

生态农业景观的旅游价值转化机制与路径

文 / 王 薇 中誉设计有限公司

摘要：生态农业景观是农业生产与自然生态、农耕文化的有机融合体，其旅游价值转化是消费升级与乡村发展的必然趋势。其价值重构核心在于功能从单一生产空间向多元体验场景嬗变，价值层次沿使用价值、交换价值到符号价值逐步跃迁，与马斯洛需求层次理论高度契合。这一转化需依托协同机制：以资源异质性与农耕文化为内生动力，以政策支持与技术创新为外源催化，以市场需求与消费行为为导向。实践中可通过三条路径落地：产业链立体延伸实现多元盈利，文化符号创新表达让传统农耕文化焕发新生，数字技术融合创新拓展线上线下互动体验。该转化模式既释放了生态农业景观的多元价值，又为农民增收、乡村振兴提供了有效支撑，兼具经济、生态与文化效益。

关键词：生态农业景观；旅游价值；转化机制；路径

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2025.24.113

引言

随着城市化进程加快与生活水平提升，人们对自然本真的田园生活愈发向往，消费需求从物质满足向精神体验升级，生态农业景观作为承载生产功能、自然景观与农耕文化的独特载体，成为乡村旅游的核心吸引力。生态农业景观打破了传统农业的单一生产属性，将农田、作物、水利等生产要素与田园风光、民俗风情相结合，既保留了“从田间到餐桌”的质朴内核，又拓展了休闲、研学、文化体验等多元功能。如今，我国休闲农业已成为乡村旅游的重要支柱，年接待游客达数十亿人次，云南元阳梯田、贵州千户苗寨等案例印证了其巨大旅游潜力。但当前部分生态农业景观的旅游价值转化仍存在路径模糊、机制不畅等问题，或局限于单一门票与农产品销售，或缺乏文化深度与创新体验，未能充分释放资源潜力。基于此，本文立足生态农业景观的本质属性，系统梳理其价值重构的基本逻辑，剖析资源、政策、市场协同发力的转化机制，进而提出产业链延伸、文化活化、技术融合的实践路径，旨在为生态农业景观旅游价值的高效转化提供理论参考与实践指导，助力乡村振兴战略落地与农耕文明传承。

一、生态农业景观价值重构的基本逻辑

（一）从生产空间到体验场景的嬗变

长久以来，农田、果园、茶园等农业景观的核心功能是生产农产品，这也是农民获取收入的生产空间。但现阶段，这种单一功能的定位正在发生根本性转变，农田不再只是种地打粮的地方，它还逐渐发展成了游客感受田园生活的“展场”，庄稼除了用来食用，还可以工人欣赏、体验。这种嬗变并非偶然，而是市场需求与农业发展的必然结果。在我国，这种变化也十分明显，目前我国休闲农业已经成为乡村旅游的重要组成部分。比如云南元阳的梯田，在乡村振兴政策引导下，当地将原本单纯种植水稻的生产空间，升级为兼具景观观赏、农事体验、民俗展示的综合场景，层层叠叠的田垄不仅产

出粮食，更通过旅游带动周边民宿、餐饮、手工艺品产业发展，让村民实现“种田+务工+分红”的多元增收，真正让农田成为乡村振兴的“聚宝盆”。



图1 云南元阳梯田

（二）价值转换的底层逻辑

生态农业景观的旅游价值转化，本质上是价值层次的逐步跃迁，这背后离不开消费需求升级的驱动，且与马斯洛的需求层次理论高度契合。其中最基础的层面是使用价值，也就是农业景观原本承载的生产功能，即生产出粮食、蔬菜、水果等农产品，满足人们的生理需求。这是农业景观的核心价值基础，没有优质的农产品和良好的生产环境，旅游价值就无从谈起。比如生态农场种植的有机蔬菜、水果，不仅是游客体验采摘的对象，其本身的品质也是吸引游客的重要因素，游客可以现场采摘、现场品尝，既能够确保食品安全，又能够让游客们从中感受到“从田间到餐桌”的新鲜。在此基础上，农业景观也逐步形成了交换价值。农民通过提供旅游服务，还进一步地将农业景观的体验功能转化为经济收入，比如收取门票、体验费、农产品销售利润等。这时候，生态农业景观不再只是生产农产品的场域，它更成了农民增收的摇钱树。最高层次的是符号价值，也就是农业景观所承载的文化内涵和精神意义，能够满足人们的审美需求和自我实现需求。

