



**RESEARCH ON RURAL TOURISM STRATEGY OF ZHAIJIAO
VILLAGE IN HENGZHOU CITY**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
INTERNATIONAL CHINESE COLLEGE**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2023**



横州市寨脚村乡村旅游战略研究



此论文为申请中国国际学院
工商管理专业研究生学历
之学术毕业论文

兰实大学研究生院

公历 2023 学年

Thesis entitled

**RESEARCH ON RURAL TOURISM STRATEGY OF ZHAIJIAO VILLAGE
IN HENGZHOU CITY**

by
YUAN YUAN

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2023

Asst. Prof. Chen Ao, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Gu Fan, Ph.D.
Member

Prof. Jin Maozhu, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst. Prof. Plt. Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)
Dean of Graduate School
October 18, 2023

致谢

时光匆匆，转眼间我的硕士研究生生涯也即将结束，在这两年时光里，我经历了很多，也学到了很多。回想这一路走来的时光，内心多有感悟，但更多的是满满的感激之情。

首先十分感谢我的恩师金茂竹教授，我的论文是在金教授的悉心指导下完成的，大到论文的选题框架，小到论文的语句修改，金老师总是很认真的给我理顺思路，为我的论文提供了很多有用的帮助，金老师给出的论文反馈总是一针见血的指出我论文存在的问题，是我写论文过程中的方向标。

其次感谢我生命中最重要的人，他不仅在我的读研生活中给我提供了很多帮助，更是陪伴着我把论文写完，他陪我到寨脚村进行实地考察，陪我找寨脚村村委会了解寨脚村发展现状，陪我找相关的旅游专家对寨脚村进行分析调查，十分感谢他陪我走过搜集第一手资料这一条艰难的道路，这一段经历，于我而言，弥足珍贵。感谢他的陪伴，也希望他的未来光明灿烂。

最后感谢我的家人和朋友们，一直在背后默默的支持我，在此向所有关心、爱护、帮助过我的人表示最诚挚的感谢和最美好的祝愿，你们的鼓励和支持是我勇往直前的动力。

原 嫒

研究生

6407710 : Yuan Yuan

Thesis Title : Research on Rural Tourism Strategy of Zhaijiao Village
in Hengzhou City

Program : Master of Business Administration

Thesis Advisor : Prof. Jin Maozhu, Ph.D.

Abstract

The rural revitalization strategy is an important measure and strategic deployment for China to achieve the great rejuvenation of the Chinese nation and build a moderately prosperous society in all respects. Implementing the rural revitalization strategy has brought significant opportunities for the development of rural tourism. Therefore, researching the development strategy of rural tourism holds great practical significance. This study primarily focused on the tourism development in Zhaijiao Village, Hengzhou City, Guangxi. Through on-site investigations and literature review, it comprehensively analyzed rural tourism in Zhaijiao Village, employing various methods such as SWOT analysis, QSPM analysis, and PEST analysis. The research aimed to formulate the most suitable rural tourism development strategy for Zhaijiao Village, including integrating the unique industry of jasmine flowers with local customs to create an immersive tourism experience that is distinctively appealing. Additionally, this study suggests strategies such as attracting talent from universities, attracting investment, improving service quality, and enhancing environmental protection, providing decision-makers with valuable insights for the development of rural tourism in Zhaijiao Village, Hengzhou City.

(Total 64 pages)

Keywords: Rural Revitalization, Rural Tourism, Development Strategy

Student's Signature.....Thesis Advisor's Signature.....

6407710 : 原嫒
论文题目 : 横州市寨脚村乡村旅游战略研究
专业 : 工商管理硕士
论文导师 : 金茂竹教授

摘要

乡村振兴战略是我国实现中华民族伟大复兴和全面建成小康社会的重要举措和战略部署。实施乡村振兴战略,为乡村旅游的发展带来了重大的机遇,对乡村旅游发展战略的研究存在着重大的现实意义。本文是以广西横州市寨脚村的旅游发展为主要研究对象,通过实地调研以及文献查阅,综合运用 SWOT 分析模型、QSPM 分析模型、PEST 分析方法等方法,全面分析寨脚村的乡村旅游,为寨脚村制定出最合适的乡村旅游发展战略规划——以特色产业茉莉花和当地特色风俗融合的方式,打造出别具一格的沉浸式旅游方式。此外还提出了引进高校人才、进行招商引资、提高服务质量、加强环境保护等建议,为横州市寨脚村的乡村旅游发展提供一些的决策参考。

(共 64 页)

关键词: 乡村振兴、乡村旅游、发展战略

学生签字.....指导老师签字.....

目录

	页
致谢	i
英文摘要	ii
中文摘要	iii
目录	iv
表目录	vii
图目录	ix
第 1 章	绪论
	1
	1.1 研究背景及意义
	1
	1.2 文献综述
	3
	1.3 研究内容与方法
	8
	1.4 小结
	12
第 2 章	相关概念及理论基础
	13
	2.1 相关概念
	13
	2.2 相关理论基础
	14
	2.3 分析工具及分析方法
	16
	2.4 小结
	17
第 3 章	寨脚村旅游发展的环境分析
	18
	3.1 外部环境分析
	18
	3.2 内部环境分析
	23
	3.3 小结
	29

目录 (续)

	页
第 4 章	寨脚村旅游发展的战略选择
	30
4.1	寨脚村内外部因素评价
	30
4.2	战略定位与战略目标
	39
4.3	战略的选择
	41
4.4	小结
	45
第 5 章	寨脚村旅游发展战略制定
	46
5.1	发展战略制定原则
	46
5.2	发展战略的计划制定
	47
5.3	小结
	49
第 6 章	寨脚村旅游发展的保障措施
	50
6.1	优化营销环境
	50
6.2	多方筹集资金
	50
6.3	人才引进
	51
6.4	提高服务质量
	51
6.5	完善自然环境
	51
6.6	小结
	52
第 7 章	研究结论与展望
	53
7.1	研究结论
	53
7.2	展望
	54
参考文献	55

目录(续)

	页
附录	59
个人简历	64



表目录

表	页
表 4.1 专家判断程度	30
表 4.2 专家权威判断表	31
表 4.3 评审意见表	31
表 4.4 机会因素和威胁因素描述表	32
表 4.5 两两比较判断矩阵赋值标准	33
表 4.6 寨脚村对机会因素反应程度的评分标准	34
表 4.7 寨脚村对威胁因素反应程度的评分标准	34
表 4.8 机会因素的判断矩阵	34
表 4.9 机会因素的反应程度评分表	34
表 4.10 威胁素的判断矩阵	35
表 4.11 威胁因素的反应程度评分表	35
表 4.12 机会因素的权重及一致性检验	35
表 4.13 威胁因素的权重及一致性检验	35
表 4.14 机会因素和威胁因素的量化分析结果	35
表 4.15 威胁因素的量化分析结果	36
表 4.16 优势因素和劣势因素评审意见	37
表 4.17 优势因素和劣势因素	37
表 4.18 优势因素或劣势因素程度的评分标准	38
表 4.19 势因素的判断矩阵	38
表 4.20 优势因素的程度评分表	39
表 4.21 劣势因素的判断矩阵	39

表目录(续)

表	页
表 4.22 劣势因素的程度评分表	39
表 4.23 优势因素的权重及一致性检验	39
表 4.24 劣势因素的权重及一致性检验	39
表 4.25 优势因素的量化分析结果	39
表 4.26 劣势因素的量化分析结果	40
表 4.27 SWOT 矩阵	43
表 4.28 QSPM 模型	46



图目录

页

图

图 1.1 技术路线图

11



第 1 章

绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

习近平总书记在参加十九大贵州省代表团讨论时，明确提出要抓好乡村旅游发展。中央 1 号文件也连续多年强调要大力发展乡村旅游和休闲农业，推广“旅游+”模式，推进旅游业与农业、文化、会展等产业深度融合发展。

在当前经济新常态下，旅游业是一种综合性大产业，具有消费、投资、出口等三大功能，关联行业超过 110 个，对拉动消费、推动城镇化和提升产业具有明显优势。旅游业是绿色、循环和低碳的典型产业，万元产值能耗仅为全国单位 GDP 能耗的 1/6 和单位工业增加值能耗的 1/11。此外，旅游业吸纳就业能力比较强，2017 年中国旅游产业对国民经济综合贡献和社会就业综合贡献均超过 10%，高于世界平均水平。乡村旅游作为旅游业中的一种新型业态，得到各级政府的重视和肯定。

广西壮族自治区政府办公厅近日印发《关于促进乡村旅游高质量发展的若干措施》（以下简称《措施》），以全面推动广西乡村旅游高质量发展，加快形成农业农村发展新动能。《措施》提出，加快乡村旅游业态融合发展，推动乡村旅游与农业、林业、水利、健康、体育、教育、科技等产业融合发展；加强乡村旅游品牌建设，推出一批特色鲜明、优势突出的乡村旅游品牌；丰富乡村旅游文化内涵，加强乡村文化遗产保护传承，鼓励乡村文艺创作；健全乡村旅游营销体系，支持电商平台开设乡村旅游频道，开展在线宣传推广和产品销售。以文件形式对

乡村旅游进行了规范，为推动乡村旅游发展打下了坚实基础。

2019 年，休闲农业接待游客 32 亿人次，营业收入超过 8500 亿元。休闲农业与乡村旅游经营单位超过 290 万家，全国休闲农庄、观光农园等各类休闲农业经营主体达到 30 多万家，7300 多家农民专业合作社进军休闲农业和乡村旅游。统计数据显示，2021 年，广西旅游业发展主要指标位于全国前列：广西乡村旅游接待游客约 3.86 亿人次，同比增长 25.7%，占广西国内旅游人数（约 7.98 亿人次，全国排名第一）的 48.4%；乡村旅游消费约 2584.81 亿元，同比增长 28.8%，分别占当年广西国内旅游总消费（约 9063 亿元，全国排名第二）的 28.5%，第三产业增加值的 20.6%和广西 GDP 总量的 10.5%。

广西聚焦产业、人才、文化、生态、组织“五大振兴”，大力发展旅游业，走出了一条产业旺、农民富、乡村美、生态优、文化兴、人才强的旅游业助力乡村振兴之路。“十三五”以来广西成功创建 40 个全国乡村旅游重点村；柳州市三江侗族自治县八江镇（侗族芦笙踩堂舞）获文化和旅游部命名为“2021-2023”年度中国民间文化艺术之乡；崇左市引导、鼓励人才在大新县建设 220 多家精品民宿，进一步带动了全市的旅游业发展。本文的研究对象寨脚村，在横州市新八大景点之一的窟窿山（又名奔象山）山脚下，村容整洁、乡风文明、竹林成片、空气清晰、茉莉酒香，一幢幢乡村新别墅交辉相映，农民安居乐业，一片社会主义新农村景象。而如何依托寨脚村历史文化资源，结合寨脚村特色产品，观赏花卉等资源，打响寨脚村品牌，走出一条可推广可复制的道路，可以说任重而道远。

1.1.2 研究意义

乡村旅游作为连接城市和乡村的纽带，有助于推动城乡二元制的转变，对推动经济发展和产业结构调整做出了很大的贡献。特别是对于欠发达、开发不足的乡村地区的经济、社会、环境和文化的可持续发展，乡村旅游可以发挥出巨大的作用，快速提升一个地区的经济和社会水平。

寨脚村经过了美丽乡村建设以及“三清三拆”行动，前景观环境都有了一定的绿化景观基础。寨脚村现状建筑主要以九十年代以后建设的砖混结构建筑为主，其中，有一户颇具当地传统特色的四合院砖瓦房，可以作为传统村宅院示范点。寨脚村拥有特有的山水景观和田园风光，生态环境良好，具有较大的乡村休闲度假旅游发展潜力。以“农业+文旅+地产”为核心发展理念，优化资源配置，将打造成集“休闲观光、餐饮住宿、产品加工、科普教育、养生度假”于一体的田园综合体。实现美丽乡村建设的创新发展，但在发展的同时也出现了一些问题，如何能够更好地适应市场竞争，提升寨脚村品牌知名度，带动更多的老百姓发家致富是摆在寨脚村发展面前的现实问题。

本文通过分析寨脚村当前旅游开发现状和问题,结合国内外做得比较成功的乡村旅游点,从中寻找借鉴点,并结合寨脚村自身优势,以发展乡村休闲旅游为主线,打造以窟窿山(象山)为核心景区,兼顾发展以大象、茉莉花为元素的佛教文化、节庆文化、山歌文化和稻田文化等旅游文化品牌,推动寨脚村可持续发展。通过探索寨脚村生态资源和文化资源相融合发展道路,对推动乡村振兴,建设美丽乡村具有重大意义,乃至对于国内相同性质的乡村开发乡村旅游也具有一定的借鉴价值。

1.2 文献综述

国内的乡村旅游相对于欧洲国家而言较晚，但从 2015 年起国内乡村旅游进入了一个快速发展的阶段，促进乡村的经济发展，并且为当地社会产生了很多的积极影响。到如今国内外都有许多经典的乡村旅游成功案例，通过文献研究查阅、探讨国内外学者对相关乡村旅游研究的各个领域，通过专业的分析方法和工具分析乡村旅游发展的现状、问题、成因、对策、以及战略管理等等，为促进乡村旅游研究领域和现实意义的发展起到一定的推动作用。

