

文旅融合视域下贵州青岩古镇电子商务发展研究

岳安凤

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月12日; 录用日期: 2025年6月18日; 发布日期: 2025年7月31日

摘要

本文以青岩古镇为研究对象, 探讨在文旅融合背景下其电子商务营销策略的制定与实施。通过分析青岩古镇的区位优势、文化遗产资源和旅游业发展现状, 研究该地区文旅产业融合的现状、优势与挑战。文章重点探讨了青岩古镇电子商务营销的现状, 包括电商平台的应用、营销方式及取得的成效与不足。在此基础上, 提出针对青岩古镇的文旅融合电子商务营销策略, 包括渠道策略、产品策略、专业化团队建设策略、促销策略和品牌策略。研究表明, 青岩古镇应充分利用自身资源优势, 整合线上线下营销渠道, 利用新媒体平台, 打造特色文化品牌, 以推动文旅产业的可持续发展。

关键词

青岩古镇, 文旅融合, 电子商务

Research on the Development of E-Commerce in Qingyan Ancient Town, Guizhou from the Perspective of Cultural and Tourism Integration

Anfeng Yue

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 12th, 2025; accepted: Jun. 18th, 2025; published: Jul. 31st, 2025

Abstract

This paper takes Qingyan Ancient Town as the research subject, examining the formulation and

implementation of its e-commerce marketing strategies within the context of cultural and tourism integration. Through an analysis of the town's geographical advantages, cultural heritage resources, and current tourism development, the study investigates the existing conditions, strengths, and challenges of cultural and tourism industry convergence in the region. The research focuses on the current state of e-commerce marketing in Qingyan Ancient Town, including platform utilization, marketing approaches, achievements, and shortcomings. Building upon this foundation, the paper proposes tailored e-commerce marketing strategies for cultural and tourism integration, encompassing product strategies, distribution channels, promotional tactics, and branding approaches. Furthermore, potential implementation challenges and corresponding solutions are discussed. The findings indicate that Qingyan Ancient Town should fully leverage its resource advantages by integrating online and offline marketing channels, utilizing new media platforms, and cultivating distinctive cultural brands to promote sustainable development of the cultural-tourism industries.

Keywords

Qingyan Ancient Town, Cultural and Tourism Integration, E-Commerce

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

关于电子商务，张武刚、张建茹在其著作中曾做过如下定义，即“通过电子技术和网络平台进行商业交流和交易的活动，它是随着信息技术的迅猛发展而兴起的一种全新的商业模式”[1]。近年来，随着互联网技术的快速发展和广泛应用，电子商务已成为推动经济社会发展的重要力量。根据知网搜索结果可视化计量分析来看，目前关于电子商务的论文多达 296,802 篇，主要集中电子商务发展、消费者、e-commerce、电子商务平台和跨境电子商务等几大主题，近年来紧跟着国家乡村振兴战略的实施，电子商务视域更聚焦于跨境电商、乡村振兴、电商平台、农村电商四大主题，仅 2024 年便发表相关论文共计 8335 篇。在文化旅游领域，电商平台的兴起为传统旅游产业带来了新的机遇和挑战，有鉴于此，国内旅游电子商务研究数量不断增加，研究主题和研究内容具有很强的时代性；以各高校为核心的研究机构和作者发文量占据大多数；研究方向集中在旅游电子商务、乡村旅游、旅游信息化、人才需求等方面；点对点的乡村旅游、乡村振兴、文化旅游与电子商务的结合将是未来研究热点。青岩古镇作为中国历史文化名镇，拥有丰富的文化遗产资源和完善的旅游基础设施。然而，在新时代背景下，如何将电子商务与文旅产业融合，提升青岩古镇的知名度和吸引力，实现可持续发展，成为亟待解决的问题。

