

中郝峪村旅游脱贫运营模式与绩效评价研究

时海燕, 厉萍, 陈晓峰, 李晶晶* (中国农业大学烟台研究院, 山东烟台 264670)

摘要 以淄博市博山区中郝峪村旅游脱贫模式为研究对象, 通过实地考察和发放问卷, 收集第一手资料进行实证分析, 探讨影响股份制改革的具体因素。在回顾国内外旅游脱贫研究成果的基础上, 从理论上构建了乡村旅游脱贫机制的基本框架, 梳理了乡村旅游脱贫机制的典型模式及其特点, 分析了中郝峪村股份制改革对旅游脱贫的意义和影响因素, 找出存在的问题, 提出提升中郝峪村旅游脱贫绩效的思路。

关键词 乡村旅游; 脱贫模式; 股份制改革

中图分类号 S-9 文献标识码 A

文章编号 0517-6611(2020)11-0243-04

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2020.11.066



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Research on Operation Pattern and Performance Evaluation of Tourism Poverty Alleviation Mode in Zhonghaoyu Village

SHI Hai-yan, LI Ping, CHEN Xiao-feng et al (Yantai Research Institute of China Agricultural University, Yantai, Shandong 264670)

Abstract Taking the tourism poverty alleviation model of Zhonghaoyu Village in Boshan District of Zibo City as the object, based on field investigation and questionnaires, the first-hand data was collected for empirical analysis, and then the specific factors which affecting the reformation of the joint-stock were discussed. On the basis of reviewing the research results of tourism poverty alleviation at home and abroad, the basic framework of rural tourism poverty alleviation mechanism was theoretically constructed, and the typical model and characteristics of rural tourism poverty alleviation mechanism were sorted out. We analyzed the meaning and influencing factors of the reform of Zhonghaoyu Village joint-stock system for tourism poverty alleviation and found out the existing problems, and finally put forward the idea of improving the performance of tourism in poverty-stricken villages.

Key words Rural tourism; Poverty-alleviation model; Joint-stock reform

山东省淄博市博山区中郝峪村地处山东省鲁中山区腹地, 全村共 113 户、340 人。由于地处山区, 交通不便, 该村曾经是远近闻名的贫困村, 村集体负债一度达 8 万余元。自 2003 年开始, 该村依托独特的地理环境和生态资源优势, 发展以休闲度假为主的乡村旅游项目, 十几年来通过“个体农户集资入股”“部分农户集资组建公司、农民专业合作社和家庭农场”“农村集体产权制度改革整合村集体资源实现全员股份化”的改革“三步曲”, 带动了村集体经济发展和农民群众增收致富, 探索出一条发展村集体经济发展的新路子, 让一个贫困的小山村变为美丽的新农村, 使“绿水青山”变成了“金山银山”。

为探究中郝峪村旅游脱贫致富的模式, 课题组 2017—2018 年先后数次深入中郝峪村, 对参与股份制的农户采用调查问卷, 与村干部、旅游公司负责人、游客等进行座谈等形式, 结合实地调研、访谈深入了解其在乡村旅游脱贫中的经验模式, 重点对其在产业发展模式、制度规范建设、利益分配方式等方面进行调研, 结合数据剖析其成功经验及问题, 以为村集体经济发展模式提供建设性意见, 助力乡村振兴。

1 中郝峪村旅游脱贫运营模式

通过调研了解到近几年中郝峪村依托当地地理和民俗特点, 开展了美食课堂、前沿真人 CS 俱乐部、拓展基地、明天邮局、趣味运动场、农场牧场、乡村记忆博物馆、幽谷仙境、亲子低空拓展长廊等 20 余个丰富多彩的游玩体验项目, 吸引了来自全国各地的游客, 同时本村采取股份合作的形式开设

农家乐经营 103 户, 提供休息床位 422 张, 可同时容纳 650 人住宿, 1 600 人就餐。2017 年全年共计接待游客 17.4 万人次, 政府调研团队 416 个, 全村旅游综合收入突破 2 800 万元, 人均收入突破 3.8 万元, 使得发展 15 年来人均可支配收入增长了将近 20 倍, 实现贫困人口全部脱贫。