1.2.1 关于乡村旅游的概念研究

对于乡村旅游的概念国内外并没有一个统一的定义，乡村旅游发展的研究具有很大的现实意义。乡村旅游是农业与旅游业的融合，是打造农村自然环境、风土人情、特色文化、休闲体验为一体的特色旅游活动，不能够局限于仅有的农业活动。Busby (2000) 指出乡村旅游应该要与休闲娱乐、特色民宿、特色文化体验等结合，而不是传统意义上的农村体验活动。Blancas (2011) 认为乡村旅游是一种体验式旅游活动，游客应当亲自参与农事活动，从而去获得学习、教育、娱乐的效果。Hurst (2009) 在研究中指出，乡村旅游是在自有资源的前提下，为消费者提供一系列的有偿服务，在农业的基础上提供农事观光以及一系列吃喝玩乐的事情。Park (2021) 研究认为乡村旅游的概念要综合来看，乡村旅游跟农村旅游、农业旅游、观光旅游等概念要统一起来理解，其是在农业、农村旅游之上的乡村文化深度挖掘后的结合体，相比之下内涵更为丰富的一种旅游新模式。国内学者郭丽和章佳恩 (2010) 指出，乡村旅游应是游客体验乡村的田园风光，体验农事活动、体验当地特色风俗文化、了解当地的生活习惯，去学习和感受并能够产生求知、体验等需求，从而推动经济发展的旅游活动，由此乡村自然和人文景观是最为至关重要的一个因素。杨军 (2006) 在研究中指出，乡村旅游应该是以农村自然、人文等优势，进一步的完善优化并开发的基础之上能够为游客提供休息、观赏、体验的场所，提高游客对乡村的感知与需求。郭焕成和韩非 (2010) 在研究中指出，乡村旅游是以农村为场地，综合利用乡村的自然环境、田园风光、特色的风俗文化等资源，为城市游客打造一个观光、休闲、娱乐等为一体的活动。乡村旅游是生态农业与生态旅游的有机结合，是综合性的新兴产业形式。何景明 (2011) 把乡村旅游定义为是在乡村地区所进行的一系列的旅游活动。王安平 (2020) 研究表示乡村旅游是游客到乡村地区观光学习、康养锻炼、体验乡村生活模式的活动。马婧杰 (2020) 从两个层面对乡村旅游发展模式进行了划分，按照经营主体分为政府主导、农民自主、村集体经营、企业经营四种发展模式；按照旅游功能，分为观光型、生态体验型、品尝美食型、休闲度假型、科普教育型、

务农体验型六种发展模式。苏飞 (2020) 从乡村振兴视角出发, 指出中国乡村旅游可以划分为四种类型: 政府主导型、居民参与型、企业开发型和混合型。

1.2.2 关于乡村旅游发展现存问题研究

Mjalager (2004) 认为乡村旅游对于当地来说有利也有弊, 利的一面是乡村旅游开发会带动经济的发展, 带动当地居民增收, 提高生活水平, 能够完善当地基础设施、改善生态环境。不好的一面是如果过度的开发会造成环境污染, 生态失衡, 因此, 乡村旅游应该未来迎合更多类型的游客需求去追求更多元化、多样性的高质量发展。Hall (2010) 认为乡村旅游缺乏当地政府的统一管理是制约发展的一个重要关键, 同时乡村自身的财力、物力、管理、区域性的合作也是重要原因。Ionela (2015) 认为, 在罗马尼亚农村地区, 领导人的决策对乡村旅游有着不可忽视的作用, 使乡村旅游刺激农村地区经济实现了乘数效应, 而乡村旅游如何进一步发展应引起足够的重视, 乡村旅游发展必须进行行之有效的规划, 才能减少其对农村生态、社会以及文化等方面的消极作用。Yuquan (2007) 认为市场和产品相似, 管理分散、开发能力不足等是乡村旅游发展中存在的问题。Rid (2014) 指出, 乡村旅游可以促进贫困地区的经济发展, 但在冈比亚, 农村地区旅游业盈利在全国旅游业中占比极少, 推动冈比亚旅游业发展, 必须深层次分析游客选择不同旅游市场的动机, 从而找到一条乡村旅游带动经济发展的高效途径。

随着乡村振兴战略的部署, 我国的乡村旅游呈现出欣欣向荣的局势, 乡村旅游的发展取得了显著的成果, 但也存在着诸多问题, 存在着众多因素在阻碍着我国乡村旅游的发展。王婷 (2021) 在研究中指出我国乡村旅游现状是, 政策不全面、产业单一、资源分配不合理、市场主体不集中, 技术条件不高、服务质量低等一系列问题。想要推动乡村旅游的高质量发展, 最首要的问题是解决土地流转问题, 改善乡村自然环境、提高服务意识, 进行市场引导发展, 加大人才引进的力度, 加强人才培养, 组建强大的现代化团队, 不断完善相关的政策与法律保障。贺万荣 (2019) 从全域旅游的角度出发, 立足与乡村旅游的“乡土气息”, 强调乡

村的独有特色,认为不能够为了迎合游客的需求而过度的赋予商业的色彩,要实现乡村旅游多样化,多元化的发展。魏长晶 (2016) 用山东为研究对象,进一步表明了在当今的新形势下要推动乡村旅游的高质量发展,需要当地政府放宽政策给予一定的政策性的扶持,调动当地居民的积极性,加强基建力度,完善乡村旅游环境。鞠立瑜 (2021) 指出了乡村旅游产业受农村经济发展、生态环境建设、乡村文化保护与传承的影响深远。黄晓菲 (2019) 提出乡村旅游发展缺乏政府的参与规划,不能把社会效益和生态效益作为重点去发展。韩博然 (2021) 指出发展乡村旅游应该突出本地的特色和优势,加强专业化人才引进和培养。霍震 (2021) 认为应强化政府引导作用,明确农村旅游未来发展方向、完善农村旅游开发资源配置,增加技术性要素投入、集中力量发展优势资源,合理规划旅游功能区。罗艳屏(2018)对广西江口村的旅游资源和现状的梳理,认为加大政府投入力度,补齐乡村基础设施短板,对于实现乡村旅游发展至关重要。

1.2.3 关于乡村旅游可持续发展的研究

Sugiarti (2003) 在研究中得出,乡村旅游发展要注重乡村的设计规划,实施地方与社区管理,设计开发阶段要考虑发展的可持续性,注重资金、规划、区域联合的因素。Amanda Wragg (2000) 在研究中得出乡村旅游的发展要考虑长远的发展,追求可持续性发展,时刻秉持科学性、合理性、整体性的管理理念。Bramwell (2014) 认为,乡村旅游是否能够长期的发展,关键在于是否能够与其独特的文化、田园风光等融合,表现独具特色的乡村性,乡村旅游想要可持续性的发展,需要有效的维护乡村特色文化和旅游两者的关系。Saxena (2014) 认为乡村旅游开发经营者在制定企业发展战略时,要首先熟悉了解自身的发展状况及所处的发展阶段,再提出适合自身可行的发展战略。Sanagustín Fons (2010) 运用定量分析法对乡村旅游进行了研究,认为发展乡村旅游能够有效促进乡村可持续发展,需要有效维系好两者的关系。Asciuto (2013) 指出,乡村旅游是一种可持续发展的旅游方式,它的特点是对当地的生态环境进行评估和维护。胡静、许贤棠和谢双玉 (2007) 认

为可持续性的发展必须首要思考的关键,一旦盲目的追求商业追求利益造成自然景观和生态的破坏,就会影响到当地居民的日常生活。张舒仪和石小亮 (2018) 在研究中指出乡村旅游应当是以保护和传承本土文化,形成独特的文化品牌和产品,提高旅游服务水平,从而去推动旅游的可持续性发展。刘云和王更鹏 (2021) 指出,乡村旅游的发展需要人才,需要品牌效益,同时需要发展个性化特色和不断完善服务体系的智慧乡村旅游。景文清 (2020) 认为,政府要引领乡村旅游向着绿色发展,做好政府层面的部署与规划,发挥出每个乡村自有的特色,制定合适的旅游线路与国家“绿水青山就是金山银山”的大政方针一致,打造绿色乡村旅游。刘俊 (2014) 指出游客对环境的肆意破坏需要引起足够重视。卢可 (2019) 通过对乡村旅游发展的研究,认为乡村旅游作为一种新兴产业,具有良好的发展前景。结合我国旅游业发展的现状,指出了存在的问题及相应的对策。发展乡村旅游不仅可以解决许多农民的贫困问题,而且可以促进农业和旅游业的融合发展,使乡村地区实现可持续发展。张树民 (2012) 通过选取典型的乡村旅游案例进行分析,指出中国乡村旅游涵盖供给拉动型、需求推动型、支持作用型、中介作用型和混合驱动型五种发展模式,为乡村旅游资源开发提供智力支持。银元 (2018) 指出,乡村旅游助力乡村振兴战略实施是层层推进、螺旋上升的过程,通过“政策红利”可以发挥农村突出的资源、产业和政策优势,解决乡村旅游发展中的“瓶颈”问题,引导乡村旅游积极响应乡村振兴战略总体要求。杨嘉慧 (2021) 的研究表明,宣传推广和创新营销方式是促进乡村旅游持久发展的重要手段。

1.2.4 文献综述小结

通过查阅国内外相关文献,可以看出虽然乡村旅游在全球是蓬勃发展的阶段,但是也同样面临着诸多的问题与困境。国外学者对于乡村旅游发展的研究是比较透彻,已经从最开始的概念、发展影响、管理等基础的层面,逐步向着更深的领域去探索已经向乡村旅游可持续性发展、新形势下的乡村旅游如何发展去摸索。国内乡村旅游发展的研究还是相对落后一些,但也已经紧跟步伐完成初步的研究,

研究的范围和深度也在逐步延伸近年来的研究中，更加注重乡村旅游的本土实践，关注乡村旅游与民生结合、游客需求与体验、乡村旅游的动机、乡村旅游与乡村振兴相结合、探索最具中国特色的乡村旅游的新型模式。

在充分的查阅国内外权威的乡村旅游的相关文献后，用科学的方法和巩固去探索发现寨脚村乡村旅游存在的问题与原因，提出符合当地特色文化传承与发展相融合的发展策略，为他们提供切实可行的发展方案。为寨脚村乡村旅游的高质量发展和可持续性发展的目标提供有效的理论参考，同时也为处于同等条件下的乡村旅游发展提供科学合理的借鉴经验。

1.3 研究内容与方法

1.3.1 研究内容

文章是通过查阅大量的文献，在乡村振兴战略的背景之下，根据可持续发展理论、乡村旅游开发理论、战略管理等理论，结合实地调研，问卷调查等研究方法，以寨脚村为案例，去分析寨脚村旅游发展现状与趋势，为寨脚村制定科学性的发展措施。文章主要包括以下内容：

第一部分是绪论，主要介绍本文的研究背景和意义，通过查阅文献对乡村旅游的概念、现状及问题、解决对策做出了阐述，介绍本文的研究内容和研究方法，还有技术路线。

第二部分是相关的概念和理论基础，主要是乡村振兴战略、乡村旅游发展和开发，战略管理、可持续性发展、特色产业融合发展、体验经济等理论，此外还有一些分析工具和分析方法的阐述。

第三部分是寨脚村乡村旅游发展的环境分析，通过内外部环境分析找出寨脚

村乡村旅游发展的优势、劣势等关键性因素，为制定发展战略方案做准备。

第四部分是寨脚村乡村旅游发展的战略选择，通过对其内外部因素评价，制定出合理的战略目标与定位，借助 SWOT、QSPM 模型制定并筛选出最优方案。

第五部分是寨脚村旅游发展的战略制定，阐述了战略制定原则、战略的具体方案。

第六部分是寨脚村乡村旅游发展的保障措施，提出了优化商业环境、多方筹集资金、加大人才引进与培养、提升服务质量、改善自然环境等的措施。

第七部分是研究的结论与展望。希望通过对寨脚村的研究能够为其他乡村旅游发展提供借鉴的经验，以点及面为乡村旅游发展做贡献。

1.3.2 研究方法

1) 文献研究

本文在写作的过程中，通过知网、维普等数据库查阅大量的论文、期刊、国外相关文献，通过阅读大量相关的书籍、史志、文旅新闻，了解了横州市寨脚村乡村旅游的基本情况，也从中获取了大量的乡村旅游相关的理论支撑和数据支撑，为寨脚村乡村旅游发展战略的制定打下坚实基础。

2) 实地调研

实践是检验真理的唯一标准，不亲自参与实地调查就不可能获取最真实的资料，就没有发言的权利。为了能够真实掌握寨脚村的乡村旅游发展情况，多次深入寨脚村开展实地调研，了解寨脚村的乡村人情、风俗习惯、特色文化与特色产业。同时也深入了解广西南宁境内多出乡村旅游示范点，进一步了解其发展现状与发展规划，收集到大量的一手资料。

3) SWOT 分析法

运用 SWOT 分析法深入分析寨脚村发展乡村旅游的优势和机会,找到寨脚村在乡村振兴大背景下的发展方向,为制定更加合理的发展方案打下坚实基础,以至于做出更科学更合理的发展方案。并使用 EFE、IFE 对外部和内部关键因素进行量化评价,借助 SWOT 模型分析寨脚村开发的战略备选方案,使用 QSPM 筛选适用于寨脚村发展的战略组合。

4) 研究方法小结

论文使用实地调研和文献研究两者相结合收集所需要的研究数据,在通过专家的指导建议与评审和专家的评分等方式,并使用战略分析工具对所收集到的数据进行分析,之后结合借鉴国内外乡村旅游经典案例的成功经验,总结制定出寨脚村乡村旅游发展战略和实施保障。