本研究旨在探讨文旅融合视域下青岩古镇的电子商务营销策略，通过分析其资源禀赋、现状特点，提出针对性的电商营销方案。这不仅有助于提升青岩古镇的市场竞争力，也为其他同类文化旅游目的地的电商发展提供参考。研究采用文献分析、实地调研等方法，结合青岩古镇实际情况，提出可行性建议，以期推动青岩古镇文旅产业的创新发展。

2. 青岩古镇及文旅产业融合概述

2.1. 青岩古镇基本情况

青岩，在贵州方言中读为“青崖”，该镇地处要塞，交通便捷，位于贵阳市南郊 29 公里外，北达花溪区，南通惠水县，东接龙里县，西邻长顺县，是贵阳南部的核心乡镇，被视作贵阳的“南大门”，一向

有“南部要塞”“筑南门户”之称。

全镇 92.3 平方公里，共辖 17 个行政村 2 个社区 101 个自然村寨，景区总面积 4.8 平方公里，包括外围区域和核心景区，其中核心区域为青岩古镇城墙范围内，面积 0.8 平方公里；外围区域包括古镇周边的青岩堡、小西冲、大兴国寺等，面积 4.0 平方公里。汉、苗、布依、侗、壮等 11 个民族聚居于此，苗族、布依族等少数民族人口约占户籍人口的 38% [2]。民族习俗与活动丰富多彩，具有强烈的民族特色，少数民族风情增添了古镇的人文魅力。

文化旅游资源是决定文化旅游产业发展的物质基础，其数量多少和质量高低影响着文化旅游产业的发展前景。青岩古镇最大的特色在于其丰富的文化遗产资源。作为贵州省省级文物保护单位、历史文化名镇，国家级文明市场，同时具有历史文化、建筑文化、宗教文化、农耕文化、饮食文化、革命传统文化、少数民族特色文化等诸多文化资源，背后蕴藏着丰富的文化内涵。古镇内保存完好的明清古建筑群、青石板街道、独特的布依族和苗族文化，吸引了众多游客前来观光。此外，青岩古镇还是贵州省唯一的一座“三元及第”的科举文化名镇，拥有深厚的历史文化底蕴。这些珍贵的文化遗产为青岩古镇的旅游产业发展提供了核心竞争力。根据青岩镇政府对外发布的《青岩古镇发展报告》来看，十年间，青岩的旅游实现了高速度高质量的增长，创造了九年增十倍的高速发展“传奇”，游客数量从 2011 年的 80 万增长至 2019 年的 870 万，旅游收入更是从 1 亿增长至 11.8 亿，实现了从以门票收入为主到以旅游消费为主的转变。在青岩正式升级为 5A 级景区的 2017 年，青岩古镇景区接待游客总数达 736.74 万人次，当年的旅游收入同比增长 67%，旅游收入首次突破 10 亿大关；2021 年，青岩古镇景区接待游客总人数约 638.71 万人次，综合收入超 10 亿元；在受到公共卫生事件影响的 2022 年，青岩古镇景区年度总接待人数依然取得了傲人的成绩，达到了 379.09 万人次；2023 年仅仅是春节假期期间便接待游客 22 万人次，居全省首位，景区旅游综合收入约 1200 万元。综合美团和携程两家平台的数据，青岩外省游客主要来自以下十地——广东、江苏、四川、北京、上海、重庆、湖南、广西、湖北、云南。主要消费群体是 90 后，24~30 岁这个年龄段的游客占比超 40% [3]。

古镇内已形成了较为完善的旅游产业链，包括住宿、餐饮、购物、娱乐等配套设施。同时，青岩古镇还积极开发文化旅游项目，如明清文化体验、少数民族文化展示等，为游客提供多样化的旅游体验。然而，青岩古镇的旅游产业发展也面临着一些挑战，如旅游产品创新不足、客源结构单一、营销手段传统等问题，亟需通过电子商务等手段加以解决。

