

乡村振兴背景下乡村旅游与农村 电商联动发展对策研究 ——以泰州市为例

叶惠娟 毛利 侯怡 陆建波¹

(江苏农牧科技职业学院 农商管理学院, 江苏 泰州 225300)

【摘要】: 乡村旅游是农村产业与旅游行业融合的一种新型产物,是实现乡村振兴的重要途径。随着“互联网+”时代到来,农村电商迎来前所未有的发展机遇,开展农村电商与乡村旅游联动发展具有重要意义。我国是一个农业大国,在乡村旅游和农村电商融合方面有巨大优势,为了促进两者深度联动发展,以泰州市为例探究联动发展新方向阐述了泰州市农村电商与乡村旅游联合发展的特征和可行性,介绍了联动的主要模式及现状,结合分析结果提出联动发展策略,希望能够加快乡村旅游与农村电商深度融合,为实现乡村振兴助力。

【关键词】: 乡村振兴 农村电商 乡村旅游 联动发展

【中图分类号】 F323 **【文献标识码】** A

2015年9月,国家旅游局印发了《关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》,提出要将乡村旅游电商平台作为“旅游+互联网”的重点行动,希望能够借助互联网技术升级乡村旅游管理、提高服务层次。乡村旅游与农村电商联合发展既扩大了电子商务在乡村振兴方面的应用,又推动了一二三产业融合发展,有助于构建新型业态农业发展格局。通过借助电商平台进行旅游宣传,能够提升乡村旅游项目的经济附加值,满足乡村信息化发展要求和丰富乡村旅游项目宣传渠道,延长乡村旅游产业链条。

1 理论概述

乡村旅游指的是借助乡村自然景观与人文活动作为旅游点,为周边人员及城市居民提供集体闲、娱乐、购物为一体的多样化旅游服务^[1]。乡村旅游是乡村经济发展的新增长点,是实现乡村振兴的有力举措。农村电商指的是以农业活动为中心,为人们提供电子化农业交易活动,也是加快农村经济发展的重要助力^[2]。乡村旅游和农村电商融合可以简称为乡村电商旅游,是通过电商网站为平台,借助线下乡村旅游活动为支撑的服务模式,能够使旅游活动各个环节都电子化。我国的乡村旅游和农村电商都起步

作者简介: 叶惠娟(1985—),女,江苏泰州人,管理学硕士,副教授,高级电子商务师,研究方向:农产品电子商务;毛利(1984—),男,湖南岳阳人,管理学硕士,在读博士,副教授,高级电子商务师,研究方向:互联网创新创业与农村电子商务;侯怡(1990—),女,江苏靖江人,经济学硕士,讲师,研究方向:农业经济与电子商务。

基金项目: 2021年度江苏省高校哲学社会科学基金项目“乡村振兴背景下江苏省农业企业科技创新影响因素及路径研究”(编号:2021SJA2171);2021年江苏省大学生创新训练项目“泰州市乡村旅游与农村电商联动融合创新发展调查研究”(编号:202112806037Y);江苏农牧科技职业学院校级科研项目“面向农业领域的大数据关键技术应用与研究”(编号:NSF2022ZR21)

较晚，存在很多缺陷和不足，还需要国家及政府加强相关方面的引导和支持，才能深度促进乡村旅游+农村电商联动融合。

2 全国乡村旅游和农村电商联动发展现状

2.1 乡村旅游资源丰富，与农村电商联动有待加强

我国是一个农业大国，有着丰富的农产品资源和自然景观资源。2020 年，国家旅游局在报告中指出我国乡村旅游资源占全国旅游资源的 70%以上，但存在供给侧与需求侧信息不匹配问题，造成很多乡村旅游资源未能推向市场^[3]。因此，构建乡村旅游+农村电商联动发展格局很有必要，能够加强乡村旅游资源宣传，消除乡村旅游与消费旅游市场信息鸿沟，强化乡村旅游项目市场推广，构建电子化乡村旅游项目，积极吸引更多客源和延长乡村旅游产业链。

