西北农林科技大学

思想政治理论课暑期社会实践报告

水畈村生态茶叶与农文旅融合赋能乡村振兴的路径研究

学　　院　语言文化学院

班　　级　汉教 2401 班

姓　　名　陈一凡

学　　号　2024015412

指导教师　武春芳

考试成绩 _____

目录

1 绪论 5
1.1 研究背景 5
1.2 相关研究述评 6
1.2.1 国外相关研究脉络与核心观点 6
1.2.2 国内相关研究进展与评析 6
1.2.3 现有研究局限与本研究补充价值 7
1.3 研究目的 7
1.4 研究方法 8
1.4.1 问卷调查法 8
1.4.2 深度访谈法 8
1.4.3 实地踏勘法 8
1.4.4 案例分析法 9
1.5 研究内容 9
1.6 创新点与不足 9
1.6.1 创新点 9
1.6.2 不足 10
2 核心概念界定与理论基础 10
2.1 核心概念界定 10
2.1.1 生态茶产业 10
2.1.2 农文旅融合 10
2.1.3 乡村振兴 11
2.2 相关理论基础 11
2.2.1 产业融合理论：分析融合的前提条件 11
2.2.2 “两山”转化理论：分析融合的价值逻辑 11
2.2.3 体验经济理论：分析融合的业态方向 12
2.2.4 文化资本理论：分析融合的核心竞争力 12
2.2.5 乡村可持续发展理论：分析融合的边界约束 12
3 水畈村农文旅融合的实践路径 12
3.1 融合发展基础条件 12
3.2 农业为基：生态茶园由单一生产空间转向复合体验空间 14
3.2.1 茶园标准化提质，筑牢农旅融合硬件基底 14
3.2.2 农事体验场景叠加，推动生产空间向体验空间转型 15
3.2.3 生态种植可视化，实现生态资本向文旅价值转化 15
3.3 文化铸魂：非遗技艺与民间传说嵌入产业链的赋能路径 16
3.3.1 非遗工坊活态展演，激活身体化文化资本 16
3.3.2 民俗传说 IP 化塑造，落地客观化文化资本 17
3.3.3 茶文化课程体系搭建，实现文化资本长效增值 18
3.4 旅游活化：多元文旅资源串联与业态联动路径 18
3.4.1 红色资源场景化开发，丰富茶旅融合内容体系 19
3.4.2 山水地质资源盘活，形成业态错峰互补格局 19
3.4.3 村集体初步统筹对接，搭建浅层联动运营框架 20
4 水畈村农文旅融合发展的成效 20
4.1 调研设计与数据基础 20
4.1.1 调研框架与问卷设计 20
4.1.2 样本采集与结构特征 21
4.2 生态茶产业发展成效分析 21
4.2.1 绿色种植技术全域普及 21
4.2.2 智慧茶园建设获得普遍认可 22
4.2.3 茶叶品质获得高度市场认同 23
4.3 农文旅融合价值与成效量化分析 23
4.3.1 红绿融合模式市场认可度高 23
4.3.2 产业融合带动村民增收就业效果明显 24
4.3.3 非遗茶文化赋能价值获得广泛认同 25
4.4 茶文旅融合发展制约因素融合 25

4.5 量化分析结论 26
5 水畈村农文旅融合发展困境及成因分析 27
5.1 基础配套支撑滞后，文旅承载能力不足 27
5.1.1 文旅专项配套设施缺失 27
5.1.2 食宿接待服务品质偏低 28
5.1.3 配套滞后的深层成因 28
5.2 产业融合层次浅层化，资源联动效能薄弱 28
5.2.1 业态融合流于表面，缺乏深度耦合 28
5.2.2 文化资源转化不足，产品同质化凸显 28
5.2.3 浅层融合的深层成因 28
5.3 品牌营销体系不完善，市场辐射能力有限 29
5.3.1 品牌影响力局限，IP 赋能不足 29
5.3.2 营销模式单一，新媒体运营滞后 29
5.3.3 品牌营销滞后的深层成因 29
5.4 专业人才体系匮乏，内生发展动力不足 30
5.4.1 高端运营策划人才缺失 30
5.4.2 基层服务人才专业化不足 30
5.4.3 人才匮乏的深层成因 30
5.5 利益联结机制松散，联农带农效能偏弱 30
5.5.1 村民参与渠道单一，收益分配不均 30
5.5.2 集体统筹赋能不足，协同发展格局未成型 30
5.5.3 利益机制不完善的深层成因 31
6 水畈村农文旅融合高质量发展的建议 31
6.1 补齐基础配套短板，筑牢文旅承载硬件根基 31
6.1.1 完善专项文旅配套设施，优化游览体验场景 31
6.1.2 标准化升级食宿服务体系，提升接待品质 31
6.1.3 多元拓宽投入渠道，保障配套长效运维 32
6.2 深化全域业态融合，构建多维共生产业体系 32
6.2.1 统筹全域资源线路，打造一体化游览体系 32
6.2.2 深挖文化资本内涵，创新特色文旅产品 32
6.2.3 分层培育多元业态，延伸产业消费链条 32
6.3 优化品牌营销体系，拓宽市场辐射传播边界 33
6.3.1 统一品牌 IP 体系，强化差异化标识 33
6.3.2 搭建新媒体矩阵，创新线上营销模式 33
6.3.3 深化跨界联动推广，拓宽客源市场 33
6.4 构建人才培育体系，激活乡村内生发展动力 34
6.4.1 精准引进外部专业人才 34
6.4.2 系统化培育本土人才队伍 34
6.4.3 建立人才长效激励机制 34
6.5 完善联农带农机制，夯实富民振兴根基 34
6.5.1 拓宽农户多元参与渠道 34
6.5.2 构建均衡收益分配体系 35
6.5.3 强化村集体统筹赋能作用 35
7 研究结论与展望 35
7.1 研究结论 35
7.11 融合路径已经搭建 35
7.12 融合成效初步显现 36
7.13 融合层次仍然较浅 36
7.2 实践启示 36
7.3 研究展望 37
7.4 结语 37
参考文献 38
附录 39
附录 1： 调查日志 39
附录 2： 调查问卷 39
附录 3： 访谈记录 42

生态茶叶与农文旅融合赋能乡村振兴的路径研究

——基于岳西县水畈村的实证调研

调研时间：2025 年 7 月 29 日～8 月 4 日

调研地点：安徽省安庆市岳西县水畈村

摘要

本文以安徽省岳西县水畈村为案例，采用问卷调查、深度访谈与实地踏勘方法，考察该村生态茶叶与农文旅融合发展路径。研究发现，水畈村依托 2240 亩生态茶园，以非遗炒青技艺与“六仙女授茶”传说为文化内核，串联红军洞、天仙河等多元资源，初步形成“农业为基、文化铸魂、旅游活化”的三元融合路径，在产业增效、就业增收与文化认同方面取得显著成效，但仍处于初级浅层融合阶段，面临配套、运营、品牌、人才四重制约。本文据此提出优化对策，为大别山同类山区茶村提供实践参考。

关键词： 生态茶叶；农文旅融合；乡村振兴；水畈村；非遗文化

Abstract

Taking Shuifan Village in Yuexi County, Anhui Province as a case study, this paper employs questionnaire surveys, in-depth interviews, and field investigations to examine the integration pathway of ecological tea industry with agriculture, culture and tourism. The findings reveal that Shuifan Village,依托其 2240 mu of ecological tea gardens, with intangible cultural heritage stir-frying techniques and the folk legend of “Six Fairy Maidens Teaching Tea” as its cultural core, and integrating diverse resources including the Red Army Cave and Tianxian River, has preliminarily formed a ternary integration pathway characterized by “agriculture as the foundation, culture as the soul, and tourism as the activator.” Significant achievements have been made in industrial efficiency enhancement, employment generation, and cultural identity, yet the village remains at a primary and shallow integration stage, facing four major constraints in infrastructure, operation, branding, and talent. This paper proposes targeted optimization strategies, aiming to provide practical references for similar mountainous tea villages in the Dabie Mountains region.

Keywords: Ecological Tea Industry; Agriculture-Culture-Tourism Integration; Rural Revitalization; Shuifan Village; Intangible Cultural Heritage

1 绪论

1.1 研究背景

党的二十大报告明确提出：“全面推进乡村振兴，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴”，同时强调“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展”[1]。2024 年 1 月，中共中央、国务院印发《乡村全面振兴规划(2024—2027 年）》，提出“乡村产业更加兴旺，实现乡村产业全链条升级”的目标[2]。乡村振兴的核心根基在于产业兴旺，而依托本土特色资源做好“土特产”文章、推动农文旅融合，是激活乡村内生动力、实现宜居宜业和美乡村建设的关键路径。

在此宏观背景之下，生态茶叶作为极具价值的乡土农业资源，是众多农村地区可以利用并转化发展的禀赋优势。2021 年 3 月，习近平总书记在福建南平武夷山燕子窠生态茶园考察时强调：“要统筹做好茶文化、茶产业、茶科技这篇大文章，坚持绿色发展方向，强化品牌意识，优化营销流通环境，打牢乡村振兴的产业基础。”[3]这一重要论述为山区茶村依托特色茶叶资源、走生态茶叶与农旅融合发展道路提供了根本遵循。

然而，单一茶叶种植产业存在明显的发展瓶颈：产业链局限于初级茶叶售卖，附加值偏低；众多村落坐拥山水、非遗、茶文化资源，但大多分散闲置，未能与茶产业联动转化经济收益；文旅配套、品牌运营、专业人才等发展要素供给不足；手工制茶技艺收益有限，青年传承意愿薄弱，乡土茶文化挖掘浅层化。产业门类单一、产业链条较短、经营主体活力不足和效益不高等问题，制约着乡村产业的高质量发展。

在此背景下，推动生态茶叶、乡村文旅、非遗茶文化深度融合成为破解发展困境的必然选择。对茶叶产业而言，农旅融合能够拓展茶园观光、采茶制茶体验、茶文化研学等新业态，延伸产业链、提升产品文化溢价；对乡村文旅而言，万亩生态茶园是独一无二的特色景观基底，非遗炒青、本土茶俗、乡土故事为乡村旅游注入差异化文化内核；对乡村振兴全局而言，“茶—旅—文”融合模式能够同步带动产业、生态、文化、人才多维振兴，拓宽农户就业增收渠道，壮大村集体经济，活化乡土文化。

1.2 相关研究述评

产业融合是本文核心理论基底，国外学界围绕该理论形成了成熟研究脉络，

国内学者则结合乡村振兴、茶产业、非遗文旅场景展开本土化拓展，本节系统梳理已有成果、客观评析现有研究存在的局限，并顺理成章阐明本研究的补充价值。

1.2.1 国外相关研究脉络与核心观点

产业融合概念最早由美国学者罗森伯格基于技术融合视角提出，后续 Greenstein & Khanna 进一步界定产业融合是产业边界消解、业态交叉共生的发展过程[4]，为农文旅跨界发展搭建基础理论框架。日本学者今村奈良臣于 20 世纪 90 年代提出“第六产业”理论，主张农业向加工、观光服务业延伸，依靠一二三产业乘数效应提升农户收益[5]，成为东亚乡村产业融合研究的核心参照体系。欧美学者侧重规模化休闲农庄、庄园茶园的文旅开发研究，Streifeneder 通过欧洲休闲农业案例证实农事体验、茶园观光能够拓宽乡村就业渠道[6]；日韩茶领域学者聚焦茶园休闲农业，重点分析景观农事对农户增收的带动作用，但整体研究场景以规模化标准化农场为主，缺少我国山区小型村落、红色文化叠加手工非遗制茶的复合发展样本。

同时国外研究存在明显适配局限：其一，国外乡村治理主体、非遗保护制度与国内和美乡村、村级集体经济运营模式差异较大，其庄园式融合模式难以直接移植至国内山地小型茶村；其二，国外研究多将农业、旅游、民俗文化分开展开讨论，极少同步分析三者在同一行政村内部双向赋能的微观互动机制，对小尺度村庄内部资源统筹、多元主体协作的现实矛盾关照不足。

1.2.2 国内相关研究进展与评析

国内研究围绕农文旅融合、茶旅一体化、非遗活化三大方向持续深耕，形成多层级研究成果。第一，农文旅融合赋能乡村振兴宏观研究。吕宛青等提出农文旅融合需从产业、区域、媒介、治理四大维度突破，构建农业为基底、文化为内核、旅游为载体的发展新格局，强调村集体统筹资源、多元主体协同参与的重要价值[7]；尚旭东指出当前全国乡村文旅普遍存在同质化建设、资源简单物理叠加的问题，多数村镇仅完成观光业态基础搭建，缺少深度沉浸式体验与长效运营机制[8]；宋瑞从社科理论视角提出“龙头企业 + 村集体 + 农户”协同运营模式[9]，但现有宏观成果多聚焦省市、县域顶层规划，下沉至单一行政村、完整呈现融合落地全过程的微观实证分析偏少，对村庄层面政策落地、资源整合的实操逻辑挖掘不足。

第二，茶旅融合专项实证研究。易开刚、李解语构建茶旅融合互动模型，证实茶园观光能够延伸茶叶价值链、提升产品文化溢价[10]；汤惠铃等从新质生产力视角分析茶、旅双向赋能逻辑，指出当前茶旅普遍存在产业链短、业态单一、要素错配等短板[11]；现有案例多选取西湖龙井、武夷岩茶等大型知名茶区，安徽本地研究多聚焦黄山、六安县域整体茶产业规划，针对大别山村级尺度，同步整合

