

乡村振兴战略背景下吴江农旅融合发展研究

马学梅

农旅融合是指农业与旅游业在各个环节融合互动,充分利用彼此的资源和市场机会,形成生态游、乡村游、观光游、休闲游、农业体验游等农旅融合新业态。通过农旅融合发展,促进农业产业链延伸、价值链提升、增收链拓宽,促进农业产业结构转型和升级,提高农业附加值,实现一、二、三产业融合发展,拉动乡村地区的发展。

一、吴江农旅融合发展的有利条件

(一) 战略机遇凸显

早在2010年,农业部与国家旅游局就签署了合作框架协议,共同推进休闲农业与乡村旅游建设,促进农旅融合发展。2017年,中央一号文件强调: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。2018年1月《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》中指出要大力开发农业多种功能,实施休闲农业和乡村旅游精品工程,建设一批设施完备、功能多样的休闲观光园区、森林人家、康养基地、乡村民宿等,再次加快了农旅融合的步伐。

(二) 消费需求升级

随着旅游消费的不断升级,旅游市场的品位也在不断提升,旅游市场结构呈现出高级化发展趋势,以传统的观光游览为代表的低层次旅游形态正在逐渐被注重体验、休闲、健康、学习等追求品质的复合型旅游所取代。积极参与、主动体验已经成为现代旅游者出游的主要诉求,越来越多的旅游消费者向往以愉悦的心态、休闲的旅游方式追求高品质的慢旅游,追求人与自然和谐相处的状态。农业旅游、乡村旅游等农旅融合新业态所体现的高参与性、强趣味性特点,正好满足了旅游者的这些需求。

(三) 农业优势突出

吴江位于长江三角洲腹地,自然地理条件优越,历来以生产稻麦和油菜籽为主。目前,吴江已建成北部的国家现代农业示范区同里核心区(同里现代农业产业园),东部的汾湖现代农业产业园,南部的盛泽现代休闲农业示范园和桃源特色苗木产业园,西部的震泽现代农业产业园和七都浦江源太湖蟹生态养殖示范园,西北部的太湖新城太湖绿洲科技农业示范园,中部的平望高效农业示范园,形成东南西北中“一核七片”八大现代农业园区。

二、吴江农旅融合发展的制约瓶颈

(一) 生态环境受损

乡村地区的发展对自然生态环境依赖性较强。然而,在快速城镇化背景下,资源超强开发、要素过度投入、过度消耗等,造成了资源约束趋紧、生态退化严重、环境污染加剧、食品安全质量降低等严峻挑战,乡村生态环境逐渐遭受冲击,可持续发展面临威胁,亟需通过生态修复解决生态环境问题,实现社会、经济、环境协同发展。

(二) 服务能力滞后

由于历史原因，乡村普遍存在规模大小不一、布局过度分散、村容村貌差、人畜混居、厨卫条件亟待改善、基础设施不完善、公共服务设施配套及服务能力不足等情况。乡村治理的调整变化，还跟不上乡村社会的整体变化。因此，亟需推进农村人居环境整治，建设既有现代文明又具田园风光的美丽乡村。

（三）旅游同质雷同

以名村古镇为主体的乡村旅游开发存在同质化严重、文化挖掘深度不够、文化元素基本雷同、缺乏能深度参与的活动、忽视乡村原生态风土人情，建筑的城市化与设施的标准化造成商业气息浓厚，丢失了乡村的质朴和淳朴的民风。乡村旅游开发没有覆盖旅游六要素“行、住、食、游、购、娱”的各个方面，旅游产业链不够完整，导致农旅融合发展受限制。

三、吴江农旅融合发展的路径与对策

（一）融合景观元素，打造美丽乡村

农村最大的特色就是原生态的自然景观、田园风光和清新空气。这种原生态的景观环境和质朴文化是乡村最宝贵的旅游资源。充分利用传统乡村多样性的景观元素和特色休闲游憩空间，可以为农旅融合发展提供物质基础。

