



禾上涟音

——清远三坑镇稻田上的音乐盒

Natural sound in the Fields——Musical boxes on the rice fields in Sankeng Town, Qingyuan

犹海文；韦舒元；潘玉婷；Al-ameen YB-阿明

指导教师：郭湘闽教授等

CONTENT

目录

我们为何来到三坑？
Why did we come to Sankeng?

1

项目背景
Project Background

2

项目定位
Project positioning

3

核心产品与亮点
Core Products and Key Features

4

商业模式与创新
Business Model and Innovation

5

项目价值与未来
FinaProject Value and the Future

6

结语与展望
Conclusion and Outlook

1 项目背景 Project context

1.1 政策红利与支持 Policy benefits and support

- 宏观背景：**国家深入推进乡村振兴战略、“百千万工程”与数字乡村建设行动，广东省明确提出“推动**智慧文旅与乡村融合**，打造数字化乡村旅游目的地”“扶持传统文化与乡村旅游融合发展”。
- 乡镇定位：**清远市将温泉文旅与数字乡村列为重点发展产业，**三坑镇正加快建设“岭南温泉第一镇”与智慧文旅示范镇**，音乐数字化赋能的户外活动空间项目完全契合政策导向，具备强大的政策支持基础。

National/provincial level: Aligned with rural revitalization, the 'Hundred-Thousand-Ten Thousand Project', and digital countryside initiatives.

Town level: Sankeng Town is accelerating its development as the 'Lingnan Hot Spring Capital' and a smart cultural tourism demonstration town.



图 1 乡村振兴



图 3 数字乡村建设

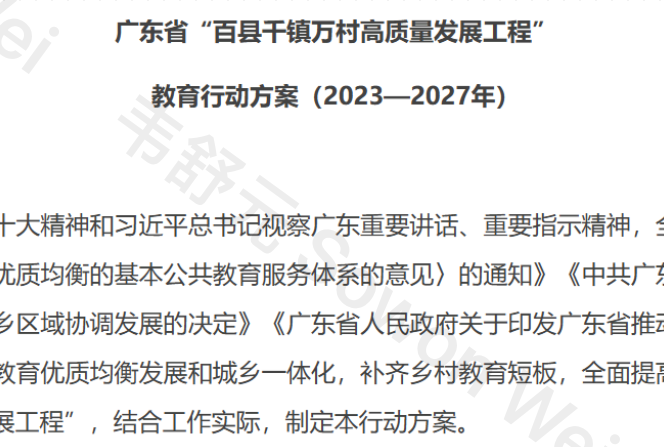


图 2 “百千万工程”



图 4 “岭南温泉第一镇”

1 项目背景 Project context

1.2 市场痛点分析 Analysis of Market Pain Points

公共空间缺失: 三坑镇现有业态以私密温泉私汤为主, **缺乏可聚集各类人群的户外公共活动空间。**

二次消费乏力: 年游客 68 万人次, 但住宿及温泉外的二次消费占比不足 20% 。

体验同质化: 传统户外项目缺乏数字化消费与本地资源深度联动 。

在地文化缺失: 在采访调研过程中**文化活动评分最低** (3) , 居民谈论在地文化归属感时没有精准的表述。

Lack of public spaces: Sankeng Town lacks outdoor venues for social gatherings.

Weak secondary consumption: Despite 680,000 annual visitors, secondary spending (excluding accommodation and hot springs) accounts for less than 20% of total revenue.

Homogenized experiences: Traditional outdoor events lack digital engagement and integration with local resources.

Absence of local culture: During the interview and research process, the cultural activity score was the lowest (3). When residents talked about their sense of belonging to the local culture, they did not have a clear expression.