生态茶园、红色研学、手工非遗炒青三类资源的复合型案例研究相对稀缺，多数文献仅单独分析茶园观光，忽略非遗技艺、红色资源对茶产业的差异化赋能作用。

第三，非遗活化与乡村旅游交叉研究。瞿华、罗静梳理国内非遗文旅研究脉络，指出学界普遍认可民俗手工艺塑造旅游独特竞争力，但现有成果存在板块割裂问题：多数文献要么单独讨论非遗传承困境，要么仅分析乡村观光开发，较少将生态农业、手工非遗、乡村旅游置于同一村庄场域，系统剖析三者相互支撑、彼此反哺的内在关系；同时现有茶旅、非遗研究多以定性描述为主，依托问卷量化分析融合成效、村民真实感知的实证成果偏少，对策建议缺少基层一手数据支撑，难以贴合普通茶村真实发展诉求[12]。

1.2.3 现有研究局限与本研究补充价值

综合梳理国内外文献可以发现，当前学界已搭建起产业融合、茶旅发展、非遗活化的基础研究体系，为本研究提供充足理论支撑，但现有成果仍存在三处可完善的研究局限，也构成本文核心补充价值：一是研究场景单一化，现有案例多为单一资源型村落，缺少同步集聚规模化生态茶园、本土手工炒青非遗、红色研学、山地地质景观的复合型山区茶村案例，“茶业打底、文旅塑形、文化铸魂”多元叠加的村级融合实践逻辑有待细化补充；二是研究尺度偏宏观，多数文献聚焦省、县域产业规划，缺少从村支书、非遗传承人、普通茶农多元微观主体视角，完整还原政策落地、资源分步开发、IP 运营全流程，对村级资源分散、人才流失、配套短板等基层现实矛盾分析不够细致；三是研究方法偏定性，现有茶旅、非遗研究多依靠访谈与文字描述，较少结合标准化问卷量化分析融合带来的增收、文化认同实际成效，难以直观印证各类融合举措对村民的真实影响。

基于以上现有研究可完善之处，本文选取岳西县水畈村作为微观实证样本，结合问卷量化数据、半结构化深度访谈、全域实地踏勘三类一手资料，完整拆解山区茶村三元融合实践路径，量化评估融合综合成效，同步剖析发展瓶颈与内在成因，丰富大别山复合型茶村的实证案例，试为现有研究贡献力量。

1.3 研究目的

理论层面，当前学界关于农文旅融合赋能乡村振兴的研究多集中于宏观政策解读与典型案例概述，对山区茶村“茶叶种植—旅游开发—文化活化”三产联动的内在机制缺乏深入的实证分析。本研究以岳西县水畈村为实证样本，系统剖析生态茶叶与农文旅融合发展的现实基础、实践路径与内在逻辑，有助于丰富产业融合理论在乡村特色产业领域的应用研究，为同类资源禀赋村落的振兴路径选择提供理论参照。

实践层面，水畈村是安徽省和美乡村精品示范村、国家级生态村，其 2240

亩高标准生态茶园建设、红绿文旅资源统筹开发、非遗炒青技艺活化等实践，在大别山山区茶村中具有较强的代表性。通过系统梳理其茶旅融合的成效与短板，提出针对性优化对策，为大别山同类山区茶乡依托特色农业资源推进农文旅融合、全面落实乡村振兴战略提供可复制、可推广的实践参考。

1.4 研究方法

为全面、客观获取岳西县水畈村农文旅融合发展一手资料，本次调研融合定量统计与质性记录思路，综合运用问卷调查、半结构化深度访谈、全域实地踏勘、案例分析四类研究方法，多维度交叉验证调研信息，提升分析结论真实度与可信度。

1.4.1 问卷调查法

结合本村茶园建设、文旅开发、非遗活化现实设计标准化问卷，内容涵盖生态种植普及情况、红绿文旅认知程度、茶文化价值感知、农户增收体验、现存发展痛点与优化政策诉求六大模块；调研分层覆盖茶农、普通村民、村级干部、外来游客四类群体，累计发放问卷 75 份，经筛选剔除无效作答问卷后回收有效样本 67 份，依托量化数据直观反映不同群体对茶文旅游融合的真实看法与现实期盼。

1.4.2 深度访谈法

采用针对性半结构化访谈模式，锁定两类核心关键主体开展专项交流：一是村党支部书记张跃武，重点访谈全村茶叶规模化发展历程、村集体茶文旅整体规划、集体经济增收思路；二是非遗炒青技艺传承人褚楚，围绕古法制茶流程、非遗研学运营、“六仙女”本土 IP 打造、茶产品多元拓展展开深入交流。同时随机入户走访十余户茶农、民宿经营业主与来访游客，补充收集基层一线的现实困难与发展诉求，弥补问卷数据难以体现的深层实践细节。

1.4.3 实地踏勘法

调研团队全覆盖走访村内全部核心节点，实地勘察 2240 亩标准化生态茶园，现场观测有机肥、物理防虫、水肥一体化、物联网监测等绿色数字化种植举措落地实景；全程驻点观摩非遗工坊全套手工炒青工艺流程；实地考察红军洞红色研学点、刘辉岩地质科普带、天仙河漂流、乡村民宿集中片区，直观记录文旅配套短板、各景点分散独立运营等现实问题，留存影像、文字踏勘素材作为研究佐证。

1.4.4 案例分析法

将岳西县水畈村作为复合型山区茶村典型微观案例，以本次问卷、访谈、踏勘获取的全部一手资料为基础，完整剖析该村“生态茶产业打底、多元文旅拓展、

非遗文化铸魂”的三元融合完整实践链条，系统总结当地融合发展可行经验、现存共性发展困境，提炼适配大别山同类山地茶村的发展参考范式。

四类方法相互补充、交叉印证，实现量化数据与质性实践素材有机结合，为本研究路径梳理、成效分析、问题研判、对策设计提供扎实、立体的实证支撑。

1.5 研究内容

理论层面，首先结合乡村振兴、三产融合相关政策文件，梳理茶乡农文旅发展相关国内外已有研究成果，客观评析现有研究的可完善之处，阐明本次调研的理论与实践价值，搭建整体研究逻辑框架；其次对生态茶产业、农文旅融合、非遗活态传承、和美乡村振兴等核心概念作出清晰界定，并理解产业融合、文化资本、利益相关者等理论对本研究的指导作用。

实证层面，首先，依托村干部访谈、全域实地走访资料，复盘当地茶园标准化建设、红绿文旅独立开发、非遗 IP 活化共同推动乡村经济发展的实践路径；第二，依托 67 份有效问卷开展量化分析，从产业提质、就业增收、文化认同等维度量化研判农文旅融合发展的实际成效；第三，结合调研过程中发现的现实情况，归纳配套运营、人才培养、品牌建设等发展困境，并深挖资源分治、扶持侧重失衡、本土培育缺失等内在根源；第四，匹配村庄资源基础与群众真实诉求，针对性提出一体化运营、配套升级、人才双向引育、文创与品牌拓展等落地性优化对策，总结水畈村可供大别山同类山区茶村借鉴的融合发展经验。

1.6 创新点与不足

1.6.1 创新点

本研究创新点主要体现在以下两个方面：

第一，研究视角的创新。现有农文旅融合研究多从宏观政策解读或产业经济统计切入，侧重于模式归纳与政策建议，对“融合”发生的具体过程、微观机制与内在张力关注不足。本研究以岳西县水畈村为微观个案，从村庄层面的实践逻辑出发，深入考察农业种植、旅游体验、文化赋能、三个领域在村庄场域内如何实现有机衔接与协同演进，力图呈现农文旅融合从政策文本到乡村实践的完整转化过程，弥补宏观研究对微观机制关照不足的缺口。

第二，研究内容的创新。 水畈村兼具高标准生态茶园、非遗炒青技艺与“六仙女授茶”传说、红色革命遗址与山水生态资源三类要素，形成了“茶业打底、文旅塑形、文化铸魂”的复合型融合发展格局。这种农业、文化、旅游三类资源在同一村庄场域内高度集聚、协同转化的案例具有较强的独特性与典型性。本研究对该村实践路径的系统梳理，有助于丰富同类山区茶村农文旅融合发展的实证案

例库，也为理解多要素叠加型乡村的产业振兴路径提供参考。

1.6.2 不足

本研究虽力求客观严谨，但受调研条件所限，仍存在以下不足：

第一，个案研究的代表性局限。本研究以水畈村单一村庄为实证对象，属于典型个案研究。尽管水畈村在农文旅融合发展中具有较强特色与一定代表性，但单一案例的研究结论能否推广至更大范围的山区茶村，尚需更多案例的比较研究加以验证。

第二，其他局限。受调研时间与人力所限，本次问卷样本量偏小（有效问卷67份），且调研集中于暑期一周，未能覆盖春茶采摘、秋季研学等不同季节的运营实态，对茶旅融合的全年度运行状况把握尚不充分。

2 核心概念界定与理论基础

为系统考察山区茶村农文旅融合的内在逻辑，本章首先界定生态茶产业、农文旅融合与乡村振兴三个核心概念，继而引入产业融合理论、“两山”转化理论、体验经济理论、文化资本理论与乡村可持续发展理论，构建研究的分析框架。概念界定回答“研究对象是什么”的问题，理论梳理回答“用什么视角来分析”的问题，两者共同为后续实证分析奠定学理基础。

2.1 核心概念界定

2.1.1 生态茶产业

生态茶产业是区别于传统粗放式茶叶种植的新型农业形态。其内涵可从三个维度加以理解：在生产方式上，将绿色生态理念贯穿种植、管护、加工全流程，采用有机肥还田、物理杀虫、水肥一体化等低碳管控手段[10]；在产业边界上，突破种植与初级加工的局限，将茶园景观价值与茶文化价值纳入产业体系；在价值形态上，兼具体育生产、生态保育、文化传承与旅游服务多重功能。生态优先、三效统一是生态茶产业的核心特征。其不仅追求茶叶产量与品质的提升，更强调经济效益、生态效益与社会效益的协调统一。正是这一特征，使其成为农文旅融合最适配的农业基底。

2.1.2 农文旅融合

农文旅融合是立足于乡村农业资源、以乡土文化为内核、以旅游消费为载体，推动农业、文化产业、旅游产业边界消融与要素重组的复合发展模式[7]。理解农文旅融合的关键在于把握其深度渗透的本质特征：农业提供空间与物质基础，文化赋予产品精神内涵与差异化标识，旅游导入消费流量与市场渠道，三者在同一

空间内相互嵌入、彼此增值，最终形成“1+1+1>3”的协同效应。与单纯的农业观光或乡村旅游不同，农文旅融合的核心标志是文化要素是否深度嵌入产业链条，以及三大产业之间是否形成稳定的互促机制。

2.1.3 乡村振兴

乡村振兴是国家破解城乡发展失衡、推动农村现代化的重大战略部署，涵盖产业、人才、文化、生态、组织五大维度[9]。五大振兴构成一个有机整体：产业振兴提供经济基础，人才振兴供给人力支撑，文化振兴塑造精神内核，生态振兴守住发展底线，组织振兴提供制度保障。五者相互依存，缺一不可。产业振兴是乡村振兴的首要抓手，也是其他四维振兴的物质前提：无产业则人才难留、文化空心、生态失守、组织涣散。落实到水畈村的发展实践中，依托 2240 亩生态茶园推进农文旅融合，正是以产业振兴为突破口，同步激活文化传承、生态保护、人才培育与组织建设，形成五维联动的振兴格局。

2.2 相关理论基础

2.2.1 产业融合理论：分析融合的前提条件

产业融合理论最早可追溯至 Rosenberg 基于制造业技术交叉的研究[4]，后经 Greenstein & Khanna 等学者拓展至产业组织层面。该理论的核心判断是：不同产业通过技术共享、资源共用、市场互通，可以消融原有产业边界，催生新业态与新增长点[5]。将这一理论应用于乡村场景：茶叶种植（一产）、非遗文化创意（文创）、乡村观光旅游（三产）原属不同产业板块，但通过连片茶园的空间整合与统一客源市场的需求拉动，可以实现边界消融，孵化出茶园观光、非遗研学、红色团建等新业态。简言之，它指出不同产业之间具备跨界渗透的可能性与可行性，为水畈村的融合实践提供了基础性理论前提。

2.2.2 “两山”转化理论：分析融合的价值逻辑

“绿水青山就是金山银山”转化理论阐明了生态资源与经济发展之间的辩证统一关系。核心要义有三层：其一，优质生态本身就是稀缺性发展资本；其二，生态资源需要通过科学、适度的产业开发才能转化为经济收益；其三，转化过程必须以生态保护为前提[13]。对于水畈村而言，2240 亩标准化生态茶园、天仙河滨水景观、刘辉岩地质资源均为核心生态资产，但生态优势不会自动转化为产业优势。该理论指引本研究的价值逻辑判断：检验水畈村茶旅融合是否正确处理了保护与开发的关系、是否打通了从生态资本到产业资本再到增收资本的转化通道。

2.2.3 体验经济理论：分析融合的业态方向

体验经济理论指出，消费升级背景下，消费者需求正从实物获取转向沉浸式感受，独特的体验与情感记忆本身即可构成独立的消费产品[14]。对应茶旅发展场

景，游客不再满足于购买成品茶叶，而是愿意为采茶、手工炒茶、山间徒步、红色现场教学等沉浸式活动支付溢价。该理论为水畈村乃至同类茶村指明了一个关键方向：茶产业的增值空间不仅在于“把茶种好、卖好”，更在于“把茶变成一种可参与的体验”。基于此，水畈村开发系列农事、红色、非遗体验课程，推动经营模式从单一茶叶售卖向“实物+体验”双轨盈利转型。简言之，体验经济理论回答的是融合方向的问题。

2.2.4 文化资本理论：分析融合的核心竞争力

文化资本理论将民间传说、传统技艺、本土民俗等界定为可商业化转化的无形资本[15]。该理论的一大贡献在于区分了文化资本的三种形态：身体化形态（传承人掌握的知识与技能）、客观化形态（非遗工坊、品牌符号、文化产品）与制度化形态（非遗传承人身份等官方认定）。三种形态的累积与转化，是文化实现经济价值的深层机制。以水畈村为例，“六仙女授茶”传说与岳西炒青古法技艺是本村独有的文化资本——传承人储楚的身体化技艺（手工炒青）经由非遗工坊的展示空间（客观化载体）和官方认定的传承人身份（制度化资本），转化为“茶仙女”品牌的市场价值。文化资本理论回答的是“融合如何形成不可复制的竞争力”这一核心问题，为水畈村“文化铸魂”路径提供了最直接的理论解释。

