

年旅游收入超12亿元，袁家村模式能否复制？

■中国城市报记者 巩 静

在关中平原腹地，陕西省咸阳市礼泉县烟霞镇北面的九峻山下，静卧着一个名为袁家村的美丽村落。这里曾是一个默默无闻、贫困落后的“空心村”，短短数年间，却凭借独特的乡村发展模式，华丽转身为全国知名的乡村旅游“明星村”。

如今的袁家村，年接待游客超950万人次，年旅游收入超12亿元，村民人均收入高达15万元以上，吸引各方瞩目，其发展模式更被各地作为典型学习借鉴。

逆袭成为“明星村”

走进袁家村，古朴的青石板路蜿蜒曲折，两旁的关中特色建筑错落有致，古色古香的招牌随风摇曳，散发着浓郁的关中韵味。

“袁家村烟火气很足，特色小吃品类多样。在这里，人们不仅能一饱口福，还可以喝茶、听戏、采耳。而且，所有店铺管理都很正规，想吃啥吃啥，想玩啥玩啥。每隔一段时间我都会来这里享受慢生活。”游客赵妍告诉中国城市报记者，“来过袁家村的朋友都笑称，这里是一个让你吃胖的地方。”

据了解，袁家村所有小吃都是明厨亮灶现做现卖。村里将辣椒、醋、菜籽油等八大作坊建成农民合作社，为村内所有餐饮店供应原材料，从源头上严把食品安全关。

赵妍说道：“酸奶是袁家村人气最高的伴手礼，游客几乎人手两瓶。”

除了酸奶，辣子、麻花、菜籽油、手工挂面、老豆腐等特色伴手礼也在游客的必买清单中。这些贴着“袁家村”品牌的优质农副产品，从田间地头直达游客手中，大幅提升了农产品的价值。据了解，在袁家村，一天最多能卖8000份酸辣粉、1万根麻花和10万瓶酸奶。

袁家村村委会主任王创战介绍，袁家村是关中民俗文化的沉浸式体验地，人们不仅可以品茯茶、咥美食、住民宿，还可以学剪纸、看皮影、听秦腔。全村138家精品民宿，特色鲜明、风格各异，烟霞巷等10余个亲子游、研学游的新业态，让文化遗产和人间烟火在袁家村相得益彰。

从热闹非凡的民俗表演到承载着历史记忆的古老建筑，从精彩纷呈的传统技艺展示到富有教育意义的乡村博物馆，游客在这里可以全方位、多角度感受关中文化的博大精深。

谁能想到，多年前的袁家村是一个资源匮乏型村庄。2007年，村党支部书记郭占武提出打造关中民俗文化体验地的想法，并带领村民发展乡村旅游。经过十余年的不懈努力，昔日的“烂杆村”逆袭成如今的“明星村”。

2024年，袁家村接待游客950万人次，稳居陕西旅游景区榜首，旅游综合收入超12亿元，村民人均纯收入15万元以上，农产品年销售额超5亿元，带动3000余名农民在家门口就业，辐射周边上万名农民实现增收，近年来获得了“中国十大最美乡村”“全国文明村镇”等20多项国家级荣誉。

家家有产业 人人有收入

在王创战看来，袁家村转型成功的秘诀在于巧妙地将农业、旅游、文化等产业深度融合，形成了独特的产业生态。概括来说就是，以旅游为引擎，带动农副产品销售，而独具特色的农副产品又反过来促进了乡村旅游发展。

通过积极引导村民大力开展乡村旅游产业，袁家村的村民成为了振兴的主力军。与原住民共生、靠原住民发展，袁家村不仅完好地保留了农村原生态的生活场景，又调动了村民的积极性，更避免了景区化后不接地气的问题。

袁家村的成功还来自走共同富裕、共享发展路子的坚持。全村秉持“共建共享、共同富裕”的理念，建立了符合自身发展的股份合作制，将不同主体的利益紧紧地捆在了一起。

对于合作社、商铺、农家乐等经营主体，村民可自主以土地、资金等形式入股，互相持有股份，共同进退，每年都能获得可观的分红，真正实现了家家有产业、人人有收入。这种模式也促使村民有意识地提高产品质量，改善经营策略，推动形成良好的产业生态。