2.2. 青岩古镇文旅产业融合分析

文旅融合是当今旅游业发展的重要趋势，在青岩古镇也呈现出良好的发展态势。目前，青岩古镇已初步形成了以文化遗产保护为核心，文化体验、休闲度假、特色购物等多业态并存的文旅融合模式。例如，古镇定期举办传统文化节庆活动，2020 至今以来相继推出了如“大明志·将军令”、“大明志·礼仪千秋”、“大明志·英雄赋”、“大明志·英雄祭”、“大明志·高粽”、“大明志·荟穿越青岩”游园会、“大明志·彩”夜游项目等极具特色的盛世大明主题活动。同时深度推进青岩文化与旅游的融合，文化不再浮于旅游的表面，充分利用“大明志”文旅 IP，开发如甲冑雪糕、当地民间民族刺绣、剪纸、银饰及蜡染等文创产品。

青岩古镇文旅融合的优势主要体现在以下几个方面：首先，丰富的文化遗产资源为文旅融合提供了坚实的基础；其次，完善的旅游基础设施和服务体系为文化体验创造了良好条件；再次，地方政府的高度重视和政策支持为文旅融合提供了保障。这些优势使得青岩古镇在贵州乃至全国都具有较强的竞争力。

然而，青岩古镇的文旅融合也面临一些挑战。一是文化资源的深度挖掘和创意开发不足，旅游产品同质化严重，缺乏品牌化的统一思路，品牌定位不准确；二是营销手段相对传统，难以吸引年轻群体；

三是专业人才短缺，制约了文旅融合的创新发展；四是周边同质化景区的竞争压力日益增大。

3. 青岩古镇电子商务营销现状分析

3.1. 政策驱动与数字转型背景

2022 年 1 月 20 日，国务院印发《“十四五”旅游发展规划》明确指出要推动旅游业的高质量发展，更好地满足大众旅游消费需求，激发旅游市场主体活力，推动“旅游+”和“+旅游”发展，形成多产业融合发展新局面。而在数字经济时代背景下，刘英基等人指出“数据资源、数字技术、数字平台等已成为促进文旅融合发展新业态、产品与服务创新，实现文旅融合高质量发展的重要动能”[4]。随着大数据、5G、人工智能等新兴技术的深度应用，电子商务产业正在经历从规模扩张向高质量发展的转型升级过程。这一转型为青岩古镇文旅融合发展提供了重要契机：通过电商平台，可以提高文化产品的传播效率，扩大客源市场；利用大数据分析，可以精准把握游客需求，开发个性化旅游产品；借助新技术手段，可以创新文化展示方式，提升游客体验。因此，电子商务将成为推动青岩古镇文旅融合的重要抓手。

首先，电子商务平台将成为传统文化传播的有效载体。根据相关研究数据，截至 2022 年我国电商直播用户规模已达 4.73 亿[5]，这为文化产品传播提供了广阔的渠道空间。通过短视频、直播等新兴电商形式，青岩古镇独特的历史文化、建筑艺术和民俗风情可以突破地域限制，实现更广范围的传播，从而拓展潜在游客市场。

其次，大数据分析技术的应用将显著提升旅游产品开发精准度。电商平台积累的海量用户消费数据，可以通过 AI 算法分析游客的年龄结构、消费偏好、停留时间等特征。基于这些数据分析，青岩古镇可以有针对性地开发夜游经济、研学旅行等特色产品，满足不同客群的个性化需求。

更为关键的是，新技术手段正在革新传统文化展示方式。5G 网络的高速率、低延时特性，为虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术在古镇场景中的应用提供了可能。游客可以通过手机终端实现古迹虚拟复原展示、历史场景沉浸式体验等创新功能，这将大大提升游览的互动性和趣味性。

值得注意的是，当前中国电商市场正处于“从用户增量阶段转向存量与增量并重的发展新阶段”[6]。这一转变要求青岩古镇在发展电商经济时更要注重服务质量提升和消费体验优化，通过数字化手段深化与游客的情感连接。