2.2.5 乡村可持续发展理论：分析融合的边界约束

乡村可持续发展理论强调，乡村产业开发必须统筹经济增长、生态保护、文化传承与民生改善多重目标，兼顾当代村民与后代的发展权益，不能以破坏生态、损耗文化、挤压村民利益为代价追求短期收益。对于水畈村的农文旅融合而言，这一理论设定了三重边界：生态底线（不能破坏茶园与山水本底）、文化底线（不能因商业化消解非遗的真实性）、民生底线（不能让村民在融合中被边缘化）。可持续性是衡量融合质量的根本标尺。

3 水畈村农文旅融合的实践路径

3.1 融合发展基础条件

水畈村坐落于大别山腹地岳西县菖蒲镇，天仙河穿境而过，全域以山地丘陵地貌为主，森林覆盖率高、生态本底优越，自然乡村风貌保存完整，具备发展乡村观光、休闲体验与研学旅游的天然优势。受山地地形限制，村内耕地资源有限，茶叶产业长期作为村庄主导特色产业。依托区域适宜的气候与土壤条件，村内形成规模化生态茶园布局，种茶历史悠久、产业基础扎实。调研显示，全村 2980 人几乎人均一亩以上茶田，生态茶叶不仅是村民增收的核心支柱，也为农文旅融

合提供了最核心、最稳定的产业载体。

图 1　天仙河　　图 2　天仙河河畔

相较于普通乡村单一化资源结构，水畈村具备多元资源集聚叠加的独特禀赋，





为复合型农文旅融合提供了先天条件。在红色资源方面，村内留存红军洞革命遗址，承载大别山游击斗争历史记忆，形成本土化红色叙事体系，具备红色思政教育与研学开发潜力；在生态山水资源方面，天仙河滨水廊道、山地林地与独特地质地貌组合形成层次丰富的自然景观，能够支撑亲水休闲、自然科普、户外徒步等多元文旅业态；在乡土文化方面，村庄长期传承传统炒青制茶技艺与本土民间传说，乡土文化辨识度高，可为茶产业提质、文旅业态创新提供差异化文化内核。多类型资源集中共生，使水畈村突破单一农业发展局限，具备“茶+红色+山水+民俗”多维融合的先天基础。

图 3　小学生于红军洞研学　　图 4　红军讲台

在发展保障层面，依托美丽乡村建设与乡村振兴系列政策落地，村庄人居环





境、村内路网、公共服务设施持续完善，乡村旅游基础承载能力显著提升。同时，村内通过茶叶专业合作社搭建产业组织体系，形成村集体统筹、合作社带动、普通农户参与、个体经营补充的多元经营格局，有效破解乡村资源分散、主体零散、统筹不足的问题，为后续资源整合、业态落地、线路运营提供了组织保障。综合来看，扎实的产业基底、多元的资源禀赋、完善的硬件配套与协同的经营体系，共同构成水畈村农文旅深度融合的前置条件。

图 5　水畈村党村服务中心



图 6　水畈村五大茶厂之一



图 7　村民住宅环境

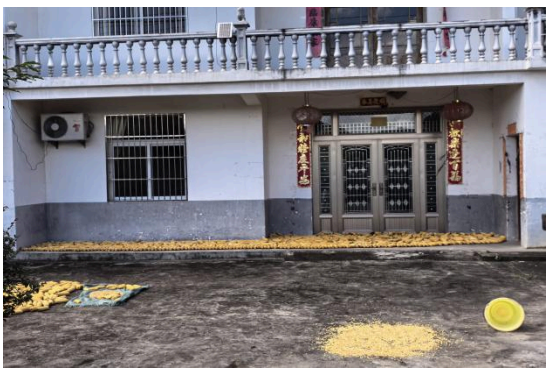


图 8　非遗工厂室内环境

3.2 农业为基：生态茶园由单一生产空间转向复合体验空间

生态茶园是水畈村农文旅融合的核心载体，全村文旅体验、研学活动、场景开发均依托茶园空间落地。依据产业融合理论，乡村一二三产业融合的核心是打破产业边界、重构资源功能与价值形态。村庄依托自身规模化茶园资源，遵循体验经济理论核心逻辑，不再局限于农产品生产的单一价值产出，逐步推动茶园从单一生产功能，向观光、劳作、体验、展示多维复合功能转型，将传统农业生产场景转化为可参与、可感知、可消费的文旅体验场景，实现农业空间与旅游场景的深度对接，为一三产业融合提供基础载体支撑。其可分为标准化基底建设、体验业态叠加、生态景观价值转化三条路径。

3.2.1 茶园标准化提质，筑牢农旅融合硬件基底

产业融合的前提是不同产业能够在同一空间内实现功能共存与价值共享。水畈村依托农业部门技术指导，在省、市农机部门的专员指导下，持续推进茶园规范化改造与品质提升，优化茶树品种结构，推广无性系良种茶园建设，统一田间管护标准，逐步形成连片规整、景观统一的规模化茶山格局。标准化建设的经济意义不仅在于提升茶叶生产效益与稳定品质，使茶产业根基更加稳固，更在于完成了融合的空间准备——规模化、整齐化、景观化的茶园形态，使同一片土地同

时具备了茶叶生产(一产）与观光游览(三产）的功能兼容性，打破了传统农业空间的单一功能属性，为一三产业的边界消融与空间共享创造了基础条件。



图 9　实地考察高标准无性系茶园



图 10　茶园智能灌溉系统

3.2.2 农事体验场景叠加，推动生产空间向体验空间转型

体验经济理论的核心命题在于:消费者愿意为过程付费,而非仅为结果付费。遵循这一逻辑，村集体在保障正常茶叶生产的前提下，根据季节变化和团队接待需求，灵活划定专属采摘体验片区，将传统茶农田间劳作，一个原本仅产出鲜叶的经济活动，改造为游客可参与、可体验、可互动的文旅产品。通过配备轻量化采茶工具、依托本地资深茶农现场教学、构建多方协同的现场管理模式，大幅降低大众参与门槛，形成可复制、可常态化开展的采茶体验流程。游客支付的并非“采摘下来的茶叶”，而是“亲手采茶的过程与记忆”。由此，同一片茶园在同一季节实现了双重价值产出：茶农采茶产出鲜叶，即传统一产价值；游客采茶产出体验消费，即新增三产价值。同时严格保留专业采茶技艺标准，通过采摘评比、成果展示等环节丰富体验层次，使农事体验兼具专业性与趣味性。体验经济的核心逻辑在此落地：生产行为本身成为可售卖的消费产品，农业空间的单位价值产出因此倍增。



图 11　当地茶农指导采摘



图 12　实践团体验采摘

3.2.3 生态种植可视化，实现生态资本向文旅价值转化

“两山”转化理论的核心判断是：生态价值并不自动等于经济价值，需要通过产业开发搭建转化通道。村内全面推行有机肥替代、物理防虫、水肥一体化、梯

壁留草等绿色管护模式，同步搭建茶园物联网监测与质量追溯体系。这些举措的经济意义具有双重性：一方面，生态种植直接提升茶叶品质，使鲜叶获得更高市场溢价。这是生态资本向茶叶溢价初步转化；另一方面，可视化、可展示的生态种植场景(绿色防控设施、监控画面、质量追溯信息）成为向游客传递“安全信任”的直观证据，支撑了生态茶园作为旅游吸引物的品牌价值。这是生态资本向文旅资本的次级转化。同时通过步道、茶亭、景观绿化、展示场馆等配套提档升级，将整片茶园打造为可游览、可观赏、可体验的乡村景区化空间。由此，生态投入不再是单纯的成本支出，而是通过品质溢价与品牌增值两个渠道实现了经济回报，这正是“两山”转化在茶旅融合中的具体实现机制。



图 13　实践团考察茶树观景台



图 14　实践团记录常规高山茶园景观

3.3 文化铸魂：非遗技艺与民间传说嵌入产业链的赋能路径

规模化茶园为农文旅融合提供物理骨架，而本土非遗技艺与民俗文化则为产业发展注入独特内核。依据布尔迪厄文化资本理论，乡村文化资本包含身体化、客观化与制度化三种核心形态，是乡村差异化发展的核心稀缺资源。水畈村依托自身独有的非遗技艺、民间传说等文化资本，以非遗传承人的身体化技艺、非遗工坊的客观化载体、官方认定的制度化身份为支撑，通过活态展演、IP 转化、课程设计等方式，将静态、闲置的无形文化资源嵌入茶叶生产、文旅体验、产品销售全链条，摆脱同质化茶园观光困境，构建不可复制的差异化竞争优势。以下从技艺活态传承、文化 IP 赋能、体验课程体系化三方面展开分析。

3.3.1 非遗工坊活态展演，激活身体化文化资本

文化资本的三种形态中，身体化文化资本(传承人掌握的技艺与知识）是最原始、最不可替代的形态，但也最依赖“在场”才能被感知和传递。水畈村以本土非遗传承人储楚为核心，搭建专业化非遗工坊平台，区别于普通茶叶加工厂单一生产功能，工坊兼具生产加工与文化展示双重属性。传承人长期积淀的古法炒青技艺属于典型的身体化文化资本，工坊完整保留传统手工制茶全套器具与古法工

序，由非遗传承人储楚长期驻场实操演示，完整呈现鲜叶拣选、摊青、手工杀青、揉捻、文火烘干的完整流程。将传统制茶工序从封闭生产环节转为公开展演内容，这个“前台化”过程，正是身体化文化资本向客观化形态转化的关键步骤。游客通过现场观摩直观感知非遗技艺的稀缺性与独特性，身体化文化资本由此获得价值认同并初步实现变现。



图 15　实践团体验非遗炒青



图 16　非遗传承人储楚讲解筛选工艺

3.3.2 民俗传说 IP 化塑造，落地客观化文化资本

客观化文化资本以文化产品、品牌符号与视觉体系为载体，是文化从“无形”走向“可传播”的关键形态。结合水畈村独有的“六仙女下凡授茶”民俗传说与村落山水地貌特征，依托非遗传承人本土身份打造专属“茶仙女”特色文化品牌。口口相传的乡土传说、地域文化符号，原本是散落于村民口头记忆中的零散叙事；村集体将其转化为具象化、可传播、可附着于产品的品牌视觉符号。通过文化 IP 深度赋能，赋予普通茶叶专属地域叙事与文化内涵，使原本在市场上缺乏辨识度的茶叶产品获得了“可讲述的故事”，完成初级农产品向文化文创产品的升级，形成区别于周边村落的核心竞争标识。

图 17　非遗传承人储楚讲解“六仙女”民俗传说



图 18　非遗传承人储楚展示品牌茶产品



3.3.3 茶文化课程体系搭建，实现文化资本长效增值

文化资本的终极价值在于形成稳定的再生产机制，使文化赋能不依赖于单一

传承人的个体劳动，而是通过制度化运营实现长效增值。依托茶园原料资源、非遗工坊场地资源与本土文化资源，构建从田间采茶、工坊制茶到茶艺品鉴的递进式文化体验体系。系统化研学课程打破传统观光的浅层体验模式，将劳动实践、非遗学习、文化感知有机结合，让游客从被动观赏转为沉浸式参与、深层次感知。课程化设计的深层意义在于：它将原本依赖传承人个人在场的“一次性展演”，转化为可复制、可重复、可标准化的常态化运营产品。由此，文化资本可从个体依存走向制度化。持续常态化的课程运营，不断传播本土茶文化、巩固非遗技艺传承价值，实现文化资本的长效积累与稳定转化，让文化真正成为支撑茶旅长效发展的核心内核。

文化资本的三种形态在此形成了完整的转化链条：传承人储楚的身体化技艺（手工炒青技能）经由非遗工坊的展示空间和研学课程（客观化载体）与官方认定的传承人身份（制度化资本），共同转化为“茶仙女”品牌的市场价值。三种形态相互支撑、层层递进，这正是文化能够“铸魂”并产生持续经济价值的深层机制。



图 19　非遗传承人储楚展示茶道



图 20　茶艺展示空间

3.4 旅游活化：多元文旅资源串联与业态联动路径

茶园的体验化改造与非遗的文化赋能，最终需要通过旅游产业的“活化”来实现价值变现。从体验经济的完整逻辑来看，体验价值具有“链条性”。因为，单一节点的体验再优质，也难以形成持久的吸引力。必须通过多点串联、业态互补构建完整的消费闭环，才能使游客从路过变为停留、从看一眼变为体验一圈。水畈村立足村内多元散落资源，尝试打破各景点独立运营的零散格局，通过点位整合、业态搭配、客源对接的方式，将碎片化的体验节点串联为初具雏形的消费链条。现阶段旅游活化仍处于初级探索阶段，仅实现浅层叠加，尚未完成全域资源的深度耦合。具体包含红色资源融合、山水业态互补、初步统筹运营三个维度。

3.4.1 红色资源场景化开发，丰富茶旅融合内容体系

村内依托红军洞红色遗址基础资源，梳理本土化红色故事与军民采茶支前特色叙事，通过基础步道修缮、简易展示点位布设，将原始红色遗址改造为具备基础参观、简易教学功能的研学场景。依托现有红色资源，初步搭配茶园农事体验内容，形成“红色观摩+茶园体验”的基础组合业态，丰富乡村旅游内容层次。从体验经济链条性的要求来看，这一初步组合已具备多点串联的雏形，但现阶段红色场景打造较为基础，整体开发偏粗放，尚未形成标准化、体系化的红色研学课程与成熟游览动线，资源赋能效果有限，仅实现红色文化与茶旅产业的浅层绑定，距离消费闭环尚有较大差距。

