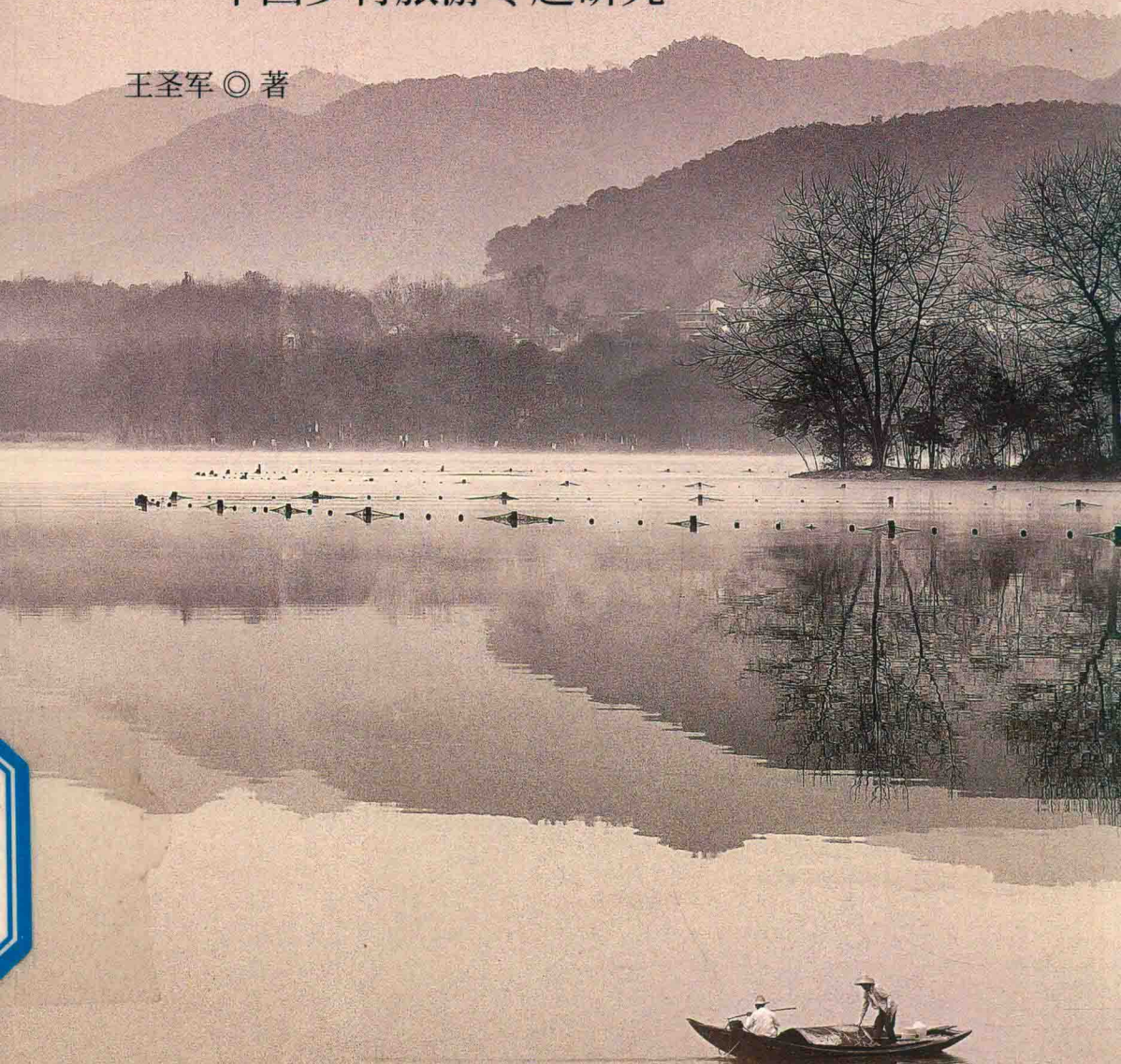


小隱_隱于野

——中国乡村旅游专题研究

王圣军◎著



中国财经出版传媒集团

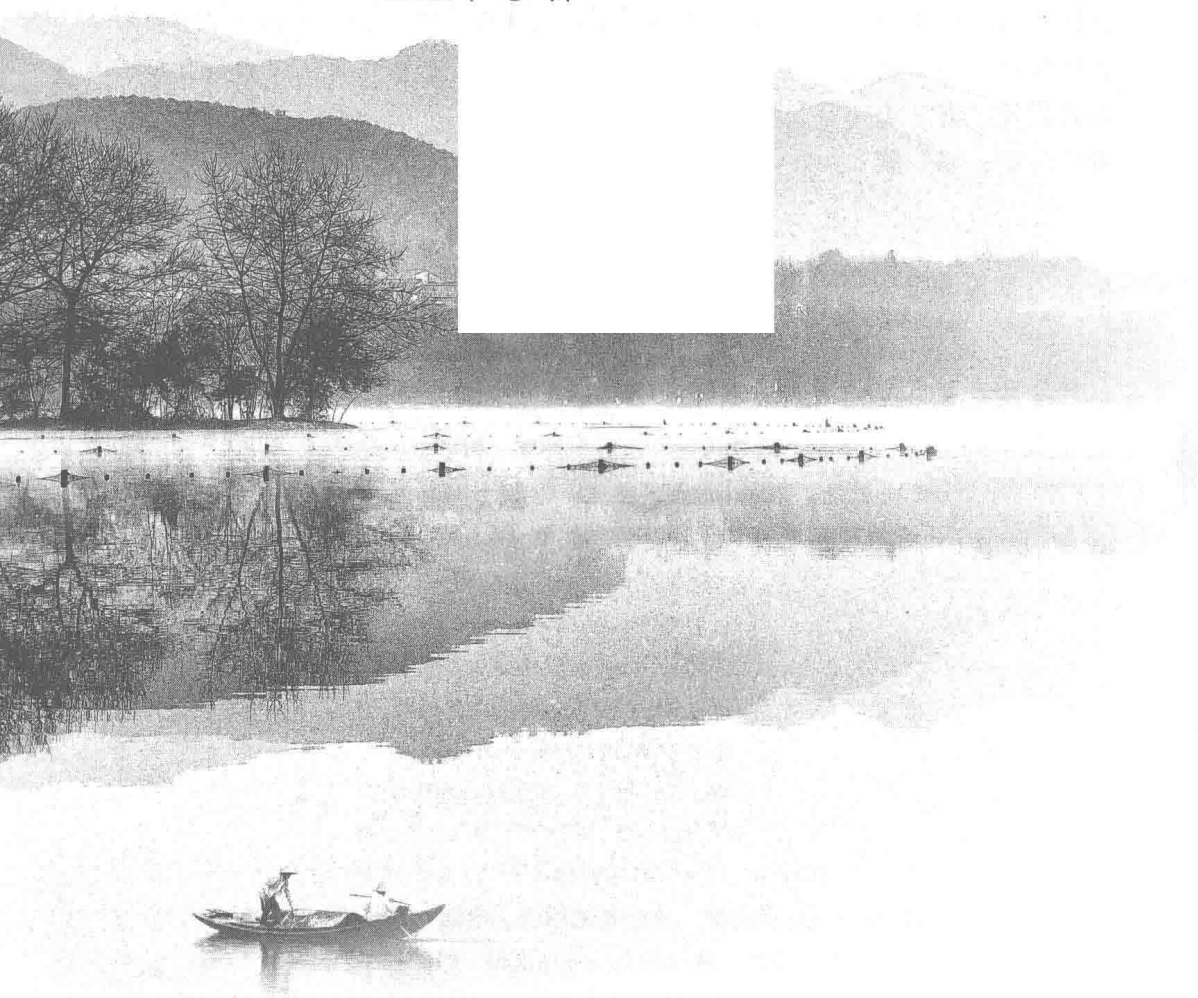


经济科学出版社
Economic Science Press

小隱_隱于野

——中国乡村旅游专题研究

王圣军◎著



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

小隐隐于野：中国乡村旅游专题研究/王圣军著.

