细化。从长远看，未来中国旅游减贫乡村可持续发展的政策将呈现如下趋势：

（一）更加注重政策协同创新

政策协同创新旨在凝聚多元主体力量，探索特色路径，推动乡村旅游高质量发展。

政策协同体现在：在政策衔接与配套上，将乡村旅游发展政策与乡村振兴战略中的产业发展、生态保护、文化遗产等政策有机结合，确保政策的系统性和连贯性。同时注重协同合作，进一步强化农业农村、文化旅游、交通运输、商务等多部门间的协作，也鼓励不同地区之间开展乡村旅游合作，打破地域限制，推动城乡间在资金、技术、人才等方面的双向流动。

政策创新体现在：继续创新政策支持方式。除传统的财政补贴、税收优惠外，探索设立乡村旅游产业发展基金、创新金融产品等多元化扶持政策，同时进一步优化乡村旅游用地政策，探索灵活多样的供地方式。

（二）更加注重数字科技赋能

一方面，数字科技赋能可以直接提升旅游体验，未来乡村旅游将大力推广智能化设施建设，如智能导游系统、智能民宿等，积极引入虚拟现实等沉浸式体验技术，如利用VR技术让游客身临其境地感受乡村历史文化场景，增强游客参与感与体验感。同时，借助大数据分析乡村旅游地游客的行为数据、偏好信息等，实现精准营销与个性化服务推送，优化乡村旅游

资源配置。另一方面，注重强化数字化管理与运营创新，搭建乡村旅游智慧管理平台，实现旅游信息实时采集、分析与管理，塑造乡村旅游数字化品牌形象，挖掘乡村独特文化元素。

（三）更加注重乡村价值挖掘

随着乡村振兴进程的推进，对于乡村价值的深入挖掘将成为未来政策中的一大亮点。

第一，乡村文化价值是旅游业发展的基础条件。未来政策将更加注重乡村文化遗产保护与活化利用，支持开展非物质文化遗产、历史文化村落等系统性文化保护工作，同时鼓励文化创意产业与乡村旅游深度融合，吸引文化创意人才和企业入驻乡村。

第二，乡村生态与经济价值则是旅游业的进一步依托。一方面，强化乡村生态环境保护意识，支持乡村发展绿色产业，如有机农业、生态养殖、绿色农产品加工等，将绿色产业与乡村旅游相结合，引导乡村旅游走绿色发展道路。另一方面，持续创新乡村旅游商业模式，加强乡村旅游电商平台建设，培育乡村旅游电商人才，助力乡村产业振兴。

第三节 旅游减贫到乡村振兴的防返贫路径

一、激励脱贫人口自我成长，增强内生动力

乡村旅游作为一种能够激发内生动力“造血式”减贫模式，不仅在脱贫攻坚时期发挥了重要推动作用，也将在减贫衔接振兴阶段为脱贫提供持久动力。具体而言：

一方面，乡村旅游可以有效激发脱贫户需求型内生动力，解决“想不想”巩固脱贫成果的问题¹⁶。在旅游开发前，不少民众思想观念较为保守，市场意识淡薄，旅游开发初期抱着观望、不支持甚至抵触的态度。但在旅游开发后，随着游客、企业、社会组织等外部主体的到来，乡村生产生活情境发生显著变化，民众思想观念开始发生转变，对于现代生活方式的追求逐渐成为主要的心理需求，本地居民的主体意识得到充分唤醒。

另一方面，乡村旅游通过提升脱贫户手段型内生动力，降低返贫风险，解决“能不能”巩固脱贫成果的问题¹⁷。脱贫人口能力和技能的培训是提升手段型内生动力的关键。通过加强乡村旅游技能的培训，不仅能够让脱贫人口获得旅游现代生计知识，提升就业竞争力，还能在与外界日常交往过程中激发市场意识，重建积极进取、勇于开拓的价值观念体系，实现自我成长。

二、培育脱贫人口现代观念，阻断贫困传递

从某种意义上看，智力帮扶比物质帮扶更加重要，因此，强化乡村旅游的教育功能，构成贫困人口彻底脱贫并且不返贫的重要途径。

宏观层面，创新脱贫地区人才引进和培养机制。通过搭建就业平台等方式引导旅游人才向乡村流动，发挥外部教育资源的重要作用，帮助本地居民培养现代观念。例如，四川德阳市高槐村建立“槐商公社自管会”等机制，引入非遗文化传承人、音乐人、植染设计师、木刻师、规划师等“新农人”100余名，同时保留千禾农庄等原住民民宿品牌，实现了外来精英与本土居民的共建共享，最终完成了从贫困村向文创乡村旅游地的成功转型¹⁸。

微观层面，旅游开发潜移默化地改变了乡村社会结构。在外来教育文化的影响下，东道主父母群体开始反思自身的教育理念和抚育策略，尝试与现代教育相接轨¹⁹。不断加大对下一代的教育投入，鼓励子女勤奋读书，用“身边人”和“身边事”进行教育引导，从根本上阻断返贫风险的代际传递。

三、提升脱贫人口生计能力，强化发展韧性

乡村旅游通过重构生计资本体系，显著增强了脱贫人口的抗风险能力。当前返贫风险主要集中在生态环境脆弱、区位优势明显、人力资本不足的偏远乡村，其传统生计方式由于产业单一和抗压能力差，难以维持减贫成果的稳定性。

乡村旅游通过产业融合突破了传统生计的局限，为脱贫人口提供转型路径。市场消费形成了服务型就

业、小微企业经营等多样化收入渠道，但受限于人力资本薄弱、社会网络匮乏及启动资金短缺等因素，自主创业成功率相对较低。因此在这个过程中，脱贫人口参与旅游业往往需要遵循不同类型的生计培育策略：针对旅游景区等较低层次的用工需求，开展标准化服务培训，强化基础就业能力；同时，对具备经营潜力者进行商业指导，培育微型市场主体；此外，建立旅游合作社等集体平台，通过资源共享降低个体经营风险。

四、鼓励脱贫人口社区参与，提升发展意愿

乡村旅游减贫到振兴转变的核心在于推动脱贫人口从被动受益转向主动参与，实现从外源“输血式”救助到内生“造血式”发展的模式转型²⁰。这一过程需重构帮扶主体与对象的互动关系：政府、企业和社会组织需搭建制度化协商平台，通过信息共享、决策共商、监督共治等机制，保障脱贫群体在社区层面项目设计、实施及评估的实质性参与。

回顾中国过去的脱贫攻坚历程，传统减贫模式因参与机制缺位，导致贫困群体长期处于“边缘化”状态。故在乡村振兴阶段，构建起阶梯式参与路径：基础层面，通过景区务工、土特产销售等生产性活动，帮助脱贫人口积累初级技能与市场经验；进阶层面，依托旅游专业合作社等载体，引导其参与资源分配等决策环节；其他方面，支持返乡能人通过民宿运营、文化IP开发等新业态创业，形成示范带动效应。



第四节 旅游减贫乡村可持续发展的地方模式

一、模式变化

本报告分别对世界旅游联盟（后文简称“WTA”）发布的《旅游减贫案例（2018-2020 年）》和《旅游助力乡村振兴案例（2021-2024 年）》的标题进行了整理，并提取其中关键词进行分析（表 1-1、图 1-2 与图 1-3）。从旅游减贫到旅游助力乡村振兴，关键词的变化反映了中国旅游减贫乡村可持续发展的实践逻辑已从以经济脱贫为主要目标、外部帮扶为主导，向乡村全面振兴、内生动力培育的方向发生转变，呈现出“外源→内源”的发展模式变化特征。

表 1-1 案例标题高频特征词及频数

排序	旅游减贫案例		旅游助力乡村振兴案例	
	名称	频数	名称	频数
1	旅游	52	乡村	124
2	扶贫	44	振兴	93
3	乡村	20	助力	62
4	模式	17	融合	61
5	脱贫	16	旅游	52
6	助力	13	模式	23
7	融合	9	文旅	20
8	减贫	8	文化	18
9	精准	8	赋能	16
10	致富	6	农旅	15

来源：自绘

表 1-2 案例数量 / 占总数的比例

排序	旅游减贫案例		旅游助力乡村振兴案例	
	东部	中部	西部	合计
旅游减贫案例	30/33.3%	37/41.1%	23/25.6%	90/100%
旅游助力乡村振兴案例	68/34.5%	53/26.9%	76/38.6%	197/100%

来源：自绘

从整体数量和区域重心转移上看，在减贫阶段，中部地区占比最高；而在乡村振兴阶段，西部地区占比最高；东部地区在两个阶段都占据重要地位且不断深化发展。

具体而言：1) 东部地区在乡村振兴阶段的案例数量占比略有变化但仍保持重要地位，这表明东部地区在乡村振兴过程中持续深化乡村旅游发展，不断探

索新的发展模式；2) 中部地区案例数量占比下降较为明显，但仍然是乡村振兴的重要区域，这可能是由于中部地区在前期旅游减贫中取得了较好效果，在乡村振兴阶段重点转向了其他产业融合发展或综合发展的模式；3) 西部地区案例数量占比大幅提高，这得益于国家对西部地区的政策倾斜，以及西部地区对自身独特旅游资源的有效开发和利用。

1. 李燕琴, 赵壮英. 旅游减贫的中国实践与发展经验 [A]. 宋瑞. 2019-2020 年中国旅游发展分析与预测 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2020.

2. 中华人民共和国中央人民政府网. 国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见 [EB/OL]. (2014-08-21) [2025-02-21]. http://travel.china.com.cn/txt/2022-09/06/content_78406623.html.

3. 申始占, 王鹏飞. 乡村旅游助力乡村振兴的逻辑机理、现实困境与突破路径 [J]. 西北农林科技大学学报 (社会科学版), 2022, 22 (5): 72-81.

4. 中华人民共和国中央人民政府网. 关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见 [EB/OL]. (2022-03-21) [2025-02-21]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-04/07/content_5683910.htm.

5. 中华人民共和国农业农村部. 关于印发《2021 年乡村产业工作要点》的通知 [EB/OL]. (2021-02-02) [2025-02-21]. https://www.moa.gov.cn/ztzl/2021gzgzd/gsjgzdyd/202102/t20210204_6361222.htm.

6. 广西桂林市人民政府网. 阳朔 2023 年接待游客超 2100 万人次 [EB/OL]. (2024-02-16) [2025-02-21]. https://www.guilin.gov.cn/ywdt/xqdt/202402/t20240216_2655697.shtml.

7. 中华人民共和国国家发展和改革委员会. “十四五” 旅游业发展规划 [EB/OL]. (2022-03-25) [2025-02-21]. https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjjzxgh/202203/t20220325_1320209_ext.html.

8. 中华人民共和国中央人民政府网. 农业农村部关于拓展农业多种功能 促进乡村产业高质量发展的指导意见 [EB/OL]. (2021-11-17) [2025-02-21]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-11/19/content_5651881.htm.

9. 中华人民共和国农业农村部. 关于印发《2021 年乡村产业工作要点》的通知 [EB/OL]. (2021-02-02) [2025-02-21]. https://www.moa.gov.cn/ztzl/2021gzgzd/gsjgzdyd/202102/t20210204_6361222.htm.

10. 中华人民共和国中央人民政府网. 关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见 [EB/OL]. (2022-03-21) [2025-02-21]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-04/07/content_5683910.htm.

11. 中华人民共和国中央人民政府网. 文化和旅游部 公安部 自然资源部 生态环境部 卫生健康委 应急部 市场监管总局 银保监会 文物局 乡村振兴局关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见 [EB/OL]. (2022-07-08) [2025-02-21]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5708946.htm.

12. 中华人民共和国中央人民政府网 . 文化和旅游部办公厅 人力资源社会保障部办公厅 国家乡村振兴局综合司 关于持续推动非遗工坊建设助力乡村振兴的通知 [EB/OL]. (2021-12-07) [2025-02-21] . https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-12/16/content_5661193.htm.
13. 中华人民共和国文化和旅游部 . 文化和旅游部办公厅关于开展 2024 “乡村创意生活季”系列活动的通知 [EB/OL]. (2024-09-18) [2025-02-21] . https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/zykf/202409/t20240919_955341.html.
14. 中华人民共和国中央人民政府网 . 关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见 [EB/OL]. (2022-03-21) [2025-02-21] . https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-04/07/content_5683910.htm.
15. 中华人民共和国中央人民政府网 . 文化和旅游部办公厅 教育部办公厅 自然资源部办公厅 农业农村部办公厅 国家乡村振兴局综合司关于开展文化产业赋能乡村振兴试点的通知 [EB/OL]. (2023-01-06) [2025-02-21] . https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2023-01/12/content_5736525.htm.
16. 周迪 , 陈明成 , 邱铭坚 . 脱贫群体的内生动力与返贫风险——来自广东省相对贫困村的微观证据 [J]. 财经研究 , 2022, 48(8): 48-62.
17. 陈杰 , 卢洁玉 , 翁辰 . 城乡家庭相对贫困脆弱性 : 扶 “志” 还是扶 “智” [J]. 财经科学 , 2023, (9): 118-130.
18. 中新网 . (高质量发展调研行) 让 “老外” 连连称赞的四川德阳高槐村 [EB/OL]. (2023-10-19) [2025-02-21] . <https://www.chinanews.com/sh/shipin/cns/2023/10-19/news973194.shtml>.
19. Wang, S., & Sun, J. Tourism and host education: Hosts' parental consumption on Children's education in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2025, 36, 100976.
20. 李燕琴 , 崔佳奇 , 施佳伟 . IRT 框架视域下的中国旅游减贫特征与模式 [J]. 资源科学 , 2023, 45 (2): 361-374.
21. 李建军 , 彭俞超 , 马思超 . 普惠金融与中国经济发展 : 多维度内涵与实证分析 [J]. 经济研究 , 2020, 55(4): 37-52.

第二章

旅游减贫乡村可持续发展的中国案例



第一节 平衡的发展理念与旅游减贫模式划分

一、IRT-SQEI 框架构成及平衡发展理念

20 世纪末期，随着全球化和城市化进程加快，许多国家的乡村地区普遍面临人口流失、经济衰退、城乡经济差距大等挑战，农村地区的发展滞后问题尤为突出。与此同时，乡村旅游因其独特的自然风光、农村生活体验和文化遗产，受到了越来越多游客的青睐。为了回应乡村旅游多元化发展的需要，2000 年，欧洲多国联合提出“支持和促进欧洲农村落后地区的一体化旅游”倡议，确立了“一体化乡村旅游”（IRT: Integrated Rural Tourism）发展框架¹，包含可持续性、增权、互补性、内生性、规模、内嵌性和网络 7 个维度。该框架整合了乡村发展的各个维度和多方利益相关者，在不同国家和地区都显示出较好的适用性，有助于全面评估旅游业给乡村带来的具体变化²。

但是，IRT 框架维度全面但易混淆的问题在推广使用中逐渐受到关注³。其多维度的结构和维度间的概念内涵相似性（如内生性与内嵌性）等原因可能限制了框架的更广泛应用。因此，在不简化 IRT 框架既有维度的前提下，有学者将其组合为发展维的速度、质量以及动力维的外源性、内源性共同构成的更易理解的 IRT-SQEI 框架⁴。

IRT-SQEI 框架基于平衡的整体性思维方式，不仅关注人的平衡发展，也着眼于人地关系的可持续演进。如图 2-1 所示，IRT-SQEI 框架将“规模”归为“速度（S）”维度，产业规模的迅速扩大是旅游减贫效

应的直观反映，“规模”被定义为“随时间推移，旅游业在一个区域内地理空间扩散的程度”。高质量乡村旅游发展需要避免由于“内卷化”带来的恶性竞争与资源内耗⁵，因此本报告将“互补性”和“可持续性”归为“质量（Q）”维度。“互补性”关注旅游业短期发展结构变化是否有利于贫困人口，“可持续性”关注长期生态环境是否能可持续利用，二者反映了旅游业发展对社会以及环境质量的影响。“网络”归为“外源性（E）”维度⁶，强调借助外部企业、组织、人员推进乡村旅游协同发展的能力，反映了旅游业发展借助外部资源的能力。“增权”“内生性”和“内嵌性”则被归为“内源性（I）”维度⁷，“增权”关注本地人对地方旅游业发展的掌控力，“内生性”和“内嵌性”分别关注旅游业发展基于本地资源和传播本地文化的能力，三者共同反映了旅游业发展依托内部资源的能力。

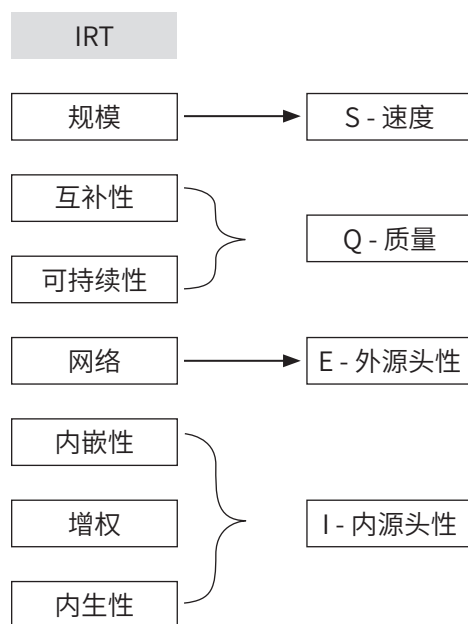


图 2-1 IRT-SQEI 分析框架
来源：李燕琴等（2023）⁸



二、旅游减贫模式划分

在减贫实践中，政策制定与实施的过程是国家治理思想的具体体现，显著呼应了 SQEI 框架所强调的核心概念，即始终将 S-速度、Q-质量、E-外源性和 I-内源性因素纳入综合考量。SQEI 的“速度”“质量”维度反映了发展的不同侧重，“内源性”“外源性”维度则反映了发展的动力来源。将四类维度综合考量，

可将旅游减贫模式分为四类：外源质量型、外源速度型、内源质量型、内源速度型（见图 2-2）。

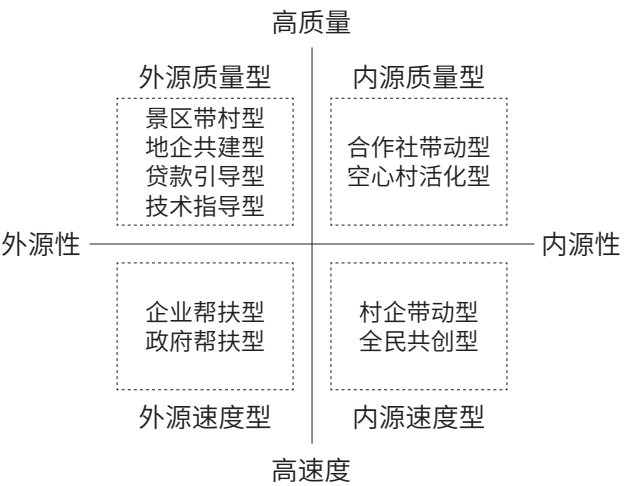


图 2-2 中国旅游减贫模式类型
来源：李燕琴等（2023）⁹

（一）外源质量型

“企业 + 就业”是外源质量型模式的主要发展途径，具体路径是“引进或发动外源企业→企业全方位入驻/全过程指导→促进就业/创业→持续脱贫致富”。子模式 1 为景区带村型，景区型企业以旅游业为核心构建共享经济平台，为村民提供旅游技能免费培训、创业扶持、就业吸纳、参与入股分红等，推动企业与居民形成合作共赢的利益共同体。子模式 2 为地企共建型，企业利用自身优势技术全程指导贫困乡村优化旅游产业，双方构建深度利益互惠机制。子模式 3 为贷款引导型，外部组织通过注入资金引导贫困地区定向发展。子模式 4 为技术指导型，外部组织通过全过程陪伴式指导，丰富村内旅游产品和业态，完善治理规则和培养契约精神，培育具有领导能力和管理能力的本地村民实现自治。

（二）外源速度型

“企业 + 产业”是外源速度型模式的主要发展途径，具体路径是“外部企业/政府帮扶→带来资金/渠道/技术→搭建新平台/拓展新渠道/开发新产品→扩大旅游市场规模→短期快速脱贫致富”。子模式 1 为企业帮扶型，大型、平台企业带来专业知识与推广渠道，短期带动效果突出。如抖音集团发起“山里

DOU 是好风光”的文旅扶贫项目，以抖音短视频为平台，通过为贫困县定制景点推广方案，快速带动了帮扶地区旅游增收。子模式 2 为政府帮扶型，指经济发达与贫困地区政府结对帮扶，例如中国东、西部间政府结对帮扶，发达地区政府鼓励企业、社会资本等参与对接。

（三）内源质量型

“合作社 + 就业”是内源质量型模式的主要发展途径，具体路径是“组建合作社→对接市场需求→促进就业/创业/村民回流→主客共创未来乡村”。子模式 1 为合作社带动型，村民在政府主导下成立协会或合作社，以公司化运营方式提供更多就业岗位和更好创业环境，制定行业标准和管理规范，不断吸纳更多居民参与旅游产业建设，共享旅游发展红利。子模式 2 为空心村活化型，该模式将乡村保护与发展回归到人与文化的活化上，通过发展乡村旅游，将文化资源转化为旅游产品，产生经济效益，通过主客互动，使静态保护转变为动态活化。

