

南阳农家乐 近郊游 周末度假 亲子采摘+钓鱼抖音短视频推广

产品名称	南阳农家乐 近郊游 周末度假 亲子采摘+钓鱼抖音短视频推广
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	2000.00/次
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

随着乡村振兴国家战略的层层推进，乡村游市场向好发展，乡村度假正成为城市居民重要的休闲度假方式。2021年1-5月，乡村游客规模累计达到86653.7万人次，较2020年同比增长55.5%。乡村领域的吃、住、游、购、娱环节供给创新与需求拉动共同推动乡村文化和旅游市场发展。乡村主题得到广泛关注，“美丽乡村”等成为抖音热门讨论内容。抖音积极发力文化、旅游、人才等领域助力乡村振兴。

随着南阳乡村振兴相关政策的不断推进，乡村振兴战略日渐明晰，各项配套政策逐步细化，“农业、农村、农民”相关问题逐步得到解决，旅游业在其中发挥着巨大的作用，既带动了乡村发展，又带活了疫情下的旅游，使得乡村文化、非遗资源、古村落文化、原生态好物等乡村游天然的、专属的IP能出现在大众视野里，并以其得天独厚的条件，促成文化赋能旅游、旅游振兴乡村的良性互助关系。

01.

乡村旅游市场稳步复苏，信心提振，行业获市场认可

国家战略指引下，国内各地依托政策扶持、企业跟进和资本投入积极开发乡村旅游市场。2021上半年，国内大环境趋于好转，国内乡村游市场也现稳步复苏态势，2021年1-5月，乡村游客规模累计达到86653.7万人次，较2020年同比增长55.5%。旅游行业整体进入景气通道，行业普遍看好乡村文化和旅游发展。

另外乡村游的发展不止局限于旅游，通过政企联动，帮助农民完成抖音品牌号、抖音小店的开通，为优质农产品搭建“短视频+直播+电商”三位一体的产销直链营销平台，更配有专业的培训和指导服务，这一系列完善的配套措施，打破了原来农产品有产物没销路的困境，不仅为农民增收，还让乡村发展有更多的可能，获得文旅行业的广泛认可。

很多企业对于加大短视频推广投入的意愿较高，多数选择通过抖音平台来触达用户，让更多的用户种草，这已成为乡村文旅企业与品牌Zui重要的途径之一。据中旅院2021上半年乡村企业调研数据可得出，近半的企业都愿意大力投入短视频推广，全媒体环境下只有主动出击才不会被市场淘汰。

02.

乡村度假正成为城市居民重要的休闲度假方式

显然，城郊20-150公里成为乡村游的黄金发展地带，省域乡村游客源以省内为主，多数地级市的乡村游发展也已本市游客为主导，据中国旅游研究院和巨量引擎城市研究院联合开展的2021上半年乡村文化和旅游市场专项调研结果（以下简称“专项调研”）显示，2021上半年48.0%的受访者进行了外出旅游，其中选择乡村游的游客占比达到74.5%。从出游范围看，本市周边乡村出游占比48%，省内乡村游占比40%，跨省乡村游占12%。

据中旅院调研数据显示，人们乡村游的核心诉求更多的还是放松身心，且不再单一追求欣赏田园风光，对社交、特色文化、特色景观、特色美食、新奇的体验等也有一定的需求。乡村有着不同于城市的特性，又因城市客源的流入，乡村游需求不断发生变化，让乡村游既可以看得见山水和乡愁，又能保持现代生活品质。

03.

“吃”——乡村美食需求旺盛，推动乡村餐饮业态快速成长

常态化防控形势一定程度上改变了城乡居民的集聚形势，但人民对美食的需求依然旺盛，美食旅游已然成为惯常的生活方式。

专项调研数据显示，游客的餐饮消费意愿更高，乡村消费意愿更高，乡村消费占比在40%，60%区间范围的受访者达到32.21%，高于其他消费业态。所以，着力提升乡村餐饮，已成为释放旅游消费需求、培育乡村旅游新型业态的现实路径。此外，安全卫生的场所、就近选择、亲友或网红推荐构成了游客对餐饮选择的主要依据。

04.

“住”——高品质民宿需求不断增加，环境与安全是核心诉求

游客对于乡村民宿的软硬件都有了更高的期待，高品质民宿消费需求不断增加。原来对乡村民宿的印象大多是简陋、设备部全或者是供不应求，但随着乡村游的发展，这些问题逐步被解决，安全卫生、环境优美、有文化氛围和独特创意的民宿越来越多。据专项调研显示，人们出游的住宿花费比也有所改善。

乡村游基于客源地思维下的需求引领，乡村民宿通过文化理念输入、创意设计、社区社群营造、消费场景拓展等方式，构建主客共享的现代化乡村休闲美好空间。多元化的休闲消费场景，是维持乡村旅游运营的重要渠道。目前，众多民宿通过发展美术馆、儿童乐园、培训学校等，Zui大限度挖掘既有客流的消费价值。

05.