1.3.3 技术路线

1) 确定研究步骤和实施方案:收集乡村旅游发展战略研究的相关文献,明确使用的研究理论和分析工具;收集与乡村旅游发展战略研究相关的国内外经典案例,进行经验总结与分析,择优运用到寨脚村的战略制定中;查阅近期的乡村旅游期刊、论文,明确国内外乡村旅游的研究现状。

2) 外部环境分析:根据 PEST 分析模型,收集寨脚村乡村旅游的宏观环境信息,借助相关文献的研究分析,分析出关键因素、发展趋势和产生的影响。运用波特五力分析模型,调查寨脚村乡村旅游行业环境信息,再运用相关的文献研究完成寨脚村乡村旅游的行业环境分析。

3) 内部环境分析:收集寨脚村的乡村旅游优势与劣势的资料,并结合周围实际的市场环境进行比对,再结合外部环境分析,总结出优势与劣势所在,完成其

内部环境分析。

4) 内外部因素评价：成立专家评审小组，采用层次分析和分级评分法，设计调查问卷，请专家对内外部因素的重要性进行两两比对，对寨脚村乡村旅游对各个因素的反应程度进行评分，根据专家的两两比对结果和分级评分结果，计算出各因素的权重和加权得分，完成因素的量化分析。

5) 战略选择：根据 SWOT 矩阵分析，制定出备选的战略方案，再根据 QSPM 模型进行最优方案的选择。

6) 战略制定：根据寨脚村乡村旅游的总体情况，充分考虑内外部环境的分析、发展乡村旅游的目标等，进行发展战略的制定。

7) 保障措施：基于制定的发展战略，综合内外部环境的分析结果，制定出战略实施的保障策略及控制策略。

详细内容与路线如图：

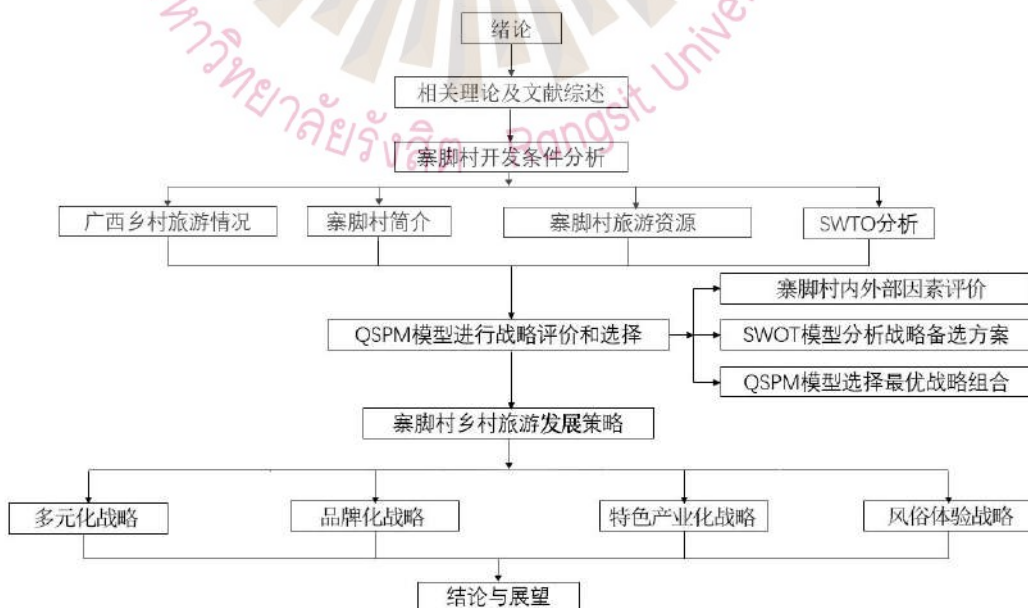


图 1.1 技术路线图

1.4 小结

本章是对研究背景和意义做出了阐述，经过查阅大量的国内外文献发现其对寨脚村乡村旅游发展的研究具有重大的借鉴意义，最后简要的介绍了研究内容研究方法和研究的技术路线。



第 2 章

相关概念及理论基础

2.1 相关概念

2.1.1 乡村振兴战略

乡村振兴战略是在党的第十九次全国代表大会中部署重大战略，这是对我国农村发展的战略性规划，也是新的发展形势下实现农村更好更快的发展的必然要求。实施乡村振兴战略的目标是：2020 年，乡村振兴取得初步进展，制度框架和政策体系基本形成；到 2035 年，取得决定性进展，基本实现农业农村现代化；到 2050 年，全面实现乡村振兴，实现农业富强、农村美丽、农民富强。其主要内容是大力发展农村生产力，深化农业供给侧改革；创新和完善农村管理制度、管理体系，促进城乡一体化发展，致力于共同富裕；坚持保护自然，坚持绿色发展原则。推动城乡一体化发展，加快农业农村现代化进程，全力推动乡村产业、人才、文化、生态和组织振兴。

2.1.2 乡村振兴战略推动乡村旅游发展

乡村振兴战略是乡村旅游的重要依据，同时也是推动乡村旅游发展的重要举措。乡村振兴战略为我国的“三农”问题提供解决方案。农村是乡村旅游的基础，农村的发展涉及到方方面面，例如经济、文化、基础设施等层面，想要进一步推动乡村旅游的发展，要制定出有针对性、整体性、可持续性的发展规划。乡村振兴战略的实施能够为乡村旅游打下基础，能够推动乡村的特色产业的发展，能够完善农村地区的基础设施，推动生态文明建设与乡村旅游共同发展，最终实现乡

村旅游的可持续发展。

2.1.3 乡村旅游开发

乡村旅游的开发涉及到方方面面，是传统农业、旅游业、生态景观的融合发展，想要构建出合理的、科学的乡村旅游发展战略应该要考虑到乡村的空间规划、特色产业发展、品牌打造、人才引进与培养、完善基础设施、提升服务意识、提高管理能力等等。

2.2 相关理论基础

2.2.1 战略管理理论

战略管理是指为了实现企业的使命和战略目标，科学分析企业的内外部环境
与条件，制定战略决策、评估、选择并实施战略选择方案、控制战略绩效的动态
过程。虽然企业在不同的时期呈现出不同的认知，但战略的制定并不会随着改变。
战略是目标性的，企业的目标几乎决定了一切。而在战略管理理论中分析模型和
方法有 pest 模型、波特五力模型和 SWOT 分析等方法。本文将运用这几个分析
方法对寨脚村的乡村旅游发展进行详细分析，并进行科学的战略制定与选择，从
而探索出更符合我国乡村旅游发展的战略。

2.2.2 可持续发展理论

可持续发展理论是指既能够满足当代人的发展需求，又不对子女后代的发展
造成有害影响，其中就涉及到可持续经济、可持续生态、可持续社会三方的协调
统一。在我国早期的乡村旅游发展中，由于过度的追求经济效益，忽视了生态环
境和资源的重复利用等问题，最终使得生态失衡，破坏环境、损害了当地居民和
社会的整体利益。这样的发展是不长久的，也是不可取的，不仅会对我们造成严
重的危害，也会使得我们的子女后代面临困境。乡村旅游的发展要时刻秉持可持

续发展的原则，不能以破坏生态环境为代价，而过度的追求经济的高质量发展，不能盲目的开发，以免造成不可恢复的破坏。

2.2.3 特色产业融合发展理论

产业融合是指不同的产业之间共同相辅相成、相互渗透、相互交叉，共同融合发展，形成一种新的产业。产业融合是在经济全球化、高新技术迅速发展的大背景下，产业提高生产效率和竞争力的一种发展模式和产业组织形式。有助于促进传统产业创新，进而推进产业结构优化和产业发展；有助于产业竞争力的提高和推动区域经济一体化。在当下，乡村旅游业的发展已经面临着新一轮创新，传统的模式不能满足游客的需求。乡村旅游不仅仅局限于传统的农事体验、家庭农产等活动，逐步向当地的特色产业与民俗+旅游+文创的模式出发，通过特色产业打造专属的 IP，打造独具一格的品牌乡村旅游。在这样的发展体系下，乡村拥有强大的内生动力，能够为自己造血，大大提高了综合竞争力。产业融合已经日益成为农业转型升级和高质量发展的重要特征，也是实现农业农村现代化和乡村振兴的重要途径。

2.2.4 体验经济理论

体验经济是从生活与情境出发，塑造感官体验及思维认同，以此抓住顾客的注意力，改变消费行为，并为商品找到新的生存价值与空间。体验经济是以服务作为舞台，以商品作为道具来使顾客融入其中的社会演进阶段。由于服务经济也在逐步商业化，人们的个性化消费欲望难以得到彻底的满足，人们开始把注意力和金钱的支出方向转移到能够为其提供价值的经济形态，这就是体验经济。当前的乡村旅游发展逐步进入到了更深层次的阶段，简单的游玩观光已经不能满足游客的需求，则需要利用乡村特有的资源，打造出一条专属的体验游玩线路。要针对不同的消费群体，做出不同的乡村体验活动，让游客在游玩中能够达到体验当地的风土人情和特色的传统文化，在体验中提升自己的满足感，实现对乡村旅游

的归属感与认同感。从而吸引更多的游客进入乡村、体验乡村，进一步推动乡村旅游的快速发展。

2.3 分析工具及分析方法

2.3.1 SWOT 分析模型

SWOT 分析模型是用于企业的战略制定和竞争对手分析的分析模型，其中包括了分析企业的优势、劣势、机会、威胁。SWOT 分析能够将企业的内外部的各种条件进行比较综合的归纳总结，能够使得企业将自身所需要的资源和行动聚焦在自己的优势之处，能够让企业的战略变得更加清晰。但由于 SWOT 模型提出的年代比较久远，相对于现如今带有一定的局限性，它没有去考虑企业想要改变现状的主动性，企业是可以通过创造条件去改变自身的劣势，以追求以前无法达到的战略目标。但是相对于寨脚村乡村旅游现状而言 SWOT 分析这种局限性并没有很大的影响到其近期的发展规划，以为其刚刚起步，自身资源、优势还没有得到充分利用，故此使用 SWOT 分析利远远大于它的局限性。

2.3.2 QSPM 分析模型

定量战略计划矩阵是在做决策时常用到的一种分析的工具，这个分析工具能够筛选出决策的最优方案。它是将先前制定好的各种战略进行评估，并且根据各种战略能否使得企业充分利用其外部的机会和企业自身内部的优势，能够最大限度的去避免外部因素的威胁和内部因素的劣势，通过得分情况来评定战略的最优方案。

2.3.3 PEST 分析方法

PEST 分析方法是用来分析企业的宏观环境，包括政治、经济、社会、技术这四大类外部环境因素。能够在大方向上充分分析企业面临的外部环境，从中挖

掘战略发展的着力点，使得战略的制定更加可控，更加科学。

2.3.4 波特五力模型

波特五力分析属于外部环境分析中的微观环境分析，主要用来分析本行业的企业竞争格局与其他行业之间的关系。五力分别是：供应商的议价能力、购买者的议价能力、潜在竞争者进入的能力、替代品的替代能力、行业内竞争者现在的竞争能力。五种力量的不同组合变化最终影响行业利润潜力变化。

2.4 小结

这一章节主要是对所涉及到的战略管理理论、可持续发展理论、特色产业融合理论、体验经济理论；以及使用到的乡村振兴战略、乡村振兴战略推动乡村旅游的发展、乡村旅游开发等概念和 SWOT 分析模型、QSPM 分析模型是、PEST 分析方法做出阐述，并结合寨脚村的现状表达自己的见解，同时这些概念、理论和分析工具和方法也是论文的写作基础。

第 3 章

寨脚村旅游发展的环境分析

3.1 外部环境分析

3.1.1 宏观环境分析 (PEST 分析)

在乡村振兴战略实施以来，我国大力推行乡村经济发展，乡村不断的完善相关的三民政策，而乡村旅游也迎来了百年来最好的发展机遇。文章运用 pest 分析方法去分析寨脚村目前的政治、经济、社会及技术四大环境分析，以确定寨脚村发展乡村旅游的可行性宏观条件。

1) 政治环境分析

在党的十九大中提出的乡村振兴战略的实施，为解决三农问题提供了方向。2018 年，发布的“中央一号文件”中，已经表明了新时代如何实现乡村振兴和实施乡村振兴的意义、任务、原则还有指导思想。把“三农问题”放在首位，围绕着“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求，大力推进农业农村现代化的建设。从某种意义上讲，乡村振兴战略是对“五位一体”总体布局的完善，凝聚在产业、人才、文化、生态和组织振兴五大板块，对解决乡村旅游发展有着指导性意义。在党的二十大指示中，实现中华民族伟大复兴最艰巨的任务仍然是在农村的发展，必须坚持不懈的把“三农问题”作为党的首要工作，举全国之力全面推动乡村振兴，加快农业农村现代化的进程。广西壮族自治区第十二次党代会提出，广西要立足自身的特色资源，因地制宜的推动乡村旅游的发展，实现产销融合、农文旅融合，从而推动乡村产业的发展。在《关于做好 2023 年全

面推进乡村振兴重点工作的实施意见》中指出，要做好乡村休闲旅游，要依托于广西农业、生态资源和民族文化，打造出一批产业融合的项目，促进“风情游”“农家乐”等特色乡村旅游项目。实现自然环境、历史文化、文物建筑等资源与旅游的高度融合，创造出一批美丽休闲乡村，打造乡村旅游示范点和生态特色文化旅游示范村。

