

新媒体在农业生态旅游推广中的创新实践

王姣姣

江西应用科技学院, 中国·江西 南昌 330100

【摘要】随着互联网技术的飞速发展,新媒体已成为信息传播与推广的重要渠道。农业生态旅游作为一种融合农业与旅游业的特色产业,其推广模式亟待创新。本文深入探讨了新媒体在农业生态旅游推广中的创新实践,分析了新媒体的特点及其在农业生态旅游推广中的优势,结合实际案例阐述了社交媒体营销、短视频推广、直播带货等创新推广方式的应用,同时提出了新媒体推广过程中面临的问题及相应的解决策略,旨在为农业生态旅游的可持续发展提供有益的参考。

【关键词】新媒体;农业生态旅游;推广创新

1 引言

农业生态旅游是将农业生产、农村生活和生态环境有机结合的一种新型旅游形式,它不仅为游客提供了亲近自然、体验乡村生活的机会,也为农村经济发展注入了新的活力。然而,在市场竞争日益激烈的今天,如何有效地推广农业生态旅游,吸引更多的游客,成为农业生态旅游发展面临的关键问题。新媒体以其传播速度快、覆盖面广、互动性强等特点,为农业生态旅游推广带来了新的机遇。通过新媒体的创新实践,可以打破传统推广方式的局限,提高农业生态旅游的知名度和影响力。

2 新媒体的特点及其在农业生态旅游推广中的优势

2.1 新媒体的特点

新媒体是相较于传统媒体出现的一种新型传播形态,它依托数字技术、网络技术与移动通信技术,借助互联网、无线通信网、卫星等渠道,以电脑、手机、数字电视机等为终端向用户传递信息与服务。其特点鲜明且优势突出。交互性是新媒体的一大亮点,它打破了传统媒体单向传播的桎梏,构建起信息双向互动的桥梁。用户不再只是被动接收信息,而是能自由地对信息进行评论、分享,还能及时向信息发布者反馈想法,实现实时交流,让信息传播更具互动性。

即时性也是新媒体的重要特征,它能够实时发布与传播信息,更新速度极快,用户无需漫长等待,就能第一时间掌握最新资讯,紧跟时代步伐。个性化是新媒体满足用户多样化需求的关键所在,它能依据用户的兴趣、偏好以及行为习惯,为用户量身定制个性化的信息推荐与服务,让用户获取的信息更贴合自身需求。多媒体性则为新媒体的

信息展示增添了丰富色彩,它将文字、图片、音频、视频等多种媒体形式巧妙融合,以更加生动、形象的方式呈现信息,极大地增强了信息的吸引力和感染力,让用户在获取信息的过程中获得更优质的体验。

2.2 新媒体在农业生态旅游推广中的优势

新媒体在农业生态旅游推广中优势显著,为行业发展注入新活力。在扩大推广范围方面,它彻底突破了地域与时间的束缚,让农业生态旅游信息能跨越山海,传播至全球各个角落,吸引海量潜在游客。借助社交媒体平台、旅游网站等渠道,经营者能与不同地区的游客直接沟通互动,有效拓展客源市场,使农业生态旅游不再局限于周边区域,而是面向更广阔的天地。降低推广成本上,新媒体堪称“省钱利器”。相较于传统媒体高昂的广告投放费用,新媒体推广成本更低。经营者可在社交媒体平台免费发布信息,还能通过制作短视频、开展直播等新颖方式宣传,无需大量资金投入,就能达到良好的推广效果,这对于资金相对有限的农业生态旅游项目而言,无疑是极具吸引力的。

增强游客体验时,新媒体凭借图片、视频等直观形式,将农业生态旅游的景点、特色活动与农产品等生动展现,让游客在未启程前就能对其有初步印象。而且,游客还能通过在线预订、在线咨询等功能,提前规划行程,使旅游过程更加便捷、满意。促进口碑传播上,新媒体的互动性发挥了关键作用。游客能轻松分享自己的旅游体验,社交媒体上的美食照片、游玩视频等,如同一个个鲜活的广告,吸引更多人关注,形成良好的口碑效应,为农业生态旅游带来更多客源,形成良性循环。

3 新媒体在农业生态旅游推广中的创新实践方式

3.1 社交媒体营销

在农业生态旅游推广中, 社交媒体平台如微信、微博、抖音等凭借庞大用户群体, 成为不可或缺的重要渠道。农业生态旅游经营者若想有效利用这些平台, 可采取多种策略。

首先, 建立官方账号是基础。经营者可在各大社交媒体平台开设官方账号, 将其作为信息发布的前沿阵地。定期发布旅游景点的详细介绍, 让游客提前了解景点的独特魅力; 发布特色活动的预告, 激发游客的期待; 推荐当地特色农产品, 吸引游客的关注。同时, 注重内容的定期更新, 保持与粉丝的积极互动, 及时回复他们的留言和评论, 以此提高账号的关注度和影响力, 让更多人知道并关注农业生态旅游项目。