1.1 产业发展模式 推进农村股改, 必须加快发展经济, 因此需要因地制宜, 探索不同类型的村集体经济发展的新途径, 从而推动产业优化升级。中郝峪村根据村集体资产情况, 依托当地丰富的自然资源, 成立“幽幽谷”旅游公司, 通过“个体农户集资入股”“部分农户集资组建公司、农民专业合作社和家庭农场”“农村集体产权制度改革, 实现全员股份化”的改革三部曲, 坚持产业驱动、全覆盖、全民参与可持续发展, 以推进农村股改为契机, 致力于乡村旅游产业融合全域发展, 打造出“郝峪模式”, 推动产业转型升级, 实现经济长效发展。

1.2 制度规范措施 股份制改革和公司化运营离不开科学健全的制度规范。中郝峪村依据《公司法》《村民委员会组织法》等法律法规, 通过加强管理和制度创新, 发挥股份制的优点。在公司运营上, 将公司项目承包给相关负责人, 后期通过严密的监督与考核进行绩效评估, 实现公司的高质量发展; 在收益分配上, 严格将每年收入的 1/3 留作留存收益, 2/3 在年终按入股的比例分红, 同时每年附带 5 次福利, 充分发挥了股份合作制的优点; 在村集体管理上, 制定村规民约, 有序开展精神文明活动评选, 提升村民整体素质, 逐步构建乡村文明社区。

1.3 利益连接方式 中郝峪村依托“公司运作+个体承包+村民入股”的方式, 根据每一个贫困农户的不同状况, 具体问题具体分析, 承包给他们不同的项目, 并且拿出所有旅游收

入的20%用作全村村民的固定分红。利益共享,合作共赢,每年分四季度发放股民分红,发放形式为现金公开支付,让村民切实享受到改革带来的收益,提升参与的积极性。

2 中郝峪村旅游脱贫绩效评价

2.1 数据来源 主要采用调查问卷的形式,据此设计的问卷共分为3个部分:第一部分是农户的基本信息,包括年龄、性别、受教育程度、年收入水平等;第二部分是农户参与农村旅游开发的情况,包括家庭中参与乡村旅游的人数旅游业收入占家庭总收入比重、加入旅游业的时间等;第三部分是农户对扶贫绩效的感知,包括经济绩效、社会绩效和生态绩效3部分^[1]。

2.2 研究方法 调查问卷中自变量包括性别、年龄、受教育情况、党员、干部、家庭劳动力占比、收入、了解程度、社会保障程度、入股年限、入股经营方式12个因素,因变量为股份制改革的满意度。

因子分析采用主成分因子分析方法,提取公因子。将因子分析中提取的4个公因子作为协变量,将农户股份制合作满意度作为因变量,进行二元Logistics回归分析。在构建回归方程之前,先进行统计检验,包括拟合优度、 F 、 t 、 DW 以及容忍度和方差膨胀因子(VIF)。

2.3 结果与分析

2.3.1 样本描述。如表1所示,问卷面向农户发放250份,回收227份,有效回收率90.8%。在发放问卷的同时,面向村干部进行访谈,内容主要围绕在“郝峪模式”研究中发现的问题。在回收的227份问卷中,男女比例较理想,受教育年限在9~12年的比较多,集中在初高中学历;有干部经历的12人,无干部经历的215人;党员24人,群众203人。综上,样本数据有较高的代表性,比较可靠。

通过对227位村民家庭主要收入来源分析(图1)可以看出,家庭收入主要依靠村集体旅游业分红的有188人,超过80%,另有自办产业17人,约占7.4%,可见中郝峪村农民旅游业参与度非常高,说明农民积极性高涨。

由调查可知(图2),村民人均年收入在3万元以上的占83.7%,其中6万元以上的占37.00%,年收入在5000元以下的人数为0,5000~10000的仅有2人,说明中郝峪村在经过股份制改革和大力开发旅游产业后,成功脱贫。

