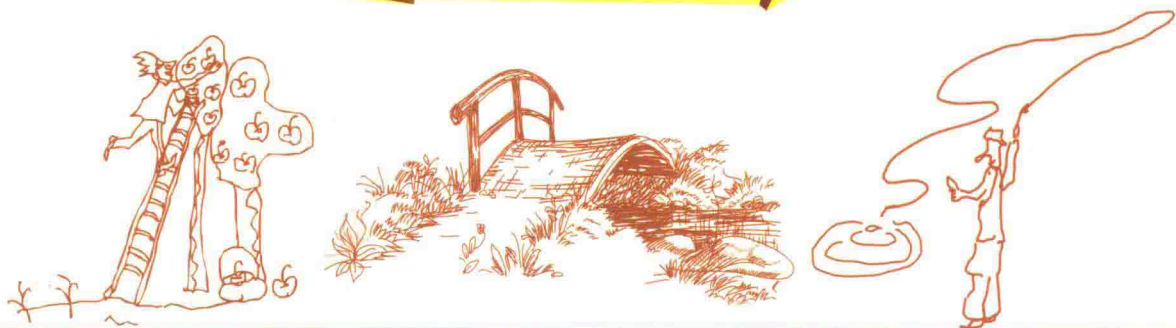


休闲农业教材



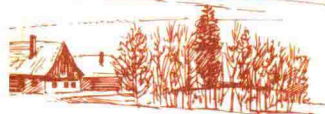
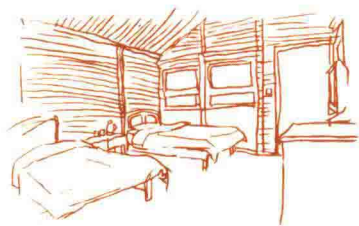
CHINA AGRI-TOURISM PRACTICAL MARKETING

实战营销

休闲
农业

首创休闲农业营销模型
体验/产品/活动/营销模式分析
休闲农业新媒体营销研究
传统农业转型策略
丰富案例助读

吕彦 张慧媛 主编



书馆

3

中国农业出版社

休闲
农业

实战营销

首创休闲农业营销模型

体验 / 产品 / 活动 / 营销模式分析

休闲农业新媒体营销研究

传统农业转型策略

丰富案例助读

吕彦 张慧媛 主编



中国农业出版社

图书在版编目(CIP)数据

休闲农业实战营销 / 吕彦, 张慧媛主编. — 北京: 中国农业出版社, 2014.9 (2015.12 重印)

ISBN 978-7-109-19579-0

I. ①休… II. ①吕… III. ①观光农业—市场营销—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第215322号

中国农业出版社

(北京市朝阳区麦子店街18号楼)

(邮政编码100125)

策划编辑: 张丽匹

责任编辑: 张丽匹

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行

2014年9月第1版 2015年12月北京第2次印刷

开本: 720mm×1000mm 1/16 印张: 16.25

字数: 267千字

定价: 49.00元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

编审委员会

主 编 吕 彦 张慧媛
编 者 方 展 荣振环 陈奕捷 要雁峥
张世军 黄庆红 张振华 周 兵
美术编辑 贺 瑜 苏晔宇 (图片整理)
指导单位 农业部农产品加工局 (乡镇企业局)
支持单位 北京观光休闲农业行业协会
北京蓝海易通咨询有限公司
大美田园农业科技 (北京) 有限公司
北京山合水易规划设计院
北京奥肯尼克农场
北京意大利农场
北京金福艺农农业科技发展有限公司
北京天葡庄园农业科技发展有限公司

序 言

党的十八大做出了大力推进生态文明、努力建设美丽中国的重大决策部署。习近平总书记在中央农村工作会议上指出，中国要强，农业必须强；中国要美，农村必须美；中国要富，农民必须富。这表明了中央坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，始终把“三农”工作牢牢抓住紧紧抓好的坚定意志，也表明了中央坚持把建设生态文明作为关系人民福祉、关乎民族未来的长远大计，努力建设美丽中国、实现中华民族永续发展的坚强决心。