2.2 在线旅游发展规模不断增长，与农村电商联动发展前景好

随着人们的旅游消费需求越来越高，电子商务平台开始涉足旅游领域，帮助旅游消费者提供更多旅游选择和服务模式，线上旅游消费规模不断增长，如图 1 所示。从图 1 中可以看出，从 2014 年到 2019 年的增幅非常明显，而 2019 年到 2020 年的数据增长率较低，但这是由于疫情原因，新冠疫情爆发严重影响到各行各业发展速度，特别是旅游业。从在线旅游发展规模不断增长可以预见乡村旅游+农村电商联动有着良好发展前景。

3 泰州市乡村旅游和农村电商联动发展现状

3.1 泰州乡村旅游发展现状

为了实现乡村振兴战略，泰州市非常重视乡村旅游发展，并积极以乡村休闲旅游作为农业经济发展点，全力打造现代农业高地、生态走廊、特色产业园等休闲旅游项目。泰州市乡村旅游目前基本以民俗、生态、康养、红色为主题的四条主线进行发展，表现形式主要有特色小镇、田园综合体、康养旅游、休闲农业以及乡村民宿等新产业新业态。



图 1 2014-2020 年全国在线旅游交易市场规模图（亿元）

3.2 泰州农村电商发展现状

泰州市政府为了响应国家的推动电子商务发展号召，特别印发了《泰州市农村电子商务发展三年行动计划(2018-2020)》，积极建立农村电子商务市场体系，培育了一批有影响力的“泰”字牌电商品牌^[4]。截止2021年底，泰州市共有电商店铺数约9万家，电商企业数6千多家，直接从业人数约15万名，2021年电子商务网络零售额为453.7亿元，农村网络零售额为381.7亿元，虽然泰州市农村电子商务起步较晚，但在政府的积极引导和扶持下，泰州市在农村电商方面取得很大进步。

3.3 泰州乡村旅游和农村电商联动发展现状

泰州市的乡村旅游和农村电商联动发展起步较晚，采用的是借助网站助推乡村特色旅游资源的方式，通过借助视频和图片展现当地乡村美丽的自然景观。但从推广效果来看，平台网站中含有的内容和功能都较少，几乎只是简单地提供一些照片和视频，缺乏与旅游消费者的有效互动，影响旅客的体验感，旅客可能会对照片的真实性产生怀疑，进而降低旅游兴趣。另外，泰州市的乡村旅游电商还处于单独运作状态，没有与当地旅行社、购物场所、交通结构等方面建立良好合作关系，会造成乡村旅游不够协调有序，旅客不能享受到多样化服务体验，泰州市乡村旅游电商化程度较低。

乡村旅游与农村电商联动的目的在于吸引更多高收入人群来此休闲旅游、带动地方特色农产品销售，促进农村产业兴旺发展。这类人群比较注重精神上的享受和体验不一样的生活状态，乡村旅游电商可以结合人群需求提供服务。但是，从实际经营情况来看，泰州市存在服务及产品创新力度不足的问题，这会降低客源。同时，泰州市在乡村旅游电商运营人才方较为缺乏，留守农村的大多是老年人和青少年留守儿童，他们对电商了解不足，而且也缺乏旅游服务经验，不能以电商思维有效整合各方面资源，不能给景点带来更多流量。网络营销的重点在于打造一个有影响力且与众不同的品牌项目^[5]。但从泰州市发展现状来看，还缺少一个独树一帜的旅游服务项目，网站功能也存在同质化严重现象，没有将当地的个性化旅游景点和服务展现出来，容易给游客造成厌倦感，长久以往就会阻碍到乡村旅游可持续发展。