2.3.2 主成分因子分析 从表2可以看出,在进行变量筛选后,提取4个公因子,其方差贡献率依次为24.976%、13.944%、12.047%、7.296%,共计58.263%,说明提取的4个因子可以解释原始变量总方差的58.263%。累计总方差在一般状态,可能由于变量间的相关程度较大导致,也可能是问卷资料收集过程中主观因素造成的误差。

4个公因子的成分如表3所示,将其分别命名为 E_1 股份制运营情况、 E_2 家庭经营情况、 E_3 生活保障情况、 E_4 个体特征。其中, E_1 包含“分红情况”“入股后的生活改善情况”“股份制合作民主情况”; E_2 包含“家庭劳动力数量”“旅游业占家庭收入比重”“旅游业规模”“旅游开发后的生活变化”; E_3 包含“个人收入增长”“就业机会增多”; E_4 包含“年龄”“受

教育情况”“村干部”等。

表1 样本总体描述

Table 1 Overall sample description

项目 Item	属性 Attributes	样本数 Number of samples
性别 Gender	男	134
	女	93
年龄 Age//岁	20~35	51
	36~55	98
	≥56	78
受教育年限 Years of education//年	0~6	21
	>6~9	35
	>9~12	117
干部经历 Cadre experience	有	12
	无	215
政治面貌 Political status	党员	24
	群众	203

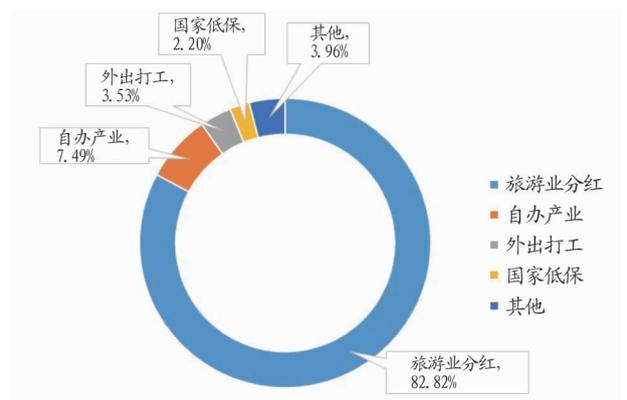


图1 村民家庭收入主要来源

Fig. 1 The main sources of income for village households

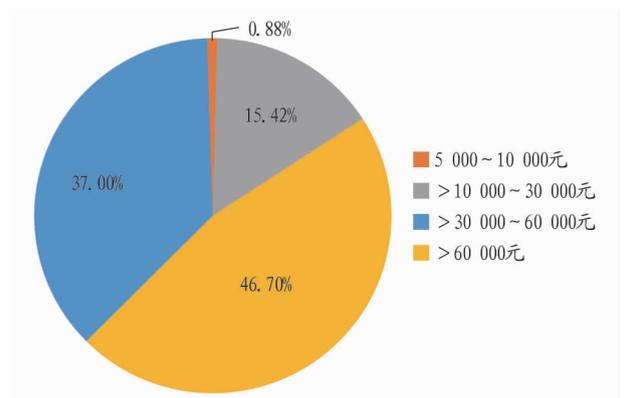


图2 村民人均年收入

Fig. 2 Per capita annual income of villagers

2.3.3 回归模型检验。统计检验模型汇总结果表明, R^2 值为0.109,说明拟合优度较好;调整后的 R^2 为0.100,说明已解释方差占总的10%; DW 值为1.598,数值位于1.5~2.5,表明回归分析中误差项之间不存在自我相关,因此选择该模型比较合理。