（四）内源速度型

“合作社 + 产业”是内源速度型发展模式主要途径，具体路径是“能人带动/全民共创→组建村企/合作社→促进乡村旅游发展→抱团脱贫致富”。子模式 1 为村企带动型，该模式中村组织要有能力推动组建旅游公司或合作社，村中要有能人作为致富带头人，村民在能人带领下可通过入股分红或景区务工等方式实现脱贫。子模式 2 为全民共创型，该模式利用优势旅游资源，探索建立政府主导、市场主体、部门联动、全民兴旅的工作机制，开展全民创业、全民营销。





三、旅游减贫乡村可持续发展调研

（一）调研情况

为了深入了解中国旅游减贫乡村可持续发展的现状，由 WTA 牵头，委托中央民族大学研究团队进行了专题案例调研工作。调研对象 45 个选取自 WTA 发布的《旅游减贫案例（2018-2020 年）》，3 个选取自《旅游助力乡村振兴案例（2021-2024 年）》，此外增加一浙江案例。调研问卷内容包括：一方面，被调研案例的旅游减贫整体表现，包括脱贫时间与返贫情况、最新年份的旅游总收入、旅游接待人次、旅游就业人数等；另一方面，建立 IRT-SQEI 量表体系，问答题项可被划分为速度、质量、外源性、内源性四大维度，涵盖了 IRT-SQEI 框架的四大方面。

本次调研以线上电话调研为主，调研时间为 2024 年 12 月 10 日至 2025 年 2 月 13 日，由具有旅游管理专业背景的四名研究生进行问卷调查与半结构化访谈。受访者身份多样，并与当地旅游发展实践密切相关，包括村委会主任、文旅部门政府工作人员、景区负责人员、公司相关部门负责人等。此外，研究团队还于 2024 年 11 月 24-27 日、2025 年 2 月 20-24 日、

4 月 10 日分别针对云南阿者科村、贵州榕江县、北京抖音集团进行了线下实地调研，与线上调研相辅佐。

（二）案例表现

在消除贫困的整体表现方面，此次调研的 49 个案例所涉及乡村均在 2020 年以前实现了全面脱贫。其中，脱贫时间最早的是新疆阿勒泰的禾木哈纳斯蒙古族乡，在 2014 年 9 月便已实现了消除贫困的目标。返贫方面，49 个案例中仅有 2 个案例地在 2020 年脱贫后监测到了极少量人口因病因灾返贫现象，但均已通过当地政府的实时返贫监测与对点帮扶进一步巩固了脱贫成果，最终实现了彻底脱贫；49 个案例均未出现整村或区域性返贫现象。

（三）维度表现

本次调研问卷中的 IRT-SQEI 量表主题为“请您对 2020 年以来案例地的以下变化做出评价”，旨在深入分析调研案例在 2020 年以后的“乡村振兴”阶段与 2020 年以前的“脱贫攻坚”阶段的有效衔接情况，探讨中国旅游减贫乡村的可持续发展现状（表 2-1）。问卷量表以采用 5 点李克特量表。

表 2-1 IRT-SQEI 维度表现得分结果

维度	村级尺度案例 (N=26)				村级以上案例 (N=23)			
	东部	中部	西部	总体	东部	中部	西部	总体
速度	4.37	4.10	4.56	4.34	4.17	4.33	4.71	4.40
质量	4.38	4.46	4.30	4.38	4.65	4.38	4.50	4.51
外源性	4.47	4.42	4.38	4.42	4.67	4.83	4.74	4.75
内源性	4.30	4.21	4.31	4.27	4.33	4.37	4.55	4.42

来源：自绘

1、速度维度

IRT-SQEI 框架的“速度”维度强调加速旅游业发展进程，提高旅游业在经济中的比重。26 个村级尺度的案例地的“速度”维度得分均值为 4.34，其中，东部案例地得分均值为 4.37，中部得分均值为 4.10，西部得分均值为 4.56。23 个村以上尺度的案例地“速度”维度得分均值为 4.40，东部案例地得分均值为 4.17，中部得分均值为 4.33，西部得分均值为 4.71。

在旅游业的扩张与发展速度上，更大地域范围的村以上尺度的案例地在“速度”维度得分高于村级尺度的案例地，体现了资源整合与区域联动为地区旅游发展起到的重要作用。从区域分布来看，不论是村还是村以上尺度，西部地区的得分均高于东部和中部地区，展现出了西部地区在旅游经济发展上的潜力在近年来得到了激发，旅游发展有效缩减了西部地区与其他地区的经济发展差距。

2、质量维度

IRT-SQEI 框架的“质量”维度注重旅游发展的质量和长期可持续性。26 个村级尺度的案例地的“质量”维度得分均值为 4.38，其中，东部案例地得分均值为 4.38，中部得分均值为 4.46，西部得分均值为 4.30。23 个村以上尺度的案例地“质量”维度得分均值为 4.51，其中，东部案例地得分均值为 4.65，中部得分均值为 4.38，西部得分均值为 4.50。

在旅游发展的质量与可持续性方面，村以上尺度的案例地得分均值高于村级尺度，表明更大范围地区的旅游发展在质量和可持续性上表现更为突出。从区域分布来看，东部地区在村以上尺度的旅游发展中得分最高，显示出其在旅游质量和可持续性方面的领先地位。西部地区在村以上尺度的旅游发展中表现较好，但在村级尺度的旅游发展中得分较低，表明西部地区的旅游发展质量在基层发展维度上仍有提升空间。

3、外源性维度

IRT-SQEI 框架的“外源性”维度反映了旅游业发展借助外部资源的能力。26 个村级尺度的案例地的“外

源性”维度得分均值为 4.42，其中，东部案例地得分均值为 4.47，中部得分均值为 4.42，西部得分均值为 4.38。23 个村以上尺度的案例地“外源性”维度得分均值为 4.75，其中，东部案例地得分均值为 4.67，中部得分均值为 4.83，西部得分均值为 4.74。

在借助外部资源推动旅游业发展方面，村以上尺度的案例地得分均值显著高于村级尺度，表明更大范围的旅游发展在利用外部资源方面具有明显优势。从区域分布来看，中部地区在村以上尺度的旅游发展中得分最高，显示出其在吸引外部资源方面的强劲能力。西部地区在村以上尺度的旅游发展中表现也较为突出，表明近年来西部地区在政策支持和外部投资推动下，旅游业发展取得了显著成效。

4、内源性维度

IRT-SQEI 框架的“内源性”维度反映了旅游业发展依托内部资源的能力。26 个村级尺度的案例地的“内源性”维度得分均值为 4.27，其中，东部案例地得分均值为 4.30，中部得分均值为 4.21，西部得分均值为 4.31。23 个村以上尺度的案例地“内源性”维度得分均值为 4.42，其中，东部案例地得分均值为 4.33，中部得分均值为 4.37，西部得分均值为 4.55。

调研结果表明，在依托内部资源推动旅游业发展方面，村以上尺度的案例地得分均值高于村级尺度，表明旅游发展在更大范围内进行资源整合，效果更为突出。从区域分布来看，西部地区在村级和村以上尺度的得分均较其他地区高，表明国家对西部更大的政策支持力度起到了较好效果。



第二节 外源质量型

一、景区带村：湖南雪峰山的旅游经济共同体减贫模式

景区带村是以景区为主导的减贫模式，景区型企业以旅游业为核心构建共享经济平台，为村民提供旅游技能免费培训、创业扶持、就业吸纳、参与入股分红等，推动企业与居民形成合作共赢的利益共同体。

（一）案例背景

雪峰山是湖南省境内最大的山，覆盖范围涵盖四市十六个县（市、区），各村落散居于大山深处，集中了湖南全省 40% 以上的贫困人口。湖南雪峰山生态文化旅游有限责任公司（以下简称“雪峰山旅游公司”）自 2014 年 5 月成立以来，坚守旅游主责主业，主动联合当地党委、政府，以山水资源为依托、以贫困乡村为重点、以生态旅游为平台、以共同富裕为目标，将旅游公司与景区农民结成利益共同体，构建了共享旅游经济共同体的旅游扶贫模式。据统计，2022 年 1—6 月，雪峰山旅游完成营业收入 6453 万元，同比增长 2.44%¹⁰。

湖南省雪峰山符合外源质量型中的景区带村模式（图 2-3）。具体措施包括：第一，政府主导进行旅游景区开发与旅游设施修建。2017 年雪峰山旅游公司先后与溆浦县人民政府签订了 30 亿元生态旅游开发协议，并成立景区开发协调领导小组。为当地进行村寨公路修建、农田灌溉渠道维修、防洪堤坝与桥梁修建等。第二，旅游公司搭台，推广多手段帮扶工作。雪峰山旅游公司通过构建共享乡村民宿、旅游产品开发及安排就业、扶植创业、资源入股、组建农民合作社和组织传统文化表演队等方式，构建了旅游企业与乡村景区、农民的利益共同体，探索出文旅助力乡村振兴的新模式。第三，整合地方非遗资源，打造文化旅游品牌。雪峰山旅游公司瞄准市场需求，不断创新文化载体，对高庙文化、屈原文化、民俗文化、红色文化等和非物质文化遗产进行全力抢救、保护，形成了“锦绣潇湘·神韵雪峰”旅游品牌。综上所述，雪峰山依托于旅游景区公司，以景区带村的形式挖掘地

方山水资源，形成旅游企业与乡村农户的命运共同体，体现了外源质量型发展模式的显著优势。

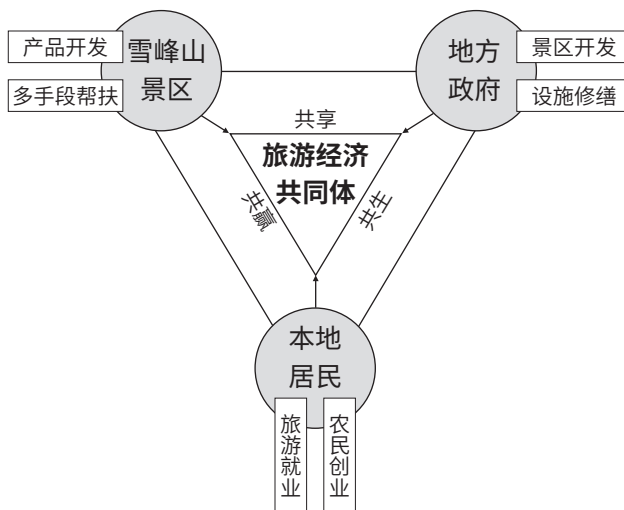


图 2-3 湖南省雪峰山景区带村模式
来源：自绘

（二）SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

雪峰山旅游公司在资源整合的基础上探索了共享旅游经济共同体减贫模式。公司坚持文化先行、生态为本和扶贫为要，以合作、合股、就业和慈善捐款等形式，带动当地群众脱贫致富。景区建设受益群众近 10 万人，辐射带动 4 镇 31 个贫困村 3.5 万余人贫困人口，减贫率为 100%。

2、目标 6：清洁饮水和环境卫生

雪峰山旅游公司投资 2000 万元修建穿岩山景区的统溪河休闲小镇观光大坝和防洪大堤；投资 500 万元维修了山背花瑶梯田景区和穿岩山景区农田灌溉渠道 12 条，共计 20 余公里，改善农田灌溉面积 1000 多亩，解决 500 多人生活用水困难，为当地居民的农业生产与生活用水提供了安全可靠的清洁水源。

3、目标 8：体面工作和经济增长

雪峰山旅游公司在景区开发建设中，搭建了管理、宣传、导游、客运、餐饮、住宿等多个工作平台，拓

展就业岗位 400 多个，并投入数百万资金支持景区内农民创业。公司组织多次免费教育培训，实现景区范围内的居民培训覆盖面达到 100%。当地居民通过参与到旅游业中，在收获了优质就业岗位的同时还提升了个人的职业技能。

（三）经验启示

1、构建共享共生、合作共赢的旅游扶贫经济共同体

雪峰山通过培育农产品品牌、构建共享乡村民宿、建设特色农产品加工作坊及安排就业、扶植创业等多种手段，实现景区与当地群众利益一体化，将“微行为”汇成“众力量”。雪峰山旅游公司与贫困山区的合作共赢，构建形成了共享的旅游经济共同体，辐射带动 31 个贫困村的经济提升，惠及 35000 余名贫困人口。这种共享共生共赢的旅游减贫模式取得显著成效，被原国家旅游局列为“旅游减贫示范项目”向全国旅游行业进行推广。



图 2-4 雪峰山旅游扶贫活动现场
来源：案例地提供

2、文化先行，整合地方遗产资源，打造民族特色文旅品牌

雪峰山是非遗文化、农耕文化、红色文化、抗战文化等各类文化的富集区，雪峰山旅游公司以“见人、见物、见生活”为理念，全力构建文旅融合新地标，展现了地域文化在新时代迸发出“亘古亘今，日新又

新”的活力。雪峰山旅游公司精心组织开展“文化和自然遗产日”非遗宣传展示、非遗购物节等非遗旅游宣传活动，精心打造地方特色旅游节庆品牌。不仅建设了花瑶挑花、呜哇山歌、龙灯舞、炭花舞等非遗传习所和一批非遗工坊、非遗村落、非遗集市，还推出情景剧《花瑶喜宴》、大型舞台剧《南国雪峰花飞花瑶》，开展了集娱乐、体验、观光于一体的插秧节、丰收节等活动。



图 2-5 雪峰山阳雀坡腊八节
来源：案例地提供

3、汇聚专家学者建立民间智库，大力扶助地方非遗传承人才

文化和旅游深度融合的成果，在于双重体验的叠加与展示，即在文化的引导下，呈现旅游体验；在旅游的引导下，展现文化体验。雪峰山旅游公司于 2014 年组建了雪峰山文化研究会，集聚了历史学家、考古学家、民俗文化专家、作家、诗人、书画家、音乐家等各路群英 150 多人，专门从事雪峰山区域文化研究与创作，成为湖南省旅游行业首家具有真正意义的民间文化智库，不仅提升了雪峰山旅游的文化“软实力”，还丰富了当地群众和广大游客的精神生活。此外，雪峰山旅游公司高度重视对非遗技艺传承者的扶持，对非物质文化遗产传承人通过聘为艺术顾问、直接帮扶、上岗就业、提供工作场所等不同形式，大力支持其研习、授业，鼓励他们把传统技艺代代承继、不断弘扬。

（四）挑战与提升建议：旅游发展与价值链整合

雪峰山当前面临的核心挑战在于缺乏统一的顶层规划引领，制约了区域旅游产业的价值链整合与提升。

因各地市间协同不足、企业合作有限，难以形成规模效应，使得“神韵雪峰”的整体品牌价值未能有效释放。为破解这一发展困境，建议雪峰山实施区域协同发展战略，可由省级层面牵头制定雪峰山旅游产业协同发展规划，同时设立雪峰山文旅融合发展基金，重点支持非遗活化、文创研发等增值产品，推动文化旅游资源向体验式消费产品转化，最终实现从分散经营到全域价值链整合的转型升级。

二、地企共建：西藏林芝华侨城南山国际汽车营地助力乡村振兴

地企共建模式是指企业利用自身优势技术，在旅游项目全程为贫困乡村提供指导，优化旅游产业。双方构建深度利益互惠机制，共同投入、协作，共享旅游发展带来的收益，致力于提升贫困地区旅游产业的质量与效益，实现可持续发展。

（一）案例背景

林芝市位于西藏自治区东南部，曾面临产业单一、村民增收困难的挑战。在此背景下，林芝华侨城南山国际汽车营地应运而生。作为广东省重点异地产业扶贫项目，该营地由深圳市南山区与华侨城集团共同投资建设，经营收入用于支持察隅县扶贫工作。营地坐落于林芝市巴宜区多布村，紧邻林拉高等级公路与 318 国道交汇处，交通便利，自然风光优美，吸引大量游客。在汽车营地等旅游项目的助力下，林芝旅游发展取得显著成效。2023 年，林芝市全年累计接待国内外游客 1317 万人次，旅游总收入 116.44 亿元¹¹。

林芝华侨城南山国际汽车营地符合外源质量型中的地企共建发展模式（图 2-6），其建设发展分为三个阶段。第一阶段是合作建设，由政府发挥引导与协调作用，为营地建设提供土地资源与政策引导，为营地后续发展奠定基础。而企业则负责规划设计与建设施工，由深圳市南山区与华侨城集团共同投资开发，提供专业技术支持并投入资金成本。第二阶段是运营管理，企业负责管理与运营，从而带动当地居民的就业与培训，汽车营地项目共有员工 40 位，其中藏族员工 13 位，有效帮助了村民在“家门口”就业¹²。

第三阶段是利益分配与反哺，营地经营收入用于对口支援察隅县的扶贫工作，形成企业与当地深度利益联结机制。村民通过营地就业获得收入，实现脱贫增收；企业则通过良好的运营获得经济效益与社会效益，提升企业形象。综上所述，林芝华侨城南山国际汽车营地凭借企业与地方政府的紧密合作，充分发挥企业优势与地方特色，在旅游扶贫与乡村振兴方面成果斐然，彰显了外源质量型地企共建发展模式的效能，为区域可持续发展注入强劲动力。

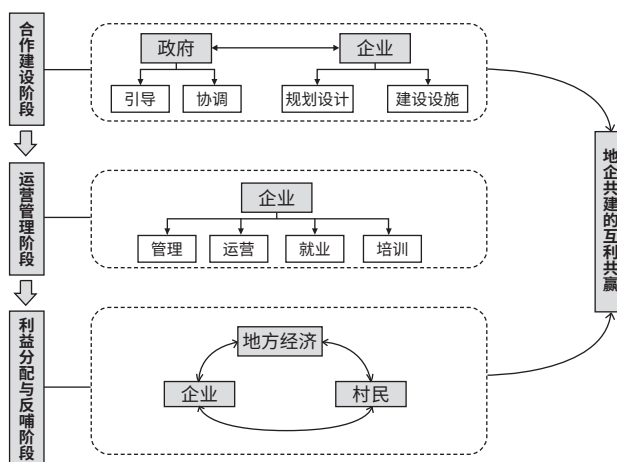


图 2-6 南山国际汽车营地地企共建模式
来源：自绘

（二）SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

南山国际汽车营地作为扶贫项目，通过多种方式帮助消除贫困。营地在入口农田种植青稞，并与村民协商收益分成，为村民提供稳定经济来源；同时吸纳当地村民就业，解决了 40 户家庭的就业问题，帮助当地居民增加收入，包括藏族、侗族、白族、彝族等少数民族，有效推动了脱贫进程。

2、目标 7：可负担的清洁能源

营地在建设和运营过程中注重清洁能源的使用。营地配备了 24 小时地暖、无线 WiFi 及智能化设施设备，这些设施在运行过程中采用了当地可获取的清洁能源，如太阳能、水能等，减少了对传统不可再生能源的依赖，提高了能源利用的可持续性，

有助于实现人人获得可负担、可靠和可持续的现代能源的目标。

3、目标 8：体面工作和经济增长

营地为员工提供专业技能培训，帮助他们适应工作标准和现代化社会对人才的要求。通过提升员工职业技能，确保他们能胜任岗位，获得体面的收入。同时，营地的发展也带动了餐饮、交通等相关行业的就业机会，促进了当地居民的充分就业，推动了经济增长。

4、目标 15：陆地生态

在规划和建设过程中，汽车营地坚持生态优先，实施绿色开发。项目因地制宜，通过结合景观、产品与流线，利用现有地形与植被，依山势设计，最大限度保留松树、青冈树等原生植被，减少对环境的破坏，有效保护当地生态系统，推动生态可持续发展。

(三) 经验启示

1、锚定需求专长，政企精准合作激发发展潜能

政府与企业的精准合作是可持续发展的关键。政府应调研本地需求，结合企业专长，利用政策和资源保障吸引企业投资。企业则需发挥专业优势，推动地方发展。以深圳市南山区与华侨城集团在林芝的合作为例，政府提供税收优惠、简化审批和土地保障，推动汽车营地项目落地；企业则投入资金、技术和管理，负责规划、建设与运营，形成高效政企合作模式。



图 2-7 汽车营地鸟瞰图
来源：案例地提供

2、聚焦地域禀赋，精心雕琢特色激发发展活力

挖掘并利用地方独特的自然与文化资源是打造核心竞争力的关键。各地在发展旅游或产业时，应将本地特色融入产品与服务设计。南山国际汽车营地将林芝的自然风光与藏族文化结合，推出具有藏族风情的特色住宿和丰富的文化体验活动，如藏装拍摄等，极大提升了旅游产品的吸引力。



图 2-8 汽车营地特色酒店
来源：案例地提供

3、深耕产业协作，打造利益共享达成多方共赢

在项目推进中，企业与地方建立紧密的利益联结，实现相互促进。一方面，项目应推动当地产业发展，促进经济多元化；另一方面，要确保地方居民受益，推动互利共赢。南山国际汽车营地将经营收入用于扶贫，不仅带动餐饮、交通等相关产业发展，提升了当地贫困居民的就业收入与生活水平，还有效提升了企业形象，实现了公司社会责任的远大图景，形成了产业协同效应。