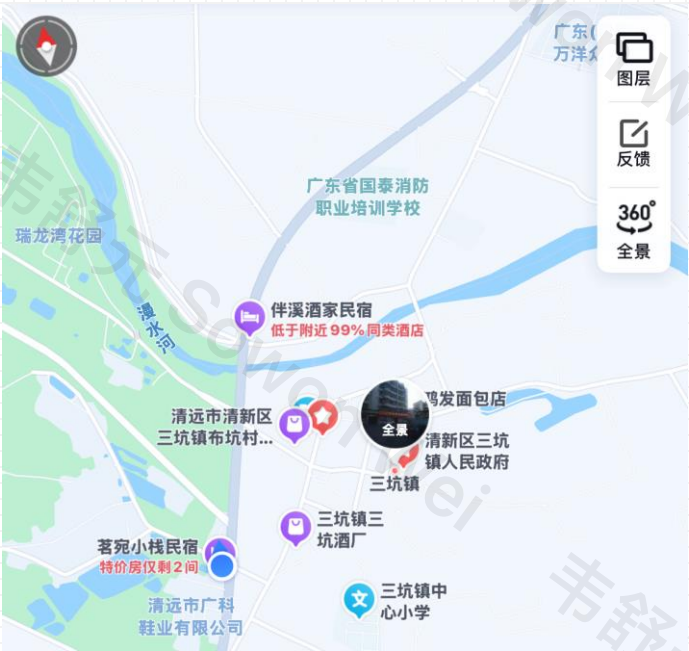
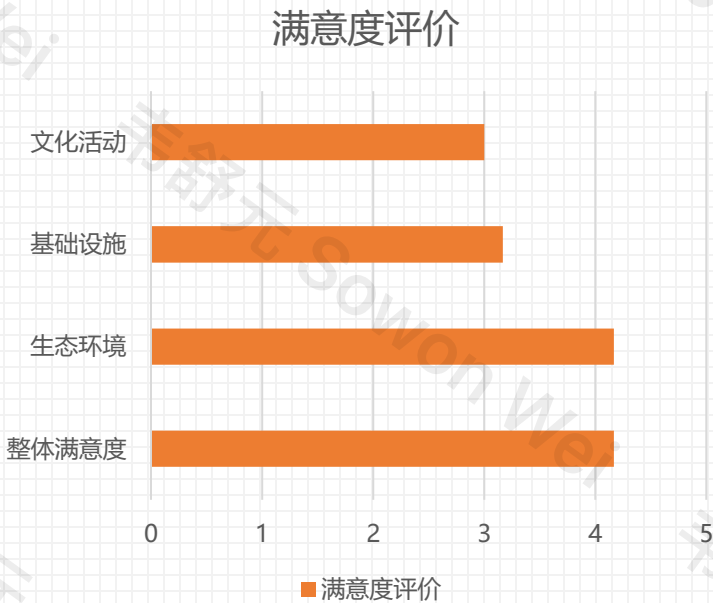


图 1 公共空间缺失



年份	年游客量 (万人次)	二次消费量 (万元)	基础消费量 (万元)	旅游总收入 (万元)	二次消费占比	人均二次消费 (元/人)
2019	12.00	1500	1000	2500	60.00%	125.00
2020	8.00	900	700	1600	56.25%	112.50
2021	15.00	1800	1200	3000	60.00%	120.00
2022	22.00	2500	1800	4300	58.14%	113.64
2023	28.00	3200	2300	5500	58.18%	114.29
2024	68.15	21800	16000	37800	57.67%	319.88

图 2 三坑客流状况, 二次消费乏力

1 项目背景 Project context

1.3 用户画像与偏好 User profile and preferences



青年消费人群 Young consumer group

- 偏好沉浸式休闲体验与个性化数字产品。
- **核心需求**：远离城市、身心放松解压、文化打卡；
- **消费能力**：人均5000-1000元
- **消费偏好**：音乐节、艺术展、AI创意体验



家庭人群 Family group

- 侧重亲子友好的轻度文化体验与户外休闲。
- **核心需求**：亲子互动、自然体验、安全舒适。
- **消费能力**：人均300-500元
- **消费偏好**：周末短途游、亲子活动套餐



长期旅居人群 Long-term residents

- 追求在地多元文化深度体验与慢生活。
- **核心需求**：在地文化体验、慢生活休闲、沉浸式休闲；
- **消费能力**：人均200-300元
- **消费偏好**：文创产品、乡村市集、农耕体验

2 项目定位 Project positioning

图片由Nanobanana生成

禾上涟音——清远三坑镇稻田上的音乐盒

Natural sound in the Fields——Musical boxes on the rice fields in Sanqing Town, Qingyuan

总体定位 (general orientation)

华南首个**耕地保护型户外音乐主题展示舞台**
三坑镇温泉文旅的核心**夜间配套项目**，**数字化乡村振兴与岭南音乐文化传播的示范载体**。

The first "farmland protection-themed" outdoor music exhibition stage in South China

The core night-time supporting project of the Sanjing Town hot spring cultural tourism, a demonstration carrier for digital rural revitalization and the dissemination of Lingnan music culture.