由表4可知,4个因子中前3种显著性概率分别为0.002、0.042、0.023,均小于显著性水平0.05,说明3个因子

表 2 解释的总方差

Table 2 Explained total variance

成分 Composition	初始特征值 Initial eigenvalue			提取平方和载入 Extract square sum loading			旋转平方和载入 Rotated square sum loading		
	合计 Total	方差百分比 Variance percentage %	累积方 差百分比 Cumulative variance percentage %	合计 Total	方差百分比 Variance percentage %	累积方 差百分比 Cumulative variance percentage %	合计 Total	方差百分比 Variance percentage %	累积方 差百分比 Cumulative variance percentage %
1	5.028	28.552	28.552	5.028	28.552	28.552	2.849	24.976	24.976
2	2.068	14.368	42.920	2.068	14.368	42.920	2.247	13.944	38.920
3	1.535	8.702	51.622	1.535	8.702	51.622	2.110	12.047	50.967
4	1.232	8.637	57.259	1.232	5.637	57.259	1.801	7.296	58.263
5	0.937	7.742	66.991						
6	0.871	7.456	74.747						
7	0.855	6.361	81.108						
8	0.729	4.847	85.955						
9	0.694	3.835	89.790						
10	0.674	3.807	93.597						
11	0.621	3.642	97.239						
12	0.581	2.761	100						

表 3 主成分分析法成分矩阵

Table 3 PCA component matrix

变量 Variable	成分 Composition			
	1	2	3	4
B ₁	0.868	-0.204	0.062	-0.197
B ₂	0.868	-0.009	0.068	0.381
B ₃	0.850	-0.127	0.875	0.220
B ₄	-0.819	0.032	0.897	0.025
B ₅	-0.357	0.431	0.028	0.914
B ₆	0.024	0.125	0.098	0.007
B ₇	0.741	0.799	0.114	-1
B ₈	0.705	0.750	0.103	0.699
B ₉	0.680	0.688	-1.580	0.016
B ₁₀	0.674	0.613	-1.190	0.740
B ₁₁	0.641	0.605	0.635	-0.092
B ₁₂	0.612	0.627	0.740	0.085

对股份制合作满意程度回归效果显著,最后的个体特征显著性概率为 0.334,不显著;四者容差分别为 0.893、0.748、0.982、0.792,均位于 0~1 区间且接近于 1,说明不存在多重共线性;VIF 值为 1.120、1.337、1.467、1.421,接近于 1,同样说明不存在多重共线性。

由此得出的回归方程如下:股份制合作总满意度 = 3.865E-17+0.734×股份制运营情况-0.563×家庭经营情况+0.378×生活保障情况+0.171×个体特征。

此次调研通过对中郝峪村村干部进行访谈以及深入走访农户,收集调查问卷,定义了股份制合作满意度的 12 个自变量,利用因子分析方法提取了 4 个公共因子,然后构造了二元 Logistic 回归模型,对影响中郝峪村股份制改革满意度的因素进行了初步探索并得出以下结论:在影响股份制合作满意度的诸多因子中,影响最大的是股份制运营情况,数值为 0.734,说明股份制合作运营得好,农户满意度越高;家庭经营情况对农户股份制运营满意度也有重大影响,但是系数

为-0.563,说明家庭经营情况越差,对股份制改革的满意度会越高;生活保障情况对股份制合作有着一般显著影响,说明生活保障程度越高,股份制改革的满意度越高;个体特征对股份制合作满意度影响不显著,说明个体农户之间虽然有差异,但是不足以影响股份制合作的满意度。

根据以上研究结果,中郝峪村在公司制改革中取得了巨大成功,全村脱贫成效显著,在开发旅游业后,居民人均收入有了巨大提升,同时,笔者在与村干部的访谈中了解到,“公司+项目+村民入股”的模式不仅极大地调动了农民参与旅游业的积极性,而且弱化了恶性竞争的趋势,各家各户共同努力,打造极致服务的中郝峪旅游区。

3 结论与讨论

由以上的问卷数据分析可知,股份制的运营情况对股份制合作满意度影响最大,因此,结合实地调研,重点分析股份制运营情况,总结出中郝峪模式的成功经验,并发现以下问题,同时提出具体解决方案。

3.1 成功经验

3.1.1 开展股份制改革,提高村民积极性。中郝峪村积极推进集体资产股份制改革,探索实施“公司+项目+村民入股”的综合性发展模式,明晰产权关系,促进村集体资产保值增值和村民群众致富增收。成立公司规范运营,每月召开股东大会公布账目,每年通过述职总结报告制定工作计划和发展方向,对全村工作成效进行大数据统计,根据各农户不同特色制定不同的发展路子,改变整个村庄的供给平衡,同时全村入股,享受集体分红,带动村民参与乡村建设的积极性^[2-3]。