1. 融合乡村景观，还原本土风格。乡村景观是介于城市景观和纯自然景观之间，兼具自然与人文的特色，也是一种独特的旅游资源。原生态的田园风光、色彩斑斓的乡村田野、蜿蜒的溪流、葱郁的林木和隐约显现的村落，都是乡村的生活风景，也是村民与自然和谐共处、天人合一的原真文化的体现。乡村景观是人们感受乡村气息的重要载体，也提供着农业体验的重要作用。挖掘乡村景观资源，要注意提炼乡村本土的元素，还原乡村本土的风格，将原始的乡村风景保留，将最初的感觉保留，将历史的文脉保留，将乡村的味道保留，以满足游客对远离都市、追寻质朴生活和休闲旅游的需求。

2. 融合生态环境，保持纯美朴实。绿水青山就是金山银山。乡村每一条清澈的河流、每一块茂密的森林、每一条特色的道路、每一片蓝天白云都是宝贵的生态景观资源。健康的、可持续发展的生态旅游开发强调优质生态和优质旅游，把生态资源优势变为经济优势。吴江，地处江南水乡，拥有优越的生态资源禀赋。在吴江最南部的桃源，依托 5 万亩水乡森林、11.5 公里京杭大运河桃源段的生态优势，打造具有“天然氧吧”之称的水乡森林小镇。通过保留乡村整体的建筑风格、保护古树和原生植被，保持乡村的纯美与朴实，以环境魅力为村庄的未来发展提供可持续的资源空间，形成一幅“人在林下住，车在景中行，客在绿中游，心在画中醉”的醉人美景。

3. 融合古村风貌，体味往昔岁月。古代社会的历史发展、社会经济绝大多数都蕴含在村落里，古村落是民间历史的载体。其建筑环境、建筑风貌、村落选址，具有独特的民俗民风，虽经历久远年代，但至今仍为人们服务，极具文明价值及传承意义。吴江古村落不仅与地形、地貌、山水和人文巧妙结合，而且加上明清以来江南鱼米之乡雄厚的经济实力和兴旺发达的文化教育，使得古村落的文化环境更为丰富，比普通乡村多了历史人文的味道。七都镇的隐读村，是吴地和越地文化的碰撞与融入，孕育了隐读村独特的文化，使得隐读古村兼有吴“泰伯辞让之遗风”与越“夏禹勤俭之余习”；“张帆而过隐读，风光尽收眼底”，自古便有了“隐读耍帆”的胜景。其自身所散发的那种意境和韵味，令人心醉，那是一段段往昔的岁月，那是时间留下的动人风景。

（二）融合农业产业，构建特色乡村

产业是推进农业农村现代化的原动力，产业兴旺是实现乡村振兴的核心支撑。只有产业振兴，才能让农业成为有吸引力的产业，才能让农村成为美丽家园，才能使农村农业与生态旅游生产生活空间有效融合，为农旅融合发展提供产业要素支撑。

1. 融合优势产业，发展休闲旅游。农业是发展旅游的底色，农旅融合让传统农业正在成为旅游元素。以优势农业产业为依托，完善相关产业链，强化农业产业优势，加速农业产业带动效应，以此打造旅游吸引力的基础，发展休闲农业旅游产业。平望镇庙头村后港依托 8000 亩田园综合体的产业优势，围绕村庄资源特色，以“生活不如就酱”田园客厅为主题定位打造“酱心独运、长漾风情”的特色田园乡村。同时将其作为平望酱菜的蔬菜生产基地，将平望酱菜非遗文化融入其中，通过酱艺手作馆的形式，让更多人了解酱艺、体验酱品制作。

2. 融合特色产业，培育一村一品。乡土特色产业是根植于农业农村特定资源环境，由当地农民主办，彰显地域特色、开发乡村价值、具有独特品质和小众类消费群体的产业。围绕地方特色，在各个乡镇培育起具有竞争优势的农业主导产业，以“一镇一品、一村一品”的区域发展特色构建特色乡村。震泽镇是住建部首批 127 个中国特色小镇之一，因千百年来始终出产最优质的蚕丝而闻名，丝绸小镇由此名扬天下。震泽拥有种桑养蚕、煮茧缫丝到织服成被的完整产业链。来震泽古镇的游客必然来到震泽太湖雪蚕桑文化园，在这里可以观赏太湖流域悠久的养蚕历史、蚕的一生、制丝工艺、拉绵制被、扎染刺绣以及丝品展示，在这里还可以游桑园、采桑果、品桑茶、喝桑酒，体验蚕桑文化、享受蚕桑乐趣。

