

今夏文旅，“县”象万千。从福建平潭“蓝眼泪”点亮海岛夜经济，到贵州黎平侗寨大歌“声”动四方……一个个“宝藏县城”以独特人文景观，书写着乡村文旅的崭新篇章。2026年中央一号文件提出“发展‘小而美’文旅业态”。在方寸之间精耕细作，让乡村既有抚慰人心的“烟火气”，更有支撑长红的“硬实力”，方能以“小而美”下活乡村文旅这盘棋。

以“微改造”守护乡土本真。乡村之美，美在青砖黛瓦的古朴肌理，美在阡陌交通的田园风貌，美在炊烟袅袅的乡土气息。守护这份美，不能大拆大建，而要修旧如旧。“小而美”文旅业态的发展逻辑，在于深耕存量、做细微改。坚持保护优先、顺势赋能，全面盘活闲置农房、老旧祠堂、庭院边角等沉睡资源，以低干预、巧更新的“绣花功夫”，守护乡村本真底色。一处修缮如旧的祠堂，可化作非遗展演的乡村书院；清理整洁的房前屋后，可成为围炉煮茶的待客空间。精雕细琢激活乡土底蕴，让老屋焕发生机、角落绽放美景，才能在方寸之间留住原汁原味的乡愁。

以“差异化”塑造独特IP。“十里不同风，百里不同俗。”乡村文旅的吸引力，往往源于其“仅此一家”的文化辨识度。各地要牢固树立“一把钥匙开一把锁”的辩证思维，立足资源禀赋，找准“人无我有、人有我优”的独特优势。在“挖得深”上下功夫，沉下心来深入田间地头、街头巷尾，把散落在民间的生活故事、传统技艺、乡风民俗系统整理出来，让那些藏在老人口中、刻在寻常物件上的乡土记忆重新“开口说话”。在“做得精”上见真章，把有限的资金、人才等资源集中到具有潜力的地方上，把一根“竹”做到极致，把一道“味”做出名气，把一个“节”做出品牌，让小众特色成为乡村文旅不可替代的硬核竞争力。这种基于差异化的“硬实力”，才是乡村文旅长红不衰的根本所在。

以“多场景”激活全域动能。“单丝不成线，独木不成林。”做强做活乡村文旅，不能靠单点突进，要靠全域联动的“大合唱”。跳出“一亩三分地”的固化思维，打破村镇行政壁垒，统筹梳理县域内山水点位、民宿院落、特色产业等资源，构建“吃住行游购娱”全链条闭环，让游客来得了、留得住、带得走。同时，做好“场景+”文章，将农业、文化、教育、康养等业态相融合，营造步步皆景、时时可游、处处有趣的沉浸体验，让“到此一游”升华为“不虚此行”。同步完善配套基础设施，畅通乡间通行道路，完善标识导引、游客集散中心等配置，通过搭建智慧服务平台，整合导览预约、特产销售等功能，让散落各处的乡土资源彼此呼应、互为补充，形成“一处引流，全域受益”的共赢格局。

“小”并非单薄，“美”更非表象。以微改造守护乡土本真，以差异化塑造独特IP，以多场景激活全域动能，“小而美”的乡村文旅就能在精耕细作中厚积薄发，在守正创新中行稳致远，为乡村全面振兴注入源源不断的生机与活力。

