

核心提示

吃农家饭、享农家乐，曾是风靡一时的潮流，也是众多城市居民周末的休闲首选。然而，近日，一则“全国已有8万多家农家乐注销”的报道引发众人唏嘘。天眼查数据显示，截至6月14日，重庆有2.63万家名字带“农家乐”字样的公司，其中有6954家显示已注销。

盛极一时的农家乐真的风光不再了吗？连日来，记者带着疑问多方采访游客、经营者、协会专家及相关部门，试图探寻在这次产业升级迭代中，农家乐应何去何从。

□ 重庆日报记者 颜安

沙坪坝区一农家乐对餐厅内外进行翻新改造。
重庆日报记者 李裕锟 摄



南岸区南山放牛村的农家乐，食客正在绿树环抱的餐厅，享用特色农家菜。
重庆日报记者 罗斌 摄



北碚区一农家乐修建了多个风格各异茶室，供消费者聚会品茗。
受访者供图



农家乐还「乐」吗？

巫山县邓家土家族乡，利用海拔高、气温低等特点，打造生态宜居的农家乐，吸引了大城市的客人前来避暑纳凉，体验乡村生活。
重庆日报特约摄影 王忠虎

6月6日，坐在友缘山庄餐厅的长凳上，见记者来访，伍红梅的第一反应竟是给记者递来一张传单。

“早上六七点，我是销售员，到山下的农贸市场卖玉米，周末或节假日人气旺的时候，我又成为‘发单员’，去观音桥步行街发传单。如此一来，本职工作——重庆友缘山庄农家乐的整体经营和管理，反而像是‘副业’了。”伍红梅有些无奈地说。

“这是没办法的办法。卖玉米，是为了给农家乐创收，发传单，是为了给农家乐打广告。”她解释道。时近正午，能容纳50多桌客人的餐厅，只有她与记者两人，声音回荡在空旷的空间里，尤为响亮。

窘境——去农家乐的游客少了

尽管伍红梅已如此努力，她也很难以一己之力扭转局势。

友缘山庄是全国休闲农业与乡村旅游示范点、五星级农家乐，其占地有300余亩，集“休闲、娱乐、观光、美食、垂钓、集会”于一体，在农家乐领域应该算是“六边形选手”，但依旧承受着从车水马龙到门可罗雀的巨大落差。

1986年，我国首家农家乐在四川省成都市郫县农村诞生。此后，农家乐开始在国内蓬勃发展，尤以川渝地区为甚。

友缘山庄的投资人正是来自四川成都，20多年前农家乐风生水起之时，他一眼相中成渝之间的合川，在南津街道投资建设了友缘山庄。

2005年国庆节，友缘山庄开门迎客，在相当长一段时间里，生意好得惊人，因此不断扩展面积和充实人手。伍红梅于2007年加入山庄，并一直干到今天。

所以，伍红梅的努力，掺杂着感情的因素，但同时也有经营业绩的考虑。“达不到经营业绩，我要遭扣5%的工资。已经连续几天‘打白板’了。”她说。

前些年农家乐还是“当红炸子鸡”之时，规模庞大的友缘山庄就像这个行业的一艘航空母舰，在前行的道路上乘风破浪。物换星移，时过境迁，在农家乐消费急转直下的今天，友缘山庄的家大业大，反而成了其发展的桎梏。

“每个月要做到50万元才能覆盖成本，光人员成本就要10多万元。”伍红梅说，眼下这

个人气无疑达不到，“现在的游客出门都不找农家乐了吗？”

记者调查的结果与伍红梅面临的窘境相一致，目前，消费者对农家乐的认同度较低。

“很久都没有听过‘农家乐’这个词了，现在市区周边还有农家乐吗？”

“上次去农家乐仿佛已经是十年前了。”

“唯一一次去农家乐就是高中秋游，那也是我最后一次去。”

“传统农家乐一台电视、一张床的住宿标准很难再吸引我。”市民赵根生是一名户外爱好者，前些年喜欢去周边农村的农家乐休闲，但这两年也不去了。“农家乐各方面条件跟不上，倒不如自己搭一个天幕，带上卡式炉做点吃的。”

市商务委服务业发展处副处长张文华坦言：“早期农家乐有门槛低、复制性强的特点，这使得重庆主城周边的农村都开始做，乡间的老房子摆几张桌椅就开张，吃的饭菜也大同小异，若没有‘出圈’的记忆点的话，大家慢慢地也就审美疲劳了。”