运营体系 (operating system)

旺季音乐节 + **周末音乐市集** + **日常云端互联**

Peak season music festivals +
Weekend music markets +
Daily cloud connectivity



2 项目定位 Project positioning

2.2 规划愿景 Planning Vision

建立一种“链接感” Establish a "sense of connection"

在信息化时代，**多元文化的融合成为一种普遍趋势。**

虽然我们的日常工作和信息获取比以往更高效，但人与身边环境的认知越来越浅薄，人们更渴望寻找到**真实的触感与归属感。**

禾上涟音，希望每一株稻穗的生长与每一位聆听者心灵共振，将村民的农耕、青年的创意与旅人的足迹交织在一起，建立一种“**链接感**”。

Connection with People, Nature & Progress

让土地被看见，让声音被记住，让未来在此生长。



2 项目定位 Project positioning

2.3 竞品分析与创新点 Competitor Analysis and Innovation Points



浙江青田稻鱼共生景区

核心业态：全球农遗体验 + 数字农遗厅 + 跨境文化交流

联合国粮农组织授牌农遗地，文化底蕴深厚，国际影响力大体验项目偏学术化，娱乐性不足，商业化程度低。



上海金泽稻田音乐节营地稻田

核心业态：音乐节 + 创意市集 + 田园生活

千亩稻田，吸引2万余名游客，活动策划专业，媒体曝光度高。



清远清城乡村音乐节营地

核心业态：音乐节 + 露营

大湾区唯一田园音乐活动，吸引力较强。破坏耕地肌理、淡季运营空白、缺少地方文化特色。



本项目

核心业态：稻田艺创 + AI体验 + 小程序赋能

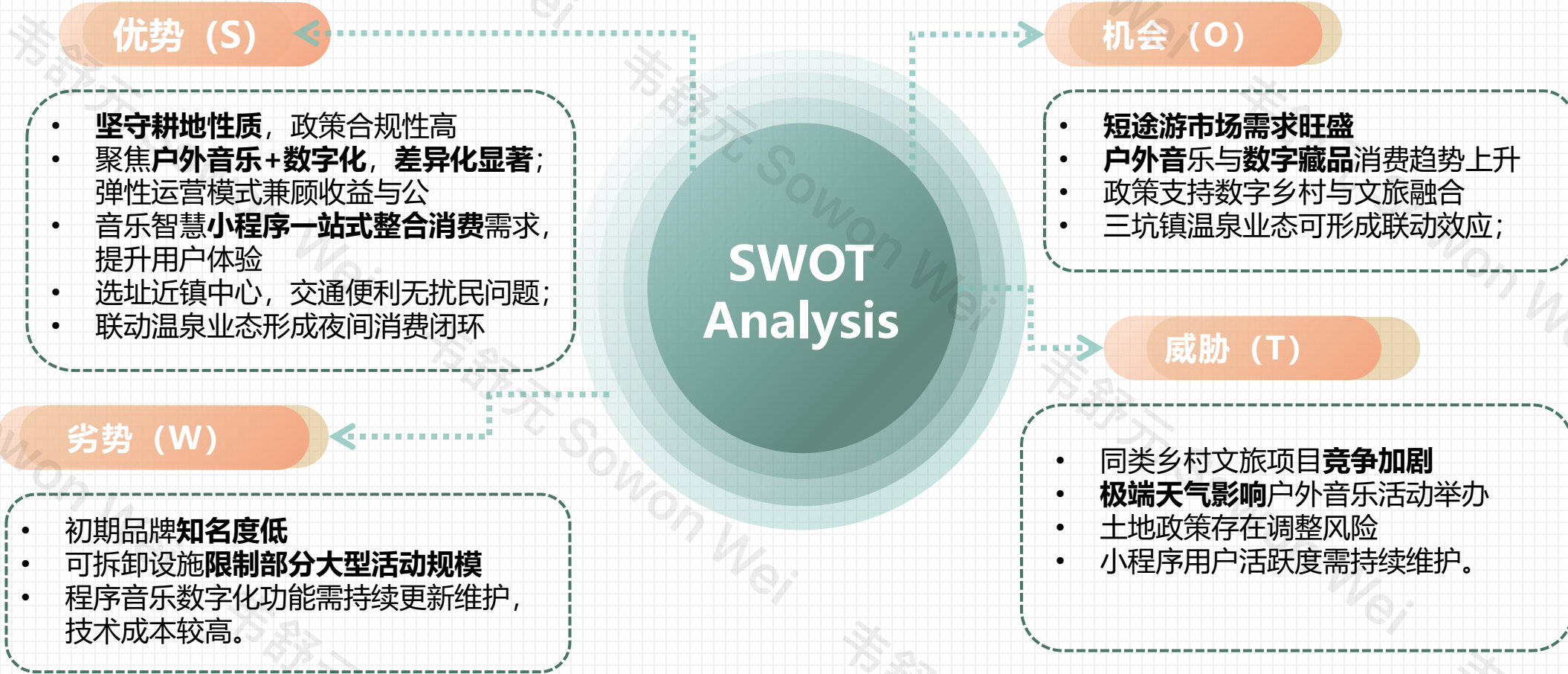
坚守耕地保护政策、业态多元、数字化整合能力强、岭南文化特色鲜明。

六大核心创新点 (innovation)