与此同时，怀揣“绝技”的“新村民”的加入，为袁家村注入了人才力量，新思维、新技术、新理念为发展带来了新活力。何林原来在乳品龙头企业上班，2013年来到袁家村担任酸奶合作社社长。何林在接受中国城市报记者采访时表示：“受袁家村的巨大客流和发展理念吸引，我从大厂青年成为乡村小贩。这里像世外桃源一样，村里正在做的事和我想做的事不谋而合。”

何林为袁家村带来了标准化、规模化的生产技术，让酸奶成为袁家村的人气商品。经过

十余年的坚持和创新，袁家村酸奶从最初的日均销售2000多瓶到现在4万多瓶，日均销售额达20多万元。“我在这儿已经待了12年，走在街上，热情的村民、熟络的气氛给了我一种家的感觉。最重要的是，我能带着大伙儿一起挣钱。”何林坦言。

在品牌建设方面，袁家村独树一帜，成功打造出“一店一品”的商业模式。该模式下，每条街上的小吃不重样，如有同样的，就通过PK留下味道最受欢迎的一家，避免同质化竞争，保证了每家店铺都有自己的特色和招牌产品。

与其他小吃街不同，袁家村所有的店铺统一使用袁家村品牌。袁家村辣子、袁家村酸奶、袁家村粉条……通过“一店一品”，袁家村将各家特色串店成链、聚业成群，积累了极高的人气。

“袁家村村花”王宏是一位返乡创业的自媒体人，她坦言：“袁家村一路走来确实不容易，父辈们用



袁家村
村民正在制作
罐罐烤奶茶。黄伟婷摄

勤劳与汗水，让袁家村在30多年前就成为了小康村。我们有义务为村里做好宣传工作，让更多人知道袁家村、了解袁家村。袁家村也为我们年轻一代提供了新的平台、新的机遇。”

截至2024年底，“袁家村村长”“袁家村村花”抖音账号视频浏览量累计突破5000万，“袁家村”这一关键词的抖音搜索指数日均2.3万次，比2023年增长了98%。如今的袁家村已经成为一个乡村旅游的超级IP，成为乡村旅游的金字招牌。

可复制，但不可简单复制

随着品牌的知名度不断提高，袁家村决定进城、出省。

进城就是将袁家村美食搬进城市，在满足消费者需求的同时，实现品牌的输出。目前，23家袁家村体验店已在陕西省的西安、咸阳、宝鸡等城市落地开花。

中国城市报记者来到位于西安砂之船奥特莱斯的袁家村关中印象体验店，就餐时间座无虚席，一座难求。据介绍，2015年8月，首家进城店在西安曲江银泰购物中心开业，仅用9个月时间就收回600万元投资。

出省就是输出袁家村的管理模式。目前，山西忻州、河南新乡同盟古镇、青海河湟、江苏宿迁、海南博鳌、山东青岛等8个省份均已落地了各自的袁家村项目。忻州古城自营业到现在，同样火爆，客流量稳步增长，2024年累计接待游客1400万人次。青岛劈柴院、太兴里微醺街区以及平度的印象胶



夜幕降临，袁家村烟霞巷灯火璀璨。黄伟婷摄

东、即墨的鳌山湾海洋文旅都引入了袁家村模式，打造出了特色品牌。

袁家村模式是否可以复制？王创战给出了肯定的答案：“袁家村模式一定可以复制，但是要看是谁复制，出于什么目的复制。袁家村有很多的模仿者，但是失败的也很多。失败的原因是他们将此作为一个项目，是个人投资、个人受益。而袁家村模式是带领村民实现共同富裕，成为袁家村人共同的产业、共同的事业。”

国土与文旅规划领域学者木呷古布建议，其他地区在借鉴袁家村模式时应注重以下几点：一是因地制宜、文化融入。需深入挖掘本地文化与资源，打造有地方特色的融合发展路径。二是村民共建共享。袁家村模式的核心是让村民成为参与者、受益者，通过股份合作等机制实现共同富裕。三是产业融合、链条延伸。以文旅为牵引，带动农副产品加工、销售和品牌化，构建多元产业生态。四是政府引导与政策保障。袁家村的成功离不开基层党组织和地方政府的支持，借鉴时需在政策、资金、基础设施等方面形成合力。五是坚持可持续打造品牌。应注重生态与文化的保护，避免同质化竞争，推动品牌长远发展。

木呷古布认为，只有把“复制”变为“重塑”，才能让袁家村经验真正落地生根、开花结果。