

乡村文旅产业与电子商务融合发展的对策研究

陈 哲, 王紫骄

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年3月30日; 录用日期: 2024年4月15日; 发布日期: 2024年7月12日

摘 要

近年来, 人民对美好生活的需求不断提升, 并对旅游业的需求不断增加, 文旅融合的概念随之出现在大众视野中。文化是旅游的灵魂, 旅游是文化的载体, 着力推动乡村文旅产业的融合发展是推动乡村振兴、文化振兴的关键。而电子商务伴随着现代化信息技术成为崛起的行业之一, 为乡村文化旅游产业融合带来更多的机遇。因此, 本文以文旅产业资源为依托、电商赋能为核心、乡村振兴为主题, 对乡村文旅产业与电子商务的融合发展的策略进行研究, 并给予一定参考性建议。

关键词

电子商务, 乡村振兴, 文旅产业, 融合发展

Research on Countermeasures of Integrated Development of Rural Cultural Tourism Industry and E-Commerce

Zhe Chen, Zijiao Wang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Mar. 30th, 2024; accepted: Apr. 15th, 2024; published: Jul. 12th, 2024

Abstract

In recent years, people's demand for a better life has been on the rise, the demand for tourism has been increasing and the concept of culture and tourism integration has appeared in the public vision. The culture is the soul of tourism and the tourism is the carrier of culture. Promoting the integrated development of rural culture and tourism industry is the key to promoting rural revitaliza-

tion and cultural revitalization. However, along with modern information technology, e-commerce has become one of the rising industries, bringing more opportunities for the integration of rural cultural tourism industry. Therefore, this paper takes cultural tourism industry resources as the basis, e-commerce as the core, and rural revitalization as the theme. It studies the strategy of integrated development of cultural tourism industry and e-commerce, giving some reference suggestions.

Keywords

E-Commerce, Rural Revitalization, Cultural Tourism Industry, Integrated Development

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在当前全球化与信息化的大背景下,随着乡村振兴战略的深入实施,出现了多种推进乡村振兴战略的方案,其中乡村文旅融合是推动乡村文化与经济协同发展的关键一招。文化旅游产业是深入贯彻生态文明发展理念的重要体现成果,是对乡村经济可持续发展的重要举措,更是对优秀乡土文化的创造性转换与创新性发展。在乡村旅游中融入文化元素,真正做到以文塑旅、以旅彰文就要不断注入新内容,以创新驱动为牵引,推动乡村文化旅游与数字经济协调发展的新路径。而近年来飞速发展的电子商务平台在乡村文旅产业中的地位以及作用不断突显,为乡村文旅产业带来了更多的机遇,电子商务平台能够有效拓宽乡旅文化产业的市场,增加就业机会,带动经济发展。另外,在党的二十大报告中提出以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的奋斗目标,并提出“要坚持以推动高质量发展为主题”,促进数字经济与实体经济的深度融合,文旅产业是实现中国式现代化的重要体现。因此,乡村文旅产业与电子商务的融合不仅能带动农村经济的发展,更能推动乡旅文化产业的高质量发展,乡村文旅产业与电子商务融合逐渐成为一种势不可挡的必然趋势。

2. 乡村文旅产业与电子商务融合发展的价值意义

乡村文旅产业与电子商务的融合是在信息化、互联网时代的新业态,是以互联网、大数据、智能等先进的前沿技术为基础,以信息化、数字化为核心,以电子商务平台为桥梁构建符合新时代个性化旅游消费者的消费需求的乡村文旅项目为支撑。