2) 经济环境分析

疫情的爆发受影响最大的莫过于旅游业了，但是在国家的防疫措施下疫情得到有效控制，特别是 2023 年以来国内的旅游业得到了飞速的发展，旅游业也迎来了新的春天。与此同时，旅游业也发生了巨大的变化，现在是以非一线市场为主力，开辟了国民旅游新的方向。根据文旅部门的数据统计，在 2023 年的第一季度，国内的旅游总人次高达 12.16 亿，比去年增长了 46.5%，国内旅游的总花费高达 1.30 万亿元，比去年增长了 69.5%。虽然一部分原因是国民的补偿性旅游消费，但是其动力还是长期的增量需求释放。乡村旅游成为旅游的一种时尚，消费水平相对较低，游客的体验感得到极大的满足。旅游不再只是高消费活动，而是逐渐作为日常的生活走进人民的生活当中，旅游与休闲活动的融合，使得两者之间没有明确的界限，让旅游成为一种不可逆转的生活方式。得益于国内经济的稳定发展，广西在“十三五”时期，广西实现的旅游总消费高达 34900.59 亿元，比“十二五”时期增长了 2.2 倍。由此可见整体的旅游市场呈现出一片欣欣向荣的局面，乡村旅游定然会从中得到飞速的发展。

3) 社会环境分析

时至今日，人民的生活水平不断的提高，人民对生活的需求越来越多样化、多元化。在城市的发展之中虽然能够满足人们的各种需求，但是却无法满足人们对自然环境的向往，对新鲜空气的向往，由此就产生回归自然渴望自然的旅游念头。在城市的快节奏生活下会产生各种各样的生活压力，相比之下乡村悠闲的生

活成为城市居民的爱好，这种心理会激发他们对乡村旅游消费的偏好。加上现在城市化的发展新一代青少年几乎没有涉及到农业领域，不能亲身体会到父辈的辛酸苦辣，为了使自己的孩子能够感受到现在的生活来之不易，往往在假期会带着孩子到乡村体验农事活动，这也是推动乡村旅游与农业的融合发展主要的原因之一。另外，现在的城市生活往往都是千篇一律的，乡村的风俗民情与工业化的城市生活形成了鲜明的对比，体验区域的特色文化也成为了旅游者的需求之一，他们渴望了解更多的新鲜的事物去丰富个人的生活。在这样的大环境下，因地制宜，利用乡村的特色文化打造出一条别具一格的乡村旅游体验活动，也是符合时代进步的需求，能够推动乡村旅游的发展。

4) 技术环境分析

在国家的引导之下，乡村旅游得到了快速的发展。但是由于我国的乡村旅游起步比较慢，这就造成了我国乡村旅游的相关技术环境就整体来说并不是非常理想，主要表现在没有创新性、旅游产品没有品牌化、服务意识和能力低等诸多问题。但是在互联网时代的今天，这些问题将会得到很好的解决。依托于智慧旅游能大大提高服务的质量，为游客带来更好的体验。在各种先进技术的助力之下，智慧旅游能够为游客提供线上查询信息、购票等服务，也能够为游客提供定制化的体验和多元化的感受，能够进行智能引导，游玩线路的定制等服务。而数字化技术能够打破传统的营销模式和推广模式，现在的抖音、快手、小红书等新媒体平台为乡村旅游的宣传和特色农产品的销售提供了跨行业、跨区域等便利。以智慧旅游带动智慧农业的发展，能够加大农产品的收益，对于寨脚村而言，要改变传统的乡村旅游模式，运用融合新技术的智慧乡村旅游发展应该受到重视，成为一个发展的方向，不断的适应市场的需求，满足游客的需求，这样才能得到可持续的发展。

3.1.2 微观环境分析

微观环境也是决定寨脚村发展的一个重要的因素，五力模型分析方法去分析寨脚村的微观环境，为战略的制定奠定基础。

1) 行业竞争分析

寨脚村发展乡村旅游产业的竞争对手不仅仅只有横州市周边的村落，还有市里面的景区、红色旅游、人文地理等等。例如：与寨脚村拥有同样的地理优势的乡村也在发展乡村旅游产业，同样是具有茉莉花和水稻产业，同比之下寨脚村在产业上就没有很大的优势，甚至处于劣势状态，不过好在其他村落的乡村旅游发展也就停留在农事体验、垂钓、采摘活动等传统的项目，没有对自身的民俗文化进行融合，而寨脚村又有奔象山这一个标志性的定标能够作为一定旅游的亮点。要不断完善基础设施的同时，抓住机遇、精准定位，坚持自主创新，只有这样才能不断的提高自身的竞争力，才能牢牢占据一席之地。

2) 潜在竞争对手分析

在乡村振兴战略的背景下，乡村旅游是每个乡村发展经济的首选，对于乡村旅游来说，像一些生态公园、花卉公园、特色小镇、复古小镇等都是会占据乡村旅游市场一定的份额。加上乡村旅游市场需要投入的资金较小，类似于网红农家小院这种小型的旅游项目也会大大的成为乡村旅游发展的阻碍。这一些新的旅游模式都将会成为寨脚村乡村旅游发展的潜在竞争对手。但是这些旅游项目存在一定的缺陷，它们没有一定的产业支撑就无法使得这些项目能够可持续的发展下去，很多类似的项目就只能火爆一时，过后就问人问津。可持续的乡村旅游发展对寨脚村来说是个挑战，但同时也是个机会。只要通过自身优势产业的融合发展，才能够为乡村旅游业的发展造血，但是要时刻秉持保护生态环境的前提基础之下，再去追求经济效益的最大化。

3) 替代品分析

就目前国内的乡村旅游市场来说，乡村旅游项目大都很普遍，每一个乡村旅游项目存在着一定的重叠性。这就会造成了乡村旅游模式很容易复制，如果没有自己的特色很难得到可持续性的发展。国内很多乡村旅游发展并没有将自身的特色产业打造成体验式的项目活动，或是并不能将各项活动很好的融合发展，打造出属于独特的旅游线路。寨脚村乡村旅游同化的问题必须要做出很大的改变，打造多元化品牌和多元化特色民俗风情的文化体验活动，然后在结合时代的发展和社会的需求进行融合，创造出独具特色不可模仿的乡村旅游新模式，由此才能够应对替代品的威胁。

4) 购买者溢价能力分析

乡村旅游的消费通常是比较低的，而各个村之间的旅游活动与产品大同小异，这就会造成在消费过程中主动权掌握在消费者的手中，在这种情况下，作为一个消费场地方还没有主动权，这是很被动的，不利于发展。寨脚村要打破这种局面，不断优化产品和服务，提高自己的竞争力，打出自己的人气，不能一味的迎合消费者的需求而做出改变，而是要做到消费者是因为只有你有而消费，只有这样才能在乡村旅游的热潮中闪闪发光。

5) 供应商谈判能力分析

只要是旅游业就会有许多的合作伙伴，其中最为密切的无疑是餐饮、住宿、交通这几个板块的合作商。由于寨脚村所处的地理位置距离市区不是很远，所以餐饮住宿这一板块的竞争力相对来说是比较弱的，所处的地位也是比较低的。其次乡村旅游资源也是充当着供应商的角色，要保护好乡村的自然旅游资源，没有商量的余地。作为乡村旅游的主体来说，只有能够做到可持续发展的前提之下，才会有谈判的资本。

从宏观的环境分析，只要寨脚村乡村旅游的环境是处于一个很好的时机，是非常有利的。同时应该做好乡村旅游发展战略规划和提升，以便于应对激烈的竞争和威胁。

3.2 内部环境分析

3.2.1 寨脚村的基本情况

3.2.1.1 寨脚村简介

寨脚村是横州市周边不到十公里的一个村落，位于横州市横州镇东北部，区域面积高达 6.8 平方公里，拥有人口 1100 人，总户数 250 户。寨脚村距离中华茉莉园等著名的茉莉花景区也仅仅是是公里，周边拥有高铁站、高速路等，交通十分便利。村里的主要产业是茉莉花和水稻，拥有文化底蕴丰厚的奔象山地标、和独具特色的风土人情。寨脚村始终坚持经济发展建设，大力发展特色产业茉莉花和水稻，提高农户的整体收入，早在 2021 年底村委与全体村委投票决定大力发展乡村旅游建设，利用好独特的地理区位优势，打造横州市周边特色的乡村旅游示范点。本文结合寨脚村的特色产业与风土人情，构建出特色产业+民俗风情+旅游三融合的发展模式，推动寨脚村经济持续稳定健康发展，致力于实现乡村振兴任务。

3.2.1.2 寨脚村的现有旅游资源

1) 自然资源

寨脚村的整村地势地貌是以平原为主，在村的中心地带有一大一小相互呼应的两座以喀斯特风貌为主的石头山，大的叫窟窿山（奔象山），在横州市内具有较高的知名度，但是并没有开发成为新的旅游景点。整个村落四周种植茉莉花、水稻等农产品，站在奔象山上能够眺望市区风景，也能够俯视村落的全貌。加上

奔象山在当地具有丰厚的文化底蕴，是村民或寨脚村市民祈福还愿的首选，所以是适合大力开发的一处旅游景点。

寨脚村的水利资源是十分的丰富，西部不远处有大约 1 平方公里的大型水库——望天堂水库。东、南两面有郁江支流清水江水系环绕，在村内，拥有遍布大小坑塘水系、灌溉沟渠。

寨脚村属亚热带季风湿润气候区，年平均气温为 22.8℃，温润宜人，四季分明，日照充足，降水充沛，无霜期长，植被常青，全年植物均可生长。

2) 人口现状

根据实际的走访调查，寨脚村全村人口为 1100 多人，具有农户 250 户左右，按照不同的年龄段分，其中青少年、中年、老年，分别占的人口比例是 27%、56%、17%。而在村里和周边工作的人口高达 70%以上，总体而言村里的人气相对来说是比较旺，全村呈现出欣欣向荣的良好景象，避免因外出打工人员过多，导致形成空心村的现象，对全面推进乡村旅游发展提供积极有利的条件。

3) 基础设施

3.1) 道路及道路设施现状

寨脚村对外道路有东南、正南和北向三条主要交通道路，村屯道路向东南连接 209 国道和市区长安大道。村域范围内主要道路、次要道路建设基本完善，其中主要道路宽约 4-5m，次要道路宽 2—3m。村域范围内目前还未建设有公交线路。村域范围内的专门停车设施还没开发，仅能满足日常的使用需求，过年过节，停车位不足的问题尤为突出。

3.2) 供水设施现状

寨脚村各个屯采取独立供水的方式，均建设有取水泵房以及高位水塔。村屯给水管网建设基本完善，基本能满足村民日常生产生活需求。

3.3) 排水设施现状

寨脚村未建设有排污设施，目前污水处理主要以各家各户自建化粪池为主，个别村民以就近自排的方式为主，从而导致村屯部分区域污水横流，村庄风貌受到了很大的影响。

3.4) 电力电信设施现状

寨脚村有 10KV 变电箱作为电源，实现户户通电，通宽带网络，有线电视已接入村庄，电信、移动、联通等公司信号覆盖村域。

3.5) 环卫设施现状

村屯主要道路配备有垃圾桶，现状目前环卫人员周期性收集村屯垃圾转运到固定地点燃烧或掩埋。

总体上，寨脚村基础设施建设短板为污水处理设施建设。村屯道路交通以提升拓宽为主并增加村屯停车设施建设。

4) 公共服务设施

4.1) 行政管理

寨脚村隶属北村村委，村委办公楼位于村域中部，距离横州镇约 5 公里，村村通公路较为完善，交通便利。目前村委行政管理职能基本完善，政务咨询、会议室等行政分区配建齐全，篮球场、戏台等配套建设完善。目前，寨脚村建设有 2 个村屯办公楼、文化室及 2 个篮球场。

4.2) 教育设施

寨脚村现存空置一小学教学点，占地面积约 20 亩，有教学楼一幢。目前村屯内大部分适龄学生大多到北村村委或横州镇就读幼儿园、小学及中学。

4.3) 医疗保健

寨脚村所在的北村村委域范围内现状仅有 1 处卫生室，位于村委办公楼，但目前处于闲置状态，利用率较低。村民一般都是到相邻的大桥街区或者横州镇就医。

4.4) 商业金融

寨脚村建设有 2 个便利店，建设形式主要为村民自住房一层开设百货店。离村仅 4 公里的横州镇长安大道及大桥街区有多家银行、信用社营业厅、保险营业点及各种三农服务站。商业氛围深厚、配套设施齐全，有利于开展相关经营活动。

4.5) 文化体育

寨脚村建设有戏台、文化室、篮球场、儿童乐园、健身设施以及休闲广场等，村中还组建有篮球队。农闲期间农民经常组织跳广场舞、唱山歌、打篮球等活动。在每年的春节、三八妇女节、重阳节等村中组织集体性庆祝活动。特别是每年连续三天的丰收节更是宾客满村，来庆祝做客的各方人士达上万人。具备一定的发

展乡土文化与现代文化的基础。

3.2.2 寨脚村乡村旅游的优势

1) 区位优势。横州市位于广西壮族自治区东南部，南宁市的东部。北与贵港市交界，东与玉林市相邻，西与南宁市城区相交，南与钦州市、北海市毗邻，是珠江—西江经济带城市，同时也是西南出海大通道的重要组成部分。正在

