

新媒体在乡村旅游宣传中的应用与实践

——以安吉余村为例

毛佳宁, 田叔分, 张君楠

北京市园林学校, 北京 102488

摘 要 : 安吉余村作为“绿水青山就是金山银山”理念的发源地, 通过生态修复和乡村旅游的发展, 成功实现了从矿山到生态旅游地的转变。本文分析了新媒体在乡村旅游宣传中的应用方法, 如短视频平台、直播互动等, 并介绍了成功案例。同时, 聚焦新媒体在安吉余村旅游宣传中的运用——利用新媒体方式传播“两山”理念, 丰富乡村旅游宣传内容, 进一步提升了经济效益、乡村品牌形象, 并有助于乡村文化传承创新。^[1]在此基础上, 探讨了新媒体在乡村旅游宣传中面临的挑战, 如网络基础设施薄弱、新媒体技术更新速度快等, 并提出了相应的对策。

关 键 词 : 新媒体; 乡村旅游; 安吉余村挑战与对策

Application and Practice of Nnew mMedia in Rural Tourism Publicity — A Case Study of Anji Yu Village

Mao Jianing, Tian Shufen, Zhang Junnan

Beijing Landscape Architecture School, Beijing 102488

Abstract : As the birthplace of the concept of "clear water and green mountains are golden hills and silver mountains", Yu Village in Anji has successfully realized the transformation from mine to eco-tourism place through ecological restoration and the development of rural tourism. This paper analyzes the application methods of new media in rural tourism publicity, such as short video platform, live interaction, etc., and introduces successful cases. At the same time, focus on the application of new media in the tourism publicity of Yu Village in Anji – the use of new media to spread the concept of "two mountains", enrich the content of rural tourism publicity, further enhance economic benefits, rural brand image, and contribute to the inheritance and innovation of rural culture. ^[1] On this basis, this paper discusses the challenges faced by new media in rural tourism promotion, such as weak network infrastructure and fast update speed of new media technology, and puts forward corresponding countermeasures.

Keywords : new media; rural tourism; challenges and countermeasures of Anji Yu village

一、引言

(一) 研究背景

1. 新媒体技术与旅游行业

新媒体技术是基于数字信息处理技术而产生的, 以短视频、直播等为主要表现形式的媒体形态。相较传统媒体, 新媒体在传播主体、方式、运营上有了典型的特征: 传播主体大众化、传播方向双向化、接收方式移动化、传播速度实时化、传播内容个性化。新媒体技术的快速发展正在推动旅游行业向更高效、更个性化、更智能化的方向发展。它的应用已经深刻地改变了旅游体验和营销方式, 改善了游客的体验, 还为文旅产业带来了新的增长点和发展机遇。^[2]

2. 中国乡村旅游的兴起与“绿水青山就是金山银山”理念的推广

随着城市化进程的加速, 近年来, 中国的乡村旅游得到了迅速发展。城市居民对于回归自然、体验乡村生活的需求日益增

强。同时, 乡村地区丰富的自然资源、优美的生态环境以及独特的民俗文化, 为乡村旅游的发展提供了得天独厚的条件。乡村旅游不仅是乡村振兴的重要途径, 也成为推动农村经济发展和生态保护的重要力量。

“绿水青山就是金山银山”理念的实践主张保护自然环境。乡村旅游的发展遵循了这一理念, 强调在保护自然生态的同时, 开发旅游资源, 实现生态价值的转换。^[3] 本文以浙江省安吉县余村为例进行研究, 作为“两山理论”的发源地, 通过生态修复和乡村旅游的发展, 实现了从矿山到生态旅游地的转变。随着“绿水青山就是金山银山”理念的推广, 乡村旅游也逐渐成为中国旅游业的重要组成部分, 为推动中国的乡村振兴事业注入了新的活力和动力。

3. 安吉余村作为绿色生态旅游的成功案例

安吉余村是中国绿色生态旅游的一个成功案例, 坚持生态优先、绿色发展的道路, 有效实现生态资源的经济转化, 为乡村振兴提供可持续的发展模式。近年来, 余村通过转变发展方式, 积

极践行“绿水青山就是金山银山”的发展理念，成功实现了从贫穷落后到富裕美丽的蜕变。^[4]绿色生态旅游的兴起为余村带来了显著的经济效益，同时也有效促进了当地文化的传播和交流。

（二）研究意义

新媒体技术的发展成为了乡村产业振兴的新引擎、乡村文化发展的助推器。通过数字平台如社交媒体、网络视频等的快速崛起，乡村振兴的成功案例可以迅速传达到更广泛的人群中，增强社会对乡村振兴的认知和支持。^[5]

本文探讨新媒体在乡村旅游宣传中的实际应用效果，进一步打造新媒体与乡村旅游融合的新模式。以安吉余村为例，通过新媒体赋能，打造出独具特色的乡村景观品牌，为乡村景观的可持续发展提供新的思路和方法。也为其他乡村旅游目的地提供新媒体宣传的参考与借鉴，促进乡村旅游的可持续发展，助力乡村振兴。

