

游客感知视角下休闲农业开发路径研究——以云南省红河哈尼梯田为例

么昀兵*

南开大学外国语学院 天津

【摘要】本文以世界文化遗产地红河哈尼梯田为核心案例，聚焦游客对梯田休闲农业的多维度感知特征，探索云南省红河哈尼梯田休闲农业的开发路径，以提升农旅融合效果，丰富文旅乡村开发视角、激活地区发展活力。基于游客感知价值理论，采用文献分析法梳理研究基础，结合 SWOT 模型分析哈尼梯田休闲农业发展条件的优势、劣势、机遇、威胁，并构建包含四大维度的游客感知框架，主要划分为旅游资源和环境感知、服务和产品感知、情感和心理感知、社会影响感知四大维度。研究发现，哈尼梯田休闲农业开发需统筹四大感知维度：强化生态保护与景观美学设计；深化文化传承与体验活动，如农耕实践、民俗表演；推动社区参与及利益共享机制；优化特色服务与产品供给；加强品牌建设 with 可持续旅游实践。该路径可为同类农业文化遗产地的休闲农业开发提供理论参考与实践范式。

【关键词】哈尼梯田；SWOT 分析；游客感知；休闲农业；开发路径

【收稿日期】2025 年 7 月 14 日 **【出刊日期】**2025 年 8 月 15 日 **【DOI】**10.12208/j.ssr.20250307

Research on the development path of leisure agriculture from the perspective of tourist perception—a case study of the Honghe Hani Rice Terraces in Yunnan province

Yunbing Yao*

Nankai University, School of Foreign Studies, Tianjin

【Abstract】 This study takes the World Cultural Heritage site, the Honghe Hani Rice Terraces, as a core case study, focusing on tourists' multidimensional perceptions of terrace-based leisure agriculture. It explores development paths for leisure agriculture in the Honghe region of Yunnan Province, aiming to enhance the integration of agriculture and tourism, enrich the perspective of cultural and rural tourism development, and stimulate regional vitality. Based on the theory of perceived value, the study employs literature analysis and the SWOT model to examine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of developing leisure agriculture in the Hani terraces. It constructs a perception framework with four key dimensions: perception of tourism resources and environment, perception of services and products, emotional and psychological perception, and perception of social impact. The study finds that developing leisure agriculture in the Hani terraces requires an integrated approach: strengthening ecological protection and landscape aesthetics; deepening cultural heritage and experiential activities such as farming practices and folk performances; promoting community participation and benefit-sharing mechanisms; optimizing the supply of distinctive services and products; and enhancing brand building and sustainable tourism practices. This development path may offer theoretical reference and practical paradigms for similar agricultural cultural heritage sites.

【Keywords】 Hani Rice Terraces; SWOT analysis; Tourist perception; Leisure agriculture; Development path

随着乡村振兴战略的深入实施，休闲农业作为农旅融合理念的一种具体表现形式，对于释放县域经济增长潜力、实现资源优化配置、提升经济发展韧性具有重要意义^[1]。受悠久的生态模型和深层农耕文明底蕴支

撑，我国云南省红河哈尼梯田休闲农业发展路径开发具备良好基础^[2]。更好地挖掘、保护哈尼梯田休闲农业资源有助于改善周边乡村产业结构、解决发展困境。20 世纪 90 年代以来，感知价值作为竞争优势的新源泉，

*通讯作者：么昀兵

开始广泛应用于市场资源开发过程中。黄颖华和黄福才首次界定了“游客感知价值”概念,并以内地居民“香港游”为例,开发了目的地游客感知价值测评量表^[3]。耿佃梅基于游客感知视角,对乡村旅游的景观环境设计与规划提出了政策性建议^[4]。现有对哈尼梯田休闲农业开发的研究多聚焦于资源配置,较少结合游客在旅游过程中对目的地、旅游产品或服务、环境以及整个旅游体验的心理认知和情感反应进行分析。本文结合已有数据和研究成果,基于游客感知价值理论,探讨哈尼梯田休闲农业开发路径,以期为该地区休闲农业开发与文旅乡村发展提供参考。