3.1.2 制定统一标准,确保流程顺畅性。中郝峪村在股份制改革的过程中通过培育发展新产业、新业态,打造行业统一标准,创造良好的股份制运营情况。将闲置房屋回收改造成山村风貌民宿,内部设置现代化家居,对全村妇女进行家

政服务培训,持证上岗;制定《中郝峪幽幽谷民宿管理服务标准》,严格落实民宿标准化服务;同时打造高标准农家乐,统一农家乐管理标准,制定行业规范,突出家庭接待特色,实现

了旅游接待正式化、常规化;村民按照公司要求承包旅游项目,后期将按照制定标准对项目进行验收考核,村内一切严格按标准行事,推动村集体各项事务开展。

表4 股份制合作满意度因子系数

Table 4 Coefficient of satisfaction factor for joint-stock cooperation

因子 Factor	非标准化系数 Non-standardized coefficient		标准系数 (试用版) Standard coefficient (trial version)	t	Sig.	共线性统计量 Collinear statistics	
	B	标准误差 Standard error				容差 Tolerance	VIF
(常量)(Constant)	3.87E-17	0.116	—	0	1	—	—
股份制运营情况 Joint-stock operation	0.734	0.035	0.237	2.790	0.002	0.893	1.120
家庭经营情况 Family business	-0.563	0.102	0.113	2.042	0.042	0.748	1.337
生活保障情况 Living security	0.378	0.088	-0.147	1.766	0.023	0.982	1.467
个体特征 Individual characteristics	0.171	0.175	0.747	1.718	0.334	0.792	1.421

注:因变量为股份制合作满意度

Note:The dependent variable is the satisfaction of joint-stock cooperation

3.1.3 紧跟市场潮流,激发团队创造性。中郝峪村旅游建设团队是以返乡创业大潮中的年轻人作为班底,团队年轻化,富有创造力和活力。实行股份制改革和公司化运营后,团队成员通过外地考察获得丰富经验,紧跟市场潮流,把乡村旅游作为美丽乡村建设的主导产业,不断推陈出新,将农业和旅游业等商业结合,从小微起步,实行按具体内容的标准化体系构建,事事创新,探索山区村庄发展乡村旅游的新路子,拓展乡村旅游产业链、价值链,逐步实现多元化发展业态^[4],注重发展农产品精加工,先后利用村庄生产板栗、桃花和芝麻,通过农产品的深加工和商品化运作提高农产品附加值,也令股份制运营有了坚实的经济基础^[5-6]。

3.2 存在问题

3.2.1 品牌效应不足。影响股份制合作满意度的诸多因素中,最主要影响因素是股份制运营情况^[5,7]。中郝峪村由于缺少对可持续发展的充分认识,对旅游内在品牌的挖掘度较差,没有形成很好的品牌知名度,游客在游览之后更多是记住“中郝峪”“丈母娘大碗茶”等具体旅游项目的名称,很少对统一的品牌“幽幽谷”有深刻印象,长此以往对股份制运营情况有害无利。

3.2.2 旅游项目同质化严重。在对中郝峪村进行实地走访后,发现本村在旅游项目建设中存在严重的同质化现象,即有些项目和普通农村旅游项目相仿^[6-7]。当前,中郝峪村的旅游项目分为两种,一种是具有特色且以有一定知名度的优质项目,如“丈母娘大碗茶”“婆媳元宝坊”等;另一种是不具有特色的一般化旅游项目,如动物园、游玩射箭场、CS场等。第二类项目占比较大,且定位缺乏创意,无法重点突出特色核心理念,在当前市场化大趋势背景下有较大的发展弊端,难以吸引游客,因此这部分旅游项目易被市场淘汰^[8-9]。

3.2.3 客户黏度有待提升。目前,中郝峪村旅游产业发展主要通过顾客的好感和记忆来获取回头客,在营销方面针对老客户维护措施较少,与客户的后期沟通交流较少^[10-11],客户依赖度、忠诚度容易随着时间而减弱,不利于实施精准营销,甚至会影响口碑营销效果,一定程度上不利于企业后续

