

电子商务融入我国乡村旅游产业发展路径探析

徐甜甜

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年5月14日; 录用日期: 2024年5月30日; 发布日期: 2024年8月7日

摘要

随着信息技术的快速发展和互联网的普及, 电子商务已成为推动各行各业转型升级的重要力量。乡村旅游作为新兴产业, 具有巨大的市场潜力和发展前景。电子商务的融入, 为乡村旅游的发展提供了新的机遇和挑战。本文聚焦于电子商务与我国乡村旅游产业的融合发展, 深入探讨了电子商务融入乡村旅游所带来的多重价值, 同时也直面当前二者融合过程中存在的难点和挑战。基于这些分析, 本文将进一步探索电子商务与乡村旅游有效融合的实践路径, 为推动我国乡村振兴战略的深化发展提供有力的支撑和借鉴。

关键词

电子商务, 乡村旅游, 乡村振兴

Analysis on the Integration of E-Commerce into the Development Path of China's Rural Tourism Industry

Tiantian Xu

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 14th, 2024; accepted: May 30th, 2024; published: Aug. 7th, 2024

Abstract

With the rapid development of information technology and the popularity of the Internet, e-commerce has become an important force to promote the transformation and upgrading of all walks of life. As a new industry, rural tourism has great market potential and development prospect. The integration of e-commerce provides new opportunities and challenges for the development of rural tourism. This paper focuses on the integration and development of e-commerce and rural tourism

文章引用: 徐甜甜. 电子商务融入我国乡村旅游产业发展路径探析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 5947-5951.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133733

industry in China, deeply discusses the multiple values brought by e-commerce into rural tourism, and also faces the difficulties and challenges in the current integration process of the two. Based on these analyses, this paper will further explore the practical path of effective integration of e-commerce and rural tourism, and provide strong support and reference for promoting the deepening development of China's rural revitalization strategy.

Keywords

Electronic Commerce, Rural Tourism, Rural Revitalization

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

“国计民生的重大问题在于三农问题，即农业、农村、农民。”[1]三农问题事关我国民生之大计。随着时代的发展和变革，虽然“三农”问题得到了显著的改善，但不得忽视的一点是，农业对于经济的拉动仍旧存在局限性，农村对各项生产要素的吸引力还是非常有限的，农民的致富之路还需要极大的支持。乡村旅游作为推动乡村产业转型升级的重要力量，已经成为新常态下乡村振兴的新动力，对于解决我国“三农”问题具有显著效果。近年来，乡村旅游在我国多地展现出强劲的发展势头，不仅成为社会主义新农村建设的显著亮点，更是农村经济发展的新兴动力。在互联网时代，乡村旅游发展的各个方面，包括其发展模式、管理组织、经营策略以及产品服务，都与信息化紧密相连。随着信息技术在各行各业的深度融合，乡村旅游也顺应旅游信息化建设的潮流，电子商务的融入取得了显著进展。将电子商务融入乡村旅游，推动其创新发展，为乡村旅游的持续发展注入新的活力，已是大势所趋。

2. 电子商务融入乡村旅游发展的价值

跨境电子商务是一种创新的商业运营模式，它依托全球范围内的商业贸易活动，在开放的互联网环境中，通过客户端/服务端应用的方式，让买卖双方无需见面即可完成各类商贸活动，具有信息化、虚拟性、可扩展性、协调性、全球性等特征[2]。由于电子商务在各行各业的广泛应用，旅游产业也相应地出现了旅游与电子商务的融合发展模式。旅游电子商务以网络为主体，利用先进的计算机网络和通信技术，结合电子商务的基础环境，整合内外部旅游资源，通过推广旅游信息，实现旅游产品的在线发布和便捷销售，从而优化旅游业务的运营效率和客户体验。具体来说，它不仅仅涵盖了旅游企业商务活动面向外部的业务流程，如与上游供应商、渠道分销商、旅游媒体和旅游营销平台等的合作，最终建立与旅游者之间的联系和产品交易。旅游电子商务的出现无疑给乡村旅游产业带来了极大的机遇，电子商务对于乡村旅游的发展具备重要的价值，具体体现在以下几个方面：

