

论互联网时代常态化旅游文化产业面临的挑战和机遇

许 静¹ 冯浩楠²

河北民族师范学院, 中国·河北 承德 067000

【摘 要】随着近年来我国社会经济的不断快速发展和技术进步,如今各个行业的经营管理模式与以往相比也都是有了极其重大的改变,其中生态旅游这个领域也是唯一的例外。在当前的信息技术时代背景下,互联网已经深刻地进入到了人类日常生活、工作等诸多方面,甚至于它将会是未来的发展必须具备的基础性条件之一。而“互联网”这种新型模式的应用和出现不仅更加方便了普通人们的日常生活,而且逐渐地成为了经济发展过程中的重点和核心,就连常态化的旅游文化发展也包含在内,通过与“互联网”这种新型模式的融合,其不但实现了智慧化的发展,而且推动了常态化的旅游智慧化发

【关键词】互联网+; 乡村; 生态旅游; 文化传播; 策略

【项目名称】基于三维立体模型技术的文化创意产品研发,项目编号: HZLC2021021。

前言

早在2015年时,我国政府就已经在一份报告中明确地提出“互联网”的行动方案,在此之后,我国的各行各业便已经开始逐步朝着互联网信息化时代的方向发展。在2016年时,我国地方政府和有关部门再一次在研究报告中明确指出,当一个企业正在与移动互联网技术紧密地结合时,其需要充分地结合实际情况来贯彻落实一套相应的带薪休假体系,我们要进一步加强对于旅游交通运输、景区、自驾车露营等基础性设施进行改革和完善与建设,以此来维护和保证我们个性化的旅游景区区域秩序稳定。“互联网”的时代下常态化旅游的到来也对于我国传统旅游行业提出了新的更高要求,而传统旅游行业相关部门只有不断完善与创新传统旅游经营管理模式,这样我们才能够真正实现常态化旅游未来的持续健康发展。

1 常态化旅游文化概述

通过调研发现,不同地区和国家的专业技术人员其对于社会、自然、文化、经济等领域的认识和了解也都存在着很大的差距,所以当我们正在正确理解农村的生态旅游意义和内涵的过程中也就可能会与之产生较大的区别。我们可以清楚地看到,如今全球各个国家对于常态化旅游发展的认识还没有完全实现统一,但是生态旅游所要求的促进自然环境的保护和其他传统旅游模式的结合却极其相似,即它们是以推动自然环境的保护、改善当地人民群众的生活品位和服务水平作为主要目标和依据的一种旅游活动,同时又是如何实现旅游信息技术和资源的可持续利用性研究和发展的关键。

2 “互联网+”时代对常态化旅游文化发展造成的影响

2.1 利用手机终端等通信设备结合实现营销模式的创新与完善
从对旅游产品的定义角度分析来看,这种类型的产品在国际市场中被认为是一种无形的产品,且自身也是具有不同的差异性特点、异地性特征等,属于当前能够通过直接通过互联网方式进行链接和连通的产品之一。但是在“互联网”的新时代背景下,大多数参观常态化的旅游消费者已经开始考虑使用移动终端,而参观旅游景区就是希望可以把移动互联网和通讯设备有效地融入到旅游行业中,旨在推动常态化的旅游市场营销方式的革命性创新,从而改善和提升广大旅游者的出行和游玩感受。在实际的应用中,游客们既可以直接通过移动互联网方式来帮助他们选择自己的旅行目的地,同时又能及时地了解得到当地的情况和更新消息,既能够在很大的程度上满足当地旅游消费者的需要。常态化的旅游行业在管理和运作时也就是可以把移动互联网的应用推广到其中,可以借助于网络方

式来发布与旅游相关的指导性旅游资料和农产品,这样不但可以有助于减少和提高当地的旅游文化宣传工作的效率,而且也可以有助于扩展当地的旅游文化宣传工作的范围,从而提高增强当地的旅游文化在社会上的影响力,并充分满足随着时代变迁而进步^[1]。其次,乡村的一些生态旅游管理者和经营人员也是因为他们可以通过互联网的方式充分运用交流和沟通方式与他们之间进行交流和沟通,而一些乡村的旅游者则更多地是因为他们可以在微信、公众号等网络平台上发布他们自己的生态旅游感受与体验,这样不但使他们能及时地掌握得到对于游客真实情况的反馈和信息,而且有助于他们形成透明的旅游运营管理模式,从而达到目标工作的是质量与旅游服务工作效率。