话题：乡村文旅

逻辑词：

金句：

衔接句：

举例：

1 开头：案例引入 排比案例+权威政策 引出话题

总论点：以小而美下活乡村文旅这盘棋。

2 (分论点1) 是什么：以“微改造”守护乡土本真。

为什么：道理论证 正反对比（不能…，而要…。）

怎么办：具体做法 盘活闲置资源，以绣花功夫守护乡村本真底色。举例子（祠堂、房前屋后）

效果 通过微改造，留住乡愁。

3 (分论点2) 是什么：以“差异化”塑造独特IP。

为什么：道理论证 乡村文旅的吸引力，源于文化辨识度。

怎么办：立足资源禀赋，找准独特优势。具体对策 挖得深 整理民间生活故事，挖掘乡土记忆。做的精 集中资源做精特色，做出硬核竞争力。

总结：差异化的重要价值。

4 (分论点3) 是什么：以“多场景”激活全域动能。

为什么：道理论证 正反对比 不能…，而要…。

怎么办：对策一 打破地域壁垒，统筹县域资源，构建消费全链条。对策二 做好场景+文章，多业态融合。对策三完善配套基础设施，搭建智慧服务平台。

5 结尾：金句辩证破题+总结 呼应前文三大分论点（微改造、差异化、多场景）

升华：上升到乡村全面振兴，收束全文。

今夏文旅，“县”象万千。从福建平潭“蓝眼泪”点亮海岛夜经济，到贵州黎平侗寨大歌“声”动四方……一个个“宝藏县城”以独特人文景观，书写着乡村文旅的崭新篇章。2026年中央一号文件提出“发展‘小而美’文旅业态”。在方寸之间精耕细作，让乡村既有抚慰人心的“烟火气”，更有支撑长红的“硬实力”，方能以“小而美”下活乡村文旅这盘棋。

以“微改造”守护乡土本真。乡村之美，美在青砖黛瓦的古朴肌理，美在阡陌交通的田园风貌，美在炊烟袅袅的乡土气息。守护这份美，不能大拆大建，而要修旧如旧。“小而美”文旅业态的发展逻辑，在于深耕存量、做细微改。坚持保护优先、顺势赋能，全面盘活闲置农房、老旧祠堂、庭院边角等沉睡资源，以低干预、巧更新的“绣花功夫”，守护乡村本真底色。一处修缮如旧的祠堂，可化作非遗展演的乡村书院；清理整洁的房前屋后，可成为围炉煮茶的待客空间。精雕细琢激活乡土底蕴，让老屋焕发生机、角落绽放美景，才能在方寸之间留住原汁原味的乡愁。

以“差异化”塑造独特IP。“十里不同风，百里不同俗。”乡村文旅的吸引力，往往源于其“仅此一家”的文化辨识度。各地要牢固树立“一把钥匙开一把锁”的辩证思维，立足资源禀赋，找准“人无我有、人有我优”的独特优势。在“挖得深”上下功夫，沉下心来深入田间地头、街头巷尾，把散落在民间的生活故事、传统技艺、乡风民俗系统整理出来，让那些藏在老人口中、刻在寻常物件上的乡土记忆重新“开口说话”。在“做得精”上见真章，把有限的资金、人才等资源集中到具有潜力的地方上，把一根“竹”做到极致，把一道“味”做出名气，把一个“节”做出品牌，让小众特色成为乡村文旅不可替代的硬核竞争力。这种基于差异化的“硬实力”，才是乡村文旅长红不衰的根本所在。

以“多场景”激活全域动能。“单丝不成线，独木不成林。”做强做活乡村文旅，不能靠单点突进，而要靠全域联动的“大合唱”。跳出“一亩三分地”的固化思维，打破村镇行政壁垒，统筹梳理县域内山水点位、民宿院落、特色产业等资源，构建“吃住行游购娱”全链条闭环，让游客来得了、留得住、带得走。同时，做好“场景+”文章，将农业、文化、教育、康养等业态相融合，营造步步皆景、时时可游、处处有趣的沉浸体验，让“到此一游”升华为“不虚此行”。同步完善配套基础设施，畅通乡间通行道路，完善标识导引、游客集散中心等配置，通过搭建智慧服务平台，整合导览预约、特产销售等功能，让散落各处的乡土资源彼此呼应、互为补充，形成“一处引流，全域受益”的共赢格局。

“小”并非单薄，“美”更非表象。以微改造守护乡土本真，以差异化塑造独特IP，以多场景激活全域动能，“小而美”的乡村文旅就能在精耕细作中厚积薄发，在守正创新中行稳致远，为乡村全面振兴注入源源不断的生机与活力。