

---

# 浅谈疫情防控下 上海休闲农业和乡村旅游发展

杨冰 金玲 方伍生

上海休闲农业和乡村旅游（以下简称农业旅游）始于 20 世纪 90 年代初，是全国该行业中起步较早、发展较快、层次较高的地区之一。目前全市已建成近 330 个农业旅游景区（点），其中年接待万人以上规模的景区有 170 个。这些景区（点）带动就业约 2.8 万人（其中本地农民约为 2 万人）。2018 年上海农业旅游接待游客量突破 1900 万人次，营业收入超过 100 亿元。上海农业旅游为上海经济社会建设和满足人民群众对美好生活追求做出了贡献。

新冠肺炎疫情发生以来，上海农业旅游行业积极行动，将习近平总书记对疫情防控重要讲话精神，作为打赢这场疫情战的指导思想和行动指南，牢牢把握好企业大局，一切按照中央和市委、市政府要求行动。根据中央和市委、市政府对疫情防控和复工复产的统一部署，上海市农业旅游经济协会及时下发了通知。各景区（点）仔细排查、周密布置、落实措施，守望相助、爱心捐赠，众志成城、抗击疫情。协会主动加强与景区（点）联系，及时向有关部门反映情况。还通过微信公众号等窗口，宣传相关政策，实行科学防控、组织农业旅游景区（点）在线培训。坚信在党的领导下，必将迅速打赢这场疫情防控战役。

## 一、疫情对景区（点）经济造成的影响

农业旅游是旅游的一种类型，是高度市场化的行业。据中国旅游研究院近期召开的“《中国旅游经济蓝皮书 No. 12》线上发布会”透露，这次重大疫情对旅游经济的影响，预计 2020 年一季度及全年，国内旅游人次分别负增长 56% 和 15.5%，全年同比减少 9.32 亿人次；国内旅游收入分别负增长 69% 和 20.6%，全年减收 1.18 万亿元。尽管各农业旅游景区（点）全力以赴，积极抗疫，但疫情对上海农业旅游造成的经济损失将是相当严重的。

### （一）春节期间收入骤减

春节对农业旅游景区（点）来说是全年重要经济收入的黄金节日之一。2020 年春节前夕，相当部分景区（点）做了大量的资金、人力、物质投入。但一场疫情袭来，基本阻断了消费者与景区（点）的联系，经济活动几乎被打压到谷底。预约的年夜饭、年货购买、新年活动、会务培训等全部退约。奉贤区属地的一个景点，2020 年春节前一个月客房、餐桌就基本订满。由于疫情，各项损失合计 600 万元左右（与上年同期相比）。据不完全统计，春节期间全市农业旅游景区（点）基本没有营业收入的占 64%，比 2019 年春节减少 50%-98% 的占 36%。

### （二）疫情给景区（点）经营带来困难

上海的农业旅游基本分为五类：一是农家乐（包括特色农庄、渔家、林家乐等），主要提供餐饮、采摘、会务、农产品购买等业务。二是休闲农庄，主要提供观光、娱乐、住宿、餐饮、农产品销售等业务。三是观光农园，依托特色种植、养殖、林业等农业资源，吸引人员旅游。四是农业园区，利用原有市区两级农业园区，开展休闲、观光、采摘、科普教育及推广等业务。五是生态园林型，利用国家森林公园、郊野公园、公益林等林业资源开发的生态旅游场所。这五类景区（点）运转主要依靠景点门票、农产品销售等带来的现金流。受疫情影响，门票、产品销售等经营性收入基本为零。但这些景区（点）场地租金、人

---

员成本等各类费用支出每天都在产生。农业旅游大量用工基本始于 3 月底，如果届时因为各种原因而不能正常用工，生产和销售受阻，将影响到景区（点）全年的经营业绩。

### （三）疫情引发焦虑和担心

这次疫情至少三个月给景区（点）正常营业造成困难。而这短期困难会让部分景区（点）产生焦虑和担心。一些景区（点）前期投入资金对基础设施进行改造，添了游乐设施，也有一些景区（点）投入资金进行团队重整、业务调整，但疫情一来，景区（点）业务活动基本停止，势必引发出担心和焦虑。