4 乡村旅游与农村电商联动发展模式、特征及可行性分析

4.1 联动发展主要模式

乡村旅游+农村电商主要通过电商平台提供乡村旅游服务，销售地方特色农产品，目前主要可以分为三种模式：

4.1.1 乡村旅游主导融合模式

现阶段，泰州市的乡村旅游发展还处于各自为政状态，很少有与其他旅游产业或相关行业联动行为，导致未能将乡村旅游优势全面发挥出来。乡村旅游主导模式指的是把农村电商渗透到乡村旅游宣传中，可以丰富乡村旅游内容和方式，推动乡村旅游发展。该模式主要是通过成立乡村旅游网站进行，或是建立专业信息网站，如网易频道、成立门户网站，如去哪儿、途牛等，这类网站的影响力和知名度都较高，可以推动乡村旅游产业发展。但是，这种模式也存在一定问题，就是新型内容较为欠缺，主要是关于乡村旅游的，与农产品生产、销售关联性较小。因此，还需要增强农产品信息宣传、推广，构建一个网上村庄，加强与当地人的联系，这样才能提高游客的归属感。

4.1.2 农业电子商务主导融合模式

这是在农村电商中渗透于乡村旅游有关内容的联动模式。从农村发展来看，乡村旅游本身就属于发展农业经济的重要组成部分，也就是农村电商的重要子系统。通过在农村电商中渗透乡村旅游内容，能够丰富农村电商内容和形式，通过展示体验性旅游产品来吸引潜在消费者，并为消费者提供多样化出行方案和玩法攻略，有效激发消费者旅游热情。在农村电商中贯穿乡村旅游相关内容，能够更为全面地展示乡村风光和魅力。在该模式下，消费者可以借助平台轻松购买和退换货物。另外，还可以增加休闲、购物、住宿等功能内容，通过不同信息内容交叉，为人们提供多样化资料，提高乡村农产品和项目的推广性。

4.1.3 共同推动模式

相对于前两种来说,第三种有助于促进两者均衡发展。乡村振兴背景下,乡村旅游和农村电商都对农村生活造成很大改变,越来越多人们开始接触先进的移动设备和营销方式。通过进行“乡村旅游+农村电商”联动,能够将乡村振兴要求落到实处,突破传统网站和销售模式的限制,构建更加立体化的乡村电商旅游平台,将电子商务和乡村旅游的优势都充分展现出来。共同推动就是将农业产业生产、销售和乡村旅游都整合起来,统筹规划采购、支付、配送等步骤,既满足人们的体验发展需求,又能帮助客户感知当地风土人情。同时,也能借助乡村旅游来加深对当地品牌、当地产品的认识,提高客户回购率。另外,泰州市还可以积极引进优质民宿、购物商场等,并提供健全的交通、通信等服务,将多样化优势资源进行整合,积极构建智慧旅游模式,就能实现两者共赢,推动我国农业产业健康发展。

4.2 联动发展主要特征

4.2.1 乡村旅游趋于农业化

泰州市与其他地区一样都需要依靠农村自然风光和乡土人情来发展乡村旅游。在乡村振兴战略背景下,美丽乡村、清洁乡村、生态乡村等活动,乡村旅游资源被不断挖掘和延伸。从泰州市农村发展来看,泰州市非常重视发展休闲度假、农耕体验、旅游观光等旅游项目,也建设了很多新兴产业。但传统的“酒香不怕巷子深”经营理念已经不再适用,进行乡村旅游宣传非常重要。通过将乡村旅游与农村电商融合,能够为乡村和城市提供畅通沟通渠道和物流运输渠道,能够解决农村农产品滞销和乡村旅游项目无法有效宣传的问题,构建线上线下共同营销,拓展当地旅游资源的丰富性和宣传渠道,有效推动农村经济加速发展。

4.2.2 农产品生产农场化

农产品是农村电商建立的基础,在乡村旅游发展中也占据着不可忽视的位置^[6]。泰州市的农产品资源丰富,但存在规模小、物种杂、地区分散等问题,会对农村经济发展造成一定制约,进而影响乡村旅游发展。因此,需要改变农产品杂乱现象,通过构建标准化、规模化产业来实现农产品集聚,充分发挥集聚效用。泰州市辖内村镇为了保证规模化生产活动,专门成立农场股份公司,让众多农民都参与到农产品生产活动中,通过规范化、标准化生产和管理提高生产质量。