第一，促进乡村旅游经营模式创新升级。传统的乡村旅游通常依赖于线下销售和传统旅行中介，受到时间和地域的限制，难以满足现代游客多样化的需求[3]。然而，旅游电子商务的发展打破了传统乡村旅游的困境，为乡村旅游行业带来了全新的发展机遇。旅游电子商务为乡村旅游提供了线上预订、虚拟体验和在线导游等创新服务。这些服务不仅打破了时间和地域的限制，还提高了销售效率和市场曝光度。游客可以借助电子商务平台浏览和购买乡村旅游产品，不受时间和地点的束缚。这种灵活性为乡村旅游提供了更多的发展空间和机会，吸引了更多的游客前来体验。同时，电子商务的应用也促进了乡村旅游

产品的多元化和定制化。乡村旅游企业可以根据不同游客的需求和偏好,开发具有针对性的旅游产品,提供个性化体验。此外,电子商务还为乡村旅游企业提供了更广阔的市场渠道和营销手段。通过电子商务平台,乡村旅游企业可以更加精准地把握市场需求和游客需求,及时调整经营策略和产品供给。

第二,降低乡村旅游建设成本。在乡村旅游体系中,融入电子商务平台无疑为乡村旅游的发展带来了诸多显著优势,大幅降低乡村旅游的建设成本。首先,电子商务平台在乡村旅游中的融入,极大地提升了其引流推广效果。通过在线平台,乡村旅游景点可以更加便捷地向广大游客展示其独特的自然风光、丰富的文化资源和特色旅游产品。游客可以随时随地通过手机或电脑访问平台,了解并预订感兴趣的旅游产品,这种便利性极大地增加了乡村旅游的曝光度和吸引力。其次,电子商务平台的引入也大大降低了乡村旅游的管理与信息交互成本。传统的乡村旅游管理往往需要投入大量的人力物力进行市场调研、产品推广、客户服务等工作,而电子商务平台可以实现信息的快速传递和数据的实时分析,大大简化了管理流程,提高了工作效率。同时,电子商务平台还可以为乡村旅游提供便捷的在线支付、订单管理、客户反馈等功能,进一步降低了管理成本。

第三,满足游客的个性化需求,提升服务质量。随着人们生活质量的提高,消费者更倾向于选择个性化的旅游模式。电子商务技术的发展为满足这一需求提供了强有力的支持。旅游电子商务使消费者能够更自主地选择旅游线路和产品。通过旅游电子商务,消费者可以突破时空限制,获取更广泛的信息资源。旅游电子商务平台凭借先进的计算机网络和通信技术,有效消除了信息不对称导致的资源浪费,极大地节约了消费者的时间和金钱。在这个平台上,消费者能够便捷地获取丰富的旅游信息,根据个人兴趣和实际需求,轻松规划出独具特色的个性化旅游行程。旅游电子商务模式的透明化和公开化特性,使得消费者能够参考其他游客的真实反馈和评价,从而做出更为理性、科学的旅游决策。此外,消费者还能在平台上分享自己的旅行经历,为其他游客提供更多元化的选择和消费。