农家乐数量的减少也传递出一个明显的信号：在消费者追求个性化、品质化、体验化的当下，传统农家乐较为单一的服务内容和较低的体验质量，已无法满足市场需求。

挑战——从1.0到4.0，转型有“阵痛”

在这一行深耕多年，伍红梅能明显感到行业的变化：散客和回头客越来越少，需要另想办法。

早在2019年，友缘山庄就与一家教育机构达成合作，引进研学项目；后来，他们又与一些旅行社搞过联合，引入同学会、战友会等团队游客。

“但基本上是赔本赚吆喝。”她说，比如研学，友缘山庄只提供场地，只能赚到学生午餐那顿饭钱，对于整体经营来说可谓杯水车薪。

市乡村旅游协会和市农家乐产业协会会长周祥全认为，重庆休闲农业从无到有，由小到大，大体经历了从吃饭、钓鱼、打牌，到1.0版农家乐，到依托生态环境的2.0版度假型休闲农庄，到适当拉长农业产业链条的多功能型3.0版休闲农庄，再到4.0版的休闲农庄与村庄融合集聚发展模式。

在这个过程中，抓住风口、成功转型的商家进入到下一阶段的发展模式，而存在同质化、基础设施落后等一系列问题的农家乐则搁浅在时代洪流中。

6月4日，记者来到周祥全位于沙坪坝区土主街道土主社区的五星级农家乐——桂龙缘食府时，他正指挥工人装饰门头。

这次重新装修，整体费用约300万元，是一次由内到外的大升级：外立面上，变川东民居为中式风格；内部装修上，将原来风格单一的餐厅按照主题装饰为爱之梦境厅、海蓝之迷厅、紫境星辰厅等，营造氛围感。

“不变化哪行！”周祥全的语气带着坚决。桂龙缘食府距离融创文旅城不远。10年来，随着融创茂、高新天街、佛罗伦萨小镇等一个个文旅项目的投用，桂龙缘的竞争压力陡增。因此，耗巨资进行装修，对于周祥全而言不亚于“壮士断腕”，“不搏一把，或许连翻身的机会都没有了。”

消费转向之时，市场竞争也在加剧。对于“周祥全们”而言，如今的竞争对手不单是同行，也不只是民宿和乡村酒店，甚至连乡村火锅店、咖啡馆、休闲农场都来“抢业务”。当然，背后的重要原因是消费群体的年轻化。

的确，现在打开社交媒体，“拍照出片”“重庆版我的阿勒泰”等关键词早已成为流量密码。一旦获得这样的评价，年轻的消费者通常会一拥而上。同时，作为最活跃的消费群体，

“可以买贵的，但不能买贵的”“清醒地花出一分钱”也是当代年轻人的一大消费准则，套路老旧、性价比比低的传统农家乐，自然被广大年轻消费者抛弃。

“新鲜蔬菜、家养鸡鸭、粗粮饭等，市区也出现了许多主打农家菜的菜馆，没必要再跑到乡村去吃。”在“95后”消费者杨金玉看来，要真的在乡村里找到一两家食材正、味道好、体验佳的农家乐实属碰运气。“有些农家乐的卫生、服务跟不上，饭菜口味也一般，水平参差不齐，有些收费还很贵，很难有回头客。”她说。

“农家乐的减少不能简单视为一个行业的衰败，而是市场自然选择与产业转型升级的必然结果。”张文华表示，对于农家乐而言，如何创新经营模式、提升服务质量，成为摆在经营者面前的一大课题。

机遇——服务顾客要从“口味党”变为“体验党”

近几年，农家乐加速了洗牌进程。一边，许多粗放式农家乐关门歇业；另一边，一些农家乐则开始朝着升级版农庄模式发展。

6月4日，北碚区北温泉街道的红熙山寨正在进行大装修。“寨主”周红看着装修中的博物馆亲子主题酒店，再看看效果图，若有所思。

早在2000年，周红就来此创办了红熙山寨，生意一直不错。“有一年冬天我们搞刨猪汤宴，最高纪录是一天杀了17头年猪，到最后杀猪匠的手都抬不起来了。”她回忆。

其时，周边的农家乐也如雨后春笋一般涌现。这些农家乐大多是夫妻店，经营模式基本相同：住一宿、吃三顿饭，价格从60多元到100多元不等。

或许正因如此，这些农家乐的生意在一度红火之后，很快归于沉寂。周红意识到，不改革不创新就没有出路。5年前，她将红熙山寨旁的古树农家乐收购后，开始对农家乐的业态进行大刀阔斧地调整。