2.2 通过微博、公众号、论坛等平台能够实现对经营型消费方式的转变和改进。

从移动互联网诞生至今,我国目前整体的移动网民规模和数量已经达到12亿左右,且移动互联网在各个行业中的应用和普及程度也很高,即智能手机的网民规模和数量也高达8亿左右,从这里我们可以清楚地看出,大部分的网民一般都是通过手机移动设备来进行上网。在这种社会背景下,常态化旅游企业要想真正实现自身的发展,其就必须要建立一套完善的互联网制度。其优点具体表现在以下几个方面:第一,互联网消费模式的应用可以很大程度地改变传统消费模式,在网络上购物完成了消费之后还可以发表个人的看法和建议。第二,在对旅游项目进行经营管理期间,管理者可以把旅游项目的经营活动与移动互联网相紧密地结合在一起,这样不但能够彻底改变传统的旅游宣传形式,而且也能够通过微博、公众号、论坛等各种社交平台发布旅游资讯,而且游客则是可以根据自身情况结合其他人提供的意见,去设计和制订一个最符合自己需要的旅游行程。

2.3 “互联网+”时代背景可以提升常态化旅游的经济效益

在当前的“互联网”时代背景下,乡村旅游事业发展想要真正实现持续健康发展,首先我们需要考虑的就是尽快建立一套完善、合理的经营运行模式和管理制度,要不断地加强对各个方面的监督和管理力度,这样我们才能真正实现对工作效率的改善和提升。其次,相关专业人员还认为应该将移动互联网信息技术广泛应用于常态化的旅游中,要更加注重旅游经营领域的拓宽,并进一步增强当地的文化特色、特色风情、景区等的宣传,这样我们才能够做到实现旅游业常态化和经济效益的提高。旅游企业管理者需要严格遵循标准规定来组织和展开自己的工作,这样他们就能够很好地实现旅游企业在常态化中的文化和服务模式优化,从而更好的满足了游

客在旅行过程中所提出的各种服务需求,并且很好的达到了所预期的旅游业发展。

3 “互联网+”时代常态化旅游文化发展现状

3.1 当地居民的网络营销意识不到位

随着“互联网”经济模式的不断深入与快速发展,当前我国乡村生态旅游的发展和建设与过去的相比也已经有了极其重要的改善和变化,整体发展水平和效率都有了显著的提高。但是,由于少数一些常态化的旅游网络营销仍然正在进行中,并且目前仍然属于初级操作阶段,且当地人群对其进行网络宣传、互联网营销等旅游信息化技术的认识和了解也并非很深刻,即依旧按照传统的网络营销手段和方法来推动活动的开展,长久以往的落后也影响着当地的旅游事业。其次,由于绝大多数常态化旅游的消费者是周边城市的居民,因而一旦他们并没有自己能够建立起新型的经营管理模式,那么他们就是很难以吸引到游客,严重时还可能会直接影响到生态旅游的未来和发展。

3.2 常态化旅游网络的信息化投入力度不强

时代的不断改变与发展也使得我国旅游行业的经营管理模式都发生着很大的改变,而以移动互联网为主要技术基础的旅游常态化和信息化的发展就会因此而变得愈来愈重要。可以很清楚地看出,常态化的旅游互联网和信息化在其实现的过程中,还需要投入许多多种多样的帮助才能实现,如软件、技术、人才、硬件等,并且还必须投入大量的资金做好保障。但是,如今大部分地区对于推进旅游业的常态化和旅游信息化投入都很少和薄弱,其特征主要体现在以下几个重要的问题:第一,整体互联网基础建设工作落实得并不到位,且对宽带的覆盖率很低。第二,网络经济和信息的快速发展及其与之有关配套服务设施明显地存在着技术上的不足,由于一些乡村旅游行业的各种常态化运营商均为当地农民,因此所采用的计算机或者互联网技术对他们而言本身实际上就是一笔不小的费用和开销,这也直接地决定了网络建设的质量和工作效率,导致我们的网络不能很好满足广大旅客的各类旅行需求。

3.3 缺乏专业的高素质人才队伍

可以清楚地看出,目前我国大部分地区常态化的旅游产业发展均存在着与之相同的问题,即由于缺少一支专业性强、素质较高的人才队伍,这样不仅对当地旅游产业未来形成影响,同时无法满足当前社会经济发展对于旅游产业提出的要求。其次,在实际开展旅游活动的过程中,常态化旅游的发展并未能够结合多方面的人才优势来帮助他们展开建设工作,再者是严重地缺少高素质、综合性的网络信息科学和技术专业人才,这也直接地影响了当前乡村旅游自身的健康发展。虽然目前我国各所高校已经开始注意重视对于信息科学和技术专业人才的培训,但是大学毕业生们在正确选择所需要的就业地点时并非一般都会选择去农村地区进行就业,这也直接地影响到常态化的旅游团队的建设与创新,即他们无法从中引入一批新型专业性的人才。