休闲农业是拓展农业的观光休闲、文化传承、科技普及等功能，围绕农业生产过程、农民劳动生活和农村风情风貌，通过创意、创新、创造让人们品味农业情调、享受田园生活、体验农耕文化，带动农村一、二、三产业联动发展的新型农业产业形态和新型消费业态。虽然发展时间不长，但在各级政府和农业部门的大力推动和市场需求的强力拉动下，我国休闲农业取得了长足发展，成为农民参与度高、产业关联性强、行业覆盖面广的民生产业，呈现出“发展加快、布局优化、质量提升、领域拓展”的良好发展态势，为农业提质增效、农民就业增收、农村繁荣发展和经济社会持续稳定发展做出了积极贡献。据不完全统计，截至2013年年底，全国休闲农业聚集村9万个，规模以上休闲农业园区超过3.3万家，农家乐已超150万家，接待游客超过9亿人次，营业收入超过2700亿元，带动2900万农民受益。各地的发展实践，进一步彰显了休闲农业促进增收的经济功能、带动就业的社会功能、保护利用传承农耕文明的文化功能、美化乡村环境的生态功能等，促使大量的农区变“景区”、田园变“公园”、空气变人气、劳动变运动、农产品变商品，让闲置的土地利用起来，让闲暇的时间充实起来，让富余的劳动力流动起来，让传统的文化活跃起来，日益成为富裕农民、提升农业、美化乡村的战略性新兴产业。

“十二五”是旅游消费向休闲消费转型的关键时期。我国悠久的农耕文明，浓郁的乡村文化，多彩的民俗风情，优美的田园风光，恬淡的生活环境，必将成为休闲消费的主阵地。当前，随着城乡居民收入水平的提高、休闲方式的转变和

闲暇时间的增多，全国休闲农业正处在快速发展、提档升级的关键时期，既面临着市场拉动、政策推动、创意驱动、科技带动等良好机遇，也存在结构功能单一、基础设施薄弱、创意设计欠缺、服务质量不高、文化内涵不够、公共服务滞后等问题。这些问题如果不加以重视和解决，将严重制约休闲农业产业发展。

为推动休闲农业经营主体转变发展理念，创新发展模式，丰富发展内涵，提高发展质量，加快实现休闲农业提档升级，农业部农产品加工局组织有关单位和专家，编辑出版了这本《休闲农业实战营销》。本书以现代营销理论为基础，在总结国内外营销经验的基础上，从消费者分析、市场定位、产品决策、渠道决策、整合营销等方面系统介绍了休闲农业营销的方法，并以剖析案例的形式，向各休闲农业经营主体提供了产品营销、体验营销、活动营销、创意营销、新媒体营销等实用案例。

发展休闲农业是建设现代农业的重要内容，是带动农民就业增收的重要渠道，是建设美丽乡村和推进城乡一体化发展的重要途径。发展休闲农业是农民的愿望、市民的期待、时代的要求、历史的必然。我们希望全国各级休闲农业管理部门和各休闲农业经营主体认清形势，在全面把握本地资源条件、充分发挥自身优势的前提下，借鉴本书的成功经验，努力推进我国休闲农业持续健康发展，为农业强起来、农民富起来、农村美起来，全面建成小康社会，实现中华民族伟大复兴的中国梦做出新的更大的贡献。

农业部农产品加工局（乡镇企业局）

局长 

2014年9月29日



目 录

概述篇	第一章 休闲农业营销——追逐阳光的脚步
	1-- 休闲农业概览 /2
	2--1987, 休闲农业元年 /4
	3-- 我国休闲农业模式和类型 /7
	4-- 从自发营销到自觉营销 /10
	5-- 现代营销理论 /12
	6-- 残酷无情的市场催生整合营销传播理论 /14
	7-- 休闲农业步入营销制胜期 /18
方法篇	第二章 休闲农业营销——动员一切力量的总体战
	1--休闲农业营销模型之一：消费者模型 /21
	2--休闲农业营销模型之二：营销关系模型 /23
	3--休闲农业营销模型之三：营销结构模型 /26
	4--休闲农业营销模型之四：对抗模型 /28
	5--休闲农业营销的均衡性 /30
	6--休闲农业营销的短板效应 /31
	第三章 消费者分析——看不见的需求
	1-- 消费者需求的多样性 /36
	2-- 看得见的需求 /38
	3-- 看不见的需求 /40
	4-- 消费者需求调研 /44
	5-- 案例：“田妈妈”农乐园——消费者需求分析 /46
	第四章 市场定位——寻找最佳进攻位置
	1-- 休闲农业的市场细分方法 /52
2-- 休闲农业的市场细分 /53	

