

电子商务视域下贵阳市红色文化旅游资源开发困境和策略研究

宋 梅

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月9日; 录用日期: 2025年4月27日; 发布日期: 2025年5月30日

摘 要

文章在分析贵阳市红色文化旅游资源特点的基础上, 探究电子商务视域下贵阳市红色文化旅游资源的开发困境和策源研究, 针对目前贵阳市红色文化旅游发展存在的主要问题, 如智慧旅游发展意识薄弱, 旅游产品与电子商务营销模式不匹配, 缺乏兼具电子商务与旅游专业复合型专业人才等问题, 提出围绕电子商务营销特征, 开发针对性旅游产品, 梳理智慧旅游发展理念, 充分发挥电子商务网络价值, 立足电子商务旅游发展需求, 重构旅游专业人才队伍等开发建议, 以期为贵阳红色文化旅游资源的开发贡献力量。

关键词

红色文化资源, 电子商务, 旅游业, 贵阳市

Research on Development Dilemma and Strategy of Red Cultural Tourism Resources in Guiyang City under the Perspective of E-Commerce

Mei Song

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 27th, 2025; published: May 30th, 2025

Abstract

Based on analyzing the characteristics of red cultural tourism resources in Guiyang City, the article

文章引用: 宋梅. 电子商务视域下贵阳市红色文化旅游资源开发困境和策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2974-2979. DOI: 10.12677/ec.2025.1451610

explores the development dilemma of red cultural tourism resources in Guiyang City under the field of e-commerce and the study of the source of the development of red cultural tourism resources in Guiyang City, and addresses the main problems of red cultural tourism in Guiyang City at present, such as weak awareness of the development of intelligent tourism, mismatch between tourism products and e-commerce marketing mode, and lack of composite professionals who are both e-commerce and tourism majors, and so on. In order to contribute to the development of Guiyang's red cultural tourism resources, the essay puts forward the characteristics of e-commerce marketing, develops targeted tourism products, sorts out the development concept of smart tourism, gives full play to the value of e-commerce network, and reconstructs the team of tourism professionals based on the development needs of e-commerce tourism.

Keywords

Red Cultural Resources, E-Commerce, Tourism, Guiyang City

Copyright © 2025 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

电子商务本质上属于商业运作形式，借助信息网络科技手段，对传统商贸流程实施信息化、电子化及网络化改造。依托网络媒介促成供需双方非接触式商品交易，达成消费者与商家的线上交易及电子支付，电商平台还可承载多样化交易操作、金融业务与商务协作等功能，属于创新性综合服务型商业运行模式。如今的贵州，正抢抓机遇，在推动红色故土成为红色沃土的路上，迈出新的征程。贵阳深入挖掘本地丰富的红色文化旅游资源，“支持贵州打造以遵义会议为代表的‘重温红色历史·传承奋斗精神’、以中国天眼为代表的‘走近大国重器·感受中国力量’等红色旅游精品线路和经典景区。”^[1]通过精心设计一批红色旅游资源和特色路线，使参观者在游览过程中深刻体验红色文化内涵，接受革命精神的熏陶。这些红色文化旅游项目既作为开展爱国主义教育的关键载体，又通过促进区域经济提升为贵阳贵安旅游业增添发展动能，构筑起支撑“强省会”的坚实文化基底与持续经济引擎。

2. 贵阳市红色文化旅游资源的特点

时光荏苒，红军长征经过贵阳的红色岁月，至今牢刻在人们的记忆深处。在贵阳发生过的每一场战役，都刻下了历史的足迹，在贵阳这片充满红色足迹的土地上，每一破黄土、每一处遗迹都记录着党领导人民进行艰苦奋斗的辉煌历程，彰显着我们党不畏艰险、敢于攀登的无畏气概，视死如归、舍生取义的高尚品格。贵阳红色文化旅游资源有以下三方面特点。

2.1. 革命遗址多样

贵州是红色文化资源富集省份，也是中央红军长征途中活动时间最长、活动区域最广、发生重大事件最多的省份之一。目前，贵阳市共有各类遗址 161 处，其中全国革命遗址 83 处，贵州省革命遗址 49 处，其他遗址 29 处。按照保护级别来看，列入国家级文物保护单位的各类遗址 4 个，省级文物保护单位的遗址 18 个，市级文物保护单位的遗址 19 个，县级文物保护单位的遗址 31 个，未定的有 89 个^[2]。在贵阳市中心大十字地带带有明清风格的四合院建筑，被称为贵阳革命家的摇篮的达德学校旧址，有具有历史意义、教化价值的贵州人民抗日战争纪念碑以及解放贵州革命烈士纪念碑，有烽火仁心，为爱前行的