3. 电子商务与乡村旅游融合存在的难点

3.1. 乡村基础设施的不完善

电子商务的迅猛发展,其成功高度依赖于互联网和相关硬件基础设施的成熟度。这些基础设施的完备性对于乡村旅游电子商务的繁荣至关重要。从乡村旅游当前的发展态势来看,其核心电商产品主要集中在农产品和加工品上,这些产品具有显著的季节性、对市场风险的敏感性和对物流运输的高要求等特点。然而,众多乡村地区的物流基础设施现状却未能满足这些要求,成为制约当地电子商务发展的主要瓶颈。乡村基础设施的薄弱环节严重阻碍了电子商务在乡村旅游中的有效运用,具体表现在互联网连接、支付系统和物流配送等多个方面。首先,互联网普及度和速度不足是一个显著问题。许多乡村地区互联网覆盖有限,网速慢,在影响游客的在线浏览、预订和支付体验的同时,也降低了乡村旅游企业的运营效率。其次,乡村缺乏完善的信用卡支付、移动支付等支付设施,支付手段繁琐单一,影响游客体验。最后,物流和配送网络的欠发达也是制约乡村旅游电子商务发展的关键因素。在区位条件和配套设施方面,乡村的交通不便,快递物流企业资源整合困难,产品运输成本高[4]。这不仅影响了在线购物的便捷性,也对旅游产品的及时送达构成了挑战,特别是对于那些时效性要求较高的农产品和手工艺品的销售影响更为显著。

3.2. 缺乏乡村旅游电子商务复合型人才

对于乡村旅游电子商务而言,人才是其持续发展的坚实基础。然而乡村的工作人员掌握的电子商务专业知识和乡村旅游专业知识有限,阻碍了乡村旅游电子商务的建设[5]。当前乡村地区面临着人才资源短缺、薪资待遇缺乏竞争力、激励与保障机制不健全等挑战,这使得众多具备专业技能与知识的人才更倾向于选择城市作为发展平台。同时,乡村本地居民或愿意返乡的大学生虽然满怀热情,但在电子商务

的专业知识和技能方面往往处于学习摸索阶段，工作效率有待提高。这种长期的低效状态不仅拖慢了乡村旅游电子商务的发展步伐，还可能削弱当地居民参与电商发展的积极性。此外，许多乡村居民深受传统观念影响，对电子商务的接受程度有限。由于收入水平相对较低，消费观念偏于保守，他们更倾向于采用传统的线下交易方式，对网上交易持谨慎态度，甚至缺乏信任。这种心态在一定程度上阻碍了乡村旅游电子商务的推广与普及，为其发展带来了不少障碍。

3.3. 建设平台发展滞后，缺乏竞争力

乡村旅游作为新兴产业，近年来虽有所发展但整体仍显滞后。在硬件设施、整体规划与信息化建设方面，乡村旅游存在明显的不足，难以紧跟市场化旅游的发展步伐，也无法充分满足市场和游客的多元化需求。尽管有部分乡村凭借完善的信息化平台和较高的网络知名度脱颖而出，但多数乡村旅游仍然局限在本地区内，难以拓展至更广泛的市场。资金短缺、地理条件限制、人才团队匮乏、资源有限等因素，导致这些乡村旅游在信息平台的景点介绍、规划宣传、运营营销、虚拟体验等方面存在诸多不足，用户体验受到影响，难以有效推广乡村旅游并提升其在市场上的影响力，从而制约了乡村旅游的全面发展。

4. 电子商务融入乡村旅游的实践路径

4.1. 完善乡村基础设施建设，为乡村旅游发展保驾护航

基础设施的建设是乡村旅游电子商务发展的硬件支撑。因此，必须要优化乡村地区的互联网连接和覆盖范围，完善乡村互联网的建设。政府和通信运营商应共同进行深入的乡村互联网基础设施评估，识别并解决存在的问题和瓶颈。随后，要加大投资力度，强化乡村的互联网连接，提升宽带速度和信号覆盖范围，推动电子商务和在线旅游服务的广泛应用。其次，要改善物流和交通基础设施。高效的物流系统是电子商务旅游的核心要素之一，它能够确保产品及时、准确地送达目的地。因此，政府应加大对道路、桥梁和物流中心的投资，提升物流效率。同时，加强公共交通系统的建设，将使游客能够更加便捷地到达乡村旅游目的地，进一步推动乡村旅游的繁荣发展。最后，推广电子支付和金融服务是不可或缺的环节。政府应联合金融机构，积极推动电子支付方式的普及和应用，如信用卡支付、移动支付和电子钱包等。这将为乡村地区的居民和游客提供更多元化、便捷的在线支付选择。