—北京：经济科学出版社，2018.4

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9211 - 7

I. ①小… II. ①王… III. ①乡村旅游 - 旅游业
发展 - 研究 - 中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 071516 号

责任编辑：周秀霞

责任校对：刘 昕

版式设计：齐 杰

责任印制：李 鹏

小隐隐于野

——中国乡村旅游专题研究

王圣军 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：010 - 88191217 发行部电话：010 - 88191522

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxchs. tmall. com

北京季蜂印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 15.25 印张 280000

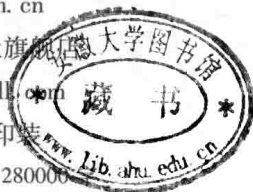
2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9211 - 7 定价：48.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话：010 - 88191586)

电子邮箱：dbts@ esp. com. cn)



序

从隐士情怀看中国蓬勃发展的乡村旅游

《道德经》有云：“功成名遂身退，天之道。”一个“退”字，道尽中国人处世哲学的圆融。一进一退之间，便完成了从入世到出世的完整历程。

中国人是有隐士情怀的，这种情怀不止表现在不为五斗米折腰的陶渊明身上——采菊东篱下，悠然见南山。而是更为久远，早在有文字记载的商周之战后，大周朝夺了商纣的江山，便有一对著名的隐士伯夷和叔齐不愿食周粟，隐居首阳山，采薇而食之。

伯夷和叔齐已经是隐士的高洁人格代表了，但孔子又将隐士人格拔高普及化了。子曰：笃信好学，守死善道；危邦不入，乱邦不居；天下有道则现，无道则隐。

邦有道则仕，邦无道则隐——孔子的教导使得隐士情怀弥漫了整个儒家和士大夫阶层，在汉代以后的两千多年儒家成为封建社会主流思想，隐士情怀成为所有文化人毕生追求的境界。当然，在功成之后。

既然是境界，那么隐士自然也有高下之分。大隐隐于朝，中隐隐于市，小隐隐于野。大隐者如汉代东方朔，学富五车，突梯滑稽，不拘形迹，于朝堂于帝臣之间玩世不恭，自然属于大隐。再如王维、王蒙、董其昌，半官半隐，忽官忽隐，让人分不清他们到底是在朝还是在野，也是进退自如的大隐达人。

中隐者在市井之间，最出名的就是孔子的大弟子颜回，孔子曾赞美元回道：“贤哉，回也！一簞食，一瓢饮，在陋巷，人不堪其忧，回也不改其乐。”颜回居住在破巷子里，吃着简陋的食水，仍然能其乐融融，成就后世孔颜乐处的美谈。

小隐隐于野，这便是我们所熟知的隐士了。竹林七贤、商山四皓、竹溪六逸、浔阳三隐、陶潜采菊于东篱、诸葛躬耕于南阳、弟子众多的鬼谷子、梅妻鹤子的林和靖……这些飘逸的隐者用他们隐逸的身姿点缀于那些乱世，照耀了整个

历史，为世代代的中国文人点亮了心中的灯塔。

直路不通，有曲路；进路不通，有退路。不论在朝还是在野，都可以活出一种圆融的境界来。这正是中华文化的魅力所在。

而今天，随着中国城镇化的进程加快，中国的乡村越来越归并升级为城镇，原始质朴的乡村生活会离我们越来越远。于是，隐藏在中国人基因里的隐士情怀又开始挥发。乡村旅游的热潮开始了。

乡村旅游是如何满足现代人的情怀需求的呢？

首先，乡村旅游为人们提供了原生态的山水田园风光可以赏鉴。现代大工业的发展是伴随着环境的开发破坏为代价的。而在乡村，这种过去的劣势变成现在的优势，再加上环保方针和保护生态的政策第一优先原则，乡村的田园风光资源越来越弥足珍贵。

其次，乡村旅游为人们构筑了心灵回归的家园。中国的改革开放是近四十年的事，如今的社会主流和精英阶层很多出身于农村，这种儿时的记忆成为终生的归属感情怀，导致乡村旅游更多的是一种精神体验。

最后，乡村旅游为人们献上了新鲜的民俗体验。乡村因其生活形态改变缓慢，保留下来的原汁原味的民俗活动是城市不具备的。这种具有鲜明特色的文化“味道”恰恰是乡村旅游的核心魅力所在。

从吃第一次农家乐开始，被多年城市味道熏陶到底的人尝到了久违的家的味道；漫步于林间田埂，城里人感受到了远离尘嚣的宁静。在乡村，很多记忆中的情感能被唤醒，在乡村，很多古书里的文化习俗能被存留；在乡村，人可以休憩性地游居；在乡村，人可以诗意地栖居。

