

3.4 威胁 (Threats)

同类景区竞争加剧：与泰山、黄山、张家界等成熟景区相比，华山在品牌国际化、游客满意度与复购率方面处于劣势，竞争压力不断上升。

4 华山景区新型营销策略：多维协同的系统构建

基于 SWOT 分析结果，华山景区需围绕核心优势、直面现实短板，结合政策红利和市场机遇，构建“品牌重塑—产品创新”系统化营销路径，实现从“观光型景区”向“文化体验型目的地”的转型升级。

4.1 品牌重塑：确立“奇险华山，道韵西岳”独特形象

4.1.1 构建统一品牌定位系统

以“奇险”自然形象为符号锚点，“道韵”文化为核心内涵，打造多层次的品牌表达框架：

(1) 自然层面：突出极致探险体验，“长空栈道”的全球唯一性可塑造为“登山者的终极试炼地”；

(2) 文化层面：道教文化资源深度挖掘，打造“东方修行体验中心”；

(3) 生态层面：强化康养功能，塑造“高山避暑·森林疗愈”目的地印象。

4.1.2 搭建多元传播矩阵

(1) 线上平台优化：统一视觉识别系统 (VIS)，对景区官网、微信公众号、抖音号、小红书等平台进行内容策划与风格升级；

(2) 内容策略重构：聚焦“探险挑战+道文化揭秘”双主题，结合热点 IP（如武侠、修行、国潮）开展短视频与直播内容输出；

(3) 线下渠道渗透：在核心客源地如西安、郑州、成都等高铁站、机场设置沉浸式广告装置，推广“30 分钟直达世界级探险胜地”概念。

4.1.3 打造品牌节事 IP 活动

(1) “华山论剑”文化节：联动文学、影视资源，开展剑术表演、武侠快闪、cos 大赛，强化“武侠圣地”联想；

(2) “问道华山”宗教文化周：设置祈福法会、经文抄写、道乐演出等环节，突出传统文化沉浸感；

(3) “极限巅峰挑战节”：组织全球登山爱好者挑战长空栈道，配合媒体直播，制造传播话题热度。

4.2 产品多元化：构建“探险+文化+康养”三维产品体系

4.2.1 高阶探险产品线开发

(1) 专业路线设计：如“夜行栈道”“高空绳降体验”，

配备认证教练、安全装备，设置限量预约制；

(2) 家庭友好路线：如“儿童攀登挑战营”，将知识性、游戏性和参与性融合，提高亲子粘性。

4.2.2 文化体验产品嵌入

(1) 宗教沉浸体验：“一日道士”修行体验、晨钟暮鼓参与、道茶茶道研学，构建文化深度游学产品；

(2) 实景演艺项目：“劈山救母”神话实景剧结合 AR/VR 技术，在景区实地上演互动剧情；

(3) 非遗互动工坊：剪纸、皮影、泥塑等手工艺体验结合文化导览，增强游客记忆点。

5 结语与展望

华山作为山岳型景区的典型代表，其旅游资源的独特性与文化价值具有先天禀赋。在旅游市场竞争日趋激烈的背景下，能否实现可持续发展并构建竞争优势，关键在于营销体系的系统性革新与价值主张的精准传递。

基于 SWOT 理论框架，结合景区发展面临的机遇与挑战，需从多维度构建协同化的新型营销体系。在品牌建设层面，应实施差异化战略，以“奇险特质与道韵文化”为核心价值锚点，塑造统一的品牌认知体系，强化不可替代性的文化标识功能。产品供给方面，需突破单一登山观光的业态局限，向探险体验、文化研学、康养度假等复合型产品结构转型，形成多元化的旅游消费场景。价格机制设计应体现灵活性，通过分层定价策略与组合套餐模式，覆盖不同消费层级客群的需求谱系。营销渠道需推进数字化转型，依托短视频、直播电商、元宇宙等新兴媒介形态，拓展传播触达边界与流量转化入口。

未来，华山景区应深化消费者行为研究，强化游客情感价值联结，拓展国际传播维度，致力于打造全球认知的“中国山岳文化目的地”品牌范式，完成从“知名旅游景点”向“世界级文旅 IP”的能级跃升。

参考文献

- [1] 钟皓凡,田诗楠.桂林漓水人家景区营销策略研究——基于地域性景观重构视角[J].北方经贸,2025,(02):145-148.
- [2] 张丽,宋晨鹏.新媒体视角下周口文化旅游的营销策略研究——以太昊陵景区为例[J].绿色科技,2025,27(01):209-214+260. DOI:10.16663/j.cnki.lskj.2025.01.008.
- [3] 吴怡霖,许媛懿,蔡欢.皖南红色旅游市场营销策略探究——以安徽泾县红色景区为例[J].旅游纵览(下半月),2020,(10):151-153.
- [4] 负尚军,贾志文,郭嫻,等.旅游自媒体在张掖七彩丹霞旅游景区口碑营销中的应用分析[J].旅游纵览(下半月),2020,(06):19-20.
- [5] 雷锦锦.基于“互联网+”的眉山旅游景区微信营销探讨[J].旅游纵览(下半月),2019,(20):87-88.