图云关抗战纪念园，有位于贵阳市南明区白沙巷中共贵州省工委地下刊物《真实》编辑处遗址，有具有历史价值的中山堂，有位于贵阳市南明区森林公园内的中国红十字会救护总队旧址，有位于贵阳市花溪区高坡乡的长征国家文化公园·兵临贵阳核心展示园，实现“沉浸式”重走长征路。有位于贵阳市云岩区三桥街抗战阵亡将士纪念碑遗址，有位于贵阳市云岩区黔灵镇茶店村登高坡的黔灵镇海天园，有位于贵阳市云岩区大营坡革命工作人员公墓等等。

2.2. 具有重要的教育价值和经济价值

红色文化资源内蕴充盈的价值内核、厚重的历史文化内涵、深沉的思想精髓，是发展社会主义文化事业重要的载体，不仅有有利于传承红色精神和增强文化自信，还有惠及社会、造福人民的经济价值。第一，有利于传承红色精神和增强文化自信。“用好红色资源，赓续红色血脉”是习近平总书记对用好红色资源的重要论述。贵阳红色文化是中国共产党在贵阳革命实践中接续传承的文化瑰宝，党和人民艰辛的心血历程，是贵阳市人民传承红色基因、赓续红色血脉的强大底气。革命战争时期，中国共产党带领贵阳人民英勇奋斗，所遗留下来的具有文化传播、思想教育、价值引导等多功能于一体的珍贵遗产，如革命遗址、文字记录等，是加强党性修养、丰盈精神世界的生动活材料教材，它见证了中国共产党的艰辛历程，彰显着中国共产党的理想与追求，梦想和情怀，牺牲和奉献，是贵阳市人民砥砺前行，矢志报国的重要载体。贵阳市文化旅游资源的开发和利用促进了文化自觉到文化自信的深层次转化，从“精神认同”到“实践外化”的闭环。新时代，贵阳市红色文化旅游资源正以更鲜活的姿态，成为民族自信的精神底座。相关单位要根据时代特点和实践需要，立足大局、放眼未来，要准确把握时代特征，创新贵阳市红色文化旅游资源的传播方式，找准红色文化资源和现代生活的交汇点，强化贵阳红色文化的精神感召力和影响力，把旅游资源优势转化为文化发展优势，使红色基因渗进血液、浸入心扉，让红色血脉始终赓续、代代相传。第二，有利于拉动经济的增长和旅游业的发展。我国经济的快速发展极大地提高了人们的生活水平和消费能力，这为我国旅游业的发展提供了新的契机。贵阳很多地区的红色旅游项目在开发时政府出台了相应的扶持政策，这对贵阳红色文化旅游资源的开发极为重要。在此背景下，我国旅游业迅速发展，成为经济增长的重要引擎和外动力。贵阳市红色文化旅游取得了较为理想的成果，极大促进了贵阳经济的增长。贵阳红色文化旅游资源通过科技赋能、多产业融合、政策杠杆效应、产业链延伸、品牌塑造等多路径创造经济价值，其经济价值不仅体现在短期收益，更在于通过文化赋能推动区域经济可持续发展，已形成“直接收益 - 产业联动 - 品牌溢价”的经济闭环。“红色 + 乡村”、“红色 + 研学”等带动教育服务、交通住宿等的发展。例如，大木村，“从 10 年前人均年收入不足千元，到 2023 年人均收入已超过 2 万元”[3]，今日之大木，已成为贵阳一道靓丽的风景线，这是赋能高质量发展和乡村全面振兴的生动实践成果。

3. 电子商务视域下贵阳市红色文化旅游资源开发的现实困境

贵阳市丰富多彩的红色文化资源在旅游开发过程中面临着智慧旅游发展意识薄弱、旅游产品与电子商务营销模式不匹配、缺乏兼具电子商务与旅游专业复合型专业人才等发展困境，亟待解决。

3.1. 认识层面：智慧旅游发展意识需要加强

“红色旅游”广义是指 1840 年以来具有爱国主义精神的旅游地点，狭义是指 1921 年中国共产党领导下的革命活动所形成的红色遗迹和纪念物，以其为载体，组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动[4]。电子商务在贵阳红色文化旅游中的应用虽然带来了许多机遇，但仍旧存在智慧旅游发展意识薄弱的问题。第一，对智慧旅游重要性认识不足。在信息化高度发展的今天，智慧旅游的重要性不言而喻，智慧旅游以其多样的功能极大地丰富了游客体验，给游客带来全新的视觉体验和精神浸染。