据统计，中国每年的乡村旅游游客达到12亿人次，占全部游客数量的30%以上，而且数量仍有上升趋势。城镇化进程、美丽乡村建设、“三农”大战略……无不昭示着在全民旅游的大时代下，乡村旅游具有十分广阔的前景。

在当今，名山大川成为国有财产，名胜古迹成为旅游开发的喧闹之地。隐士从根本上失去了生存的土壤。但隐士的情怀深深植根于中国人的血液当中，而乡村旅游就是现代人达成情怀的蹊径。

小隐隐于野，让我们开启一段回归田园之旅！

王圣军

2018年6月于广州

目 录

■第一章

乡村旅游背景 1

第一节 乡村旅游的发展源流 / 1

第二节 乡村旅游的发展机遇 / 3

第三节 乡村旅游的发展趋势 / 6

第四节 乡村旅游的发展困境 / 8

■第二章

乡村旅游文化 10

第一节 乡村旅游的物质文化 / 10

第二节 乡村旅游的非物质文化 / 13

■第三章

乡村旅游产业 17

第一节 乡村旅游涉及的产业 / 18

第二节 乡村旅游与产业融合机制和模式 / 25

■第四章

乡村旅游模式 32

第一节 乡村旅游发展模式 / 32

第二节 乡村旅游扶贫模式 / 58

■第五章

乡村旅游业态 63

第一节 吃在乡村 / 64

第二节 住在乡村 / 70

第三节 行在乡村 / 82

第四节 游在乡村 / 88

第五节 购在乡村 / 97

第六节 娱在乡村 / 116

■第六章

乡村旅游运营 131

第一节 不同主体主导下的乡村旅游运营模式 / 131

第二节 社区共建与乡村旅游运营 / 167

第三节 “互联网+” 时代背景下的乡村旅游运营 / 173

第四节 乡村旅游运营的常见问题及解决方法 / 177

■第七章

乡村旅游案例 183

第一节 袁家村——如何铸就关中乡村旅游第一品牌 / 183

第二节 马嵬驿——精准化运营之道 / 185

第三节	乌村——“精品体验农庄”模式的乡村旅游 / 190	
第四节	长鹿农庄——乡村亲子旅游市场 / 195	
第五节	田园东方——田园综合体的开创者 / 200	
第六节	婺源——打造乡村旅游品牌的重要性 / 205	
第七节	台湾清境农场——雾上桃源 / 211	
第八节	日本水上町——农业公园与工匠之乡 / 216	
附录	乡村旅游政策	219
参考文献		229
后记		233

第一章

乡村旅游背景

第一节 乡村旅游的发展源流

乡村旅游探其源流，最早可以追溯到工业革命之后，主要源于一些来自农村的城市居民以“回老家”度假的形式出现。这种旅游形态与现代旅游有较大的差别，主要体现在：传统乡村旅游活动主要在假日进行；没有有效地促进当地经济的发展；没有给当地增加就业机会和改善当地的经济环境。

这种旅游形态在世界各国至今仍广泛存在，但真正意义上的乡村旅游更多的是指现代乡村旅游。它指的是 20 世纪 80 年代在法国农村地区兴起的一种旅游形式。一般是指依托农村区域的优美景观、自然环境、建筑和文化等资源，在传统农村休闲游和农业体验游的基础上，拓展开发会务度假、休闲娱乐等项目的新兴旅游方式。

在我国，乡村旅游的兴起有着其独特的背景：

首先，我国乡村旅游是全面建设小康社会的时代背景下的产物。改革开放以后，随着社会经济的蓬勃发展，国人在迎来小康的同时，也有了一定的闲暇时间。其间有学者指出“小康 + 健康”的双康时代已经到来，而乡村旅游作为环保经济的绿色旅游形态，无疑是必然出现的产业形态。

其次，我国乡村旅游是城镇化大潮下的产物。经济学家斯蒂格利茨曾预言：中国的城镇化与美国的高科技发展将是深刻影响 21 世纪人类发展的两大课题。进入 21 世纪，中国城镇化建设步伐大大加快，地地道道的三农资源（农业、农村、农民）迅速流失破坏。无论出于生态保护还是心灵回归，乡村旅游都会是城镇化大背景下必然涌现的新事物。