图 21　实地考察红军洞内部景观



图 22　实地考察红军洞内部景观



3.4.2 山水地质资源盘活，形成业态错峰互补格局

依托天仙河滨水资源、刘辉岩特色地质资源，开发基础亲水休闲、地质观摩等休闲内容，与茶园采摘、非遗体验形成客群与季节的初步错位补充，一定程度丰富了村庄文旅业态类型，打破单一茶园观光的局限。但各类山水、地质体验项目均为独立单点运营，未与茶产业、非遗文化形成深度业态绑定，资源联动仅停留在内容叠加层面：茶园是茶园、河流是河流，彼此之间缺少有机连接，尚未实现要素深度耦合，整体资源利用效率偏低，消费链条的延伸空间尚未被充分激活。

图 23　漂流河道



图 24　漂流河道装饰





图 25　国外科研团队考察水畈村刘辉岩



图 26　游客体验水畈村天仙河漂流项目

3.4.3 村集体初步统筹对接，搭建浅层联动运营框架

村集体尝试发挥统筹衔接作用，开展初步客源对接与资源协调工作。通过统一对接部分学校、企事业单位客源，零散整合茶园、非遗工坊、红色点位、山水景点的接待资源，初步尝试多场景组合式体验服务。但受限于村内文旅配套不完善、住宿餐饮承载力不足、专业运营人才缺失、各主体经营分散等现实条件，村庄尚未形成统一规范的全域游览线路、联动运营机制与成套标准化产品。当前旅游活化仅能实现浅层、短时的客流导入，游客停留时长较短、消费链条简单，资源变现能力有限，农文旅三者闭环赋能的完整体系尚未真正成型，整体融合发展仍处于初级探索阶段。

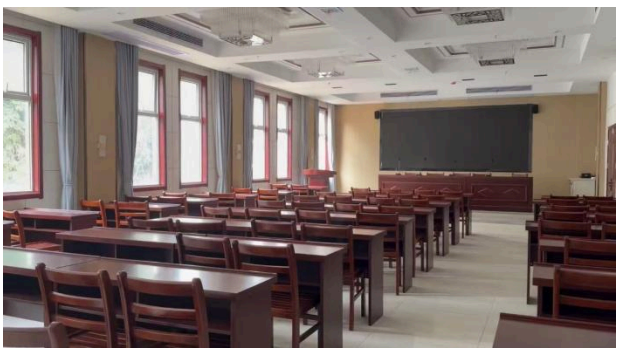


图 27　党建承接活动室



图 28　刚建成的游客接待中心

4 水畈村农文旅融合发展的成效

4.1 调研设计与数据基础

4.1.1 调研框架与问卷设计

本次调研以水畈村生态茶产业与农文旅融合发展为核心，遵循“产业基底—融合成效—发展困境”的递进逻辑构建分析框架，共设计 24 道结构化题目。问卷

内容划分为受访者基础信息、生态茶园产业基础认知、茶园景区化与红绿文旅认知、产业融合增收成效、发展短板与优化对策、开放性建议六大模块。在量化分析中，着重围绕生态种植技术普及、茶园数字化认知、茶叶品质评价、红绿融合业态吸引力、产业增收效应、茶文化价值认知、融合发展制约因素七大维度设置核心指标，形成全覆盖、多层次的实证分析体系。

4.1.2 样本采集与结构特征

实地调研于 2026 年 7—8 月开展，采用分层随机抽样方式，样本覆盖水畈村茶农、非茶农村民、村两委干部、茶叶合作社从业者及外来游客等多元群体，兼顾生产主体、治理主体与消费主体的不同视角。累计发放问卷 75 份，回收有效问卷 67 份，样本覆盖面广、代表性强，能够客观反映水畈村农文旅融合的真实发展状况，为量化分析提供了可靠的数据支撑。



图 29　实践团结束调研后与村支书合照



图 30　实践团结束调研后与非遗传承人合照

4.2 生态茶产业发展成效分析

4.2.1 绿色种植技术全域普及

针对村内各类生态茶园种植举措的知晓与使用情况调查显示，水畈村生态种植体系落地成效突出，整体普及程度较高。77.61%的受访者常态化使用农家有机肥替代化肥，71.64%的受访者采用杀虫灯物理防虫并全面禁用化学农药，绿色生态种植模式已成为村内茶园管护的主流方式，充分印证了生态茶园标准化建设的落地成效。整体来看，村庄基础生态化改造覆盖面广、群众认可度高，为有机茶产业发展与生态文旅转型筑牢了产业基底。相较之下，水肥一体化、梯壁留草等精细化生态技术的普及率略低，分别为 67.16%与 53.73%，极少数群体尚未接触相关技术，这属于后续精细化提升的小幅优化空间，不影响整体生态产业提质增效的总体格局。

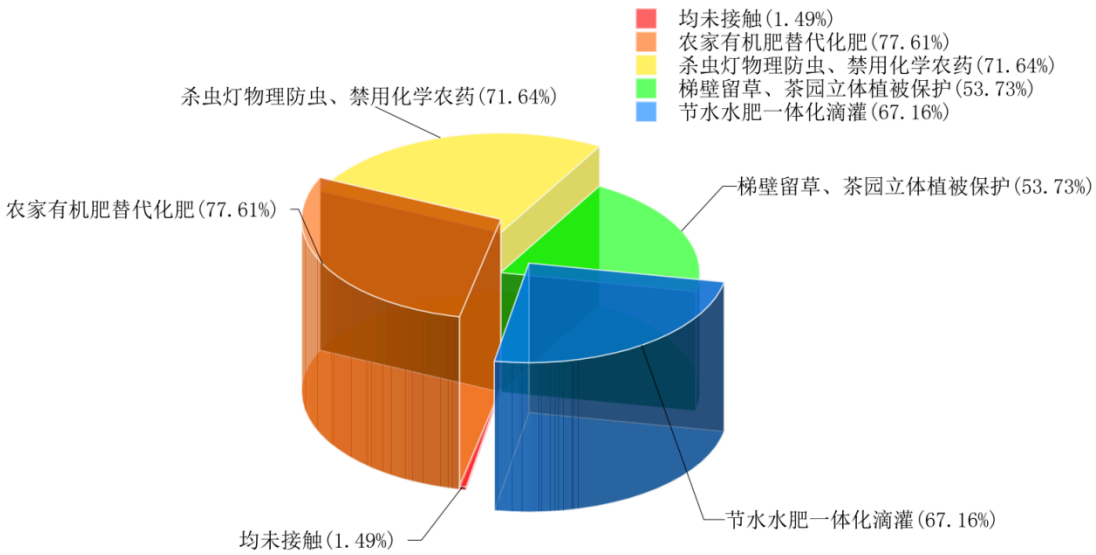


图 31　绿色种植技术推广分析

4.2.2 智慧茶园建设获得普遍认可

就茶园物联网监测、土壤与负氧离子监控、茶叶全程质量追溯等数字化体系的认知调查来看，超八成受访者对茶园数字化建设有所了解，其中熟悉并使用的占 26.87%、有一定了解的占 62.69%，无受访者表示完全不清楚。高认知度充分表明，水畈村茶园数字化、智慧化改造的落地成效显著，村集体搭建的数字茶园平台与常态化技术培训取得了良好的普及效果，有效推动传统茶园向智慧生态茶园转型，为茶产业标准化、品牌化、绿色化发展提供了数字化支撑。部分农户对深度数字化功能的运用尚不充分，是后续精细化运营的提升方向。

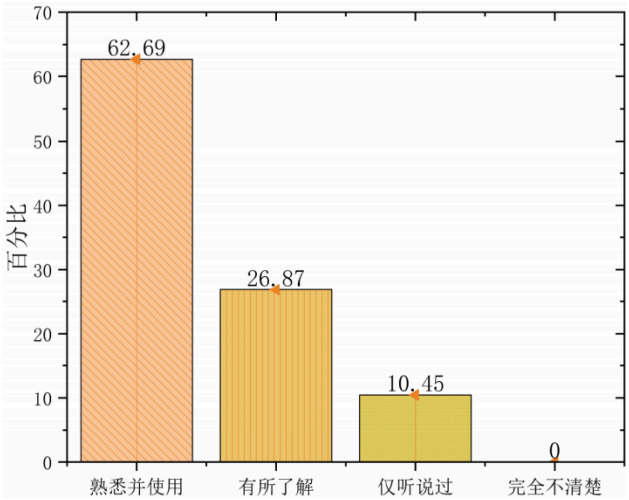


图 32　智慧茶园建设知晓情况分析

4.2.3 茶叶品质获得高度市场认同

茶叶品质感知调查结果反映出，92.54%的受访者明确认可本村茶叶品质优良、有机特色突出，市场与本地主体对水畈生态茶品质形成了高度统一的正向认知，充分验证了多年生态化种植、标准化管护的卓越成效。优质、稳定、绿色的茶叶品质，已成为水畈村区别于周边普通茶村的核心产品优势，也是开展茶旅体验、研学观光、茶叶文创销售最根本的产业支撑。仅极少数受访者存在负面评价或认知空白，属于散户种植差异带来的个别现象，不影响全村茶产业优质基底的整体判断。

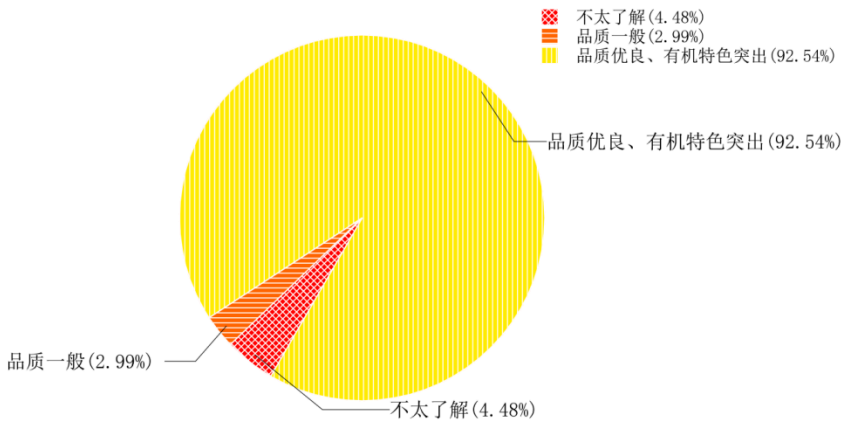


图 33　水畈村生态茶叶品质认可程度分析

4.3 农文旅融合价值与成效量化分析

4.3.1 红绿融合模式市场认可度高

对水畈村红绿融合业态市场辨识度与吸引力的评价表明，95%以上的受访者认可其市场价值。其中，79.10%的受访者认为“茶园+红军洞”红绿融合模式特色鲜明，是村庄核心发展亮点与差异化竞争力，16.42%的受访者认为具备一定吸引力，仅极少数受访者认为业态辨识度一般。极高的市场认可度有力证明，水畈村农文旅融合的路径选择科学、资源组合优势突出，有效摆脱了周边乡村旅游同质化竞争的困境，初步搭建的红绿融合实践模式具备极强的市场可行性与发展潜力。当前业态联动深度略有不足，属发展初期的正常现象，未来可进一步优化升级。

。

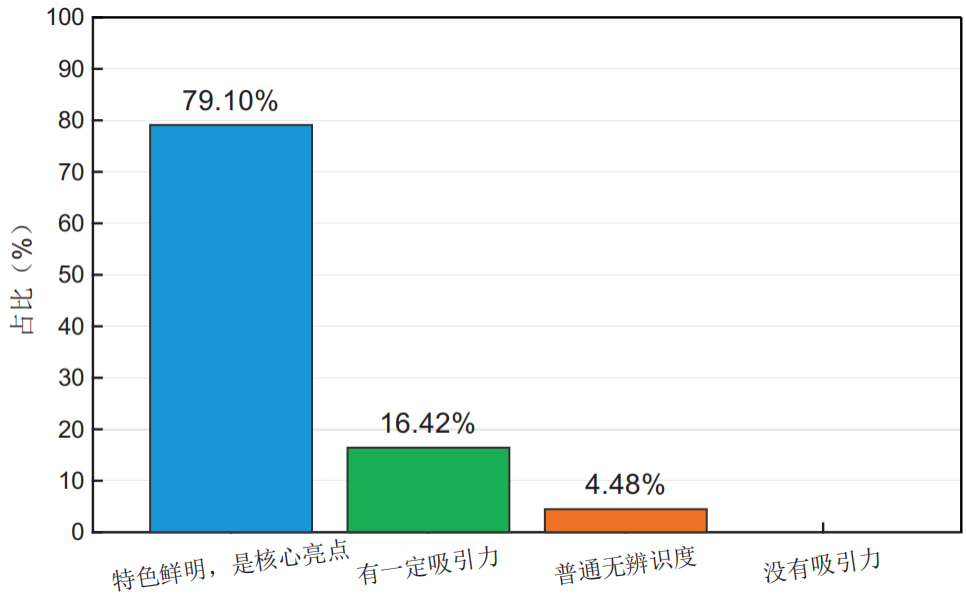


图 34　红绿融合模式认可程度分析

4.3.2 产业融合带动村民增收就业效果明显

在农文旅融合带动村民就业与家庭增收方面，统计结果显示，97%以上受访者认可其成效。其中，79.10%的受访者认为农文旅融合显著增加了本地就业岗位，实现了村民种植与文旅双重增收，17.91%的受访者认为具备一定增收效果。数据充分证明，农文旅融合已成为带动村民就近就业、拓宽收入渠道的重要抓手，有效打破了传统单一售卖鲜叶的增收局限，乡村产业富民成效显著，农文旅融合的民生价值充分凸显。现阶段收益存在小幅主体差异，属产业发展初期的阶段性特征，随着业态完善可逐步优化。

