

# 数字经济助推乡村旅游合作发展策略研究

张泽

(延安职业技术学院, 陕西 延安 716000)

**摘要:** 伴随互联网技术的发展, 大数据、人工智能、云计算等计算被广泛应用在各个产业领域, 给乡村旅游蓬勃发展带来了契机。如何发挥数字经济的作用, 搭建数字化、智慧化旅游服务平台, 创新乡村旅游合作业态, 协调好村民、社会机构、企业等主体的关系, 成为乡村旅游高质量发展的重要问题。本文从数字化旅游服务、数字化协同建设、数字化营销入手, 阐述数字经济对乡村旅游合作发展的推动作用, 结合开发管理、产品吸引力、信息沟通、营销方式, 分析乡村旅游合作发展中面临的问题, 并围绕多方协调利益机制、发挥数字技术优势、健全信息共享机制、构建立体宣传网络四个方面, 探讨乡村旅游合作发展策略。

**关键词:** 数字经济; 乡村旅游; 合作发展; 策略

在数字化时代下, 各个产业踏上数字化转型道路, 催生了数字经济发展形态。数字经济的关键要素是海量数据资源, 主要推动力为数字化技术与信息通信技术融合应用, 在产业转型发展、资源要素重组、经济结构重塑中发挥着重要作用, 无形中改变了人们的生活方式和社会生产方式。在乡村文化振兴背景下, 乡村旅游的内涵日益丰富, 旅游形式不再局限于传统的农业活动和经典观赏, 还呈现出文旅融合新趋势。面对大众多元物质和精神需求, 乡村地区有必要抓住数字经济发展带来的机遇, 利用数字技术平台, 统筹各个主体力量, 探索乡村旅游合作发展机制。

## 一、数字经济对乡村旅游合作发展的推动作用

### (一) 数字化匹配优质旅游服务

数字经济促进乡村优质旅游资源配置, 乡村地区借助数字化技术, 整合多方力量和资源条件, 向游客提供优质旅游服务。数字经济的一大特点体现在智能互联上。在智能互联的网络结构下, 产业互联网与无界制造相互融合, 消费场景逐渐向无界方向发展。数字经济的关键生产要素是数据, 无论是产业结构转型, 还是企业生产要素的重构, 都需要发挥数据的驱动作用。在乡村旅游产业中, 通过发挥数字平台优势, 乡村地区能够运用数据结果, 精准分析、预测和匹配资源, 淘汰传统生产、消费和流通体系, 重新优化、重组和升级乡村旅游服务体系。从需求侧看, 通过运用大数据技术, 乡村旅游开发主体能够分析供给侧需求, 确定合作发展方向, 改良乡村合作旅游产品, 建立数字化的管理、体验、营销和服务体系, 完善乡村旅游合作服务链, 进一步健全乡村旅游服务设施, 创新旅游管理和运营模式, 为游客匹配优质旅游服务。

### (二) 数字平台支撑协同开发

数字经济促进乡村旅游资源协同与合作开发, 数字经济离不开数字平台的支持, 乡村地区借助数字平台, 协同开展旅游项目开发工作, 统筹协同开发需求、组织形式、管理模式、盈利模式等内容, 建立物理世界与数字空间互通的合作发展生态。在乡村旅游发展过程中, 通过建立面向社会的数字平台, 乡村地区能够联合相关利益相关者, 如旅游企业、社会服务机构、文旅部门、电商平台、用户等, 建立协同开发共同体, 协调利益分配、定价机制、开发内容等, 形成统一的合作目标, 制定合作发展方案和制度, 明确旅游企业、游客、村民和服务部门的权责, 协调各利益主体的关系, 促进乡村旅游走上合作发展的正轨。在乡村旅游发展中, 除了企业和政府部门, 其他社会主体也可通过数字平台, 整合与分配优势资源, 发挥优势资源作用, 打造形象鲜明、具有品牌影响力和吸引力的旅游产品, 从整体上提高生态效益、文化效益、经济效益与社会效益, 促进乡村旅游进一步合作发展, 实现多方共赢。比如, 地方民众以集体投资或个体投资参与, 网红

主播以打卡宣传的方式参与进来, 充分发挥各主体力量, 形成多元化合作开发、管理和服务格局, 全面提高旅游接待能力、服务能力和品牌影响力, 促进乡村旅游事业蓬勃发展。

### (三) 数字化提供全媒体营销服务

在数字经济时代下, 乡村旅游产品营销途径日益多样化, 在5G通信技术、人工智能与新媒体技术支持下, 乡村地区可利用新媒体平台, 拓展旅游项目营销途径, 既能吸引社会资本参与乡村旅游开发工作, 又能打造良好旅游形象, 增强市场竞争力。营销是乡村旅游合作发展的重要方面, 通过发挥互联网和新媒体平台宣传优势, 乡村地区能够建立全媒体营销网络, 利用大数据推送功能, 吸引更多流量, 打造优秀乡村旅游品牌。同时, 在智慧旅游时代背景下, 数字技术与旅游服务行业结合日渐紧密, 通过加强与营销平台的联系, 乡村地区能够与各种APP平台合作, 为人们旅游出行提供全方位服务支持, 让游客只需要一部手机和APP, 就能快捷地享受到类似代办、地陪、导游的服务, 增强游客旅游体验感, 以乡村旅游合作营销的方式, 带动乡村旅游产业发展。