二、新媒体在乡村旅游宣传中的应用现状

（一）新媒体在乡村旅游宣传中的应用方法及案例概述

利用新媒体方式宣传美丽乡村，可以极大地拓宽宣传渠道，吸引更多游客的关注，同时以生动、互动的形式展现美丽乡村的独特魅力。目前互联网上常见的新媒体宣传方式有以下几种：

1. 短视频平台：

制作一系列关于乡村景观的短视频，如风景展示、民俗活动、特色美食制作等，利用抖音、快手等平台的算法推荐机制，吸引目标观众。采用 Vlog 形式，邀请知名博主或当地居民作为导游，带领观众“云游”乡村，分享真实体验，增强代入感。^[6]

2. 直播互动：

在景区内设置直播点，进行日常直播，如农事活动直播、手工艺制作展示等，让观众可以实时提问，增加互动性。举办特色活动直播，如乡村音乐节等，吸引更多观众在线参与，提升互动性和景区知名度。

3. 社交媒体营销：

在微博、微信公众号、小红书等平台发布图文、视频内容，介绍景区特色、历史故事、美食攻略等，利用话题标签增加曝光度。发起话题挑战或互动活动，如 #最美乡村瞬间 #、#乡村美食打卡 # 等，鼓励用户生成内容，扩大传播范围^[7]。

4. H5 互动页面与小程序：

设计 H5 互动页面，通过精美的画面、动画和音效，讲述乡村故事，展示景区风貌，提供导航、预订等功能。开发小程序，方便游客在线购票、规划行程、参与互动游戏等，提升游览体验。

（二）成功应用新媒体进行乡村旅游宣传的案例

四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟县依托其独特的自然风光和丰富的文化底蕴，深入实施乡村振兴战略。^[8]通过挖掘景区资源、发展特色产业、促进农旅融合等措施。同时，加强基础设施建设和宣传推广，提高了景区的知名度和吸引力。积极与短视频平台合作。例如，九寨沟官方抖音号、九寨沟视频号等在新媒体平台上进行直播互动，解答游客关心的问题，提升了九寨沟的知

名度和吸引力。

三、安吉余村新媒体背景下乡村旅游发展现状

（一）安吉余村利用新媒体方式宣传乡村的实施策略

1. 利用新媒体平台传播“两山”理念

安吉余村作为“绿水青山就是金山银山”理念的发源地，充分利用新媒体平台，如国内的微博、微信等社交平台，广泛传播这一生态文明理念。通过发布余村的发展历程、生态环境改善成果、生态旅游项目等内容，吸引国内外游客的关注和参与，提升了余村的知名度和影响力。

2. 丰富乡村旅游宣传内容，充分挖掘当地资源

除了著名的“两山”理论发源地外，余村还具有丰富的自然资源和特色产品。余村依托其独特的自然环境，发展特色产品。例如安吉白茶，余村以生产优质安吉白茶而著称，拓展了茶产业链新业态。除此之外，安吉县被誉为“中国竹乡”，竹资源得天独厚，为当地竹产业的发展提供了坚实的基础。这些竹产品不仅在国内市场享有盛誉，还远销海外市场，为安吉的经济发展做出了重要贡献。^[9]

余村推出了全球合伙人计划，推动科技、资金、人才等资源要素向乡村流动。越来越多的青年创业者被余村的美丽环境和政策吸引，选择来到余村创业。他们利用自己的专业知识和创新思维，在余村开展各类创新创业项目发展新业态，如短视频工作室、咖啡馆、露营地等。他们利用互联网、大数据等现代技术手段，将传统农业与乡村旅游、电子商务等产业相结合，形成了独具特色的乡村产业体系。^[10]

3. 创新新媒体传播形式，创建联合媒体矩阵

直播：余村选择与具有广泛影响力的直播平台进行合作，如“央视频”APP、“爱安吉”APP等，这些平台拥有庞大的用户基础，能够有效提升直播的曝光度和影响力。直播内容紧扣余村的自然风光、人文历史、乡村旅游等特色，通过实地探访、现场解说等形式，带领观众实时参观余村的生态环境和旅游景点，让观众身临其境地感受余村的魅力。

短视频：余村鼓励村民和游客拍摄短视频，记录余村的美丽风光、民俗活动、乡村旅游等精彩瞬间。^[11]短视频内容注重创意和趣味性展现余村的独特魅力。利用短视频平台发布余村的日常生活、民俗活动等内容，吸引年轻人的关注和喜爱。这些平台拥有庞大的用户群体和高度活跃的社交氛围，能够有效提升短视频的传播效果。

4. 培养新媒体人才，提升传播能力

安吉余村注重培养新媒体人才，通过培训、交流等方式，提升村民和工作人员的新媒体素养和传播能力。不仅可以在新媒体平台上发布内容、管理账号，还可以参与策划和执行新媒体活动，为余村的新媒体内容传播提供有力支持。