3. 融合创意产业，注入文创功能。创意农业是文化创意产业与现代农业结合的产物。通过有效地将科技和人文要素融入农业生产，进一步拓展农业功能、整合资源，把传统农业发展为融生产、生活、生态为一体的现代农业，使农业充满创造力、想象力和艺术感染力。将创意农业与休闲旅游相结合，已成为北联村特色田园乡村的一大特色景观。三四月油菜画，七八月的稻田画，吸引了一批又一批来自苏州、上海等地的游客游览观光。2019 年吴江区农民丰收节上，北联村洋溢港自然村用绿、黑、白、黄等不同颜色水稻“绘出”的创意稻田画，像一幅美轮美奂的立体画卷舒展在田间。此外，蔺草种植和蔺席编制工艺一直是北联村的传统工艺，通过文创展示，给蔺草业注入文创功能，更好地将传统工艺传承下去。

（三）融合乡村文化，打造韵味乡村

乡村文化是乡村旅游的灵魂。乡村的生活方式、生产方式，最能体现乡村文化的节点。村名的起源、聚落的形态，都隐藏着乡村独有的历史积淀。人们寻找的远方故土的乡愁记忆和追忆往昔的情怀，隐含在乡村文化的肌理之中。

1. 融合农耕文化，找回农耕记忆。农耕是中国文化的本底，更是乡村景区的核心文化。数千年来，农耕文化融入到社会生活的方方面面，由此延伸的节奏与智慧充满着一种自然的审美。农耕生活作为一种原始、单纯的生活方式，具有天然的压力释放功能，休闲的农耕生活方式和惬意的田园生活状态成为市民日益增长的精神生活市场的消费需求。吴江区通过举办农民丰收节活动和吴江特色农产品展销会，以丰富多彩的活动载体，深入挖掘与弘扬吴江鱼米之乡悠久厚重的农耕文化，让人们在回归田野、崇尚自然、感恩耕作、喜庆丰收中感受精神的陶冶。传统农耕文化作为一个文化符号，让人们重新找回农耕文化的记忆，汇聚人们对山水田园的情感寄托。以此保持、传承吴江民族特色、地方特色 and 传统特色，推动吴江乡村旅游。

2. 融合乡土文化，感受独特风情。乡土文化是中国文化建构中最为基础而重要的基因与来源，是中华民族得以繁衍发展的精神寄托和智慧结晶，历经几千年的积累与沉淀，风情独特而丰富多样。古镇同里有走三桥的习俗，每逢婚嫁或是重大节日，周围的居民都要来走一走三桥，按照吉利、太平、长庆的顺序依次走完一周，寓意“万病无有”，图一个好的彩头。据说老人走三桥祝愿健康长寿，小朋友走三桥祝愿聪明伶俐读书好，小伙子走三桥代表着事业顺利步步高升，而姑娘们走三桥则年轻漂亮身材好。走三桥的习俗一直流传至今，来同里的游客也无不入乡随俗，祝愿自己和家人事事顺意。来三桥转一转，坐一坐，享受一下这里的慢生活，休闲度假的过程中感受传统乡土文化。

3. 融合民俗文化，传承历史积淀。中国悠久的千年文化，衍生出丰富多彩的民俗。这些原生态的民风民俗对于来自外地的游客而言都是前所未见的新奇事物，具有非常规要素的特征，极易激起他们的好奇心和体验心理，因此也就具备了作为旅游观光产品的潜在价值。小满戏是伴随着传统桑蚕生产而诞生的。小满这天，新丝即将上市，丝行转旺在即。盛泽小满戏则是由传统的行业祖师崇拜演绎出来的民间酬神和民俗活动，体现了蚕神信仰和人们祈祷丰收的愿景。相传农历小满节为蚕神生日，此

日各地蚕神祠庙皆开锣鼓演戏，以庆神诞。它在苏浙各蚕丝产区已流传数百年。如今，每年由盛泽镇戏曲协会在盛泽先蚕祠出演小满戏，盛泽在发展丝绸旅游的同时，百年桑蚕民俗文化也在不断传承下去。

（四）融合农业品牌，打造品质乡村

品牌经济是以品牌为核心整合经济要素、带动经济发展的高级经济形态。实施乡村振兴战略、推动农业转型升级、满足人民美好生活需要，很大程度上有赖于品牌农业的发展。品牌农业是现代农业发展的有效载体，打造品牌价值更是乡村振兴的关键支撑。