- 3-- 休闲农业的市场定位策略 /57
- 4-- 案例：“田妈妈”农乐园——市场定位 /60
- 5-- 案例：凤凰谷旧寨——市场定位 /62

第五章 产品决策——组合中的盈利点

- 1-- 休闲农业产品的体验特性及困难点 /66
- 2-- 休闲农业产品及常见营销组合 /67
- 3-- 产品组合方法及盈利点定位 /70
- 4-- 案例：德清“洋家乐” /75

第六章 渠道决策——架设通向消费者的桥梁

- 1-- 休闲农业营销渠道现状 /78
- 2-- 休闲农业营销渠道构建 /82
- 3-- 园区与专业渠道的合作模式 /84
- 4-- 营销渠道的维护和管理 /88
- 5-- 案例：北京意大利农场——营销渠道构建 /92

第七章 整合营销传播——拨动消费者心弦

- 1-- 休闲农业整合营销传播模型 /96
- 2-- 整合营销传播的策划和创意 /100
- 3-- 休闲农业园区信息的创意 /104
- 4-- 整合营销传播中的媒体策略 /106
- 5-- 充满人情味的园区传播 /109
- 6-- 变化多端的渠道传播 /114
- 7-- 案例：亚龙湾国际玫瑰谷 /117

附：休闲农业整合营销案例

实用篇 第八章 产品营销模式——以我为主的营销

- 1-- 产品营销模式的操作方法 /138
- 2-- 以环境为核心的产品营销模式 /139
- 3-- 以餐饮为核心的产品营销模式 /143

4-- 以住宿为核心的产品营销模式 /147

5-- 以民俗为核心的产品营销模式 /150

第九章 体验营销模式——反客为主的营销

1-- 休闲农业体验产品的策划 /155

2-- 体验产品应用 /158

3-- 体验传播与推广 /163

第十章 活动营销模式——强力洞穿壁垒

1-- 节庆营销活动 /170

2-- 主题营销活动 /176

3-- 渠道营销活动 /180

4-- 活动营销策划 /183

第十一章 休闲农产品创意——画龙与点睛

1-- 消费者青睐什么样的农产品 /191

2-- 休闲农业的农产品开发思路 /195

3-- 农产品创意方法 /198

第十二章 新媒体营销——柳暗花明又一村

1-- 什么是新媒体 /203

2-- 新媒体营销 /208

3-- 休闲农业的新媒体营销策略 /211

4-- 休闲农业的网络营销 /216

5-- 休闲农业的手机营销 /225

第十三章 传统农业转型——跨越营销障碍

1-- 传统农业转型为休闲农业的营销模型 /235

2-- 传统农业转型的开发策略 /237

3-- 传统农业转型的营销传播 /242

4-- 案例：黄水人家乡村旅游专业合作社 /243

参考文献 /250



概述篇

第一章 休闲农业营销 ——追逐阳光的脚步

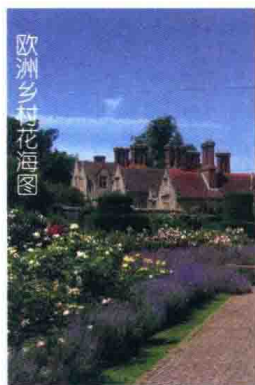
- 1-- 休闲农业概览
- 2-- 1987, 休闲农业元年
- 3-- 我国休闲农业模式和类型
- 4-- 从自发营销到自觉营销
- 5-- 现代营销理论
- 6-- 残酷无情的市场催生整合营销传播理论
- 7-- 休闲农业步入营销制胜期

1-- 休闲农业概览

休闲农业是利用农业景观资源和农业生产条件，发展观光、休闲、旅游的一种新型农业生产经营形态，也是深度开发农业资源潜力，调整农业结构，改善农业环境，增加农民收入的新途径。在综合性的休闲农业区，游客不仅可观光、采果、体验农作、了解农民生活和享受乡土情趣，而且还可以住宿、度假和游乐。