因此，电子商务不仅是一个销售渠道，更将成为青岩古镇实现文旅深度融合的数字化基础设施。未来需要通过“线上精准营销-线下体验升级-数据反馈优化”的闭环，构建可持续发展的智慧文旅新模式。

3.2. 青岩古镇电子商务应用现状

目前，青岩古镇的电子商务应用主要集中在旅游预订、文创产品销售和形象宣传等方面。OTA 平台上已经开设了青岩古镇的专区，游客可以在线预订门票、酒店和旅游套餐。同时，一些本地特色商家也入驻了主流电商平台，如美团、抖音等，销售当地特色食品和手工艺品。此外，青岩古镇在如微信、抖音等多个主流社交媒体平台开设了官方账号，定期发布宣传内容，与用户互动。

在营销方式上，青岩古镇主要采用以下几种模式：一是青岩古镇采取“线上平台 + 线下资源”的整合模式与 OTA 平台合作，以携程旅游为例，在其平台上，实现了门票、游玩套餐、交通、酒店、导游及旅行团订购的多功能整合；二是通过微信公众号和小程序，提供旅游信息查询和预订服务；三是利用微博、抖音等社交媒体平台，进行内容营销和口碑传播；四是与短视频平台 KOL 合作，进行网红直播带货。这些营销方式在一定程度上提升了青岩古镇的知名度和客流量。

然而，青岩古镇的电子商务营销仍存在一些不足之处：首先，电商平台的应用不够深入，很多旅游

资源和产品尚未实现线上化。在伏六明、伏恬舒等人的研究中就曾指出青岩古镇在“互联网+”背景下存在景区官网页面设计不够完善，推广效果欠佳与旅游电子商务平台更新信息慢，宣传推广不到位的问题[7]；其次，营销内容和形式较为单一，难以吸引年轻群体；再次，缺乏专业的电商运营团队，导致营销效果欠佳；最后，未能充分利用大数据和人工智能技术，进行精准营销和个性化服务。这些问题制约了青岩古镇电子商务营销的进一步发展。

4. 文旅融合视域下青岩古镇电子商务营销策略

针对青岩古镇的实际情况，本研究提出以下电子商务营销策略：

1) 渠道策略：构建多元化电商平台，包括自建平台、第三方平台和社交电商，形成全渠道营销网络，青岩旅游管理公司自身搭建的平台流量小，访问人数少，明显没有市场优势，需同时要加强与携程、美团、飞猪等 OTA 平台的合作，及时更新和反映青岩古镇文旅活动，提高线上预订比例。

2) 产品策略：整合和利用丰富的文化资源开发特色文化 IP，打造文化旅游产品，如文创周边、文化体验课程等，满足不同游客的需求，建设“青岩赵公专祠军事文化展馆”，运用影像地图、互动触摸屏、半景画场景复原等手法，介绍青岩古镇从建城到抗战时期的军事文化；状元故居多次举行“金榜题名活动”参与状元府内科举考试场景，进行答题考试，沉浸感受古人参加科举考试场景。慈云寺内欣赏评书表演、通过 NPC 触发剧情与游客进行互动，寺内建立“花溪非物质文化遗产传习基地”，包括多媒体互动、场景复原、实物征集、艺术创作、传承人培训、非物质文化遗产研发、传统手工展演、项目表演活动等。

3) 专业化团队建设策略：人才是地方发展的重要所在，“政府需要做好顶层设计，保证人才能够留得住、引得进、用得好，为经济发展储备足够的人才资源，使人才成为促进农村经济发展的重要推动力”[8]。建议青岩镇与如贵州大学等本地高等院校共建电商人才实训基地，同时引进具有文旅电商经验的专业运营团队。建立 KPI 考核机制，重点培养内容创作、数据运营、新媒体营销等核心能力。