1. 融合品牌乡村，提升乡村品质。建设品质吴江必须建设品质乡村。对接休闲度假需求，注重乡土文化特色与时尚消费业态的完美融合，利用闲置的乡村资源，以创意和设计的手法深度演绎乡土文化元素，打造出带有浓郁地域标识的品质化乡村度假空间。吴江现有行政村 249 个，是苏州全市村庄最多的区（县）。早在 80 年前就因为《江村经济》一书，成为中外学界了解中国农村的窗口。把“中国·江村”作为吴江 249 个村庄实施乡村振兴的品牌打造，既是对“江村”文化的继承，更是对“江村”品牌的发扬，具有重要的社会引领和示范作用。在“中国·江村”的品牌引领下，通过打造“长漾特色田园乡村带”，以点带面、辐射带动、构建“一带一区”³“一镇一园”的美美“江村”新景象。

2. 融合品牌美食，留住乡间美味。乡情土味可以给游客带来深刻的印象，增加游客的回头率。乡村农家饭，选用当地新鲜的特色农产品为食材，保留本土烹饪文化特点。由于乡村自然环境原始，小规模自给自足生产的食材既天然又健康，可以更好满足城市游客对农家饭新鲜、绿色、朴实的需求。“中国太湖美食之乡”是吴江旅游的亮丽名片。长期以来，吴江以品牌美食作为旅游吸引物，与景区景点、旅游民宿、农家乐等串联成线，既向外充分展示吴江品牌美食的独特魅力，又不断提升吴江品牌美食的知名度和美誉度。2018 年，吴江通过全域美食营销活动，整体展现吴江品牌美食风貌，吸引游客和市民体验品牌美食，感受吴越美食韵味，以美食带动一、二、三产业融合发展。

3. 融合品牌故事，留住乡愁乡情。品牌是产品走向市场的通行证，是打开市场的金钥匙。品牌故事是说服消费者的艺术，是品牌与消费者产生情感链接、价值认同的纽带，是能让品牌传播更快的有效传播方式。吴江自古以来就是江南鱼米之乡，数千年稻作历史源远流长，稻作文化底蕴深厚，“饭稻羹鱼”是这一地区人们从古至今生活的写照。新米上市，是吴江秋天的一件大事，依靠清澈的长漾水浇灌长成的“长漾米”，米粒晶莹剔透，口感柔软滑润，富有弹性，口味上佳。用长漾米烹煮成的新米粥，清新可口、香甜软糯，尝一尝，全是太湖土的记忆，品一品，全是长漾水的滋味，忆一忆，充满了美好的期待，思一思，才能真正体会这稻米，从种到收的每一个节点，是如何撑起了江南水乡温婉而坚韧的根基。

（五）融合农业科技，打造数字乡村

数字乡村既是乡村振兴的战略方向，也是建设数字中国的重要内容。农业科技的应用在农旅融合发展中的生产、流通、消费、销售等环节，能实现农旅融合管理过程的信息化、产品和服务营销的信息化、乡村生态控制的信息化，为农旅产业融合提供技术保障。

1. 融合物联网，实施生态控制。美丽的农村人居环境建设不光依靠对环境改造和设施改造投入，更重要的是对优良环境的传承与保护，对农村环境污染进行全方位监督。利用 GIS、网络通信、多媒体、传感器及计算机仿真等技术，实现水源地水质污染监控的信息联网和数据实时传送、汇集与分析处理，对水质、空气等农村环境要素实现在线监测。物联网不仅可以实现对整体乡村的可视化监督，同时还可以实现对农村环境的全域保护，为建设生态农村提供保障。

2. 融合互联网，打造智慧农业。推动“互联网+”融入农业全产业、全链条，并通过发展农业电子商务，推动线上线下、城乡资源要素整合，实现跨产业融合。通过发挥数字技术释放的普惠效应，为农旅融合发展打造线上线下相结合的“互联网+智慧

农村生态体系。”吴江先后建成了苏州神元科技铁皮石斛智能化种植、三港配送追溯体系与物联网应用、申航池塘智能化生态养殖、稻麦智慧管理平台等多个系统。基于物联网技术，结合手机 APP、视频监控、智能控制等在线传输，实现农业生产的精细化管理。通过二维码技术，实现农产品生产链可追溯。

