



码上看报



码上订报

# 盛况不再? 农家乐如何重新“乐”起来

改革开放以来,乡村旅游勃兴,成为游客逃离城市喧嚣、回归乡愁的差异化选择。农家乐作为乡村旅游的重要载体,成为助力乡村振兴的新业态。然而,近年来,农家乐行业却遭遇前所未有的挑战,众多农家乐纷纷注销或转行,昔日盛况已不复存在。农家乐为何难“乐”农家? 戏剧性“退潮”为哪般? 消费者又有怎样的需求和期望? 记者对此进行了调查。



## 农家乐新挑战:

### 品质升级与消费者需求的“双向奔赴”

农家乐“风云突变”

#### 从车水马龙到门可罗雀

农家乐这一乡村旅游业态在过去一段时间如同过山车一般,经历了从辉煌顶点到低谷沉寂的戏剧性变迁。统计数据显示,从2010年到2020年,全国农家乐企业的注册量如雨后春笋般从2.6万激增到14.6万,仿佛一夜之间,乡村的田间地头、湖畔山间都弥漫着农家乐的烟火气息和欢声笑语。然而好景不长,近年来农家乐行业遭遇了前所未有的挑战,逐渐显现出疲态。

记者走访发现,全国范围内农家乐的数量正在锐减,许多曾经生意兴隆的农家乐如今门庭冷落,甚至已经关闭。据统计,近年来全国已有8万多家农家乐注销。

在山西省太原市晋源区赤桥村,这里的农家饭店过去最多时达到了21家,现存9家。有经营户直言,部分农家乐由于菜品质量和卫生难以保证,慢慢流失了顾客,令人惋惜。

在调查过程中,记者发现消费者对于农家乐的需求正在发生深刻变化。传统的农家乐模式已经难以满足现代消费者的需求。人们不仅追求美食,更看重环境、服务和体验。对于农家乐来说,如何创新经营模式、提升服务质量成为摆在经营者面前的一大课题。

山西省大同市灵丘县的花塔村是第五批中国传统村落,也曾经是农家乐的聚集地。随着游客口味的变化和市场竞争的加剧,许多农家乐逐渐失去了往日的辉煌。村民邓小红经营了7年的农家乐也在今年初关停。他表示:“客源大多是本地人,很难吸引外地人来,现在的客流只够维持一两家农家乐了。”邓小红坦言,客源单一的背后,反映出的是农家乐在客源拓展和市场营销方面的不足,也揭示了其面临着激烈市场竞争。

记者在调查中发现,农家乐行业存在严重的同质化问题。许多农家乐在菜品、服务等方面缺乏创新,导致市场竞争力下降。同时,由于缺乏有效的行业规范和监管机制,一些农家乐存在以次充好、服务差等问题,进一步加剧了行业的竞争压力。



## 农家乐如何“乐”起来:

### 适变创新融入乡村振兴

随着乡村振兴战略的深入实施,乡村休闲产业正迎来前所未有的发展机遇。在一些农家乐注销停业的同时,今年一季度,全国农家乐仍有新增注册1720家。这一数据显示,农家乐依然有着市场需求和发展前景,其独特的乡村风情和综合性的休闲体验,依然是不少城市人向往的休闲胜地。但面对市场的新变化和消费者的新需求,农家乐的转型升级势在必行。

在业内看来,在产品力方面,农家乐需要不断推陈出新,做好保障和品控。经营者邓小红说,拥有客流并且让旅客“留下来”是发展农家乐的前提,他认为文旅等相关部门和农家乐所在景区等主体应携手合作,因地制宜地推进规模化经营和标准化服务。通过引入先进的管理理念和技术手段,提升产品质量和服务水平,打

造具有特色文化内涵的餐饮、住宿、娱乐等一站式服务。

内蒙古呼和浩特市清水河县和山西忻州市偏关县交界处的老牛湾,是远近闻名的集长城、黄河于一体的4A级旅游区。近年来,当地依托旅游资源在规模化经营、标准化服务上下功夫,将农家乐升级为高端民宿,打入高端旅游市场。经营者李玉说,“随着基础设施的提升改造、差异化打造的民宿更适应各类群体需求,现在外地游客比例反而提高了。”

如今很多业态也从城市奔向了乡村。位于天山脚下的乌鲁木齐县作为乌鲁木齐市的“后花园”,如今餐饮经营业态正从过去以农牧家乐为主的单一型逐渐转变为包括快餐、中餐、中西餐结合、咖啡店、甜品店、民宿餐饮多元化经营,餐饮服务从“吃得好”到“吃得健康”“吃得有趣”提升,

以满足消费者的多元需求。

在营销模式上,农家乐也需要进行创新和拓展。针对当前营销模式单一、宣传渠道有限的问题,姚华等人建议农家乐经营者应积极借助各类网络平台精准营销,提高知名度和美誉度,通过打造网红农家乐、网红打卡地等概念,吸引年轻消费者的关注和参与。同时,积极探索与其他产业的合作模式,如与旅游公司、文化机构等建立合作关系,共同开发乡村旅游资源,实现互利共赢。

姚华表示,农家乐在创新发展过程中应坚持因地制宜的原则,在保留传统乡村特色的基础上,结合当地文化、民俗等元素,打造独具特色的消费体验,并通过引入现代科技手段,为游客提供沉浸式的乡村体验。“还要注重环保和可持续发展,让农家乐成为绿色、健康、环保的休闲胜地。”姚华说。

(本版稿件综合新华网、《新华每日电讯》)