的兴建的广西第一条时速达 350 公里的南玉高铁穿城而过，并在境内设六景、横州两个车站。即将投资兴建的平陆运河，将使横州市的水上交通、通江达海的优势更加突显。2021 年 7 月，正式由原来的横县挂牌立市为横州市，全市的发展将迎来一个千载难逢的发展机遇。寨脚村位于横州市横州镇东北部，是北村村委北部的一个自然村，地理优势十分明显，是典型的近郊型乡村。其南距横州城区约 5 公里，东距正在修建的横州高铁站约 6 公里，距离谢圩工业园区约 4 公里，西距横州中华茉莉花园约 6 公里，与国家级商品粮基地朝阳大垌现代农业示范园相连。209 国道从村域东面 2 公里通过，南距市区长安大道约 4 公里，西距市区直通南宁、广州高速的茉莉大道约 6 公里，交通较为便利。

2) 产业优势。寨脚村的产业主要以茉莉花和水稻为主，茉莉花占全村耕地的百分之 60%左右，30%左右是水稻，10%是种植农作物。村里的产业虽然较少但是相对集中，便于统一的开发利用与规划。加上现阶段的产业已经开始得到一定的管理与扶持，只要加以运营管理即可打出寨脚品牌，推向市场。

3) 乡村文化资源优势。窟窿山（奔象山）是寨脚村的地标。根据村民的介绍，奔象山对于当地及周边的村民都有着浓厚的传统文化的影响，逢年过节都要到奔象山进行祈福或还愿，是精神的中心。在饮食方面有着六大传统美食，分别为体大丰腴、味香鲜美的横县大粽、有县菜之称的横县鱼生、寓意着芝麻开花，节节高的横县芝麻饼、麻辣爽口的木瓜丁、家喻户晓的峦城粉仔，以及咸里带甘，爽口开胃的横县大头菜。还有各种民俗习惯，例如舞狮、舞龙等独具民族特色活动。除此之外村里的院子呈现的是属于中国传统农村的小院文化，小院文化更能显现出农村的淳朴和村民的怡然与知足聚焦在村民的日常生活，可让访客认识农村文化，体验村民生活的乐趣透过寨脚村的村文化及产业结构设计以院落为主的“院落文化”打造出一院一景，一院一文化的主题文化院落。透过文化院落的设立，除了能认识寨脚村的产业历史，提升产业的附加价值外，也能将寨脚村特有的物质与非物质文化保存下来。除了作为乡村旅游的载体外，同时也可发展研学旅游，亦

可深化寨脚村的农村文化产业价值。

4) 其他优势。寨脚村有 10KV 变电箱作为电源, 实现户户通电, 通宽带网络, 有线电视已接入村庄, 电信、移动、联通等公司信号覆盖村域。村屯主要道路配备有垃圾桶, 现状目前环卫人员周期性收集村屯垃圾转运到固定地点燃烧或掩埋。总体上, 寨脚村基础设施建设短板为污水处理设施建设。村屯道路交通以提升拓宽为主并增加村屯停车设施建设。

3.2.3 寨脚村乡村旅游的劣势

1) 市场化程度低

寨脚村没有专门的企业或团队进行乡村旅游的管理, 团队就是以村委会为主, 以村民小组为辅, 现阶段的发展主要是靠村民各自的自愿集资, 投资的资金十分有限, 是相对规模较小的乡村旅游模式。加上缺少人力、规划、管理等种种的可观因素之下, 寨脚村的乡村发展遇到了瓶颈。村委会还要管理村里的日常琐事, 很难抽出时间对乡村旅游进行管理, 加上村委会干部的学历相对较低, 知识面受到一定的限制, 没有经过市场化的培训, 这就造成现状无非就是一些采摘、观光、垂钓等一些在传统之上加以改动的旅游活动项目, 经营和发展的思维已经被传统的项目固化, 很难再去创新。再加上没有借助外力的支持, 例如招商引资、寻求政府的扶持等来将乡村旅游项目进行规模化和市场化, 现在就是自己小打小闹, 自己玩自己的。资源没有得到合理的分配, 也没有进行市场化, 制约寨脚村乡村旅游的发展。在研究中发现, 就算有一部分的资源进行市场化, 那也是没有进行长久的规划, 完全是盯着短期的收益, 在这种情况下就算得到一定的发展, 到后面也一定会没落。只有进行市场化, 才能够使其可持续的发展。

2) 当地的经济发展水平较低

横州市是一个地级市, 平均消费水平较低, 居民的消费能力不高。寨脚村的

游客主要来源于横州市，人均可支配的消费支出并不高，这就要求寨脚村在进行制定产品价格、游玩活动价格等方面要符合整体的游客消费水平，给游客留下物美价廉的好印象。

从内部环境的分析来说，寨脚村的乡村发展优势还是十分明显的，就算是其一些劣势，也能够通过后期的建设进行完善与转化，从而规避其带来的不良影响。

3.3 小结

这个章节主要进行了寨脚村乡村旅游项目的外部环境与内部环境分析，通过分析寨脚村所处的市场情况，和自身的优势、劣势，去挖掘寨脚村的发展着力点与发展方向，充分认识寨脚村现在所面临的一些困境和劣势，为发展战略的制定提供借鉴和奠定基础。



第 4 章

寨脚村旅游发展的战略选择

4.1 寨脚村内外部因素评价

4.1.1 机会因素和威胁因素识别

4.1.1.1 专家评审

1) 专家权威程度: 权威系数 (Cr) 通常用来体现参与德尔菲咨询的专家的权威程度, 其数值越大, 专家咨询的可信度越高。计算公式是 $Cr=(Ca+Cs)/2$, 其中 Ca 代表专家对咨询内容做出判断的依据, Cs 代表专家对咨询内容的熟悉程度, 二者的算术平均数就是权威系数。由文献研究可知, 权威系数 >0.70 是可接受的信度, ≥ 0.8 说明专家的权威程度较高。

表 4.1 专家判断程度

判断依据	对专家判断的影响程度		
	大	中	小
理论分析	0.3	0.2	0.1
工作经验	0.5	0.4	0.3
参考国内外文献	0.1	0.1	0.1
个人直觉	0.1	0.1	0.1

表 4.2 专家权威判断表

专家	理论知识	实践经验	参考国内外资料	个人直觉	熟悉程度
1	0.2	0.5	0.1	0.1	1
2	0.2	0.5	0.1	0.1	1
3	0.2	0.5	0.1	0.1	0.8
4	0.3	0.4	0.1	0.1	1
5	0.3	0.4	0.1	0.1	0.8
6	0.3	0.3	0.1	0.1	0.8

由表可得，专家的判断依据 $Ca=0.883$ ，熟悉程度 $Cs=0.9$ ，专家的权威系数 $=0.892>0.7$ ，因此专家的权威系数较高。

2) 通过组建专家评审小组，召开专家评审会议，充分归纳提炼机会因素和威胁因素的准确性。而专家评审是由寨脚村运营公司横州市 BX 旅游投资有限公司的三位领导和三位乡村旅游领域的专家组成，分别是公司的总经理、副总经理、销售主管+三位专家构成。此次会议是由村委干部主持，本人记录专家评审意见，下表为专家组对机会因素和威胁因素评审意见的主要内容。

表 4.3 评审意见表

序号	评审意见
意见一	SWOT 因素是制定战略的基础，因素的识别除必须正确外，因素的描述还须清晰、简洁、准确无歧义。
意见二	乡村旅游的发展必然离不开乡村振兴，因此机会一是乡村振兴战略的实施使得乡村旅游市场大幅度提升。
意见三	机会二“政府扶持，拉动资本投入”改成“政府的高度重视”更为合适
意见四	乡村旅游收到疫情的影响很大，但这么描述过于笼统，有好的影响也有坏的影响，改成“疫情的冲击拓宽了乡村旅游的发展”更为合适
意见五	在政府的扶持和旅游公司的宣传下寨脚村知名度越来越高，简单概括为“寨脚村知名度不断提高”

表 4.3 评审意见表 (续)

意见六	“乡村旅游的发展受到市场环境的影响”描述过于笼统,使用“乡村旅游的发展使得市场环境愈发激烈”更为合适
-----	--

4.1.1.2 确定机会因素和威胁因素

根据专家们的意见,最终确定机会因素和威胁因素如下图所示:

表 4.4 机会因素和威胁因素描述表

序号	因素描述
机会 1	乡村振兴战略的实施使得乡村旅游市场大幅度提升
机会 2	政府高度重视与资本的投入
机会 3	疫情的冲击拓宽乡村旅游的市场
机会 4	横州市寨脚村的知名度不断的得到提升
威胁 1	乡村旅游的发展使得市场环境愈发激烈
威胁 2	游客需求的多样性与转变性
威胁 3	生态环境的限制
威胁 4	品牌化打造的争论

4.1.2 机会因素和威胁因素的分析

4.1.2.1 因素量化方法

因素量化的步骤如下:先使用层次分析法计算出各个因素的权重,再由专家对寨脚村乡村旅游对各因素的反应程度进行分级评分,最后将各个因素的权重与其评分相乘,计算出各个因素的综合得分。

层次分析方法的使用步骤:建立因素的层次结构模型,构建判断矩阵(因素量化分析数据收集表),对因素重要性进行两两比对;因素量化分析数据收集表发放给评审专家,由专家进行因素重要性的两两判断(基于行业进行判断);最后由本人收回专家的评判结果,采取平均值再取整数的方式,建立最终的因素重要性判断矩阵;最终对判断矩阵进行运算,计算出各因素的权重。

寨脚村乡村旅游对各因素反映程度的分级评分步骤为：建立评分表；其次在专家进行重要性判断的同时对各因素反应程度进行分级评分；最后由本人收回计算平均值，从而确定因素反映程度的分数。相关的图表见附录。

4.1.2.2 因素量化标准

因素的重要性两两比较判断矩阵赋值标准见下表，寨脚村对机会因素和威胁因素的反应程度的评分标准分别见下表。

表 4.5 两两比较判断矩阵赋值标准

序号	说明	赋值
1	A 与 B 同等重要	1
2	A 比 B 稍重要	3
3	A 比 B 明显重要	5
4	A 比 B 强烈重要	7
5	A 比 B 极端重要	9
6	A 比 B 稍不重要	1/3
7	A 比 B 明显不重要	1/5
8	A 比 B 强烈不重要	1/7
9	A 比 B 极端不重要	1/9

表 4.6 寨脚村对机会因素反应程度的评分标准

1	2	3	4	5
特差	较差	中等	较好	特好

说明：“特好”表明寨脚村当前能抓住该机会，“特差”表明寨脚村抓不住该机会。

表 4.7 寨脚村对威胁因素反应程度的评分标准

1	2	3	4	5
特差	较差	中等	较好	特好

说明：“特好”表明寨脚村能规避该威胁，“特差”表明寨脚村无法规避威胁。

4.1.2.3 因素量化的结果与分析

实发调查表 6 份，回收调查表 6 份，下表为专家评分的统计结果。

表 4.8 机会因素的判断矩阵

比较矩阵	机会 1	机会 2	机会 3	机会 4
机会 1	1	1/3	5	3
机会 2	3	1	7	5
机会 3	1/5	1/7	1	1/3
机会 4	1/3	1/5	3	1

表 4.9 机会因素的反应程度评分表

反应程度评分	机会 1	机会 2	机会 3	机会 4
	4	5	4	4

表 4.10 威胁素的判断矩阵

比较矩阵	威胁 1	威胁 2	威胁 3	威胁 4
威胁 1	1	3	7	5
威胁 2	1/3	1	7	3
威胁 3	1/7	1/7	1	1/5
威胁 4	1/5	1/3	5	1

表 4.11 威胁因素的反应程度评分表

反应程度评分	威胁 1	威胁 2	威胁 3	威胁 4
	4	3	2	3

表 4.12 机会因素的权重及一致性检验

权重	机会 1	机会 2	机会 3	机会 4
	0.263	0.558	0.057	0.122
机会因素判断矩阵的一致性比率指标 $CR=0.0028<0.1$ ，一致性检验合格				

表 4.13 威胁因素的权重及一致性检验

权重	威胁 1	威胁 2	威胁 3	威胁 4
	0.540	0.275	0.047	0.138
威胁因素判断矩阵的一致性比率指标 $CR=0.0106<0.1$ ，一致性检验合格				

表 4.14 机会因素的量化分析结果。

机会因素	权重	反应程度评分	加权得分	备注
机会 1	0.263	4	1.052	需重点关注
机会 2	0.558	5	2.79	需重点关注
机会 3	0.057	4	0.228	
机会 4	0.122	4	0.488	
合计	1.000		4.558	总分 1~5 分

上表计算的结果反映了寨脚村面临机会的现状。由机会因素的加权得 (4.558 分) 大于加权总分的中位值 (3 分，总分：1~5 分)，可以得到寨脚村当前面临着比较好的发展机遇。

表 4.15 威胁因素的量化分析结果

威胁因素	权重	反应程度评分	加权得分	备注
威胁 1	0.54	4	2.16	需特别关注
威胁 2	0.275	3	0.825	需特别关注
威胁 3	0.047	2	0.094	
威胁 4	0.138	3	0.414	
总计	1.000		3.493	总分 1~5 分

上表计算的结果反映了寨脚村面临威胁的现状。由机会因素的加权得 (3.493 分) 大于加权总分的中位值 (3 分，总分：1~5 分)，可以得到寨脚村当前面临着比较严峻的威胁。