- 耕地保护与文旅开发的**弹性适配**，旺季搭建舞台承办活动，淡季拆卸恢复稻田原貌，**不改变土地性质**。
- AI技术与乡村场景的**轻量化融合创新**，将AI技术聚焦于内容生产与交互体验，解决乡村文旅淡季运营难的痛点。
- **全时段分层运营模式**创新，针对旺季、周末、淡季设计差异化业态。
- **岭南文化传播**的沉浸式场景创新，融入小程序AI导览、艺术展、文创产品。
- 温泉业态与音乐活动的**联动营销创新**，与温泉民宿深度绑定，推出联票套餐，延长游客停留时间。
- AI赋能乡村振兴的整合创新，一站式小程序平台打破乡村文旅服务分散的壁垒，为**数字乡村建设**提供可落地的解决方案

2 项目定位 Project positioning

2.3 SWOT 分析 SWOT Analysis



3 核心产品与亮点 Core Products and Key Features

图片由Nanobanana生成

3.1 耕地保护下的“轻量化”设施 Lightweight facilities of farmland protection

核心逻辑：从“改变土地”到“适配土地”
Core logic: From altering to fitting the land

- 坚守红线：严格遵守耕地保护政策，不改变稻田用地性质。
- 空间弹性：通过“季节性搭建、活动后拆卸”的模式，实现功能的快速切换。
- 环境美学：景观装置采用稻草编织或可降解材料，呼应岭南乡村美学与可持续发展观。
- 自然为幕，艺术为景，舞台在田野间。当舞台遇见山川田野，表演不再局限于室内，稻田上的音乐盒是艺术与土地的深度对话。
- 项目选址在镇中心步行10分钟可达的连片稻田区域，娱乐音乐不影响居民居住。



图 1 旺季中大型户外音乐节



图 2 周末音乐市集



图 3 音乐节预约小程序

3 核心产品与亮点 Core Products and Key Features

图片由Nanobanana生成

3.2 禾上链音数字化运营小程序 Music Wisdom Mini Program - Digital Operation Hub



四大核心入口 (Icons)

- **音乐活动预约:** 实现旺季音乐节、周末艺术展的线上购票与核销。
- **AI 专属单曲:** 用户上传素材, 由 AI 结合稻田音效 (蛙鸣、浪声) 生成个人定制单曲。
- **温泉+音乐联票:** 深度绑定三坑镇 60 余家民宿, 一键预订联动套餐。
- **数字音乐商城:** 展示岭南特色文创及村民农特产品, 支持积分抵扣。

功能模块: 全链条服务体系 (Functionalities)

01

【智慧票务与预约】支持旺季音乐节、周末艺术展及农耕体验的线上预约、选座与购票。小程序专属会员享受 8.5 折购票优惠。

02

【沉浸式音乐互动】

- AI 导览系统: 基于地理位置自动推送粤语/普通话岭南农耕文化故事。
- AR 互动体验: 游客可通过小程序参与现场灯光联动或发送实时弹幕。

03

【数字消费闭环】

- 文创与农特商城: 零佣金上架村民农产品, 支持线上订购、线下自提或邮寄, 实现文旅促农。

04

【温泉联动服务】

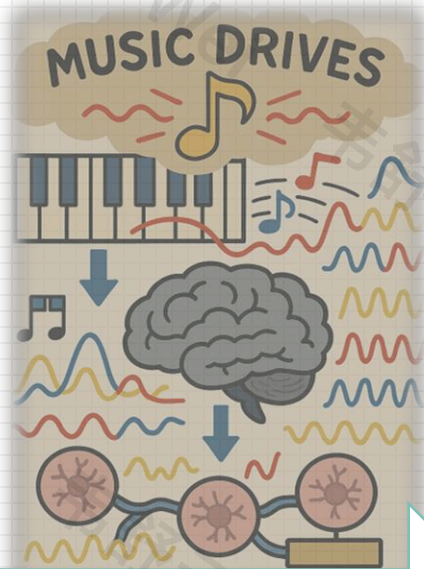
- 整合三坑镇 60 余家民宿, 一键预订“温泉+音乐”套票叠加优惠套餐。
- 接待音乐或游客团队, 形成成熟的团建体验休闲产业。

图 1 小程序界面

3 核心产品与亮点 Core Products and Key Features

图片由Nanobanana生成

3.3 将乡野听感转化为可消费的数字资产 Transform the auditory experience into digital assets



带不走的美景

带得走的个人作品

创新维度 (Innovation)

- 打破传统乡村旅游“一次性消费”的限制，通过 AI 技术与区块链技术，实现**自然资源的数字化提炼与长效收益**。Break the traditional limitation of "one-time consumption" in rural tourism, and through AI technology and blockchain technology, realize the digital extraction of natural resources and long-term benefits.