2.1. 打造乡村文旅产业经营的新模式

乡村文旅产业归根到底依旧是服务型行业,乡村文旅产业要想在互联网大数据时代的竞争中不被淘汰,其首要任务是提升消费者的满意度与需求。电子商务平台具有数字化、全天候、全球性、个性化、交互性的特点,乡村文旅产业通过运用电子商务平台能够为消费者提供更丰富、更详细的旅游信息。同时,乡村文旅企业可以利用大数据为多元化的消费群体提供个性化服务,提供多元化的旅游产品,以便满足消费者的各类需求,例如电商与露营、民宿、“反向旅游”等新业态与新模式的融合[1]。乡村文旅产业可以通过小红书、抖音、微信公众号以及宣传片等推送进行宣传,既能够降低乡村文旅企业的成本,还能使消费者的线上的愉悦感转化为对企业的认同感,乡村文旅企业通过这些宣传手段为消费者提供了不可替代的在场体验价值,并在一定程度上增加了潜在消费者的数量。

2.2. 赋予乡村文旅消费者个性化的新服务

传统的乡村文旅主要依靠线下销售, 以线下的旅行社为主, 消费者常常受到时间与空间的限制, 难以满足消费者的多元化需求, 避免了信息不对称造成的资源浪费。而电子商务的出现打破了这种时空上的限制, 其平台提供了线上预订、在线导游、旅游路线等个性化服务, 消费者可以通过平台了解旅游路线、热门景点、文旅产品、旅游信息, 并能通过大数据的推送结合自身的偏好、资金情况等更合理的规划消费者自身的旅游路线。开辟新的服务模式, 为消费者提供更多个性化的服务内容, 丰富电子商务平台的资源信息[2]。这种新服务的发展不再使消费者被各种问题所制约, 而是使消费者适应各种新要素。另外, 消费者可以在电子商务平台看到公开、透明的评价, 消费者们可以在评论区进行讨论旅游心得, 为尚未进行旅游的消费者提供参考建议, 文旅产业通过电子商务平台给予了消费者独特的情感联结, 并提供消费者社交价值与归属价值。同时, 文旅产业可以通过这些评价和讨论及时进行调整与完善。

2.3. 推动乡村文旅产业与电子商务融合的新样式

乡村文旅产业伴随着消费者生活水平的提高与旅游意识的增强, 市场规模必然会不断扩大。乡村文旅产业注重绿色发展的理念更是符合国家政策导向。通过数智赋能实现乡村文旅产业与电子商务的融合, 使得数据充分共享利用, 进一步发挥好大数据的价值, 将乡村文旅产业的参与主体联结。利用数智融合将乡村文旅产业生产力相融合, 有效促进数字乡村、数字政府等发展。将电子商务数字平台充分发挥, 利用信息流将旅游产品与文化产品进行传播, 更好地发挥电子商务平台所带来的新质生产力, 进而推动我国经济的高质量发展。

3. 乡村文旅产业与电子商务融合的基本现状

3.1. 资金投入不足, 地方基础设施相对落后

不仅要有优美的风景和古老的文化, 还要有完善的基础设施[3]。电子商务在乡村文旅的应用受制于地方基础设施, 影响了电子商务与乡村文旅的融合与发展。例如乡村地区的互联网覆盖率不够, 互联网连接的速度较慢, 尤其表现在在线支付、在线浏览、在线预定等方面, 导致消费者的意愿降低[4]。乡村的配送和物流方面的还不完善, 没有构成完整的体系, 而农产品大多是需要冷链仓库、冷链运输等作为必备要求, 会导致农产品复购率降低[5]。除此以外, 乡村地区的交通、住宿、停车场方面、食品卫生都相比于大型旅游场地有很大差距, 无法满足消费者的实际需要[6]。因此, 地方政府还需要加大力度投入资金建设基础设施。