1 红河哈尼梯田休闲农业现状 SWOT 分析

红河哈尼梯田作为世界文化遗产地,具备优越的生态条件和独特的农耕文化,有开发高水平休闲农业项目的天然优势。而普遍观点认为,梯田旅游开发仍处于初级阶段,有潜力成为云南省经济新的增长极目标^[5]。SWOT 分析模型作为一种常用战略规划工具,可以有效用于整合评估红河哈尼梯田休闲农业的现状和未来发展潜力,识别影响开发战略制定的关键因素。

1.1 内在优势

一是丰富的文化遗产和自然景观。红河哈尼梯田作为世界文化遗产,拥有独特的农业生态系统和丰富的生物多样性,这为发展休闲农业提供了独特的资源。二是传统农耕文化的保护与传承。哈尼梯田不仅是农业生产的场所,也是哈尼族文化的重要组成部分。这种文化的传承为休闲农业增添了文化深度。三是生态旅游的潜力。随着生态文明建设的推进,越来越多的游客对生态旅游感兴趣,哈尼梯田的自然美景和文化特色吸引了大量国内外游客^[6-7]。

1.2 内在劣势

尽管有潜力,但目前哈尼梯田地区的基础设施如交通、住宿等仍不完善,服务水平和专业人才不足,对外宣传和市场认知度也有待提高。由于气候原因,哈尼梯田主要种植水稻,每年只有一季,使得休闲农业活动受到严重的季节性限制^[2]。在推动经济发展的同时,如何平衡对这一珍贵文化遗产和生态环境的保护与开发也是一个挑战^[8]。

1.3 外部机遇

随着人们生活水平的提高和对健康生活方式的追求,国内外对生态旅游和文化体验的需求日益增长,为哈尼梯田带来了新的发展机遇^[7]。国家和地方政府对农业文化遗产地的支持力度加大,提出了“三产”融合发展的政策,为哈尼梯田的休闲农业发展提供了政策保

障和财政补贴^[9]。现代科技的应用可以提高农业生产效率,同时通过数字化手段提升营销和服务质量,如使用 VR 技术展示梯田美景等^[8]。

1.4 外部威胁

一是社会文化变迁。随着社会的快速发展,年轻一代可能对传统文化的兴趣减少,这可能影响到传统农耕文化旅游项目的吸引力。二是市场竞争变动。随着全球旅游业的发展,其他地区的休闲农业项目也在不断涌现,这对哈尼梯田构成了竞争压力^[6]。此外,全球经济波动对旅游消费的影响、气候环境变化和自然灾害对休闲农业的影响也可能成为开发梯田休闲农业的潜在威胁。

2 游客感知价值理论及其对休闲农业开发的作用

游客感知价值是指游客在旅游过程中对目的地、旅游产品或服务、环境以及整个旅游体验的心理认知和情感反应,这种感知是基于游客对旅游体验的期望与实际获得的体验之间的比较^[3]。通常包括审美感知、文化感知、体验感知、服务质量感知、价值感知、便利性感知、安全感知、环境感知、情感感知、社会感知等诸多维度。游客感知价值的概念强调了游客体验的重要性,促使旅游服务提供主体不断地从游客的角度出发;在竞争激烈的旅游市场中,能够提供高感知价值的企业往往能够获得竞争优势。

在休闲农业开发过程中,关注游客感知有助于休闲农业更好地满足市场需求,提升游客体验,实现经济、社会和环境的可持续发展。一方面,游客感知直接影响满意度。通过了解游客的需求和期望,休闲农业经营者能够进行更准确的市场定位、开发满足特定游客群体偏好的产品;有助于发现现有产品和服务的不足,为创新提供方向,使休闲农业更加多样化和个性化;可以帮助休闲农业经营者识别和预防潜在的风险,如安全问题、环境破坏等,及时采取措施减少负面影响。另一方面,积极的游客感知能够增强游客对休闲农业目的地的忠诚度,促使他们成为回头客,为休闲农业经营主体提供终生价值,并通过口碑推荐吸引新游客,从而提高项目整体的经济效益;有助于休闲农业目的地建立和提升品牌形象,增强目的地的市场竞争力。