4.2. 政企合作，培训专业的旅游电商人才

人才是推动乡村旅游和电商发展的核心力量，其重要性不言而喻。为了确保乡村旅游与电商的蓬勃发展，必须高度重视电商人才的培养和引进。乡村旅游信息化的推进需要大量的旅游信息专业技术人才。因此，应当将旅游信息化人才的培养作为重中之重。特别是在乡村旅游较为集中的地区，更应加强对乡村旅游信息化工作人员的教育和培训。其次，政府还应制定相应的大学生返乡就业创业政策，鼓励大学生返乡创业和农民创业，推动农业合作社的形成，进而发展电商产业。这将有助于改变传统的小农经济模式，形成规模化的产业体系，为乡村旅游的统一规划和发展奠定坚实基础。最后，乡村旅游电商的发展还应与高校等教育机构展开紧密合作，重视乡村旅游电商人才的培养。通过鼓励高校通过定向就业、委托培养等方式，为乡村地区输送高素质的电商人才，从而建立起充足的乡村旅游电商人才储备库，有力推动乡村旅游电商的持续发展。

4.3. 打造特色乡村旅游品牌，加大宣传力度

在乡村旅游与电子商务的深度融合中，品牌打造的重要性不言而喻，它直接关联到市场竞争力、市场营销成效以及用户接受度。因此，必须将品牌塑造置于核心地位。首先，乡村旅游的产品和服务创新

至关重要。通过电子商务平台，加大市场推广力度，同时深入挖掘本地的特色文化资源与产品，为消费者提供别具一格的乡村旅游体验，以满足他们日益个性化的消费需求。这样的策略不仅能够优化旅游消费体验，还能增强乡村旅游的吸引力。其次，构建多元化的乡村旅游品牌体系势在必行。在借鉴成功案例的同时，更应因地制宜，结合乡村特色、市场需求、资源条件以及特色文化符号，打造独具特色的“一村一品”文旅品牌。比如，开发家庭休闲旅游、露营地、团建户外旅游、周末游、农业民俗体验地等特色旅游线路和产品，以拓展市场广度。通过这样的方式，我们可以构建一个多元化、差异化、特色化的乡村旅游产业体系，优化乡村旅游的发展格局，使其更受用户喜爱，进而提升用户满意度和认可度，从而推动乡村旅游的蓬勃发展。最后，创新乡村旅游的营销模式也是不可或缺的一环，应当充分利用当前的自媒体、短视频等流行渠道，与网红达人、企业经营主体、电商商家等展开深度合作，实现流量引入，提升推广效果。这样的策略有助于增强乡村旅游的品牌影响力，进一步提高其市场竞争力。

5. 结语

总的来说，电子商务融入乡村旅游发展既顺应了时代的要求，同时也响应了乡村振兴的战略。我国的乡村旅游产业发展应紧紧抓住电子商务这个机遇，加强发展乡村旅游电子商务，打造乡村旅游的品牌，切实做到为人民谋福利，为乡村谋振兴。

参考文献

- [1] 马丽霞, 杨霞. 乡村振兴战略背景下的乡村旅游规划与开发[M]. 北京: 中国书籍出版社, 2023: 1.
- [2] 杨兴凯. 电子商务概论[M]. 第3版. 大连: 东北财经大学出版社, 2021: 5.
- [3] 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, 34(20): 112-115.
- [4] 叶兴庆, 殷浩栋, 程郁, 赵俊超. 把扶贫产业纳入乡村产业振兴框架——巩固拓展脱贫成果系列调研之二[J]. 中国发展观察, 2021(21): 22-24+49.
- [5] 陈艳. 乡村旅游电子商务人才培养思考[J]. 旅游纵览, 2022(20): 31-33.