4.2.3 农产品生产品牌化

当前的农业产品和乡村旅游项目都出现较严重的同质化现象,这些产品和项目不能给人明显的、独特的营销,造成消费者的信赖度和忠诚度不高。因此,需要向品牌化发展,通过增加品牌附加值的方式来提高产品影响力和知名度。在乡村旅游和农村电商联动模式下,可以将农产品与旅游项目联合起来,将旅游项目作为发展的主要内容,并让农产品营销作为辅助性内容,加强旅游风格和农产品品牌定位,构建健全的电子商务服务站,既能满足接待游客的要求,又能利用电商平台进行农产品营销,提高电商宣传推广质量,构建线上推广、线下体验联动格局。

4.3 联动发展可行性分析

泰州市是一个拥有丰富自然风光资源和人文资源的城市,非常适合发展休闲旅游产业。同时,在“互联网+”时代背景下,电子商务也迎来发展加速期,进行乡村旅游与农村电商联动既能组织游客到农村旅游,又能进行农产品实地考察,有助于提升农产品品牌建设效率。

4.3.1 互联网信息技术推动电商发展

随着 5G 信息时代到来，信息技术已经实现下乡目标，实现全覆盖，宽带下乡速度也得到加快。截至 2020 年，我国 4G 网络普及已经达到 99.5%，广大农民群体也接触到便利的网络服务。网络技术普及为农村电商发展奠定良好基础，各种乡村旅游官方网站不断兴起，推动形成旅游可持续发展。通过将传统的乡村旅游网站转变成新型电商网站，可以为游客和消费者提供更多服务，进一步细化乡村旅游市场，构建更为完善的产业链条。

4.3.2 农户思想意识开始觉醒

传统农民从事农业活动主要是为了满足自己的衣食住行等需求，有多余的才会进行销售。在新形势下，农民思想意识逐渐觉醒，开始从传统农业生产转变为经济作物生产，在增长经济的同时也迎来新的问题，就是如何进行农产品销售。因此，越来越多农民走进电子商务行业中，通过借助互联网来销售当地特色农产品。这些认识和探索为乡村旅游和农村电商联动提供条件，通过进行美食营销，人们就可以通过电商平台购买和品尝当地美食，为当地奠定人气基础。这样一来，就可以进行乡村旅游宣传，积极宣传当地特色旅游项目和农产品，通过农村电商创造更多社会效益和经济效益。因此，农户思想觉醒为乡村旅游和农村电商融合提供帮助。

4.3.3 旅游市场迎来发展高峰期

随着居民收入不断提高，越来越多人选择通过旅游缓解压力和感受美丽景色，旅游消费直线上涨。同时，随着国家加强对乡村交通、通信等基础设施建设强度不断提升，城乡间联系越发紧密，国家也开始重视生态环境保护，为开展乡村旅游建设提供条件。在这样的环境下，越来越多人想要回归田园生活，希望能够重新享受宁静的生活状态，感受田园慢生活。通过进行乡村旅游和农村电商联合，可以进一步挖掘乡村旅游的发展潜力，让人们在观赏美丽自然风光的同时能够放松身心。

5 乡村振兴背景下泰州市乡村旅游与农村电商联动发展对策

5.1 明确发展实力，打造联动模式

泰州市的发展思路是将农业、加工业与服务业进行融合，从而实现多元化收益。在该过程中，要积极融合农业、旅游和文化等业态，并建立交通、景观、服务等不同需求项目。可以通过深挖当地文化、风土民情等特征来积极打造乡土气息，通过别具一格的乡土项目满足消费者的猎奇心理，借助乡俗文化实现休闲旅游农业升级。在具体实施中，可以借助“公司+农户+电商”的模式打造休闲农业旅游+农村电商。先借助相关公司经营发挥榜样作用，并不断加大公司的生产经营规模，提高经营效益，然后再引进农户形式，在当地建立农业示范园或产业园，将相关产业承包给农民种养。在该过程中，公司还需要提供技术指导和质量监控，确保生产加工过程的规范化、标准化。然后再借助互联网技术加快电商建设，并积极带动周边农户进行特色农产品种植，不断扩大产业规模，实现农业产业化，带动当地农业经济发展。同时，公司要进行主打农产品宣传，通过统一定价、销售的方式签订网络订单，加快农产品流通。同时，还要在第三方平台建立企业店铺，当有游客到农场游玩时，可以向他们介绍店铺和经营农产品，就能达到推广线上资源的目的。同样的，也能借助线上平台宣传将线上消费者转变成游客，让他们参与到乡土生活体验中。

