

# 微信在乡村旅游电商中的应用研究

## ——以湖北省宜城市为例

舒圣宝 郭林海 毛文韬 程慧婷 张莉 吕丹<sup>1</sup>

(武汉东湖学院, 湖北 武汉 430212)

**【摘要】:** 乡村旅游对于缩小城乡发展差距, 助力乡村振兴具有重要意义, 其高质量发展需要微信的应用与推广。在分析湖北省宜城市乡村旅游电子商务发展现状的基础上, 探讨了“双循环”新发展格局下乡村旅游电子商务存在缺意识、缺体系、缺人才等问题, 进一步提出借助微信发展乡村旅游电子商务的对策建议, 即: 借助微信提高乡村旅游电商参与度, 完善乡村旅游服务体系, 培育旅游电商复合型人才。

**【关键词】:** 微信 乡村旅游 旅游电商 湖北省宜城市

**【中图分类号】** TN929.5 **【文献标识码】** A

乡村旅游是旅游业的重要组成部分, 是实施乡村振兴战略的重要力量, 是城市和乡村连接的重要切入点, 在加快推进农业农村现代化、城乡融合发展、增加农民收入等方面具有重要作用。2020年, 党中央提出构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局, 乡村旅游迎来了新的发展契机。2021年《加快培育新型消费实施方案》中指出, 深入发展数字旅游, 加快旅游产业数字化转型。在此背景下, 以数字赋能推进乡村旅游业高质量发展, 需要充分发挥微信在传播内容、信息决策、品牌推广、增强运营者与消费者互动、获得用户反馈等方面的优势, 依托乡村旅游电子商务, 利用信息通信技术与各行业跨界融合, 推动产业转型升级, 并不断产生新产品、新业务与新模式, 构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。本文首先介绍了宜城市乡村旅游电子商务的发展现状, 分析了乡村旅游电商发展存在的问题, 并针对性地提出对策建议, 为数字乡村高质量发展提供可借鉴的思路。

## 1 湖北省宜城市乡村旅游电子商务发展现状

### 1.1 宜城市乡村旅游的发展现状

宜城市位于湖北省西北部、汉江中游, 版图呈“蝴蝶状”, 地形呈“三山一水六分田”格局, 地势西高东低, 有山地、丘陵、盆地和平原等多种地貌类型; 水体类型多样, 山溪平湖兼备, 水库河渠皆有; 农、林、牧、副、鱼等生物资源丰富, 打造了小河莱公山谷、流水醉美莺河等一批乡村休闲旅游示范景点, 发展了一批形式多样、宜居宜游、产业带动、生态持续、农民致富的精品美丽乡村。例如, 刘猴镇胡坪村、小河镇高康村、雷河镇民主村等。乡村旅游产品以田园观光、采摘体验、农事活动、旅游休

**作者简介:** 舒圣宝(2001-), 男, 湖北武汉人, 本科生。吕丹(1985-), 女, 湖北武汉人, 副教授, 硕士生导师, 博士, 研究方向: 数字经济、电子商务。

**基金项目:** 2021年武汉东湖学院大学生创新创业训练计划项目“云农业——数字农业服务平台”(项目编号: xc2021081); 2021年武汉东湖学院“东湖未来之星”大学生科研基金重点项目“‘双循环’新发展格局下武汉市数字农业高质量发展的路径研究”阶段性成果

---

闲等为主。例如，隆景采摘园、王台村草莓采摘园、李湾村板栗观光园、珍珠村核桃休闲园等乡村旅游园区。

## 1.2 宜城市电子商务发展情况

宜城市农村电子商务总体发展态势良好，被列为湖北省电子商务进农村综合示范县，宜城市供销社被确定为全国供销社系统电子商务示范县。宜城市商务局、财政局出台《宜城市电子商务进农村工作实施方案》《关于加快全市服务业发展的通知》《市政府关于加快电子商务发展的若干意见》等电子商务发展的相关政策，营造良好的电子商务发展环境。