其次, 开展话题营销是亮点。结合农业生态旅游的特点以及季节的更替, 精心策划话题营销活动。比如在春暖花开的春季, 发起“赏花踏青”话题, 鼓励游客分享在农业生态旅游景点的赏花美照和精彩视频, 营造出浓厚的春日氛围; 在硕果累累的秋季, 开展“丰收采摘”话题, 吸引游客亲身参与农产品采摘活动, 感受丰收的喜悦。通过这些话题营销, 能有效增加用户的参与度和粘性, 让游客更深入地参与到农业生态旅游的推广中来。最后, 与网红合作是助力。邀请旅游领域的网红、博主到农业生态旅游景点体验, 借助他们的影响力进行推广。网红们在自己的社交媒体账号上发布旅游攻略、美食推荐等内容, 能吸引大量粉丝的目光, 为农业生态旅游带来可观的流量, 助力项目发展。

3.2 短视频推广

短视频凭借简洁、生动又有趣的特质, 收获了广大用户的喜爱, 农业生态旅游经营者可借此东风, 利用短视频平台制作并发布相关视频来推广业务。一方面, 要展示景点特色。经营者可以拿起镜头, 去捕捉农业生态旅游景点的自然风光, 像清晨薄雾笼罩下的乡村田野, 宁静而祥和; 或是傍晚时分波光粼粼的湖光山色, 美得如诗如画。田园风光里的金黄麦浪、翠绿菜畦, 特色建筑中的古朴农舍、别致亭台, 都能成为视频中的主角, 全方位展示景点的独特魅力, 让观众隔着屏幕也能感受到大自然的宁静与美丽。

另一方面, 要记录活动过程。把农业生态旅游中的特色活动, 如充满趣味的农事体验、精彩纷呈的民俗表演、温

馨欢乐的亲子活动等, 都一一记录下来, 制作成短视频发布。这些精彩瞬间能让观众直观了解到农业生态旅游的趣味性和互动性, 勾起他们参与其中的欲望。此外, 制作美食视频也不容忽视。农业生态旅游常与特色美食相伴, 经营者可拍摄农产品从种植、采摘到加工的全过程, 再展示农家菜、特色小吃等乡村美食的制作, 美食视频定能激发观众的食欲, 吸引他们前往农业生态旅游景点大快朵颐。

3.3 直播带货

直播带货作为近年兴起的新型营销方式, 正为农业生态旅游推广带来新契机, 农业生态旅游经营者不妨借助这一方式, 大力推广农产品和旅游套餐。

农产品直播带货方面, 在农产品丰收时节开展活动正当时。主播走进田间地头或农产品加工现场, 将农产品直接呈现在观众眼前, 现场展示农产品的优良品质与独特特点, 比如色泽、口感等。同时, 详细介绍农产品的种植过程, 从播种、施肥到收获, 让观众了解其绿色天然的生长环境; 讲解农产品的营养价值, 强调其对健康的益处。主播还要积极与观众互动, 及时解答他们关于农产品价格、保存方法等方面的疑问。通过这样的直播带货, 能有效拓宽农产品销售渠道, 让农产品走出乡村, 走向更广阔的市场, 进而增加农民的收入。

旅游套餐直播带货上, 经营者可精心推出农业生态旅游套餐, 并借助直播进行推广。主播要详细介绍旅游套餐包含的内容, 如住宿、餐饮、游玩项目等; 说明行程安排, 让观众对旅游过程有清晰了解; 公布价格信息, 突出性价比。此外, 展示旅游景点的实景图片或视频, 分享游客的真实游玩体验, 增强观众的代入感。为吸引观众购买, 还可提供一些优惠活动和福利, 像折扣、赠品等, 激发观众的购买欲望。

3.4 虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术应用

VR和AR技术给农业生态旅游带来了全新体验, 大大增强了其吸引力。先说VR全景展示, 借助VR技术精心制作农业生态旅游景点的全景视频, 游客即便还没踏上旅程, 也能提前身临其境感受景点的绝美风光。只需通过手机、电脑等设备, 就能观看全景视频, 还能自由切换视角, 把景点的各个角落都瞧个遍, 仿佛自己已经置身其中, 提前规划游玩路线, 对目的地充满期待。再说AR互动体验, 在农业生态旅游景点设置专门的AR互动体验区。游客打开手机

APP, 扫描特定的标识或场景, 就能触发虚拟的动画、音效等。比如扫描一片农田, 眼前就能呈现农作物从播种到收获的生长过程, 还能获取相关的知识介绍, 让游玩过程充满趣味性和互动性, 使游客在游玩中学习, 在学习中游玩, 留下更深刻的旅游印象。