4 “互联网+”时代常态化旅游发展的建议和对策

4.1 要建立合理的生态旅游网络等宣传平台

完善、合理的常态化旅游网络服务体系不仅能为当地的旅游事业提供帮助,而且还能很大程度保证生态旅游未来的发展。以地区为单位来创建相关的乡村生态旅游网,从而实现竞争力的提升。利用互联网来进行宣传,从而实现竞争力的提升。

4.2 要加强地方政府的扶持力度

常态化的旅游产业要想真正实现和发展,其就必须首先要得到国家和地方人民政府的大力帮助和支持,特别是在当前“互联网”

的新时代下,各级人民政府就更多的认为我国要继续加强对于旅游产业的政策性扶持和促进推动力度,这样我们的旅游企业才真正做到了我国生态旅游产业发展的信息化与网络化。具体我们主要可以从以下几个重要的角度着手:第一,地方政府部门在发展旅游互联网文化建设时应该考虑到要求我们加强对于旅游服务经营商所需要进行的网络推广和宣传,即我们可以适当的给予各个旅游景区在网络上的资金和技术上的支持,当然还有一些企业可以适当利用激励、优惠政策等多种手段去引起参与投入到我国互联网文化旅游的服务平台中,然后由其相关的政府部门负监督和维护。第二,要进一步重视对旅游企业和经营商网络基础建设的指导和推动,当地政府也可以利用各种途径和方式通过各种渠道为其筹措资金,目的就是为了能够更好地推动常态化的旅游业网络和信息化建设,也可以利用银行贷款、招商等手段来推动和完善旅游业网络基础的建 设。

4.3 创建高素质的专业人才

在实际常态化旅游的开拓与发展过程中,管理者们是否可以充分利用各种网络渠道和其他途径对其产品进行推广或者宣传,即他们根据自己特点的需求转换和调整改变其他传统的网络营销方法和模式,并在培训和招聘专业技术人员队伍合理的前提下,促进其对于常态化旅游从业者及其职工的专业素养、综合能力和技术对于学生的技能等诸多方面培养与提升。在实际的操作和学习过程中,相关的人员要适当地加强对各个方面知识和技能的学习和培训,目的主要是为了有效地保证他们后续工作的正常顺利开展。当然,聘用一个专业的互联网人才是非常重要和关键的,这样不但能够有效地提高企业整体工作的质量,而且还有助于确保其运行过程的合理性。

4.4 不断丰富旅游文化互联网传播的内容

文化的内涵是极其深厚的,这就是旅游产业的核心魅力。互联网上所储藏的旅游和文化资料信息比较丰富,并且它们具备了广阔的受众人群。因此每一家旅游网站的功能和特点都相对应会有所差异,应当有效地克服其内容同质化的现象,提升其个性化旅游信息量,深度挖掘其中更多的旅游文化资源,尤其是要多多地利用和挖掘那些能够充分体现各自地域特色的旅游文化资源^[2]。

5 结论

综上所述,“互联网+”时代下常态化的旅游产品和发展模式已经在我国变得日益成熟,甚至正在逐步发展成为当下现代乡村旅游产品和服务行业以及其他旅游产品和文化媒介传播的重点和发展趋势。二者的相互结合不但能够在旅游中更好的体现其优势,而且还可以实现常态化旅游的环境节能和环保,并且充分运用微博、公众号、论坛等平台向大家推广和宣传乡村旅游,相信这将在不久的将来,它将会发展成为未来的旅游文化其中的一个主要方面。构建健全的旅游互联网服务系统也是十分必须的,即还要不断地提高城市居民的自我保护和生态意识,这样我们才能有效地推动常态化旅游业的稳步发展。

参考文献:

- [1] 牛壮壮. 5G技术背景下数字文化产业面临的机遇与挑战——以数字出版为例[J]. 中国传媒科技, 2020(04): 36-38.
- [2] 任越. 论信息时代我国档案文化产业发展面临的机遇与挑战[J]. 兰台世界, 2019(01): 13-16.

作者简介:

许静(1982.9-)女,河北承德,硕士研究生,副教授,河北民族师范学院,研究方向:艺术设计。