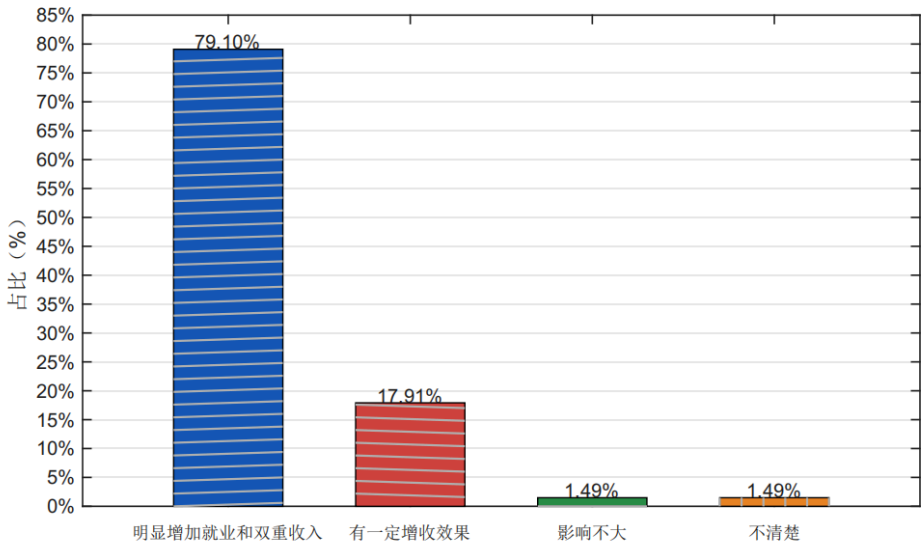


图 35　产业融合增收效果分析

4.3.3 非遗茶文化赋能价值获得广泛认同

有关本土非遗制茶技艺、民俗茶文化对产业与文旅发展赋能价值的调研显示，97%以上受访者认可文化赋能的核心作用。其中，88.06%的受访者明确认为茶文

化与非遗技艺是茶旅产业的核心竞争力，8.96%的受访者认为具备较高赋能价值。各方面高度认可本土文化资源对茶产业与文旅产业的提质作用，充分验证了“文化铸魂”融合路径的科学性与前瞻性，也表明非遗民俗文化是水畈村茶旅产业差异化、高端化、特色化发展的核心内核。当前文化产品转化尚不充分，是后续深度融合的重点提升方向。

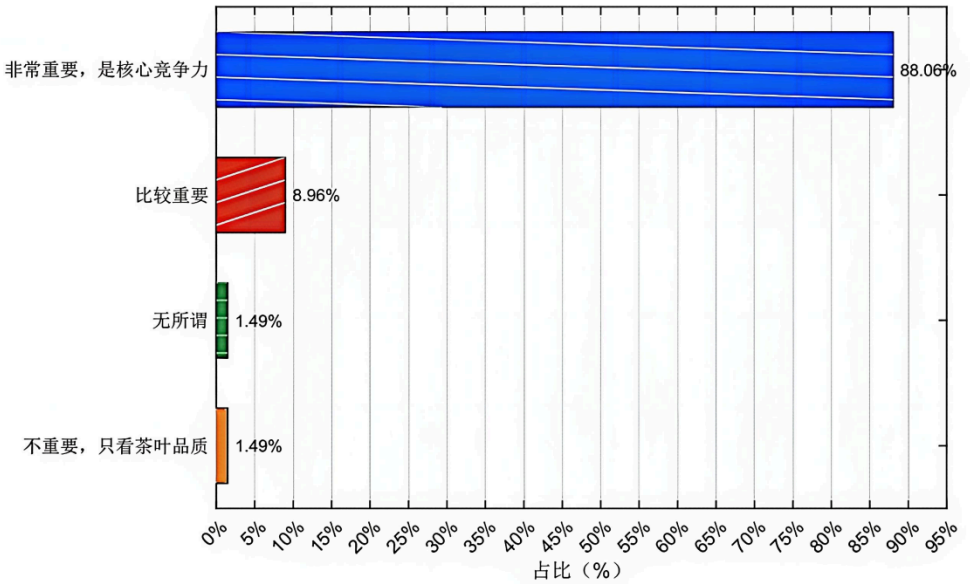


图 36　非遗文化重要性调研数据

4.4 茶文旅融合发展制约因素融合

前文数据充分印证，水畈村农文旅融合已在产业提质、业态创新、民生增收、文化赋能等方面取得显著成效，融合发展整体成效突出。为保证研究完整性、客观呈现发展提升空间，本节依托问卷第 20 题制约因素多选题数据，集中梳理当前农文旅深度融合存在的短板与约束条件。整体来看，各项制约因素属于发展过程中的配套滞后问题。

首要制约因素为旅游基础设施不完善，占比 79.10%，村内观光配套、停车设施、住宿接待、导览系统不完善，直接导致游客停留时间短、消费链条不足，是业态难以升级的硬件短板。其次为专业运营人才匮乏，占比 50.75%，村内缺乏文旅策划、新媒体运营、研学课程研发专业人才，导致高端业态无法落地、现有业态品质偏低。第三大制约因素为品牌对外宣传不足，占比 43.28%，本土“仙

缘翠”“茶仙女”品牌仅局限县域知名度，对外传播力度薄弱，市场辐射范围有限。

除此之外，红绿研学线路开发较浅(32.84%)、产业资金投入不足(22.39%)、农户三产经营参与渠道少(20.9%)、茶文化挖掘不够深入(16.42%)等问题依次凸显。多重短板相互交织，形成“硬件不足、软件滞后、运营薄弱、转化不足”的发展困境，直接导致水畈村资源优势突出、融合成效显著，但整体仍处于初级探索阶段，无法实现全域深度融合发展。

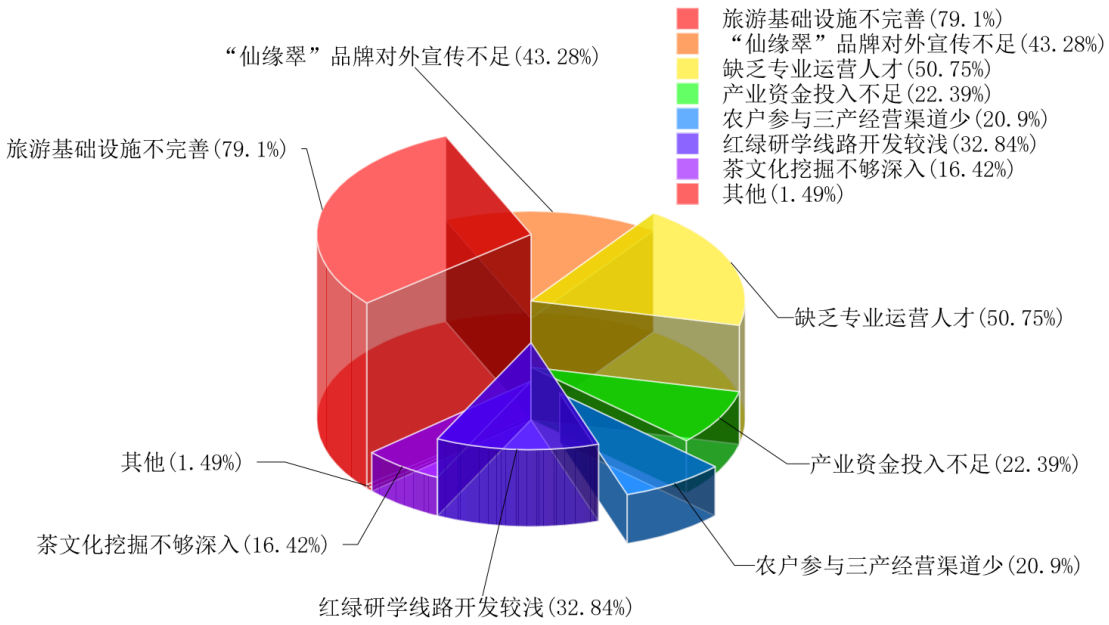


图 37　制约因素数据分析

4.5 量化分析结论

结合本章全部问卷量化数据分析，可以明确得出核心结论：水畈村农文旅融合发展成效显著、实践路径科学有效、产业富民价值突出，整体呈现优势远大于短板的发展格局，水畈村所构建的“农业筑基—文化铸魂—旅游活化”融合路径得到市场与村民的双重实证认可。但其农文旅融合实践现状整体呈现“基底扎实、优势突出、成效初显、短板明显”的发展特征，与初级融合的实践现状完全匹配。

第一，生态茶产业发展成效扎实，绿色有机基底优势显著。村内生态种植、数字化管控体系全面落地，茶叶品质获得极高市场认可，为农文旅融合奠定了稳固的产业根基，仅存在精细化技术普及不均衡的小幅提升空间。

第二，红绿融合业态特色鲜明，差异化文旅优势凸显。本村独有的“茶园+红色研学”融合模式获得广泛市场认可，有效破解乡村旅游同质化难题，融合发展模式具备极强的发展潜力与推广价值。

第三，农文旅融合富民成效明显，乡村振兴赋能效果突出。融合发展有效拓

宽村民就业渠道、实现多元增收，产业融合的民生价值、经济价值充分显现，成为村庄产业升级的核心动力。

第四，整体融合发展态势良好，局部存在优化提升空间。当前基础设施配套不足、专业人才短缺、品牌宣传薄弱等问题，属于产业快速发展过程中配套滞后的阶段性问题，是后续推动农文旅从“初步融合”走向“深度融合”的主要优化方向，不改变当前融合发展成效显著的整体大局。

基础配套设施是乡村农文旅融合可持续发展的硬件基石，直接决定游客体验感、停留时长与消费转化效率，也是制约乡村文旅高质量发展的核心硬件短板。根据第五章问卷数据显示，79.10%的受访者认为村内旅游基础设施不完善，是当前占比最高的制约因素，充分凸显硬件配套滞后的突出问题。

5 水畈村农文旅融合发展困境及成因分析

5.1 基础配套支撑滞后，文旅承载能力不足

基础配套设施是乡村农文旅融合可持续发展的硬件基石，直接决定游客体验感、停留时长与消费转化效率，也是制约乡村文旅高质量发展的核心硬件短板。根据第五章问卷数据显示，79.10%的受访者认为村内旅游基础设施不完善，是当前占比最高的制约因素，充分凸显硬件配套滞后的突出问题。



图 38　实地访谈当地茶农



图 39　实地访谈当地茶农

5.1.1 文旅专项配套设施缺失

水畈村当前基础设施建设以乡村民生通行、基础人居保障为主，针对性文旅专项配套严重不足。村内缺乏标准化旅游观光停车场、全域茶文化主题导览标识系统、观景休憩平台、游客服务中心等核心文旅配套，现有停车场地零散简陋，节假日客流高峰期极易出现停车拥堵、秩序混乱等问题。同时，村内茶文化解说

标识、景点导览指引、便民休憩设施覆盖不足，游客游览过程中导向性弱、体验连贯性差，难以支撑沉浸式、长线化游览体验，直接导致游客多为半日短途游览，停留时间短、消费链条断裂，文旅资源变现能力受限。

5.1.2 食宿接待服务品质偏低

村内民宿、农家乐数量有限、布局零散，且未形成标准化服务体系，存在环境卫生参差不齐、服务流程不规范、特色主题性缺失等问题。现有食宿业态多为村民自主经营，缺乏统一的服务培训与品质管控，仅能满足基础食宿需求，无法适配研学团队、团建群体、高端休闲游客的品质化消费需求。硬件配套与服务品质的双重短板，大幅降低村庄文旅承载力，制约规模化、常态化文旅业态落地。

5.1.3 配套滞后的深层成因

其一，村庄发展重心长期聚焦茶叶种植产业，前期资源、资金、政策倾斜集中于农业生产提质，对文旅配套设施的前瞻性规划投入不足；其二，乡村建设用地指标受限，文旅专项配套项目审批流程繁琐、落地难度大，导致标准化文旅设施难以落地；其三，村内文旅发展尚未形成成熟市场化运营模式，短期收益有限，社会资本投入意愿薄弱，仅依靠村集体与政策资金难以完成全套配套升级。

5.2 产业融合层次浅层化，资源联动效能薄弱

5.2.1 业态融合流于表面，缺乏深度耦合

现阶段村内茶园种植、非遗体验、红色研学、山水观光等业态仅为简单空间叠加，未形成业态互补、客流互通、价值共生的融合体系。茶园体验仅停留在基础采茶、简单制茶层面，缺乏沉浸式、沉浸式、全流程的茶文化体验产品；红色资源仅依托原始遗址开展简易观摩，未结合本土采茶支前红色叙事开发特色研学课程；天仙河山水观光、地质科普资源与茶产业、非遗文化完全割裂，各业态独立运营、互不联动，未能形成一体化游览线路与成套文旅产品，资源综合利用效率偏低。

5.2.2 文化资源转化不足，产品同质化凸显

文化是农文旅融合的核心内核，差异化文化赋能是破解乡村文旅同质化的关键。当前水畈村对本土非遗炒青技艺、六仙女茶文化传说、红色采茶叙事等特色文化资源挖掘浅显，文化赋能仅停留在静态展示、口头讲解层面，未能将无形文化资源转化为可视化、可体验、可消费的文创产品与特色业态。村内文旅产品以基础农事体验、初级茶叶售卖为主，高端化、特色化、定制化业态缺失，与周边乡村茶园观光、山水旅游业态同质化严重，难以形成长效核心吸引力。

5.2.3 浅层融合的深层成因

一是村庄融合发展处于初级探索阶段，尚未建立全域统筹的资源整合机制，

村集体统筹力度有限，各经营主体分散运营、各自为战，缺乏联动发展意识；二是对文化资本的价值认知不足，忽视文化赋能对产业增值的核心作用，重硬件建设、轻文化挖掘，重短期流量、轻长效业态培育；三是产业专项投入资金不足，缺乏专项资金用于业态创新、线路整合、产品研发，导致深度融合业态难以落地。