综合外部因素中的机会因素和威胁因素看，寨脚村目前面临着“机会与威胁共存，机会稍大于威胁”的外部环境。

4.1.3 优势因素和劣势因素识别

4.1.3.1 专家评审

优势因素和劣势因素的准确性与机会因素和威胁因素的准确性是在同一个专家评审会议上进行的评审。考虑到如果将内外部因素全部放在一起进行论述，容易造成逻辑混乱，因此分别进行阐述。专家组成员的情况，在此不再赘述。下表为专家组对优势因素和劣势因素评审意见的主要内容。

表 4.16 优势因素和劣势因素评审意见

序号	评审意见
意见一	与机会因素和威胁因素的表述要求相同，优势因素和劣势因素的描述也应简洁、清晰、准确无歧义
意见二	寨脚村拥有独特的地理位置，可以通过加大交通的建设，突出其区位优势
意见三	寨脚村的一、二、三产业可以很好的融合发展，因此要关注寨脚村的产业优势
意见四	寨脚村的奔象山是很独特的景点，关于生态自然优势也要重视其发展
意见五	寨脚村当前正处于开发阶段，很多基础设施都是不完善的，很影响游玩体验，因此需要重点关注寨脚村设施不完善的问题
意见六	打造独具特色的乡村旅游不能忽略其背后的文化发展，而寨脚村还没有深刻的体现出自己的特色文化，人文底蕴未能充分开发
意见七	寨脚村在人才引进和培育方面有很大的不足，很多寨脚村的旅游相关工作人员没有经过系统的培训，服务意识和服务质量较差

4.1.3.2 确定优势因素和劣势因素

表 4.17 优势因素和劣势因素

序号	因素描述
优势 1	区位优势
优势 2	产业优势
优势 3	自然生态优势

表 4.17 优势因素和劣势因素(续)

优势 4	人文资源优势
劣势 1	基础设施不完善
劣势 2	乡村开发不彻底
劣势 3	人文底蕴未能充分开发
劣势 4	工作人员综合能力不足

4.1.4 优势因素和劣势因素的分析

4.1.4.1 量化方法

优势因素和劣势因素的量化方法与机会因素和威胁因素的量化方法相同，区别仅在于优势因素和劣势因素专家分级评分依据的是优势或劣势程度的大小，而不是寨脚村对各因素的反应程度，此处不再赘述。

优势因素和劣势因素的权重计算步骤和专家分级评分步骤与机会因素和威胁因素的权重计算步骤和专家分级评分步骤完全相同，而且专家评分的原始数据收集也是在同一张问卷调查表上进行的，为避免逻辑混乱，分开进行论述。

4.1.4.2 量化标准

表 4.18 优势因素或劣势因素程度的评分标准

1	2	3	4	5
特小	较小	中等	较大	特大

4.1.4.3 量化结果和分析

表 4.19 势因素的判断矩阵

比较矩阵	优势 1	优势 2	优势 3	优势 4
优势 1	1	1/9	1/7	1/3
优势 2	9	1	3	7
优势 3	7	1/3	1	5
优势 4	3	1/7	1/5	1

表 4.20 优势因素的程度评分表

反应程度评分	优势 1	优势 2	优势 3	优势 4
	3	4	4	3

表 4.21 劣势因素的判断矩阵

比较矩阵	劣势 1	劣势 2	劣势 3	劣势 4
劣势 1	1	9	3	7
劣势 2	1/9	1	1/7	1/3
劣势 3	1/3	5	1	3
劣势 4	7	3	1/3	1

表 4.22 劣势因素的程度评分表

反应程度评分	劣势 1	劣势 2	劣势 3	劣势 4
	3	2	3	2

表 4.23 优势因素的权重及一致性检验

权重	优势 1	优势 2	优势 3	优势 4
	0.045	0.574	0.291	0.09
优势因素判断矩阵的一致性比率指标 $CR=0.0004<0.1$, 一致性检验合格				

表 4.24 劣势因素的权重及一致性检验

权重	劣势 1	劣势 2	劣势 3	劣势 4
	0.599	0.046	0.242	0.113
劣势因素判断矩阵的一致性比率指标 $CR=0.0262<0.1$, 一致性检验合格				

表 4.25 优势因素的量化分析结果

优势因素	权重	反应程度评分	加权得分	备注
优势 1	0.054	3	0.162	
优势 2	0.63	4	2.52	需重点关注
优势 3	0.237	4	0.948	需重点关注
优势 4	0.079	3	0.237	
总计	1.000		3.867	总分 1~5 分

上述结果反映了寨脚村目前的优势的总体状况。由优势因素的加权 (3.867 分) 大于加权总分的中位值 (3 分, 总分: 1~5 分)。

表 4.26 劣势因素的量化分析结果

劣势因素	权重	反应程度评分	加权得分	备注
劣势 1	0.599	4	2.396	需重点关注
劣势 2	0.046	2	0.092	
劣势 3	0.242	3	0.726	需重点关注
劣势 4	0.113	3	0.339	
总计	1.000		3.553	总分 1~5 分

上述结果反映了寨脚村目前的劣势的总体状况。由劣势因素的加权得 (3.553 分) 远大于加权总分的中位值 (3 分, 总分: 1~5 分)。

综合内部因素中的优势因素和劣势因素看, 寨脚村目前面临着“优势和劣势皆突出, 劣势较明显”的内部环境。

4.2 战略定位与战略目标

4.2.1 战略定位

寨脚村的战略定位是通过特定的途径和方式针对性的为目标游客提供更高质量的服务和特色的农产品, 是寨脚村乡村旅游的运营决策的根本所在。寨脚村乡村旅游战略定位明确乡村旅游的价值主张、目标游客、商业模式、产品服务 etc 回答寨脚村乡村旅游运营决策问题。

1) 价值主张

1.1) 寨脚村旅游线路的便利性。以紧密联系的乡村农事体验活动、寨脚村特色文化、独有的自然资源等相互融合打造寨脚村旅游线路, 使得游客在最短的

时间内体验最纯真、最淳朴的寨脚村乡村旅游。

1.2) 特色。结合寨脚村当地的特色产业、特色民族文化，打造寨脚村特色乡村旅游，实现农业、产业、旅游、文化的融合发展。

1.3) 做好服务。实现对游客提供更快更高效的服务。

1.4) 价格。以最合理的价格满足游客对乡村旅游的需求。

2) 目标游客

2.1) 横州市内的居民以及相关的工作者。

2.2) 寨脚村周边村落和城镇的居民。

2.3) 企业团建活动，学校相关活动等。

3) 产品

3.1) 打造特色农特产品品牌，例如：茉莉花啤酒、茉莉花月饼等，加大乡村旅游农产品的销售。

3.2) 打造乡村旅游特色文创产品，如：茉莉荷包，在进行农产品销售的同时，完成文化的输出与传播。

4) 商业模式

整个寨脚村乡村旅游项目要塑造出具有寨脚村文化的小型闭环商圈，实现三产融合发展，推动寨脚村的乡村旅游经济的发展。以实体产品销售和旅游收费为主要的收入来源，采用广告收费，娱乐活动收费，体验式活动收费等方式为次要的收入来源。

4.2.2 战略目标

1) 远期目标

到 2030 年建成城乡融合型的乡村振兴示范村,全区乡村旅游重点村。到 2050 年,全村全面振兴,全面实现农业强、农村美、农民富、生活好,打造成为令城里人羡慕的一种生活方式。

2) 近期目标

2.1) 2021-2025 年

通过 3-5 年的建设,申报广西四星乡村旅游区、广西休闲农业与乡村旅游示范点、广西四星级美丽乡村型体育综合体、广西四星山地户外运动营地、广西体育旅游示范基地、国家 AA 级旅游景区。

2.2) 2026-2030 年

升级开发建设,申报广西五星级乡村旅游区、国家 AAA 级旅游景区、广西五星级美丽乡村型体育综合体、广西五星山地户外运动营地。

4.3 战略的选择

4.3.1 战略方案 (SWOT 模型)

结合第四章总结出的寨脚村发展乡村旅游所面临的内外环境,并结合寨脚村的战略和定位,使用 SWOT 模型建立寨脚村发展乡村旅游的战略备选方案,利用 SWOT 矩阵分析出寨脚村可以利用的机会和可以避开的威胁,使其尽可能发挥内部优势的作用并避免劣势的影响,从而选择出符合寨脚村实际情况的发展战略。

表 4.27 SWOT 矩阵

外部因素 \ 内部因素	优势 (S)	劣势 (W)
	区位优势、产业优势、自然生态优势、人文资源优势	设施不完善、乡村开发不彻底、人文底蕴未能充分开发、工作人员综合能力不足
机会 (O)	SO 组合	WO 组合
乡村振兴战略实施，乡村旅游市场大幅度提升、得到政府的高度重视、疫情的冲击拓宽乡村旅游的市场、横州市寨脚村的知名度不断的得到提升	充分利用区位优势，加大对交通设施的建设，完善自驾游的旅游模式；结合政府的相关政策，加大投入开发，打造寨脚村的乡村旅游品牌；扩大营销与宣传的推广	根据市场需求、配合政府的政策，加大人才引进与就业人员的培育，提升服务意识与服务质量；不断地完善配套设施，制订合理的发展规划，打造专属的寨脚村属性，深挖特色文化，发挥文化底蕴的作用
威胁 (T)	ST 组合	WT 组合
乡村旅游的发展使得市场环境愈发激烈、游客需求的多样性与转变性、生态环境的限制、品牌化打造的争论	要充分突出寨脚村的奔象山文化，打造好乡村文化故事，充分发展茉莉花和水稻产业等多种产业融合发展，提高寨脚村的核心竞争力；推动生态环境与休闲娱乐的融合发展	借鉴经典的乡村旅游的案例，加强村容村貌的改造，以游客为中心，提高服务质量；保留寨脚村的独特韵味，打造别具一格的寨脚村特色乡村旅游

1) SO 组合是充分利用寨脚村内外部的有利条件，进一步推动寨脚村乡村旅游的快速发展。第一点是寨脚村独特的地理位置，加大交通的建设，充分发挥好区位的交通优势，结合横州市的旅游市场的大环境，打造好横州市居民首选的乡村旅游地点。第二点是，要紧密联系政府政策，借势造势，大量进行招商引资，做好资金筹备工作，借助政府的扶持，拉动资本的投入，加快寨脚村乡村旅游发展。第三点是要发挥好寨脚村的自身资源，发挥好茉莉花等产业的优势，打造寨脚村的特色产品品牌，扩大宣传的力度，打响品牌影响力。

2) WO 组合是充分利用好寨脚村外部的有利条件，发挥外部的优势以弥补

内部的不足。第一点是根据市场的需求，利用好政府的政策，加强人才的引进和注重寨脚村本地村民的培训工作，提升寨脚村乡村旅游的服务质量。第二点是结合市场的需求对寨脚村的基础设施进行完善，特别是住宿、餐饮、村内道路交通等方面的基础设施，为了方便广大游客，停车场、路灯、旅游厕所和 WIFI 等基础设施也要进行相应完善。第三点是要严格按照乡村发展的规划要求，做好乡村建设工作，为寨脚村的整体发展指明前进的方向。第四点是要深入挖掘寨脚村深厚的历史文化，做好文化故事的打造与传播。

3) ST 组合从寨脚村内部优势和外部的威胁去分析，在充分发挥自身内部优势，了解寨脚村当前外部环境的形势，进行资源的整合，发挥产业优势，突出产品的特色，打造出特色的旅游产品；在现有的资源优势上，要以奔象山为核心景点，以奔象山文化为核心的文化传播，讲好奔象山的故事进而撬动寨脚村的乡村旅游发展，不断的进行各个产业的融合发展以适应当代消费者的多元化需求。

4) WT 组合是从寨脚村内外部不利条件的角度出发，全方位的去分析寨脚村所面临的艰难险阻，这种困难对寨脚村的乡村旅游发展是具有致命性的伤害，要最大限度的去避免此类情况的发生。

综上所述，寨脚村当前所面临的发展机会和优势是非常明显的，但是不可避免的也会有一定的发展阻碍和问题。寨脚村的发展单单依靠村民和村委会是远远不够的，要充分发挥政府的主观能动性，寻求政府的扶持，快速推动基础设施的完善；进行招商引资，吸引资本的投入，推动寨脚村的乡村旅游发展；结合自身的情况和所有的资源，进行资源整合，发挥特色产业优势，打造品牌。在自身不足之处要做到扬长避短，要不断的完善自身的基本情况，着重进行人才引进和培育，为寨脚村输入源源不断的人力智力资源，注重环境开发与保护，发挥生态环境的最大优势，将不足弥补并逐步转变为自身的优势。

4.3.2 筛选最优方案(QSPM 模型)