01 三坑稻田原声数字藏品 (NFT)



产品定义：利用高保真设备采集三坑镇四季稻浪声、清晨鸟鸣、夏夜蛙鸣等自然声景，整合为具备唯一编码的区块链数字资产。
Utilize high-fidelity equipment to collect natural soundscapes, and integrate them into blockchain digital assets with unique codes.

02 AI 个人专属单曲 (AI Music)



交互流程：素材上传→AI 合成→艺术风格选择 Upload materials → AI synthesis → Artistic style selection

产出结果：生成一段 30-60 秒的专属音乐短片，自动带上“禾上涟音”项目水印，支持一键分享至社交平台，通过流量裂变提升品牌曝光。Generate a 30-60 second exclusive music video, support sharing to social platforms.

3 核心产品与亮点 Core Products and Key Features

图片来自网络

3.4 聚焦岭南特色音乐文化活态传播 The dynamic dissemination of Lingnan music culture

风格定位：让岭南文化“活”在稻田间
Let traditional culture alive in the rice fields

稻田里的粤韵 The Cantonese melody in the rice fields

- 在流行、民谣演出中巧妙穿插粤曲经典唱段（如《荔枝颂》等），利用 AI 混音技术进行电音或爵士化改编，实现古今对话。
- 非遗乐器快闪：在高科技舞台上展示高胡、秦琴、独弦琴等岭南特色乐器，通过小程序实时向游客推送乐器科普卡片。

- 文化自觉：深挖清远及岭南传统文化基因，拒绝千篇一律的商业音乐节。
- 活态传承：将传统的“舞台表演”转化为“沉浸式场景体验”，让游客在休闲中感知岭南声音的魅力。



图 1 广东民乐——雨打芭蕉



图 2 三禾稻里芭蕉种植

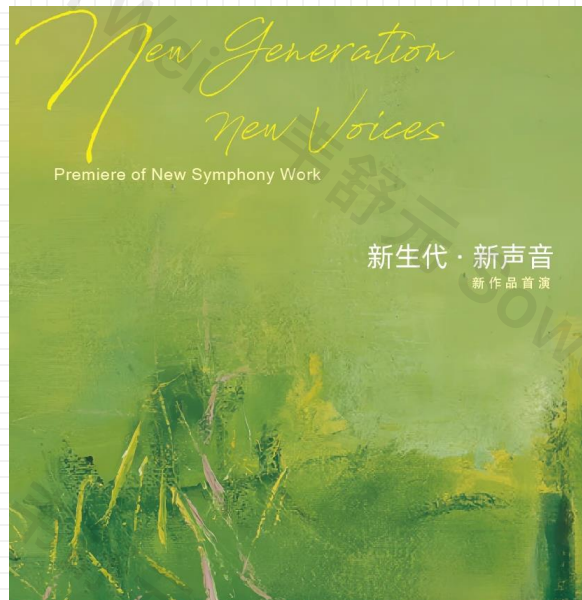


图 3 光明艺术中心《岭南组曲》



图 4 高胡与广东民间音乐文化展

4 商业运营与盈利模式 Business Operation and Profit Model

4.1 商业模式价值链 Business model value chain



游客 tourist

为游客创造“户外自然+音乐体验+数字消费”的**复合型乡村文旅体验**，通过小程序解决预约、体验、消费、分享全流程需求。

Create a comprehensive rural cultural tourism experience for tourists that combines "outdoor nature + music experience + digital consumption". Through the mini-program, solve all the requirements of reservation, experience, consumption and sharing throughout the process.



商户 merchant

为商户与品牌提供**精准营销渠道**，小程序广告投放、户外音乐活动赞助可触达年轻消费客群。

Provide merchants and brands with precise marketing channels. Through mini-program advertising and outdoor music event sponsorship, we can reach the young consumer group.



村民 villager

为本地村民创造就业与增收渠道，小程序提供免费市集摊位申请、农产品销售平台，音乐活动提供兼职岗位，**降低创业与就业门槛**。

To create employment and income-generating channels for local villagers, the mini-program offers free application for market stalls, a platform for selling agricultural products, and part-time positions for music events, thereby lowering the barriers to entrepreneurship and employment.