4) 促销策略：运用新媒体营销，如短视频、直播、社交互动等，提升品牌曝光度。不断创新宣传方式，提升青岩古镇的知名度与影响力。在融媒体时代，“短视频 + 社交”已成为年轻一代旅行时的主流表达和体验方式，青岩古镇为对外传播注入新鲜血液，运用微信小程序、抖音、微博、快手、斗鱼、小红书等网络矩阵发力，多措并举助力青岩突围，配合优质的站内外资源，为青岩古镇多次文旅宣传活动引流造势，起到良好的宣传效果，助推青岩古镇影响力和吸引力的提高。正如王尧艺在其研究中曾指出，“与传统线下营销模式相比网络营销的优势十分明显，其中最具代表性的特点就是具有丰富的视觉展示效果及突出的交互功能”[9]，青岩古镇应注重开展精准营销，利用大数据分析游客需求，推送个性化产品。

4) 品牌策略：打造独特的文化品牌形象，增强游客的文化认同感。青岩古镇目前以自身历史文化资源息息相关的大明文化为核心打造文旅 IP 品牌，2020 年至今，青岩古镇“大明志”系列展演共推出了六个篇章助力旅游产业化发展，延伸出一系列“明文化”：包括餐饮类的“大明志·宴”，文创产品类的“大明志·造”，文化体验类的“大明志·士”，夜游项目类的“大明志·彩”等，互相映衬，构筑成一个完善、独立、鲜明的形象 IP，也因此带动了古镇内 600 余户商户的经济收入，形成集群化、规模化的新型市场产业主体。在未来的发展当中应当通过故事营销、情感营销等方式，强化品牌内涵。同时加强品牌保护，维护青岩古镇的文化价值。

5. 结语

电子商务作为推动青岩古镇文旅融合发展的重要抓手，为传统文化传播、旅游产品开发及文化展示

方式创新提供了新的可能性。通过“大明志”系列IP开发、全渠道电商平台构建及数字技术应用，青岩古镇已初步实现从传统营销向智慧文旅的转型。然而，当前仍存在电商运营深度不足、专业人才短缺等问题，亟需通过强化大数据分析、优化线上营销渠道等举措进一步提升竞争力。未来，青岩古镇应持续深化“线上精准营销-线下体验升级”的闭环模式，将电子商务从销售工具升级为文化遗产与产业融合的数字化基础设施，为同类文旅目的地的数字化转型提供可借鉴的经验。

参考文献

- [1] 张武刚, 张建茹, 著. 电子商务原理及应用[M]. 长春: 吉林人民出版社, 2023: 2-3.
- [2] 数字资料来源于贵州省贵阳市花溪区人民政府, 青岩镇乡镇概况[EB/OL]. https://www.huaxi.gov.cn/xzjdbsc/qyz/xzgk/202412/t20241220_86379761.html, 2025-04-13.
- [3] 贵州广播电视台. 贵阳青岩古镇谋求运营创新[EB/OL]. <https://www.gzstv.com/a/2c7d35b4f25646818c0f88b50eaae8d4>, 2025-04-13.
- [4] 刘英基, 邹秉坤, 韩元军, 等. 数字经济赋能文旅融合高质量发展——机理、渠道与经验证据[J]. 旅游学刊, 2023, 38(5): 28-41.
- [5] 网经社. 2022 年度中国直播电商市场数据报告[EB/OL]. <https://www.100ec.cn/detail--6625504.html>, 2025-05-27.
- [6] 李颖, 郑妹. 电商经济时代下互联网消费金融发展研究[J]. 中国电子商务, 2024(6): 21-24.
- [7] 伏六明, 伏恬舒. “互联网+”背景下青岩古镇旅游推广策略研究[J]. 旅游纵览, 2021(14): 77-79.
- [8] 陈治宇. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展面临的主要问题及对策[J]. 科学发展, 2024(1): 61-67.
- [9] 王尧艺. 互联网时代下旅游产品的营销模式和创新策略[J]. 商业文化, 2024(2): 117-119.