此外,游客感知对提升社会福祉也具有积极作用:游客对环境和生态的感知可以推动休闲农业采取更加可持续的经营方式,保护自然资源和文化遗产;可以促进文化交流和理解,休闲农业作为文化展示的窗口,有助于传承和弘扬地方文化;有助于评估休闲农业对当地社区的影响,确保旅游发展与社区利益相协调,促进

社区经济和社会发展；政府和相关部门可以根据游客感知的研究成果，制定更加科学合理的政策和规划，促进休闲农业的健康发展。

3 红河哈尼梯田休闲农业游客感知维度分析

从游客感知视角分析红河哈尼梯田休闲农业的开发路径，需要综合考虑游客的需求、期望、体验和满意度，以及他们对旅游目的地的整体感知。依据游客感知价值理论，结合哈尼梯田休闲农业发展现状，将哈尼梯田休闲农业开发中涉及的关键游客感知因素分为四大维度和十二个二级维度。

表1 哈尼梯田休闲农业游客感知维度

哈尼梯田休闲农业游客感知维度	
旅游资源和环境感知	景观美学感知
	生态与环境感知
	服务质量感知
服务和产品感知	便利性与可达性
	产品与服务创新
	安全与健康感知
	文化价值感知
情感和心里感知	参与性和体验性
	社区参与与利益共享
社会影响感知	可持续旅游发展
	政策法规
	品牌建设市场营销

3.1 旅游资源和环境感知

从旅游资源和环境感知的角度来看，哈尼梯田以其壮丽的自然景观为游客带来强烈视觉冲击，游客能够感受到梯田随着山势起伏所展现出的曲线美和层次感。梯田生态系统展现了人与自然和谐共生的智慧，森林、村寨、梯田、水系“四素同构”的循环农业生态系统给游客带来了生态美学的享受。哈尼族的传统村落和特色建筑，如“蘑菇房”，也为游客提供了独特的村落景观美学体验^[10]。

休闲农业开发中可以通过景观设计和农业活动提升游客的视觉享受。例如，合理规划梯田的种植模式和作物种类，通过色彩和形状的对比，增强景观的视觉效果；利用自然光影的变化，如日出日落、云雾缭绕，创造独特的光影效果，提升景观的神秘感和吸引力；在关键位置设置观景台或步道，提供不同的视角和视点，让游客能够从不同角度欣赏梯田美景；通过艺术装置或

地方艺术形式的介入，如反映哈尼族文化形象的雕塑、壁画等，增加景观的艺术性和创意性^[4]。

将休闲农业活动与生态保护相结合，提升游客对梯田依山而建、森林涵养水源等自然循环的生态环境感知。在休闲农业和乡村旅游中加入环保教育环节，通过游客引导服务提高全民环保意识，树立可持续发展的环境观。如通过环境解说系统、指示牌、导览手册等方式，向游客传达哈尼梯田的生态价值和保护意义。

3.2 服务和产品感知

从服务和产品感知的角度来看，游客对哈尼梯田旅游服务、旅游产品的感知是影响其旅游体验的重要因素。研究表明，游客对旅游硬件服务与满意度之间不存在必然联系，而少数民族农业旅游地自然风光、乡村风貌、民族风情等主题特色的保持与挖掘是吸引旅游者的关键因素。这意味着在休闲农业开发中，应注重提供具有地方特色的服务和产品，以满足游客的需求^[11]。