首先，创办西南人文美术馆、山外美术馆和缙云美术馆，吸引了一批画家在此驻扎并办画室，用艺术赋能乡村。

其次，利用流转的300亩林地开发了山地越野车和丛林穿越等项目，给游客带来了不一样的休闲旅游体验。

周红的儿子刘明璐敏锐察觉到了年轻人的喜好，在红熙山寨创办了北碚虹吸青年夜校，开设形体、插画、厨艺等课程，为农家乐带来了新的收入增量和客群。

山寨与重庆自然博物馆联动，将建设博物馆亲子主题酒店，并将打造“轻拓展+树上探险+真人CS+农家休闲”的集体活动一日游模式。如今，红熙山寨的转型步子迈得越大，综合年收入有五六百万元。

从“口味党”到“体验党”，这是农家乐服务转型的主要方向。“菜品上不仅要新鲜、好吃，而且要健康、营养搭配；客房不仅要舒适，而且要温馨，甚至连服务人员的微笑和礼貌用语都需要培训。”周红总结道，有好的住宿、有要事、有特色美食才能留住客人。

来自主管部门的数据显示，重庆一年内仍有1785家新注册的农家乐；同年全市有80多家仍在营业的四星级、五星级乡村酒店。随着乡村振兴战略的深入实施，农家乐依然有市场需求和发展前景，其独特的乡村风情和综合性的休闲体验，依然是不少城市人向往的休闲胜地。

“乡村休闲与旅游的本质是乡村品质生活的追寻，核心是乡土文化的魅力体验，突破在乡愁文化之魂的提炼。”重庆师范大学旅游学院(重庆旅游学院)创始院长、中国旅游研究院长江旅游研究基地首席专家罗斌建议，“自古以来，田园农家就是人们心念的一片乐土，以‘农’为根，以‘家’为本，以‘乐’为魂，农家乐才能既‘乐农家’，也能‘乐大家’。”

记者手记

农家乐最重要的是要有“农味儿”

□ 颜安

采访期间，恰巧一位长辈亲戚想托记者给他找一家农家乐，以便七八月去避暑纳凉，但他仍在犹豫：“以前去过一些农家乐，好像每天就等着那顿饭吃，没什么要事。”

统计数据显示，从2010年到2020年，全国农家乐企业的注册量如雨后春笋般从2.6万激增到14.6万。但这十几万家农家乐大同小异，吃个农家菜，住间农家房，再到田间地头或乡间小路逛上一两圈就完事了。这就是农村生活吗？显然不是，人们之所以来农家乐，是因为“农家”二字，是为了体验农村的农耕文化和独特的传统风俗习惯。

要让农家乐重新“乐”起来，就务必要围绕“农味儿”做文章，注重本土特色、突出“乡村味道”，让游客在农家乐感受到与众不同的乐趣。

一方面，要充分利用乡村的好山好水好食材，把特色鲜明的元素融进去。比方说，近年来走红的“土味餐厅”，除了将菜品陈列变成“装饰”外，装修设计大都围绕一个乡土主题展开，一砖一瓦的摆放往往都经过精心设计，处处有景，格调淳朴。

另一方面，要在保留传统乡村特色的基础上，结合当地文化、民俗、非物质文化遗产等元素，营造沉浸式的乡村消费体验。

最后，要从年轻人对仪式感、新鲜感、深度体验和情绪价值的需求上做文章。在网上搜索“重庆宝藏农家乐”，排在前列的大多拥有露营、烧烤、音乐节、剧本杀等新业态。

消费群体和风向变了，传统千户一面的农家乐也应及时转变经营理念，打造各具特色、有滋有味的乡土生活。

黔江区石会镇中元村发展“休闲垂钓、特色养殖、四季果园、乡村旅游、餐饮住宿”于一体的农家乐，吸引了不少游客前往打卡、游玩。图为5月19日举办的钓鱼比赛。
重庆日报特约摄影 杨敏