最后，我国乡村旅游是国家新农村建设的产物。2005 年，在党的十六届五

中全会上，党中央着重提出了建设社会主义新农村的重大历史任务。国家旅游局适时提出了2006年的旅游主题为中国乡村旅游年，使旅游产业的发展参与到整个国民经济发展的环境中去。发展乡村旅游是积极配合社会主义新农村建设工作的具体表现，是抓住机遇利用国家政策导向来促进城乡经济健康发展的有效措施，是实现农民增收、展示新农村、推动新旅游、倡导新体验、树立新风尚、创新解决中国三农相关问题的有效途径。

纵观乡村旅游在中国的发展历程，可以分为四大阶段：

第一阶段：自发阶段（1980~1994年）。本阶段以农家乐模式为主，主要的重大事件节点如下：

1986年，成都“徐家大院”的诞生标志着“农家乐”旅游模式拉开了乡村旅游的序幕。

1989年4月，“中国农民旅游协会”正式更名为“中国乡村旅游协会”。

1994年，“1+2”休假制度颁布并实施。

第二阶段：全面发展阶段（1995~2001年）。本阶段以发展乡村假日经济为主，主要的重大事件节点如下：

1995年5月1日起实行双休日，1999年又将春节、“五一”、“十一”调整为7天长假，2000年国务院46号文件明确了“黄金周”的概念。

1995年“中国民俗风情游”旅游主题与“中国：56个民族的家”宣传口号带领游客深入少数民族风情区。

1998年“中国华夏城乡游”旅游主题与“现代城乡，多彩生活”宣传口号吸引了大批旅游者涌入乡村。

第三阶段：纵深发展阶段（2002~2007年）。本阶段主要突破在于助力三农问题解决，主要的重大事件节点如下：

2002年，我国颁布了《全国工农业旅游示范点检查标准（试行）》，标志着我国乡村旅游开始走向规范化、高质化。

2006年，明确提出“中国乡村旅游年”，将乡村旅游的角色提到了更突出的位置，“新农村、新旅游、新体验、新时尚”全面推动乡村旅游提升发展。

2006年8月，国家旅游局发布了《关于促进农村旅游发展的指导意见》，提出乡村旅游是“以工促农，以城带乡”的重要途径。

2005年国家开始实行土地承包经营权流转和发展适度规模经营，2006年我国健全了土地承包经营权流转机制。

2007年国家规范土地承包经营权流转，2008年健全承包经营权流转市场，克服了乡村旅游发展受土地制度制约的瓶颈。

2007年,“中国和谐城乡游”和“魅力乡村、活力城市、和谐中国”的提出带动了农村风貌大变样。

2007年,国家旅游局和农业部联合发布了《关于大力推进全国乡村旅游发展的通知》来推动乡村旅游发展。

第四阶段:转型升级可持续发展阶段(2008年至今)。本阶段主要以产品转型、产业升级、理念创新为主,主要的重大事件节点如下:

2008年,三次长假调整为“两长五短”模式及带薪休假制度法制化。

2008年,浙江省安吉县正式提出“中国美丽乡村”计划,出台《建设“中国美丽乡村”行动纲要》,提出10年左右时间,把安吉县打造成为中国最美丽乡村。

2009年,《关于加快发展旅游业的意见》提出乡村旅游富民工程。

2013年,习近平总书记在哈萨克斯坦演讲时谈到环境问题的时候提出“绿水青山就是金山银山”。

2015年,中央城镇化工作会议提出“让居民望得见山、看得见水、记得住乡愁”,引发了新一轮乡村旅游的热潮。

2016年,中央1号文件提出支持有条件的地方通过盘活农村闲置房屋、集体建设用地、“四荒地”、可用林场和水面等资产资源发展休闲农业和乡村旅游。将休闲农业和乡村旅游项目建设用地纳入土地利用总体规划和年度计划。

2017年,中央1号文件提出建设一二三产业深度融合的特色村镇,同时支持有条件的乡村建设以农民合作社为主要载体,让农民充分参与和受益,集循环农业、创意农业、农事体验于一体的田园综合体。