## 二、乡村旅游合作发展面临的问题

### (一) 开发管理机制不科学

乡村旅游合作开发和管理机制不够科学。在乡村旅游发展中, 地区旅游企业应发挥好主导作用。但是, 在乡村地区, 旅游企业力量相对薄弱, 资金和规模较小, 难以胜任开发工作。同时, 在社会发展过程中, 乡村居民法律意识不断增强, 十分注重村落地域的归属和使用权, 参与旅游开发决策和管理的意愿强烈。但是, 在实际开发和管理工作中, 外来大型旅游企业往往直接与地方政府部门合作, 未能让地方村民参与到决策管理中, 出现利益分配方面的冲突。再加上乡村旅游合作开发和管理涉及的主体较多, 各管理部门人员尚未建立起沟通机制, 相互之间缺乏沟通和联系, 容易重复开展管理工作, 也就无法形成良好的管理秩序, 管理效率不高。

### (二) 旅游产品吸引力不足

乡村地区旅游尚未形成完整的产业链, 旅游产品服务和配置吸引力不强。乡村地区存在大量古村落和传统文化遗产, 但是, 受文化遗产保护条例限制, 旅游项目开发深度不足, 旅游产品类型相对单一, 缺乏特色性, 多为观光和度假旅游。由于乡村旅游产品类型单一、数量少, 大多游客仅在欣赏风景后, 就踏上返程道路, 在乡村旅游上的消费较少, 导致旅游经济发展水平不高。

### (三) 经营信息沟通不畅

乡村地区旅游景点经营信息沟通渠道不畅。从分布情况角度看, 部分乡村旅游景点多分布在偏远地区、城市周边和近郊, 多

由政府部门出资开发。但是,在管理过程中,由于涉及多个管理部门,各级管理人员沟通不畅,下级管理人员很难及时上报最新情况。再加上各地区旅游投资和政策存在差异性,社会力量参与乡村旅游开发的积极性不强,不利于优化乡村旅游经济结构。

#### (四) 营销服务方式相对传统

乡村旅游营销服务方式较为传统,媒体营销和数字营销效果不佳。在旅游营销工作上,部分乡村地区采用传统营销和服务方式,数字化营销水平不高。尽管有地区建立了官方宣传网站,但具体功能局限于单向宣传内容,如旅游攻略、景点介绍,难以提供咨询服务、酒店预订、门票购买等功能,导致游客对乡村旅游信息的了解较少,难以获得配套旅游服务信息。同时,乡村地区线上宣传和推广不足,部分乡村旅游景点局限于电话和微信公众号,未能充分利用新媒体平台优势,缺少抖音、小红书和微博等官方认证账号,推广和引流手段相对有限,导致游客对乡村旅游景点了解不足。

### 三、数字经济助推乡村旅游合作发展策略

#### (一) 多方协调利益机制,实现数字协同治理

首先,地方旅游主管部门应紧跟数字经济发展趋势,重视信息化和数字化基础设施建设,联合基础建设、网络建设等部门,通力合作,提高乡村地区网络通信服务水平,为乡村旅游发展提供技术条件。其次,旅游部门应发挥好主导作用,搭建数字化旅游合作与服务平台,根据各方情况,提供平台使用权限,提高信息共享性,并利用数字平台,召开乡村旅游开放会议,合理分配各自权益,建立乡村旅游发展共同体,实现多方参与、互相合作、多方共赢。依托数字化平台,主管部门负责统筹各方合作事项,制定乡村旅游合作发展总体规划和实施方案,如与其他景区合作,整合区域内自然旅游与村镇特色文化资源,打造民俗文化与经典观光相结合的旅游路线,并与其他主体沟通协商,明确各自管理范围,让旅游公司、线上平台和地方居民通力合作,全面配置旅游服务环境和条件。主管部门完善住宿、娱乐、购物、餐饮方面的管理机制,制定乡村旅游服务质量规范,鼓励区域内大型企业参与旅游投资工作,共同研究和开发旅游资源;乡村地区旅游公司全面展开交流合作,统筹物、财和人方面的资源,探索联合与融合运营模式,组建专业化的乡村旅游服务团队;线上平台按照合作规划,完成景点包装,提供一系列咨询服务;村民参与工艺品制作、住宿餐厅、旅游文化表演等活动,治理好旅游区内的环境、卫生条件。多方开展深入合作,利用数字平台及时交流实施过程中的问题,提高合作开发和协同治理水平。