3. 融合信息化，实现智慧服务。农业信息化是发展现代农业的重要支撑，借助 PC、微信、APP 端等游客常用的平台载体，打造智慧型、综合型、服务型农旅平台，是助推旅游经济、服务区域农村发展、助力美丽乡村建设的重要举措。利用信息化技术，实现农旅资源在线购买、景点门票销售、旅游攻略等信息发布、农产品在线销售、行程预约、GPS 导航等基础功能，并提供特色旅游信息服务。实现集智慧导览导游、智能停车、在线支付、天气预报、全景 VR 体验、交通流量提示、实时公交等智慧农旅服务，助推传统旅游向智慧旅游转变。

（六）融合农业市场，打造魅力乡村

农业市场是连接农产品和农业生产要素与消费的不可或缺的关键环节，是沟通城乡经济社会关系的桥梁和纽带。传统农业市场应注入新的要素驱动，使现代农业更加契合市场的需求，才能更好地适应消费结构升级转换的需要，为农旅深度融合提供市场环境。

1. 融合农旅商品，传播本土文化。农业与旅游产业融合的重点之一是实现农产品与旅游商品的市场融合，完成从农产品到旅游商品的转变。与此相比，有着强烈乡村地域特色和富含风俗文化的农副产品可以更好满足游客的需求。

无论是新鲜的太湖蟹、太湖鲈鱼、土鸡蛋，还是同里状元蹄、黎里油墩、盛泽松糕、震泽黑豆腐干等等，都可以作为旅游商品销售给乡村旅游顾客，满足其购物需求。在吴江农业产业化基地，通过为本土农产品申请国家地理标志，打造特色农产品品牌，游客返程后，可通过商品包装上的二维码继续购买，实现让当地农产品持续销售。这样，不仅可以建立起以网络为中介的农产品供应链，拉动当地农产品销售，还能将农产品变成礼品，将商品变成记忆，同时传播本土文化，提升乡村市场影响力。

2. 融合农旅节庆，展示地域特色。对于旅游地来说，举办旅游节庆活动，是展示地方旅游产品、旅游特色的大平台，是吸引中外游客眼球的最佳良机，也是扩大知名度和影响力的重要载体。依托农业资源，打造农旅节庆一体化，既吸引人气，又为农产品解决市场销路，既带动本地企业发展，又推动相关行业发展。太湖绿洲作为江苏省四星级乡村旅游区，每年春天举办太湖绿洲桃花节，让游客们可以观赏到 150 亩桃花竞相绽放，团花锦簇、接天红艳的“桃花林”。通过近距离赏花游春，感受春光浪漫的花海盛景，尽情饱览另一番太湖田园风情之美。其间还推出花车巡游，巡游太湖绿洲，呼吸着清新的空气，感受美好乡耕野趣。此外，吴江美食节、梨花节、垂虹文化艺术节、七都太湖迷笛音乐节、盛泽丝绸旅游文化节、桃源酒乡文化旅游节等活动的举办，已成为吴江农旅结合的典范，让旅游者真正实现“乐”在吴江。

3. 融合民宿客栈，留住相思相念。要想增加游客在乡村的停留时间，乡村民宿客栈必不可少。民宿旅游是农业和旅游的结合，民宿是农旅融合的载体，也是农民参与农旅融合的现实选择，农民成为维系城与乡、主与客的纽带。同里古镇的民宿行业发展起于 2000 年，第一批 13 家民居客栈为游客打开了古镇人家的大门。目前，同里古镇拥有民居客栈近 200 家。“白墙灰瓦雨如烟，古意石桥月半弯。碧柳丝丝垂旧事，为谁摇落为谁眠？”“身在俗世中，禅梦多几许。”在苏州同里这座有着千年历史的古镇里，民宿设计古朴而纯粹，处处呈现出中国人最极致的审美以及中式的优雅。江南匠人的心思玲珑，雕琢的是苏州的历史，留住的是游客的乡愁。

在乡村振兴战略实施背景下，通过农旅深度融合，带动农村资源聚合、功能整合和要素融合，使城与乡，农与工，生产、生活与生态，传统与现代在农村中相得益彰。在美丽乡村建设的同时，尝乡村美食、购农特产品、住农家小院、赏精品民宿、行农耕体验、享农间风情、品乡村文化，形成多点支撑、全域延伸的农旅融合发展格局。

（作者单位：苏州信息职业技术学院）