“ 娱 ” —— 文化娱乐成为乡村游的主要内容，且花费占比大

游客对乡村的期待不再局限于自然风光、传统文化、乡土风情、古村落遗产等成为休闲消费的重要选项。一方面，游客关注与乡村有关的文化符号、历史变迁、生活方式等，以乡村特色文化为核心的产品备受关注；另一方面，不断涌入的城市游客，将自身的娱乐、休闲消费理念带入农村，乡村的文化空间也在发生改变。

对标游客不断升级的体验需求，聚焦文化休闲、家庭亲子等产品和服务创新不断涌现。专项调研显示，乡村休闲内容以文化体验（54.8%）、亲子互助（21.1%）、体育健身（15%）内容为主。同时，乡村游文娱的花费也随之不断提升，数据显示，在乡村游中文娱花费占比超过五成的用户超过了80%。

06.

“ 购 ” —— 目的地特产、文化产品带火乡村游购物热潮

随着乡村旅游和电商平台的快速发展，乡村购物不断升温，乡村特色产品备受青睐。游客在体验乡村风情的同时购买特色农产品，让乡村购物消费更加生活化，通过感悟乡村人文历史，对非遗等文化产品的消费热情不断增加，促进了乡村文化的传承推广。专项调研数据显示，从购物内容上看，乡村土特产55%、非遗及文创产品36%、农产品2%为主要内容。从消费占比来看，四成以上受访者购物消费占总花费的比重超过20%。

07.

“ 游 ” —— 夜游已成为主要场景，夜间游项目受到追捧

夜经济快速发展，夜间出游从城市向乡村扩散，已成为乡村旅游的重要场景。如游乐、一等众多细分场景也得到不断的丰富，乡村夜游为乡村振兴发挥积极贡献，专项调研数据显示，2021上半年，81.8%的受访者体验过乡村夜游。从场景来看，夜间游乐Zui受青睐，超过六成的受访者游乐项目是其主要夜游场景，另外，夜景、演艺等为代表的场景亦受欢迎。从时间分布来看，七成游客乡村夜间体验时长为2~4小时。

企业侧方面，根据2021上半年乡村游企业专项调研数据显示，65.4%的受访企业看好乡村经济发展，27.3%的受访企业表示比较看好。在行业普遍看好夜间市场的背景下，未来夜间场景创新需要持续的文化引领和科技支持。

08.

乡村游——抖音助力，全面振兴

抖音在文化振兴、旅游振兴、产业振兴、人才振兴、生态振兴等方面都有突出成效，为助力“乡村振兴”领域提供良好基础。“乡村”相关视频在抖音受到人们的喜爱，其中，2021上半年“乡村”相关话题视频量达1000万多条，共产490多亿的播放量。“乡村振兴”也受到人们的关注，相关视频播放量达到22.4亿。抖音已成为文旅传播、营销的重要渠道，人们在抖音积极创作“乡村”相关内容，不仅为当地的农特产找到了出路，各让种好景好物通过抖音进入人们的视野，吸引游客前来游玩。

乡村专属的文化IP已经在抖音占有一席之地，乡村主题的短视频总能引起大多数人的关注一个名叫“张同学”的农村生活实录瞬间出圈，获粉无数，从中也透露出困在城市的人对乡村气息的向往。之前抖音发起的乡村公益项目和助农计划也得到不错的反响，乡村的好景好物在一系列政策扶持、流量助推、环境引导下越来越具挖掘潜力。

城市项目越来越难做，人们对城市更多的印象都是高楼大厦和枯燥无味的生活，又受后疫情时代的影响，越来越多的人开始向往农村的生活，普通的农家乐已无法满足市场需求，在政府政策导向和人们需求的作用下，乡村游备受热捧，并成为国家旅游业改革创新的重点。

南阳企常青主要服务有：企业宣传片、产品广告片、个人IP形象片、地产/城市/企业招商宣传片、三维动画制作、短视频拍摄、微电影、会议/活动/摄影跟拍、抖音运营、品牌策划，媒体报道/品牌推广四大业务版块。

公司拥有4K系列摄影机，数字高清摄像机、小高清摄像机、中大型摇臂、三轴云台、专业无人机航拍，专业灯光以及监视制作系统。视频与新媒体品牌策划与运营一站式综合运营数字化传媒公司，公司将竭诚提供“优质、高效”的服务，同新老客户互惠互利、精诚合作，共同创造美好明天！