3.2. 地方与文化融合不明显, 没有突出品牌特色

文化是一种更高级的精神追求, 指导人们的行为准则, 旅游则是对一种对新鲜事物的探索[7]。目前, 在乡村旅游中融入文化因素的效果还不明显, 没有突出地方品牌的特色, 对游客的吸引力不足[8]。很多乡村旅游景区的电子商务网站整体风格差异不大, 没有地方的特色。通常在电子商务网站内都只是一些购票指南, 景区风景展示等内容, 缺少个性化体验。乡村文旅不仅是农村特色与旅游的结合, 更是文化与旅游的融合, 对地方文化内涵的挖掘和传承不足, 难以突出地方特色, 导致游客难以体验到当地的文化习俗风情。对于新时代追求精神财富的消费者以及压力大的年轻人来说是远远不够的, 不能满足消费者的情绪价值与个性化体验。除此以外, 在乡村旅游中缺失文化的灵魂, 在电子商务网站上没有指向购买当地特色产品的链接, 只能在线下购买, 在线下购买的产品的包装精致度与标准化也不够, 地方树立地方特色品牌的意识淡薄, 不利于行业发展。

3.3. 专业人才匮乏, 乡村文旅产业融合程度较低

乡村旅游景区与城市景区相比, 虽然更具有原生态的自然之美, 但是有商业水平不够、薪资待遇较低、交通不发达等问题, 导致电子商务与文旅产业交叉专业人才的匮乏, 不愿意在乡村发展[9]。而大多数管理乡村文旅电子商务平台的人员都是当地的地方居民, 受文化水平的制约, 整体素质不高, 缺乏标准的培训, 只会电子商务平台基础的步骤, 会出现不能及时与客户沟通、与同类企业沟通, 缺乏共享意识, 会受信息闭塞无法将乡村文旅产业进行融合, 从而无法发展经营理念与意识, 不利于乡村文旅的可持续发展。

4. 乡村文旅产业与电子商务融合的实践路径

4.1. 加大投资力度, 完善地方设施

越来越多的游客对乡村文旅产生兴趣, 希望远离城市的喧嚣, 体验宁静的乡村生活, 体验大自然的原生态的美丽。电子商务平台因不受时间和空间的限制、提供了便捷的预定和支付功能以及提供景点介绍、交通指南、旅游攻略等服务对于尚未来到地方旅游的游客来说, 电子商务平台的出现是使游客了解乡村文旅的重要渠道。因此, 就不断需要对互联网覆盖率、通信设施以及物流配送服务等方面进行改善。良好的基础设施是吸引游客和保障游客体验的前提条件, 对于乡村旅游的发展至关重要。以数字化电子商务平台的互联互通为契机, 实现文旅公共服务资源的共建共享, 促使其向一体化发展, 扩大文旅产业电子商务平台的规模, 提升其工作效率, 增加乡村文旅产业的核心竞争力。

4.2. 生活引领体验, 激活地方魅力

乡村文旅产业的发展需要以文化为魂、以旅游为形、以生态为底、以产业为脉, 而乡村文化旅游的核心在于对文化的体验, 注重游客亲身体验乡村风人情以及地方特色文化。消费者对乡村旅游体验的需求逐渐多样化, 文旅企业需要利用大数据收集信息并进行整合, 进而提供个性化的服务和产品, 满足游客的多元化需求, 并以创新的思维将地方特色文化与电子商务平台相结合, 制定旅游路线体验、主体化住宿体验、乡村文化活动体验以及生活化的场景体验。这样既保留了乡村的特色韵味, 激活地方魅力, 又能与时俱进地融入现代化的平台。深度了解和认识游客的需求, 不断优化文化资源, 激发游客对乡村文旅的情感, 从而打造沉浸式的文旅体验[10]。乡村文旅产业对企业来说是具有利益价值, 但对于游客来说是具有审美价值, 通过游客对乡村文旅的在场体验, 这种体验是从感官、行为、思维、情感等多方面的体验, 能够改变自己的情绪与心境, 让大自然的生态治愈内心的生态, 从而得到精神上的满足, 提高生命的质量, 实现人的全面发展。