(四) 挑战与提升建议：基础设施与公共服务

林芝汽车营地当前面临的核心挑战在于基础设施与公共服务无法满足旅游发展需求。主要表现为旺季交通拥堵、公共交通不便，营地内水电供应不稳定、卫生设施不足且休闲设施缺乏。尽管营地凭借地理位置和特色服务在旅游市场中占据一定份额，但基础服务短板限制了进一步发展。为突破这一瓶颈，可与交

通部门协作优化周边道路，如设潮汐车道、应急通道，增加公交班次并开通市区到营地的直通车；在营地内部，全面检修升级水电设施，增加储水和供电设备，合理增设卫生设施并加强清洁管理。

三、贷款引导：世界银行保护甘肃文化遗产，惠及百姓生活

贷款引导模式是外部金融企业或组织通过向贫困地区注入资金，引导其定向发展的减贫模式。这种模式利用金融贷款作为启动资金，引导贫困地区发展旅游业，带动经济发展，实现为贫困人口增收减贫的目的。

（一）案例背景

甘肃省张掖市的马蹄生态文化旅游区，地处祁连山国家级自然保护区实验区内，是重要的文化遗产地，也曾是脱贫重点地区。2005年，经国家批准借用世界银行贷款实施甘肃文化自然遗产保护与开发项目，马蹄生态文化旅游区是其中典型。马蹄生态文化旅游区凭借独特的石窟文化，在世界银行贷款援助下大力推进文旅融合，不断加强文物保护，开发文创产品，完善基础设施，并开展从业者培训，提升服务质量。近年来马蹄生态文化旅游区旅游产业蓬勃发展，2024年接待游客48万人次，门票收入超2400万元，有力促进了当地经济发展与乡村振兴¹³。

世界银行的贷款援助马蹄生态文化旅游区符合外源质量型中的贷款引导模式（图2-9）。具体运作链条为：首先是外部资金定向投入。马蹄生态文化旅游区的贷款主要来源于世界银行，世行贷款马蹄生态文化旅游区项目总投资2353.75万元，其中申请世行贷款205万美元，配套资金775.25万元。通过外部资金注入，一是定向撬动了文化遗产保护，资金重点用于马蹄生态文化旅游区的文化遗产保护工作，如石窟修缮、文物加固等；二是推动旅游基础设施完善与升级，包括景区道路、供水系统、电力设施以及游客中心建设等；三是完善公共服务配套，如停车场、厕所、污水处理系统等公共服务设施，全面改善景区硬件条件。最后，以景区改善和就业赋能为核心，实现旅游减贫与可持续发展。随着景区环境的显著改善，马蹄

生态文化旅游区的游客数量大幅增长，形成了稳定的客源市场。依托不断增长的景区客流量，周边马蹄村、药草村等村落的村民积极参与到旅游经营中，开展民族特色餐饮、手工艺品销售、牵马服务等业态。景区的升级发展还催生了导游、安保、保洁等一系列就业岗位，吸引了大量年轻人回流。综上所述，马蹄生态文化旅游区依靠世界银行的贷款支持与多方协作，深度挖掘文化遗产价值并改善旅游基础设施，展现了外源质量型贷款引导发展模式的显著成效，为当地的乡村振兴和可持续发展提供了有力支撑。

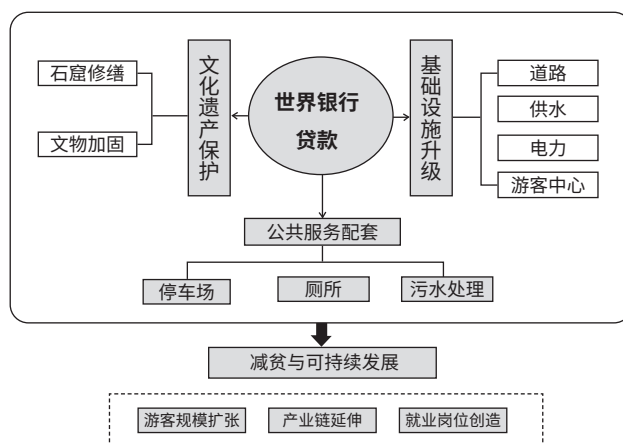


图 2-9 甘肃省马蹄生态文化旅游区贷款引导模式
来源：自绘

（二）SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

马蹄生态文化旅游区的发展有力地带动了周边马蹄村、药草村、小寺儿村、长岭村、大都麻村村民增收致富。通过发展旅游产业，马蹄生态文化旅游区为当地村民提供了多种增收途径，如从事民族特色餐饮、纪念品销售、牵马服务等，使得村民们摆脱贫困，生活水平显著提高。例如，小寺儿村有40余名村民通过在景区内经营门店或提供服务，每年增收3-5万元¹⁴。

2、目标 8：体面工作和经济增长

随着马蹄生态文化旅游区的不断发展壮大，为当地居民创造了大量丰富多样的就业岗位，涵盖导游、安保、保洁、餐饮服务、纪念品销售等多个领域。同时，

景区还积极组织各类技能培训，提升从业人员的服务水平和专业技能，使居民能够获得更高质量和有保障的工作。

3、目标 11：可持续的城市与社区

马蹄生态文化旅游区在发展过程中注重基础设施的建设。新建了停车场、公共厕所等设施，并且这些设施当地居民可免费使用，极大地改善了当地的生活条件。同时，景区的发展推动了周边乡村旅游的兴起，促进了区域经济的发展，增强了社区的可持续发展能力，有助于建设包容、安全、有风险抵御能力和可持续的城市及人类住区。

4、目标 15：陆地生态

马蹄生态文化旅游区处于祁连山国家级自然保护区实验区内，景区实施了一系列环境保护工程，积极开展生态保护工作。景区发动全体员工进行景区绿化与美化，同时认真做好植被与动物保护工作。多年来一直坚持监测植被涵养情况，并对蓝马鸡、灰喜鹊、狍鹿等野生动物进行投食与照料。野生动植物物种资源得到有效保护，各生物种群的栖息环境得到进一步改善。

5、目标 17：全球伙伴关系

世界银行贷款支持马蹄生态文化旅游区项目，促进了国际合作与资源共享，体现了全球伙伴关系在推动地方发展中的重要作用。这种合作模式为其他地区提供了借鉴经验，有助于加强不同国家和地区之间在文化遗产保护、旅游发展等领域的交流与合作，推动全球伙伴可持续发展目标的实现。

（三）经验启示

1、精准运用外部资金，合理撬动内生动力

世界银行的贷款为马蹄生态文化旅游区的发展提供了关键的资金支持，用于文化遗产保护和基础设施建设等重要领域，确保外部资金能真正激发本地的内生动力，实现可持续发展。这启示其他地区在发展过

程中，各地应积极寻找与自身发展需求相匹配的外部资金渠道，合理引入国际组织或其他外部机构的资金，推动本地项目的开展。



图 2-10 马蹄寺游客服务中心
来源：案例地提供

2、扎实推进文化遗产保护，有效释放民生改善红利

马蹄生态文化旅游区将文化遗产作为推动经济发展的重要资源，利用世行资金修缮石窟、完善基础设施，既保护了文化遗产，又提升了旅游吸引力。游客量的大幅增长带动村民增收，实现了“保护 - 开发 - 共享”的良性循环。这一路径的关键在于认识到文化遗产的双重价值，通过合理开发提升其经济效益，再将收益用于进一步保护和改善民生，形成可持续发展模式。



图 2-11 陈列馆防水工程施工
来源：案例地提供

3、巧妙对接国际合作，激发本土实践潜能

全球经验需与本土实际相结合，避免“一刀切”。世界银行提供资金和技术，由甘肃本地团队主导实施，结合当地特色设计旅游产品。在合作过程中，引入国际标准的同时也保留了本地传统，通过长期合作形成迭代升级的伙伴关系。这一模式为国际合作提供了良好范例，其他地区在开展国际合作项目时应充分考虑本地实际情况，发挥本土优势，实现国际经验与本土实践的深度融合。

（四）挑战与提升建议：文化资源的宣传与保护

马蹄生态文化旅游区当前面临的核心挑战在于宣传方式较为传统、保护手段相对单一。尽管马蹄生态文化旅游区拥有独特的石窟文化，在世界银行贷款援助下旅游产业有所发展，但文化资源的独特魅力未得到充分展现，对游客吸引力受限，且在文化遗产保护方面，缺乏创新举措。为突破这一发展瓶颈，建议马蹄生态文化旅游区可创新文化资源宣传方式，利用新媒体平台，制作精美的短视频、直播等，展示石窟文化的魅力；并通过举办石窟文化节、艺术展览、学术论坛等活动，吸引更多游客关注。

四、技术指导：旅游脱贫的云南元阳“阿者科计划”

技术指导模式是指外部组织派遣专业技术指导团队，通过全过程陪伴式指导，丰富乡村旅游产品和业态，完善治理规则，培养契约精神及村民领导管理能力，促成本地村民实现自治的一种模式。

（一）案例背景

阿者科村位于云南省红河哈尼族彝族自治州元阳县红河哈尼梯田世界文化景观核心保护区内，是典型的哈尼族聚居村，居住着 65 户 365 名群众。阿者科村以乡村旅游为支撑、民族文化为引领、乡土特色为依托，将旅游、文化和农业有机结合起来，探索出一条以外技术赋能本地村民推进乡村全面振兴的新模式。自 2019 年 2 月发展乡村旅游以来，截止 2024 年 12 月，阿者科村累计接待国内外游客 19.8 万人次，实现旅游总收入 519.4 万元¹⁵。“阿者科计划”作为

全球旅游减贫的中国方案广受瞩目，阿者科村于 2024 年 11 月 15 日当选联合国旅游组织“最佳旅游乡村”。

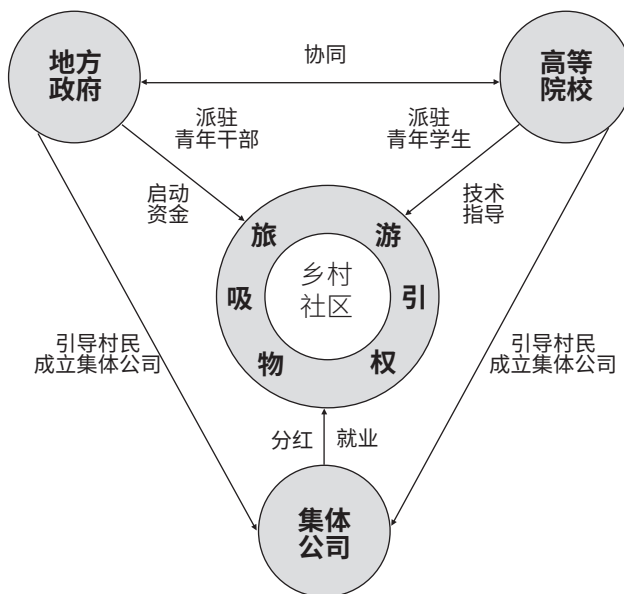


图 2-12 云南省元阳阿者科村技术指导模式
来源：自绘

具体而言，阿者科村采用内源质量型技术指导的发展模式（图 2-12）：一方面，在地方政府统筹下，建立“人才下沉 + 资金注入”双轨机制，选派青年干部驻村并设立专项启动资金；同时，引入中山大学旅游学院，提供科研人才与技术指导，援助范围涵盖村落规划、遗产保护、旅游开发等多领域。在外部双重力量的帮助下，引导村民成立集体旅游公司，为乡村注入新鲜血液。该模式依托旅游吸引物产权观点¹⁶，引导村民以传统民居建筑、梯田以及活态人文景观等共有的象征性旅游吸引物产权进行入股。集体公司则定期召开全村分红大会，同时也为村里提供就业机会，最终实现了阿者科村资源变资产、村民变股民的转变。其中，旅游吸引物分红原则为：旅游收入三成归集体公司，七成归村民，村民分红再按四部分执行（传统民居保护分红 40%、梯田保护分红 30%、居住分红 20%、户籍分红 10%）。随着计划的实施，阿者科村发生了显著变化：一方面，接待国内外游客数量增加，旅游总收入提升，孵化出多个个体经营户，村民实现家门口就业和旅游分红的双收入；另一方面，通过优化民族文化遗产与教育工作，本地的乡土人才得到培育，村民教育意识得以提升。总的来说，当地政府依托于中山大学团队的专业技术指导，实现了阿者科村

的旅游可持续发展，体现了技术指导在旅游减贫与乡村振兴中的重要作用。

（二）SDG 目标实现

1、目标 1：消除贫困

驻村团队为阿者科村打造传统村落观光项目和深度定制游项目，经过全村努力，截至 2024 年 12 月，阿者科村累计营收超过 500 万元，累计分红 233 万元，户均累计分红超过 3 万元，直接帮助全村贫困户全体脱贫¹⁷。阿者科乡村旅游在项目团队带领下，让每一户村民实实在在享受到了遗产保护与旅游发展带来的经济效益。

2、目标 4：优质教育

驻村团队在阿者科村完成村史馆的筹建工作，并建设有阿者科村历史文化展厅、图书阅览室、公共交流空间等。同时招募大学生义工成立阿者科学社，长期组织辅导村内留守儿童在村史馆开展文娱活动、读书、绘画、电影分享沙龙等，激发儿童的学习兴趣、培养良好的学习习惯，并加强其对哈尼族传统文化的认知，让留守儿童在课堂外也能享受优质教育。

3、目标 11：可持续的城市与社区

阿者科村集体旅游公司成立后雇请村民日常打扫村寨，同时还通过村规民约引导村民做好门前“三包”工作（包卫生、包绿化和包秩序），定期开展村内大扫除。此外，公司还顺利完成道路交通、旅游公厕、污水处理、传统民居室内改造等工作。相比之前，阿者科村人居环境在旅游发展的驱动下得到显著改善，变得更加宜居宜业。

4、目标 15：陆地生态

阿者科村在旅游发展过程中坚持保护优先，守护活态遗产。阿者科把保护“森林、村寨、梯田、水系”摆在首要突出位置，将传统民居、梯田耕种、森林水源养护等遗产保护内容纳入村规民约，成立梯田管理委员会，实现生态和村落保护常态化监管，并复兴传

统“赶沟人”等农耕文化制度，有助于实现阿者科村的山地生态系统可持续发展。

（三）经验启示

1、技术人才长期驻村，赋能乡村陪伴式成长

以高校为代表的外部力量凭借科研和创新优势，为乡村发展持续赋能。在阿者科村，中山大学先后派出 20 余名研究生组成驻村团队，在乡村发展过程中提供全方位的技术指导。在旅游公司运营方面，驻村团队不仅指导日常经营管理，还针对村民技能短板，如写字、普通话、记账、基础英文及电脑操作等，进行手把手教学。在文化建设方面，组织开展各类文化活动，建立乡村图书馆，定期放映电影，丰富村民精神文化生活。



图 2-13 阿者科村旅游分红大会现场
来源：案例地提供

2、创新内外部利益联结机制，推动保护与发展的良性循环

阿者科村建立了以村集体旅游公司为核心的利益联结机制。村民以梯田、房屋等资源入股，成为旅游发展的直接参与者和受益者；政府通过政策支持、资金投入等方式，推动旅游基础设施建设和公共服务提升，促进乡村产业发展；高校则提供技术援助和智力支持，助力旅游规划、管理和营销等方面的优化升级。上述创新机制在促进村民增收致富的同时，也进一步激发了村民保护梯田、传统民居的积极性，实现了保护与发展的良性循环。



图 2-14 驻村人员组织村民大会
来源：案例地提供

3、推动村民旅游吸引物权意识觉醒，激发乡村内生动力

通过技术援助，引导和催发本地村民旅游吸引物权意识是激发乡村动力的根本途径。经过驻村团队接力式能力培训，如农业技术培训、旅游服务技能培训、文化传承培训等，有效提高了村民的生产经营能力和文化素养。不少妇女学会了织染布艺等传统手工艺制作，不仅可以传承民族文化，还能通过制作手工艺品增加经济收入。此外，还专门对村里留守儿童进行教育帮扶，通过筹建乡村图书馆、组织阿者科学社、设立教育奖励金等方式鼓励村里孩子读书学习，提升科学文化素质，为村庄的长远发展奠定了坚实基础。实践证明，“旅游吸引物权”的创新试验显著激发了乡村的内生动力，为旅游资源产权实践贡献了中国方案。

（四）挑战与提升建议：社会可持续性

阿者科当前面临的核心挑战在于遗产原真性保护与村民开设农家乐迅速增长之间的矛盾。在驻村团队的指导下，阿者科村已初步建立了村民对集体公司的自主经营能力，但相对而言个体村民的经营行为还比较难以管理，正面临着乡村原真性与旅游商业化之间可能的失衡问题。为突破这一发展瓶颈，建议阿者科村采用“适度商业化”发展策略。在旅游开发中既注重保持乡村原真性和生活气息，也加强对旅游市场的调研和分析，根据游客需求及时调整旅游产品和服务，打造具有文化内涵的旅游产品，实现适度商业化。

第三节 外源速度型

一、企业帮扶：北京抖音成为文旅扶贫新抓手

企业帮扶属于典型的外源偏利共生模式，可快速构建与贫困地区的政府、社区的减贫共生网络。其中，外部大型企业凭借行业专业知识与推广渠道，占据网络中心位置，短期内减贫带动效应突出。

（一）案例背景

贫困地区由于宣传推广、市场价值挖掘、平台搭建等能力不足，经济发展受限。2018 年，抖音集团正式启动“山里 DOU 是好风光”文旅扶贫项目，通过新媒体培训、流量倾斜、标准建设等服务和支持，实现精准扶贫。2022 年起，依托抖音生活服务业务深化项目，通过短视频、直播等功能，推动乡村文旅产业数字化升级。随着“抖音乡村计划”推进，乡村实现产业提质增效、文化广泛传播、农户经济增收。截止 2024 年 12 月底，项目累计覆盖 6 万个乡村文旅经营主体，带动文旅交易额 50 亿元，游客约 2265 万人次¹⁸。

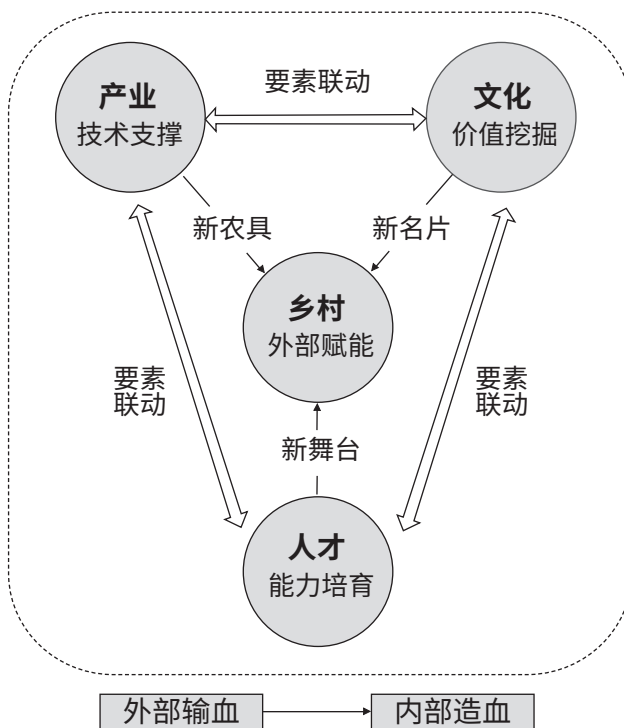


图 2-15 北京抖音集团企业帮扶模式
来源：自绘

抖音集团的乡村项目符合外源速度型中的企业帮扶模式（图 2-15）。聚焦“产业 - 文化 - 人才”三大要素，构建外部企业赋能乡村发展的路径：一是将“短视频 + 直播”打造为乡村“新农具”，依托抖音电商和抖音生活服务等业务能力，通过优质内容和平台技术助推地方特色农货销售与旅游产品线上交易，为乡村核心产业提供精准扶持；二是挖掘文化特色打造乡村“新名片”，将非遗文化与旅游产品创新结合，并通过宣传大使共创内容，以短视频、直播形式呈现乡村文化故事，推动文旅融合；三是依托数字培训搭建乡村“新舞台”，实施“乡村英才计划”等人才项目，面向本地经营主体开展新媒体培训，并扶持本地带头人，带动村民参与电商和文旅经营，培养乡村发展的内生力量。综上所述，抖音集团充分发挥互联网公司的平台优势，为乡村旅游发展注入外部企业力量，从而实现快速出圈，体现了“外源速度型”企业帮扶模式的优势。

（二）SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

抖音集团依托算法优势精准分发流量，打通贫困地区信息渠道，推动文旅扶贫项目在河南栾川、山西永和、贵州荔波等 9 个国家级贫困县落地。通过流量扶持等手段，为贫困地区提供 55 亿次流量支持，带动 10 万余贫困人口从旅游产业中获益。

2、目标 4：优质教育

抖音集团聚焦于职业技能与数字素养，为贫困地区提供新媒体技能教育，培养本土人才。采用线上线下相结合的培训模式，围绕乡村特色挖掘、线上平台操作等内容开展案例教学，使本地人才掌握短视频运营、直播带货等能力，培育乡村内生力量。