表 4.28 QSPM 模型

关键因素	权重	战略备选方案							
		SO 战略		WO 战略		ST 战略		WT 战略	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
O1 乡村旅游市场大幅度提升	0.263	4	1.052	4	1.052	4	1.052	3	0.789
O2 政府的高度重视	0.558	4	2.232	3	1.674	3	1.674	4	2.232
O3 疫情的冲击拓宽乡村旅游的市场	0.057	3	0.171	3	0.171	4	0.228	4	0.228
O4 寨脚村的知名度不断得到提升	0.122	3	0.366	2	0.244	3	0.366	2	0.244
T1 乡村旅游发展使得市场环境愈发激烈	0.54	2	1.08	2	1.08	1	0.54	2	1.08
T2 游客需求的多样性与转变性	0.275	2	0.55	3	0.825	2	0.55	3	0.825
T3 生态环境的限制	0.047	3	0.141	1	0.047	2	0.094	2	0.094
T4 品牌化打造的争论	0.138	2	0.276	2	0.276	3	0.414	2	0.276
S1 区位交通优势	0.045	3	0.135	4	0.18	3	0.135	3	0.135
S2 自然生态优势	0.574	4	2.296	3	1.722	4	2.296	3	1.722
S3 人文资源优势	0.291	4	1.164	3	0.873	3	0.873	2	0.582
S4 产业优势	0.09	4	0.36	2	0.18	3	0.27	1	0.09
W1 设施不完善	0.599	2	1.198	2	1.198	2	1.198	1	0.599
W2 乡村开发不彻底	0.046	2	0.092	1	0.046	1	0.046	2	0.092
W3 人文底蕴未能充分开发	0.242	1	0.242	2	0.484	3	0.726	2	0.484
W4 工作人员综合能力不足	0.113	3	0.339	1	0.113	2	0.226	2	0.226
总计	4		11.694		10.165		10.688		9.698

共有 6 名专家和领导就每个因素对每个战略的吸引力进行评分，分值范围及含义：1 分为没有吸引力，2 分为有一些吸引力，3 分为较大吸引力，4 分为非常有吸引力。汇总所有结果后求得平均分，该分即为因素对战略的吸引力分数(AS)，吸引力分数乘以因素权重得到吸引力总分 (TAS)，累加同一个战略的吸引力总分得到该战略的吸引力分数 (STAS)。

通过 QSPM 模型计算出所有战略备选方案的得分为：SO 战略得分 11.694，WO 战略得分 10.688，ST 战略得分 10.165，WT 战略得分 9.698。由此得出 SO 战略最优，其次是 ST 战略。寨脚村乡村旅游应采取 SO 战略为主，ST 战略为辅的组合战略，发挥寨脚村的内部优势，牢牢抓住外部机会，以增强寨脚村乡村旅游的竞争能力为主，同时注意降低外部威胁造成的不利影响。寨脚村现在要做的就是现有的资源和产业之上，继续加大开发，充分利用政府的扶持，打造寨脚村乡村旅游的品牌化。加大品牌的宣传忽然推广的力度，提升服务质量，推行多元化的发展。增强风俗体验活动，不断地适应游客的多元化需求，赢得游客的偏爱，以独特的乡村旅游模式占领一定的乡村旅游市场份额。

4.4 小结

本章节主要简要介绍了国内外的乡村旅游经典案例，借鉴其成功的经验，并充分分析寨脚村内外部因素评价，制定战略目标和战略定位，最后通过 SWOT 分析模型做出战略方案，然后在运用 QSPM 模型筛选出最适合寨脚村乡村旅游发展的战略方案。

第 5 章

寨脚村旅游发展战略制定

5.1 发展战略制定原则

1) 因地制宜原则

所谓的因地制宜就是根据当地的实际情况，做出针对性的战略措施。根据横州市和周边居民的生活水平和消费水平制定合理的市场定位，结合当地的风俗习惯、人文、自然环境、政策等因素，同时要了解市场的需求，打造具有寨脚村特色的乡村旅游项目，开发寨脚村特色旅游产品，与时俱进、实事求是的制定乡村旅游发展战略规划。

2) 可持续发展原则

要坚持可持续发展原则，乡村旅游是旅游业中一个新兴的板块，具有长期性，不能够一味地追求眼前的利益而去随意的开发、破坏自然资源。在进行乡村旅游项目开发时，要在保护自然资源、生态环境的基础上去改造和开发。同时也不能够为了贴合时代的发展而抛弃本身的传统文化，要坚持弘扬和发展本身的特色文化。寨脚村乡村旅游发展不得损害任何环境来换取经济收益。

3) 坚持自主创新原则

创新是长期发展的根本，也是发展的源泉。人类社会是在创新中发展，在创新中进步，同样的寨脚村的乡村旅游只要不断的创新，深挖自己的资源，体现出自己的特色，才能够在同行业中脱颖而出。不仅仅是乡村旅游模式需要创新，

营销推广、品牌打造等同样需要创新。结合时代的发展、科技的进步，发挥自身的特色，打造出乡村旅游的多元化项目是发展的关键。

5.2 发展战略的计划制定

5.2.1 实施多元化战略

由第4章的4.3小节的分析中可以看出，当前寨脚村所面临的外部威胁还是十分明显，市场变动、顾客需求的转变和生态环境的限制等因素都是寨脚村发展乡村旅游的阻碍。一方面外部环境的威胁会迫使寨脚村为了吸引游客而引进各种衣食住行的服务，另一方面寨脚村现有的设施、产品、服务等并没有达到旅游景点的要求。依托于寨脚村现有的资源优势，实施多元化战略，充分开发寨脚村在各个领域的资源，吸引各类旅游相关项目的入驻，完善乡村旅游的服务体系。

现在的乡村旅游已经从简单的观光、农事体验到现代化农业+休闲旅游，但是这种模式已经被广泛运用没有了核心竞争力。横州市周边具有很多资源和区位优势相似的村落，依靠现流行的旅游模式开发就会使得寨脚村随时面临着被取代的风险。实施多元化的发展战略才能使得寨脚村打破这种局面，形成自身独有的旅游模式。寨脚村依托于奔象山文化等打造出“现代化农业+休闲旅游+特色文化体验”的新模式，塑造特色寨脚文化旅游体验，提升核心竞争力。大力发展茉莉花产业和水稻产业，打造茉莉花文化旅游和稻田艺术文化旅游，将其打造成为观光和体验为一体的景区。同时将村里的传承小院打造成一个小院一种风俗+特色美食的小院文化，推出一院一文化的传承风情体验区。除此之外，融合社会的发展需求，针对不同的人群开发出符合现代化的娱乐项目，例如游泳、碰碰车等等。寨脚村的乡村旅游资源能够满足游客一日游，要将各种资源进行紧密的联系，制定出科学的旅游线路。要通过这种多元化的模式去融合各类农产品，带动农业的发展，共同促进寨脚村的乡村旅游发展。要与周边的旅游项目进行沟通与合作，每逢佳节时共同打造节日庆典活动，与其他景区在交流中互利共赢，共同发展。

5.2.2 加强品牌化战略

寨脚村发展乡村旅游是存在着诸多强大的竞争对手，而村里当下的综合实力并不突出，为了能够在众多竞争对手中脱颖而出，需要加强村里的品牌建设。乡村旅游品牌化是提高乡村知名度与辨识度最有效的方式之一，也是快速推动乡村经济发展的有效途径。乡村旅游品牌化能够决定消费者的消费力度，品牌化程度越高，消费者的消费也会随之提高。明确寨脚村乡村旅游的目标市场和市场定位，透彻分析寨脚村现在面临的困境。从区位而言，准确进行品牌所针对人群的定位。靠近横州市的寨脚村，各个品牌所对应消费人群应当是横州市的游客为主，因地制宜的打造寨脚村的品牌化。从产业振兴的角度出发，定位核心价值的品牌，品牌要表现出寨脚村的特色，进行品牌打造，开发特色产业。寨脚村生态环境优美，没有工业设施，拥有大片的竹林和比较大型的池塘，还有知名度比较高的奔象山。要充分利用好现有的资源，完善基础设施，在竹林中打杂休闲山庄、青少年露营等项目活动，在池塘区开发垂钓与烧烤等游玩活动，在奔象山开展一些祈福、慢跑等活动。在体验中感受大自然，亲近大自然，还能够体验寨脚村的特色文化，让游客沉浸在具有寨脚村风情的活动当中。要充分发挥寨脚村的产业优势，打造出寨脚村独有的茉莉花啤酒、茉莉花茶、茉莉香米、茉莉月饼、大头菜、鱼生、大粽子等等，并开展各种美食制作与销售为一体的活动，打造出寨脚村自己的美食品牌。

5.2.3 强化产业优势战略

没有产业，就没有资金，乡村旅游就不可能长久的发展。横州市仅仅是一个地级市，居民的消费水平普遍偏低，仅依靠旅游是无法做到持续性的发展，只有进行产业融合的发展方式才能使得乡村旅游持久发展。在乡村振兴战略的推动下，横州市政府大力扶持乡村产业扶持，而寨脚村独特的区位优势和资源能成为政府的首要扶持对象。寨脚村村民回乡就业的人口高达 70%，并不缺乏劳动力。加上基础实施和公共服务设施完善、交通便利，使其大力发展产业是有非常大的优势。

因此，寨脚村要贯彻落实乡村旅游与一二三产业的深度融合发展；旅游+农业的综合发展，能够最大限度发挥资源的价值。跟着政府颁布的政策走，整合村里的茉莉花和水稻资源，打造休闲农业体验，农事科普等现代化休闲农业乡村旅游项目。打造研学教育基地，为青少年提供农事体验活动，将教育与旅游业和农业相融合。乡村旅游+制造业融合发展，寨脚村现阶段就停留在原料层面，并没有涉及到制作业。进一步发展要进行招商引资，吸引大型企业在不影响旅游发展的基础上，在村里进行产品的加工与销售，打造茉莉花系列的寨脚村特色产品，实现产销一体化，推动寨脚村经济的发展。乡村旅游+第三产业，推进寨脚村文化创意设计与乡村旅游的共同发展。文创品牌的影响力是非常强的，要表现出寨脚村的特色文化，设计制作一些宣传的手稿、服装、玩偶等等产品，在推广销售的同时还能够大力宣传寨脚村的乡村旅游。

5.2.4 传承民俗文化战略

寨脚村具有十分丰富的乡村文化资源，但是并没有得到很好的发展与推广。村里建设有戏台、文化室、篮球场、儿童乐园、健身设施以及休闲广场等，村中还组建有篮球队。寨脚村已经具备有发展民俗文化的优势，而风俗体验是乡村旅游至关重要的一个环节，也是传承和弘扬传统文化的好时机，可根据寨脚村的风俗文化加以创新和完善打造出一系列的体验活动。例如：举办奔象山登山祈福、端午包粽子、圩逢舞狮、茉莉花手办制作等等活动，让游客在游玩中体验寨脚风情。乡村文旅融合已成为实现乡村振兴的重要方式和有效路径，对当地农业增产、农民增收将起到积极的推进作用。

5.3 小结

这个章节主要介绍了寨脚村的发展战略，结合寨脚村的现有资源，充分融合开发，构建现代化农业+休闲旅游+特色文化体验新模式，并对其做出简要的可行性分析，从多元化、品牌化、产业化、风俗体验去思考和分析战略制定。

第 6 章

寨脚村旅游发展的保障措施

6.1 优化营销环境

寨脚村作为乡村旅游的一个目的地，现在的商业环境还不够浓厚，也没有相应的管理制度体系，再往后发展的过程中营销环境是决定乡村旅游发展的关键之一。加强政务服务和完善基础设施，提高寨脚村的承载能力和吸引力，营造良好的发展氛围，为后续的招商引资做好铺垫。建立招商小组，往外对接有能力的企业到村里发展业务，为其提供用地、规划、施工等服务，完善各个部门之间的互动性，提高办事效率，全力做好乡村旅游项目的服务工作。完善基础设施的建设，特别是交通板块，例如道路扩建、停车场、水利、电力等等。结合政府的相关政策做出寨脚村的政策扶持方案，为营销市场环境提供强有力的保障，全力为市场做好服务工作，引导市场健康有序的发展，创造良好的营销环境。

6.2 多方筹集资金

乡村旅游发展是离不开钱的，单单靠村民之前的募捐集资是远远不够的，应该要拓宽资金来源，多方面寻找资金的支持。首先是要向上争取，向政府方面寻求一定的资金扶持，积极对接政策扶持项目，特别是市里的重点投资项目，要因地制宜的规划，充分利用土地流转和租聘来获取大量的项目资金。当然也要积极的推进成功人士回村发展，将技术和资金流入到乡村旅游的建设当中，也要与金融机构加深合作，采取贷款、融资等方式，让金融机构参与到建设当中。

6.3 人才引进

寨脚村目前最缺的就是人才，现在的管理团队学历比较低，传统的发展模式根深蒂固很难将其改变，况且他们接受新鲜事物的能力普遍是比较低的，急需大批高素质高能力的新型管理人才。应该积极争取政府的政策扶持，举办大型的培训活动和相关的人才扶持奖励，通过此方式吸引在外的大学生或者高技术人才回乡创业和培养需要的实践型人才。特别要注重管理型、项目开发、产业经营等各个领域的人才，积极引导其参与到现代化农业+休闲旅游+特色文化体验的乡村旅游建设当中。加强人才管理，完善考核制度和晋升制度，打造公平公正的工作环境，为寨脚村的乡村旅游发展提供人才保障。

6.4 提高服务质量

现在村里的服务业相对来说是比较落后的，没有太大的承载能力，一旦游客激增就会展现出大量的问题。村里从事旅游服务的工作人员大都是村里的村民，服务意识相对较弱，没有规范的服务体系，要加强培养提升服务意识和能力，开设服务管理监督机制，充分了解游客对服务的满意程度，便于后续的改进工作。现在社会下，游客对服务质量的要求越来越高，只有不断规范服务体系，全方位提高整体的服务质量，才能提高旅游项目的口碑，才能够可持续性的发展。当然，相关的配套设施也是要不断完善，例如休息区的接待、停车场的停车服务和景区的秩序维护都是至关重要的，还有一些商家规范经营，食品安全检查等等。为游客全程提供规范化的服务，是确保寨脚村乡村旅游健康发展的前提保障。