宜城市已建成电商运营中心、培训中心、电商产业孵化中心和交易展示中心“四位一体”的县级电商服务基地，依托现有流通网络资源，实施信息化改造，建立农村电商工作交流群，搭建农村电商信息传达交流平台。强化电商培训，培育电商主体，吸引更多的社会力量参与农产品流通。打造“智慧农旅刘猴镇”，推广休闲观光、亲子体验等为主的创意农业，实现产品电商向旅游电商、文化电商转型升级。

## 2 湖北省宜城市乡村旅游电子商务存在的问题

### 2.1 缺乏电子商务意识

在“双循环”新发展格局下，当地电商企业、旅游景区以及消费者对乡村旅游电子商务认识还不够。一方面，农村地区信息相对闭塞、思想观念相对传统，乡村旅游电子商务企业依托电子商务平台发布信息的主动性和积极性不强。旅游网站信息资源更新缓慢，多数网站只是发布乡村旅游资源的基本信息，缺乏与访客的互动等。例如，当地一些旅游景区只有少量信息发布于网络，缺乏对旅游电子商务的正确认识、信息化意识淡薄，忽视了应用旅游电子商务系统所能带来的潜在收益，没有及时建立电子商务渠道，影响了旅游电子商务的可持续发展。另一方面，由于电子商务交易的虚拟性以及时效性等因素，消费者对乡村旅游电子商务使用程度不高，影响了宜城市乡村旅游电子商务的可持续发展。

### 2.2 缺乏旅游服务体系

宜城市旅游服务体系不完善，主要表现在：第一，携程旅行、去哪儿旅行、同程旅游、马蜂窝等旅游类APP，缺乏乡村旅游电子商务的相关服务。第二，旅游电子商务企业没有提供全面、专业、实用的整套旅游服务，无法满足游客个性化、专业化和多样化的需要。第三，云上宜城、宜城发布、宜城市融媒体中心、汉江发布等微信公众号运营水平有待提高，发布信息均不固定，大多发文数量较少，长时间不更新推送，发布内容同质化严重，没有形成庞大客户群体和关注度，既不利于稳定已有群体，也无法有效拓展新的群体。

### 2.3 缺乏复合型人才

人才是乡村旅游发展的核心要素，但宜城市现阶段难以吸引并留住人才，复合型人才匮乏。乡村旅游是涉及设计、包装、建设、管理、品牌、营销、服务等多领域、多行业、多部门的综合性产业，与部门和市场联动性极大，从业人员需要具备乡村旅游基础知识、互联网信息技术、电子商务的运营管理。当地电商企业在发展旅游电商的过程中，缺乏高素质、专业化的复合型人才，乡村旅游管理与服务发展滞缓，服务质量不高，使得新兴电商企业因缺乏人才运营维护，关停较多，电商发展后劲不足。“旅游+电商”综合电商人才的短缺制约了宜城乡村旅游电子商务的发展。

## 3 微信在旅游电子商务中的应用对策与建议

微信作为一种新媒体，以其庞大的用户群体、使用高效方便、传播内容丰富、效果反馈及时等优势，为游客带来了更加优质

的服务体验。因此，在分析宜城市乡村旅游和电子商务的发展情况基础上，探析借助微信发展乡村旅游电子商务的有效路径。

### 3.1 借助微信提高乡村旅游电商参与度

微信作为现在移动端的必备软件，所提供的小程序、视频号和微信群给用户提供了良好的使用环境。首先，地方政府引导电商企业建立体系完善、流程规范、内容实时的微信公众号，提升其信息化水平，认清旅游电子商务发展趋势，整合现有资源，紧跟行业步伐。其次，地方政府在官方微信公众号上规划设立当地乡村旅游信息系统，作为当地乡村旅游的权威宣传页，将微信与美丽乡村建设相融合，加大对当地乡村旅游资源的宣传力度。最后，旅游景区可以借助微信连接潜在的旅游消费者，利用微信的庞大用户群体，快速传播乡村旅游中的特色信息，让更多的受众群体接收相关的信息资源。

