

乡村旅游 + 农村电商融合发展的路径研究

丁涛杰

安徽农业大学, 中国·安徽 合肥 230036

【摘要】乡村旅游是旅游业发展与农业产业融合产生的新产物,早已成为了中国市场经济体制迅速的主要突破点,在许多行业受到关注和高度重视。我国属于农业大国,在推动乡村旅游健康可持续发展层面具备优势。现阶段,在农村电商的有效性支撑下,乡村旅游为在我国特色农业和经济的迅速发展趋势增加了大量新的驱动力。在这个基础上,剖析了“乡村旅游+农村电商”的联动融合发展趋势特性,讨论了其可行性分析,最终提到了“乡村旅游农村电商”的联动融合发展模式,期待本研究能为将来的有关科学研究给予对应的参考。

【关键词】乡村旅游; 农村电商; 融合发展

Research on the Path of the Integrated Development of Rural Tourism + Rural E-commerce

Taojie Ding

Anhui Agricultural University, Hefei, Anhui, China 230036

[Abstract] Rural tourism is a new product of the integration of tourism development and agricultural industry. It has long become the main breakthrough point of China's market economic system, and has attracted attention and high attention in many industries. China is a big agricultural country, and it has advantages in promoting the healthy and sustainable development of rural tourism. At the present stage, under the support of the effectiveness of rural e-commerce, rural tourism has added a large number of new driving forces to the rapid development trend of characteristic agriculture and economy in China. On this basis, this paper analyzes the linkage and integration development trend characteristics of "rural tourism + rural e-commerce", discusses its feasibility analysis, and finally mentions the linkage and integration development mode of "rural tourism and rural e-commerce". We hope that this research can give corresponding reference for future relevant scientific research.

[Key words] Rural tourism; rural e-commerce; integrated development

引言

在现代社会,为了更好地推动特色农业的身心健康可持续性发展,务必推动乡村旅游的不断发展。在现阶段互联网技术快速发展的大环境下,乡村旅游和农村电商中间必须全方位融合,必须保证彼此之间的联动融合发展。仅有那样,才可以为在我国新农村基本建设打造优良的基础,这对推动农村社会发展和资金的迅速发展起着非常重要的作用。因而,加强“乡村旅游、农村电商”的联动融合发展方式具备现实意义。

1 “乡村旅游”+“农村电商”融合发展的主要特征

1.1 农产品生产规模化

农产品营销在乡村旅游行业起着特别关键的作用,对推动农村经济发展的进步起着至关重要的功效。通常情况下,旅游景区的农产品资源十分多元化,但农产品生产中较为分散化,没有单一的价位规范。依据农村旅游、农村电子商务融合发展,加强农业一体化,大力开展产业化产业链产业活动,规范市场秩序,为农产品生产制造和营销推广造就资源优势。

1.2 乡村旅游农业化

许多乡村旅游非常大水平上依靠优良的举止和田园时光。目前乡村旅游主要是利用现有资源推动旅游业的发展旅游业发展,变成农户提升实际工资的新型产业。“乡村旅游”+“农村电商”融合发展推动了农村生态旅游的积极发展趋势,并融合农产品销售向消费者详细介绍了生态旅游的生产环境。在线上 and 线下紧密结合的营销方式提升了实际效果,保证了本地丰富多彩的旅游资源开发,为农村经济发展作出了奉献。

1.3 农产品销售品牌化

目前,在我国农产品同质化程度很高,但这类商品的品质很不一样。绝大多数农户在制造和市场销售农产品时欠缺科学合

理定位,因而必须提高品牌知名度。与此同时,要提升农产品的知名度和影响力,消弱农产品的市场竞争能力。在“乡村旅游+乡村电商”融合发展的架构下,将有建立特色知名品牌和农产品的市场知名度有提升,线上和线下推广将选用不一样的营销方式。

