

这几年，乡村旅游蓬勃发展，在乡村建设队伍中多了不少女性的身影。她们中，有来自旅行社的业者，有怀揣梦想的返乡创业者，在带领当地群众发展乡村特

色文化业态和乡村旅游过程中表现突出。“三八”国际妇女节将至，记者采访了几位来自不同乡村的女性代表，分享她们的故事，并请她们谈谈实践经验——

推动乡村旅游发展的“她”力量

□ 朱文文 本报记者 唐伯依 李金枝



上图为沈枝丹(右)和奶奶在一起。



下图为郭怡(左二)带领小朋友参与劳动教育研学活动。

受访者 供图

“她”故事

武夷山市乡愁文化传播有限公司董事长沈枝丹：

以镜头捕捉“乡愁”

“我们正在筹备‘三八’国际妇女节视频，并与当地妇联合作开展‘顶梁柱母亲’扶持计划，希望通过这种形式支持单亲妈妈创业，帮助更多女性实现致富梦想。”电话那头，武夷山市乡愁文化传播有限公司董事长沈枝丹说。

入选文化和旅游部2023年度乡村文化和旅游带头人支持项目的沈枝丹，是地道的武夷山人。近年来，她以“乡愁”为主题，通过短视频分享乡村生活，累计发布作品超过410个，吸引了4000多万粉丝，全网播放量达到100亿次。

2018年，沈枝丹在返乡的出租车上拍摄了第一条短视频，没想到受到很多网友喜爱。

自那以后，她开始通过短视频介绍自己的家乡。跟着她的镜头，网友们认识了武夷印象、武夷宋街、五夫紫阳书院、下梅古民居等地方，了解了武夷熏鹅、五夫朱子家宴等美食，知

道了福州漆器、浦城剪纸、长乐游神、枫亭万人游灯等非遗项目。

她还借助短视频，帮助当地销售农产品，带动村民增收致富。如她推广只有本地人知道的“百年蔗”红糖推广到全国。去年，她开发的系列笋干产品，4个月销售200万袋。

她还走出福建，前往宁夏、四川、新疆等地，助力当地乡村旅游发展。沈枝丹还成立了一家文化传播公司，设有策划、拍摄、制作、运营、客服等部门，吸引了包括乡村留守妇女以及被沈枝丹创业故事感动的返乡年轻人加入企业。目前团队规模已超过120人，其中女性占85%。

谈及未来，沈枝丹说：“我会继续扎根家乡，通过新媒体方式，将家乡的美景和好物推荐给更多的人，探索如何通过新媒体带动乡村旅游发展，给家乡的年轻人创造更多就业机会，吸引更多返乡创业，汇聚新力量，赋能乡村振兴。”

中国康辉集团北京教育科技有限公司总经理郭怡：

串珠成链每村一品

2021年年底，中国康辉旅游集团接到首旅集团的“对接帮扶红色美丽乡村”任务，中国康辉集团北京教育科技有限公司总经理郭怡随即带领团队着手挖掘北京的红色资源，拓展党建、红色文化培训、研学市场。

2022年年初，她带领专家和团队实地踩线。那段时间，边工作边赶路是郭怡的常态。“从初期项目运营到划分不同板块，从研发红色课程到培养人员，我们一步步摸索。前期策划过程中，每个村子至少走访了四五次，北京密云区古北口镇更是去了十多次。”

“当地人往往根据一个村庄、一个石碑来讲述当地历史，而我们需要把所有的资源找齐，并从文旅开发的角度将资源串珠成链。”她说。

每到一村，郭怡和团队会先联合党史专家，在当地村民的带领下，一点点去问、去找，去图书馆寻找相应文献，最后一步步梳理，以

此作为基础材料研发党建和研学产品。“这项工作还是比较琐碎烦琐的，因为每个村子各个点的信息是散落的，我们要想思路、做策划，把产品做得有意义且有意思。”

经过半年时间，郭怡和团队写出了将近10万字的党史课件。“从2022年6月起，几个村子开始接待党建团队。我们希望，大家不只是走进美丽乡村开展党建活动，还能够了解乡村，达到乡村振兴的目的。”

截至目前，她带领团队为17个试点村设计完成了“长城抗战 众志成城”“红歌唱响 经典传唱”等12条党建活动线路。根据每个村的特点，组织了多场党建、研学活动，实现了每村一品。

如今，各村的人气旺了，旅游业态也被盘活，当地村民得到了实实在在的实惠。郭怡也入选文化和旅游部2023年度乡村文化和旅游带头人支持项目。

“她”经验

1. 在带动女性村民参与乡村旅游建设中积累了哪些经验？如何让她们有更高的积极性和参与性？

福建十月文化旅游发展有限公司总经理刘嫻嫻：

提升女性村民参与乡村旅游建设的积极性，最重要的是建立信任。

近年来，我们通过组织培训、邀请专家现场指导等方式，帮助女性村民了解乡村旅游的发展潜力，鼓励她们发挥自身优势，如制作手工艺品、烹饪美食、参与新项目前期建设和后期运营服务等，参与到乡村旅游发展中。