二、旅游价值转化的协同机制

生态农业景观的旅游价值转化不是孤立发生的，这需要内部资源优势、外部政策技术支持和市场需求响应的协同发力。

（一）内生动力机制：资源与文化的双重支撑

内生动力是生态农业景观旅游价值转化的核心基础，生态农业景观旅游价值转化的内生动力主要来源于独特的资源优势 and 深厚的文化资本，这两者正是乡村振兴中“生态宜居”“乡风文明”与“产业兴旺”的重要结合点。一方面，资源异质性带来的独特吸引力，是价值转化的重要前提。生态农业景观的魅力，首先在于其独一无二的自然景观和生产场景。不同地区的地形地貌、气候条件、作物种类不同，形成了各具特色的农业景观，这种资源异质性让每个地方的生态农业旅游都有了自己的卖点，也为乡村差异化振兴提供了支撑。比如新疆的棉花田，一望无际的白色棉田在阳光下闪闪发光，与当地的戈壁、雪山相映成趣，形成了独特的边塞农业景观。在乡村振兴推进中，当地依托这一资源优势，打造棉田观光、民俗体验、农产品直销的旅游模式，带动周边少数民族村落就业，让原本偏远的乡村通过特色旅游实现经济发展，既保留了边塞生态特色，又拓宽了增收渠道。另一方面，文化资本的转化，让生态农业景观的旅游价值更有深度，也助力乡村文化振兴。我国有着几千年的农耕文明，每个地区都沉淀了独特的农耕文化、民俗风情，这些文化资本是生态农业景观的灵魂，让旅游从过去单纯的看风景升级为品文化。

（二）外源催化机制：政策与技术的双向赋能

如果说内生动力是内功，那么外源催化就是外力，政策的引导支持和技术的应用，为生态农业景观旅游价值转化提供了重要保障，让价值转化之路走得更稳、更远。政策杠杆的引导作用，为价值转化提供了制度保障和资金支持。近年来，国家越来越重视生态农业和乡村旅游的发展，国家出台了一系列政策措施，为生态农业景观的旅游价值转化提供了良好的支持。比如财政部出台的相关管理办法，明确提出农业资源及生态保护的补助资金中，有一部分要用于景观维护，这就为生态农业景观的修缮、升级提供了资金支持。这样一来农民不用再担心没钱修田间步道、建体验设施，生态农业景观的环境和体验感都能够得到持续改善。除了国家层面的政策，地方政府也纷纷出台配套措施，比如在乡村振兴政策中明确支持休闲农业发展，为生态农场提供税收优惠、用地保障等。技术赋能则为生态农业景观的价值转化提供了创新手段，让生态农业景观的旅游体验更丰富、更便捷。

（三）市场响应机制：需求与行为的导向作用

市场是价值转化的最终落脚点，游客的需求变化和

消费行为转变，直接引导着生态农业景观旅游价值的转化方向，而这种转化又与乡村振兴中“满足村民美好生活需求”“促进城乡融合”的目标高度契合，只有精准把握市场需求，才能让价值转化持续有效，为乡村振兴注入持久动力。近年来，生态农业旅游的市场需求呈现出爆发式增长的态势。随着人们生活节奏的加快和对食品安全、自然环境的关注，越来越多的人愿意走出城市，走进乡村。从旅游消费趋势来看，“生态农业旅游”“乡村研学”等成为热门选择，市场需求越来越旺盛。这种需求增长不仅体现在人数上，还体现在地域范围上，过去生态农业旅游的游客主要来自周边城市，现在越来越多的游客愿意跨省份、跨区域前往特色生态农业景观地旅游，带动乡村旅游市场不断扩大。游客们的消费行为也在发生变化，以前游客到生态农业景观地多是拍照打卡、走马观花，停留时间短、消费金额低；现在更倾向于深度参与农耕体验、研学课程、文化活动等，停留时间更长、消费更多元。这种市场变化反过来引导着生态农业景观的升级，在乡村振兴政策支持下，越来越多的农场根据游客需求，增加研学课程、亲子活动等项目，改善住宿、餐饮等配套设施，既提升了旅游价值，又完善了乡村基础设施，让村民和游客共享发展成果，形成“市场需求引导价值转化，价值转化支撑乡村振兴”的良性循环。

三、生态农业景观旅游价值转换的实践路径

（一）产业链立体延伸：从“单一产出”到“多元盈利”

在明确价值重构逻辑与协同机制后，生态农业景观的旅游价值转化需通过具体落地路径实现。产业链立体延伸是核心路径之一，更是乡村振兴中“产业融合”的关键实践，能有效打破单一产出模式，实现多元盈利，让村民共享产业增值收益。横向融合的核心是要把农业景观和消费场景绑在一起，依托乡村振兴中的产业融合政策，打造农业、旅游、住宿、文化相结合的综合业态。比如某乡村振兴示范村的稻作景观项目，不仅培育优质水稻，还在稻田中打造主题文化图案，形成震撼的大地艺术景观。同时围绕稻田建设民宿集群、农家餐馆，推出稻田鱼烹饪、农事采摘等体验项目，晚上配套星空灯光秀，让游客“看有景观、住有民宿、吃有特色、玩有体验”。这种模式让原本单一的水稻种植，延伸出旅游、住宿、餐饮等多个盈利点，带动村集体和村民通过土地流转、务工就业、收益分红等方式增收，实现了农业产业与旅游产业的深度融合。纵向深化则是要做深一个产品，让每个环节都赚钱，结合乡村振兴中的“一村一品”建设，打造特色产业链。比如某乡村依托本地优质茶资源，在乡村振兴政策支持下打造“茶旅融合”产业链：让游客先到茶山体验采茶，跟着茶农学辨别嫩叶；再到茶厂