Effect evaluation of economic incentive policies in green agricultural production transformation

Kebo Wang

Agricultural and Rural Service Center, Dongtun Town Government, Yanjin County, Henan Province, Xinxiang, Henan, 453244, China

Abstract

The transition to green agricultural production is crucial for sustainable development, ecological security, and quality improvement of agricultural products. In recent years, as China's ecological civilization construction strategy advances, both central and local governments have introduced various economic incentive policies to guide farmers and agricultural operators in adopting new production methods and implementing green agricultural technologies and management models. This paper examines the effectiveness of economic incentive policies in China's green agricultural transformation, outlining key policy types, implementation pathways, and operational mechanisms while analyzing challenges in policy design and execution. Using a combination of quantitative and qualitative evaluation methods, this study conducts empirical analysis through case studies and statistical data across multiple dimensions including green agricultural inputs, technology adoption rates, ecological benefits, and farmers' income. Results demonstrate that economic incentives have proven effective in boosting farmers' enthusiasm, accelerating technology diffusion, improving environmental quality, and optimizing resource allocation. However, areas requiring improvement include policy precision, fund efficiency, regulatory support, and long-term institutional mechanisms.

Keywords

agricultural green production; economic incentive; policy effect; ecological transformation; empirical evaluation

农业绿色生产转型中的经济激励政策效果评估

王克波

河南省延津县东屯镇政府农业农村服务中心, 中国·河南新乡 453244

摘要

农业绿色生产转型关乎农业可持续发展、生态安全及农产品质量提升。近年来, 生态文明建设战略持续推进, 中央和地方政府出台诸多经济激励政策, 引导农民与农业经营主体转变生产方式, 推动绿色农业技术与管理模式落地。本文聚焦我国农业绿色生产转型中经济激励政策效果, 梳理主要政策类型、实践路径和作用机制, 剖析政策设计与实施中的问题挑战。运用定量与定性结合的评估方法, 借助典型案例和统计数据, 从绿色农业生产投入、技术采纳率、生态效益、农民收入等多维度实证分析。结果表明, 经济激励成效显著, 提升了农户积极性、加速技术扩散、改善生态环境、优化资源配置, 但在政策精准性、资金效率、监管配套和长效机制上仍需完善。

关键词

农业绿色生产; 经济激励; 政策效果; 生态转型; 实证评估

1 引言

随着人口增长、城乡一体化和消费升级, 农业生产对资源环境的压力不断加大, 传统高投入、高消耗、高污染的发展模式已难以为继。生态环境约束趋严、耕地资源日益紧张、农业面源污染频发等问题, 推动着我国农业向绿色、可持续方向转型。农业绿色生产转型不仅关乎粮食安全和生态安全, 更关系到乡村振兴和农业高质量发展。为破解绿色生产动力不足、技术采纳缓慢、农户积极性不高等瓶颈, 中央

和地方各级政府出台了补贴奖励、税收减免、价格支持、绿色信贷、保险补贴、生态补偿等多种经济激励政策。通过减轻绿色生产的初期成本压力, 降低农民风险, 提高投入回报, 激励农业生产主体采用节水、减药、控肥、轮作、秸秆还田、有机种养等绿色技术。尽管政策体系不断完善, 实际执行和成效呈现出区域性、阶段性和多样性特点。政策效果受产业结构、技术供给、农户素质、市场机制等多重因素影响, 部分地区出现资金分配不均、补贴流失、绿色转型动力不足等现象。如何科学评估经济激励政策在农业绿色生产转型中的实际作用, 总结政策优势与不足, 优化政策体系, 成为当前理论和实践共同关注的重要课题。本文以政策效果评估为主线, 围绕经济激励工具在农业绿色生产转型中的作用机制、

【作者简介】王克波（1979-），男，中国河南新乡人，本科，中级农业经济师，从事农业经济研究。

实践成效及完善路径,进行系统梳理与实证分析。

2 农业绿色生产转型的内涵与经济激励政策体系

2.1 绿色生产转型的基本内涵与动力机制

农业绿色生产转型是指在保障农产品安全和有效供给的基础上,积极推广生态友好、低消耗、低污染、高效率的生产方式,实现农业经济效益、社会效益与生态效益的协同提升。这一过程的核心在于改变传统以高投入、高消耗、追求产量最大化为特征的粗放型经营,逐步向以资源节约、环境保护、生态安全和农产品质量提升为目标的集约型、可持续发展模式转型。绿色生产转型的具体表现包括科学施肥施药减量增效、节水灌溉与水资源高效利用、清洁能源在农业中的推广、农业废弃物的资源化利用、绿色防控与生物防治、以及生态循环农业模式的构建等。推动转型的动力机制既包括政策引导、法律规范、市场机制和社会监督等外部压力,也离不开农户主体意愿和绿色技术的创新扩散。农户行为转变、绿色生产技术和装备的普及、社会组织的积极参与、以及全社会生态文明理念的提升,共同构成农业绿色转型的内生动力和外推力。随着农村劳动力结构调整和新型农业经营主体的成长,农民对高品质、高效益和绿色健康生活的需求不断增长,进一步加快了绿色转型进程^[1]。