就其特征而言，休闲农业是以农业为基础，以休闲为目的，以服务为手段，以城市游客为目标，农业和旅游业相结合、第一产业和第三产业相结合的新型产业。

世界休闲农业发端于二战前的法国，战后逐渐蔓延到欧洲各地，20世纪80年代后蓬勃发展，今天已成为发达国家农业经济的重要组成部分。



欧洲乡村花海图



意大利五渔村



日本富士山花海



法国普罗旺斯

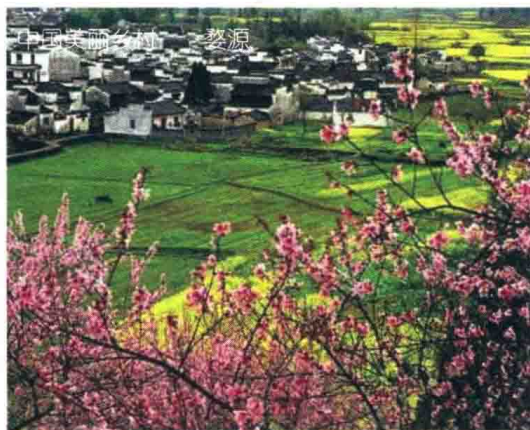
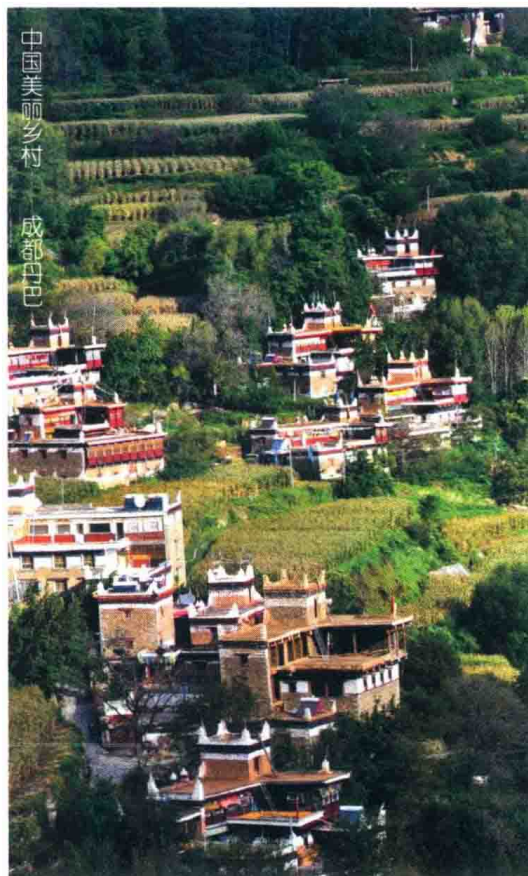


荷兰风光



我国休闲农业诞生于 20 世纪 80 年代后期，虽然起步较晚，但发展势头十分迅猛，如今已遍布全国各地。截至 2012 年年底，共有 8.5 万个村开展了休闲农业项目，经营主体达到 170 万家，其中农家乐 150 万家；从业人员 2800 万人，占全国农村劳动力的 6.9%；年接待游客 8 亿人次，实现营业收入超过 2400 亿元。

我国休闲农业的发展经历了三个阶段：兴起阶段（1990 年前），集中于靠近城市和景区的少数地区，属于自发性质；初期阶段（1990 ~ 2000 年），向市场经济转型时期，为适应农村产业结构调整，并满足城市居民需求，休闲农业快速发展，属于农民自觉性质；规模阶段（2000 年至今），在国家政策引导下，在各级政府大力扶持下，休闲农业在各个区域普遍开花，获得了质的飞跃，属于行业自觉性质。



2--1987，休闲农业元年



北京观光农业从 20 世纪 80 年代后期起步，自昌平区十三陵旅游区出现首家观光采摘果园之后，各郊区县观光农业开始快速发展。1987 年，没有工业、靠农业勉强自足的成都龙泉驿区在狭路中看到了满山桃花呈现的一线生机，就琢磨出龙泉桃花会的主意，不料立刻引来无数成都市民观赏。刚开始还在担心城里人采摘桃花影响收成的农民，很快便尝到了卖水卖饭赚钱的甜头。1988 年，蓬勃发展的深圳为扩大影响，搭建文化交流平台，宣传特区，借鉴哈尔滨冰雪节和慕尼黑啤酒节的经验，扩大对外交往，利用深圳人每年传统的荔枝会，成功举办了首届深圳荔枝节。当时对举办荔枝节持怀疑态度的一些人士，惊讶地看到荔枝节竟然吸引了 22 万国内外来宾，贸易成交达五亿多元。

不经意的举措，别有所图的构想，成就了龙泉桃花会和深圳荔枝节的破冰之



深圳首届荔枝节



20 世纪 90 年代后一些地方休闲农业节庆



举，也成就了我国休闲农业的纪元。

龙泉桃花会和深圳荔枝节意想不到的巨大成功，对我国休闲农业的影响是深远的。时至今日，模仿龙泉驿和深圳，由政府主导，文化搭台经济唱戏的节庆模式，依然是许多地区开发休闲农业最主要的方式。