3、目标 8：体面工作和经济增长

抖音集团在帮扶地区开展新媒体人才培训，面向景区工作人员、乡村经营主体及自媒体从业者，系统教授内容创作、直播运营等技能，培育本土网红与专业运营团队，助力贫困地区构建自主内容生产与流量

获取能力，为本地创造可持续的就业机会。

4、目标 9：行业创新与基础设施

抖音集团将大数据、人工智能等技术深度融入乡村文旅场景，开展乡村数字基建。通过 POI（Point of Interest，兴趣点）地理定位数据实现“内容 - 位置 - 消费”智能链接，旅游者可通过短视频定位景区、民宿并完成线上交易，本地企业也可在线认领点位、上架产品，极大提升了乡村数字化运营能力。

（三）经验启示

1、先进科技赋能，弥补乡村数字化建设短板

依托大数据与人工智能算法，构建“技术 + 场景”融合体系：一方面，将短视频内容与景区、民宿等线下点位智能链接，用户刷视频时可直接定位消费场景并完成线上交易，打通消费闭环；另一方面，借助算法精准分发流量，为安徽西溪南民宿产业带、黄山鱼灯非遗体验等特色项目提供定向流量扶持。技术的应用有助于推动贫困地区开展数字基建工程，完善数字化基础设施建设短板，以科技力量激活乡村文旅产业发展新动能。



图 2-16 非遗传承人一对一培训
来源：案例地提供

2、文旅扶贫先行，推动乡村产业融合发展

发挥平台流量与内容生态的双重优势，以线上流

量撬动市场需求。例如，通过发起地域特色挑战赛（如“湖南 DOU 是好风光”），邀请头部宣传大使（如房琪）深度共创优质短视频，将乡村文旅资源转化为可视化内容，吸引用户参与打卡消费。在这个过程中，开展“短视频+直播+产品销售”线上营销推广系列活动，紧密结合导游资源，助销当地特色土特产与文旅产品。期间，抖音集团为各类乡村经营主体提供绿色通道服务，由专人支持平台入驻、商品上线等工作，助力乡村特色产业融合发展。

3、乡村人才培育，发掘乡村本土年轻人才

基于人才项目开展新媒体运营培训，构建起乡村后备人才体系。依托于新媒体运营、直播带货等实操课程，陆续培育出广西巧妇九妹等本土带头人，其通过短视频推广农产品销售，带动周边农户增收。培训体系以“学用结合”为基本原则，提供流量扶持，帮助学员掌握内容创作、线上交易等技能。例如，抖音集团扶持湖南德夯村苗鼓传承人开展文化体验项目，并进一步吸引其他居民参与村庄旅游产业，形成“人才带产业、产业聚人才”的良性循环。截止 2024 年 11 月底，“乡村英才计划”等人才培训项目已面向贵州、四川、山东等全国 25 个省市，累计培训 5.1 万人次¹⁹，为乡村发展注入内生动力。

（四）挑战与提升建议：旅游发展与价值链整合

乡村文旅产业链条上连接着形态各异、各种类型的经营主体，这些主体所面临的经营难题差异很大，数字化的能力也差异很大。如何通过运营手段，对不同发展阶段的经营主体发挥最大的效用和价值，是当下主要难题。建议北京抖音集团对商家、景区、民宿主等不同类型的经营主体做分层管理和运营，发挥不同行业以及不同类型商家的助农作用，促使价值收益最大化。

二、政府帮扶：浙江杭州萧山对口帮扶贵州从江

政府帮扶模式从构建共生网络的实施主体角度出发，主要是指经济发达与贫困地区政府结对帮扶，发达地区政府鼓励企业、社会资本等参与对接，通常采用对口支援的方式，涵盖了产业扶持、招商引资、结

对帮扶等多种手段。

（一）案例背景

从江县地处黔东南苗族侗族自治州东南边缘，地方偏远，旅游扶贫困难。2013 年，杭州萧山与从江县结对帮扶，采取“走出去、请进来”的模式不断加强两地旅游扶贫合作，帮扶工作效果凸现。脱贫攻坚工作结束以来，从江县乡村旅游经济仍呈现持续发展的态势。2023 年，从江县全县接待游客 418.18 万人次，实现旅游综合收入 45.84 亿元，分别同比增长 26.87%、38.07%²⁰。

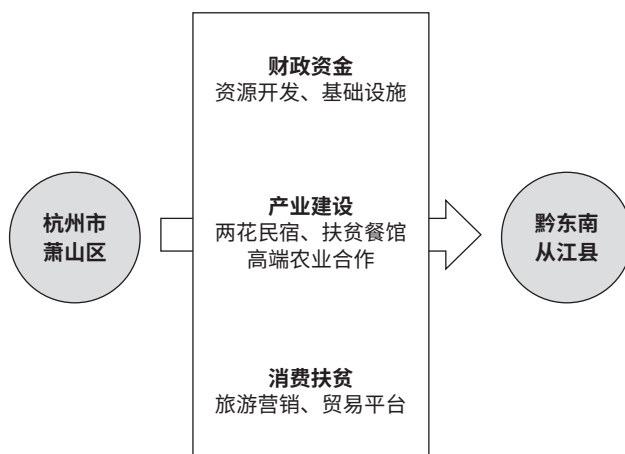


图 2-17 浙江省杭州市萧山区对口帮扶贵州从江模式
来源：自绘

杭州萧山对口帮扶贵州从江属于典型的政府帮扶模式。为有效解决从江县的旅游扶贫困境，萧山区采取了一系列措施（图 2-17）。首先，投入财政帮扶资金参与旅游资源开发与基础设施建设。截止 2021 年 5 月，萧山累计投入财政帮扶资金 16420 万元，引导社会帮扶资金 4548.72 万元²¹。其次，依托资源禀赋大力建设特色产业平台，培育地方新兴业态。一是打造两花民宿。让村民以闲置房屋入股参与运营与分红实现增收，有效带动贫困户增收。二是开设扶贫餐馆。通过“萧从烩扶贫餐馆”和“萧从荟京东馆”带动了餐饮、特产和文化互融。三是开展高端农业合作。萧山牵线成立苗木产业合作社，将从江打造为民族文化养心圣地，投资发展非遗文化以带动旅游产业。最后，多力齐发推动消费扶贫，提升地方旅游营销与人才交流合作。萧山通过展销会、购物节等活动推动消费扶贫，以文旅局在景区、线路、人才方面的交流合

作和支持企业媒体合作，不断巩固两地结对帮扶的旅游扶贫成果。综上所述，杭州市萧山区充分发挥其经济与技术优势，有效帮扶贵州从江县提升旅游发展能力，充分体现了外源速度型政府帮扶模式下的对口支援优势。

（二）SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

萧山区在奎里风情园的扶贫餐馆，公司负责经营并签订逐年分红的利益联结模式合作，增加农户收入和村集体经济；在岜沙、加榜等景区，每年上万人次的杭州籍游客，直接带动老百姓致富增收。此外，萧山区还通过展销会、购物节等活动推动消费扶贫，助力从江县农副产品对外销售。

2、目标 8：体面工作和经济增长

萧山区十分重视对从江县培训就业相关帮扶工作的开展。萧山选派多名专家型导师赴从江开展评讲课、专题讲座、展示课等活动。2018 年萧山组织 37 家企业多次到从江开展专场招聘活动，共计提供就业岗位 6000 多个，带动 273 名贫困人员实现就业²²。

3、目标 10：社会平等

萧山区帮扶从江县不仅帮助从江县实现了脱贫摘帽，还在缩小地方贫富差距、促进社会平等方面作出了重要贡献。通过产业帮扶、教育帮扶、社会保障帮扶和就业帮扶等多层次措施，萧山区帮助从江县的贫困人口实现了经济增收、能力提升和生活改善，有效缩小了贫富差距，促进了社会公平。

4、目标 12：可持续的消费与生产

萧山依托自身电商优势，开设从江县农产品销售专区，通过展销会、电商销售等形式与从江共同开展了一系列宣传营销活动，从而拓宽农产品销售渠道。萧山区政府倡导萧山企事业单位及市民采购从江农特产品，为贫困户增收。线上线下相结合的“消费扶贫”模式为从江县的农副产品提供了绿色、可持续的销售

渠道。

（三）经验启示

1、引导社会资金大力推动旅游产业建设，形成旅游共生网络

萧山充分发挥其经济优势，积极引导社会资金整合投入到从江县旅游资源的发展中。两地政府与企业合作，共同规划、开发了一系列具有地方特色的旅游项目，如两花民宿、扶贫餐馆和农特产品专售项目等。值得一提的是，2018 年投资近千万打造的高端的两花民宿依托于独特的加榜梯田景观，不仅为游客提供了优质的住宿体验，更与从江县的自然风光、民族文化等形成了共生网络，使得旅游产业成为了从江县的重要经济增长点。

2、倡导消费扶贫，拓宽销售渠道以促进旅游增收

消费扶贫是杭州萧山帮扶从江县旅游减贫的重要策略之一。萧山通过“以购代捐”“爱心购”“展销会”等模式为贫困户增收。在各景区景点、宾馆饭店、游客集散中心开设农产品销售专区，拓宽农产品销售渠道。此外还通过展销会、电商销售等与从江共同开展了一系列宣传营销活动。例如在电商大促之际，萧山依托自身电商优势，以“从江特色馆”为载体，开展“618 消费扶贫专场”，为广大市民提供从江稻花鱼、香菇等产品，助力“黔货”出山。



图 2-18 从江县加榜梯田景观
来源：案例地提供

3、增进两地旅游人才交流学习，“造血式”培育地方人才力量

为了提升从江县的旅游管理和服务水平，杭州萧山与从江两地积极开展旅游人才交流学习。阿里巴巴萧山产业带与从江县签署电商帮扶合作协议，通过开展线上线下各类电商培训班，帮助当地旅游从业者提升专业技能和服务质量，促进学员电子商务销售技能提升。通过“造血式”扶贫增强贫困地区的自我发展能力，为从江县旅游业的长期发展培养了一批具有专业素养和实践经验的旅游人才。



图 2-19 从江县稻花鱼丰收
来源：案例地提供

（四）挑战与提升建议：基础设施与互联互通

从江县当前面临的核心挑战在于旅游交通基础设施的发展滞后，这一问题已成为制约当地旅游资源价值转化的关键瓶颈。尽管县域内旅游资源禀赋优越，但受限于崎岖的山地地形，景点间通行时间过长，导致游客体验度大幅降低。现有路网体系不仅无法满足游客舒适出行需求，更阻碍了“快旅慢游”现代旅游模式的实现。为破解这一发展困境，建议从江县将旅游交通升级作为未来旅游发展的重点攻坚方向，通过构建外联内畅、互联互通的旅游交通体系，从根本上突破地形制约，为旅游产业高质量发展奠定基础。

第四节 内源质量型

一、合作社带动：开发与保护并重的新疆阿勒泰古村落

内源质量型中的合作社带动模式着重以集体协作凝聚力量，把乡村人力与资源优势转化为旅游发展动能，以规范运营与标准构建优化产业生态，持续招揽村民投身旅游产业建设，让村民均沾发展福利，切实促进当地经济提升与乡村繁荣进步。

（一）案例背景

禾木哈纳斯蒙古族乡隶属新疆阿勒泰地区，地处阿尔泰山脉中麓，北接哈萨克斯坦和俄罗斯，东邻蒙古国，下辖哈纳斯村与禾木村两个行政村。这里的古村落因地理条件差、产业单一，曾面临人口流失、建筑失修、文化传承断代等困境。近年来，在乡村振兴战略推动下，当地政府以旅游业破局，由马队合作社整合马匹资源提供特色项目，民宿合作社规范管理提升竞争力，带动多产业协同发展。2024 年全年，禾木乡接待游客量超过 200 万人次，村集体收入突破 600 万元²³，旅游业在推动当地可持续发展进程中贡献突出。

禾木乡符合内源质量型的合作社带动模式（图 2-20）。此合作社带动模式极具特色：一是资源整合。多个合作社深挖自然与文化资源，马队合作社利用马匹推出观光路线，民宿合作社改造传统民居保留原始风貌，为游客提供特色体验。二是产业协同。以文化旅游为核心，餐饮、手工艺品的多种特色产业兴起，如村民制作烤馕等美食，传承哈萨克族、蒙古族等民族的传统手工艺并销售产品，有效延长了旅游产业链。三是文化遗产保护。禾木乡高度重视民俗文化的保护与传承，通过举办那达慕大会、阿肯弹唱会等活动，展示赛马、歌舞等文化形式，鼓励年轻人学习并传承手工艺、服饰制作等非遗，让古老文化在旅游中延续弘扬。四是全民参与共享。在合作社组织下，村民积极参与到马匹饲养、民宿经营、餐饮制作、导游服务等各环节，居民收入的提升有效激发了居民参与旅游业的热情，体现出该模式的独特优势与活力。综上所述，禾木乡古村落依托本地资源，借助合作社力量发动村民全民参与，实现了资源整合、产业协同、文化

传承和全民共享，充分发挥内源质量型模式的优势。

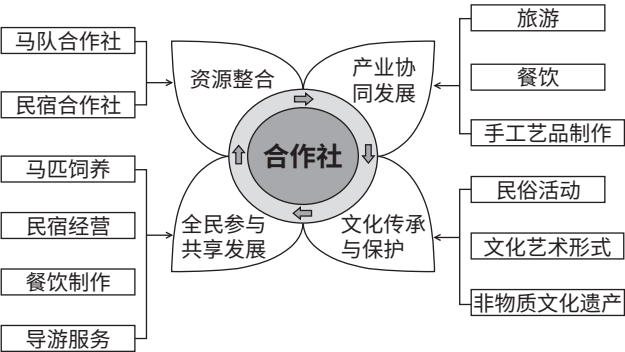


图 2-20 新疆阿勒泰地区禾木乡合作社带动模式
来源：自绘

(二) SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

禾木乡通过发展旅游业，通过合作社带动模式让大量村民参与到旅游经营与服务中。如马队合作社、民宿合作社等吸纳了众多劳动力，使村民收入显著提高。目前，禾木村内的 588 户农牧民绝大部分都参与冬季旅游的经营，仅此一项就可为牧民家庭年增收约 15 万元²⁴。

2、目标 8：体面工作和经济增长

禾木乡当地旅游业的蓬勃发展促进了经济增长，旅游收入占全乡总收入的近八成且呈上涨趋势。同时，为村民创造了大量体面工作，涵盖酒店管理、导游、餐饮服务、马队服务等多个领域，还吸引了外出大学生返乡就业创业，如从事民宿经营、电商等工作，提升了就业质量和经济活力。

3、目标 12：可持续的消费与生产

禾木乡注重资源的可持续利用与开发，一方面利用当地自然景观、传统建筑、民俗文化等特色资源打造旅游产品，如开发骑马观光、民俗体验、特色民宿等项目；另一方面注重生态环境保护，对古村落建筑进行保护性修缮，对传统民俗文化进行传承与弘扬，减少了对环境的破坏，实现了经济与环境的协调发展，推动了可持续消费和生产模式。

4、目标 15：陆地生态

在旅游开发过程中，禾木乡重视生态环境保护，积极保护山地生态系统、森林资源等。如当地政府投入资金进行人居环境整治，保护古村落周边生态环境，减少人为活动对生态的负面影响，促进了陆地生态系统的可持续利用，并且注重对蒙新河狸等珍稀物种栖息地的保护，维护了生物多样性。

(三) 经验启示

1、挖掘本土资源组建合作社，全民参与共享旅游红利

禾木乡深入挖掘当地的马匹、民俗文化、传统建筑等本土资源，组建马队合作社、民宿合作社等。村民积极参与其中，如大量劳动力参与马队服务、民宿经营等工作，实现了全民参与旅游发展，共享旅游带来的经济收益，使旅游产业成为当地经济增长和村民增收的关键力量。据统计，2023 年，禾木村人均收入达到 4.5 万元，当地旅游业发展迅速，村民收入显著提升²⁵。



图 2-21 禾木乡传统建筑
来源：案例地提供

2、推动产业融合延长产业链，提升旅游综合竞争力

当地以旅游业为核心，促进农业与旅游结合，销售特色农产品、开展农事体验活动。禾木乡大力推动马产业与旅游深度融合，发展骑马观光、马术表演、

马文化体验等项目。同时，不断延伸产业链，如马奶加工、手工艺品制作等产业应运而生，提升了旅游的综合竞争力，为游客提供了丰富多样的旅游产品和服务。

3、注重文化保护与传承，增强旅游文化底蕴

禾木乡高度重视对传统民俗文化、古老技艺等的保护与传承。通过举办民俗活动、培养非遗传承人等方式，让游客深入了解当地文化内涵，增强了旅游的文化底蕴。例如，定期举办赛马、摔跤、阿肯弹唱等民俗活动，展示哈萨克族、蒙古族等民族的文化艺术形式；鼓励毛皮滑雪板制作技艺等非遗传承，使其在现代旅游发展中得以延续和弘扬。



图 2-22 禾木乡特色活动
来源：案例地提供

（四）挑战与提升建议：经济可持续性

禾木乡当前面临的核心挑战在于旅游经济可持续性欠佳，主要表现为产业结构较为单一，淡旺季收入差距悬殊，旅游企业抗风险能力较弱。尽管当地凭借旅游业在旺季取得了一定经济收益，但旅游产业过度依赖传统观光和民宿，缺乏多元盈利点，淡季时旅游从业者收入锐减，企业经营艰难。为突破这一困境，建议实施差异化文旅策略，进一步打造特色文化旅游产品，吸引文化体验型游客，拓宽增收渠道。同时进一步挖掘利用冰雪资源，丰富冬季旅游消费场景，最

终构建四季特色鲜明的旅游发展格局，实现旅游经济稳定增长。

二、空心村活化：浙江遂昌县“主客共享”路径破解乡村活化难题

乡村保护与发展必须回归人与文化的活化。对于留守老人多、传统文化衰落的村落而言，空心村活化的旅游减贫发展模式强调要将文化资源转化为旅游产品，产生经济效益，通过创意助力村落再生，并通过主客互动使静态保护转变为动态活化。

（一）案例背景

浙江省丽水市遂昌县地处国家级自然保护区九龙山南麓。遂昌县交通闭塞，农业产业效益低，曾经面临着农村“空心化”及其带来的农民增收难、留守老人多、传统文化衰落等系列问题。政府通过引进深圳乐领公司共同探索乡村活化模式，选取了典型半空心村茶园村作为试点，实现旧舍翻新、荒地重耘、产业重整、村民回流。截止 2024 年底，遂昌县共创成省 5A 级景区镇 2 家，金 3A 级景区村 1 家，3A 级景区村 18 家。全县 2023 年实现旅游总收入 47.50 亿元，接待游客 412 万人次²⁶。

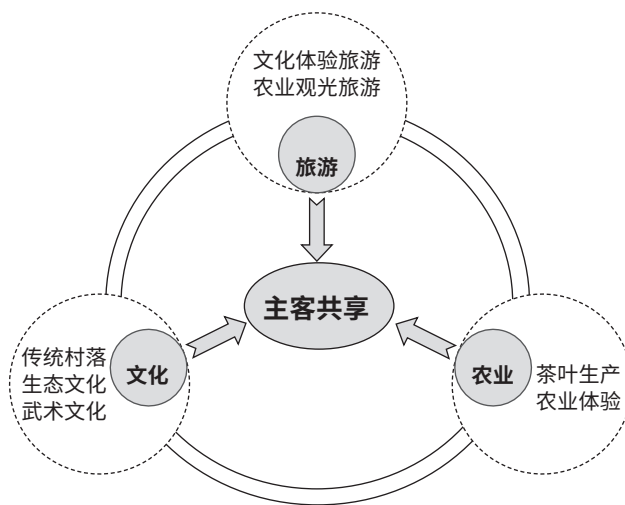


图 2-23 浙江省丽水市遂昌县空心村活化模式
来源：自绘

遂昌县以茶园村为试点进行旅游减贫实践，属于空心村活化的发展模式（图 2-23）。首先，遂昌县坚

持文旅融合，以“原味改造”将茶园村打造为“全国生态文化村”。以“原生态改造+新老混居模式”维护村庄原有风貌和基本构造，保留泥胚房、石板路等传统村落元素，并紧紧围绕茶园村武术文化精髓，达到乡村文化和民宿文化相互映衬的效果。其次，遂昌县倡导农旅融合，在二期项目打造大柘万亩茶园，不断开发茶产业休闲旅游产品。当地始终遵循“以茶兴农、以茶兴旅、以茶富民”的思路，拉长产业链，提升附加值，努力打造集茶叶生产、文化体验、观光旅游于一体的共富新模式。最后，遂昌县贯彻“主客共享”的理念，积极倡导“村民和城里人互享对方的生活方式”，开发和引入打麻糍、做青团、班春劝农等乡村生活产品和民俗活动供游客参与体验。综上所述，遂昌县充分利用本地茶园资源，开发高端特色旅游产品，体现了内源质量型空心村活化模式的优势。

（二）SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

伴随着遂昌县乡村旅游产业的崛起，遂昌县居民在家门口即可实现就业增收，2016 年以前遂昌县茶园村人均收入约 9000 元，2023 年遂昌县全县农家乐民宿综合收入 9.30 亿元，农村常住居民人均可支配收入达到 29239 元²⁷。