如何搭乘大数据的便车，结合贵阳市红色文化旅游资源发展现状与问题，探索智慧旅游与贵阳红色文化旅游资源相辅相成的有效途径，最终推动贵阳红色文化旅游的可持续发展，成为当前需要解决的关键问题。智慧旅游强调利用信息技术和数字化手段提高旅游业的效率和质量，以满足现代旅游者的需求。然而，贵阳旅游从业者和管理者对智慧旅游的重要性的优势了解不足，导致其在电子商务应用中面临一系列挑战。贵阳红色文化旅游从业者往往缺乏数字化营销和管理的知识及技能，不了解如何有效地利用电子商务平台进行宣传和销售。第二，操作能力待提高。缺乏智慧旅游意识可能导致对新技术和趋势的忽视，错失了提高服务质量和满足市场需求的机会。这一问题的根源在于传统运营模式的惯性思维。部分贵阳红色旅游景点工作人员未接受过系统的数字化培训，导致抖音、小红书等新媒体平台的内容创作能力不足，无法形成精准传播。景区虽然开通了线上票务系统，但缺乏数据分析和精准定位，难以实现个性化推荐和二次消费转化。数字时代游客对沉浸式体验需求强烈，但多数景区仍停留在基础图文展示阶段，未有效运用 VR 实景漫游、AR 场景还原等技术。这种技术代差不仅影响游客体验，更导致红色文化传播效能的持续弱化。

3.2. 设计层面：旅游产品与电子商务营销模式不匹配

目前部分区域红色文化旅游产品与电子商务营销模式存在不匹配问题。以亲身参与和线下体验为主传统的红旅文化产品与电子商务以线上销售为主的特征相矛盾，这导致电子商务线上快捷方便的优势难以得到充分发挥。具体表现在以下三个方面：第一，产品包装以及设计方面的营销不足。贵阳许多红色文化旅游产品缺乏适用于电子商务平台的高质量包装材料，如吸引人的照片、精彩的视频和吸引人的描述。大部分景点仍然采用传统的静态化的宣传方式，缺乏趣味性，游客的参与度不高，自然会影响旅游景点的教育意义。另外，单调乏味的活动形式也难以吸引大量的游客，降低了革命老区作为旅游景点的经济意义，使得改善景区发展模式的资金短缺，形成恶性循环，不利于红色旅游产业的长期发展。这限制了产品在电子商务平台上的吸引力和可见性。营销推广方式基于传统媒介及渠道为主，宣传方式不够新颖，难以抓住游客情绪的沸点，因此难以与游客达到心灵上的同频共振。在信息技术飞速发展的今天，红色文化旅游的受众群体越来越宽泛，传统营销推广方式只有依托丰富的红色资源禀赋优势与时俱进，展现亮点，加快转变发展思路、变革发展模式，才能赢得更多发展主动权与发展优势。第二，预订流程复杂，一些红色文化旅游产品的预订流程复杂繁琐，需要与供应商或旅行社进行多次电话或电子邮件沟通，与电子商务的便捷在线预订方式不符。第三，体验无法在线呈现。贵阳有些红色文化旅游产品的核心体验难以在线呈现，生态徒步的实境感知或非遗工艺的沉浸互动，此类具身化体验特性导致在线营销面临内容可视化与价值传递的双重挑战。

3.3. 人才层面：缺乏兼具电子商务与旅游专业复合型专业人才

贵阳红色文化旅游的发展离不开一批政治过硬、业务能力强、综合素养高、善策划、精管理的专业旅游人才队伍。贵阳红色文化旅游产业的电商化发展亟需融合电子商务与旅游学科背景的跨领域人才，然而当前行业内普遍面临此类综合性人才的短缺困境。部分从事红色文化旅游的工作人员由于缺乏充足的历史文化知识，因此很难深刻诠释红色文化的深层内涵与内在精神内核，从一定程度上弱化了红色文化旅游的育人功能。红色文化旅游景区相关从业人员专业素养和专业技能亟待提升。贵阳市红色文化旅游业的健康可持续发展，不仅依靠旅游基础设施、服务业的协调发展，更要依靠专业旅游人才的助威赋能、提质增效。该领域主要依托具备旅游管理、酒店服务等专业素养的从业者及导游团队，但其知识体系往往缺乏电商运营与数字化推广的关键模块，这种专业结构失衡显著制约着电商技术的深度应用。人才断层引发的连锁反应具体表现在：首先，线上发展路径模糊，从业机构受限于对电商战略的认知局限，难以系统规划精准的在线营销体系与销售方案；其次，技术应用存在障碍，部分企业人员对电商平台选

型、系统运维等环节缺乏实操能力，同时欠缺用户行为分析与体验提升技术的掌握；再者，数字化推广效能受限，贵阳红色文化旅游项目常因未充分运用社交媒体精准投放、搜索引擎排名优化及邮件营销等数字工具，导致线上客群触达率与转化率难以提升。