4.3. 地方特色鲜明, 创新营销思路

在互联网大数据时代的发展下, 应充分利用电子商务平台推广乡村文旅产业的发展并创新营销思路。独特性与差异性是一个地方的灵魂, 立足本地实际挖掘自身特色资源打造美丽宜居的乡村环境, 构建乡村文化保护传承体系, 促进乡村多元文化融合共生, 通过乡村文旅宣传片、地方旅游直播、与地方美食博主合作等方式并借助抖音、小红书、微信地方公众号、微博等电子商务平台进行普及推广与宣传乡村文化与地方旅游特色。还可以通过电子商务平台举办乡村文旅摄影大赛、互动游戏等, 增加用户的参与度, 并提高地方品牌知名度。建立地方品牌社群, 借助电商平台与用户保持密切联系, 了解用户需求, 并通过大数据分析哪类产品最受喜爱, 以便调整营销策略。除此之外, 还可以将地方文化创意与乡村旅游相结合, 打造有自身故事的旅游纪念品, 在电商平台开设网络店铺, 扩大销售渠道, 游客可以在电商平台购买旅游纪念品作为纪念。在电商平台销售文创产品可以生动地展示乡村特色, 并丰富消费者

对乡村的情感认知, 不仅可以扩展乡村产业链, 还可以提高地方品牌形象与影响力。

4.4. 对接时代需求, 拉动文旅消费

进入新时代以来, 从注重量的满足转向对质的提升, 从有形态的物质商品转向对无形态的精神商品, 都在表明消费者的需求是与时俱进的, 不对接时代的需求就将被时代所淘汰。当代游客更注重自身实践所带来的在场体验价值与精神价值, 这就需要乡村文旅产业挖掘地方特色构建消费场景, 将消费融入生活体验中。借助电子商务平台构建线上消费场景和发展数字经济的协同发展, 并注重个性化、科技化、可持续发展, 例如通过直播带货、互联网推广、线上云旅游等与市场发展趋势的契合, 构建符合本地特色与时俱进的新消费场景, 达到乡村拉动文旅的消费。

5. 结语

乡村文旅融合是推动乡村文化与经济协同发展的重要途径, 而近年来飞速发展的电子商务平台在乡村文旅产业中的地位以及作用不断突显, 为乡村文旅产业带来了更多的机遇, 电子商务平台能够有效拓宽乡旅文化产业的市场, 增加就业机会, 带动经济发展。因此, 研究乡村文旅产业与电子商务融合的发展对策, 推动乡村振兴的高质量发展。

参考文献

- [1] 黄平芳, 李勇, 李梁平. 中国旅游电商政策的演进与发展趋势[J]. 资源开发与市场, 2024(1): 99-107.
- [2] 吴嶙. 电子商务运营模式在旅游业中的应用[J]. 教育与培训, 2021(6): 176-178.
- [3] 姜晓琳. 乡村振兴背景下乡村旅游经济产业的优化升级[J]. 行业视角, 2019(10): 40.
- [4] 赖春星. 电子商务促进乡村旅游发展路径研究[J]. 农村经济与科技, 2023(9): 112-115.
- [5] 张玉, 王天慈, 张舒, 等. 乡村旅游业与电子商务融合发展现状与优化路径探析[J]. 商场现代化, 2023(6): 22-24.
- [6] 吴顺婷. 农村电商与农村旅游融合发展策略[J]. 经济研究导刊, 2023(1): 27-30.
- [7] 陈瑶. 乡村振兴背景下文旅产业融合发展的实践路径[J]. 产业创新研究, 2023(7): 112-114.
- [8] 黄莺. 新时代旅游电子商务发展的问题与对策[J]. 产业经济, 2023(10): 137-140.
- [9] 丁立平. 文旅融合赋能乡村旅游高质量发展[J]. 当代县域经济, 2024(3): 36-38.
- [10] 郭战龙, 范爽. 乡村振兴战略背景下文旅产业融合发展模式研究[J]. 现代农业研究, 2023(9): 73-76.