2、目标 8：体面工作和经济增长

在遂昌县旅游发展过程中，居民可以选择在旅游景区区内就业，村内旅居生活配套服务、基地农作物种植等就业机会优先考虑本村村民。深圳乐领公司还利用其会员资源和平台渠道，帮助农民销售竹筒酒、冬笋、山茶、毛花猕猴桃、野蜂蜜等 20 余种特色农产品，助推产品价值实现最大化，农民生产工作也有了稳定的销售渠道。

3、目标 10：社会平等

遂昌县积极推进“新老村民融合”，倡导“村民和城里人互享对方的生活方式”，成立茶园村“社区发展协会”，通过完善协会组织、重修村规民约等，实现村两委、企业、城市精英人群合力共治美丽乡村。

这一举措能够有效拉近城市居民与乡村居民的心理距离，促进不同群体之间的平等交流与情感交融。

4、目标 12：可持续的消费与生产

乐领公司围绕茶园经济成立了“生活内容开发部”，将茶园村项目与当地文化、民俗元素结合，开发乡村生活内容产品，如打麻糍、磨豆腐、做青团等山野农耕体验，并结合村内场景呈现琴艺书画、瑜伽武术、品茶插花等特色活动。这些旅游活动具备低污染、低能耗、高参与度的特点，有利于推动地方绿色经济的可持续发展。

（三）经验启示

1、无中生有，将本地旅游资源发挥到极致

遂昌县在空心村本地旅游资源有限的情况下，对现有的本地资源进行了深入挖掘，并为其赋予触动人心的乡土故事。如在保留茶园村原有风貌和传统村落的基础上，为其赋予“乡愁”的乡村特色；围绕茶园村武术文化精髓，将武术所代表的“侠隐”作为活化项目的灵魂，建设石形导示、夯土墙、坡屋顶等复古元素，同时巧妙融入金庸武侠文化元素。



图 2-24 茶园村传统村落
来源：案例地提供

2、敢为人先，不断创新开拓乡村旅游新兴业态

在乡村发展上，遂昌一直敢闯敢试、敢开先河。“洁净乡村”“农村电商”“未来乡村”等诸多遂昌探索走在浙江省乃至全国前列。茶园村通过党建引领村企共建，突出村庄在自然景观、建筑风貌和民宿文化上的资源禀赋，对村庄进行原味改造，策划设计一批各具特色的观光休憩、休闲体验类的乡村旅游产品，打造乡野美术馆、悬崖咖啡馆、旗山栈道等 20 余项服务场景和新兴业态。



图 2-25 茶园村悬崖咖啡馆
来源：案例地提供

3、尊重市场，适度放权给市场主体松绑

在推动乡村旅游发展的过程中，遂昌县深刻理解到市场机制的重要性。只有充分激发市场主体的活力，才能实现乡村旅游的持续繁荣。因此，遂昌县在乡村旅游项目的规划、建设及运营上，采取了适度放权的策略，给予市场主体更大的自由度和灵活性。政府转而扮演起服务者和监管者的角色，为市场主体提供政策支持和引导。

（四）挑战与提升建议：旅游发展与价值链整合

遂昌县面临的核心挑战是缺乏具有市场影响力的标志性旅游 IP，导致县域乡村旅游资源难以形成完整的产业价值链和规模经济效应。尽管遂昌县拥有长三角地区唯一的活态金矿遗址和独特的地心温泉等稀缺资源，但现阶段这些旅游资源仍停留在初级观光层

面，产品同质化严重，地方资源尚未形成差异化竞争优势和可持续的盈利模式，难以有效吸引中高端客群并提升游客人均消费水平。为突破这一发展困境，遂昌县可进一步探索政企合作模式，深入整合全域旅游资源，构建“核心吸引物 + 衍生态 + 社区参与”的产业链体系，并通过精准营销策略提升遂昌文旅品牌的市场知名度和吸引力，实现从资源禀赋向产业优势的转化。

第五节 内源速度型

一、村企带动：吉林延边光东村“能人带村”打造“民俗观光游”

村企带动模式是一种以乡村内部力量为主导、凝聚集体智慧与力量的协同减贫模式，能人引领与村民协作是这种模式的核心要素，即凭借能人的资源和能力，组织村民以入股分红、景区务工等形式投身旅游产业，实现村民与村集体的共同富裕。

（一）案例背景

光东村是吉林省延边和龙市的朝鲜族聚集地，朝鲜族人口占 98%。虽然拥有优美自然风光和深厚文化，但早期旅游开发不足，经济带动有限。2011 年，乡村致富带头人杨丽娜女士成立延边光东朝鲜族民俗旅游服务有限公司，结合光东村稻田和民俗文化对光东村万亩生态水稻进行规划，通过整合生态资源、改建朝鲜族特色餐宿，成功建设稻禾间文旅项目。并通过挖掘朝鲜族民俗文化，开发多种具备延边特色的旅游产品，有效提升了游客接待量。2023 年，光东村接待游客 60 万人次，旅游收入 1017.76 万元，村集体分红 43 万元，带动众多村民实现脱贫致富²⁸。

光东村符合内源速度型中的村企带动发展模式(图 2-26)，以“能人引领”为基础，推动“企业 + 村集体 + 农户”协作发展。首先，能人引领公司创立，整合乡村民俗文化资源，开发设计旅游产品和特色民宿等，打造竞争力强的乡村旅游产品体系。如光东村充分利用空置房屋资源，建设 60 家“一屋一品”的朝鲜族特色民宿。其次，光东村通过多渠道拓展市场并进行旅游宣传以提升影响力，一方面与东北三省 200

多家旅行社合作，另一方面积极借助抖音、微信视频号等平台进行旅游推广，吸引更多游客的到来。最后，企业通过入股分红、景区务工、民俗演出和售卖农产品等方式鼓励村民参与旅游就业。如景区公司联合村集体组建民俗舞蹈队、注册农副产品商标、开展研学旅游等，多手段实现村民增收。综上所述，光东村依托丰富的朝鲜族民俗文化和农业资源，发挥能人引领作用，推动村企合作，成功实现从传统农业到乡村旅游的转型，展现了内源驱动型发展的潜力与前景。

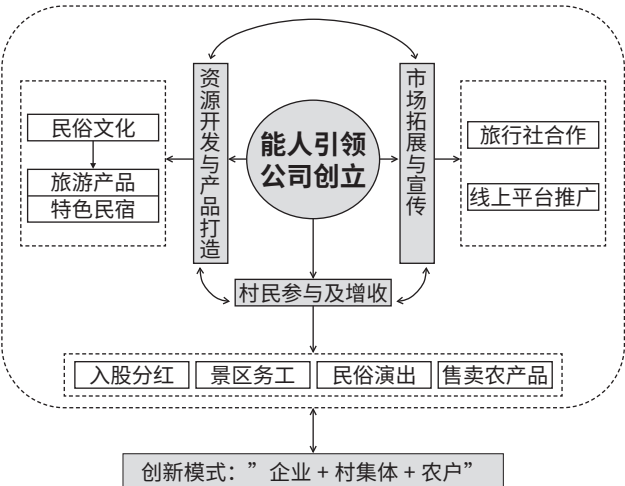


图 2-26 吉林省延边光东村村企带动模式
来源：自绘

(二) SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

光东村于 2017 年实现全面脱贫，村企合作模式在其中发挥了关键作用。光东村积极发展大米加工、民宿及民宿租赁等产业项目，成功壮大了村集体经济。2023 年，村集体经济收入达到 144 万元，较 2015 年增长了近 13.4 倍²⁹，有力推动了脱贫进程。

2、目标 5：性别平等

光东村的发展为妇女提供了更多就业和创业机会。过去，她们主要从事种地工作，收入较低。如今，她们在旅游产业中担任民宿管家、制作朝鲜族美食、参与民俗表演等，全年都有工作，收入显著提升，经济和社会地位得到增强，有助于推动性别平等。杨丽娜女士在创业过程中展现出来的女性力量也鼓舞着更

多女性参与到乡村旅游的建设行列中。

3、目标 9：行业创新与基础设施

光东村积极推动产业创新，在旅游发展中融入科技元素，如与中科院合作进行水稻育种，提升大米产业。同时，开发更受年轻人喜爱的旅游项目，如朝鲜族主题音乐节、露营节等夜游活动，利用声光电打造特色夜景和光影秀，培育多元化夜间消费模式。

4、目标 12：可持续的消费与生产

光东村注重可持续的消费与生产模式。在旅游发展中，合理利用当地资源，如将空置房屋改建为朝鲜族特色民宿。同时，大力推广当地农产品，注册光东村大米、木耳等品牌，并通过线上线下渠道销售，减少浪费，实现资源的高效利用和可持续管理。

(三) 经验启示

1、能人引领开拓发展新局，全民跟从推动光东振兴

光东村的实践表明，能人引领是乡村振兴的重要驱动力。杨丽娜于 2011 年成立旅游公司，抓住乡村旅游机遇，挖掘朝鲜族民俗文化，开发了民俗体验游和“一屋一品”特色民宿，提升了村庄吸引力，并为村集体带来可观收。同时，还积极加强与企业的协同合作，2023 年中国一汽派驻的第一书记帮助光东村成功打造有机大米品牌，发展有机稻米产业，推行绿色种植，将光东村农产品推向全国。

2、借景借俗挖掘特色底蕴，同心同力赋能民俗出圈

光东村通过巧妙利用地理优势和民俗文化，实现了产业融合。村庄依托“平岗平原”发展大米产业，并通过展销会和电商平台推广，吸引了 21 家大米加工企业入驻，完善产业链，推动地方经济增长。同时，以民俗风情和有机大米品牌为核心，探索“三产融合”，打造集农产品销售、民俗旅游、观光体验和风味餐饮于一体的田园旅游新区。



图 2-27 光东村致富带头人杨丽娜
来源：案例地提供

3、创新创优探索发展路径，同频共振助推企村兴荣

光东村通过“企业 + 村集体 + 农户”模式实现特色发展。整合水稻园、民宿和稻禾间童野乐园等资源，建立了市场化运作与乡村资源协作机制，促进了企业、村集体与农户的深度联动，形成了“1+1+1 > 3”的协同效应。在产业发展上，光东村推动“农文旅”深度融合。农业方面，企业与村民合作发展共享农业，村民种植有机水稻，企业负责销售并打造品牌；文旅方面，村民将闲置房屋租给旅游公司做民宿，企业提供民俗表演等配套服务，稻禾间童野乐园丰富了旅游体验，推动旅游与服务业融合发展。

（四）挑战与提升建议：旅游发展与价值链整合

光东村当前面临的核心挑战在于旅游产业的深度



图 2-28 光东村民俗表演
来源：案例地提供

融合与创新不足，难以满足游客日益多样化的需求。尽管光东村在民俗观光游方面取得一定成绩，但旅游产品大多停留在民俗表演、观光等基础层面，缺乏深度体验和创新性项目，限制附加值提升。为突破这一发展瓶颈，可加强产业链协同。在“企业 + 村集体 + 农户”模式下，打造农产品种植加工到旅游产品销售的完整产业链，在度假区使用本地产品，提升附加值与地域特色。通过这些措施，助力光东村实现旅游产业升级，吸引年轻人回乡和人才流入，达成文化传承与经济的双赢。

二、全民共创：贵州榕江“村超”实现农文旅体商深度融合

全民共创模式是一种多元、开放的旅游减贫方式，依托优势旅游资源，构建政府引导、市场主体、部门联动、全民兴旅的工作机制。该模式的关键在于全民参与，通过鼓励引导当地民众投身旅游业，推动全社会各要素协同发展。

（一）案例背景

贵州省黔东南苗族侗族自治州的榕江县，位于民族地区，属于全国最后一批脱贫县。当地开展足球运动已有 80 年历史，足球氛围浓厚。2023 年 5 月 13 日，榕江县举办“和美乡村足球超级联赛”，即“村超”，凭借全民参与的独特魅力迅速走红。同年 9 月，“村超”与“英超”签署战略合作备忘录，开启双向奔赴，

引发全球关注。据统计，2024 年，榕江县累计接待游客 946.18 万人次，旅游综合收入达 108.03 亿元，同比分别增长 24.36% 和 28.64%³⁰。“村超”赛事在全网全平台综合浏览量超 1000 亿次，有力推动了旅游市场消费，释放经济活力。

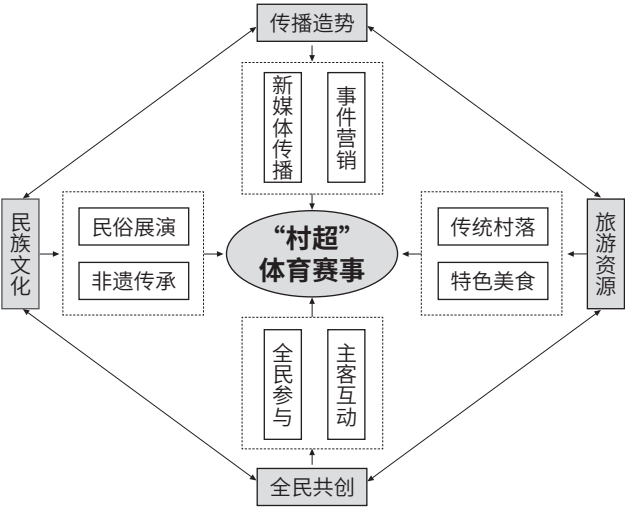


图 2-29 贵州省榕江县“村超”全民共创模式
来源：自绘

榕江县符合内源速度型中的全民共创发展模式（图 2-29）。首先，榕江县凭借全民共创，自发推动“农文旅体商”深度融合。基于自身比较优势与深厚足球底蕴，对足球体育赛事、民族文化和特色旅游资源进行融合创新。例如，以“村超”作为主客互动的开放性平台，推出“超级星期六足球之夜”，在“村超”现场，群众自发组织侗族大歌、苗族芦笙舞等民俗展演，还开展美食宠粉活动，让游客沉浸式感受当地风情。其次，榕江县将新媒体传播视为“村超”IP 传播的关键手段，积极发展短视频、电商直播、线上营销等新业态，构建起“村超”主账号与子账号相结合的新媒体传播矩阵，极大提升了“村超”的知名度和影响力。此外，榕江县巧用“事件营销”持续造势，为“村超”制造热点话题。举办全国美食足球友谊赛、贵州“村超村晚”展示活动、中法青年友谊赛、“逐梦”青少年女足公益赛等系列活动，不断丰富“村超”品牌的文化内涵，提升其价值形象。总的来看，榕江县立足本地内生资源，充分调动全民参与，在“村超”赛事火爆之时敏锐抓住发展契机，充分彰显了内源速度型发展模式的显著优势，为民族地区乡村振兴探索出一条新路子。

（二）SDGs 目标实现

1、目标 1：消除贫困

榕江县借助“村超”赛事的发展，推动当地餐饮、住宿、农副产品等相关产业进步，为居民创造更多就业机会，拓宽了收入渠道，有效助力地方消除绝对贫困。截至 2025 年 1 月，自“村超”举办以来，榕江县累计实现旅游综合收入达 179.95 亿元人民币³¹。

2、目标 3：良好的健康与福祉

榕江县以“村超”足球赛事为核心，重视提升游客及当地居民的健康福祉。通过推动足球活动走进社区、学校和幼儿园，促进社会公众身心健康水平的提升。此外，榕江县借助“村超”赛事积极展示当地健康生活方式与自然环境，进一步强化民众对健康福祉的认知与重视。

3、目标 5：性别平等

榕江县的全民共创发展模式，对促进当地性别平等发挥了积极作用。在举办各类活动时，广泛吸纳女性参与，如在侗族大歌、苗族芦笙舞等民俗展演中，女性参与度颇高。例如，“西瓜妹”熊竹青在“村超”火爆之后，带动附近村民一起发展种植、养殖西瓜并帮助乡亲们扩展销路，让大山里的农产品广销全国，年均收入超过 100 万元。

4、目标 17：全球伙伴关系

在发展旅游进程中，榕江县积极与国内外合作伙伴建立联系。例如，与英超联赛代表签署战略合作备忘录，吸引了包括法国青年代表队、利比里亚社联足球队以及柬埔寨音乐家足球队在内的众多国外队伍参与比赛，提升了榕江县的国际知名度与影响力。在此基础上，榕江县计划按照“行动三步走”战略³²，即“2024 年开启村超国际交流赛、2026 年举办‘一带一路’村超友谊赛（村超小世界杯）、2028 年举办第一届村超世界杯”的目标，推动“村超”逐步走向国际化，成为国际体育文化品牌，进一步推动全球伙伴关系的构建与发展。

（三）经验启示

1、内源驱动打造“村超”品牌，全民参与助推“村超”出圈

榕江“村超”在品牌塑造进程中，秉持内源驱动理念，深度扎根当地特色。通过激发全民参与热情，构建共创共建模式，有机融合乡土特质与民族风情，探索出极具参与感且接地气的活动形式，使品牌蕴含深厚文化亲和力。自“村超”热度飙升后，县政府围绕贵州“村超”特色品牌建设，定期组织头脑风暴会与工作研讨会，从赛事组织、文化内涵挖掘、宣传推广等多维度进行系统规划，持续提升“村超”品牌影响力。



图 2-30 侗族琵琶歌唱现场
来源：案例地提供

2、立足乡村民间体育赛事，全方位推动农文旅体商深度融合

榕江县高度重视民间体育赛事发展，深度挖掘“村超”赛事的市场价值与产业潜力。依托“村超”品牌的影响力，深入围绕“超能经济即“超好吃”“超好住”“超好行”“超好游”“超好购”“超好玩”“超好招”），将足球运动与民族文化、非遗文化、美食文化等文旅资源深度融合。借助“村超”火爆出圈的契机，精心规划具有地方特色的“村超”与传统村落连片融合发展精品线路，实现赛事流量向游客“留量”和经济“增量”的有效转化。

3、创新“三新农”发展理念，借势造势提升品牌影响力

在“村超”赛事传播热度不断攀升之时，榕江县把握时机，以新理念抢占发展先机。积极培育和运用短视频、电商直播、线上营销等新业态，构建新媒体传播矩阵，带动榕江西瓜、罗汉果、青白茶等农特产品线上线下销售收入 1.46 亿余元³³。基于“村超”成功经验，创新性提出“让手机变成新农具，让数据变成新农资，让直播变成新农活”的“三新农”发展理念，推动乡村经济与数字技术深度融合。同时，为维持“村超”热度，持续运用事件策划策略，不断拓展“村超”品牌的文化内涵与价值内涵。



图 2-31 当地村民为球队鼓劲
来源：案例地提供

（四）挑战与提升建议：旅游治理与政策优先性

榕江县当前面临的核心挑战是文旅专业人才的结构性短缺。尽管“村超”品牌已形成巨大流量优势，但县域内景区运营、产品策划等专业人才还是相对匮乏，使得村寨资源开发、农耕文化与非遗文化整合等关键环节进展缓慢，难以实现本地文旅资源价值的最大化变现。为突破这一发展瓶颈，建议榕江县将文旅人才建设提升至县域政策的战略优先级，通过“本地培育+外部引进”的双轮驱动，重点强化地方人才在产品运营、内容运营等领域的专业化水平，逐步建立专业团队引领、本土人才接力的可持续人才发展体系，最终实现从事件流量到产业升级的跃迁。

从旅游减贫到乡村振兴：旅游促进乡村可持续发展的中国实践

1. Cawley M, Marsat J B, Gillmor D A. Promoting integrated rural tourism: Comparative perspectives on institutional networking in France and Ireland[J]. Tourism Geographies, 2007, 9(4): 405-420.
2. 李燕琴. 乡村振兴战略的推进路径、创新逻辑与实施要点：基于欧洲一体化乡村旅游框架的启示 [J]. 云南民族大学学报 (哲学社会科学版), 2019, 36(4): 63-69.
3. 包乌兰托亚, 高乐华. 基于 IRT 框架的乡村旅游协同发展机制研究：以山东省典型村为例 [J]. 农业现代化研究, 2021, 42(5): 815-826.
4. 李燕琴, 崔佳奇, 施佳伟. IRT 框架视域下的中国旅游减贫特征与模式 [J]. 资源科学, 2023, 45(2): 361-374.
5. 邓小海, 肖洪磊, 云建辉. 乡村振兴战略下脱贫地旅游发展“内卷化”风险及其防范对策 [J]. 企业经济, 2022, 41(04): 105-114.
6. 王公为, 赵忠伟. 行动者网络视域下乡村旅游扶贫模式与机制研究——以赤峰市雷营子村为例 [J]. 农业现代化研究, 2021, 42(01): 57-66.
7. 刘小珉, 刘诗谣, 吴敏. 内源型发展：凤凰县旅游扶贫的实践和启示 [J]. 贵州民族研究, 2021, 42(03): 165-170.
8. 李燕琴, 崔佳奇, 施佳伟. IRT 框架视域下的中国旅游减贫特征与模式 [J]. 资源科学, 2023, 45(2): 361-374.
9. 同 8.
10. 中国网旅游. 解析雪峰山旅游发展密码 读懂雪峰之子的富民传奇 [EB/OL]. (2022-09-06) [2025-02-21]. http://travel.china.com.cn/txt/2022-09/06/content_78406623.html.
11. 林芝市财务局. 2023 年林芝市国民经济和社会发展统计公报 [EB/OL]. (2024-04-08) [2025-02-18]. <http://www.czj.linzhi.gov.cn/zfxgkpt/c105932/202404/f218072db39742a2836efadd982526f3.shtml>.
12. 中国国际减贫中心. 旅游减贫案例 | 林芝华侨城南山国际汽车营地助力乡村振兴 [EB/OL]. (2022-04-27) [2025-02-18]. <https://www.iprcc.org.cn/article/47wSgIUVMdZ>.
13. 数据来源于张掖市肃南县马蹄生态文化旅游区管委会, 2025 年 2 月 13 日.
14. 肃南裕固族自治县融媒体中心出品. 肃南：千方百计谋发展多元模式助增收 [EB/OL]. (2023-02-04) [2025-02-18]. https://www.sohu.com/a/637113120_121648970.
15. 云南文旅发布. 阿者科世界“最佳旅游乡村”揭牌仪式在元阳举行 [EB/OL]. (2024-12-21) [2025-02-23]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1819065169337555451&wfr=spider&for=pc>.
16. 指土地及其附属物的旅游吸引价值转化而来的土地级差收益及其权利, 针对中国乡村旅游开发用地的独特价值而提出.
17. 中山大学旅游学院. 从贫困山村到世界“最佳旅游乡村”, 阿者科走出了一条可持续旅游之路 [EB/OL]. (2025-01-03) [2025-02-27]. <https://stm.sysu.edu.cn/article/4357>.
18. 数据来自北京抖音集团, 2025 年 4 月 10 日.
19. 数据来自抖音集团, 2025 年 4 月 10 日.
20. 从江县人民政府. 从江县出实招全力推动全域旅游发展 [EB/OL]. (2024-01-15) [2025-02-15]. https://www.congjiang.gov.cn/xwzx/jryw/202401/t20240105_83458491.html.
21. 新华社客户端. 杭州萧山区携手贵州从江县, 扶贫协作开启“致富之门” [EB/OL]. (2021-05-27) [2025-02-15]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1700900650968929298&wfr=spider&for=pc>.
22. 人民网. 杭州萧山“三大举措”帮扶从江成效好 [EB/OL]. (2019-05-15) [2025-02-25]. https://www.sohu.com/a/314122703_114731.
23. 中国网文化. 从一片老屋到梦幻乡村, 边陲小村禾木如何因雪而兴? [EB/OL]. (2025-01-12) [2025-02-18]. <https://www.163.com/dy/article/JLNRFCPN05346961.html>.
24. 中国网文化. 从一片老屋到梦幻乡村, 边陲小村禾木如何因雪而兴? [EB/OL]. (2025-01-12) [2025-02-18]. <https://www.163.com/dy/article/JLNRFCPN05346961.html>.
25. 新华社新闻. 新疆禾木：旅游热温暖冬季童话小村 [EB/OL]. (2024-03-09) [2025-02-18]. <https://news.qq.com/rain/a/20240309A02MAM00>.