5.3 品牌营销体系不完善，市场辐射能力有限

5.3.1 品牌影响力局限，IP 赋能不足

水畈村依托本土“六仙女下凡授茶”民俗传说与茶产业资源，初步打造出“茶仙女”“仙缘翠”本土特色品牌，围绕茶叶主体形成了基础的文创与产品体系，具备专属文化 IP 的发展雏形。但从品牌高质量运营视角来看，村庄品牌 IP 赋能效果严重不足，存在文化叙事落地空泛、文创品类单一、创意开发不足的突出问题。目前村内品牌载体仅局限于茶叶初级包装、茶叶礼盒等单一茶类产品，未将独有的民俗传说、山水地貌、红色茶文化等地域符号转化为多元化、创意化的文创产品与文旅业态，IP 文化内涵未能全面落地为客观化、可体验、可消费的产品体系。同时品牌建设缺乏系统性规划，视觉体系不统一、故事传播碎片化，复合型资源优势难以转化为专属品牌竞争力，最终导致品牌仅有县域认知基础，跨区域传播力度薄弱、外部市场认可度低，品牌溢价能力无法充分释放。

5.3.2 营销模式单一，新媒体运营滞后

在品牌传播与市场化运营层面，村内文旅宣传模式整体传统、渠道单一，现代化新媒体运营严重滞后。当前品牌推广仍依赖线下客源对接、熟人口碑传播等传统方式，短视频种草、直播推广、新媒体内容营销等现代化传播手段运用不足，缺乏常态化、系统化的品牌内容输出机制。村内虽拥有“茶仙女”优质民俗 IP 与基础茶类文创产品，但因创意开发滞后、产品品类单一，无特色差异化内容支撑新媒体传播，难以打造出圈文旅内容，导致线上曝光度不足、客源引流能力薄弱，形成有品牌雏形、无传播声势、有产品、无创意的发展困境。同时，村庄未与周边景区、研学平台、文旅机构构建联动宣传体系，抱团推广格局尚未形成，进一步限制了品牌市场辐射范围。

5.3.3 品牌营销滞后的深层成因

水畈村品牌营销滞后、IP 落地浅层化的问题，源于发展思维、人才支撑与运营机制的多重制约。其一，村庄长期以茶叶种植、初级农产品销售为核心发展导向，产业思维偏重生产端，忽视品牌赋能与文化变现的增值价值，对民俗 IP 多元化开发、文创创意升级的重视程度不足；其二，村内缺乏专业品牌策划、文创设计与新媒体运营人才，现有经营主体仅能完成基础茶叶产品包装，不具备 IP 深耕、创意产品研发、市场化推广的专业能力，导致品牌长期停留在表层、文创

品类单一固化；其三，村庄品牌建设缺乏长期系统性规划，仅完成基础品牌商标搭建，优质民俗文化资源难以转化为市场竞争力。

5.4 专业人才体系匮乏，内生发展动力不足

5.4.1 高端运营策划人才缺失

水畈村青壮年劳动力大量外流，村内留守群体以老年村民为主，人口结构老龄化问题突出。现有经营主体以传统茶农、普通村民为主，仅擅长茶叶种植、基础农事服务，缺乏文旅项目策划、研学课程研发、业态创新、品牌运营、数据分析等高端复合型人才，导致高端定制研学、主题团建、文创开发、沉浸式体验等优质业态无法落地，村内文旅产业长期停留在浅层初级阶段。

5.4.2 基层服务人才专业化不足

村内文旅讲解员、民宿服务人员、研学辅助人员多为本地村民兼职，未接受系统化、专业化文旅服务培训，服务标准不统一、专业素养参差不齐，难以适配高品质文旅服务需求。同时，村内未建立常态化人才培育、人才引进、人才激励机制，外部专业人才引不进、本土人才留不住、现有人才提不升，人才断层问题突出。

5.4.3 人才匮乏的深层成因

其一，乡村区位优势薄弱、产业平台有限、薪资待遇偏低，难以吸引外部高端文旅人才返乡就业、创业；其二，村内人才培育体系缺失，未结合本土产业特色开展针对性技能培训，本土劳动力专业化转型滞后；其三，乡村产业发展活力不足，长效发展保障机制不完善，人才留存吸引力薄弱，形成“人才短缺—业态滞后—发展缓慢”的恶性循环。

5.5 利益联结机制松散，联农带农效能偏弱

5.5.1 村民参与渠道单一，收益分配不均

当前村内农文旅融合红利主要集中在合作社、民宿经营者、少量经营主体，普通农户参与产业融合的渠道狭窄、门槛较高。村民仅能通过茶叶售卖、基础采茶务工等低端环节获取收益，难以参与民宿经营、研学服务、文创销售等高附加值业态，出现“产业发展、主体增收、普通村民获益有限”的分化现象，联农带农的普惠性、均衡性不足。

5.5.2 集体统筹赋能不足，协同发展格局未成型

村集体、合作社、农户、经营主体之间未形成紧密的利益共同体，各方发展目标不一致、利益联结松散，存在各自为战的现象。村集体统筹协调、资源整合、利益调配的赋能作用未充分发挥，缺乏统一的收益分配机制、农户参与激励机制，

导致村民参与积极性不足，乡村内生发展动力难以充分激活。

5.5.3 利益机制不完善的深层成因

村庄农文旅融合仍处于初级阶段，产业体系尚未成熟，长效联农带农制度尚未完善。村集体产业治理能力有待提升，缺乏系统化的利益统筹、收益分配、农户赋能机制，更多侧重产业项目落地建设，忽视村民权益保障与长效增收赋能，导致产业融合的富民价值未能充分释放。



图 40　实践团访谈当地茶农

6 水畈村农文旅融合高质量发展的建议

6.1 补齐基础配套短板，筑牢文旅承载硬件根基

6.1.1 完善专项文旅配套设施，优化游览体验场景

依托乡村人居环境整治提升工程，针对性落地文旅专项配套建设。重点规划建设标准化生态观光停车场，划分游客停车、农机停放、研学大巴专属区域，解决节假日停车拥堵乱象。全域布设统一风格的茶文化主题导览标识、景点解说牌、道路指引牌，串联茶园核心观光区、非遗工坊、红军洞红色遗址、天仙河漂流等核心节点，构建全覆盖、立体化导览体系。同时，在茶园观景制高点、研学线路节点打造轻量化观景平台、休憩长廊、便民驿站，配套建设公共卫生间、垃圾分类回收点等便民设施，补齐文旅体验短板，破解游客游览碎片化、体验连贯性不足的问题，为长线沉浸式游览提供硬件支撑。

6.1.2 标准化升级食宿服务体系，提升接待品质

针对村内民宿、农家乐零散化、非标准化问题，由村集体牵头开展统一规范化提质升级。制定民宿、农家乐经营服务标准，从环境卫生、菜品特色、房间布局、服务礼仪等方面建立统一管控体系，定期开展经营主体专项培训与评比考核。

引导现有经营主体植入茶文化、红色文化主题元素，打造“茶主题民宿”“红色农家体验”特色业态，摆脱同质化食宿服务。适度扶持精品民宿、特色农家乐扩容提质，丰富亲子、团建、研学专属食宿套餐，适配多元化客群消费需求，全面提升村庄文旅接待承载力与服务品质。

6.1.3 多元拓宽投入渠道，保障配套长效运维

破解资金短缺、运维滞后的核心难题，构建“政策资金+村集体自筹+社会资本”多元投入机制。积极对接乡村振兴、文旅产业发展专项政策，争取上级资金扶持；盘活村集体闲置资产资源，整合产业收益反哺基础设施建设；出台简易招商扶持政策，吸引外部文旅企业、返乡创业者参与配套项目投资运营。同时建立基础设施常态化管护机制，明确管护主体、细化管护责任，避免重建设、轻运维问题，保障文旅配套设施长效稳定运行。

6.2 深化全域业态融合，构建多维共生产业体系

6.2.1 统筹全域资源线路，打造一体化游览体系

由村集体牵头整合村内分散运营的各类文旅资源，打破各点位独立经营、互不联动的格局。依托现有道路与景观节点，规划打造三条特色主题游览线路：一是茶旅体验线路，串联生态茶园、非遗制茶工坊、茶文化展示馆，覆盖采茶、制茶、品茶、购茶全流程体验；二是红绿研学线路，融合茶园农事体验与红军洞红色遗址观摩、红色故事宣讲，打造“劳动教育+红色思政”复合型研学线路；三是山水休闲线路，联动天仙河漂流、刘辉岩地质景观，打造生态休闲、自然科普业态。同步推出全域联票机制、线路导览手册，实现多点互通、客流共享，彻底解决资源分散、游览碎片化问题，构建全域一体化融合发展格局。

6.2.2 深挖文化资本内涵，创新特色文旅产品

针对水畈村文化资源转化不足、产品同质化、文创品类单一、创意不足的难题，深耕岳西炒青非遗技艺、“六仙女授茶”民俗传说、军民采茶支前红色叙事三大核心文化 IP，摒弃单一静态展示模式，推动文化资源场景化、产品化、体验化落地。开发非遗制茶沉浸式体验、茶文化手工创作、红色采茶情景剧体验等特色业态，打破浅层观光模式。同时围绕“茶仙女”品牌，突破原有单一茶叶礼盒、茶叶包装局限，设计文创茶具、民俗周边、主题文创衍生品等全新产品，将无形文化内涵转化为可消费、可传播、可溢价的实体产品，构建差异化产品体系，摆脱周边乡村文旅同质化竞争。

6.2.3 分层培育多元业态，延伸产业消费链条

针对游客停留时间短、消费链条单一问题，结合体验经济理论“沉浸式、参与式消费溢价”核心逻辑，构建“基础体验+中端休闲+高端定制”的分层业态体系。

面向大众游客保留采茶观光、生态游览等基础业态;面向家庭客群打造亲子茶旅、山水休闲、民俗体验等中端业态；面向学校、企业客群开发定制化研学课程、团建拓展、高端茶会等高品质业态。丰富日间体验、夜间休闲、季节特色业态，填补村内夜间文旅空白，推动半日短途游向全日深度游、过夜消费转型，全面延伸产业消费链条，提升资源综合变现能力。

6.3 优化品牌营销体系，拓宽市场辐射传播边界

6.3.1 统一品牌 IP 体系，强化差异化标识

整合村内“茶仙女”民俗 IP 与“仙缘翠”茶叶品牌，统一品牌视觉形象、文化内涵、宣传口径，构建“一核双翼”的专属品牌体系。深挖“仙茶+仙境+红色仙乡”的差异化品牌内涵，突出水畈村“生态茶园、非遗技艺、红色底蕴、山水秘境”四大核心优势，区别于周边单一山水、单一茶园文旅品牌。统一设计品牌 LOGO、主题宣传海报、文旅宣传片，将品牌元素融入民宿、文创、研学、线路宣传全场景，强化市场辨识度与记忆点，充分释放 IP 赋能价值，构建不可复制的乡村文旅品牌标识。

6.3.2 搭建新媒体矩阵，创新线上营销模式

在新媒体文旅快速发展背景下,传统口碑传播模式已难以适配乡村文旅引流需求。因此，村庄需搭建短视频、图文种草、直播推广三位一体的新媒体营销矩阵。依托抖音、视频号、小红书等主流平台，常态化发布茶园风光、非遗制茶过程、红色研学故事、村民日常劳作等原生态内容，打造乡村文旅爆款素材。定期开展云端采茶直播、文创产品带货、研学线路推介等线上活动，提升村庄文旅线上曝光度与引流能力。培育本土新媒体宣传员，打造村民视角的乡村文旅账号，增强内容真实性与感染力，构建长效线上引流机制。

6.3.3 深化跨界联动推广，拓宽客源市场

乡村文旅发展具备极强的区域联动属性，抱团发展、资源互通是拓宽客源的重要途径。打破单打独斗的宣传格局，构建抱团发展、联动推广的营销体系。联动岳西县周边景区、研学基地、文旅企业，推出区域联游套餐、研学互通线路，实现客源共享、优势互补。主动对接中小学研学机构、企事业单位团建平台、旅行社渠道，建立长期稳定的合作关系，精准对接研学、团建客源。积极参与省市乡村文旅展会、农产品展销、民俗文化节，借助官方平台扩大品牌影响力，推动品牌从县域知名向市域、省域辐射升级。

6.4 构建人才培育体系，激活乡村内生发展动力

6.4.1 精准引进外部专业人才

依托乡村振兴人才政策，针对性引进文旅策划、品牌运营、新媒体营销、课程研发、民宿管理等高端复合型人才。通过返乡创业补贴、就业扶持、住房保障、项目分红等优惠政策，吸引在外青年、文旅从业者返乡创业就业，弥补村内高端人才短板。聘请高校文旅专业教师、行业资深从业者作为村庄文旅发展顾问，为业态创新、线路规划、品牌运营提供常态化专业指导。

6.4.2 系统化培育本土人才队伍

盘活本土劳动力资源是乡村人才振兴的核心抓手，针对茶农、民宿经营者、村两委工作人员、返乡青年开展分层分类专项培训。面向普通村民开展文旅服务、讲解礼仪、基础制茶体验教学培训，培育基层服务人才；面向经营主体开展品牌运营、市场营销、业态创新培训，提升市场化运营能力；依托非遗传承人、老茶农资源，搭建师徒传承机制，培育本土非遗技艺、茶文化宣讲人才，构建本土化、可持续的人才梯队。

6.4.3 建立人才长效激励机制

完善人才激励与保障体系，破解人才留不住、积极性不足的问题。建立人才绩效考核、评优表彰、收益分红机制，对优秀文旅从业者、新媒体运营人员、非遗传承者给予物资奖励与荣誉表彰。优化乡村就业创业环境，搭建文旅创业孵化平台，为人才提供项目、资金、场地支持，让人才有平台、有收益、有归属感，持续激活乡村文旅发展内生动力。

