

蔡 舒. 海南农业生态旅游的移动电子商务策略[J]. 江苏农业科学, 2018, 46(5): 316-319.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2018.05.081

海南农业生态旅游的移动电子商务策略

蔡 舒

(海南师范大学经济与管理学院, 海南海口 571158)

摘要:通过对移动电子商务的概述以及介绍,引出海南省农业生态旅游行业在移动电子商务方面的应用,进而对海南省农业生态旅游的移动电子商务发展现状、发展前景以及未来方向进行探究,最终提出海南省农业生态旅游移动电子商务领域未来的推进规划与方案。

关键词:海南;农业生态旅游;移动电子商务;发展现状;发展前景;策略

中图分类号: F323.4 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2018)05-0316-04

进入 21 世纪以来,随着无线网络和移动电子设备的普遍化,移动电子商务出现并进入人们的生活中,并有取代传统商业模式趋势,当然也包括旅游业。海南省作为我国的旅游大省,其农业生态旅游占居民收入的比重很高。近年来,农业生态旅游和电子商务的合作不断加强,其强大的信息传递和资源整合功能,使得海南省农业生态旅游进入一个新的时期。但由于其处于发展期,还存在一些不足之处,所以对海南省农业生态旅游的移动电子商务策略的研究对于促进海南省乃至全国旅游业的发展都具有相当积极意义。

1 移动电子商务概述

1.1 移动电子商务的内涵及特征

1.1.1 移动电子商务的内涵 电子商务最早源于美国,我国

收稿日期:2017-05-10

基金项目:国家自然科学基金(编号:41461024)。

作者简介:蔡 舒(1965—),男,湖北枝江人,副教授,从事电子商务、会计及会计电算化研究。E-mail:635845106@qq.com。

场需求,建设物流配送体系,打造电商、店商、微商“三商融合”营销体系,发展农产品加工和农村电子商务平台。

4.2.3 探索农业金融新模式 增设丽水市生态农业产业基金,探索供应链金融服务,加大对农产品供应链中产前、产中、产后的金融扶持;放宽中小企业农业金融贷款,积极促进农业土地流转与多用途开发。

4.2.4 提升品牌文化价值 挖掘丽水特色文化,品牌与文化创意结合,提升农业附加值,促进农旅结合。规划农业旅游产品,完善农村旅游基础设施,提高丽水农旅的美誉度和市场竞争力。

4.2.5 加强农业技术转化 推进产学研合作,以农业科技成果路演、农业科技众创空间等形式,建立农业科技成果的转化与孵化体系,未来需要推行种植标准化及集聚化、营销品牌化、组织联盟化的产业链融合发展模式。

参考文献:

[1] 贾爱萍. 中小企业集群区域品牌建设初探[J]. 北方经贸, 2004

最早的电子商务公司大多是模仿美国的网络商业模式。作为一种新型商业运转模式,虽然其以网络平台为基础,但其发展的速度一点也不亚于互联网科技的发展速度。传统的电子商务主要以基于有线网络的计算机作为操作的载体,其在操作不够灵活。新世纪以来,随着科学技术和人们生活水平的不断提高,手机和掌上个人计算机(PC)逐渐出现在人们的生活中,并得到普及。同时,各种电讯公司也相继出现,使手机卡无线网络流量和无线区域网络逐步覆盖到全国各地。而所谓的移动电子商务,就是依赖于移动电子设备和无线区域网络而发展的,其主要的操作载体是基于各大电讯公司提供的无线网络的移动电子设备如手机、平板计算机和掌上 PC 等。

1.1.2 移动电子商务的基本特征 移动电子商务不仅继承了传统电子商务的精华部分,同时还融入了更多的优势部分。基于无线网络和移动电子设备的移动电子商务,移动电子商务最大的特征就是打破了时间和空间对商业过程的束缚,也就是说只要有无线网络信号或者流量信号的情况下,其可以允许任何的购物用户在任何地点和任何时间进行商品选购,这大大节省了用户的时间,为用户带来极大的便利。另外,移

(3):81-82.

[2] 夏曾玉,谢 健. 区域品牌建设探讨——温州案例研究[J]. 中国工业经济, 2003(10):43-48.