4. 电子商务视域下贵阳市红色文化旅游资源的优化路径

4.1. 价值引领：掌握智慧旅游发展理念

贵阳红色文化旅游与电子商务的深度融合具备显著发展前景，但其效能释放需以智慧旅游理念的体系化重构为基础，并充分释放电商网络的多维价值。推进过程中，首要环节在于构建智慧旅游的认知框架，这是驱动产业数字化转型的核心要素。智慧旅游的本质在于借助智能技术与数字化工具提升旅游服务效能与体验品质，在红色文化旅游场景中，依托电子商务的资源整合与传播特性，可实现革命文化资产的沉浸式呈现与精准触达。从业者必须突破将电子商务视为辅助工具的认知边界，将其定位为服务模式重构的战略性引擎。在实施层面，科学筛选匹配度高的电子商务平台构成关键突破口。尽管平台能为红色文化旅游产品提供在线曝光与交易场景，但需依据目标客群特征、品牌调性适配度及运营成本模型等维度，甄选具备战略协同价值的合作伙伴。通过构建数据共享与利益共创的深度协作机制，可形成差异化竞争优势。唯有实现智慧旅游理念革新与电子商务平台运营能力的同步提升，红色文化旅游产业方能全面激活数字化转型动能，构建兼顾文化遗产与市场活力的可持续发展格局。

4.2. 精准施策：把握电子商务营销特征精准施策

在电子商务驱动的红色文化旅游产业升级中，开拓创新路径需深度结合其营销特质，开发适配性强的专项旅游产品。电子商务所具备的线上交易、定制化推送与双向交互机制，为红色文化旅游产品研发与推广开辟了新维度。首先，依托电子商务的线上交易属性，贵阳红色文化旅游产品可获得更广阔的市场。通过在电商平台搭建数字化展销空间，实现产品信息的多维呈现(含高清影像、动态库存与实时报价)，使消费者能系统性完成产品比对与决策分析。基于平台消费数据的实时反馈，红色文化旅游机构可动态优化产品组合，形成需求导向的供给调节机制。其次，电子商务的智能推送功能为精准营销赋能。借助用户画像构建与行为轨迹分析技术，平台可定向推送契合个体兴趣的文旅方案，促使贵阳红色文化旅游企业聚焦细分市场需求，开发主题化、场景化的定制产品。再者，电子商务的实时交互特性催生产品迭代新模式。通过建立游客与企业的实时双向沟通渠道，在线评价系统与需求调研模块形成持续的产品优化闭环。游客通过在线评论与体验分享形成即时反馈回路，企业据此完善服务细节与体验设计，进而构建高可信度的产品体系，增强市场吸引力与用户粘性。

4.3. 人才为基：培养一批专业能力强的专业队伍

实现电子商务下红色文化旅游的创新突破，亟需构建复合型人才支撑体系。首要任务是推进产教融合改革，由政府部门牵头促成文旅企业与高校共建“电子商务 + 红色文化旅游”交叉课程，课程设置需融合数字营销技术、在线消费行为分析、红色文化传播等模块，定向培养具备双领域知识结构的专业人才。其次需建立分层培训机制：企业内部实施岗位适配性培训，围绕电商运营、用户画像分析、新媒体营销等核心技能，通过沙盘推演、数字工具实操等多元化形式提升现有人才数字素养；同时引入电商平台实战专家进行案例教学，加速行业经验转化。再者应强化产业协同创新，推动文旅企业联合高校科研团队、电商服务商开展专项课题攻关，例如开发红色文化旅游数字营销评估模型、构建 VR 导览系统等，以项目实践反哺人才能力提升。此外，需构建常态化交流平台，通过定期举办电商文旅融合峰会、发布行业白皮书等形式，促进跨领域经验共享与资源整合。通过教育端供给侧改革与实践端能力建设的双向

发力，可系统性解决人才结构断层问题，为红色文化旅游电商化转型提供持续动能。

5. 结语

红色旅游作为红色文化的载体，近些年来发展迅速。本文以贵阳市为研究对象，在深入剖析贵阳市电子商务视域下贵阳市红色文化旅游资源开发的现实困境的基础上提出贵阳市红色文化旅游资源的优化路径，以期贵阳市红色文化旅游献计献策。

基金项目

贵州省 2024 年研究生科研基金项目“贵阳红色文化旅游资源开发策略研究”(2024YJSKYJJ110)。

参考文献

- [1] 支持贵州文化和旅游高质量发展的实施方案政策解读[EB/OL]. 2022-12-14.
https://www.gov.cn/zhengce/2022-12/14/content_5731882.htm
- [2] 中共贵阳市委党史研究室. 红色的足迹[M]. 贵阳: 贵州人民出版社, 2014.
- [3] 贵阳贵安: 用好红色资源 促进文旅花[EB/OL]. 2024-10-24.
https://www.guizhou.gov.cn/ztl/gzltjxxczhjsfldcdts/qshwnxd/202410/t20241024_85973008.html?isMobile=false
- [4] 张宇鸿. 红色旅游移动电子商务探究——以安徽省金寨县为例[J]. 商场现代化, 2019(10): 37-39.