发展,对股份制运营情况有不利影响^[6-7]。

3.3 研究建议

3.3.1 树立企业品牌形象。中郝峪村依托优越的自然地理条件形成各种别具风格的旅游项目,在后续的发展中,应当更加注重突出“幽幽谷”大品牌,一方面可创设品牌吉祥物,在村内相关特色纪念品上加入品牌名称,制作精美钥匙扣、吊坠等产品让客户记住品牌名称和特点,另一方面,通过微博、小红书等新媒体方式,用客户写精彩游玩体验兑换打折券的方式进行宣传,扩大知名度,以这种方式逐渐形成具有吸引力和信赖度的优质品牌,树立企业形象。

3.3.2 打造特色旅游项目。针对中郝峪村占比较大的一般化旅游项目,中郝峪村应当以文化发展为中心,借助自然环境,加入区别于其他地区乡村旅游的闪光点,如在动物园区旁售卖卡通可爱动物形象抱枕、钥匙扣等小巧精致的周边物品;CS地点处加入工作人员随机拍摄纪念照片的活动等;射箭比赛获胜者可以获得100张照片免费打印特权等,在一般项目中突出中郝峪村特色,使得每一个项目都能给客户留下深刻印象。

3.3.3 不断加强客户黏度。客户维护与客户挖掘同样重要,加强客户黏度是企业心的核心。在大数据时代,维护客户关系更能提升口碑相传、口碑营销的效果。一方面,中郝峪村应当借助新媒体手段,通过微博抽奖、公众号转发集赞的方式吸引新老客户参与,在客户生日、新年等重要日子通过邮件、短信的方式发送问候或赠送代金券,让客户记住与品牌的互动关系,通过会员卡营销方式维系高质量粉丝;另一方面,重视客户提出的每一条意见,在改进后通过短信方式传达给客户,让客户亲身感受到团队的用心^[11],只有让客户留下来,后期的接触点才能从一个点扩展到一个面。

参考文献

- [1] 吴国琴. 贫困山区旅游产业扶贫及脱贫绩效评价:以郝堂村为例[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2017, 44(4): 63-68.
- [2] 王晨光, 钱晨菲. 乡村旅游的互联网服务案例研究:以无名游旅行网为例[J]. 现代营销, 2019(2): 108.
- [3] 徐婷婷. 关于农村集体资产股份制改革研究:以淄博市为例[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2016, 13(12): 59-60.

表3 各二级指标一致性比率

Table 3 Consistency ratio of each secondary index

项目 Item	S 农村一二三产业融合 Rural primary, secondary and tertiary industries integration	A1 第一产业协同 Primary industry synergy	A2 产业链延伸 Industrial chain extension	A3 经济社会效应 Economic and social effects	A4 可持续性 Sustainability
CI	0.037	0.014	0.067	0.003	0.026
RI	0.890	0.520	1.120	0.520	0.890
CR	0.042	0.027	0.060	0.005	0.029

表4 2012—2017年金乡县农村一二三产业融合评测得分

Table 4 Evaluation scores of rural primary, secondary, and tertiary industry integration in Jinxiang County during 2012–2017

年份 Year	第一产业协同 Primary industry synergy	产业链延伸 Industrial chain extension	经济社会效应 Economic and social effects	可持续性 Sustainability	总得分 Total score
2012	0.043 1	0.098 5	0.052 8	0.020 0	0.063 0
2013	0.038 5	0.146 5	0.107 2	0.223 9	0.153 4
2014	0.165 3	0.199 8	0.157 9	0.447 0	0.261 2
2015	0.380 1	0.139 7	0.176 9	0.356 0	0.227 9
2016	0.504 2	0.189 9	0.212 2	0.609 0	0.339 9
2017	0.622 6	0.186 0	0.274 9	0.714 7	0.389 5

从表4可以看出,金乡县围绕大蒜产业的三产融合呈现提升态势,取得了良好的社会经济效应。但也应该看到权重最大的产业链延伸得分不同年份间尚有反复。造成产业链延伸得分反复的三级指标主要是市级农民专业合作社占比和农副食品加工业产值/农业产值(可比价格)2项。