[3] 顾 瑛. 农产品名牌战略与农业产业化结合初探[J]. 农业经济, 2002(9):24-25.

[4] 洪文生. 区域品牌建设的途径[J]. 发展研究, 2005(3):34-36.

[5] 黄志启,张光辉. 产业集群中知识溢出研究述评[J]. 生产力研究, 2009(24):245-247.

[6] 李德立,宋丽影. 农产品区域品牌竞争力影响因素分析[J]. 世界农业, 2013(5):85-90,155.

[7] 农业部. 中国农产品品牌发展研究报告[R]. 北京:农业部市场与经济信息司, 2014.

[8] 许基南,李建军. 基于消费者感知的特色农产品区域品牌形象结构分析[J]. 当代财经, 2010(7):71-78.

[9] 张传统,陆 娟. 农产品区域品牌购买意愿影响因素研究[J]. 软科学, 2014(10):96-99,116.

[10] 王丽杰. 我国农产品区域品牌发展对策探讨[J]. 开发研究, 2015(3):81-84.

动电子商务还为用户提供了更多服务,如系统会根据个人购买记录和浏览记录,通过云计算服务,推测出个人喜好,从而推荐购物商品,为用户带来个性化的服务,从而使用户拥有更好的体验感。

1.2 移动电子商务的应用及发展

1.2.1 移动电子商务的应用 由于移动电子商务极强的便利性和商业性及其强大的可塑性,其可被运用于很多方面。其中,最为普遍的应用就是网络购物,商家通过电子商务的网络平台“摆放”商品,同时消费者也通过平台看到商品,随时随地都可以进行消费购物。其次,用户也可以通过电子商务的平台进行股票基金等证券交易,这样可使人们更加便捷的投资。随着电子商务的发展面逐渐拓宽,人们还可以通过电子商务平台进行网上订车票和机票等,同时,人们也可以通过各种外卖食物平台订购外卖食物,让其送货上门,这为公众省了不少的时间精力。最后,由于各大银行都有其相应的网络电子平台,因此人们可以随时随地通过电子网络平台进行银行各种业务的办理,而不用亲自跑到银行柜台去进行办理。

1.2.2 移动电子商务的发展现状及前景 随着无线网络的覆盖区域越来越广以及手机、平板计算机等移动电子设备日益普及,移动电子商务的发展脚步也在加快。当今社会中,许多大型的移动电子商务公司已经逐渐取代了很多传统的门店式公司,并且其在我国的商业交易中所占的比重越来越高,交易额也是日益增涨。诸如像阿里巴巴、京东和美团这样的电商已经逐渐走近人们的日常生活中,并且根深蒂固,更有部分人曾提及有部分中国公民的日常生活已经离不开支付宝了,可见移动电子商务发展良好。从长远来看,我国的移动电子商务行业还有很多现实中的具体商业方面可以去涉及和渗入,并且整体的电子商务事业上升势头明显,由此可见,其未来的发展前景一片大好。

2 海南旅游的信息化推进及移动电子商务的发展现状及趋势

2.1 信息化推进对海南旅游发展的意义及作用

现代信息技术的发展带给消费者更多样化的旅游产品,旅游产品服务化模式也向多样化发展。消费者不仅可以体验到预订服务,而且还有个性化、独家定制的服务,后期更有互联网的实时分析来反映出消费者的消费情况,从而完善更好的服务。从文献中了解到多样化的发展体现在如下 3 个方面:在线旅游预订服务、商务旅行管理服务、旅游咨询服务。有统计指出,在我国网民数量突破 5 亿时,旅行预订人数就将达到 4 207 万人,用户年增长为 16.5%,渗透率达到 8.2%,并且这些数据仍将不断增加,可见在线旅游业的发展势头。同样,全球商务旅行协会(GBTA)基金会发布的报告称全球商务旅行的支出将增长 9.2%,总量将突破 1 万亿美元。更加具体的旅游咨询服务为游客提供个性化、量身定制的服务,为客户提供全面的出行方案,确保在旅行途中获得最大收益。