三坑镇 Sankeng Town

为三坑镇创造**数字化**乡村振兴示范项目，以户外音乐为载体传播岭南文化，推动“农业+音乐+文旅+科技”融合发展。

To create a digital rural revitalization demonstration project for Sankeng Town, using outdoor music as the carrier to disseminate Lingnan culture, and promoting the integrated development of "agriculture + music + tourism + technology".

4 商业运营与盈利模式 Business Operation and Profit Model

4.2 盈利模式 Layered profit structure diagram

核心盈利 core profits (60%)

- **音乐节门票与数字音乐**收入，构成**主要现金流**。
- Ticket sales from music festivals and income from digital music constitute the main cash flow.

次要盈利 secondary profits (30%)

- **文旅联动与品牌赞助**，拓展收入来源。
- Cultural and tourism linkage and brand sponsorship, expanding income sources.

衍生盈利 derived profits (10%)

- **音乐主题文创**销售收入，**深化IP价值**。
- Sales revenue of music-themed cultural and creative products, deepening IP value.

价格策略 price strategy

- **旺季户外音乐节**：VIP票300元/人、普通票180元/人、学生票100元/人，小程序**会员享8.5折优惠**；
- **数字音乐消费**：“三坑稻田原声”**数字藏品39元/份**，AI**个人专属单曲**生成服务69元/首；
- **温泉联动联票**：“温泉住宿+音乐节门票”**联票**，小程序预订**立减50元**；
- **周末音乐市集摊位**：**本土村民**通过小程序**申请免费摊位**，**外来商户800元/天**，**品牌赞助摊位1500元/天**；
- **文创产品**：小程序商城**定价20-100元**，会员享积分抵扣；村民农产品零佣金上架销售。

4 商业运营与盈利模式 Business Operation and Profit Model

4.3 运营策略 Operating strategy



黄金旺季（法定节假日） Peak season (statutory holidays)

举办“**三坑稻田户外音乐节**”，邀请知名音乐人、岭南传统音乐艺人联袂演出。

Hold the "Sankeng Rice Field Outdoor Music Festival", inviting renowned musicians and traditional Lingnan music artists to perform together.



周末次旺季（双休） Secondary peak season on weekends (weekends)

开展“**乡野音乐市集**”，联动本地音乐人、网红达人举办小型户外演出，主要盈利点转向摊位租赁、品牌赞助和文创消费。

Launch the "Rural Music Market", collaborating with local musicians and internet influencers to host small-scale outdoor performances. The main profit shift focuses on booth rentals, brand sponsorships, and cultural and creative consumption.



日常淡季（工作日） Off-peak season (weekdays)

开放**户外音乐休闲区**，提供基础户外座椅与背景音乐，依托小程序数字藏品销售与会员运营实现“无人化盈利”，同时作为本地居民**休闲场所**。

Open an outdoor music leisure area, providing basic outdoor seating and background music. Rely on mini-program digital collection sales and membership operations to achieve "unmanned profitability", while also serving as a leisure space for local residents.

4 商业运营与盈利模式 Business Operation and Profit Model

4.4 营销推广体系 Marketing and promotion system

线上
online

禾上涟音小程序运营活动 Music wisdom mini-program operating activities

- ① 小程序上线“新人音乐礼包”（内含10元无门槛文创券、音乐节8折券及数字藏品优惠券），邀请好友注册，双方均可获奖励，实现**裂变式传播**。
- ② 发起#稻田里的音乐单曲#**话题挑战活动**，用户分享AI生成的专属单曲或活动现场视频，即可兑换文创礼品或音乐节门票。
- ③ 与抖音、小红书等平台的户外**音乐博主**及**音乐UP主合作**，发布小程序体验视频与户外音乐节现场精彩片段，引导粉丝预约活动、购买数字藏品。
- ④ 小程序定期推送岭南传统音乐知识、户外音乐活动预告及数字藏品上新信息，**增强用户粘性**。

线下
offline

音乐相关合作与活动 Music-related cooperation and activities

- ① 与三坑镇60余家**民宿、温泉酒店**展开合作，张贴小程序二维码海报，客人入住即赠送数字藏品优惠券，引导其预订“**温泉+音乐**”**联票**。
- ② 联合**镇政府**开展“岭南音乐乡村体验日”活动，邀请村民免费参与小型户外演出，指导其通过小程序申请市集摊位。
- ③ 户外音乐节现场设置小程序**打卡区域**，扫码即可领取数字藏品，鼓励用户分享传播。