#### (二) 发挥数字技术优势,推出数字旅游产品

乡村地区应从创新角度入手,通过发挥大数据、信息化、VR虚拟等技术,开发有特色、有创意的旅游产品,利用数字技术手段,推出地方特色美食和民俗文化,给游客带来多元化的体验。首先,地区应邀请设计人员,结合本地特色旅游文化,运用互联网和AR技术,开发展现乡村风景和民俗特色的数字藏品,打造线上虚拟旅游场景,为乡村旅游创新发展注入活力。除观光旅游服务,旅行社可从乡村旅游路线出发,面向中小学生研学、家庭亲子户外活动、企业团建,灵活组合乡村地区内旅游资源,针对性地设计旅游服务套餐,满足不同客户和受众需求。其次,乡村地区应重视各个村落合作与协调发展。基于已有旅游产业,旅游主管部门和企业应统筹各个村落的资源,重视各村资源融合,延伸乡村旅游产业链,大力发展文创产业、旅游养老、休闲农业等产业。根据村镇内农业发展情况,旅游企业应运用大数据系统,分析各地农业种植情况,开发休闲农业项目,如农作种子博物馆、农业采

摘基地、产学研种植基地,并运用先进技术,将农业作物信息浓缩在二维码上,增强游客参与感。游客只需扫一扫,就能获得植物果实信息、化合物使用、土壤成分、种子来源等信息。也可抓住文旅融合契机,利用互联网平台,建设新潮数字文旅生态,与体育、电竞、文学、游戏、影视、动漫等领域,开展跨界合作,利用数字化技术,打造符合年轻人精神文化追求的文旅基地,既能够丰富居民文化生活,又能给广大游客带来新颖体验,创造更多旅游经济效益。

#### (三) 健全信息共享机制,供给优质旅游服务

首先,各个主体应建立交流和共享机制。依托互联网平台,旅游部门与旅游企业、村镇合作,利用大数据技术,挖掘具有文旅价值的旅游项目,并开展市场调研、营销工作,根据消费者的满意度和反馈,优化旅游管理和服务内容。在数字平台支持下,各方可下发在线调研问卷,了解游客对景点类型、产品内容、服务情况的评价,搜集有价值的建议,并采用线上沟通的方式,沟通旅游服务中的问题,提高旅游产品开发、旅游服务质量。其次,乡村地区应建立智慧合作服务平台,重视APP在旅游服务中的推广。通过与智慧旅游平台合作,乡村地区可开发出行服务、信息服务、预订服务等模块,让游客足不出户也能买到票,提高旅游服务智慧化水平。此外,乡村地区应建立在线旅游服务平台。借助物联网、云计算和大数据技术,乡村地区可建立全域信息感知、数据共享和资源整合平台,统一整合特产、交通、餐饮和经典资源,向游客提供自选式旅游套餐,满足游客需求。

#### (四) 构建立体宣传体系,刺激乡村旅游需求

首先,乡村地区拓展新媒体营销渠道。在官网宣传的基础上,乡村旅游应邀请抖音、小红书、微博等平台的网红主播,拍摄营销宣传视频,采用图文和视频搭配的方式,开展线上营销和推广工作,用便捷的食宿、智能旅游服务、特色旅游产品,提高消费者对乡村旅游的关注度。其次,乡村地区应重视口碑营销。在旅游景点,地区应设置各种类型的打卡地,向游客提供拍照分享服务,帮助其记录美好瞬间,并建立游客满意度和体验度评价系统,设置优质点评奖励,吸引游客做出真实中肯的评价,在朋友圈中宣传此景点。此外,乡村地区应利用好节假日和地方特色节日,采用直播营销方式,宣传地区特有的节日习俗和文化活动,也可利用直播方式,开展特产带货活动,线上直接与消费者沟通,吸引更多消费者购买特色农产品,吸引他们来旅游观光。

### 四、结束语

综上所述,数字经济为乡村旅游合作发展提供了导向,乡村旅游事业迎来全域发展、规模经营和产业融合的契机。因此,相关文旅部门、旅游企业、村民等主体应立足特色,利用好数字化平台,达成合作开发、管理共识,组建乡村旅游共同体,共同整合地区内优势资源,运用数字化技术赋能,打造集娱乐、观光、休闲、体验于一体的乡村旅游新业态,延伸乡村旅游和服务产业链,推出更多适应时代需求、突出文化底蕴和乡村特色的旅游产品,促进乡村旅游可持续、高质量发展。

#### 参考文献:

- [1] 李飞彪.数字经济助推乡村旅游合作发展策略研究[D].安徽财经大学,2024.
- [2] 卢学英,邓洪波,白文周,等.以数字经济助推乡村合作旅游发展——安徽省蚌埠市数字经济下乡村合作旅游发展路径探讨[J].中国合作经济,2023(06):64-67.