关于旅游业的发展,其大致可从 2 个方面入手:其一就是内部的自我完善,通过对旅游景点以及周边各种服务行业的建设,来使旅游景点本身完善,从而才能使游客有良好的旅游体验感;其二就是从外部宣传上着手,通过各种信息宣传渠道和平台,为旅游景点做宣传,使更多的人知道并了解该旅游景

点,吸引更多的游客前来观光。信息化的推进恰恰对旅游景点的外部宣传有所帮助。众所周知,随着网络区域化和移动电子设备的普及,越来越多的人都可以通过互联网电子平台,获取各种各样的信息,换言之,现今社会中没有比电子网络更强有力的信息宣传平台了。而互联网的普及过程正是信息化的推进过程,也就是说,可以利用信息化的推进,在各种网络平台上对海南各个旅游景点进行信息宣传,这样一来,就能够使越来越多的游客了解并通过网络平台欣赏到海南的美景,从而使海南旅游行业的外部推广做到最大化,这对于推动整体的海南旅游业发展有着相当积极的意义和作用。

2.2 海南旅游移动电子商务的发展现状及趋势

2.2.1 发展现状 海南省的整体旅游行业都起步较早,其作为海南省的一大产业,省政府自然也相当重视,所以其在移动电子商务方面的发展相较于国内其他地方也起步早,发展相对成熟。现今,海南省注册登记的旅游服务公司就有数十家,其中有十余家已经具有一定的规模。并且很多旅游服务公司都有与国内诸如上海携程商务有限公司(简称携程)、“阿里旅行”和“去哪儿”等几大知名电子网络旅游服务平台有所合作,同时它们也在开发属于自己的网络平台。伴随着旅游行业而兴起的酒店和餐饮等服务业也开始逐渐加入电子商务的大怀抱之中,整个旅游主业与副业都得到相应的开发。同时,政府也在加大力度去推进移动电子网络和旅游业的结合发展,其中海南省旅游局通过政府角度帮助许多旅游公司上市和构建网络平台,并极力促成旅游公司与各大旅游网络平台之间的合作,总结来说,引入移动电子商务之后,海南省的农业生态旅游发展状况良好。

2.2.2 发展趋势 针对目前旅游电子商务发展形式分析,其具有相当强的发展后劲,拥有良好的发展前景。从发展趋势上看,其必须要在保持之前的发展势头的基础上,对此前的发展过程中存在的不足之处进行改良。具体应从以下几大方面入手:其一从用户角度看,应为用户提供更具时效性和更加优惠便利的信息,使用户获得更加舒适的使用体验感;其二从商家角度看,不能盲目地接受商家,要对商家商品的真实性作出审核,择优录用商家,以确保商家发挥其相应的功能;其三,从平台自身角度上看,要对平台进行保护与实时维护,加强其安全性能,从而确保商家和用户的交易安全可靠。总之,旅游电子商务的发展必须根据社会的发展趋势与人们的消费观念等作出自己的改变,从而为用户提供更好的服务,使其发展得更加迅速。

移动互联网的普及、信息技术的发展,为旅游业带来了前所未有的挑战和发展前景。将信息技术与旅游产业结合,创造出新型的旅游产品,新型的消费方式,这显然已经成为旅游业发展的常态,并且加快了旅游产业发展的进程,创造出了巨大的效益。在传统的旅游产业价值链中,固定的模式使得旅游产品死板,不具有灵活变通的特点,已然不足以适应时代的发展。新时代的旅游发展背景下,融合互联网的信息化,大力发展旅游产品信息化,是创造旅游产品新机遇的重要方法,是促进旅游产业价值链改造和重组的一大途径。近 2 年电子产品普及,智能手机成为人们消费、沟通的工具,这样的功能同样在旅游产业中得到体现。以携程为例的旅游软件,每年的交易量并不在少数,人们逐渐习惯用电子产品的方便与快捷,

旅游软件的使用减少了很多繁琐的细节,适合于现今休闲时间少的人们。可见,信息化时代为更多的旅游商家带来了机遇,抓住这个机会,将信息化融入自己的旅游产品中,势必会取得不错的收益效果。同时,对旅游产业价值链这一系统的程序来说,融入信息技术、发展信息化更是产业价值链的责任和迫在眉睫的任务,否则,也许就会面临产业价值链不能跟上时代的危险。信息技术面向全球化,为旅游产业改造和重组创造了机遇、提供了发展平台,是旅游产业链价值改造重组的重要方法。