从服务和产品感知出发，要首先在开发中考虑哈尼梯田休闲农业的游客市场细分。游客对旅游消费的合理性和价值有自我评估，他们倾向于认为在哈尼梯田的旅游体验与其经济投入相匹配^[3]。从人口统计数据、行为因素、旅行目的、参与度等方面进行细分，并设计个性化的休闲农业体验套餐、路线，如私人定制旅游、主题旅游（如生态旅游、文化体验旅游等）。设计教育性项目和工作坊，如生态保护研讨会、农耕文化课程，吸引对环境和文化教育感兴趣的游客。在基础服务方面，可以结合哈尼族文化特色，提供多样化的住宿选择，如民宿、生态旅馆、帐篷营地等；开发特色商品，如手工艺品、有机农产品、地方特色美食等；利用哈尼梯田的自然资源，开发健康养生旅游产品，如瑜伽静修、自然疗法等。此外，要长期、动态获取和监控游客反馈，提前规划定期进行服务人员标准化培训，检查交通可达性与数字化信息准确性、实时性。

3.3 情感和心里感知

从情感和心里感知的角度来看，游客对哈尼梯田的情感和心里感知也是其旅游体验的重要组成部分。哈尼梯田作为人与自然融合的产物，不仅体现了哈尼人利用自然、顺应自然、妙造自然、神化自然的思想，还通过仪式活动传承和延续了哈尼梯田文化^[11]。这种深厚的文化底蕴和独特的文化体验能够激发游客的情感共鸣，增强其对哈尼梯田的正面感知^[3]。

在哈尼梯田休闲农业开发中，更多设计农耕体验、手工艺体验、民俗表演等活动，如组织游客参与哈尼梯田的农耕活动，如插秧、收割、稻鱼鸭共生系统管理；

提供哈尼族传统手工艺体验,如编织、染布、制作民族服饰和饰品等。设计传统村落导览线路,引导游客参观哈尼族传统村落,介绍村落的建筑风格、生活方式和社会组织;在哈尼族的传统节日期间,邀请游客参加庆典活动,如长街宴、祭祀活动等,让游客感受哈尼族的节日氛围。还可利用数字化手段,如虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术,从视觉、听觉、触觉、味觉等多维度刺激感官体验,增强游客的沉浸感和故事化体验。

3.4 社会影响感知

游客对哈尼梯田的社会文化影响感知也对其旅游体验产生影响。从社区参与与利益共享角度来看,游客通过旅游体验,对不同文化之间的交流和理解有更深入的认识。游客对与当地社区的互动和参与等跨文化交流表现出积极的态度,这种参与感提升了他们对旅游目的地整体感知。出于高级需求层次考虑,游客对旅游活动对当地环境的影响也有所感知。他们支持可持续旅游实践,希望旅游发展不会破坏文化遗产和生态环境,对环境保护、社区参与和经济效益的平衡可持续发展实践也有较高的期待^[1]。

开发中首先要研究相关政策和法规如何支持休闲农业的发展,确保旅游活动的合法性和规范性。其次,应着重鼓励当地社区参与旅游活动的组织和运营,让游客与当地居民直接交流,了解他们的生活方式;支持对哈尼族梯田农耕文化的研究,出版相关书籍和多媒体资料,供游客和研究人员参考。

品牌建设和营销也是优化社会影响感知体验的重要手段。与旅游企业、旅行社、在线平台等建立合作伙伴关系,建立和维护一个强有力的品牌形象,强调哈尼梯田的自然美景、文化深度和休闲农业的特色。培养一批对哈尼梯田有深刻了解和热爱的品牌大使,包括当地居民、旅游从业者和游客,通过口碑推广哈尼梯田休闲农业项目。还可利用哈尼梯田的历史和文化故事进行营销,创建情感联系,提高游客的感知价值和品牌忠诚度。通过包括社交媒体、旅游网站、博客和旅游展会等传统媒体和新媒体进行多渠道营销宣传;参与国际文化交流活动,提升哈尼梯田的国际知名度,吸引更多国际游客。