26. 数据来源于遂昌县文广旅体局资源开发科，2025 年 1 月 2 日。
27. 遂昌县人民政府. 2023 年遂昌县国民经济和社会发展统计公报及解读 [EB/OL]. (2024-03-13) [2025-02-18]. https://www.suichang.gov.cn/art/2024/3/13/art_1229365301_5276570.html.
28. 延边广播电视台. 发展三产业助民生 中国一汽助光东村走上富裕路 [EB/OL]. (2024-11-17) [2025-02-18]. <https://www.163.com/dy/article/JI0HFODP0530T3TJ.html>.
29. 中国吉林网. 见证振兴发展 感受吉林新变化③ | 和龙市光东村的“华丽转身” [EB/OL]. (2024-07-24) [2025-02-18]. https://www.sohu.com/a/795705622_121620820.
30. 榕江发布网. 「两会数据眼」榕江跻身百亿县，这些数字见证 2024 奋斗值！ [EB/OL]. (2025-02-20) [2025-02-28]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1824548439813152392&wfr=spider&for=pc>.
31. 数据来源于榕江县文体广电旅游局，2025 年 2 月 21 日。
32. 贵州党建云. 黔东南州榕江县：激活人才引擎助力“村超”持续“长红” [EB/OL]. (2025-01-27) [2025-02-18]. https://www.gzzzb.gov.cn/rcgz/rcfz/20250127/20250127_481824.shtml.
33. 榕江县人民政府网. 榕江县坚持“村超+”模式助推乡村振兴 [EB/OL]. (2024-10-17) [2025-02-18]. https://www.rongjiang.gov.cn/xwzx_5903512/rjyw_5903513/202410/t20241017_85947780.html.

第三章

旅游减贫乡村可持续发展的 中国经验



第一节 国家政策动员：一个都不能少

在中国推进旅游减贫与乡村振兴的进程中，国家政策的有力动员与科学引导确保了广大脱贫地区、村庄与人口在发展过程中“一个都不能少”。

一、脱贫地区“一个都不能少”

脱贫地区“一个都不能少”体现了中国对巩固脱贫攻坚成果以及乡村全面振兴的坚定决心。在政策制定过程中，中国政府充分考虑到脱贫地区基础薄弱、发展能力不足等现实问题，出台了一系列针对性政策。如《关于推动脱贫地区特色产业可持续发展的指导意见》明确指出，要长期培育和支持脱贫地区特色产业，拓展产业增值增效空间¹。通过发展乡村旅游，将脱贫地区丰富的自然与文化资源转化为经济优势，实现可持续发展。

在具体实践动员中，国家积极引导资源向脱贫地区倾斜。通过财政资金的支持，推进脱贫地区建设旅游基础设施，改善交通、水电、通信等条件，让原本交通不便的村庄与外界紧密相连，进而吸引大量来自县城及周边的游客。同时，实施税收优惠、金融扶持等政策，降低企业在脱贫地区发展旅游产业的成本，吸引社会资本参与。例如，在江西篁岭景区，企业前期投入巨额资金用于景区开发，重点开展古宅修复与文化保护工作，而政府则着重强化周边基础设施建设，双方构建起紧密的合作关系。

此外，国家还注重脱贫地区旅游产业的长期培育。组织龙头企业到脱贫地区建设旅游景区，例如，湖北恩施大峡谷景区在湖北文化旅游集团有限公司的主导

下，构建起多元协同的产业生态，带动了本地及周边居民广泛参与旅游产业。同时，加强对脱贫地区旅游人才的培养，在天津郭家沟村，村集体邀请专业人士开展服务培训，成立职业技能培训学校，为村民提供服务培训，并计划开展直播与短视频制作培训，培养乡村旅游宣传人才，让当地村民成为乡村旅游发展的能人，为旅游业提供人力支撑。

二、脱贫村庄“一个都不能少”

政策层面的顶层设计与精准施策是确保乡村振兴道路上脱贫村庄“一个都不能少”的保障，具体表现为：

一方面，精准规划布局，持续挖掘乡村多元价值。各地政府深入脱贫村庄调研，依据不同乡村的自然景观、民俗文化、农业资源等特色进行精准分类与规划。例如，对于有着优美自然风光的山区脱贫村而言，政府以生态旅游为核心发展方向，通过修建观景步道、缆车索道等基础设施，以及设计徒步探秘、高空游览等特色旅游线路，有效吸引国内外户外爱好者和观光游客前来。

另一方面，继续强化政策扶持，补齐村庄发展短板。政策扶持体系集中表现在：资金补贴方面，设立乡村振兴专项旅游基金，直接用于脱贫村旅游项目开发、基础设施改善等关键环节，确保偏远乡村道路交通、水电供应等基础设施得到完善，极大提升了居民生活便利性和游客满意度；土地政策方面，优先满足旅游建设用地需求，通过合理规划土地利用，推进停车场、游客服务中心等乡村旅游配套设施建设，从硬件层面优化了游客的游览体验，整体提升了脱贫村庄的综合竞争力。

三、脱贫人口“一个都不能少”

防止返贫是实现脱贫人口“一个都不能少”的关键²，具体表现为：

第一，精准识别与监测是基础保障。借助先进的信息技术和完善的基层治理体系，对已脱贫人口进行动态跟踪。特别是精准识别那些在旅游产业发展中面临风险的人群，如因旅游市场波动、家庭突发变故等





可能导致收入骤减的情况。通过建立涵盖旅游经营收入、资产状况、家庭人口变动等多维度的监测指标体系，定期收集和分析数据，及时发现返贫隐患，为后续精准帮扶提供科学依据。

第二，生计多元化与韧性的培育是核心支撑。鼓励脱贫人口参与旅游多元业态，也就是除传统的农家乐、民宿经营外，更多引导其涉足旅游商品销售、乡村文化演艺、农事体验活动组织等新兴领域。在黑龙江小南河村，不少从事传统农业生计的脱贫农户，利用当地丰富的山货资源，制作成手工艺品或特色食品，如用山野菜制作成美味的咸菜、将野生蘑菇晾晒后作为特色干货，把这些产品作为极具地域特色的旅游商品推向市场。

第三，技能提升与知识赋能是持久动力。一方面，持续开展针对脱贫人口的旅游技能培训。在北京下栅子村，北苑大酒店组织脱贫农户参加旅游服务礼仪培训，让他们学会如何热情专业地接待游客，进而打造出差异化的乡村民宿品牌形象，形成了核心竞争优势。另一方面，引导脱贫人口激发自主学习意识，鼓励其将本地独特的民俗文化、历史故事、传统技艺等融入旅游产品中。在湖南十八洞村，村民们将苗族的非遗文化如苗绣、苗族歌舞等，融入旅游项目。游客可以在村里参与苗绣制作体验课程，感受苗族文化的魅力。

第四，利益联结与基础保障是重要依托。进一步构建并健全公平的利益联结机制，在“公司+农户”“合作社+农户”等不同类型的发展模式中，明确各方权利义务，确保脱贫人口在旅游业收入分配中的合理地位。例如，在四川朱德故里景区，采用“景区带村”模式，当地居民通过参与景区劳务、经营农家乐民宿、销售农产品等方式从旅游中获益。

第二节 多元主体协同：跨界整合资源

从多元主体的构成来看，政府、企业、社会组织、村民、游客以及其他关键主体扮演着重要角色。它们相互交织协同，共同参与乡村旅游资源跨界整合的动态过程。

一、政府主导

中国各级政府部门在战略规划层面将旅游产业纳入乡村发展全局，制定专项旅游规划，明确不同阶段目标与重点任务，为多元主体协同指明方向。在脱贫攻坚阶段，精准识别贫困地区的旅游资源禀赋，量身定制专项旅游扶贫规划。随着减贫乡村可持续发展进程的推进，政府进一步强化了乡村振兴规划中的旅游布局。以5-10年为中期阶段目标设定发展周期，瞄准打造国内知名乡村旅游目的地，重点关注整合分散

的旅游资源，形成主题鲜明的旅游线路。比如在浙江下姜村，政府深入挖掘当地的党建文化、自然风光和特色农业资源，将党建文化纪念馆、美丽的田园风光、特色农产品采摘园等串联起来，打造出“红色文化+田园风光体验之旅”的特色旅游线路。

二、企业带动

大型企业在乡村旅游领域的深度介入，以其资金、技术与人才优势，显著激活并重塑了乡村旅游的发展格局，展现出强大的带动作用³。

首先，资金投入是外来企业推动乡村旅游升级的直接驱动力。以万达集团对贵州丹寨县的帮扶为例，万达集团投入大量资金，对丹寨的自然风貌进行保护性开发。在开发过程中，充分挖掘并融入当地苗族、侗族等民族的特色民俗元素，打造了丹寨万达小镇。小镇的建筑风格保留了浓郁的民族特色，青瓦木楼、风雨桥等传统建筑错落有致，与周边的山水田园风光相得益彰，既保留了原汁原味的乡土气息，又融入了现代的审美设计，成为了游客眼中极具吸引力的打卡地。

其次，技术革新与先进管理人才的引入则对软件条件产生重要作用。例如，腾讯公司积极发起并参与“为村共富乡村—粤桂数字农文旅计划”项目，围绕广西金江村培养青年人才，使他们逐步成长为能用、善用数字化工具的乡村职业经理人和有能力盘活村内闲置资源、引进新业态并持续运营的人才，并具体负责经营、管理金江文旅公司。经过乡村人才培养、数字化提升，金江村将村里主打产业、百香果和罗汉果提炼出一个 IP- 金江神果仓，进一步带动了村集体经济的发展。

最后，企业与地方政府及社区的紧密合作能够构建起多方协同的发展模式。在这种模式中，旅游企业发挥市场敏锐度高、运营专业性强的优势，主导项目策划、营销推广与日常运营等工作环节，并与其他主体紧密联动，不仅实现了乡村旅游资源的精准整合与动态配置，而且在频繁的互动协作过程中，强化了利益共享、风险共担的乡村旅游共同体意识。例如，携程农庄积极吸纳当地居民就业，部分地区

居民在农庄就业人数占比 95% 以上，在新疆等民族地区也高达 75%。

三、社会组织赋能

社会组织作为专业服务的“输送者”与连接各方的“黏合剂”，发挥着重要作用。一方面，开展教育扶贫与旅游技能培训项目，通过乡村书屋、文化讲座等活动拓宽村民知识视野，针对性开展乡村旅游技能培训，全方位助力村民掌握从业技能。例如，2024 年 12 月，广西旅游协会等 70 多个文化和旅游业社会组织，开展助力乡村振兴文艺汇演、助力乡村振兴“一条街”集中服务活动、小分队助力乡村振兴巡回服务活动、助力乡村振兴交流会等“四个一”主题活动⁴，持续带活乡村旅游资源，充分发挥社会组织赋能乡村旅游的重要作用。

另一方面组织各类公益活动，吸引社会各界关注乡村旅游，为乡村旅游提供物资和人力支持。例如，友成企业家扶贫基金会发起整村综合发展项目“美好乡见”，近六年间始终秉承“以村促县、以县带村”的思路，先后在贵州雷山龙塘、贵州雷山水寨、广西桂林马海两省三村开展乡村振兴示范村实践，帮助项目村成为区域内的典型，带动 1500 万余元的直接经济收益，项目成功入选 2024 “金钥匙·年度最佳解决方案”⁵。

四、村民主体

村民是乡村旅游的主人，村民的切实参与是旅游减贫乡村可持续发展的重要特征，表现为村民以土地、



房屋等资产入股乡村旅游合作社或企业。土地不再仅仅是农耕生产资料，房屋也突破了生活功能的局限，转化为资本要素，深度融入乡村旅游经济循环中。以山东中郝峪村为例，村民们积极响应村庄发展规划，纷纷以自家的土地、房屋等资产入股幽幽谷旅游公司。曾经仅用于农耕的土地，如今成为了打造特色农事体验项目和建设旅游设施的宝贵资源。原本单纯作为居住场所的房屋，摇身一变成为各具特色的民宿。随着乡村旅游产业的逐步壮大，依据股权分配机制，村民得以按股分红，共享旅游发展红利。

五、游客参与

外来游客作为乡村旅游资源整合的核心主体，其跨区域活动打破了乡村的地理与社会边界。这种动态交流既促进了信息、资本、技术等要素的双向流通，也推动了产业结构的链式升级。值得注意的是，日益增长的游客量必然会带来空间拥堵、环境治理、文化断层等诸多压力⁶。这种供需失衡既影响游客体验质量，也对乡村生态系统构成持续威胁。面对治理挑战，中国多地探索出游客参与式管理模式，例如，河



北保定市创新推广个人诚信积分在文化和旅游领域的应用，将“信用”应用于景区、酒店等场景⁷。通过构建政府监管、企业运营、社会组织赋能、村民参与、游客协同的多维治理网络，实现从单向服务到多元共治的转型。

六、其他主体联动

除政府、企业、社会组织、村民和游客外，其他多元主体在乡村旅游资源跨界整合中同样不可或缺。银行等金融机构针对乡村旅游项目推出多样化的金融产品和服务，为企业、经营户以及参与旅游项目建设的村民提供低息贷款，用于旅游设施建设、产品开发等方面。同时，保险机构也积极参与，推出涵盖旅游责任险、农产品质量险等在内的多种保险产品，降低经营风险，为乡村旅游发展保驾护航。

科研院校则凭借其雄厚的科研资源为乡村旅游提供智力支持⁸。依托专业知识开展实地调研，综合剖析乡村自然、历史、民俗、产业全景，编制科学合理、贴合实际的旅游发展规划，助力乡村旅游产业布局。同时，设立实习实训基地，输送旅游管理、乡村振兴学等专业学生到乡村实习，参与项目策划、运营、营销。例如，安徽农业大学在安徽小南京村设立社会实践站，农业专家团队、学生团队的到来为当地乡村旅游注入新鲜血液。

第三节 技术赋能引领：扶贫扶智并举

在乡村振兴战略的引导下，利用现代技术赋能乡村旅游已是大势所趋，主要围绕个体、组织和社区三个层面进行。

一、个体层面增强自我发展能力

一方面是转变传统文化观念。第一，构建多元主体协同的旅游培训网络，聚焦于强化村民的技术观念，帮助培育契合市场经济的思维模式。例如，中国文化和旅游部市场管理司、浙江蚂蚁公益基金会、中国乡村发展基金会等联合发起“数字木兰”民宿管家培训计划，主要面向乡村女性，旨在培养一批数字时代下更具竞争力的新型民宿管家，帮助乡村妇女紧抓旅游



就业机会并实现增收⁹。第二，通过在乡村落地旅游技术产品，让村民直观感受技术为生产生活带来的剧烈变化。例如，2024年小红书发起“乡村漫游”公益扶持计划，在全国3个省域、32个乡村进行试点，线上线下文旅行业培训超2200人，线上相关内容曝光量超10亿，笔记超20万条¹⁰。该计划通过推广露营、新中式、户外徒步等小红书上备受欢迎的生活方式，创新乡村旅游业态，探索城乡要素流动与融合。

另一方面是提升村民知识素质。第一，村庄积极联动科研院校及相关企业，定期开展技能培训与村庄改造行动。例如，内蒙古西口村村民与手艺人联合清华大学美术学院等多所艺术院校，以“漫长的夏天”为主题，共同完成了20件公共艺术作品创作、7户村民家庭艺术化改造和1间乡村艺术馆建筑改造¹¹。这种在地艺术创作的主客协同不仅实现了艺术设计与乡村旅游的融合，更为村民打造出主客共享的乡村旅游艺术空间。第二，地方政府在乡村开展项目布局，打造本土与外来技术人才社区空间。例如，浙江余村启动全球合伙人公开招募计划，DN余村与众多余村创业项目集中坐落在大余村青年人才社区，构成了以“众创空间+孵化器+加速器+产业园”为体系的乡村发展新空间¹²。

二、组织层面构建多元共治格局

一方面是积极倡导多元参与机制。第一，在技术

赋能乡村旅游的过程中，着力凝聚各方优势力量，借助现代信息技术搭建起共享交流的互动平台。同程旅游在“千村计划”中，利用互联网技术整合乡村闲置资源，打造智慧旅游平台，推动乡村从传统农业向现代旅游度假产业转型，实现了政府、企业与村民的高效协作。云南大理深描“数据要素×酒店与民宿业”发展目标，引入智能民宿管理平台，游客可通过后台小程序一键控制房间设备，预约非遗体验项目，系统后台还可构建游客群体画像，生成个性化数据报告¹³。第二，充分挖掘技术潜能，打造全面且精细的大数据体系。从乡村旅游资源分布、游客流量趋势、农产品销售动态到村民生活需求等全方位采集数据，并进行深度剖析。

另一方面是持续完善乡村组织承接能力。第一，乡村组织巧用互联网技术提升组织凝聚力，通过组建QQ群、微信群等线上交流平台，突破时空限制，促进村民即时互动交流。贵州“村BA”“村超”“村晚”等通过全民参与的新媒体营销，村民自发拍摄短视频并分享至社交平台，形成了强大的集体凝聚力与品牌传播效应。第二，乡村组织积极引进前沿技术，大幅提高村民旅游经营能力。例如，山东曲阜将民宿、文创产业和景点全部纳入平台管理，提高旅游集体合作组织管理水平¹⁴。北京崔村镇推行“党建+科技特派员+农文旅服务”模式，以党员骨干为主体成立技术攻坚小组，积极探索融媒体等技术赋能农文旅智慧转型¹⁵。

三、社区层面完善治理应用体系

一方面是明晰治理主体角色。在乡村旅游数字化治理过程中，需要明晰政府、村集体组织、外来企业、村民、游客等主体的定位与职责，通过数字平台搭建不同场景，整合主体资源并融入治理网格。例如，云南和顺镇将游客服务、景区管理、应急处置与综治等多功能集中，打造数字化治理网络，构建起集旅游事件处置、矛盾纠纷化解、社会风险研判等为一体的基层社会治理共同体¹⁶。甘肃什川镇在中国互联网发展基金会公益项目的支持下，开展智慧乡村旅游服务平台建设，主要面向政府、旅游企业、游客及当地群众等多元主体，涉及公共服务、文化保护等多种业务，极大推动了数字新动能向农村延展¹⁷。