2 “乡村旅游+农村电商”联动融合发展可行性分析

2.1 互联网信息技术的普及

在信息时代背景下,我国互联网技术基本上全面普及化,互联网资源在各行各业集中开发和有效利用。据《中国互联网络发展状况统计报告》统计分析,截止到2021年6月,在我国用户经营规模为10.11亿,互联网覆盖率为71.6%。国家商务部发布的大数据表明,2021年全国各地农村网上购物市场规模为2.05万亿元,同比增加11.3%,加快2.4%。全国各地农产品在网上零售额为4221亿元,比上年同期提高2.8%。农村电子商务的迅速发展趋势推动了农村交易的提高。截止到2021年10月,在我国农村市场销售总额同比增加5.6%,比上月加快了0.2%。上年年末,农村日用品零售额持续8年比大城市提高快。第十三个五年计划期内,农村电子商务销售总额从2016年的0.89万亿元提升到2021年的2.05万亿元,年平均增长率为19.1%。电子商务已经加快农业产业和智能化过程,电子商务市场的一系列农产品不断热销,有效助力农村复苏和减贫。与此同时,可以在APP服务平台上推动乡村旅游。宣传策划方式扩大,但宣传策划开支慢慢降低。农村电子商务在完成“乡村旅游”+“农村电子商务”融合发展中激发了关键作用。实际上,农村经济发展链和生产链条互相结合,区域经济发展展现新的面貌。

2.2 农户思想意识的觉醒

伴随着融媒体时代的来临,农民的思想观念获得了完全释放,农民的思想更为活跃性,土地资源不会再是农民的主要固

定收入。许多农民积极开展乡村产业转型升级,找寻农业产品附加值,加快农产品营销,提升经济收益。行动者的融合和发展造就了机遇。来自于不一样地域的人不但可以在周边地域品尝美食,还能够从农村电子商务平台选购最新的农产品。她们还能够从农业产品中感受到农村自由的气息,将农村做为下一个旅游地,放松身心。这说明,乡村旅游和乡村电子商务的发展趋势紧密联系,二者融合发展刻不容缓。由此可见,电子商务不但可以在农村造就大量的社会效益,还能够推动农村经济发展,协助乡村打造出自身的特点知名品牌,带上大量游客到乡村开展度假旅游。这对推动农村经济发展的平稳发展趋势起着关键作用。不难看出,农民思想的觉醒将对乡村旅游、电子商务的融合发展产生强有力的驱动力,务必提高农民的思想意识,让农民更多地参与农旅电商融合发展。

2.3 旅游经济慢慢升温

当代中国乡村旅游可以追寻到20世纪50年代。通过几十年的发展趋势,从最开始盛行的所说休闲农家乐到今日较为优良的民宿,乡村旅游产业链正向着越来越大的规模化发展趋势。2021年,农村现状游客总数为86654万人,同比增加55.5%。乡村旅游的要求日益提升,一部分因素是现代生活节奏——住在钢筋混凝土的“森林”里。调研数据显示,近一半的被访者每月去乡村旅游一次。具体表现为亲近自然,放松身心。在现阶段农村电子商务的情况下,可以完全发掘乡村旅游的发展潜力。

3 “乡村旅游”+“农村电商”存在问题分析

3.1 设施建设不健全

设施建设关键指硬件配置设施层面。农村旅游与农村电子商务融合发展必须更高标准下的设施建设,设施建设对农牧业、度假旅游、电子商务的进步具备决定性的影响。许多乡村地方的物流快递不畅顺,一般都是有“最后一公里”的问题。例如,一些新鲜水果和蔬菜不但不可以及时运送,还存有货运物流数据信息的不对称、及时性等问题。内容繁杂、技术不专业等好多个问题明显限制了“乡村旅游+农村电子商务”融合发展的脚步。

3.2 农旅电商复合型人才空缺

依据2021年8月公布的第48届《中国互联网络发展状况统计报告》,在我国建设村通光纤和4G网的占比均超出99%,乡村通讯设施慢慢完善。可是从业者选用的营销方式欠缺独创性,对农旅电商融合发展欠缺掌握,专业知识和工作能力水准不可以完全胜任本职工作,职业人才的培养作用不够。“乡村旅游+农村电子商务”的融合发展因欠缺专业人才而受限制。现阶段,高等院校和社会在农业旅游电子商务这一方面没有设立以专业人才为目标的课程内容,这也是农业旅游电子商务专业人才欠缺的首要原因。

3.3 农旅电商信息服务平台基本建设落后

农业旅游电子商务信息服务平台基本建设相对性落后,不利乡村旅游的一站式管理方法和农产品营销。服务平台展现的信息不全方位,服务能力弱,没有考虑到游客的需求,游客的提出问题没有获得及早的回应。直接影响到了游客的满意率。许多游客觉得体验不太好,难以推动乡村旅游和购物需求。