乡村旅游在我国发展近20年,如今,中国的乡村旅游呈现出百花齐放的局面,面临着重大的发展机遇,也有着诸多的困境和迷惑。

第二节 乡村旅游的发展机遇

我国是人口大国,随着休闲经济的到来,我国乡村旅游也面临着大发展的机遇,基本上体现在以下几方面:

一、旅游市场广阔

2015年《经济学人》公布了22国的恩格尔系数,其中美国恩格尔系数最

低，人均每周食品饮料消费 43 美元，占收入的 7%；英国人均每周食品饮料消费与美国基本相同，占收入的 9%。中国人均每周食品饮料消费 9 美元，占人均收入的 21%，达到富足程度。根据国际旅游规律，人均 GDP 达到 5000 美元时，就会步入成熟的度假旅游经济，休闲需求和消费能力显著增强，并出现多元化趋势。而 2015 年我国 GDP 总量达 67.67 万亿元，人均 GDP 为 5.2 万元，约合 8016 美元。

据《2016 年中国旅游业统计公报》显示，我国已形成 44.4 亿人次的国内旅游市场，出入境市场超过 2.5 亿人次，旅游对经济和就业的贡献率均超过 10%。旅游越来越成为人们日常生活工作的重要组成部分。

2016 年全国休闲农业和乡村旅游接待游客近 21 亿人次，营业收入超过 5700 亿元，从业人员 845 万，带动 672 万户农民受益。可以预见，随着国民经济的持续增长、居民收入水平的提高、出行的日渐便利，乡村旅游市场还会持续扩大，前景看好。

二、国家政策支持

2015 年 7 月，国务院办公厅发布了进一步支持休闲农业与乡村旅游发展的《关于加快转变农业发展方式的意见》，是国家层面首个系统部署转变农业发展方式工作的重要文件，是乡村旅游发展的重大战略机遇。

李克强总理在 2015 年的政府工作报告中将发展旅游业摆在深化服务业的首位，在中央经济工作会议上又把“促进旅游消费”摆在扩大内需的首位，这不仅体现了旅游业在当前政府工作中的重要位置，也说明旅游业在稳增长、调结构、惠民生中的综合优势正日益凸显。

2015 年，国务院办公厅《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》提出要完善休闲农业和乡村旅游配套设施。重点加强休闲农业和乡村旅游特色村的道路、电力、饮水、厕所、停车场、垃圾污水处理设施、信息网络等基础设施和公共服务设施建设，加强相关旅游休闲配套设施建设。到 2020 年，全国建成 6000 个以上乡村旅游模范村，形成 10 万个以上休闲农业和乡村旅游特色村以及 300 万户农家乐，乡村旅游年接待游客超过 20 亿人次，受益农民 5000 万。

2016 年，《国务院办公厅关于推进农村一二三产业融合发展的指导意见》提出要拓展农业多种功能，加强统筹规划，推进农业与旅游、教育、文化、健康养老等产业深度融合。该文件进一步提出了拓展农业功能，鼓励依托农业发展农业旅游和乡村休闲旅游。

2016年，中央1号文件提出支持有条件的地方通过盘活农村闲置房屋、集体建设用地、“四荒地”、可用林场和水面等资产资源发展休闲农业和乡村旅游。将休闲农业和乡村旅游项目建设用地纳入土地利用总体规划和年度计划。该文件首次提出将农业和乡村旅游项目纳入土地总体利用规划中来，进一步规范了乡村旅游用地。

2017年，中央1号文件提出大力发展乡村休闲旅游产业。充分发挥乡村各类物质与非物质资源富集的独特优势，利用“旅游+”、“生态+”等模式，推进农业、林业与旅游、教育、文化、康养等产业深度融合。并提出支持有条件的乡村建设以农民合作社为主要载体、让农民充分参与和受益，集循环农业、创意农业、农事体验于一体的田园综合体，通过农业综合开发、农村综合改革转移支付等渠道开展试点示范。“旅游+”和田园综合体都体现了政府鼓励乡村旅游往纵深、多元化发展，可以预见，未来的乡村旅游格局更加多元。