在农村女性关怀方面，我们主动了解她们的家庭情况、健康情况等，每年定期组织她们开展健康体检，多次举办健康讲座等，以此提升农村女性的健康意识、安全意识。

中国康辉集团北京教育科技有限公司总经理郭怡：

在线路研发过程中我们发现，多数乡村里的年轻人较少，多为留守老人和妇女。而我们在组织党建活动时需要当地人协助，调动女性村民的积极性就显得非常重要。

村民淳朴热情，她们缺少的只是讲解的专业性和实用性。我们做培训的时候，她们参与的积极性很高。

对于村民来说，通过讲解获得收入只是一方面，更重要的是激发了乡村女性的主人翁意识，这也正是我们的目标。项目运营初期，每次接待完游客，总有村民激动地拉起我的手问：“刚才讲得还行吗？我看到他们给我鼓掌了”。如今，越来越多到密云古北口村旅游的游客，把听当地女性村民讲解作为

必需。除了给乡村带来人流，如何帮助村子更好地增收是我们一直在思考的问题。每个乡村都有特产，其中不少是妇女种植的，我们希望帮她们售卖农副产品，比如平谷的大桃、怀柔的板栗和门头沟的玫瑰花，提高她们的收入。

黟县徽黄旅游发展(集团)有限公司副总经理黄洁：

女性情感细腻、亲和力强，在沟通交流、旅游讲解等方面优势明显。多年来，我们引导农村当地年轻女性村民参加导游培训，提升讲解水平和服务意识，培育了一批懂旅游、会服务、擅讲解的优秀乡村女性导游，为当地乡村旅游发展注入人才“活水”。我们不断丰富乡村业态和产品，开发文创、非遗体验、民宿等适合女性村民参与的项目，吸

引她们参与乡村旅游建设。

带动女性村民参与乡村旅游只是第一步，如何更好地激发她们的主动性和积极性才是关键所在。女性村民参与乡村旅游，既得到了游客的认可，又获得了可观的收入，她们的积极性得以充分释放。企业在乡村运营过程中，坚持“以人为本”，鼓励女性村民开办特色民宿、农家乐、文创商店等，主动传授乡村运营方法和经验，同时推动村民自家生产的农产品向旅游商品转型，获得更多收入，以此充分调动村民参与乡村旅游的主动性和积极性。

多年来，我们坚持做好示范引领，通过深入挖掘古村文化内涵，研发了非遗剪纸、对楹联、古风汉服打卡等文旅体验项目，在丰富游客体验的同时，也为当地女性创业者立标杆打样，进一步增强她们的主人翁意识。

3. 想让乡村人气旺有哪些“妙招”可以用？乡村旅游从网红变长红的关键是什么？

黟县徽黄旅游发展(集团)有限公司副总经理黄洁：

发展乡村旅游是一个持续性的过程，想要持续聚人气、赚财气，必须内外兼修。

乡村旅游景区应该坚持开发与保护并重，在保护的前提下做好开发和运营。同时，一方面提升旅游服务质量和水平，不断丰富产品业态、文化内涵，加强文旅智能化、数字化场景应用；另一方面要持续做好营销宣传，拓宽传播渠道，着力打造乡村文旅IP品牌。此外，要在探索“流量密码”上下功夫，加大社交媒体、短视频平台宣传力度，推动“破圈”传播。

实现乡村旅游由网红变长红，提升游客体验是关键。近年来，我们通过“微改造 精提升”工程，在景区品质提升、日常管理、设施建设、服务质量、业态打造等方面精耕细作，打造游客可以“席地而坐”的旅游景区。在软件提升上，不断完善服务体系、开展多种培训，实施“5+2”“白+黑”24小时工作制，严格落实公平分制和末位淘汰机制，将服务质量纳入员工全年绩效考核范围，有效提升景区旅游服务水平。

把景区文化属性做强，让游客既能看到美景，又能感受生活，这便是我们理解的乡村旅游“长红密码”。

中国康辉集团北京教育科技有限公司总经理郭怡：

我们发现，部分乡村项目存在季节性、时效性、客流涌入时间比较集中。我们要做的就是让村子告别“周末经济”，日常也能保持良好状态，做到全年均衡发展，这样村民参与的热情也会更高。