2.2 经济激励政策的主要类型与演化特征

经济激励政策作为引导和推动农业绿色生产转型的重要政策工具,类型日益多元,体系逐步完善。最为基础和常见的是补贴奖励类政策,包括对绿色农资、绿色生产技术、生态农业示范项目、绿色农产品认证的直接财政补贴或奖励,有效降低农户采用绿色生产的门槛。税收优惠政策则为从事绿色生产的农业经营主体提供减免税收、增值税退还、绿色农业设备购置补贴等,进一步提升绿色生产的吸引力。价格支持政策通过设立绿色农产品优价收购、差别化定价机制,鼓励农户提升绿色农产品供给。绿色信贷和保险补贴政策为绿色生产活动提供低息贷款、信贷担保和农业保险补贴,有效分担农民在转型过程中的经济风险,提高其转型积极性。生态补偿政策则对实施生态保护和环境修复的农户给予经济补偿或生态服务奖励,激励农户参与环境治理和生态建设。近年来,经济激励政策逐步由单一补贴向多元组合转型,由普惠型向精准型、定制化发展,更加注重与产业政策、环境政策、社会治理等多维措施协同,形成合力推进绿色生产的政策体系。政策制定过程中,也更加重视对不同地区、不同类型农业经营主体的差异化支持,强化激励的针对性和实效性^[2]。

2.3 政策体系中的作用机制与政策目标

经济激励政策通过多渠道、多维度作用,成为推动农业绿色转型的重要引擎。首先,这些政策通过补贴、税收优惠、优价收购等手段,显著降低了农户在绿色生产初期的投

入和运营成本,提高了绿色生产的经济可行性和农民收益预期。其次,政策通过优化农业产业环境、健全绿色农产品市场机制、加大绿色技术研发和推广力度,为绿色生产提供了良好的外部支撑环境。绿色信贷和保险政策分担了农民在技术采纳和转型过程中的风险,进一步提升了农民采纳绿色技术的积极性。生态补偿机制则将生态环境保护外部性内部化,使农民在参与环境保护的同时获得实际收益,增强了其可持续发展的内生动力。更重要的是,经济激励政策通过长期、系统的利益机制塑造和制度供给,不仅带动了短期内绿色生产行为的调整,更推动了农民由“要我绿”向“我要绿”转变,实现绿色生产方式的自觉内生和可持续发展。政策体系还通过促进农户间的绿色技术学习和示范扩散、推动新型农业经营主体的培育和成长、完善农业绿色标准体系和认证制度、引导绿色农产品品牌建设等途径,为农业绿色转型营造了良好的社会氛围和市场环境。

总体来看,经济激励政策的根本目标是促进农业全产业链的绿色升级,推动农业实现由单一产量增长向经济、生态、社会多元价值协调发展的深度转型,实现农业高质量发展与生态环境保护的有机统一。这不仅有利于提升农产品质量安全和农民收入水平,也为农业可持续发展和乡村振兴提供了坚实保障。未来,需继续优化经济激励政策设计,加强政策协同和制度创新,完善绩效评价机制,提升政策实施的精准性和有效性,推动我国农业绿色生产转型迈向更高水平^[3]。

3 经济激励政策实施效果的多维度评估

3.1 对绿色生产投入与技术采纳行为的影响

经济激励政策通过直接或间接方式,影响农民在绿色生产上的投入决策和技术采纳意愿。补贴奖励能够显著提高绿色农资、节水灌溉设备、生物防控等投入的积极性,降低了绿色生产的边际成本。价格支持和绿色认证奖励改善了绿色农产品的市场预期,促使更多农户愿意投资绿色技术。信贷保险等政策则为绿色投入提供了保障,减少了农户在转型过程中的财务风险。调查数据显示,在经济激励政策作用下,绿色农资施用率、生物防控技术采用率和资源循环利用水平普遍提升。尤其在政策持续性和补贴精准度较高的地区,绿色技术采纳和规模化扩散成效显著优于全国平均水平。但在部分地区,由于信息不对称、政策宣传不足、基层执行力有限,政策激励的边际效应有所递减,存在政策工具“最后一公里”失灵的问题^[4]。

3.2 对生态环境效益和资源利用效率的影响

经济激励政策有效提升了农业生态环境质量和资源利用效率。以秸秆还田、畜禽粪污资源化利用、农田防护林补贴等为代表的政策推动,明显减少了农业废弃物焚烧和面源污染,改善了土壤有机质和农田生态结构。绿色农业补贴促进化肥农药减量,提升了耕地土壤肥力,降低了地下水和地表水体污染水平。在南方稻田区,节水灌溉和生态沟渠补贴