4 结论和建议

如前文所述,农村三产融合应尽量避免产业链延伸中的脱农倾向。为此可以通过“合作社+农户”“龙头企业+农户”等方式,以组织链接的方式进行利益联结。虽然近年来以农民专业合作社为代表的新型主体发展迅速,但大多经营和组织水平较低。市级优秀合作社占比偏小,反映出农户与其他产业的组织链接和利益联结水平仍然不高。为此在鼓励“合作社+农户”“龙头企业+农户”数量发展的同时,也应该重视质量提升,促进其起到真正的利益联结作用。

此外,农副食品加工业产值/农业产值(可比价格)反复主要是因为大蒜面积和产量的波动,背后反映出大蒜价格波动剧烈。大蒜面积稳定是金乡三产融合的基础。为减少价格因素带来的大蒜面积波动,在原有基础上应进一步完善价格保险机制,扩大参保范围。同时,推进第三产业中的农业

信息化、大数据向农业、农民的渗透力度,推动农户决策更加理性。

参考文献

- [1] 马晓河. 推进农村一二三产业融合发展的几点思考[J]. 农村经营管理, 2016(3): 28–29.
- [2] 耿方梅. 基于六次产业化的农村一二三产业融合发展对策研究[J]. 中国经贸导刊, 2019(6): 142–143.
- [3] 李治, 王东阳. 交易成本视角下农村一二三产业融合发展问题研究[J]. 中州学刊, 2017(9): 54–59.
- [4] 苏毅清, 游玉婷, 王志刚. 农村一二三产业融合发展: 理论探讨、现状分析与对策建议[J]. 中国软科学, 2016(8): 17–28.
- [5] 孙文玉. 金乡县大蒜产业发展的经验和启示[J]. 农技服务, 2016, 33(17): 136.
- [6] 金乡县发改局. 金乡县农村产业融合发展总结[EB/OL]. (2018–09–18) [2019–06–25]. http://www.jinxiang.gov.cn/art/2018/9/18/art_18334_1360605.html.
- [7] 张兰英. 金乡县乡村产业发展现状及振兴措施[J]. 农业科技通讯, 2019, 18(3): 14–17.
- [8] 冯伟, 石汝娟, 夏虹, 等. 农村一二三产业融合发展评价指标体系研究[J]. 湖北农业科学, 2016, 55(21): 5697–5701.
- [9] 王晓建. 主成分分析法在评价农村一二三产业融合发展的应用: 以上海市金山区为例[J]. 农场经济管理, 2018(10): 38–40.
- [10] 刘鹏凌, 万莹莹, 吴文俊, 等. 农村一二三产业融合发展评价体系及其应用[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2019(4): 7–13.

(上接第246页)

- [4] 梁军, 马明飞, 沈林. 协同创新视域下西南民族地区红色文化传承研究[J]. 科技资讯, 2018, 16(6): 224–225.
- [5] 高林安. 陕西省乡村旅游可持续发展的适应性管理研究[J]. 安徽农业科学, 2017, 45(3): 193–200.
- [6] 罗云艳. 我国乡村旅游扶贫模式创新与实现路径[J]. 改革与战略, 2017, 33(9): 97–99.
- [7] 蔡碧凡, 陶卓民, 郎富平. 乡村旅游社区参与模式比较研究: 以浙江省

- 三个村落为例[J]. 商业研究, 2013(10): 191–196.
- [8] 吴晓东. 民族地区旅游扶贫长效机制研究: 基于文化软实力建设的视角[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2015.
- [9] 杨艳, 沈安永, 余荀. 农文旅融合 助乡村发展: 从江县大力发展乡村民族文化旅游[J]. 当代贵州, 2018(29): 48–49.
- [10] 徐子琳, 潘鸿雷, 汤澍, 等. 以体验为导向的乡村旅游产品开发研究[J]. 安徽农业科学, 2010, 38(31): 17781–17782.
- [11] 陈志军, 黄细嘉, 范桂辰. 旅游感知视角下红色旅游地满意度评价: 以井冈山为例[J]. 企业经济, 2014, 33(11): 97–101.