

# 大数据创新时代海南乡村旅游电子商务发展对策

李国章<sup>1</sup> 王业统<sup>2</sup>

海南科技职业大学, 中国·海南 海口 571126

**【摘要】**随着中国科技的不断发展和信息技术的逐步普及,人们进入了大数据时代。近年来我国社会经济发展迅速,收入水平不断提高,人们对于旅游越来越重视,乡村旅游电子商务得到了发展,将大数据融入其中能大幅促进进步。本文通过分析乡村旅游电子商务发展中存在的问题并提出一些对策,帮助乡村旅游电子商务更好的发展。

**【关键词】**大数据时代; 乡村旅游; 电子商务

**【基金项目】**2019年海南省高等学校科学研究项目(Hnky2019-105)。

## 1 大数据创新时代对海南乡村旅游电子商务发展的重要性

大数据时代,以数据衡量社会生产生活方式,其中电子商务的发展建构在大量的数据和资源之上,它们的协作应用有助于促进电子商务的快速发展也就是说,在电子商务的发展过程中,通过大数据分析资源,预测情况,电子商务的经济和社会利益得到很好的保障,大数据功能在生活中的整合应用,更好地发挥大数据和电子商务的应用价值从而促进社会的持续发展。

海南是中国著名的旅游景点,与海南城市相比,海南乡村旅游相对较差,因此,要促进海南乡村旅游产业的进步,实现城市旅游同步,必须在大数据发展时代,依托大数据分析对海南乡村旅游发展电子商务,海南在旅游发展的大环境影响下,互联网的迅速发展使乡村旅游具有自助性、多样性、沉浸式等特点,建立海南农家乐旅游信息服务平台就有了坚实的基础。海南乡村有很多乡村文化、民俗风情、特色饮食等独特的旅游资源,但在很多情况下,由于受到乡村旅游电子商务发展的制约,很多游客对这些旅游资源并不清楚,因此游客没有机会去了解这些乡村旅游资源。大数据发展时代对海南乡村旅游电子商务的进步有着非常重要的地位,不仅可以加快乡村旅游电子商务的多样性,还可以保障电子商务发展的安全,提高海南农村全面推进电子商务的进程。

## 2 乡村旅游电子商务发展存在的问题

海南乡村已经为提高旅游电子商务进步做出了贡献,但是从目前的情况来看,其发展速度不尽人意,仍然有较大的发展前景。其发展中存在的问题主要包括:

### 2.1 乡村旅游电商信息不完善

在大数据时代,数据采集很重要,在乡村旅游电子商务的发展中,顾客了解信息的方式较少,一般通过电子商务进行查看。但是,电子商务相关资料并不齐全,往往缺少一些内容,很多用户无法清楚知道乡村旅游的详细资料,在大部分数据中只能看到乡村旅游的地址、旅游景点、特产等基本信息,由于不能满足旅游用户需求,用户对乡村旅游的理解很少,乡村旅游用户不仅不会增加,而且经济效益也会下降。

### 2.2 人性化服务有待提高

目前我国乡村发展越来越受重视,在这种背景下,乡村旅游电子商务全面开花,但由于电子商务覆盖范围不广,很多客户直接打人工电话进行询问,在这种情况下,人性化的服务非常重要,但在实际情况下,人性化的服务没有达到流程化,中国现有的乡村旅游电子商务网站服务一般没有规范性流程,网站提供的信息又不齐全,顾客需求得不到反馈,由于电子商务信息的缺乏、人工咨询和后续服务没有达到体系流程,无法满足社会团体的需求,在目前竞争激烈的市场中,人性化的服务有着关键作用,因此需要加强人性化的服务体系。

### 2.3 品牌建设需要加强

目前,海南省农村电子商务还没有成熟的独立企业,很多企业缺乏技术,借助国内知名的电子商务平台进行电子商务,通过平台的推广促进企业的发展,但是企业对本平台的运用不足,

如淘宝平台成立了“中国特色海南馆”项目,主要以海南特色产品为对象进行销售,特别是海南特色农产品,有许多农产品买家进入海南馆,在本平台上利用电子商务进行交易,但是消费者在购买农产品时,到海南馆购买的消费者并不多。在平台的推广上,也很少会看到与其相关的信息,并没有形成品牌影响,其他平台也是如此,品牌建设严重不足。

此外,农村电子商务主要为农业提供服务,促进农产品销售,目前对农产品的生产、运输,质量等流程没有规范化,质量检查管理不足,市场上农产品质量存在差异,但是电子商务对于顾客在购买过程中购买的产品质量无法保证,在顾客购买后,实物和网络宣传不一致,会影响电子商务的信用,因此,系统化、规范化的农业电子商务对于农村电子商务是非常必要的。

## 3 利用移动化和大数据,支撑旅游信息获取

在互联网时代,用户社群互动频繁,客户具有很强的传播力和粘性,移动化和大数据形成了网络旅游产业的发展趋势,旅游产业的发展面临着国内外游客的双重负担,信息传递十分重要,随着移动网络技术的发展,特别是年轻游客安排日程之前,他们通过网络提前规划和到达住宿的路线,游客在观光过程中,感受到的感情也通过网络进行传播。乡村旅游经营者能够利用互联网技术,打破经营者与旅游消费者之间的信息壁垒,畅通双方的信息沟通渠道和信息获取平台,同时将乡村旅游项目和产品结合电子商务平台,使旅游消费者更加便利了解和购买旅游产品。在移动和大数据的背后,旅游社交属性越来越明显,在手机微博和朋友圈中,很多旅游企业在尝试多种营销方式,有的企业也开展网络直播带货,有的是直接销售旅游产品,有的是传播旅游目的地,进一步扩大了旅游的直接感知。扩大潜在的用户规模,在活动中用户体验通过移动虚拟社区大大提高,许多新用户也受影响购买了旅游。

## 4 结语

大数据对乡村旅游电子商务发展具有重要意义,信息技术和移动网络技术将给乡村旅游的发展带来颠覆性的变化,在中国科技不断发展的过程中,发展大数据时代的乡村旅游电子商务是未来的一个中心点,在大数据时代,乡村旅游电子商务的发展还跟不上,要充分了解乡村旅游的市场定位,同时积极创新乡村旅游的营销理念。

### 参考文献:

[1]曾媛,兰宗宝,思利华,等.大数据时代背景下我国乡村旅游电子商务系统发展的SWOT分析[J].南方农业学报,2014(8):1498-1506.

[2]任灵.大数据创新时代海南乡村旅游电子商务发展对策研究[J].信息记录材料,2019(4):119-120.

[3]王存.大数据时代乡村旅游电子商务发展对策研究[J].乡村科技,2019(19):32-33.

**作者简介:**李国章(1986-)男,讲师,在读博士,研究方向:电子商务、大数据。