## 二、景区（点）创新发展思考

这些年，农业旅游景区（点）不断调整发展模式，疫情之下他们增强危机感，对经营业务、经营管理进行了全方位深层次的思考。

思考之一：餐饮提供的食材是否健康，将成为消费者的选择重点

消费者已认识到不是什么东西都能吃的。这些认识会促使餐饮业迎来新一轮的改革。餐饮不能只为追求特色、满足少数人不健康的需求而采用野生动物做食材。所有食材要可追溯、有品牌。餐饮场所的卫生环境、食材、厨房、餐具等方面要按照行业标准进行改造升级。这是企业的社会责任，农业旅游餐饮行业生存的基础。

思考之二：目前上海相当部分农业旅游景区（点）依赖游客采摘、本地销售等传统方式，缺乏电商、网络等销售方式

这次疫情造成景区（点）营业大门关闭，经济损失大。风险中酝酿机遇，催生新的营销方式。疫情过后，相当部分农业旅游景区（点）将突破行业思维局限，将在生产、经营、销售等方面朝着智能化、线上化拓展。开启“云购物”模式，邀请导购直播卖货，实现一对一在线选购，实行安心无接触配送等。

思考之三：提高运营管理团队的整体素质和专业能力，加强业务研讨，做好企业文化、服务、营销创意、管理等培训

做好提高员工素质教育和提升服务质量专业技能的人员学习、培训，交流考察开眼界，提升自我水平。多家景区（点）表示要加强学习，政策宣讲、信息共享，宣传推介、交流沟通。

思考之四：疫情后勤洗手、勤通风、餐桌上使用公筷公勺，减少传染将成为许多上海市民的好习惯

市健促委、市文明办、市卫健委、市健促中心也向市民发出倡议，文明和卫生用餐，让每一张餐桌上的公筷公勺成为健康上海的新时尚。今后消费者会对安全、科学的餐饮分食制标准有更高的要求。休闲农业和乡村旅游餐饮行业人已在积极思考，打造安全餐饮方式的标准。

## 三、相关建议

### （一）积极争取政府的帮助

抗击疫情，全国各省市都陆续出台了中小企业扶持政策为中小企业减压。上海市在推出四条举措为中小企业纾困减压后，又再出 28 条综合政策举措全力支持企业抗击疫情。各区也积极响应，相继公布了相关政策措施，涵盖金融帮扶、企业减负、援

---

企稳岗、产业扶持、营商环境优化等各个方面，以实质性举措与中小企业共克时艰。建议景区（点）落实专人，学习各级政府及有关部门推出的扶持、激励政策，积极争取政府的帮助。

## （二）加大宣传推广力度

疫情后，景区（点）仅靠自身的力量，来恢复发展经济是远远不够的，建议要加大对自身的宣传推广力度。景区（点）加强与政府、行业协会及相关组织联系，依靠各级政府部门、行业协会等组织力量，详细研究制定出景区（点）宣传、推广实施方案，形成一系列的景区（点）营销和推广活动。如以“认识农旅”主题为重心，在相应场所实施宣传推广活动。

## （三）积极应对“疫后”需求

根据历史经验，大量的游客需求会在危机事件结束后涌现。能否在需求到来时保质保量提供优质服务，是景区（点）能否实现快速发展甚至变道超车的重中之重。建议景区（点）主动行动，立足当前、放眼长远，深入细致地做好市场和营销调查研究。结合自身基础，梳理业务内容，客观分析“疫后”形势、机遇、挑战，把危机转化为发展的良机。要及时谋划“疫后”自救、恢复、振兴的行动预案，提前做好设施设备维修保养、内部培训等工作。

乡村是上海面向未来发展不可或缺、无法替代的珍贵资源。乡村产业兴旺是乡村振兴的基础。农业旅游在促进产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效等方面发挥出积极作用，是乡村产业重要组成部分。疫情会暂时影响农业旅游行业发展的节奏，但绝不会影响该行业蓬勃向前发展的大好趋势。

（作者单位：上海市农业旅游经济协会）