5 项目价值与未来 Project Value and the Future

5.1 技术路径与保障 Technical path and guarantee

用户端 user

- 微信小程序入口 WeChat Mini Program Entry
- LBS地理围栏 LBS Geographical Fence
- 区块链核销 Blockchain Verification
- 社交裂变交互 Social Viral Interaction

云端 clouds

- 1+N数字管理中台 Digital management platform
- AI音频合成引擎 AI audio synthesis engine
- 大数据画像分析 big data profiling analysis
- 透明分账系统 Transparent accounting system

现场端 On-site

- 环境传感器(土壤/气象/噪声) Environmental sensors (soil/meteorological/noise)
- 无线智慧音响 Wireless smart speaker
- (5G/wi-Fi 6)

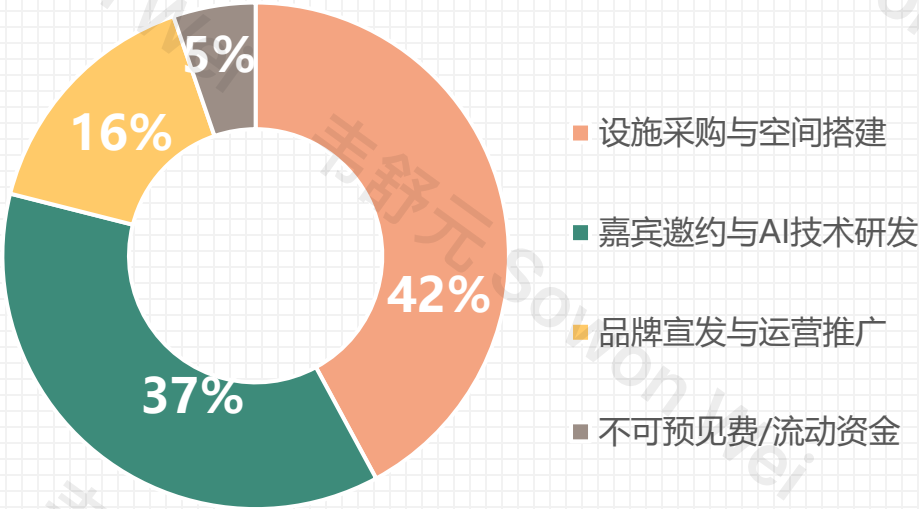
- 物联网 (IoT) 自动化交互: 小程序关联后台可根据实时天气 (如微风、细雨) 自动切换现场背景音乐风格, 实现 “天人合一” 的触听体验。
IoT Automation Interaction: The mini-program and the background server can automatically switch the on-site background music style based on real-time weather conditions (such as gentle breeze, light rain), achieving a "harmony between man and nature" auditory experience.
- 无线智慧音响控制系统: 零破坏部署, 采用5G/Wi-Fi 6无线覆盖, 全场音响无需开挖布线, 严格保护稻田耕作层。 Wireless smart audio control system: Zero-damage deployment: Utilizing 5G/Wi-Fi 6 wireless coverage, the entire audio system does not require digging and wiring, and strictly protects the farmland cultivation layer.

5 项目价值与未来 Project Value and the Future

5.3 融资需求与资源配置 Financing needs and resource allocation

资金用途细分 (Detailed fund usage)

资源配置	解释说明
设施采购与空间搭建 160 万元	- 核心内容：采购钢结构可拆卸舞台、模块化集装箱式休息区、无线智慧音响控制系统。 - 配置标准：符合耕地保护政策的“零基础”施工标准，确保设施可移动、可回收、低损耗。
嘉宾邀约与 AI 技术研发 140 万元	- 核心内容：开发“禾上涟音”官方智慧小程序、AI 音乐合成引擎（支持用户生成专属单曲）、区块链数字藏品系统及大数据管理后台。 - 配置标准：支持高并发流量，确保音乐节期间万人同时在线互动的稳定性。
品牌宣发与运营推广 60万元	启动“三坑稻田不插电音乐节”品牌营销、小红书/抖音网红探店、60+ 合作民宿线下流量入口铺设及首届活动的物料制作。
不可预见费/流动资金 20 万元	用于应对极端天气活动调整、日常维护预备金及初期的行政开支。



融资规模与形式 (Financing scale and form)

- 融资金额：380 万元
- 融资轮次：种子轮/天使轮
- 核心逻辑：采取“轻资产、重技术、强运营”的配置策略，将 80% 以上的资金投入到直接产生生产力与用户触达的环节。