4 结论与展望

本研究通过文献分析和SWOT分析整合评估了红河哈尼梯田休闲农业的现状和未来发展潜力,并基于游客感知价值理论,将云南红河哈尼梯田休闲农业开发的关键影响因素划分为旅游资源和环境感知、服务

和产品感知、情感和心理感知、社会影响感知四大维度,并细分了十二个二级维度。

在哈尼梯田休闲农业开发中关注游客感知价值,综合考虑游客的需求、期望、体验、满意度和整体感知,是“以人为本”的发展理念的具体体现,有利于更大程度提升乡村农旅融合效果。哈尼梯田休闲农业开发路径建议可以整合为以下几个方面:(1)生态保护与景观设计。保护哈尼梯田的自然景观和生态系统,同时通过合理规划梯田的种植模式和作物种类,增强景观的视觉效果和观赏体验。(2)文化遗产与体验活动。鼓励开发农耕体验、手工艺体验和民俗表演等活动,增强游客的情感共鸣和文化体验。(3)社区参与与利益共享。支持当地社区参与旅游活动的组织和运营,促进游客与当地居民的直接交流。(4)服务与产品开发。明确市场细分,鼓励提供具有地方特色的服务和产品,满足游客的个性化需求。(5)品牌建设与营销推广。建立和维护哈尼梯田的品牌形象,并提高游客的感知价值和品牌忠诚度;参与国际文化交流活动,提升哈尼梯田的国际知名度。(6)可持续旅游实践。鼓励游客支持可持续旅游实践,平衡环境保护、社区参与和经济效益,实现哈尼梯田的可持续发展。

研究目前探讨的云南红河哈尼梯田休闲农业开发路径,主要参考的是引入和应用新理论后,对已有研究结论的进一步分析,尚缺乏即时、动态的游客感知价值洞察数据支撑,可能具有一定滞后性。未来可以通过问卷调查、访谈和民族志研究等方法收集数据,并通过探索性因子分析方法,进一步优化哈尼梯田休闲农业开发游客感知维度细分,并为开发决策评估提供可测量、可量化的指标模型参考。

参考文献

- [1] 蔡紫阳,晁伟鹏.休闲农业和乡村旅游助推乡村振兴的路径探究[J].山西农经,2024,(02):135-137.
- [2] 邵凯欣,王鹏程,秦桂芬.乡村振兴背景下文旅乡村发展分析:以哈尼梯田周边乡村为例[J].山西农,2023,(23):103-105.
- [3] 黄颖华,黄福才.旅游者感知价值模型、测度与实证研究[J].旅游学刊,2007,(08):42-47.
- [4] 耿佃梅.游客感知视角下的乡村休闲旅游发展路径研究[J].四川民族学院学报,2021,30(01):71-75.
- [5] 角媛梅,张丹丹.全球重要农业文化遗产:云南红河哈尼梯田研究进展与展望[J].云南地理环境研究,2011,23(05):

- 1-6+12.
- [6] 张永勋,闵庆文,李先德.红河哈尼稻作梯田旅游资源价值空间差异评价[J].中国生态农业学报,2018,26(07):971-979.
- [7] 张娟,陈凡,角媛梅,等.哈尼梯田区不同旅游模式村寨土地利用变化对生态系统服务与人类福利的影响[J].生态学报,2020,40(15):5179-5189.
- [8] 朱晓辉,魏彬.基于生态理念视角的红河哈尼梯田旅游开发对策研究[J].旅游研究,2012,4(03):7-11.
- [9] 张永勋,闵庆文,徐明,等.农业文化遗产地“三产”融合度评价——以云南红河哈尼稻作梯田系统为例[J].自然资源学报,2019,34(01):116-127.
- [10] 张永勋,闵庆文,焦雯璐,等.哈尼梯田农业文化遗产价值分析及保护模式探索(英文)[J].Journal of Resources and Ecology,2016,7(03):197-204.
- [11] 杨申宣,曹甜甜.以梯田为依托践行哈尼族和谐生态价值观[J].农业考古,2013,(01):282-285.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS