

“互联网+”背景下乡村旅游发展对策 ——以石阡县为例

蒋纯祎

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年8月7日; 录用日期: 2024年11月5日; 发布日期: 2024年11月12日

摘要

“互联网+”时代的到来, 对促进我国乡村旅游是一个极好的发展契机; 但是乡村旅游市场仍然存在观念更新、手段传统、方法陈旧等问题。文章将互联网与乡村旅游之间的联系进行了分析, 对农村旅游的营销方式进行了探索, 以石阡县为案例, 系统地剖析了石阡乡村旅游的营销, 并发掘一条适合石阡县发展乡村旅游的营销新途径, 以填补“互联网+”下农村旅游市场营销战略的缺陷。

关键词

“互联网+”, 乡村旅游, 转型, 对策

Countermeasures for Rural Tourism Development under the Background of “Internet+”

—Taking Shiqian County as an Example

Chunyi Jiang

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 7th, 2024; accepted: Nov. 5th, 2024; published: Nov. 12th, 2024

Abstract

The arrival of the “Internet+” era is an excellent development opportunity for promoting rural tourism in China; however, the rural tourism market is still characterized by problems such as updated concepts, traditional means and outdated methods. The article analyzes the connection between

文章引用: 蒋纯祎. “互联网+”背景下乡村旅游发展对策[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 2534-2540.

DOI: 10.12677/ec.2024.1341426

the Internet and rural tourism, explores the marketing methods of rural tourism, systematically analyzes the marketing of rural tourism in Shiqian County as a case study, and discovers a new way of marketing that is suitable for the development of rural tourism in Shiqian County to fill the gap of the marketing strategy of rural tourism under the “Internet+”.

Keywords

“Internet+”, Rural Tourism, Transformation, Countermeasures

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

随着“互联网+”时代的到来，信息技术的迅猛发展正深刻改变各行业的运作模式。乡村旅游作为实现乡村振兴和推动农村经济发展的重要手段，在这一背景下迎来了前所未有的发展机遇。然而，随着旅游市场竞争的日益激烈，传统的乡村旅游发展模式逐渐暴露出了一些不足之处，如资源利用效率低、市场推广手段单一、游客体验质量不高等问题。这在一定程度上制约了乡村旅游的进一步发展[1]。因此，如何在“互联网+”背景下提升乡村旅游的竞争力，成为当前亟需解决的问题。

乡村振兴战略的实施为乡村旅游的发展提供了有力的支持，通过发展乡村旅游，实现农村经济的可持续发展，改善农村居民的生活质量。同时，互联网技术的迅速普及与应用为乡村旅游产业注入了新的活力。互联网不仅能够拓展乡村旅游的市场推广渠道，还能通过大数据分析和智能化管理系统，提升游客的服务体验和满意度，优化资源配置和市场对接，推动乡村旅游产业的转型升级[2]。“互联网+”技术在乡村旅游中的应用，涵盖了从资源整合、市场推广到游客管理的各个环节。通过社交媒体平台和旅游网站，可以更广泛地传播乡村旅游的独特魅力，吸引更多的游客。在线预订系统和智能化管理平台，则能够提供便捷的服务体验，并通过数据分析，精准把握市场需求，制定更为有效的营销策略[3]。此外，互联网技术的应用还能够促进乡村旅游资源的多样化开发，提高资源的利用效率，推动产业的可持续发展。

为了探讨“互联网+”背景下乡村旅游发展的对策，尤其是以石阡县为例的具有旅游资源的县域单元，本文梳理了当前国内乡村旅游发展现状，在此基础上，以石阡县为例探讨了其在乡村旅游发展中的实践与不足。本文研究为如何有效利用互联网技术，推动乡村旅游的高质量发展提供了切实可行的策略指导。

2. 国内乡村旅游产业现状

中国乡村旅游兴起于 20 世纪 80 和 90 年代。初期以分散的农家乐为主，为路人提供乡村住宿。在随后的发展中，逐渐转变为为城市居民提供休闲娱乐和餐饮服务，这也是今天乡村旅游的主要形式之一。进入 21 世纪以来，国家对农业、农村与农民问题的重视达到了前所未有的高度，这一重视首先体现在政策领域。乡村旅游，作为乡村发展的重要引擎，逐渐成为各地探索乡村振兴路径的热门选择。2015 年，乡村旅游被正式纳入国家发展战略，标志该领域踏入了崭新的发展阶段。国家层面的重视，为乡村旅游的高质量发展筑牢了坚实的政策基础。同时各地踊跃响应，纷纷致力于摸索契合本地特色的发展模式。各省市级文旅组织在结合自身与当下热门，推选出不同特色的典型乡村，不断吸引游客进入乡村旅游市场。与此同时，伴随消费升级和生活观念的转变，恬静、惬意的乡村游愈发受到城市居民的向往，旅行

人次及收入逐年增长。根据国家统计局数据¹，2016~2019年中国乡村游客规模从21.0亿增长至30.94亿人，年均增长率达15.78%。2020年，受疫情影响，旅游业发展受阻，乡村旅游也无法幸免，乡村游客规模降至14.16亿人。但随着我国疫情得到有效控制和政策的积极扶持，居民的旅行消费需求持续释放，短途、城市周边的乡村游更具吸引力，2021年上半个经济周期乡村旅游规模便较同期增长55%，成为旅游业回暖和恢复性增长的强劲动力²。

3. “互联网+”对促进乡村旅游创新的必要性

当前，我国正处于信息科技水平高速发展的时期，各行各业都面临着科技带来的巨大冲击之下的战略调整。“互联网+”围绕O2O(线上线下一体化)市场的竞争，从“线上线下一体化”角度重新塑造了乡村旅游新生态。乡村旅游作为我国旅游业的重要组成部分也必将面临技术层面带来的革新，将从传统走向现代化的转型阶段。

一、推行“互联网+”是提升竞争力的主要方法。“互联网+”的推行，拉近了乡村与城市的空间距离，人们可以通过媒介产品浏览各地的旅游信息、购买特色旅游产品，推动经济发展；对乡村旅游来说，可以更精准把握客户群体的需求、提升服务水平与质量、学习同行业内的优秀范例、打造专属自己的“旅游ip”。乡村旅游要运用互联网等信息技术指向的创新手段，提升旅游地的市场竞争力，才能在众多乡村旅游的竞争对手中脱颖而出[4]。

二、适应新时代的发展需要。在互联网发展迅猛的今天，人们已经逐渐习惯在网上购买生活中所需的物品、了解相关资讯、报名参与各种社会实践，如研学体验、旅游、科考探险等。与互联网产业的融合已经成为了时代的选择，在“互联网+”的时代背景下，乡村旅游也要不断地推出新的营销手段、新的服务要求、新的管理方式[5]。

4. “互联网+”背景下石阡县旅游面临的不足之处

石阡县目前拥有的旅游资源包括：(1) 自然景观，包含佛顶山自然保护区、鸳鸯湖国家湿地公园、众多天然温泉等；(2) 历史景点，包含万寿宫、成式墓群、禹王宫等；(3) 少数民族特色文化景区，包含楼上古寨、尧上民族村寨、甘溪平望村落等；(4) 红色文化景点，包含困牛山红军烈士纪念碑、红二、六军团指挥部和“1.19会议”会址等。石阡县作为拥有多方面的乡村旅游资源的地点，其旅游人数也在不断增加。石阡县年旅游人次由2011年的120万人增长至2020年的802.7万人，游客数量大幅增长；游客人均消费由2011年的602元增长至2020年的941.7元；地区旅游总收入由2011年的10.9亿元增长至2020年的75.6亿元，旅游发展经济效益提升较大；旅游总收入占GDP比重由2011年的43.67%增长至2020年的65.63%，旅游收入在石阡县的生产总值占比逐渐攀升，旅游业逐渐成为经济发展重心[6]。

近年来，石阡县乡村旅游产品形态呈现出多元化发展的形态，从传统的农家乐、渔家乐，到新颖的帐篷露营、康养休闲、民俗文化体验，无一不彰显着石阡县乡村旅游产业的创新与活力。这一系列的乡村旅游项目，不仅丰富了游客的体验，也极大地推动了当地经济的繁荣，提升了乡村的品质与魅力。然而，在乡村旅游快速发展的背后，也暴露出一些不容忽视的问题。

4.1. 文化内涵挖掘不足

乡土文化的独特魅力，是乡村旅游最宝贵的资源。但目前的产品开发往往停留在表面，未能深入挖掘地域文化的精髓，这同质化问题将会使乡村旅游品牌缺乏知名度和正面影响，导致营销效果较差，无

¹来源于国家统计局网站公布数据，<https://www.stats.gov.cn/>。

²数据来源于中国旅游研究院统计数据。

法在众多旅游景点中脱颖而出[7]。缺少内涵的挖掘就会导致品牌建设薄弱。乡村旅游产品的品牌意识不强,未能有效利用自身的优势进行差异化竞争,造成了产品缺乏市场导向性。消费者需求的精准匹配是乡村旅游产品成功的重要因素。石阡县乡村旅游产品设计忽视了消费者的真实需求与心理期待,产品与市场之间存在一定程度的脱节,影响了游客的满意度与市场的接受度,也限制了乡村旅游产业的进一步发展。

4.2. 信息化建设和智能化服务不足

在“互联网+”背景下,信息化和智能化成为提升旅游服务质量和游客体验的关键因素。然而,石阡县的乡村旅游在这方面仍然存在显著不足。一是旅游信息整合和线上平台的建设与维护未能达到应有的水准。目前,石阡县乡村旅游景区的信息化水平普遍较低,缺乏一个统一、综合的信息平台来整合和展示当地丰富的旅游资源。各个行业和景点的信息相互孤立,难以形成有效的互动和整合,导致游客在获取旅游信息、选择目的地、规划行程时面临信息碎片化的问题,影响了整体的旅游体验。此外,旅游网络服务平台的信息更新滞后,运营管理不善,售后服务与用户反馈机制不完善,进一步削弱了游客的信任和满意度。

二是智能化旅游服务的欠缺。在“互联网+”时代,游客愈发依赖智能化的旅游服务,如在线预订、智能导览、数字支付等。然而,石阡县的智能旅游服务覆盖面不足,服务质量参差不齐,难以为游客提供贯穿旅游全程的高效便捷服务。尤其是在旅游前期的信息获取与行程安排、中期的消费支付与导览服务以及后期的反馈和评价环节,智能服务的不足使得石阡县在与更成熟的旅游目的地竞争时处于劣势,不利于提升整体的旅游体验和游客满意度。旅游者了解旅游信息、选择旅游目的地、规划路线、安排行程、订购票务、预订餐馆酒店,甚至挑选纪念品、购买特产都选择线上,这是激发乡村旅游企业利用互联网开发、宣传、促销旅游产品的主要因素[8]。

4.3. 数字化营销手段滞后

尽管“互联网+”时代为旅游业带来了新的发展机遇,但石阡县的乡村旅游在数字化营销手段方面仍显滞后。目前,石阡县的乡村旅游主要依赖传统的线下宣传方式,如口碑传播和实体广告牌,在信息传播的速度和覆盖范围上都存在明显的局限,难以吸引更广泛的目标群体。与此同时,石阡县的乡村旅游企业在利用互联网平台进行营销时,往往缺乏创新性和战略性。一些企业尝试通过微信、抖音等社交媒体平台进行宣传,但这些尝试大多流于表面,缺乏深入的内容策划和精准的受众定位,未能有效传递乡村旅游的独特魅力。此外,石阡县的乡村旅游营销策略缺乏整合性,难以形成系统的品牌形象。现有的数字化营销手段大多是孤立的个体行为,缺乏整体规划和协同效应,这使得旅游信息的传播效果大打折扣,难以在竞争激烈的市场中脱颖而出。

4.4. 数据驱动决策的能力不足

石阡县的乡村旅游在数据收集、分析和应用方面依然较为薄弱,现今数据已经成为推动旅游业发展的关键资源,这影响了其决策的科学性和精准性。当前,石阡县的乡村旅游管理者在进行规划和运营时,更多依赖于经验和直觉,缺乏基于数据的科学决策工具。这种传统的决策模式在面对快速变化的市场环境时,往往难以及时调整策略,导致旅游产品和服务难以紧跟市场需求的变化。乡村旅游企业在数据应用方面也存在较大的提升空间。尽管一些企业已经意识到数据的重要性,但由于技术水平和资源限制,其往往只是简单地收集数据,未能进行深入的分析和挖掘。例如,游客的消费偏好、旅游满意度和行为轨迹等重要数据,未能得到系统的分析和应用,导致企业无法精准把握市场动态,错失了很多潜在的

商机。

4.5. 乡村旅游人力资源匮乏

乡村旅游的核心劳动力主要由当地居民构成，他们缺乏从业人员的服务意识和专业技能，如：经营与管理粗放，服务标准化与单一化；营销手段陈旧与缺乏创新；过分追求短期利益，忽视乡村旅游的长期发展潜力；缺乏科学的管理体系与标准操作流程；未能充分满足游客的差异化需求。因此，乡村旅游在提升服务质量，增强游客体验，促进当地经济的可持续发展，保护自然和文化资源方面需要进一步提高，以实现经济效益与社会效益的双赢。

5. “互联网+”背景下石阡县乡村旅游对策

5.1. 整合旅游资源，提升竞争力

石阡县虽然乡村旅游产品丰富，但缺少内涵。石阡县首先应该发掘自己土地上潜在的文化内涵，将自己的旅游产品和历史背景，文化特色结合起来，推出相应的文化景点。其次应该成立对应的旅游品牌，可以增加乡村旅游地的名气，同时有相应品牌的产生也伴随着更规范的管理，也可以提高旅游的信誉度。石阡品牌可以更全面地考虑到消费者的需求，推出更不同以往的产品。乡村旅游景区要设计出具有自身历史文化特色的旅游纪念产品，创造出更多具有当地特色的旅游产品，如昆虫标本、植物模型等手工艺品，为游客增添记忆点，吸引更多的游客[9]，只有推出不同以往的特色产品，打造相应旅游内涵，形成石阡县自己的营销目标，才能获得市场的关注度和影响力。

5.2. 提升信息化与智能化服务水平

信息化和智能化服务的提升是推动石阡县乡村旅游发展的重要路径。首先，石阡县需要建立统一的数字化平台，将各个景区、酒店、餐饮等旅游资源整合在一个系统内，提供全面、准确的旅游信息，方便游客进行行程规划和实时查询。此外，应加强平台的维护与管理，确保信息更新的及时性，避免游客获取过时或不完整的信息。其次，智能化服务的拓展至关重要。在各个旅游场所引入智能设备，如智能导览系统，为游客提供自助导览、语音解说等服务，提升游览的便捷性与体验感。同时，结合大数据分析技术，收集并分析游客的行为数据，及时了解游客的需求变化，进而优化旅游服务内容，如个性化的行程推荐、定制化的旅游套餐等。此外，推进智能支付系统的普及也不容忽视。通过在景区、餐饮、购物等场所引入移动支付、无接触支付等智能支付方式，可以极大地提升游客的支付体验，减少传统支付方式的繁琐与不便，进一步提高游客的满意度。最后，石阡县还应重视游客反馈的智能化管理。建立完善的线上反馈平台，方便游客在旅途中实时提交意见和建议。管理者可以利用这些反馈数据，不断调整和改进服务内容，确保游客体验提升。

5.3. 加大网络营销投入、拓宽营销渠道

石阡县的景区可以与旅游相关网站的功能相结合，使用户在使用时获得更多的智能体验。用户可以利用电子设备预定特别房间、网上购物、邀请客人参与特定活动，充分体验互联网便利化。同时，石阡县乡村旅游官方可以通过社交媒体账号、搜索引擎、社区营销、网络大V推广和视频营销等手段，拓展旅游产品的广告宣传和销售渠道。石阡县当前的乡村旅游主要集中在贵州省和邻近地区，需要逐步向全国和海外推广，例如，通过举办一些知名、有影响力的旅游活动来提升石阡县的知名度。此外，为应对乡村旅游市场面临的经营形式单一、同质化严重的挑战，石阡县旅游企业应深入挖掘当地文化和自然景观的独特性，如农事体验、民俗文化游、生态探险等，提供沉浸式的旅游体验，满足游客对深度文化

体验的追求。此外，可以引入虚拟现实(VR)技术，为游客提供虚拟体验，如虚拟游览和虚拟互动等，增强游客的体验感和期待感，从而拓宽旅游营销的新渠道。通过建立高效、统一的游客数据数据库，收集游客偏好和行为数据，提供个性化服务，如定制化旅游路线规划和特色餐饮推荐，以提升游客的满意度和忠诚度。

5.4. 提高乡村旅游可持续发展实力

网络已经成为营销主要手段，乡村旅游应当制定出相应的营销方案把握住“互联网 + 乡村旅游”的融合。对于建立农村旅游信息传播渠道。对于已经建成的旅游服务网站，要具有捕捉信息的灵敏眼光，对当下产生的信息进行实时的更新，并且对已经产生关系的客户进行点对点的追踪，确保每一位旅游者都能享受到优质的售前及售后服务。为了促进乡村旅游产品收入的增长，负责人应该充分了解游客的内心所想，以其内在需求为出发点，通过有影响力的自媒体进行宣传，提升产品层次，进而提升本地乡村旅游产品的知名度[10]。政府在乡村旅游发展中扮演着至关重要的角色。通过制定全面的旅游总体规划、构建合理的总体框架，引领和推动乡村旅游企业向信息化、智能化转型；通过提供政策倾斜、财政补贴和税收优惠，鼓励乡村旅游企业进行信息资源的整合与共享，为乡村旅游的现代化发展提供有力支撑；建立智慧乡村旅游服务平台，集成乡村旅游产业的各类数据，包括游客流量、消费行为、服务评价等，为旅游运营监控、市场分析提供精准的数据支持。最终，促进乡村旅游产业的可持续发展，为游客提供更加安全、便捷、智能的旅游体验。

5.5. 引进与培养乡村旅游专业人才

乡村振兴的关键在于人才[11]，尤其是在推动乡村旅游产业转型升级的过程中，信息技术人才的引进至关重要。目前，石阡县乡村旅游发展面临信息技术人才短缺的问题，亟需通过多项措施加以解决。政府应设立专项基金，积极引进信息技术、网络营销、电子商务等领域的高端人才。与高校、企业合作，为人才提供良好的工作环境和平台，吸引更多专业人才参与乡村旅游的信息化建设。其次，应加大对本地人才的培训力度，联合相关企业和高校，开展信息技术与乡村旅游融合的培训课程，提升现有从业者的专业水平。这不仅有助于本地人才的能力提升，也为乡村旅游发展储备了一批高素质人才。此外，政府应建立激励机制，鼓励本地青年学习信息技术相关专业，通过设立奖学金、提供实习机会等方式，培养和吸引本地青年投身于乡村旅游的信息化建设中。

6. 结语

“互联网+”给乡村旅游带来了新的机遇，为乡村旅游的发展提供了新的思路和平台，新技术的应用可以促进乡村旅游产品的开发和服务升级，为解决乡村困境、推动乡村转型升级提供新的路径。如果能够将“互联网+”运用起来，将会让我们国家的乡村旅游水平得到飞跃般提升。不过即使有技术上的支持，我们仍然需要明确，乡村旅游的发展前景与人的管理密不可分，我们要不断地提升管理的能力，还要因地制宜，做出相应的决策，满足乡村旅游的不断发展，将乡村旅游与文化背景紧密结合，引进专业人才，不断地更新管理手段，管理方式，服务形式才是我们应该做的。在未来，我们要对“互联网+”进行更深刻的理解并运用，使它更好地促进我国乡村旅游的发展。

参考文献

- [1] 侯天琛. 微媒体时代背景下我国乡村旅游发展模式创新研究[J]. 中州学刊, 2019(12): 42-47.
- [2] 史亚莉. 智慧旅游视角下我国乡村旅游发展新路径研究[J]. 农业经济问题, 2023(4): F0003.
- [3] 张京京, 刘同山, 钟真. 网络营销提升了乡村旅游经营效益吗?——来自第三次全国农业普查北京市调查的证据[J].

中国农村经济, 2022(3): 67-83.

- [4] 何顺林. “互联网+”背景下乡村全域旅游推动精准脱贫研究[J]. 农业经济, 2021(11): 115-116.
- [5] 宋罡, 唐凌云. “互联网+”背景下辽宁乡村智慧旅游发展路径研究[J]. 北方园艺, 2020(14): 170-175.
- [6] 邓伦. 贵州省石阡县乡村旅游发展与乡村振兴耦合协调研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州财经大学, 2023.
- [7] 刘慧, 万桃涛, 皮火花, 等. “互联网+”背景下新余乡村旅游营销策略分析[J]. 新余学院学报, 2022, 27(5): 9-16.
- [8] 蒋丽波, 王玲. “互联网+”背景下乡村旅游营销创新模式研究: 以大连市小南村为例[J]. 商业经济, 2019(5): 104-106+113.
- [9] 詹贺凯, 刘志钰, 李宗洪. “互联网+”背景下乡村旅游营销策略研究[J]. 老字号品牌营销, 2023(9): 10-12.
- [10] 宋增文. 乡村旅游新业态发展机制研究——以北京市为例[J]. 中国农学通报, 2013, 29(26): 217-220.
- [11] 张燕, 杜红乐. 于层次分析法的乡村旅游影响因素研究[J]. 微型电脑应用, 2020, 36(4): 54-56.