



A

成为“网红”后的 忧思

7月27日一早，天刚转亮，琼中黎族苗族自治县什寒村村民黄秋梅就起床备菜，为自家的农家乐饭店忙活起来了。作为琼中曾经最偏远、最贫困的村庄，什寒村通过发展乡村旅游，一度成为“网红村”。全村人吃上了旅游饭，人均收入从2009年的946元增加到2019年的1.5万元，10年间增长了15.8倍。

黄秋梅清晰地记得，上个世纪90年代自己刚嫁到什寒村的光景，“进村的路泥泞得很，又窄又滑，我几乎是自己爬上来来的。一入夜，村子里一片漆黑。”

2010年以来，什寒村实施整村推进扶贫项目，改造危房、修建道路……彻底改变了破旧面貌。路更宽了，景更美了，游客也跟着来了。在政府的支持和帮助下，黄秋梅还开起了自己的农家乐和民宿。

“2014年到2017年，生意最好的时候一天能挣两三千块钱，当时真是乐得合不拢嘴。”黄秋梅说。不过，这样的好光景能不能一直持续下去？她不无担忧：“这两年我们一直在提升服务，但是各地都在建设‘网红村’，竞争激烈，钱不像原来那么好挣了。”

在海口市琼山区三门坡镇的龙鳞村，得益于当地主打的荔枝产业，每年到了荔枝采摘季，这里游人如织，村里农家乐生意旺到“一位难求”。但农家乐经营者唐吉也有苦恼，“我们这里淡旺季特别明显，周末或是节假日人特别多，平时就很少，花钱建了民宿却空在那儿，也是一种资源浪费。”海南日报记者走访时也发现，工作日时人气冷清，农家乐饭店开一天门，也就接待三五桌。

位于三亚市亚龙湾附近的博后村，毗邻亚龙湾国际旅游度假区，村民们和企业、投资者共同开发特色民宿，使博后村发展成为海南小有名气的“网红村”。但是村民们也开始居安思危。“我们现在发展势头确实很好，但是10年以后呢？仅靠发展民宿不可能是村民持续增收致富的保障。”三亚博后农民专业合作社社长苏洪武看到了产业结构单一的隐忧。

乡村旅游开发竞争激烈、淡旺季人气反差强烈、旅游主导产业单一……海南“网红村”发展面临的难题还包括游客越来越挑剔的“胃口”。

“森林步道、亲水步道、田园观景台、雨林栈道、房车营地，甚至玻璃栈道这些游玩项目，很多旅游乡村都有，体验趋于雷同了。”游客林芊感慨道，旅游产品、服务和体验的“同质化”，会让乡村在旅游市场的竞争中失去吸引力，而且游客的选择多了，就更容易“喜新厌旧”。

唐吉已经感受到了市场的瞬息万变，光靠荔枝采摘这一单一的旅游体验，龙鳞村无法在旅游市场上长久得宠，他想多元化发展，却不知道该从何做起。

「网红村」突围

本报记者 叶媛媛

深读

海南日报
融媒工作室

总策划：曹健 陈成智 齐松梅

执行总监：许世立

主编：孙婧

版面设计：张昕

校检：招志云 王赛

H5文案：许世立

H5制作：杨薇

视频文案：许世立

视频拍摄：袁琛

视频剪辑：吴文惠 陈海冰

视频配音：史雅洁

↓ 在琼海市博鳌镇的留客村，游客享受乡村游带来的乐趣，还不时在美景前“打卡”拍照留念。

本报记者 袁琛 摄

B 给自己立一个独属IP

位于万泉河下游的琼海市博鳌镇留客村，毗邻海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区和博鳌亚洲论坛国际会议中心。被誉为“海南侨乡第一宅”的蔡家宅，就坐落在这个约500年历史的村庄。

得益于博鳌蔡家宅文化旅游区暨美丽乡村建设项目一期的建设，留客村修旧如旧，随处可见“乡愁”的印记——鱼稻共生园里，黄澄澄的成熟稻谷随风摆动；九品香莲池中，满塘莲花香气清幽；曲折栈道边，是碧波荡漾的万泉河；古老渡口外，是黄昏里的风景在向游子招手，只让人感慨时光温存、岁月静好。

海南八方留客旅游文化开发有限公司总经理钟勇，现在一心扑在留客村的旅游开发上。“我们来到留客村，做的第一件事就是挖掘这里的历史和人文。”钟勇说，“村里的蔡家宅，深藏近百年前南洋侨胞蔡家兄弟的奋斗史，也蕴含着蔡家人为家乡奉献的深情，光是这栋融合了本土风格和南洋特色的宅子，就有道不完的动人故事。”在他看来，文化是留客村最大的特色，“只有文化是不可复制的，这才是我们发展留客村最核心的竞争力。发展乡村旅游必须要打造自己独特的IP，否则避免不了‘千村一面’的同质化问题。”