4 新媒体在农业生态旅游推广中面临的问题及解决策略

4.1 面临的问题

农业生态旅游在新媒体推广中面临不少难题。内容质量方面, 部分经营者为博流量和关注度, 发布的内容质量参差不齐, 虚假宣传、低俗内容等问题频出, 严重损害了农业生态旅游的整体形象。专业人才匮乏也是一大困境, 新媒体推广涉及文案撰写、视频拍摄剪辑、直播技巧等多方面专业知识和技能, 可当前农业生态旅游行业普遍缺少这类专业人才, 使得推广效果大打折扣。与此同时, 随着新媒体在推广中的广泛应用, 竞争愈发激烈, 众多推广信息铺天盖地, 农业生态旅游经营者要想从中脱颖而出, 吸引游客目光, 难度不小。另外, 数据安全与隐私保护问题也不容忽视, 新媒体推广需要收集和处理游客个人信息, 若数据安全措施不到位, 游客信息就可能泄露, 进而给游客带来损失, 这也给经营者带来了新的挑战。

4.2 解决策略

农业生态旅游若想在新媒体推广中取得良好成效, 需从多方面发力。提升内容质量是关键。经营者要树立正确推广理念, 重视内容的质量与真实性。发布信息时, 要紧密结合景点特色和游客需求, 打造有价值、有吸引力的内容。比如, 深入挖掘农业生态旅游的文化内涵、独特景观等, 以生动有趣的方式呈现给游客。同时, 加强对内容的审核与管理, 建立严格的审核机制, 坚决杜绝虚假宣传和低俗内容, 维护农业生态旅游的良好形象。

加强人才培养不可或缺。要加大对新媒体推广人才的培养力度, 通过举办培训班、邀请专家开展讲座等形式, 提升从业人员的专业素质和技能水平。此外, 积极与高校、职业院校合作, 开设相关专业和课程, 为行业输送更多专业人才, 为新媒体推广提供坚实的人才支撑。创新推广方式是突破。在竞争激烈的市场环境下, 经营者要紧跟新媒体特点和趋势, 不断推陈出新。可利用大数据分析游客兴趣和需求, 实现精准营销; 开展线上线下相结合的推广活动, 如线上直播互动、线下体验活动等, 提高游客的参与

度和体验感。

加强数据安全与隐私保护也至关重要。要建立健全数据安全管理制度, 在收集和处理游客信息时, 遵循合法、正当、必要原则, 采取加密、备份等安全措施, 确保信息万无一失。同时, 加强对员工的数据安全培训, 提高员工的数据安全意识。

5 结论

新媒体在农业生态旅游推广中意义重大且前景广阔, 社交媒体营销、短视频推广、直播带货等创新实践方式, 为经营者带来了诸多好处。社交媒体营销能打破地域限制, 让信息传得更远, 吸引更多潜在游客; 短视频推广以直观形式展现景点特色、活动过程和特色美食, 增强游客体验; 直播带货则拓宽了农产品销售渠道, 推广了旅游套餐。不过, 新媒体推广并非一帆风顺, 存在不少问题。部分经营者为博眼球, 发布的内容质量参差不齐, 虚假宣传、低俗内容频现, 损害了行业形象; 专业人才短缺, 导致推广效果不佳; 竞争日益激烈, 如何在海量信息中脱颖而出成为难题; 数据安全与隐私保护也面临挑战, 游客信息若泄露将带来不良影响。

为解决这些问题, 经营者需多管齐下。提高内容质量, 注重真实性与价值性, 杜绝虚假和低俗内容; 加强人才培养, 通过培训、合作办学等方式提升从业人员专业素质; 创新推广方式, 结合新媒体特点开展个性化活动, 如利用大数据精准营销、线上线下联动推广; 加强数据安全与隐私保护, 建立健全制度, 采取安全措施, 提高员工意识。未来, 新媒体技术不断发展, 农业生态旅游推广机遇与挑战并存, 从业者需持续探索实践, 以适应市场变化和游客需求, 推动行业可持续发展。

参考文献:

- [1] 张于婧, 李玫瑰, 王涵, 等. 新媒体在农产品区域公用品牌推广中的应用[J]. 农业展望, 2021, 17(2): 6.
- [2] 郝长虹. 新媒体技术在农业科技推广中的应用[J]. 赤子, 2019, 000(002): 121.
- [3] 王瑾. 我国休闲农业可持续发展研究[J]. 改革与战略, 2018, 34(1): 4.
- [4] 李景如, 吴迪. 新媒体在农业大数据云服务平台推广中的应用[J]. 现代农机, 2021.