3 海南农业生态旅游移动电子商务应用的需求及范围分析

3.1 海南农业生态旅游移动电子商务的应用需求分析

3.1.1 游客的需求 在旅游过程中,大多数的游客追求的都是最佳最舒适的旅行体验感和最经济的旅游费用支出,所以,对于游客需求的分析大致从 2 个方面进行:其一,尽量完善农业生态旅游景点的设施与周边服务业建设,同时也加强对移动电子商务平台的建设,以保证用户有最舒适的体验感;其二,可以通过对各种旅游方案的优化,结合酒店住宿与餐饮等,从而推出适合用户的最佳经济旅行套餐,使用户可以用最低的消费换取最舒适的旅行体验。

3.1.2 旅游企业的需求 对于旅游企业来说,其作为旅游产业中的卖方,最直接的需求就是利用最低的成本去获取最大的利润。在农业生态旅游的移动电子商务中,旅游企业可以利用网络平台强大的信息传递功能,争取在信息宣传上削减成本。同时,旅游企业还可以与旅游景点周边的餐饮、酒店和旅游纪念品等商家进行合作,通过各个商家之间的合作形成一条旅行产业链,这样一来不仅可以给游客带来更好的服务,增加收入,还能通过合作降低成本,使旅游企业的利益最大化。

3.1.3 政府部门及行业组织的需求 在海南省农业生态旅游移动电子商务的引入与开发中,政府部门地位相当重要。众所周知,任何一个行业的发展与进步,都离不开政府部门的支持。对于政府部门,在其出台相应的优惠政策同时,其也需要建立一个属于政府管理部门独立的门户网站,应该建设一个官方权威的网络平台。而对于行业组织者来说,其应当发挥其在组织上的功能,统筹全局,使整个行业有规律地在一条轨迹上发展前进。

3.2 海南农业生态旅游移动电子商务的应用范围分析

3.2.1 信息服务 作为全国知名的旅游大省,海南省的旅游移动电子商务发展较早,并且其被运用在当地的农业生态旅游的近乎每个方面,换言之,其应用范围相当广泛,首先其具有被应用于信息服务领域。众所周知,对于旅游业而言,信息更新尤为重要。早期的旅游行业,因为没有引用互联网络,其在信息更新方面相对落后,很多新的旅行信息都不能及时地被旅游者知道。随着移动电子商务被引入旅游行业之中,其在借助于无线网络平台和移动电子设备进行旅行信息的实时更新上的强大功能,使旅游者可以随时随地了解到最新的旅行咨询,大大加强了海南省农业生态旅游的信息服务。

3.2.2 营销管理 随着移动电子商务的体系完善,其在农业生态旅游领域的应用已经度过初期阶段,进入发展高峰期。现阶段,海南省整体的生态农业旅游行业的营销管理都依附

着移动电子商务进行,所有的旅游项目推广,商业交易和管理系统都在网络平台上进行。现在的企业销售人员也基本是通过网络平台去进行旅游项目的宣传,而旅游者也同样是通过网络平台进行包括旅行套餐、酒店预订等一系列预定服务,整个行业的 O2O 模式已经进入一个完整的运行轨道之中。

3.2.3 定位服务 21 世纪以来,GPRS 的广泛应用,使许多定位地图 APP 相继出现,并深受广大群众的喜爱。在生态农业旅游行业中,定位系统也相当重要,定位系统的使用,可以使游客在旅行过程中及时掌握正确的道路信息和实时路况,并且清楚各种路线,然后根据具体的情况选择其中一条最适的路线。随着定位服务加入生态旅游移动电子商务应用系统的大家庭中,其对于完善旅游行业的整体电子商务平台起到至关重要的作用。

3.2.4 支付服务 近年来,随着支付宝和各大银行的网上支付功能的广泛应用,网络交易支付已经逐渐渗透到各行各业之中。当然,在旅游业的移动电子商务中,网络支付服务的功能也得到了开发。现在几乎所有的生态旅游的网络交易平台,都与各大银联网上支付平台以及支付宝等支付平台有所合作,换言之,所有的旅游项目以及酒店旅馆等的订购,都可以直接在其相应的移动电子商务平台进行网络在线支付,这也为旅行者和企业双方都省去了许多不必要的中间过程。