5 项目价值与未来 Project Value and the Future

5.2 财务预测 Financial forecasting

第一年营收构成预测（首年目标：550万）

业务板块	具体项目	预计年收入	占比	核心逻辑
核心门票	旺季音乐节 + 周末音乐会	302.5 万元	55%	基础流量变现，覆盖 3-4 万人次
跨界联动	“温泉+音乐”联票分佣	110.0 万元	20%	绑定 60+ 民宿，转化存量游客
数字化消费	AI 单曲生成 + 数字藏品	82.5 万元	15%	高毛利，打破空间限制的纯利增长
衍生/服务	摊位租赁 + 音乐主题文创	55.0 万元	10%	品牌溢价与市集经济

补齐短板：通过户外音乐公园填补三坑镇**夜间社交与公共文化空间的空白**，将温泉游客留存率提高 **30% 以上**。

创造就业：直接提供**景观维护、安保、小程序后台运营**等岗位；音乐节期间可带动临时用工**超 100 人次/场**。

返乡吸引力：以“文化+科技”的**创新业态吸引年轻大学生返乡**参与小程序维护与新媒体运营。

三年发展财务规划（阶梯式增长）

- 预计第二年实现**盈亏平衡**，第三年**利润爆发**。

指标 (万元)	第一年 (起步期)	第二年 (稳健期)	第三年 (爆发期)
总营收	550	900 (↑63%)	1600 (↑77%)
运营成本	240	300	450
净利润	310	450	650
经营状态	品牌建立，实现盈利	收回初始投资成本	模式复制，平台化收益

成本支出明细（初期投入：约380万）

- 把钱花在“刀刃”上——**技术开发与活动运营**。

支出类别	预算金额 (万元)	占比	备注
轻量化基建	160	42%	钢结构舞台、移动箱体、无线音响
技术研发	140	37%	小程序开发、AI 引擎集成、数字藏品系统
营销宣发	60	16%	网红合作、民宿海报铺设、开业音乐节
其他预备	20	5%	不可预见费、日常行政支出

5 项目价值与未来 Project Value and the Future

5.4 可持续发展与战略 Sustainable Development and Strategy

● 2026年~2028年

01

阶段一：短期（1-2年）夯实基础

- 完成三坑镇试点落地，通过“户外音乐节+小程序”跑通盈利闭环。
- 沉淀核心技术（AI音乐合成、数字藏品系统）与标准化运营手册。



● 2028年~2030年

02

阶段二：中期（3-5年）规模化复制

- 模式输出：将“耕地保护+户外音乐+小程序运营”的轻资产模式输出至清远周边乃至珠三角具备乡村旅游资源的乡镇。
- 矩阵化运营：小程序升级为“岭南智慧乡野云平台”，支持多项目联动入驻。



● 2030年~未来

03

阶段三：长期（5年以上）品牌化跃迁

- 全国标杆：成为全国首个获得“耕地保护与文旅融合”双认证的示范品牌。
- 软硬拓展合作：进一步扩大洽谈合作，与科技互联网公司、高校建立合作。



QQ音乐



beatsaudio.



6 结尾与展望 Conclusion and Outlook

我们为何来到三坑?

Why did we come to Sankeng?



我们想要看到和记住怎样的三坑?
What kind of Sankeng do we want to see
and remember?



村民的婚礼



小卖部里的LiveHouse



与可爱的孩子们



With the lovely children

对三坑的意义 (Benifits)

让“空心村”变暖：共享式的艺术公共空间
让“钱袋子”变厚：零门槛的数字共富机制
让“离乡人”回家：家门口的新型就业与创业
让“老古董”变潮：岭南文化的活态传承

6 结尾与展望 Conclusion and Outlook

当稻田的麦浪邂逅户外音乐的旋律，当岭南的文脉碰撞数字科技的火花，当音乐智慧云端数据连接起城市与乡村的距离，清远三坑“禾上涟音”不止是一个乡野休闲的场所，更是一场关于乡村、音乐与未来的数字化探索。

我们坚守耕地的初心，用弹性的智慧激活乡村活力；我们深耕岭南的音乐文化，用科技的力量传递乡土温度。在这里，每一株稻穗都承载着振兴的希望，每一首数字单曲都记录着文化的传承，每一场户外演出都凝聚着城乡融合的力量。

禾 上 涟 音

Natural sound in the Field



清 远 三 坑

Sankeng Town, Qingyuan



禾上涟音

——清远三坑镇稻田上的音乐盒

Natural sound in the Fields——Musical boxes on the rice fields in Sankeng Town, Qingyuan

请各位老师、专家批评指正！