3.4 政府职能没有充分发挥

应国家坚决支持精准扶贫的要求,近年来,各级政府重申了发展农村经济的重要性,深刻认识到乡村旅游与农村电子商务融合发展的重要性。但在实践中,管理和发展的正确指标并没有找到准确的方向,导致管理过程中的一些公共行政任务的执行非常不充分和不完整,政府的引导和监督作用不能充分发挥。此外,在一些地方,当地村民在乡村旅游与农村电子商务融合过程中的参与度很低,几乎没有参与到农业旅游电子商务的融合发展中,导致当地大量村民出现失地、失业和失利的现象。

4 “乡村旅游”+“农村电商”融合发展优化路径

4.1 加强基础设施建设

农村旅游与农村电子商务融合有关的设施包含信息互联网、交通安全设施、物流运输配送等。信息网络的畅通是电子商务的发展基础,使游客可以马上在线上浏览信息或线上下单,务必加强互联网技术和移动互联网建设。改进交通出行基本建设,包含村里外的路面、地下停车场、标示系统软件等,便捷汽车和游客进出。改进洗手间、废弃物废水处理、路面清除、保养等农村卫生标准,造就绿水青山的乡村自然环境。加强基础物流设备基础建设,积极主动寻找与大中型物流行业的深度合作,形成“大型物流+本地物流+自建物流”的组合,系统处理农村商业物流运输问题。

4.2 强化复合型人才队伍建设

第一,各高校应发展趋势越来越多的农业、度假旅游、电子商务等专业,用科学合理创建课程体系,加强农业、度假旅游、电子商务等复合型人才培养。第二,社会教育积极主动为本地休闲农业、度假旅游、电子商务等经营主体提供职业培训。通过技术理论和其他知识,可以提高自己的计算机能力,加强对专业知识和技能的理解。三、高新技术优秀人才、权威专家和科研工作人员为经营主体讲课,能立即处理工作问题有关问题,立即解决答疑,帮助处理具体问题。

4.3 建立完善的农旅电商综合信息服务平台

为了更好地推动乡村旅游与农村电子商务的融合,政府部门务必带领搭建权威性、统一的乡村旅游电子商务融合的综合信息综合服务平台。第一,政府部门和有关部门要有积极服务平台的权威和公信力。二是保障服务平台功能的系统性、完整性和通用性,融合电子商务新模式、新技术应用、新方式的运用,顺应潮流的发展趋势。从功能上说,该服务平台并不是对本地乡村旅游、农村电子商务等的详细介绍,反而是经营主体根据互联网技术、互联网大数据、人工智能技术等方法给予的综合服务。服务平台运用多种多样新闻媒体丰富多采内容,运用小视频、直播间等宣传策划本地乡村旅游资源、农特产品、民俗文化,根据立体式信息和技术专业互动交流给予人性化服务。与此同时,服务平台可以完全融合地区里外的有效资源,推动智慧旅游建设,完成农村电子商务与乡村旅游的充分融合,推动二者一起共同发展。

4.4 充分发挥政府职能

搞好顶层设计,执行政策扶持。顶层设计的中心思想是系统地强调整体,考虑到融合发展的所有要素和层次。高质量的规划要着眼于整体规划和现实要求的紧密联系,站立在乡村振兴的前沿,有效整体规划不同的资源,最大限度地提升资源效率。务必着眼于顶层决定性,即由上而下的整体方式,注重基本要素和普遍的目标,并集中有效的资源,以完成高效率、迅速的目标。要重视整体的关联性,保证农村旅游和农村电子商务综合性发展趋势的基本要素和行为主体紧紧围绕目标的完成有效衔接,重视功能,目标确立,实现思路清晰。与此同时,乡村旅游与农村电子商务的结合是领域与产业链间的桥梁。为了更好地保证融合发展的效果和可持续性,政府部门务必制订恰当相应地方政策,以转型发展激活动能,完成明确目标。

参考文献:

- [1] 李章鹏. 旅游城市休闲服务业协调发展研究[J]. 文化创新比较研究, 2020, 4(21): 160 ~ 162.
- [2] 梁远, 毕文泰. 乡村振兴背景下特色农产品电商发展模式研究[J]. 农业科学研究, 2020, 41(2): 45 ~ 47.
- [3] 王娥. 郧西县乡村旅游与农村电商融合发展策略研究[D]. 华中师范大学, 2019.
- [4] 李嘉宝. 中国正强劲释放数字活力[N]. 人民日报海外版, 2020-10-21.

作者简介:

丁涛杰(1998-),男(汉族),浙江杭州人。安徽农业大学在读,硕士,研究方向:乡村旅游。