过去几年中，各部门政府从不同的层面、不同角度提出大力发展乡村旅游产业，并为乡村旅游发展提供各种实实在在的支持政策，包括用地政策、基础设施建设、旅游产业衍生拓展、农业产业的转型等，为乡村旅游的发展保驾护航。各级政府对乡村旅游的支持为乡村旅游发展迎来新的机遇。

三、三农问题的转化

作为农业大国，三农问题是我国的基本问题。“三农”问题实际上是一个从事行业、居住地域和主体身份三位一体的问题。关于农村土地、关于农民收入、关于农村生态保护等牵扯在一起成为一直让中央到地方政府头疼的老大难。

而乡村旅游的出现，为三农问题的推进解决展现了新的思路。土地流转、PPP开发模式、一产转三产等在乡村旅游中新的运营开发既提升了土地利用效率，又增强了生态环境保护，还让农民实实在在得到了收益，因此从国家到地方，大力开展乡村旅游是预期中的事。

四、乡村旅游优势明显

与诸多旅游形态相比，乡村旅游有其自身的特色优势——生态资源优势明显、民俗文化底蕴深厚、农业产业丰富……这些使得乡村旅游在各类旅游形态中独占鳌头，在未来的“全民旅游”时代，乡村旅游的发展机遇自然可期。

五、供给侧结构性改革

供给侧结构性改革是旅游产业要素供给的巨大机遇，也是激发旅游市场活力的巨大动力。供给侧结构性改革，一是强调依靠改革创新培育发展新动能、改造提升传统功能。其中，实施创新驱动发展战略，深入开展“大众创业，万众创新”。旅游业正是“双创”的广阔舞台。加快价格市场化改革，推动放开水、电、交通运输等领域竞争性环节价格，这将有效降低旅游企业生产要素成本。深化财税体制改革和调整消费税等政策将有力促进境外旅游消费回流，转向广阔的乡村旅游市场。推进金融体制改革，有效缓解企业融资难、融资贵等问题，这将为旅游企业发展提供更大融资便利。二是强调用新思路新举措挖掘内需潜力。中央经济工作会议要求“顺势而为促进旅游消费”，强调“切实落实带薪休假制度，鼓励错峰休假，弹性作息，改善旅游设施，规范旅游市场秩序，重拳整治价格欺诈、强制购物等乱象，让群众舒心旅游”。其他政策包括增加供给、壮大养老健康消费，综合施策、增加中高端消费。这些对旅游来说都是重大利好。要求深入推进新型城镇化，这将有力助推乡村旅游和全域旅游的发展。

第三节 乡村旅游的发展趋势

乡村旅游在我国虽然有着近二十年的发展历程，但近几年才得到迅猛发展。尤其进入转型升级期以后，乡村旅游越来越呈现多元化的发展趋势。

一、以生态为核心

生态农业旅游是未来乡村旅游的主要发展方向。乡村旅游具有人与环境协调的优势，乡村旅游是建立在农业生产和自然、人文环境融合、协调基础之上的。失去了这种融合，乡村旅游就没有了依托；失去了这种协调，乡村旅游就成了无水之源。

乡村旅游的吸引力来自于这种融合、协调营造出的优美自然风光、独特农业景观、浓郁乡村风情，环境优美、资源独特、人情浓郁是乡村旅游的基础。乡村旅游的吸引力在于都市居民对农村风情、绿色农产品和无污染环境的渴望，期望走向自然、回归自然。

二、复合型旅游形态

随着市场需求的日益复杂化，乡村旅游会糅合出一种结合生态旅游、文化旅游、民俗旅游等复合型业态。具有田园风光观光、休闲度假、自然生态和民俗文化专项旅游的综合功能，“观光—休闲—专项”旅游的复合体产品将应运而生，特色化、规范化、规模化、多元化、品牌化是乡村旅游未来发展的基本趋势。

三、本土化是可持续发展之道

只有民族的，才是世界的。乡村旅游对乡土民俗文化、乡土地域特征强烈的依附关系，决定了乡村旅游的发展最终离不开当地居民的积极参与，这就需要通过淳朴的民风来创造一个对旅游者具有亲和力和吸引力的氛围，通过合理的利益分配机制来保障乡村旅游持续发展的生命力。