6.5 完善联农带农机制，夯实富民振兴根基

6.5.1 拓宽农户多元参与渠道

打破普通农户仅能参与种植、基础务工的局限，全方位降低农户三产参与门槛。鼓励和引导村民以土地经营权、茶园资源、闲置农房入股文旅项目、合作社经营，参与民宿托管、研学辅助、文创售卖、景点管护、文旅讲解等多元业态。针对老年村民、小规模种植户开设轻量化就业岗位，实现全村劳动力按需适配、全员参与、就近增收，拓宽村民多元增收渠道。



与 65 岁村民奶奶对话

6.5.2 构建均衡收益分配体系

由村集体牵头规范产业收益分配机制，平衡合作社、经营主体与普通农户的利益关系。建立“固定分红+效益提成+务工收益”的多元分配模式，保障资源入股农户获得稳定分红，参与服务经营农户获得务工收益，村集体留存部分收益用于村庄公共建设与产业升级，形成“产业发展、集体增收、村民致富”的良性循环，破解收益分配不均、联农带农薄弱的问题。

6.5.3 强化村集体统筹赋能作用

强化村集体资源整合、统筹协调、监督管理职能，统一整合村内零散资源、统筹业态布局、规范经营秩序、对接外部客源。搭建村集体、合作社、农户、经营主体四方协同发展平台，化解各方利益矛盾，凝聚发展合力，改变各自为战的松散格局，构建共建、共治、共享的农文旅融合发展新格局，持续激活乡村振兴内生动力。

7 研究结论与展望

7.1 研究结论

7.11 融合路径已经搭建

水畈村已初步形成“农业为基、文化铸魂、旅游活化”的三元融合路径。在农业层面，村庄依托 2240 亩生态茶园，通过标准化建设、体验功能叠加与生态景观转化，将单一生产空间改造为集茶叶产出、农事体验、生态观光于一体的复合空间，实现了一产向三产的延伸。在文化层面，以非遗炒青技艺与“六仙女授茶”传说为核心，依托传承人储楚的身体化技艺、非遗工坊的客观化载体与官方认定的制度化身份，将无形文化资源转化为品牌溢价与体验产品，实现了文化资本的

三重形态转化。在旅游层面，尝试串联茶园、红军洞、天仙河等分散资源，初步搭建了多业态联动的消费框架。三者依次递进、互为支撑，构成了从资源整合到价值转化再到市场变现的完整链条，验证了产业融合理论在山区茶村的应用可行性，也为“两山”转化理论提供了茶叶主产区的实践样本。

7.12 融合成效初步显现

农文旅融合已产生显著的产业增效、就业增收与文化认同成效。 问卷数据显示，92.54%的受访者认可茶叶品质优良，97%以上的受访者认同融合发展的增收就业成效，其中 79.10%认为红绿融合模式特色鲜明，88.06%认为非遗技艺与茶文化是产业核心竞争力。量化分析充分证明，水畈村所构建的融合路径获得了市场与村民的双重实证认可，农文旅融合已成为拓宽村民增收渠道、壮大村集体经济、激活乡土文化活力的有效抓手，初步验证了体验经济理论中“参与式消费产生溢价”的核心命题，也回应了乡村可持续发展理论关于经济、社会、生态三效统一的要求。

7.13 融合层次仍然较浅

水畈村仍处于初级浅层融合阶段，面临配套、运营、品牌、人才四重结构性制约。问卷数据与访谈资料共同指向同一判断：79.10%的受访者认为基础设施不完善是首要制约，50.75%指出专业运营人才匮乏，43.28%反映品牌宣传不足。配套缺失导致游客停留时间短、消费链条断裂；资源分散运营导致业态停留在点位简单罗列，缺乏统一产品体系与联动机制；品牌影响力局限于县域，文创产品单一，文化资本未能充分转化为市场价值；人才断层导致高品质业态无法落地。上述问题的深层根源在于：村级层面缺乏统筹运营机制，利益联结松散；产业扶持在前期侧重生产端，对文旅融合的配套投入与文化转化重视不足；人才培育与引进机制缺失，内生动力薄弱。这些矛盾是初级融合阶段的典型特征，印证了乡村可持续发展理论关于“发展初期多重目标难以同步实现”的判断。

7.2 实践启示

水畈村的经验与困境，为同处大别山区的资源禀赋相似村落提供了以下启示。

第一，农文旅融合的前提是立足本地产业根基，不可脱离农业空谈文旅。水畈村的融合之所以具备可持续性，根本原因在于茶叶产业提供了稳固的经济基础与空间载体。脱离农业的文旅开发容易陷入同质化竞争，而依托特色农业的融合路径则具备不可复制的资源壁垒。

第二，文化赋能是破解同质化竞争的核心手段。水畈村周边的乡村同样拥有茶园与山水资源，但“六仙女授茶”传说、岳西炒青非遗技艺、红军洞红色叙事使

其具备了差异化基因。将本土文化资源系统性地转化为品牌、产品与体验，是山区茶村从“卖茶叶”走向“卖文化”的关键一步。

第三，初级融合阶段的瓶颈需要通过制度创新突破。配套不足、运营分散、人才匮乏等问题，本质上是乡村产业从“政府主导”向“市场运营”转型过程中的阵痛。建立村级统一运营平台、完善利益联结机制、构建“外引+内培”人才体系，是实现从“初级融合”向“深度融合”跨越的制度保障。

7.3 研究展望

本研究虽力求客观严谨，但受调研条件所限，仍存在以下可完善之处。在样本覆盖上，本次调研集中于暑期一周，未能覆盖春茶采摘、秋季研学等不同季节的运营实态，后续可通过分季节追踪调研，完整呈现茶旅融合的年度运行周期。在案例代表性上，水畈村属于多资源集聚的特殊类型，其路径的可推广性需通过多案例比较研究加以验证，后续可将周边资源禀赋相似的毛畈村、溪沸村纳入比较框架，提炼山区茶村农文旅融合的一般规律与差异化路径。在分析深度上，本研究对文化资本转化的微观机制、利益联结的制度设计尚有进一步细化的空间，后续可引入社会学、管理学的分析工具深化相关议题。在实践跟进上，随着“茶仙女”品牌推广与研学基地建设项目的持续推进，水畈村的融合实践仍在动态演进之中，后续可开展跟踪调研，观察融合路径的迭代与优化方向。

7.4 结语

从 2003 年试种中药材失败到锁定茶叶产业，从 2010 年全国首批茶叶标准园创建到 2240 亩生态茶园成型，从单一茶叶售卖到茶文旅融合初步探索，水畈村的产业转型之路已走过二十余年。这段历程折射出山区茶村在乡村振兴进程中的典型轨迹——依托本地资源禀赋，在试错中找准方向，在政策引导下扩大规模，在市场驱动下探索融合。本研究通过为期八天的驻村调研，以问卷记录村民的真实心声，用访谈留存传承人的技艺记忆，以踏勘丈量茶园的分布与变迁，力图将水畈村从“资源集聚”走向“融合发展”的路径完整呈现。

在“从课堂走向田野”的过程中，我们深切感受到：乡村振兴并非抽象的政策术语，而是体现在茶农逐年稳定的收入里、传承人对技艺的坚守中、村民谈及家乡时流露的自豪感上。农文旅融合的核心价值，不仅在于延伸产业链、提升附加值，更在于让乡村的资源被看见、让文化被传承、让村民的获得感被实实在在地提升。水畈村的实践证明，山区茶村完全有条件走通这条路径，但需要持续在配套运营上补短板、在人才品牌上求突破、在文化转化上做文章。唯有如此，才能让“茶—旅—文”融合真正释放其乘数效应，让生态茶乡的“绿水青山”转化为村民

手中可持续的“金山银山”，让大别山深处的这片茶园不仅产出优质茶叶，更产出属于这个时代的新乡村故事。

参考文献

[1]习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022.

[2]中共中央 国务院. 乡村全面振兴规划（2024—2027 年）[EB/OL]. (2024-01-22) [2026-08-09]. https://www.gov.cn/zhengce/202401/content_6928488.htm.

[3]习近平. 在服务和融入新发展格局上展现更大作为 奋力谱写全面建设社会主义现代化国家福建篇章[N]. 人民日报, 2021-03-26(1).

[4]ROSENBERG N. Technological change in the machine tool industry, 1840–1910[J]. The Journal of Economic History, 1963, 23(4): 414-443.

[5]GREENSTEIN S, KHANNA T. What does industry convergence mean?[C]//YOFFIE D B. Competing in the age of digital convergence. Boston: Harvard Business School Press, 1997: 201-226.

[6]今村奈良臣. 六次産業の理論と実践[M]. 東京: 農山漁村文化協会, 1998.

STREIFENEDER T. Agriculture first: Assessing European policies and scientific typologies to define authentic agritourism and differentiate it from countryside tourism[J]. Tourism Management Perspectives, 2016, 20: 251-264.

[7]吕宛青，肖钊富，王旭熙，等. 基于共生理论的农文旅融合发展机理与实证研究——以云南 4 个典型茶叶县为例[J]. 中国农业资源与区划, 2025, 46(11): 238-254.

[8]尚旭东. 农文旅融合赋能乡村振兴[N]. 经济日报，2026-02-25.

[9]宋瑞. 以农文旅融合推动乡村旅游提档升级[N]. 人民日报，2026-06-24(09).

[10]易开刚，李解语. 茶旅融合与互动发展：模型建构与效果测度——基于浙江省的实证研究[J]. 茶叶科学，2017，37(5)：532-540.

[11]汤惠铃，李赫梅，申云. 农业新质生产力赋能茶旅融合：理论逻辑、经验借鉴及创新路径[J]. 西部经济管理论坛，2025，36(5)：1-12.

[12]瞿华, 罗静. 乡村文化与旅游产业融合: 研究回顾与展望[J]. 旅游导刊, 2022, 6(1)：89-110.

[13]习近平. 之江新语[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2007.

[14]BOURDIEU P. The forms of capital[M]//RICHARDSON J. Handbook of

theory and research for the sociology of education. Westport, CT: Greenwood, 1986: 241-258.
[15]PINE II B J, GILMORE J H. Welcome to the experience economy[J]. Harvard Business Review, 1998, 76(4): 97-105.

附录

附录 1： 调查日志

调查前期（7 月 2 9 日-7 月 3 1 日），我们开展调研筹备工作。通过阅读相关报道和文献，搭建起对茶旅融合赋能乡村振兴的整体研究认知；结合水畈村产业特色、研究核心目标设计线上线下结合的标准化调查问卷，同步规划问卷发放、样本分层采集方案；主动对接水畈村村委会、非遗炒青工坊负责人，敲定村支书、非遗传承人深度访谈行程，为实地走访做好铺垫。

调查中期（8 月 1 日- 8 月 3 日），团队进驻水畈村开展实地调研。8 月 1 日，专访水畈村党支部书记张跃武，跟随走访全域标准化生态茶园，完整了解茶叶产业从试种转型、规模化扩种到茶文旅融合的完整发展历程，同步记录村级产业规划、现有文旅配套与发展痛点；8 月 2 日，走访非遗炒青技艺工坊，专访传承人褚楚，全程观摩鲜叶拣选、摊青、手工杀青、揉捻、烘干全套传统制茶工序，调研非遗技艺传承、茶主题体验业态运营现状；8 月 3 日，实地踏勘天仙河漂流、刘辉岩地质带、红军洞红色研学点、村内民宿农家乐集聚区，直观记录茶旅融合配套建设现状。

调查后期（8 月 4 日- 8 月 5 日），统一回收线上问卷平台与线下实地发放问卷，进行问卷分析与统计；整理访谈录音、茶园实地影像、现场文字记录，梳理一手调研素材，同步开始撰写调研报告，确保内容贴合水畈村产业实景、问卷数据客观真实。