3.2.5 客户关系管理 任何行业想要发展壮大,都必须要保证有一定量的客户人群进行消费,旅游行业也不例外。传统的生态旅游运营模式在巩固消费人群方面做得相当不好,而引入移动电子商务后新的生态旅行经营模式后,其在这方面有所加强。因为消费者在运用移动电子商务旅行的各大网站平台与 APP 时,必须先注册个人账号,并填写信息,这就使企业可以更方便地管理客户;同时,由于旅游平台和 APP 还会根据用户的喜好记录,定时为用户推送最新最适的旅行套餐信息,这在巩固老客户、拉拢新客源方面也起到了巨大的作用。换言之,移动电子商务的引入与融合,使生态旅游的客户关系管理更加系统化。

4 海南农业生态旅游移动电子商务推进规划及策略分析

4.1 海南农业生态旅游移动电子商务推进的整体规划

海南省作为我国的旅游大省,虽然其在移动电子商务方面也引进得相对较早,但其仍处于发展期,还须要制定相应的计划方案去推进其整体的发展。具体的规划要从以下 4 点入手:其一,要加快无线网络的建设并扩大其覆盖范围,在最短的时间内让无线网络在所有的旅游景点及其周边达到全面覆盖,这对于企业家办公与旅行者游玩都有所帮助;其二,要对旅游景点进行自我完善,推进基础设施的建设;其三,政府部门要促进旅游企业与各个移动电子商务公司以及相关的餐饮、住行产业的合作,形成产业链,这样才能扩大规模,增加产值;最后,要引进云计算等最新的网络科技成果,争取将农业生态旅游的电子商务服务做到最好。只有按照以上规划,循序渐进,才能使海南省的农业生态旅游电子商务发展得更快、更好。

4.2 海南农业生态旅游移动电子商务推进的具体策略

4.2.1 健全相关法制与政策 俗话说“没有规矩不成方圆”。任何行业的发展都要依照相应的法律法规,如果脱离了法制与政策,那么必将使行业失控,甚至逆向发展。建立和

实施积极的引导政策和激励机制,充分调动各地区的积极性,是一项被不断强化且实为有效的促进旅游产业快速发展的重要举措。在引导政策方面,企业可以明确自身的旅游产业定位,确立发展战略重点,发展入境旅游,注重支持把旅游产业做大做强,扩大投资面,整合力量加大宣传。在建立激励机制方面,企业可下达财政扶持政策、税收让利政策、行政事业性收费优惠政策、建设用地支持政策、创优创强奖励政策,从这些方面加强对旅游业的财政税收支持,政府层面加强基础设施建设,使得旅游企业发展更快更有效。政府同时也应完善劳动人员就业政策,在基础层面上加强建设,重视财政政策支持 and 税收减免政策,通过一些细节性的补贴减轻企业或者经营者的负担。引导支持企业多开展外包服务,向成熟的旅游市场看齐,加快旅游产业向高端化转变,开发旅游市场的可塑性及潜力。因此,在对海南省农业生态旅游移动电子商务的开发与发展过程中,必须首先由政府部门制定出一套适用的相关法律,只有健全相关的法制和政策,才能真正做到有法可依,才能使整个行业健康发展起来。

4.2.2 建立相应的宣传与商务模式 一个好的产品如果不是为人所知,那么这个产品即使质量再好,外观再美,也许都不会有人知晓。所以,通常在一个产品面世之后,做好宣传工作是非常重要的。旅游产业亦是如此,在海南农业生态旅游移动电子商务的推进过程中必须要加大宣传力度,让人们对新型旅游有崭新的认识,从而使得旅游企业走向新型道路的同时不至于没有收获。通过多方位、多角度、多人群的宣传,让出游的游客了解到企业带给他们的服务是新颖且细致入微的,与传统旅游业相比,带来的将是更加贴心的服务。在互联网时代,信息飞速传递,到达人们眼中的信息往往具有即时性、准确性,利用这些特点,通过互联网对特色旅游体系进行宣传,可以在一些网站、网页、软件页面、电视等不同的网络上对特色旅游产业进行宣传,在人们触手可及的网络平台上及时看到这些有关旅游的信息。当然信息的类型可以多种多样,可以通过不同的明星代言,让一些熟悉的面庞带给人们亲近感,从而吸引人们的眼球,也可以通过动漫或者动画的形式将不同的旅游风景或者不同的要展现给人们的产品生动的表现出来,以一种更诙谐幽默有趣的方式来告知人们不同的产品信息。总之,在互联网全球信息化的时代,紧扣时代信息全面化,通过不同的方式加大特色旅游宣传体系,促进新型旅游产业的发展。