### 3.2 借助微信完善乡村旅游服务体系

微信在乡村旅游企业、旅游景区中的应用，结合宜城市各村旅游产品的品牌战略、营销策略，完善乡村旅游服务体系，推进乡村旅游电子商务可持续发展。第一，乡村旅游企业通过建立微信公众平台，可以为乡村旅游提供文字、图片、视频等多样化的宣传方式，以群发、朋友圈、公众号等形式展开推广。同时开通微信公众号也可以为乡村旅游游客提供更多个性化服务，如在线客服、旅游项目详情、自主商品下单等。第二，旅游景区利用微信等打造线上旅游服务平台，依托5G、VR、AR等创新技术，以云演艺、云娱乐、云旅游等多种方式，真实、全面、立体地反映乡村旅游景区特征，提高景点的知名度和吸引力。第三，已经运营的微信公众号建立微信公众平台数据库，定期统计数据，分析受众需求及偏好特征，优化市场细分。通过分析受众偏好，可针对不同的消费群体制定不同的营销方案，关注不同受众群体的差异化需求，开发相应的旅游产品。

### 3.3 借助微信培育旅游电商复合型人才

人才对乡村旅游的提质增效和可持续发展至关重要，培育旅游电商复合型人才需要从人才水平、结构、培训角度等方面提出解决办法。一是提升从业人员信息技术水平。发挥微信的推广优势，在微信公众号上发布乡村旅游培训相关知识，提高现有乡村旅游服务从业人员能力与素质，规范从业人员行为。二是促进人才流动。在微信上发布乡村旅游电商人才招引计划，组织引导相关专业的优秀大学生，专业技术人员，以及多学科融合的综合型人才等投身乡村旅游发展，鼓励青年人才返乡就业、创业。同时，借助微信宣传宜城市乡村旅游资源，展现美丽乡村建设，更好地吸引人才和留住人才。三是创新技术服务和培训方式。通过搭建微信服务平台，将信息技术与农村电商培训课程相融合，提供农村电子商务理论及实操培训，在培训中贯穿自主、交互、探究、体验式的学习活动，充分利用微信平台进行合作与交流，为广大农民提供在线学习渠道、资讯获取渠道以及交流互动渠道，进一步深化农民电子商务的使用技能。

### 参考文献:

- [1]于法稳, 黄鑫, 岳会. 乡村旅游高质量发展: 内涵特征、关键问题及对策建议[J]. 中国农村经济, 2020(08):27-39.
- [2]任新玉, 杨辉. 劳动投入视角的乡村旅游可持续发展研究[J]. 农业经济, 2021(04):56-58.
- [3]王铁, 李梅, 孙德健, 等. 农户参与乡村旅游的前因条件与组态路径——基于QCA方法的探索[J]. 旅游学刊, 2021, 36(03):70-82.
- [4]张倩. 互联网时代乡村旅游新媒体营销优化策略研究[J]. 中国管理信息化, 2020, 23(20):147-148.
- [5]曲正, 张广海. 乡村振兴背景下我国乡村旅游人才培养研究——以山东省为例[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2021,

---

20(02):51-58.

[6]杨思秋,刘娜娜,张若楠,等.健康旅游微信公众号运营现状研究[J].资源开发与市场,2020,36(02):201-205.

[7]钟漪萍,唐林仁,胡平波.农旅融合促进农村产业结构优化升级的机理与实证分析——以全国休闲农业与乡村旅游示范县为例[J].中国农村经济,2020(07):80-98.

[8]苏自兵,罗洁.“短视频+”创新文旅扶贫模式[J].中国广播电视学刊,2021(02):127-129.

[9]李东.双循环格局下旅游产业成长对策研究[J].安阳师范学院学报,2021(02):69-72.

[10]黄震方,陆林,肖飞,等.“双循环”新格局与旅游高质量发展:理论思考与创新实践[J].中国名城,2021,35(02):7-18.