观摩杀青、揉捻工艺，亲手制作专属茶叶；最后参与茶道研修课，学习泡茶、识茶知识。同时开发高端茶叶礼盒、茶具周边等产品，形成“种植——体验——加工——销售——文化”的完整链条。这种纵向延伸让茶叶从原料到成品，再到文化体验，价值不断提升，既打响了本地茶叶品牌，又让茶农从单纯种植者转型为体验服务者、品牌受益者，拓宽了增收渠道。



图2 稻田景观画

（二）文化符号创新表达：从“老传统”到“新体验”

农耕文化是生态农业景观的灵魂所在，也是乡村振兴中“乡风文明”的核心载体，只有把文化变成可参与、可感知的体验，才能让老传统焕发新生，为旅游价值转化注入文化内涵。非物质文化活化的关键是场景化再现，让游客穿越到传统农事场景里，在乡村振兴的文化保护政策下，实现农耕文化传承与旅游发展双赢。比如很多乡村结合二十四节气，打造主题体验活动：清明组织游客跟着老农学播种、做清明粿；夏至开展稻田摸鱼活动，让游客体验古人夏至尝新的习俗；秋分举办收割节，让游客参与水稻收割、脱粒，感受丰收的喜悦。这种方式不是简单介绍节气知识，而是让游客亲手参与、亲口品尝、亲身感受，既让传统文化活起来，又让乡村旅游更具吸引力，同时增强了村民的文化认同感。在地性建构则是要把本地特色挖透，做成别人学不来的符号，结合乡村振兴中的特色村寨建设，打造独特旅游IP。比如皖南某古村落，在乡村振兴中注重古村落保护与农耕文化传承，不只是简单陈列旧农具，而是专门建设农耕文化博物馆，将犁、耙、纺车等农具按春种、夏耕、秋收、冬藏分类摆放，搭配村民老照片和农事故事。游客逛博物馆时，可请村里老人演示纺车纺线、犁地等技艺，还能租传统农具到村外田里体验古村农耕。这种把本地记忆与互动体验结合的方式，让古村落的农耕文化成为独特符号，吸引游客不仅来“看古村”，更来“体验农耕”，带动古村落旅游从观光型向深度体验型转变，实现了古村落保护、文化传承与旅游增收的良性循环。

（三）数字技术融合创新：从“线下看”到“线上线下一起玩”

数字技术是生态农业景观旅游价值转化的创新引擎，更是乡村振兴中“数字乡村”建设的重要内容，能让体验更方便、更有趣，吸引年轻游客，激活乡村活力。元宇宙应用的核心是虚实结合和增加互动感，依托数字乡村建设基础，打造沉浸式体验场景。比如某乡村振兴数字示范项目，推出“虚拟农田认领”服务：游客在线上通过手机APP认领一块虚拟农田，选择种植作物；线下对应的乡村农场会按游客选择实际种植，游客可通过APP实时查看作物生长情况。作物成熟后，游客可亲自前往收割，或由农场帮忙寄送到家；还能为虚拟农田设计专属图案，比如种植出自己的名字、卡通形象等，虚拟农田的专属权可制作成纪念凭证。这种虚实对应的模式不用复杂交易，却能让游客产生强烈的归属感和参与感，吸引了大量年轻游客和亲子家庭，同时带动乡村农产品直销，减少中间环节，让村民获得更多收益。智慧化管理的目的是让景观长得好、游客玩得爽，用技术解决实际问题，助力乡村振兴中的“生态振兴”与“治理有效”。

结语

生态农业景观的旅游价值转化并非简单的农业和旅游叠加，而是一场涉及功能重构、机制协同与路径创新的系统工程。这一工程的核心逻辑在于立足农业本质，实现从生产资料到生活场景再到精神载体的价值升级；协同机制则构建了内生动力筑基、外源催化赋能、市场导向校准的良性循环，确保转化过程稳定可持续；而产业链延伸、文化活化、数字融合三条实践路径，为资源优势向经济收益、文化价值的转化提供了可操作的落地方案。

参考文献

- [1] 胡昕. 多色油菜景观在生态旅游中的吸引力与经济价值[J]. 分子植物育种, 2025, 23(19): 6634-6639.
- [2] 唐娅梅. 乡村振兴背景下乡村生态景观规划设计研究[J]. 美与时代(城市版), 2024, (09): 58-60.
- [3] 张雪坤. 设计学角度浅析新疆乡村旅游景观的价值与保护策略[J]. 哈尔滨职业技术学院学报, 2024, (05): 98-101.
- [4] 张耀元, 林墨飞. 边疆乡村生态旅游绿道选线研究——以黑河市坤河达斡尔族满族乡为例[J]. 中国园林, 2024, 40(03): 101-107.
- [5] 辛尽. 湿地生态旅游景观开发与保护可行性评析——以甘肃石羊河大景区为例[J]. 甘肃农业, 2023, (03): 91-94.

作者简介：王薇，1982年11月，女，海南澄迈，大学本科，高级工程师，研究方向：风景园林设计。