（二）安吉余村利用新媒体宣传乡村旅游的影响力

1. 进一步提升经济效益

新媒体宣传为余村带来了显著的社会经济效益。通过吸引游

客和投资者，余村的旅游业和乡村经济得到了快速发展。同时也促进了余村农产品的销售与发展，为当地居民提供了更多的就业机会和收入来源。

2. 深层次提升乡村品牌形象

通过新媒体形式宣传，余村的品牌形象得到了显著提升。越来越多的人开始关注余村，了解余村的历史文化、自然风光和创新创业氛围。这不仅为余村带来了更多的游客和投资者，也提升了余村在全国乃至全球的知名度和美誉度。

3. 有助于乡村文化传承创新

新媒体宣传不仅传播了余村的历史文化，还促进了文化的传承与创新。通过新媒体平台，余村的传统手工艺、民俗风情等得到了更好的展示和传承。同时，新媒体也为余村的文化创新提供了更广阔的舞台和更多的可能性。^[12]

四、新媒体在乡村旅游宣传中面临的挑战与对策

（一）新媒体技术挑战

1. 网络基础设施薄弱

部分乡村地区的网络覆盖和网速相对较弱，可能导致新媒体内容无法顺畅播放，影响游客的观看体验。建议政府和相关机构应加大对乡村地区网络基础设施的投资，提高网络覆盖率和网速，为新媒体内容传播宣传提供有力保障。

2. 新媒体技术更新速度快

在旅游行业中，新媒体技术的重要性日益凸显，它不仅能够提高旅游信息的传播效率，还能够增强游客的旅游体验，推动旅

游行业的创新发展。^[13]如5G+旅游、智慧旅游、大数据分析技术、人工智能、增强现实、虚拟现实等技术的不断创新及应用，需要从业人员不断汲取新技术、新方法，进一步提升专业素养，提升乡村旅游的游客体验感，提升游客满意度。

（二）新媒体营销内容挑战

许多乡村在宣传时往往陷入内容同质化的困境，缺乏独特的卖点和吸引力。各平台的文案或主题都大同小异，没有深入挖掘本地乡村的特色资源，让游客朋友们在看过介绍后，失去前来参观的欲望。^[14]因此在新媒体环境下，为了提升宣传效果，确实需要深入挖掘当地特色，比如深入了解当地历史文化、自然资源和景观、乡村特色产业、打造独一无二的品牌文化和形象。

（三）受众吸引与维系挑战

宣传乡村的新媒体内容往往缺乏互动性，影响内容的传播效果，难以激发用户参与和分享。由于内容和互动不足，游客对新媒体平台的粘性较低。^[15]应在平台上设计互动性强的新媒体活动，如问答、投票、有奖竞猜等，提高用户的参与感和互动性。

五、结语

随着科技的进步和数字化时代的到来，新媒体在乡村旅游发展中的作用日益凸显。乡村旅游要走可持续发展路线，就要重点体现和利用新媒体技术传播的优势，将新时代背景下的乡村旅游逐渐向科技化、信息化、个性化、品牌化、融合化方向发展。满足消费者的需求，吸引越来越多的游客参与到乡村文化传播中，助力我国乡村振兴的发展。

参考文献

- [1] 陶雅，陶应虎. 乡村振兴背景下乡村旅游营销策略——以红安县龙王湖乡村旅游景区为例 [J]. 江苏农业科学, 2024, 52(15): 271-278.
- [2] 许文素. 互联网背景下乡村旅游精准营销路径分析 [J]. 山西农经, 2023, (14): 165-167.
- [3] 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.
- [4] 李璐涵. “互联网+”背景下乡村旅游可持续发展路径探析——以安徽农旅小镇三瓜公社为例 [J]. 企业科技与发展, 2018, (08): 330-332.
- [5] 熊润华. 乡村振兴战略下乡村旅游新发展模式探析 [J]. 粮油与饲料科技, 2024, (01): 112-114.
- [6] 李安琪. 乡村振兴背景下诸城市乡村旅游可持续发展研究 [D]. 内蒙古农业大学, 2023.
- [7] 王新博. Q县乡村旅游发展中的政府职能履行优化研究 [D]. 华北理工大学, 2023.
- [8] 赵佩茹. 乡村振兴背景下陕西地域特色旅游产业链宣传视频创作策略探究 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(06): 50-52.
- [9] 马飞凡. 乡村振兴视角下新疆乡村旅游宣传推广研究 [J]. 旅游与摄影, 2022, (06): 18-20.
- [10] 黄秋晨，史厚河，徐珂祯. 河南乡村旅游发展策略探究 [J]. 广东蚕业, 2024, 58(07): 102-104.
- [11] 胡荣熙. 新媒体背景下乡村旅游传播分析 [J]. 国际公关, 2023, (12): 155-157.
- [12] 燕玉霞. 基于研学旅行的乡村旅游规划设计研究 [J]. 农村经济与科技, 2023, 34(01): 153-155+193.
- [13] 刘荣婧. 乡村振兴战略背景下新媒体推动乡村旅游发展的研究 [J]. 旅游与摄影, 2022, (12): 24-26.
- [14] 马艳萍. 新闻媒体在乡村旅游业转型发展中的应用分析 [J]. 经济研究导刊, 2022, (09): 130-132.
- [15] 杨柳. L县乡村旅游发展中政府职能发挥问题及对策研究 [D]. 河北科技大学, 2021.000433.