5.2 品牌化建设，拓展客户来源

将线上用户转变成游客或将游客转变成客户都是开展“乡村旅游+农村电商”联动的重要目标。互联网具有资源共享和信息共通的特点，可以借助互联网提升用户体验，让其成为流量入口。良好的用户体验是提升客源的关键，优质事物被分享的概率要高于平常事物，提高游客的体验感和满意度，游客自然而然就愿意向他人推介和分享，不断积累游客资源。品牌化是提升宣传推广效率的关键，泰州市要积极挖掘独特的旅游景点，并积极建设个性化的旅游项目，使其成为电商流量入口，就能很好的拓展客源。首先，泰州市相关管理人员要先整合当地文化和地理优势，积极构建特色旅游项目和土特产，在农产品生产、销售过程都注

重品牌化建设,将地域文化融入品牌设计、建设中,突破同质化禁锢,打造响亮的农产品品牌。然后,在不破坏原生态的前提下建设观光、休闲景点,通过原生态特色吸引游客到农场感受和体验原始农耕,吸引更多游客群体。最后,积极与途牛、携程等旅游电商平台建设合作,为人们提供更加精细化、个性化旅游产品。

5.3 搭建一体化平台,完善旅游电商融合

一体化平台是激发乡村旅游电商发展的外部环境,如果没有健全的一体化平台,单靠农产品或旅游项目自身是很难在众多同类产品中脱颖而出。一体化平台需要具备交易信息、系统服务、乡村旅游与电商线上线下协作等基本功能,将线下旅行社和线上电商企业紧密联系起来。例如,可以将乡村旅游信息放到信息平台上,电商企业也将乡村旅游相关的产品进行宣传和销售,通过特色产品辅引的方式提升宣传效果。同时,要积极打造集旅游、住宿、美食、特色农产品为一体的一条龙服务链,为游客提供更加便捷的出行、吃食、支付等服务。另外还可以提升电商平台与其他平台的交互性,从而为乡村旅游和农村电商融合提供不竭动力。可以由农场相关企业牵头,积极鼓励旅游产业融合到电商公共服务中,就能达到较好的宣传效果。

6 结语

泰州市乡村旅游与农村电商联动融合创新发展,不但可以实现“泰州太美、顺风顺水”城市文化的宣传和对外交流,同时有利于扩大就业机会,培育泰州市乡村新产业新业态,实现乡村经济多元化和农业全产业链发展,促进乡村经济的发展,建设乡村振兴特色示范村。

参考文献:

- [1]张莉.面向乡村旅游可持续发展的电商网站研究——基于我国96个乡村样本数据[J].林业经济,2018,40(9):72-76.
- [2]王立明,黄杰,李啸虎,等.乡村旅游业与电子商务融合发展现状与优化路径[J].商业经济研究,2021(17):128-131.
- [3]陈亚薇,张莉.乡村旅游+农村电商融合发展研究[J].商场现代化,2020(14):28-30.
- [4]崔宁.“乡村旅游”+“农村电商”的联动融合发展模式研究[J].农业经济,2017(10):105-106.
- [5]张月兰,徐静雅.泰州市“互联网+农业”推进乡村振兴战略的路径研究[J].黑龙江农业科学,2019(12):114-118.
- [6]林娜.“旅游电子商务+”背景下乡村旅游与精准扶贫融合发展对策研究[J].旅游论坛,2018,11(6):92-98.