另一方面是塑造科学治理结构。以大数据为纽带，打破政府内部文旅、农业、交通等职能部门与企业、乡村社区等主体间的信息壁垒，建设乡村一体化便民服务体系。例如，广东媒体南方农村报发起中国首个乡村旅游服务平台“真乡”，服务内容包括古村古镇、精品线路、乡间美食、钓鱼露营、采摘研学、周边游玩、土特产选购、农业投资等各个方面，并精选了“必吃榜”“必睡民宿”等热门榜单，欢迎八方来客“游在广东”“游在乡村”。浙江五四村通过业务协同机制，构建覆盖乡村规划、乡村经营、乡村环境、乡村服务、乡村治理五大领域的“数字乡村一张图”，形成了以

花卉苗木为主导并融合民宿、红色教育、青年创客空间等业态的一二三产业融合模式¹⁸。

第四节 地方情境挖掘：因地制宜发展

区域差异是中国乡村的典型特征，因此乡村可持续发展具有明显的时序依赖性¹⁹。也就是说，部分脱贫时间晚、先天优势不足的地区面临首要任务是巩固脱贫成果，而部分脱贫时间早、具有一定先发优势的地区则更可能具备实现乡村全面振兴的基础。

一、尊重差异性：以类型划分明确发展的目标定位

中国不同地区贫困的严重程度、致贫原因及其传导机制存在显著差异²⁰，乡村发展的阶段、面临的困境、转型方向及振兴路径也各不相同。这表明，实现可持续发展不能依靠单一同质化的政策与制度²¹，需要基于国家视野，立足于乡村发展的区域性和阶段性，明确乡村功能定位与发展取向。

东部沿海地区乡村，受益于优越的地理区位，与都市经济圈紧密嵌套，构建起包括高速公路、铁路、城市快速公交等多元立体交通体系，极大缩短了城乡时空距离。发达的区域经济为乡村旅游开发提供了雄厚的资本积累，前沿技术研发与广泛应用也为乡村旅游的智能化、高端化转型提供了技术支撑，各类专业



人才也受到产业集聚效应的吸引。因此，东部地区乡村旅游多倾向于高端休闲度假、都市农业观光体验等精致化业态。一方面，诸多沿海渔村经历系统性的旅游化过程，改造为集沙滩、码头、海景别墅等于一体的滨海度假村（区），精准定位城市白领、商务精英等旅游客群；另一方面，都市农业观光体验深度融入现代科技元素，游客不仅能够直接观赏领略现代农业的科技含量，还可参与采摘、亲子种植等沉浸式互动活动，实现从观光到体验需求的跃升。

中部地区承东启西，有着深厚悠久的传统农耕文明，农具、耕作技艺等作为农耕文化元素保留至今，成为乡村文化的鲜活样本。与此同时，部分中部乡村也借助产业转移契机，结合自身产业现状，初步建立起一定规模的产业基础。在此背景下，中部地区乡村旅游发展呈现出特色农产品深度加工与销售、民俗文化传播展示有机融合的综合模式。例如，山西大伽南村打造“清清苹果”共享农庄²²，游客通过认领土地实现自耕自享，既有亲手播种的收获，也能享受专业农艺师的现场指导，实现“卖果树”向“买果树”的转化。此外，该农庄还特别推出休闲采摘乡村游和研学游，打造集亲子教育、农事体验、自然科普、户外拓展、创意手工等多功能于一体的研学基地。

西部地区，有着雪山、草原、沙漠、峡谷等自然景观，多民族聚居融合的历史孕育出独特的民族文化，藏、蒙、维、回等民族在服饰、建筑、节庆习俗等方面依旧保留着鲜明的民族标识，构成了极具吸引力的文化资源。然而，受制于复杂地理条件等多重因素的制约，西部地区乡村经济基础相对薄弱。因此，其发展路径紧密围绕生态旅游、民族文化旅游展开，主打原生态、差异化的旅游体验产品。例如，依托天然草原开发设计生态骑马游项目，游客能够深度感受大自然的原真性，深度融入地方文化。

二、强化共同性：以协调统一推动产业的有序整治

在充分尊重乡村旅游发展差异性的同时，“协调统一”成为推动乡村旅游产业有序整治关键所在。这一理念贯穿于政策制定、产业布局、资源整合等多个层面，致力于在区域差异中寻求协同发展的平衡点，实现乡村旅游产业的整体提升。



从政策制定层面来看，中国各级政府注重政策的宏观引导与统筹协调。一方面，制定涵盖乡村旅游基础设施建设、服务质量提升、生态环境保护等方面的一般性政策，确保乡村旅游发展的基本方向和质量要求；另一方面，各地针对自身发展的不同特点，制定差异化的扶持政策。东部地区凭借其发达的经济与科技实力，多倾向于鼓励高端旅游产品、科技赋能；中部地区鉴于其丰富的农耕文化底蕴与产业基础，着力于推动特色产业与文化旅游的深度融合；西部地区基于其独特的生态与民族文化资源以及相对薄弱的经济基础，聚焦于加大基础设施建设投入、生态文化保护。

在产业布局方面，强调区域协同与优势互补。通过打破行政区域界限，加强东中西部地区之间的合作与交流，实现资源共享、客源互送、市场共建。东部地区凭借其发达的市场体系和营销网络，帮助中西部地区推广乡村旅游产品；中部地区作为连接纽带，促进东西部旅游资源的整合；西部地区则为东部地区提供独特的生态文化旅游体验，形成区域间的良性互动。与此同时，注重城乡产业的协同共进，将乡村旅游有机融入城市旅游体系，全力打造城乡一体化的旅游产业链，如开发“城市大休闲+乡村微度假”的组合旅游产品，拓展旅游市场的深度与广度。

资源整合同样构成“协调统一”的重要环节。在全国范围内，推动建立乡村旅游资源数据库，对各地的自然景观、文化遗产、民俗风情等资源进行全面梳理和整合。通过大数据、互联网等技术手段，实现资源的共享与优化配置。进一步地，各地根据自身特色，对资源进行深度挖掘和差异化开发，避免同质化竞争。例如，山东微山县突破地域限制，打造环南四湖旅游

联盟，携手鱼台县、滕州市等景区景点，实现旅游资源跨地区互补与合作共赢²³。

总的来说，中国在推进旅游减贫乡村可持续发展过程中构建了具有中国特色实践意义的四维协同模式（图 3-1）：在主体维度上，构建政府主导、企业带动、社会组织赋能、村民主体、游客参与、其他主体联动

的乡村治理网络，实现跨界资源整合；在制度维度上，通过“一个都不能少”的全覆盖战略，确保脱贫地区、村庄和人口同步纳入乡村振兴框架范围内；在技术维度上，通过提升个体发展能力、完善组织共治格局、优化社区治理体系，实现扶贫扶智并举；在情境维度上，既通过类型划分突出差异化发展特色，又借助产业有序整治强化区域协调统一，强调因地制宜。

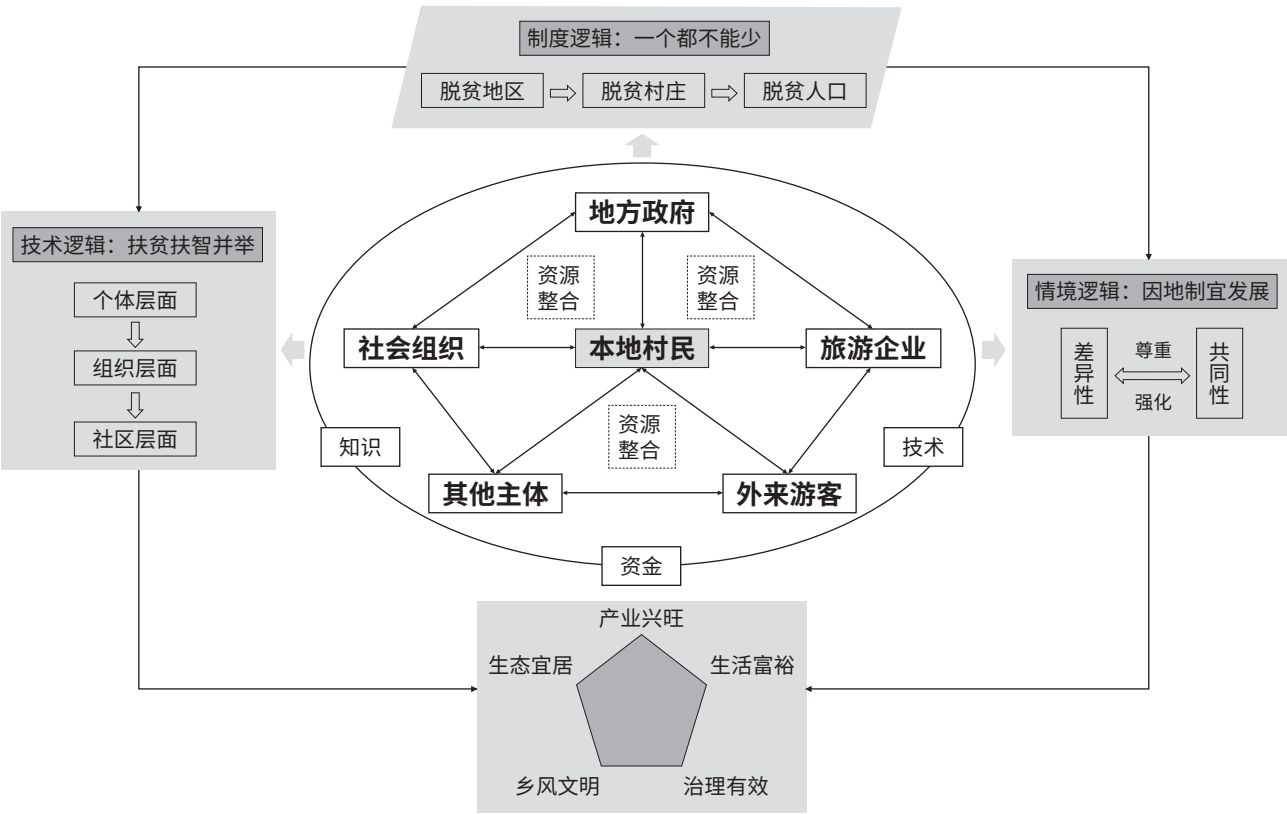


图 3-1 旅游减贫乡村可持续发展的四维协同模式
来源：自绘

1. 中华人民共和国中央人民政府网. 农业农村部 发展改革委 财政部 商务部 文化和旅游部 人民银行 银保监会 林草局 乡村振兴局 供销总社关于推动脱贫地区特色产业可持续发展的指导意见 [EB/OL]. (2021-04-07) [2025-02-18]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5616175.htm.
2. 冯楚瑶, 翁时秀. 以实践为导向的旅游地返贫机制分析框架构建 [J]. 地理研究, 2023, 42 (2): 312-331.
3. 金台资讯. 2024 年广西文化和旅游行业社会组织助力乡村振兴集中服务活动成功举办 [EB/OL]. (2024-12-04) [2025-02-18]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1817503098380526279&wfr=spider&for=pc>.
4. 新浪网. ⑥乡村振兴 | 2024 “金钥匙——面向 SDG 的中国行动” 展示 [EB/OL]. (2024-09-23) [2025-02-18]. <https://finance.sina.com.cn/esg/2024-09-23/doc-incqctzr5176004.shtml>.
5. 保继刚, 杨兵. 旅游开发中旅游吸引物权的制度化路径与实践效应——以“阿者科计划”减贫试验为例 [J]. 旅游学刊, 2022, 37(1): 18-31.

6. 消费日报网. 湖州安吉: 2024 年浙江省“数字木兰”民宿管家培训计划启动 [EB/OL]. (2024-10-16) [2025-02-18]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1813040260003695760&wfr=spider&for=pc>.
7. 新浪网. 2025 年小红书公益乡村漫游大会: 构筑城乡“桥梁”, 践行“小有可为” [EB/OL]. (2025-01-10) [2025-02-18]. http://k.sina.com.cn/article_1686546714_6486a91a02002jviq.html.
8. 中国青年网. 艺术的风, 拂过阿尔山的乡村 清华美院师生与村民合力 艺术赋能乡村振兴 [EB/OL]. (2023-10-15) [2025-02-18]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1779832471595348791&wfr=spider&for=pc>.
9. 人民论坛网. 安吉余村“全球合伙人”计划: 探索乡村青年人才集聚新模式 [EB/OL]. (2024-07-24) [2025-02-18]. <http://www.rmlt.com.cn/2024/0724/708170.shtml>.
10. 吴茂英, 张镁琦, 王龙杰, 等. 共同富裕目标下乡村旅游地经营性治理的理论内涵与研究框架 [J]. 旅游学刊, 2024, 39(3): 18-33.
11. 河北新闻网. 保定市推出“信用+文旅”消费新场景 [EB/OL]. (2025-02-10) [2025-02-18]. http://bd.hebnews.cn/2025-02/10/content_9301372.htm.
12. 财经头条. 云南大理: 酒店民宿实现“数智监管” [EB/OL]. (2024-02-20) [2025-01-06]. <https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6029942972/16769a0bc00101aipa>.
13. 农村大众网. 数字化技术“加码”乡村振兴, 让农民吃好“旅游饭” [EB/OL]. (2022-12-23) [2025-01-06]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1752987055356294667&wfr=spider&for=pc>.
14. 胡涵清, 曾祥明. 京郊崔村镇: “党建+科技+农文旅”走出乡村振兴新路径 [J]. 新型城镇化, 2025, (2): 44-47.
15. 云南日报网. 乡村“智”慧路云南行 | “数字+古镇”解锁和顺“潮玩”模式 [EB/OL]. (2025-01-23) [2025-01-26]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1822027286030032453&wfr=spider&for=pc>.
16. 中国兰州网. 智慧服务平台助力皋兰县农文旅融合发展 [EB/OL]. (2023-11-22) [2025-01-26]. <https://news.lanzhou.cn/system/2023/11/22/012444138.shtml>.
17. 羊城派. “真乡”! 全国首个乡村旅游服务平台正式上线 [EB/OL]. (2024-10-04) [2025-01-06]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1811989708811406565&wfr=spider&for=pc>.
18. 中国日报网. 一图感知村中事 数字助力乡村兴 [EB/OL]. (2021-07-13) [2025-01-06]. <http://cn.chinadaily.com.cn/a/202107/13/WS60ed53b2a3101e7ce9759726.html>.
19. 柴力行, 蔡勃伟, 黄耿志. 脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接背景下脱贫县发展类型与路径 [J]. 地理科学, 2024, 44(11): 1997-2006.
20. 李玉恒, 宋传奎, 阎佳玉, 等. 深度贫困地区乡村地域系统演化研究——以河北省阳原县为例 [J]. 地理科学进展, 2020, 39(6): 951-959.
21. 李宁慧, 龙花楼. 实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的内涵、机理与模式 [J]. 经济地理, 2022, 42(4): 1-7+18.
22. 人民网. 乡村振兴看山西 | 晋中榆次区: 农文旅融合、产加销一体, 建设现代都市农业新高地 [EB/OL]. (2023-06-08) [2025-01-06]. <http://sx.people.com.cn/n2/2023/0608/c189132-40448560.html>.
23. 山东宣传网. 山东跨区域整合旅游资源——一水相依带来一体发展 [EB/OL]. (2022-07-23) [2025-01-06]. https://www.sdx.gov.cn/sy/xcdt/202207/t20220723_10570755.htm.

第四章

旅游减贫乡村可持续发展的 世界价值与战略启示



第一节 中国 2030SDGs 减贫目标的落实成效

一、中国实践与 2030 SDGs 整体目标的协同

在全球 SDGs 的实现进程中，乡村地区是需要高度重视的战略区域。与城市不同，乡村地区往往面临交通不便、产业薄弱、人才紧缺、就业困难等发展难题，成为制约 SDGs 实现的关键因素。

自 2015 年 SDGs 目标确立以来，中国始终坚持以科学的国家政策为引领，积极配合联合国 2030 SDGs 目标的推进工作。2015 年 11 月，中国政府正式启动脱贫攻坚战，将乡村地区的消除贫困工作置于国家战略的高度加以推动。经过六年的艰苦努力，到 2020 年底，脱贫攻坚战取得了全面胜利。至此，中国实现了 SDGs 中的“消除贫困”的目标 1，解决了中国乡村的绝对贫困问题。但是，中国的乡村发展之路并不止于此。2017 年，正式提出了实施乡村振兴战略，并在 2018 年出台了首个《国家乡村振兴战略规划（2018-2022 年）》，这标志着中国的乡村发展进入了一个新的阶段。在 2021 年的一号文件中，中国政府则进一步明确了乡村振兴的目标和任务，强调要确保巩固脱贫攻坚成果，将其与乡村振兴有效衔接，致力于解决乡村居民的相对贫困问题。

在距离 2030SDGs 还剩五年的目标突破之际，2025 年初，中国政府印发了《乡村全面振兴规划（2024—2027 年）》，将乡村全面振兴战略作为重大决策。中国的乡村全面振兴战略更加突出“全面”二字，以“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”为总要求，旨在推动农村全面可持续发展，这与联合国 SDGs 的理念高度契合。中国政府多次强调，乡村振兴不仅是经济指数的增长，更是包括产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴在内的全面振兴。可以说，中国的乡村振兴战略不仅是对本土发展需求的回应，更是对全球 SDGs 的积极实践，体现了全球可持续发展理念与中国本土实践的深度融合。

在具体的乡村振兴实践中，中国依托乡村地区的自然风光和淳朴民风，将发展乡村旅游业作为实现脱

贫攻坚和乡村振兴的重要途径。在 SDGs 的 17 个可持续发展目标中，目标 8 体面工作和经济增长、目标 12 负责任的消费和生产以及目标 14 水下生物都直接提到了旅游业。中国的乡村旅游实践经验具有重要的示范意义，不仅为中国乡村振兴提供了可行路径，也为全球其他发展中国家实现可持续发展目标提供了重要借鉴。

为了更加深入探讨中国乡村旅游实践与 SDGs 的协同机制，本报告借鉴了斯德哥尔摩复原力中心提出的“可持续发展目标婚礼蛋糕”模型（图 4-1），将 SDGs 的 17 个目标分为三个层面：生物圈、社会和经济。该模型强调自然生态环境是全球可持续发展的根基，在此基础上推动社会福祉与经济繁荣的协同发展。

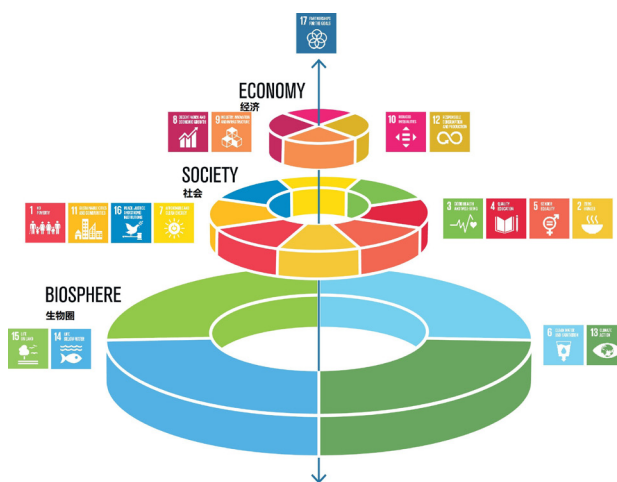
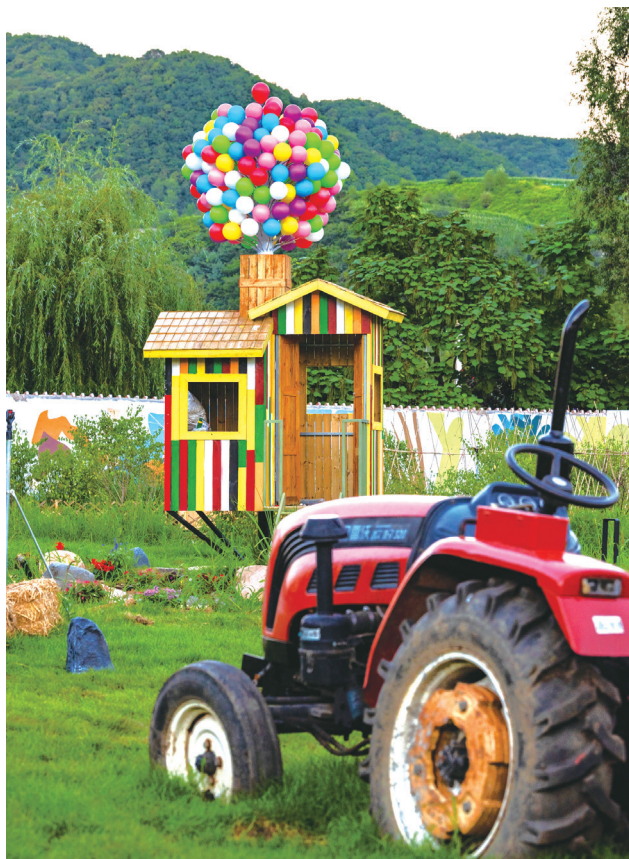