为了让游客常来常新，我们每周会在村子开展不同的活动，每场活动有不同的主题，每年对线路进行迭代。通过“党建学习+沉浸式体验”模

式，不断创造新场景和新模式。一般在进村伊始，我们会引导游客领取任务，其中包括重温入党誓词、唱国歌等体验性环节，以此激发游客的爱国热情。活动内容要保持新鲜感，活动流程则是标准化，从前沟通活动设计，行中课件宣讲、沉浸式体验，行后成果小测、学习小结，活动链条是比较完整的。

如今，我们设计的红色项目已经从1.0版本迭代到2.0版本，未来还会设计3.0版本，利用VR等技术，将党建、红培等课程与村子实景相结合，以科技赋能乡村红色文旅发展。

从网红变成长红的关键是要深挖乡村产品的内涵和外延，不断地自我迭代更新。乡村要做出自己的特点，无论是哪种业态，要不逊于城市且更有创意，才能带动大家消费。

福建十月文化旅游发展有限公司总经理刘嫻嫻：

在乡村旅游市场竞争愈发激烈的当下，想要让乡村人气旺起来，就需要不断创新和突破。近年来，我们采取了一系列举措，如举办草地音乐节、亲子户外研学体验等活动；结合当地文化和旅游资源优势，推出集农场采摘、植物探索、水上浆板运动等于一体的乡村旅游特色线路，吸引众多省内外游客前来体验。同时，公司还注重与社交媒体平台合作，通过小红书、抖音、视频号等平台，以图文和视频方式推广营销，不断扩大乡村旅游的知名度和影响力。

乡村旅游从网红变长红的关键在于持续的品质保证和创新发展，还需要不断提升旅游服务质量和水平，让游客在乡村旅游中感到舒适与满足。同时，积极探索乡村旅游与农业、文化、教育等领域融合发展，为游客提供更加丰富的旅游产品体验，让乡村旅游保持吸引力、提升竞争力。

中国康辉集团北京教育科技有限公司总经理郭怡：

女性在工作中的优势十分明显，比如学习能力强、韧性强，接受新事物的速度也快。无论在我们团队还是在乡村，女性占比都很高。如何发挥女性力量，是我们一直思考的问题。

女性可以成为未来乡村创收的主力军。未来，我们可能会在团队中组建女性专班，更多地从女性视角开展工作，也会在乡村成立女性团队，通过参与文旅项目，让乡村女性有更多发展空间，帮助她们转型，获得更多成就感。

在研学板块，我们想方设法贴合女性以及亲子游客的需求。现在的家长们，已经不满足于让孩子在一次活动中获得一种体验，而是希望

通过一次活动接触科技、人文、历史甚至劳动教育的方方面面。她们希望孩子能够有专业老师陪伴，同时自己也可以有更多时间与其他家长交流、放松。为了满足这部分女性游客的需求，我们推出了观鸟、徒步、定向越野等活动，女性参与率很高。

福建十月文化旅游发展有限公司总经理刘嫻嫻：

发展乡村旅游，提升企业软实力十分重要，尤其是服务意识和服务质量。近年来，我们多次带领女性员工到永泰嵩口村、葛岭镇以及福州九峰村等地参观优秀的民宿，学习对方的优点以及经验，提升员工素养，不断完善服务细节，将女性特有的细腻与温情融入旅游产品和服务中，吸引更多游客。

我们还鼓励女性村民及员工开

设农家乐，售卖自家种植加工的农产品。同时，定期举办女性创业沙龙，邀请女性致富能手分享经验、交流心得，共同推动乡村旅游发展。

为了帮助女性致富能手开发更多适应“她经济”的产品，我们组织团队深入市场调研，了解女性游客的需求与喜好，为女性致富能手提供有针对性的建议；与设计团队团队合作，为产品研发提供支持，包括文创产品设计打样，使其更符合游客需求。

黟县徽黄旅游发展(集团)有限公司副总经理黄洁：

致富能手在乡村旅游发展中发挥着重要作用，是乡村旅游发展的源头活水。为充分发挥女性致富能手的“领头雁”作用，多年来，企业不断挖掘乡贤人才资源，持续加大扶

持力度。

同时，我们定期举办交流学习活动，为致富能手提供交流经验、共享资源的平台。我们还强化对外宣传引导，着力提高女性致富能手的知名度和影响力，从而更好地发挥示范引领作用，吸引更多女性投身乡村旅游事业。

“她经济”产品要顺应市场需求，精准触达消费者，进而形成情感共鸣。因此，要提供更多专业化的培训，帮助女性乡村创业者更透彻地了解市场需求；鼓励她们深入挖掘地方文化内涵，并结合女性消费者的喜好，开发具有独特性和吸引力的“她经济”产品；利用社交媒体、短视频平台等渠道，拓宽产品销售渠道，传递产品独特价值，取得良好的社会效益和经济效益，从而催生更多适应“她经济”的产品。