四、由大城市近郊向大城市远郊以及中小城市郊区拓展

随着乡村旅游的全面发展，私家车的普及，乡村旅游不再属于大城市近郊的专利，很多偏远的乡村，或者中小城市郊区乡村，只要有独特的资源，适宜的发展模式都可以成为乡村旅游发展之道。

五、产业间融合越来越强

以前的乡村旅游一二三产业联动发展不明显，现在的乡村旅游不仅保留了传统农家乐的特征，还加入更多功能业态，产业的联动性更强。乡村旅游除了推动传统的农业、渔业、果林业、特色手工业发展外，还会衍生出健康产业、文化产业、商务会议业、教育业、体育业等新型产业业态。

六、经营模式创新

在不违反国家法律法规的前提下，着力解决乡村土地流转、农宅租赁等瓶颈问题，积极探索农民土地经营权入股、农宅入股、旅游咨询机构智力入股、旅游众筹等新型的投资机制，引导乡村旅游从单一的“农民自营+政府引导”，走向

“公司+合作社+农户、社区+农户、新农人+政府+社区”等多元化经营之路。

第四节 乡村旅游的发展困境

在我国，乡村旅游目前在各地虽然有燎原之势，但凸显出的问题仍然堪忧。总体来说，我国乡村旅游产业目前面临着如下问题：

一、经营理念和管理制度不够完善

大多数乡村工作者对乡村旅游业的认识不正确，除了靠山吃山，就是盲目复制。缺乏创新和管理。这样不但没有形成完整的产业链，而且造出的景观、业态等都是照猫画虎缺乏灵魂，导致游客体验糟糕，重游率低，越办越冷清，最后停业。还有的是过度追求虚妄的品牌，过度包装，业态内容却没做足功夫，最终也流于惨淡经营。

由于理念和制度的缺失或错位，导致乡村旅游建设的结果与开发预料反差严重，最后只得虎头蛇尾，正是国内许多乡村旅游项目的真实写照。

二、盲目建设，缺乏统一的规划管理

首先，从旅游规划来看，大多数乡村旅游没有进行过专项的旅游规划，发展盲目性很大。其次，从行业管理的角度来看，力度不够。立法管理不健全，大多数“农家乐”协会形同虚设，许多开发和经营行动得不到应有的规范。从营销来看，许多乡村旅游点尚未形成品牌，也没有系统的营销战略。一般处于原始、被动的水平，依赖朋友关系、“回头客”或口碑传播，宣传手段单调、数量少，且缺乏针对性，风景多、人情少，静态多、动态少。

三、旅游产品单一，竞争力低下

随着市场竞争加剧，“农家乐”效益下降。目前国内许多乡村旅游点的旅游产品单一，服务项目大同小异，尤其是在小范围区域内，众多的乡村旅游点更是具有明显的相似性。这种设计类型趋同、千篇一律的活动模式，难以形成具有独特卖点的旅游吸引力，彼此间竞争加剧，增大了市场风险，导致部分地区开发效

益下降。

此外，乡村旅游对民俗文化的挖掘及其本身知识性、参与性十分欠缺。目前，很多乡村旅游产品多停留在提供住宿和餐饮的低层次上，很少注意提升其本身的知识文化内涵及参与性。随着游客文化素质的不断提高以及教育的普及，很多游客会把旅游与历史、民俗、宗教、文化、艺术等结合起来，这对乡村旅游提出了更高层次的要求。

四、产业关联度不足，盘活性差

旅游产业作为一门新兴产业，与其他产业关联度非常高，基本与一二三产业都有紧密关联。因此，每一个乡村旅游项目其实都应考虑当地的产业发展规划，以旅游产业为引擎，形成完整的产业链，才会成为源源不断的活水项目，乡村旅游才会可持续发展。

五、缺少相关法律法规

鼓励旅游乃至乡村旅游的国家级文件陆续出台，但微观的运营层面的具体法规仍然缺失。目前，农民群众具有兴办旅游的积极性，但政府对发展乡村旅游尚未制定优惠政策，也没有制定诸如乡村旅游管理法、观光农业管理法、乡村民俗文化旅游管理法、“农家乐”管理法等，所以难以保持乡村旅游业的健康发展。这成为制约乡村旅游在我国有序发展的又一大困境。