深挖本土历史和文化，并非增加乡村旅游竞争力的唯一答案。在定安县龙湖镇文头岭村，陈宝迪和丈夫打造的“香草田园”农庄，正探索另一种发展路径：如何在乡村实现三产融合。

在这个规划面积2674亩的农庄里，种植了近600种芳香植物，游客走进这里，迎面就是浓郁的植物香气。“香草田园”目前主要是展示和观光，但在“香草田园”的背后，我们扶持周边农户，整合近万亩撂荒地和林下种植区，发展香草种植基地，计划打造秋葵咖啡、精油、香料、香草茶等特色产品，延伸产业链，线上线下联合打造香草衍生产品。”陈宝迪说，香草背后的“香文化”就是农庄的主题IP，未来她还将在农庄内建设秋葵咖啡观光工厂、香草主题花园民宿、花园咖啡餐吧、芳香SPA康养区、芳香产品购物体验街等旅游项目，一切产业都围绕着“香文化”来开发。

“我们做乡村旅游十几年了，深刻了解淡旺季现象是很难改变的。”在陈宝迪看来，破局的思路是，发展乡村产业的核心不一定要放在旅游上，“农庄现有的旅游产业，只是开发‘香文化’IP带来的附加值，一产的特色种植和二产的深加工才是农庄的基础与核心。”

今年因为疫情缘故，农庄对游客开放的日期延后了，但有芳香苗

木种植产业作为基础，靠销售种苗，农庄仍然有稳定的收入。采访中，陈宝迪掏出手机向记者展示，“你看，这是我昨天刚收到的一笔种苗订金，50万元。”她相信，等到开门迎客之际，浪漫唯美的“香草田园”将会吸引大量的游客到访，秋葵咖啡、精油、香料、香草茶等系列芳香产品“上线”后，收益将会更加可观。

总体上看，海南乡村旅游有哪些独特优势，“网红村”如何长久经营自身人气？

C 还可以拿什么 留住乡愁

消费市场的升级换代，必将倒逼旅游供给侧加速推进结构性改革。乡村旅游经营者需要不断打造新热点，才能跟上市场发展的步伐，满足游客的“胃口”。

“我们计划将附近几个村小组连带开发，依托亚龙湾的人气，把自身打造成景区。”苏洪武透露，未来的博后村，不再只是民宿的集群，还会有高端酒店、康养中心、购物广场、游乐园、夜市、酒吧一条街等旅游配套，可以满足游客“吃住行游购娱”全方位需求。

总体上看，海南乡村旅游有哪些独特优势，“网红村”如何长久经营自身人气？

在省旅游发展研究会会长王健生看来，海南宜居宜游的生态环境、丰富的物产、具有海岛特色的黎族和苗族文化以及海南自贸港系列优惠政策，都是海南乡村旅游的一手好牌。

具体来说，如何用好资源禀赋，王健生认为还需要打出“好故事”“好味道”“好宝贝”“好戏连台”及“更好玩”的组合牌。“乡村要发展文旅产业，首先要深挖能打动人心的‘好故事’，让游客‘身未动、心已往’；饮食上要做出乡村美食的特色，让游客吃出风味；要开发农特产品等伴手礼，让游客‘吃不完兜着走’；还要不断策划乡村特色热点节庆活动，趣味项目一个接着一个；更要通过不断优化的产品和服务，让游客既有得玩，又玩得开心。”王健生说。

休闲农业品牌运营服务平台《尖椒农旅》创始人徐志毅则认为，在自贸港政策下，海南乡村应依托独特的热带资源，瞄准来岛旅游人群，打造具有田园休闲度假功能的精品农业，“在发展精品农业方面，可以参考日本和中国台湾的经验。不过我们也要因地制宜，并不是所有乡村都适合发展旅游，应该是宜农则农，宜旅则旅。”

陈宝迪的“香草田园”农庄的盈利模式，也参考了日本Mokumoku农场的经验，这个以“猪”为主题的亲子田园，2018年收入约人民币5亿元，“这不是靠收旅游门票做到的，而是依靠在线上线下销售其品牌猪肉制品实现的。”

从根本上说，乡村旅游的发展，顺应了人们渴望回归田园的需求。《2019-2020中国乡村旅游行业发展分析报告》和《艾媒报告·2019中国全域旅游大数据监测及典型区域与典型产业剖析报告》显示，我国休闲农业与乡村旅游人数不断增加，从2012年的7.2亿人次，到2018年突破30亿人次，其中2018年的营业收入达8000亿元。2019年仅上半年，全国乡村旅游总人次已达15.1亿次，同比增加10.2%；总收入8600亿元，同比增加11.7%。

采访中，徐志毅和王健生多次提到，打造乡村旅游，最忌用标准模式去生搬硬套。“‘望得见山，看得见水，记得住乡愁’，就是因为与众不同的乡愁，山水才显得不一样。”王健生认为，文脉是乡村旅游、产业发展的灵魂，要挖掘出乡村背后的文化、风情和民俗，才能真正吸引游客、留住消费。

如何借力海南自贸港东风壮大乡村产业，陈宝迪也有自己的规划和期待，“自贸港建设有望为海南乡村旅游带来巨大的客流，我们也能借政策优势，吸引更多国内外专业人才前来一起振兴乡村产业。”

（本报海口8月20日讯）

在琼中黎族苗族自治县的“网红村”什寒村，村民们在集体吃上“旅游饭”。本报记者 武威 摄