6.5 完善自然环境

寨脚村乡村发展必须时刻牢记“绿水青山就是金山银山”的基本原则，往往很多的乡村在发展乡村旅游时，只顾及眼前的利益，不管一切的肆意开发和破坏自

然生态环境，最终造成生态环境失衡，也对当地的居民生活带来了不可逆转的局面。所以不管寨脚村如何发展都不能以牺牲环境为代价去追求更高的收益，不仅如此更应该加强自然环境的保护，在此基础上发展旅游、发展农业。要加强培养工作人员的环境保护意识，做好环境保护的宣传工作。同时制定科学的环境保护奖惩制度，并分区域分类型把责任落实到个人，如有影响到自然环境的问题将追究到底。

6.6 小结

本章节从各个方面去考虑分析乡村旅游的保障措施，从优化营销环境、筹集资金，到人才引进与培养，再到提升服务质量和保护自然环境的角度全方位的为寨脚村乡村旅游发展保驾护航，只有这样，寨脚村的乡村旅游能够可持续性的发展。



第 7 章

研究结论与展望

7.1 研究结论

在乡村振兴的大背景之下，乡村旅游发展得到了快速的发展，文章以横州市寨脚村为研究对象，通过寨脚村的内外部环境分析，深挖寨脚村的发展优势与劣势，最后结合相关的国家政策和成功案例经验的借鉴，为寨脚村制定科学合理的乡村旅游发展战略。经过上述章节的论述，得到结论如下：

1) 寨脚村乡村旅游发展有着很大的优势，其自身拥有较为丰富的自然优势和文化底蕴，这就奠定乡村旅游的发展基础，加上处于乡村振兴的大背景中，国家会给予一定的政策和资金的扶持，只要在政府的相关引导下，充分发挥自身的优势，转变自身的劣势，打造独具特色的乡村旅游项目，寨脚村的乡村旅游就能够得到进一步的发展。

2) 本文研究得出，寨脚村适合走现代化农业+休闲旅游+特色文化体验的乡村旅游发展战略，要不断的将三者融合发展，健全完善发展规划，塑造特色寨脚村乡村旅游品牌，加大资金投入，完善基础设施，加强环境保护，壮大管理团队，坚持自主创新，在创新中谋发展，只有这样寨脚村乡村旅游才能够得到可持续性的发展。

7.2 展望

由于个人的能力有限，文章针对寨脚村乡村旅游制定的发展战略存在着一定的局限性和不足。在往后的学习和研究当中，我会不断的加强实地调研，往更深层次去分析；同时也会不断的摸索不同地区的乡村旅游的成功案例，深入了解其成功发展的因素和本质。希望在今后的不断完善，能够为横州市寨脚村的乡村旅游提供借鉴的经验，同时也为我国相关的乡村旅游项目做出自己的绵薄之力。



参考文献

- Asciuto, A., Di Franco, C. P., & Schimmenti, E. (2013). An exploratory study of sustainable rural tourism in Sicily. *International Journal of Business and Globalisation*, 11(2), 149-158.
- Blancas, F. J., Lozano-Oyola, M., Gonzalez, M., Guerrero, F. M., & Caballero, R. (2011). How to use sustainability indicators for tourism planning: The case of rural tourism in Andalusia (Spain). *Science of the Total Environment*, 11(6), 65-69
- Bramwell, B. (2014). Sustainability and rural tourism policy in Britain. *Tourism Recreation Research*, 16(2), 49-51.
- Busby, W. (2000). Transition from Tourism on Farms to Farm Tourism. *Tourism Management*, 11(6), 42-43.
- Hall, D. (2010). Rural Tourism Development in Southeastern Europe: Transition and the Search for Sustainability. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 165-176.
- Hurst, J. L., Niehm, L. S., & Litrell, M. A. (2009). Retail Service Dynamics in Rural Tourism Communities: Implications for Customer Relationship Management. *Managing Service Quality*, 19(5), 102-113.
- Ionela, G. P., Constantin, B. M., & Dogaru, L. D. (2015). Advantages and limits for tourism development in rural areas (Case Study Ampoi and Mureş Valleys). *Procedia Economics and Finance*, 32(4), 1050-1059.
- Mjalager, A. M. (2004). Agriculture Diversification into Tourism. *Tourism Management*, 22(02), 71-79.
- Park, D.-B., Lee, K.-W., Choi, H.-S., & Yoon, Y. (2021). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 6(08), 21-26.

参考文献(续)

- Rid, W., Ezeuduji, I. O., & Pröbstl-Haider, U. (2014). Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia. *Tourism Management*, 40(03), 102-116.
- Sanagustín Fons, M. V., Mosén Fierro, J. A., Gomez y Patiño, M. (2010). Rural Tourism: A Sustainable Alternative. *Applied Energy*, 88(02), 57-61
- Saxena, G. (2014). Rural Tourism Partnerships and Actor Mobility. *International Journal of Tourism Research*, 12(04), 488-495.
- Sugiarti, R., Ernawati, D., & Birtles, A. (2003). The Potential for Developing Ecologically Sustainable Rural in Surakarta, Indonesia: A Case Study. *ASEAN Journal on Hospitality & Tourism*, 2(02), 78-90.
- Wragg, A. (2000). Towards Sustainable Landscape Planning: Experiences from the Wye Valley Area of Outstanding Natural Beauty. *Landscape Research*, 25(02), 36-40
- Yuquan, T. (2007). Brand marketing: New trend of rural tourism in China. *Research of Agricultural Modernization*, 28(01), 50-52.
- 郭焕成, & 韩非 (2010). 中国乡村旅游发展综述. *地理科学进展*, 29(12), 1597-1605.
- 郭丽, & 章家恩 (2010). 关于乡村旅游概念及其内涵的再思考. *科技和产业*, 9(12), 58-61.
- 韩博然. (2021). 乡村旅游经济产业优化升级策略. *社会科学家*, 23(02), 52-57.
- 何景明. (2006). 城市郊区乡村旅游发展影响因素研究——以成都农家乐为例. *地域研究与开发*, 46(09), 71-75.
- 贺万荣. (2019). 全域旅游视角下乡村旅游发展问题与对策探究. *农村经济与科技*, 303(14), 40-41.
- 胡静, 许贤棠, & 谢双玉. (2007). 论乡村旅游资源的可持续开发利用. *农业现代化研究*, 28(06), 723-726.

参考文献(续)

- 黄晓菲.(2019). 美丽乡村建设视域下的农村休闲旅游规划研究. 农业经济, 65(04), 45-47.
- 霍震.(2021). 农村旅游发展格局的演变特征与影响因素研究. 湖北农业科学, 24(01), 60-61.
- 景文清.(2020). 乡村振兴战略视阈下的乡村生态旅游发展现状及对策分析. 中外企业家, 16(02), 226-227.
- 鞠立瑜.(2021). 山东省乡村旅游协调发展的系统动力机制研究. 湖北农业科学, 60(04), 36-43.
- 刘俊.(2014). 乡村旅游自然生态环境保护和谐发展. 合作经济与科技, 45(20), 18-21.
- 刘云, & 王更鹏.(2021). 乡村振兴战略背景下乡村旅游发展研究. 乡村振兴, 8(04), 64-65.
- 卢可, & 马丽卿.(2019). 乡村振兴战略背景下乡村旅游发展研究. 农村经济与科技, 30(01), 77-79.
- 罗艳屏.(2018). 对乡村振兴背景下广西江口村乡村旅游开发的探讨. 南方国土资源, 23(11), 40-43.
- 马靖杰.(2020). 自媒体时代我国乡村旅游国际营销模式构建. 社会科学家, 25(12), 49-53.
- 苏飞, & 王中华.(2020). 乡村振兴视域下的中国乡村旅游——发展模式、动力机制与国际经验借鉴. 世界农业, 5(02), 115-119.
- 王安平, & 杨可.(2020). 新时代乡村旅游业与乡村振兴融合发展途径研究. 重庆社会科学, 17(12), 99-107.
- 王波.(2022). 关于加快山东荣成农业三产互促共融推动休闲农业与乡村旅游的探讨. 中国农业文摘-农业工程, 34(02), 45-47.

参考文献(续)

- 王波. (2022). 关于加快山东荣成农业三产互促共融推动休闲农业与乡村旅游的探讨. 中国农业文摘-农业工程, 34(02), 45-47.
- 王婷, 姚旻, 张琦, & 宁志中. (2021). 高质量发展视角下乡村旅游发展问题与对策. 中国农业资源与区划, 42(08), 140-146.
- 魏长晶. (2016). 政府主导模式下山东乡村旅游的问题与对策研究. 农业经济, 11(03), 41-43.
- 乌兰. (2018). 促进乡村旅游文化建设的对策探讨. 内蒙古财经大学学报, 16(04), 26-29.
- 严海涛. (2022). 农业现代化背景下乡村旅游发展路径探索——评《乡村振兴战略与乡村旅游发展》. 中国农业气象, 43(01), 81-81.
- 杨嘉慧. (2021). 湛江休闲农业与乡村旅游发展现状及对策. 现代农业科技, 8(03), 237-238.
- 杨军. (2006). 中国乡村旅游取得动力因子及其系统优化研究. 旅游科学, 2(04), 19-22.
- 银元, & 李晓琴. (2018). 乡村振兴战略背景下乡村旅游的发展逻辑与路径选择. 国家行政学院学报, 18(05), 182-186.
- 张舒仪, & 石小亮. (2018). 乡村旅游可持续发展研究——以凤城市为例. 农村经济与科技, 29(01), 102-104.
- 张树民, 钟林生, & 王灵恩. (2012). 基于旅游系统理论的中国乡村旅游发展模式探讨. 地理研究, 31(11), 2094-2103.

附录



表附录-1 两两比较判断矩阵赋值标准

序号	说明	赋值
1	A 与 B 同等重要	1
2	A 比 B 稍重要	3
3	A 比 B 明显重要	5
4	A 比 B 强烈重要	7
5	A 比 B 极端重要	9
6	A 比 B 稍不重要	1/3
7	A 比 B 明显不重要	1/5
8	A 比 B 强烈不重要	1/7
9	A 比 B 极端不重要	1/9

表附录-2 机会因素的判断矩阵

比较矩阵	机会 1	机会 2	机会 3	机会 4
机会 1				
机会 2				
机会 3				
机会 4				

表附录-3 威胁因素的判断矩阵

比较矩阵	威胁 1	威胁 2	威胁 3	威胁 4
威胁 1				
威胁 2				
威胁 3				
威胁 4				

表附录-4 优势因素的判断矩阵

比较矩阵	优势 1	优势 2	优势 3	优势 4
优势 1				
优势 2				
优势 3				
优势 4				

表附录-5 劣势因素的判断矩阵

比较矩阵	劣势 1	劣势 2	劣势 3	劣势 4
劣势 1				
劣势 2				
劣势 3				
劣势 4				

寨脚村对机会因素和威胁因素反应程度的评分

请各位专家从寨脚村的实际情况出发，就寨脚村的机会因素和威胁因素的反应程度进行评分，并把评分填入对应的评分表中。机会因素和威胁因素的反应程度的评分标准分别见表附录-6 和表附录-7。感谢您在百忙中给予的帮助和支持！

表附录-6 寨脚村对机会因素反应程度的评分标准

1	2	3	4	5
特差	较差	中等	较好	特好

说明：“特好”表明以寨脚村当前的情况能很好的抓住该机会，反之，“特差”表明寨脚村根本抓不住该机会。

表附录-7 寨脚村对威胁因素反应程度的评分标准

1	2	3	4	5
特差	较差	中等	较好	特好

说明：“特好”表明以寨脚村当前的情况能很好的规避威胁，反之，“特差”表明寨脚村根本无法规避该威胁。

表附录-8 机会因素的反应程度评分表

反应程度评分	机会 1	机会 2	机会 3	机会 4
--------	------	------	------	------

表附录-9 威胁因素的反应程度评分表

反应程度评分	威胁 1	威胁 2	威胁 3	威胁 4
--------	------	------	------	------

优势因素和劣势因素程度的评分

请各位专家从寨脚村的实际情况出发，就图附录-1 中的优势因素和劣势因素的程度进行评分，并把评分填入对应的评分表中。优势因素和劣势因素程度的评分标准见表附录-10。感谢您在百忙中给予的帮助和支持

表附录-10 优势因素或劣势因素的评分标准

1	2	3	4	5
特小	较小	中等	较大	特大

表附录-11 优势因素的程度评分表

反应程度评分	优势 1	优势 2	优势 3	优势 4
--------	------	------	------	------

表附录-12 劣势因素的程度评分表

反应程度评分	劣势 1	劣势 2	劣势 3	劣势 4
--------	------	------	------	------

表附录 13 专家填表的判断依据(请打√)

判断依据	专家自我评价		
	大	中	小
理论知识			
实践经验			
参考国内外资料			
个人直觉			

表附录 14 专家对调查内容的熟悉程度(请打√)

熟悉程度	很熟悉	比较熟悉	一般	较不熟悉	很不熟悉
专家自评					

说明：很熟悉、比较熟悉、一般、较不熟悉、很不熟悉，分别赋值 1.0、0.8、0.5、0.2、和 0。

再一次感谢您在百忙中给予的帮助和支持



个人简历

姓 名	原嫫
出生日期	2001 年 02 月 09 日
出 生 地	广西
教育背景	本科：广西财经学院 专业：市场营销，2018 学年 硕士：泰国兰实大学 专业：工商管理，2023 学年
联系地址	广西桂平市西山镇长安工业区
邮 箱	1296919796@qq.com