附录 2： 调查问卷

水畈村生态茶叶与农文旅融合赋能乡村振兴的调查问卷

尊敬的受访者：

您好！为深入了解水畈村生态茶叶产业与农旅融合发展对乡村振兴的推动作用，特开展本次问卷调查。本问卷采用匿名方式，数据仅用于学术研究，感谢您的

支持与配合！

一、基础信息

1. 您的身份是？

A. 水畈村村民（茶农） B. 水畈村村民（非茶农） C. 水畈村村干部

D. 当地茶叶合作社/茶厂人员 E. 游客 F. 其他（请注明）_____

2. 您的性别：

A. 男 B. 女

3. 您的年龄：

A. 18 岁以下 B. 18-30 岁 C. 31-45 岁 D. 46-60 岁 E. 60 岁以上

4. 您的月均可支配收入大概在哪个范围？

A. 2000 元以下 B. 2000-3000 元 C. 3000-6000 元 D. 6000 元以上 E. 无稳定收入

二、生态茶园产业基础认知

5. 您是否知晓水畈村拥有 2240 亩全域茶园、100 亩国家级茶叶标准示范园，以茶叶为主导产业？

A. 非常清楚 B. 比较清楚 C. 不太了解 D. 完全不了解

6. 您是否了解“低碳茶园”或“生态茶园”的概念？

A. 非常了解 B. 比较了解 C. 听说过但不清楚 D. 完全不了解

7. 您了解/使用过以下本村生态茶园种植措施有哪些？（可多选）

A. 农家有机肥替代化肥 B. 杀虫灯物理防虫，禁用化学农药

C. 梯壁留草、茶园立体植被保护 D. 节水水肥一体化滴灌 E. 均未接触

8. 您是否了解本村茶园物联网监测、土壤/负氧离子监控、茶叶全程质量追溯数字体系？

A. 熟悉并使用 B. 有所了解 C. 仅听说过 D. 完全不清楚

9. 您对村内茶叶专业合作社、本土茶叶品牌“仙缘翠”集体运营模式了解程度？

A. 十分熟悉，参与分红 B. 大致了解 C. 略有耳闻 D. 完全不了解

10. 您对水畈村生态茶叶的品质评价如何？

A. 品质优良，有机特色突出 B. 品质一般 C. 不太了解

三、茶园景区化与红绿融合文旅认知

11. 您是否知道本村按 4A 景区标准打造景观茶园，配套观光步道、茶亭、两山展示馆？

A. 非常清楚，实地游览过 B. 比较清楚 C. 不太清楚 D. 完全不清楚

12. 您是否了解天仙河漂流、红军洞红色研学等特色文旅资源？（可多选）

A. 天仙河漂流 B. 红军洞红色采茶研学线路 C. 均不了解

13. 您是否参与过或听说过水畈村六维茶旅项目（采茶、茶山游览、茶栈、茶宴、茶叶采购、茶俗体验）？

A. 参与过/经营相关业态 B. 听说过但未参与 C. 没听说过

14. 您认为“生态茶园+红军洞红色研学”红绿融合模式吸引力如何？

A. 特色鲜明，是核心优势 B. 有一定吸引力 C. 普通无辨识度 D. 没有吸引力

15. 您是否购买过茶加工文创、茶礼盒等二产衍生产品？

A. 购买过 B. 没购买但愿意尝试 C. 不感兴趣

四、产业融合增收与发展成效

16. 您认为茶产业发展给本地带来的收入分为哪两层？（可多选）

A. 一产：生态茶叶种植售卖收入 B. 二产：茶叶加工、文创产品增值收入

C. 三产：民宿、农家乐、研学等旅游副业收入 D. 未带来明显收入

17. 您认为茶叶与农旅融合对当地就业和村民增收的影响如何？

A. 明显增加就业和双重收入 B. 有一定增收效果 C. 影响不大 D. 不清楚

18. 您认为茶文化、传统制茶技艺对提升茶叶与文旅价值重要吗？

A. 非常重要，是核心竞争力 B. 比较重要 C. 无所谓 D. 不重要，只看茶叶品质

19. 您对本村“生态一产+加工二产+文旅三产”融合发展模式的整体态度？

A. 非常看好 B. 谨慎乐观 C. 中立 D. 不太看好

五、发展短板与优化对策

20. 您认为水畈村茶旅融合发展面临的主要问题是什么？（可多选）

A. 旅游基础设施不完善 B. 品牌对外宣传不足 C. 缺乏专业运营人才

D. 产业资金投入不足 E. 农户参与三产经营渠道少 F. 红绿研学线路开发较浅

G. 茶文化挖掘不够深入 H. 其他（请注明）_____

21. 对于推动生态茶叶与农旅深度融合，您支持哪些措施？（可多选）

A. 加大茶叶、茶旅线路宣传推广 B. 完善观光、住宿等旅游配套

C. 常态化开展采茶、茶文化研学活动 D. 扩大数字智慧茶园覆盖范围

E. 为茶农提供种植、文旅经营培训补贴 F. 升级红军洞+茶园红色精品线路

G. 丰富茶文创、茶宴衍生产品 H. 引入专业文旅运营团队 I. 其他_____

22. 您最期待推进哪些茶旅融合举措？（可多选）

A. 常态化茶文化研学线路 B. 举办采茶节、茶文化主题活动

C. 打造特色茶主题民宿、农家乐 D. 开发茶叶伴手礼文创产品

E. 联动天仙河打造“茶+山水”一体化旅游线路 F. 其他_____

六、开放建议

23. 您是否知晓本村年均接待游客约 3 万人次的文旅经营现状？

A. 非常清楚 B. 略有了解 C. 完全不知道

24. 对于水畈村依托全域生态茶园、红绿文旅资源赋能乡村振兴，您还有其他意见或建议：

24.您对苇子灯阵与东王看村乡村振兴融合发展还有其他建议吗？

附录 3： 访谈记录

访谈记录一：茶叶经济

访谈时间： 2026 年 7 月 30 日

访谈地点： 水畈村茶园、村委会

访谈对象： 张跃武（水畈村党支部书记）

访谈人： 实践团成员

一、探索时期——从试错到锁定茶叶

问：张书记，听说咱们村发展茶叶产业经历了不少曲折，您能给我们讲讲最早是怎么开始的吗？

张书记：哎呀，说起来话长啊。那是 2003 年前后，国家不是一直在号召产业结构调整嘛，要增产增效增收。我们村当时人均才 0.4 亩口粮田，靠种水稻，老百姓日子过得紧巴巴的。村里就想着搞点别的项目试一试。

一开始我们试过中药材，种了芦荟，种了白芍。结果呢？效果都不好，要么是水土不服，要么是市场价格波动大，老百姓折腾了一年多，没挣到钱。

问：那后来是怎么想到种茶叶的？

张书记：说起来也是缘分。我们这山上自古就有野茶，老百姓房前屋后也零散种了一点，但从来没人把它当个正经产业来做。我们就琢磨：这茶树在我们这地方能长，而且长了几百年了，说明它的习性适应这边的气候土壤。再一个，我们这海拔、光照、温差，种出来的茶品质确实好。后来村干部一合计，就它了，锁定茶叶！

问：刚开始推广的时候顺利吗？老百姓支持吗？

张书记：起步难啊！老百姓没见过种茶能挣钱的，你说破嘴皮子他也不信。后来是村两委干部带头，党员跟上，一共凑了 102.5 亩的实验田。那时候真的是硬着头皮上——要是搞砸了，不光自己赔钱，以后村里再搞什么事儿都没人信了。

问：这 102.5 亩实验田是怎么管理的？

张书记：当时县里、乡里的农技部门都来指导，我们建设起了高标准无性系茶园——无性系你懂吧？就是扦插苗，不是种子种的，这样品种纯、发芽齐、品质稳定。茶苗种下去之后，前三年是不能采的，要让茶树长骨架。到了第三年，

终于可以开园采摘了。

问：第一年采茶效益怎么样？

张书记：第一年采茶，平均亩产就到了七千到八千块钱！你想想，种水稻呢？我们这山区，水稻受气候限制太大，要么旱要么涝，亩产也就七八百块钱，还得扣掉成本。茶叶是水稻的十倍啊！当时老百姓眼睛都看直了，开始自己抢着要改稻种茶。

问：茶叶采下来怎么卖？当时有销路吗？

张书记：最开始是村干统一收上来，统一运出去卖。村干部当了一回茶叶贩子。那时候也没什么品牌不品牌的，就是能卖出去就行。慢慢地，外面茶商知道我们这有好茶了，就主动找上门来了。村子里面有几家茶叶规模大的还自己做起了茶贩子，来收茶。

二、规模扩大——从实验田到一人一亩茶

问：实验田成功后，村里是怎么推广开来的？

张书记：2016 年开始大规模推广。政策引导得好，每年以一百几十亩的速度在扩。政府搞了“以奖代补”，就是政府派专员来看老百姓家里的这几亩田能够种多少茶，认定之后就发相应数量的茶种子。通过这种形式，大家种茶的资金和原料问题就解决了，积极性也上来了，主动找村里要求种茶。

到今年，我们村高标准无性系茶园已经达到 1960 亩，加上常规茶园 280 亩，一共是 2240 亩茶园。全村 2090 人，算下来基本上是人均一亩多一点的茶园了。

问：规模大了之后，在管理上怎么跟上？

张书记：我们提了四个“化”：种植规模化、生产标准化、销售品牌化、经营产业化。2010 年的时候，我们就被评为全国茶叶标准园了。

你看我们这个茶园，周围的桂花树看到没有？我们在茶园里套种桂花树，桂花开的时候那个香气就浸润到茶叶里去了，我们的茶叶就比别人更香，这也是技术专员指导的办法。还有水肥一体化，喷灌、滴灌都上了。你看那边，那个是频振杀虫灯，物理杀虫，不用农药。那上面还有摄像头呢，一个是监督茶农不施农药，一个是方便我们统一管理，相当于“云监工”。

问：咱们村茶叶最大的优势是什么？

张书记：出茶早！我们这海拔低一点，春天回暖快，惊蛰一过就开始采茶了。比高山的茶园要早上市十几天。你别小看这十几天，岳西最早上市的茶叶就是我们这出去的。快、齐、早，不愁销量，价格还高。

现在的亩产值，管理好的一亩七八千稳稳当当，做得精细的能上万。你要知道，现在好多老百姓家里有三四亩茶园，但人手不够，根本采不过来——采茶是

靠人工一片一片掐的，一天采不了多少。要是人手够的话，一人一亩茶，一年一万块钱是跑不掉的。

问：规模大了之后，茶叶怎么卖？还是村里统一收吗？

张书记：现在不一样了。规模大了，发展好的茶农自己建了茶厂，外面茶贩子也来了，茶老板也多了，村里自然形成了交易市场。每年采茶季节，马路边上都是收鲜叶的，老百姓早上采下来，上午就能卖掉，现金结算，不赊账。我们说“早上采茶，晚上乘凉”，也是过得十分惬意的。

不过我们村集体经济主要是光伏发电和旅游业，茶叶主要是个体经济——老百姓自己种、自己管、自己卖，村里做好服务和指导就行。

三、茶文旅融合——现阶段的发展思路

问：我看村里那边好像还在施工，是下一步有什么打算吗？

张书记：我们现在搞茶文旅融合。你看那边——刘辉岩，地质学家李四光都来看过，地壳以下八十公里的东西，在这裸露到地面了，面积是亚洲第一，科研价值很高。就这一个点，每年来考察、来研学的人就不少。

现在村里搞茶文旅，接待团建、党建的团队越来越多。这两年争取到了一千多万的项目资金，搞配套设施建设，主要是建了这个三四层的民宿。

我们还有特色的漂流项目，不过主要是夏天开放，来的游客可以坐皮艇漂流，老少皆宜，不是很刺激的那种。

不过最独特的还是我们的一个红色资源，红军洞。当年红军第二十八军的九个伤员在这里养过伤。我们现在把红色旅游和茶旅结合起来，来党建团建的，上午体验采茶、炒茶，下午去漂漂流、参观红军洞，晚上住民宿。

问：村集体经济下一步的目标是什么？

张书记：争取集体经济突破一百万吧。茶叶这一块老百姓富了，村集体要跟上，光靠光伏发电还不够，旅游这块要尽快成熟起来。我们有资源、有产业、有红色文化、有生态，就差好好串起来了。

访谈记录二：非遗茶技艺

访谈时间： 2026 年 7 月 31 日

访谈地点： 水畈村非遗茶工厂

访谈对象： 褚楚（非遗炒青技艺传承人、“茶仙女”品牌创始人）

访谈人： 实践团成员

一、非遗技艺与茶工厂

问：褚老师，您这个茶工厂主要做什么呢？

褚楚：我们是非遗炒青技艺的传承基地。手工茶这一块，我是非遗传承人，主要是做传统炒青工艺的传承和推广。我们茶工厂既做传统手工茶，也做游客体

验——来的人可以自己动手采茶、炒茶，学茶艺。

问：手工炒茶和机器炒茶最大的区别在哪？

褚楚：手工茶是有温度的。你看这个杀青，锅温两百多度，手要不停地翻、不停地抖，慢了就糊了，快了杀不透。这个感觉，机器是做不来的。但手工茶做出来，它的香气、它的形状、它的味道，都是活的。

问：您的茶品牌叫“茶仙女”，这个名字挺有意思的，有什么来历吗？

褚楚：这个说起来有个传说。我们当地有个故事，说天庭有六个仙女，掌管着仙草园。她们看到凡间老百姓采茶辛苦、炒茶手艺不精，就下凡来教老百姓怎么识茶、采茶、炒茶。教完之后，她们就化成了六座山峰。你看我们村子四周，刚好是六座山头围着，当地人就叫“六仙女峰”。我就是做茶的，也觉得自己在做当年仙女做的事：把这片叶子的好，传给更多人。所以品牌就叫“茶仙女”了。

问：那您的茶，跟"六仙女"有什么关系？

褚楚：我们茶园就在这六座山围着的山谷里，昼夜温差大、云雾多，茶叶内质特别好。做茶的时候，我们也讲究"仙女手选"——鲜叶采回来之后，要经过人工一片一片挑选，把不合格的叶子挑出去，保证每一片进锅的叶子都是最好的。

二、茶叶加工与品质控制

问：茶叶采回来之后，具体怎么加工？

褚楚：鲜叶采回来第一步就是人工挑选，我们用这个机器，手工摇动，然后重量不合格的叶片就会被筛选出去。然后就是摊青，让鲜叶的水分自然散失一部分，叶子变软了才好做形。接下来是杀青，这个是关键，手工杀青全凭经验和手感。锅温、投叶量、手法、时间，差一点都不行。再后面是做形，手工揉捻，让茶叶卷曲紧细。最后是烘干，文火慢焙，把香气固定下来。

你们闻一下，这个就是手工炒出来的，香气是不是很清、很纯？没有那种机器茶的“燥”味。

问：我刚才看到有机器在做类似摇青的工艺，那是做什么茶的？

褚楚：那是我们今年新上的乌龙茶生产线。这几年年轻人喜欢喝乌龙茶、红茶，我们也跟着市场走。你看到的那个是“摇青”——乌龙茶特有的工序，茶叶在机器里反复摇动，叶子边缘碰撞破损，发酵出花果香来。传统我们是做绿茶为主，现在红茶、乌龙茶、白茶都做了，顺应市场嘛。

第三部分：传承与展望

问：手工茶这一块，有没有年轻人愿意学？

褚楚：有来学的，但能坚持下来的不多，因为手工炒茶太苦了。夏天锅边温度七八十度，一站就是几个小时。而且手工茶产量低，一天也炒不了几斤，论经济效益，确实不如机器来得快。

但现在也有好的变化。我们搞体验、搞研学之后，很多年轻人来学茶艺、学品茶，他们不是要当茶农，是喜欢这种生活方式。我觉得这也是一种传承，不是说每个人都要会炒茶，但至少他们知道了茶是怎么来的，知道什么是一杯好茶。

问：下一步有什么打算？

褚楚：想把“茶仙女”这个品牌再做响一点，把我们这的故事讲出去，比如六仙女下凡、非遗炒青、生态茶园啊。还有一个想法，想带着手工茶参加更多比赛和展会。手工茶的这条路不容易走，但是走下去了，就舍不得回头了。