毫无疑问，休闲农业对于调整农业结构、增加农民收入、促进农村文明具有十分积极的意义，是农业发展新的契机，也是缩小城乡差距、增强城乡经济文化交流的良好平台。中国是农业大国，农业问题牵一发而动全身，通过休闲农业深度挖掘农业资源、促进农村剩余劳动力就业、提高农民收入，是利国利民的大好事。因此，国家制定了支持和引导休闲农业发展的一系列法律法规和政策，各地政府也陆续出台了促进休闲农业发展的地方法规和相关政策，并投入大量行政资源和财政资源积极扶持，使我国休闲农业产业如雨后春笋般蓬勃发展起来。





休闲农业节庆小百科

中国首届休闲农业节庆——成都龙泉桃花节

天府之国，春来第一花，非龙泉桃花莫属；以花为媒，举办盛会，又首推龙泉“桃花节”。被国务院命名为“中国水蜜桃之乡”的龙泉驿，是国家级成都经济技术开发区所在地，是闻名全国的花果山和风景名胜区，素以“四时花不断，八节佳果香”著称。阳春三月，龙泉漫山遍野，桃花盛霞，梨花如雪，风景如画，吸引成千上万的游客纷至沓来。1987年，龙泉驿区举办首届桃花会，1993年第七届桃花节提出了“以花为媒、广交朋友、促进开发、繁荣经济”的办会宗旨，一直延续至今。1994年，桃花会主办者由龙泉驿区人民政府升格为成都市人民政府，名称随即改为“中国成都桃花会”。1999年，龙泉驿区人大常委会第十四届十九次会议作出将“桃花会”更名为“桃花节”的决定。



3-- 我国休闲农业模式和类型

经过二十多年的持续发展，休闲农业从最初的节庆模式，衍生出多种类型，多姿多彩，令人目不暇接。通过对全国休闲农业的调查分析，总结出我国休闲农业目前最常见的7种模式32种类型。



民俗风情休闲模式：以农村风土人情、民俗文化为方向，充分突出农耕文化、乡土文化和民俗文化特色，开发农耕展示、民间技艺、时令民俗、节日庆典、民间歌舞等休闲活动，增加农业休闲的文化内涵。主要类型有农耕文化游、民俗文化游、乡土文化游和民族文化游四种类型。



田园农业休闲模式：以农村田园景观、农业生产活动和特色农产品为方向，开发农业游、林果游、花卉游、渔业游、牧业游等不同特色主题的休闲活动，满足游客体验农业、回归自然的心理需求。主要类型有田园农业游、园林观光游、农业科技游和务农体验游四种类型。



农家乐休闲模式：农民利用自家庭院、自产农产品及周围的田园风光、自然景点，吸引游客前来吃、住、玩、游、娱、购等休闲活动。主要类型有农业观光农家乐、民俗文化农家乐、民居农家乐、休闲娱乐农家乐、食宿接待农家乐和农事参与农家乐六种类型。

休闲农业实战营销

村落乡镇休闲模式：以古村镇宅院建筑和新农村格局为方向开发观光休闲。主要类型有古民居和古宅院游、民族村寨游、古镇建筑游和新村风貌游四种类型。

休闲度假模式：依托自然优美的乡村或野外环境、舒适怡人的清新气候等结合周围的田园景观和民俗文化，兴建一些休闲娱乐设施，为游客提供休憩、度假、娱乐、餐饮、健身等服务。主要类型有：休闲度假村、休闲农庄和乡村酒店三种类型。

科普教育休闲模式：利用农业观光园、农业科技生态园、农业产品展览馆、农业博览园和博物馆，为游客提供了解农业历史、学习农业技术、增长农业知识的观光休闲活动。主要类型有农业科技教育基地、观光休闲教育农业园、少儿农业教育基地和农业博览园四种类型。

回归自然休闲模式：利用乡村优美的自然景观、奇异的山水、绿色茂密的森林、清澈宁静的湖水，发展观山、赏景、登山、森林浴、滑雪、滑水等休闲活动，让游客享受大自然、感悟大自然、回归大自然。主要类型有森林公园、湿地公园、地质公园、草原公园、水上乐园、露宿营地和自然保护区七种类型。



村落乡镇休闲模式——腾冲江东银杏村

图片来源：腾冲县政府官网



科普教育休闲模式——武家嘴农业科技园

图片来源：海报网