图 4-1 “可持续发展目标婚礼蛋糕”模型
来源：Stockholm Resilience Centre¹

（一）SDG 的生物圈目标

1、培育特色旅游业态，倡导绿色经济

中国旅游减贫将乡村特色旅游业态与生态环境保护有机结合。中国乡村充分挖掘本地独特的自然资源和文化底蕴，培育出了一系列具有地域特色的旅游业态，替代了传统的工业或农业发展模式，带动了餐饮、住宿、购物等相关产业的发展，形成了绿色产业链，为乡村可持续发展注入新的活力。例如，湖北龙风山集团以绿色有机的农业生产为基础，依托大别山红色革命文化，以旅游产业带动第一和第二产业，扭转了传统的乡村发展困境。



2、整治乡村卫生环境，减少污染排放

中国旅游减贫推动了乡村卫生环境整治的力度，有效减少了农村污染排放。乡村卫生环境的整治不仅改善了乡村生态环境，保障了居民的身体健康，还提升了乡村的旅游形象，进一步推动了乡村旅游业的发展。例如，安徽陡沙河村筹建“文明超市”，在“文明超市”中购买各类日用品均不用花钱，只需用各自持有的积分“文明币”消费，有力地推动了居民说文明话、做文明事、自发维护乡村卫生环境。

3、保护自然生态环境，开发与保护并重

在乡村旅游开发过程中，中国始终遵循生态优先的原则，做到开发与保护协调发展。在规划乡村旅游项目时，充分考虑自然生态环境的承载能力，加强对生态敏感区域的保护，并通过对生态环境的监测和管理，及时发现和处理生态破坏行为。例如，内蒙古乌审旗成立了生态环境保护委员会，通过严格执法检查和明确环保责任人，对重点监控企业全面推行自动监控设施安装，确保生态环境得到切实保护。

(二) SDG 的社会目标

1、增加旅游就业收入，消除地区贫困与饥饿

中国乡村旅游减贫实践通过发展旅游业，显著增加了当地居民的就业机会，有效缓解了区域贫困。例如，四川巴山大峡谷以景区建设带动大量当地百姓脱贫致富，贫困人口收入显著增加，许多外出打工的年轻人返乡从事旅游民宿经营等相关工作，部分村通过旅游合作社入股景区公司获取分红，为当地农民提供了稳定的旅游收入，有效改善了生活条件。

2、文体旅深度融合，提升居民健康与教育水平

中国乡村旅游减贫实践注重文化、体育与旅游的深度融合，通过举办各类文化活动和体育赛事，提升了居民的健康与教育水平。如，宁夏龙王坝村设立乡村振兴培训学院，大力开展教育培训与研学旅游项目，让前往龙王坝村培训或旅游的游客，游有所学，学有所获。近年来，依托于乡村良好的生态环境与淳朴的地方体育项目，更为体育健康与乡村旅游的结合提供了良好契机。例如，安徽下仓镇每年举办黄湖龙舟赛²，以赛事带动旅游，在吸引游客观赛游玩的同时，也进一步弘扬了中国优秀体育文化。

3、提供平等就业机会，提升女性社会地位

中国乡村旅游的发展为乡村女性提供了更多的就业选择，显著提升了社会地位。福建下党村成立了“下党媳妇”这一招牌，组织当地妇女参与志愿活动与旅游创业，为下党在疫情期间的抗疫工作、乡村扶贫工作以及乡村旅游的发展做出了巨大贡献。河北水峪村也充分发挥广大妇女在乡村振兴中的独特作用，依托西部长青景区和快速发展的民宿产业，打造了一批经济小院，促进妇女就业创业³。

(三) SDG 的经济目标

1、提供优质就业岗位，助推社会平等

乡村旅游产业的发展创造了大量的优质就业岗位，为各类人群提供体面工作，有力助推了社会平等

的实现。许多旅游公司通过创新扶贫模式，注重保障提升当地居民的劳工权利，形成了“景区+农户”的命运共同体。例如，海南槟榔谷景区在劳动用工方面优先考虑和安置当地村民，为村民量身定制“半天务农+半天务工”的弹性工作模式。为了帮扶村民，景区出资建设惠农街，统一建造小商铺，并无偿分配给与景区合作的村民自主经营，创造了大量的就业岗位。

2、完善乡村基础设施，鼓励创新创业

中国乡村旅游高度重视对乡村基础设施的建设与完善，不仅为旅游公共服务的发展提供了坚实基础，同时还为当地居民的生活提供了便利。广西岔山村对扶贫、旅游、交通、住建等项目资金进行整合，重点建设村内外道路、公共停车场、旅游厕所、游客服务中心、休憩设施等旅游公共服务设施。并且重视对互联网信息化的提升，接入了“富川网信智慧平台”，依托 5G+ 数字乡村的“数字岔山”项目，为游客和村民提供智慧旅游、智慧农业、日常信息服务和旅游景点的直播服务。

3、推行消费减贫模式，推广可持续发展理念

乡村旅游消费减贫将旅游消费与减贫目标紧密结合，有效推广了可持续发展理念。在具体实践过程中，

消费减贫模式通过多种创新形式，鼓励游客和企业通过购买当地特色产品、参与旅游活动等方式，直接支持乡村经济发展。如，陕旅集团推出“山花工程·后备箱行动”乡村旅游扶贫项目，利用平台公信力帮助农村各类特色农副产品就地消费及线上售卖，实现对帮扶地区产品的持续引流推广。并通过景点联动、实体店输出等多种形式，助力实现“旅游+互联网+农业”的深度融合。

二、中国实践与 2030 SDGs 减贫目标的协同

贫困问题是全球可持续发展的核心挑战之一，消除贫困不仅是推动经济增长的关键，也是改善民生福祉、实现社会公平正义的重要前提。“消除贫困”目标摆在 SDGs 的首位，具有基础性和全局性的战略作用。对于中国而言，通过挖掘地方自然资源和文化遗产，发展特色旅游项目，不仅为贫困人口创造了就业机会和增收渠道，还带动了相关产业的协同发展，形成了“旅游+农业”“旅游+文化”“旅游+生态”等多业态融合的减贫模式。

（一）增加旅游收入，实现全民体面就业

旅游减贫的核心在于通过发展旅游业为贫困人口创造就业机会，增加收入来源。中国在乡村旅游发展





中，注重将贫困人口纳入旅游产业链，通过提供导游、餐饮、住宿、手工艺品制作等就业岗位，帮助贫困家庭实现稳定增收。例如，贵州雷山县西江千户苗寨通过积极鼓励农户利用自家房屋经营农家乐、家庭旅馆、旅游商品店等直接参与乡村旅游，或是通过出租房屋实现增收。当地居民通过参与旅游服务实现了脱贫致富，2024 年全县实现旅游综合收入 147.15 亿元，农民人均可支配收入为 15460 元⁴。

在旅游减贫过程中，各地政府注重以“输血式帮扶”转变为“造血式引领”，通过技能培训提升贫困人口的就业能力，确保他们能够胜任旅游相关岗位，从而实现体面就业。如，湖北省的宣恩县在全域旅游的发展建设中强调各利益相关方共同参与，对旅游行业从业人员进行了全面系统的培训，包括旅行社、餐饮、民宿等传统旅游行业，甚至对景区游船的船员也会进行普通话培训以及州情县情的讲解培训，全方位提升旅游从业人员的职业素养与工作技能，在提升游客旅游体验的同时也实现了“智技并举”。

（二）完善基础设施，健全社会保障体系

基础设施的完善是旅游减贫的重要支撑。中国在旅游减贫实践中，通过大力投资交通、通信、水电等基础设施建设，为贫困地区旅游业的发展提供了坚实基础。除了本地政府资金与人力的投入，大量社会组

织与社会资本也通过帮扶的方式为改善乡村旅游基础设施贡献力量。以中国旅行社协会铁道旅游分会的旅游帮扶专列为例，铁道旅游分会每年组织约 120 列入藏、入疆帮扶专列，且数量呈逐年增长趋势。这些专列的游客主要来自东部发达地区，专列线路覆盖拉萨、西宁、吐鲁番、库尔勒、和田等西部地区的重要旅游目的地。通过铁路交通的便利化，这些偏远地区的游客量显著增长，直接带动了当地旅游经济收入的提升。

中国旅游减贫在鼓励贫困人口参与旅游经济活动的同时，还确保他们能够享受到基本的社会保障服务。政府通过政策扶持，鼓励旅游企业为贫困人口提供稳定的就业岗位和福利待遇，确保他们能够通过旅游经济活动实现长期稳定增收。精准扶贫作为中国减贫的一项重要举措，通过精准识别贫困人口，制定个性化的帮扶计划，可以确保扶贫资源的有效利用。例如，河南济源市通过建档立卡，精准识别贫困家庭，并根据他们的实际情况，提供旅游就业培训、创业资金支持和企业结对帮扶，并为贫困家庭提供医疗救助、教育补贴和养老保险等社会保障服务。

（三）促进社会平等，男女平等获取资源

中国乡村旅游的发展为女性提供了多样化的就业机会。政府通过技能培训、创业支持等措施，帮助女性提升就业能力，增强经济独立性，确保男女性平等

获取旅游资源和就业机会。例如，安徽六安市妇联深入推进“乡村振兴巾帼行动”，依托六安茶谷、江淮果岭、西山药库、九十里山水画廊等乡村旅游特色品牌，融合妇联元素，联合推出红色研学、亲子活动、特色美食等主题最美巾帼乡村旅游路线⁵。诸如此类的旅游活动彰显了女性参与经济社会活动的强大力量，鼓舞了广大乡村女性成长。

旅游减贫不仅关注性别平等，还致力于推动各类群体的平等参与。中国在旅游减贫实践中，通过政策支持和资源分配，确保不同群体能够平等获取旅游资源和就业机会。在中国的民族地区，地方政府高度重视民族特色文化传承与利用，通过开发民族特色旅游项目，将民族的文化资源转化为经济优势，为民族地区群众提供了大量的就业机会。同时，针对老年人和残疾人等弱势群体，政府通过提供专项培训、精准帮扶等措施，帮助他们更好地参与旅游经济活动。此外，政府还通过社会保障政策的完善，确保弱势群体在参与旅游经济活动时能够享受到基本的生活保障。这些举措不仅促进了弱势群体的经济增收，还增强了他们的社会参与感和归属感，推动了社会的包容性发展。

第二节 中国旅游减贫乡村助力可持续发展的启示

一、践行公平逻辑：市场主导与政府协同

中国旅游减贫乡村可持续发展实践中，“市场主导+政府协调”的双轮驱动模式突破了传统发展路径依赖，形成了具有中国特色的公平实践逻辑。具体而言，这一模式通过构建主客、城乡以及区域间协同机制，协同市场效率与政府公平保障，重构了乡村发展的价值链条，为破解全球乡村贫困与可持续发展难题提供了新的战略启示。

（一）契合主客共享需求，促进社会融合

乡村旅游实践不仅创造了经济价值，更在主客文化碰撞中重构了社会关系网络。乡村旅游开发多注重体验设计，这极大地改变了游客的传统角色定位。以往，游客往往被视为乡村风景的“旁观者”，与当地社区之间存在着一定的距离感。然而，随着乡村旅游

模式的转型升级，游客被鼓励深入参与乡村生活，甚至是乡村社区的决策过程中，使得游客逐渐成为了乡村的“参与者”。另一方面，游客的参与为乡村社区带来了新的社交圈子，居民与游客之间建立起了基于共同兴趣和体验的友谊与合作。这种跨地域、跨文化的社交网络逐渐拓展为主客价值共创的生态系统，不仅拓宽了乡村居民的社交视野，也更进一步促进了主客间社会融合进程。

（二）撬动城乡资源互通，打破二元结构

乡村旅游业作为城乡协同的杠杆⁶，以市场化手段激活沉睡资源，强力撬动了城乡要素的双向对流。伴随着乡村旅游产业影响力外溢，城市资源呈现向乡村的集聚态势。首先融入的是资本要素，更多聚焦于乡村旅游项目开发，如，高端民宿集群、特色旅游景区等，极大重塑了乡村空间形态；其次是技术要素，智能票务系统、线上导览平台等智慧旅游产品开始应用，为乡村旅游运营注入科技元素；最后是人才要素，专业人才下乡赋能，涵盖运营指导、服务培训等多元领域，激活了乡村旅游人力资本。

反向来看，乡村则依托自身生态、文化本底，向城市输出优质资源。例如，生态农产品以绿色、有机标签直供城市消费市场，满足市民高品质饮食需求；民俗文化资源凭借传统节庆、民间技艺等形式，吸引城市居民前往乡村，感受乡土文化魅力，实现城乡资源优势互补。

特别要指出的是，本报告发现相比于村尺度，村尺度以上的案例在速度、质量、外源性、内源性四大



维度的得分均更高，表明资源整合与区域联动对地区旅游发展发挥重要的作用，因此有必要在县域层面着力发展壮大诸如乡村旅游等富民产业，促使城乡从“物理接壤”走向“有机融合”。

（三）催化区域协同发展，缩小发展差距

立足宏观区域视野，乡村旅游业扮演着发达与欠发达地区协同发展的催化剂角色。发达地区凭借深厚的旅游市场、充足的资金积累，与欠发达地区构建帮扶联结，携手开发乡村旅游产业。例如，双方联合策划跨区域旅游线路，将发达地区的庞大客源引流至欠发达地区，借助旅游乘数效应，激活欠发达地区经济活力。通过共享旅游营销平台，整合传播资源，有效提升了欠发达地区乡村旅游品牌的市场知名度。作为回馈，欠发达地区以原生态自然景观、民俗文化为依托，为发达地区游客提供差异化的旅游体验。长期旅游互动促使不同区域在资源、市场、理念等多维度取长补短，以公平逻辑为指引，构建起跨域联动的价值网络，渐进式地缩小区域间发展差距。

总的来说，中国“市场+政府”双轮驱动模式的核心在于，以制度创新打通“资源-资本-收益-再分配”闭环，既释放市场活力，又通过政府干预保障弱势群体权益。这种“有温度的市场经济”为全球乡村可持续发展提供了关键启示：唯有将效率提升嵌入公平框架，才能实现真正的包容性增长。

二、秉持可持续发展理念：平衡共创与和合共生

（一）平衡共创提供了外在的行动指南

平衡共创强调的是在经济、社会、环境三大维度之间寻找动态平衡，确保发展的可持续性，同时鼓励多方参与，共同创造价值。

在经济平衡方面，需要兼顾短期的经济效益与乡村经济的长期健康发展。一方面，立足当下，利用乡村现有的资源优势，发展特色旅游项目，通过“短平快”的项目迅速带动资金流入，增加村民收入，提升乡村经济活力。另一方面，着眼长远，加大对乡村基础设施建设的投入，改善交通、网络等条件，为乡村经济



的持续发展奠定基础。同时，注重对乡村人才的培养与引进，鼓励大学生返乡创业，吸引外部专业人才助力乡村发展，通过提升乡村的人力资本，推动乡村产业不断转型升级，实现乡村经济从依靠单一资源向“旅游+”多元产业协同转变。

在社会平衡方面，注重促进社会和谐，尊重乡村多元文化的差异性。一方面，积极组织各类乡村文化活动，不仅能够为村民提供展示本土文化的舞台，提升村民对本土文化的认同感与自豪感，还能吸引游客参与，增进不同文化间的交流互动，从而增强乡村社区的凝聚力。另一方面，尊重当地不同类型的文化习俗、生活方式等，吸纳不同文化背景的村民代表参与决策，制定符合多元文化需求的村规民约，从各个层面营造和谐包容的乡村社会环境。

在环境平衡方面，秉持绿色发展理念，推进生态保护与旅游开发的协同共进。一方面，强化对自然资源的保护力度，严格划定生态保护区域，严禁在核心生态区开展旅游开发活动。另一方面，推动环境友好型旅游乡村建设，采用环保材料建设旅游基础设施，推广绿色出行方式，同时加强旅游活动中的环境监管，引导游客文明旅游。

在这个过程中，共创机制始终贯穿其中。政府通过政策引导和资金支持，为乡村旅游项目的发展提供了有力保障；企业则利用自身的市场经验和资源优势，推进旅游产品开发。而村民则作为乡村旅游社区的主人，积极参与到民宿、餐饮等旅游服务中。乡村内外主体通过项目摸索和持续的业态拓深，在共创的迭代过程中深化了多元价值的创造。

（二）和合共生提供了内在的理念指引

和合共生的深层价值观深植于中华优秀传统文化土壤⁷，体现的是一种生生不息的动态演化观和整体思维的共同体意识⁸，为旅游减贫与乡村振兴提供内在的价值引领。

在旅游减贫时期，秉持和合共生理念，意味着将贫困地区的居民与旅游产业发展紧密相连，形成休戚与共的关系。也就是说，不再单纯将贫困村民视为帮扶对象，而是看作旅游发展的重要参与者与受益者。对于这一理念的践行，本质上是发展伦理的转换，从单向度的“输血式帮扶”转向共生共创的“造血式发展”。已有实践证明，当贫困群体从“发展对象”转变为“发展主体”，不仅能创造更可持续的经济收益，更能形成文化自觉的良性循环。

而在乡村振兴时期，这一理念将进一步促使各方协同合作，构建有机的乡村发展生态。一方面，引导乡村内部不同群体，如本地村民、返乡创业人员、新乡贤等，以乡村整体发展为出发点，共同谋划乡村建设。另一方面，在乡村与外部的互动中，积极与企业、高校等外部主体建立紧密联系。城市为乡村提供市场、资金与技术支持，乡村则为城市提供生态产品、休闲空间以及文化体验，从而实现城乡间、不同主体间的优势互补、和谐共生。具体在乡村场域中的“和合共生”，就是在乡村旅游实践中，融合国家、社会各方力量，汇聚乡村内外各种有形无形资源，实现互补互促、共生共荣。

1. Stockholm Resilience Centre. The SDGs wedding cake [EB/OL]. (2022-09-06) [2025-02-21]. <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2016-06-14-how-food-connects-all-the-sdgs.html>.
2. 安徽宿松县文旅体局. 安徽宿松：“体育+旅游”跑出加速度. (2023-11-21) [2025-01-06]. <https://www.susong.gov.cn/public/2000003731/2027555211.html>.
3. 新浪网. 盘活闲置资产 发展民宿经济 鹿泉区水峪村促进妇女就业创业. (2024-12-14) [2025-01-06]. <https://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-14/doc-inczksic5166084.shtml>.
4. 雷山县人民政府. 2024 年政府工作报告 [EB/OL]. (2025-02-25) [2025-03-03]. https://www.leishan.gov.cn/zwgk/zdlygk/fzgh/zfgzbg/202502/t20250225_86946456.html.
5. 中国妇女网. 安徽省六安市妇联：巾帼赋能皖西风韵和美乡村建设 [EB/OL]. (2024-06-25) [2025-03-03]. <http://www.womenofchina.com/flsy/2024/0625/14490.html>.
6. 高楠, 张新成, 王琳艳. 中国乡村旅游公共服务水平时空格局与形成机理 [J]. 地理科学, 2021, 41(2): 252-260.
7. 王湘军, 康芳. 和合共生：基层治理现代化的中国之道 [J]. 中国行政管理, 2022, (7): 16-22.
8. 朱其静, 杨效忠, 李冬花, 等. 和合共生视角下线性资源文化旅游利用的逻辑框架与研究展望 [J/OL]. 人文地理, 1-10[2025-03-18].



后记

2025 年是中国脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接最后一年，也是全球 2030SDGs 推进的关键节点。本报告以旅游促进中国乡村可持续发展为逻辑主线，基于“实践探索 - 经验深描 - 价值升华”的研究框架，系统探究中国乡村从减贫到振兴的理论与实践逻辑。本报告得出以下核心结论：

第一，中国旅游减贫乡村可持续发展的实践呈现出明显的“政策 - 价值”协同特征。从脱贫攻坚到乡村振兴的政策衔接，不仅体现了中国国家治理体系的动态适应性，更通过“内生动力培育 + 外部资源赋能”的内外联动，提升了乡村旅游地的减贫韧性。

第二，IRT-SQEI 框架的提出，突破了以往减贫研究过于注重经济价值的物质导向，将平衡发展理念融入分析维度中，为解释复杂情境下旅游减贫的差异化模式提供了新的分析框架。以此为基础，通过 10 个典型案例的重点研究，展现“国家 - 市场 - 社会”多元主体的协同治理图景。

第三，“主体 - 制度 - 技术 - 情境”四维协同下，中国经验的价值溢出体现在“公平逻辑”与“可持续发展理念”在乡村场域内的深度融合，通过主客共享、城乡互哺、区域协同的机制，为破解全球减贫进程中的复杂矛盾提供了可借鉴启示，有助于 2030SDGs 目标的实现。

值此报告完成之际，要特别感谢报告编写组中央民族大学李燕琴教授、罗湘阳、漆香池、李研等，报告调研组施佳伟、马喜悦、龙羽佳、陈佳琦、刘晓平等。同时也向文中案例地的政府工作人员、景区管理者、行业从业者致以诚挚谢意，感谢分享旅游促进乡村可持续发展的中国实践经验。