4.2.3 制定适当的营销策略,快速培育市场 与传统的旅游行业相比,生态旅游的移动电子商务还属于新兴的产业模式。其还处于发展期,并不具有稳定的市场和固定用户。所以,在现阶段的发展过程中,其行业内部应当制定适当的营销策略,通过营销手段,吸引旅游观光者前来,迅速占取一定的市场份额,快速培育属于自己的市场,并扩大市场占有率。从时代发展趋势可以看出,目前崇尚自由行的游客占大多数,无论是家庭出游,还是中青年学生出游,大都愿意自由行,因此为了顺

应时代发展,旅游市场应该积极开发以自由行产品为核心的业务体系。据网络统计,在2014年的1.09亿人口出游中,约有超过7700万人选择的是自助旅游方式。生活方式的改变、社会经济的发展让越来越多的人注重精神追求,预测以后采取自由行出游的游客会越来越多。以自由行方式出游必然会减少旅行社的运作空间,因此如何将自由行与电子商务结合起来发展旅游事业是具有前景的一项工作。开展自由行产品要克服其规模以及成本方面的问题,可以通过自发结合的形式让更多游客一起出游,再者可以运用网络技术,实施全程服务、实时服务,及时为游客解决问题,还可以优化收费条件,在单次收费的基础上实行一定的优惠政策。同时也应该保证产品的质量以及创新型,保证客源,将名声做大,为游客着想,真正将服务做到家。

5 结论

移动电子商务自其出现以来,发展速度迅猛并逐渐在市场中占据一席之地,由于其具有简化传统商业模式,为消费者和商家双方都带来便利的功能,所以其逐渐渗透入各行各业之中,并发挥着其独特的作用。本研究通过对海南省农业生态旅游在移动电子商务领域发展的分析,提出了海南省农业生态旅游移动电子商务未来的大致发展规划与策略,譬如健全相关法制与政策、建立相应的管理与商务模式、引导与市场主导机制相结合和制定适当的营销策略,快速培育市场。只有根据这些方向并做出相应的努力,才能使海南省农业生态旅游发展得更快更好。

参考文献:

- [1] 廖卫红. 农业移动电子商务发展对策探讨[J]. 电子商务, 2014(3): 37-38.
- [2] 黄琼. 我国农业移动电子商务的应用研究[D]. 武汉: 华中师范大学, 2014.
- [3] 程云翔. 基于价值链的农业移动电子商务应用[J]. 农业经济, 2015(10): 135-136.
- [4] 徐睿. 农产品移动电子商务对农业经济的影响及对策[J]. 价格月刊, 2014(6): 48-50.
- [5] 李洋, 盖嘉慧, 贾广微, 等. 浅谈农业移动电子商务的发展对策——以吉林省为例[J]. 农业网络信息, 2014(12): 86-88.
- [6] 何甜甜. 移动电子商务下的技术创新, 人力资本发展与经济增长[J]. 商业经济研究, 2015(36): 75-76.
- [7] 程云翔. 基于价值链的农业移动电子商务应用[J]. 农业经济, 2015(10): 135-136.
- [8] 外力·依米提. 我国移动电子商务市场发展前瞻[J]. 商业经济研究, 2015(25): 82-84.
- [9] 马倩. 4G环境下移动电子商务模式研究与创新[J]. 商业经济研究, 2015(12): 82-83.
- [10] 徐睿. 农产品移动电子商务对农业经济的影响及对策[J]. 价格月刊, 2014(6): 48-50.