

# 互联网背景下的旅游发展探究 ——以常德市大小河街为例

程姗姗

湖南应用技术学院, 湖南 常德 415100

DOI: 10.61369/SSSD.2025060016

**摘 要 :** 互联网背景下, 常德市大小河街在信息获取与传播、旅游产品创新等方面变革。本文分析其地理位置、历史沿革、旅游资源特色及发展现状, 如信息平台建设、产品服务创新等。探究互联网时代大小河街旅游发展的困境与机遇, 并提出策略, 为常德市大小河街及其他类似旅游目的地在互联网时代可持续发展提供借鉴。

**关 键 词 :** 互联网; 常德文旅; 可持续发展

## Investigation of Tourism Development under the Background of the Internet — Taking the Big and Small Riverside Streets of Changde City as an Example

Cheng Shanshan

Hunan Institute of Engineering Technology, Changde, Hunan 415100

**Abstract :** Against the Internet backdrop, Daxiao Hejie in Changde has changed in information acquisition, dissemination, and tourism product innovation. This paper analyzes its location, historical evolution, tourism resource characteristics, and current development (including information platform construction and product – service innovation). It explores the dilemmas and opportunities in its tourism development in the Internet era and proposes strategies to offer reference for the sustainable development of Daxiao Hejie and other similar tourist destinations in the Internet era.

**Keywords :** internet; Changde cultural tourism; sustainable development

随着信息技术发展, 互联网渗透各领域, 改变旅游行业生态。2022年, 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》, 强调大力发展“线上+线下”融合、在线与在场结合的文化新体验<sup>[1]</sup>。探究互联网与旅游产业融合机制和规律, 能助旅游目的地和企业把握市场与需求变化, 制定发展与营销策略, 提升竞争力, 实现转型升级, 促进旅游业高质量发展。常德历史文化古街应利用互联网优势, 与地方文旅融合, 带动地方经济和城市旅游推广<sup>[2]</sup>。

### 一、互联网对旅游业的影响

互联网的出现改变了人们日常生活方式。无论是信息的获取与传播方式、产品的创新、以及推广的方式、服务体验等都较以前有了明显的改变。

#### (一) 信息获取与传播的便捷性

互联网上丰富的旅游信息平台提供全方位服务。旅游垂直网站如携程、去哪儿等, 整合全球旅游产品信息, 方便游客查询目的地旅游资源。社交媒体平台成为旅游信息传播重要渠道, 如微信、微博、抖音、小红书等, 游客可分享旅游经历形成口碑传播, 关注相关账号获取最新资讯、小众景点推荐和实用攻略。信息传播的即时性、互动性和广泛性, 影响了游客旅游决策过程。

#### (二) 产品个性化与创新性

互联网为旅游产品创新提供技术与市场支持。旅游企业借助大数据分析和用户画像技术精准洞察消费者需求, 开发个性化定制旅游产品。企业深入了解消费者兴趣、习惯和偏好开发针对性产品。催生虚拟旅游等新型产品形态, 如利用VR、AR技术让游客远程体验景点开辟新市场。同时, 共享经济在旅游领域应用带来创新产品, 如民宿短租、共享汽车等, 为游客提供多元、个性的住宿和交通选择。

#### (三) 营销与推广的精准化

互联网时代, 社交媒体营销成为主流。首先创建平台, 旅游目的地和企业 在微信、微博、抖音等平台建立官方账号, 如抖音短视频能提升景区热度与客流量。其次重视内容营销, 旅游企业

创作旅游攻略、游记、文化故事等，在旅游网站、社交媒体、专业论坛发布，以内容驱动旅游消费决策。此外，互联网营销可通过数据分析实现精准营销，根据用户特征向目标客户推送产品和信息，提高营销效果和回报率。

#### （四）服务与体验的智能化

技术应用提升旅游服务质量与游客体验。游客可通过在线旅游平台订酒店、机票、门票等，在线和移动支付。景区引入物联网技术，实现游客流量监测、智能导览、电子验票等功能，游客通过手机 APP 获取景区信息、规划路线，部分景区还设有无人值守停车场、智能储物柜等。此外，游客可通过在线客服、社交媒体反馈问题，旅游企业及时解决以提升满意度。

## 二、常德大小河街旅游发展相关概况

常德市大小河街位于武陵区柳叶湖旅游度假区、穿紫河东段，东起常德大道，西至紫缘路，南邻姻缘河，北连河街路。因地理位置优越、交通便利且周边配套设施完善。

#### （一）历史沿革

大小河街历史悠久，始于战国楚威王时，形成于明朝正德年间。集商业、文化等多种功能于一体，是复原的清末民初常德沿河古街，被誉为常德的“清明上河图”<sup>[3]</sup>。1939年，日本侵略者轰炸常德城，河街成废墟，抗战后虽短暂重建但元气大伤。1985年，为防洪建大堤，原河街全被拆除。2014年，常德市政协委员徐芳明等提案建议复原古街场景、打造文旅亮点，被市委、市政府采纳。2015年1月20日，新河街在穿紫河北岸异地重建工程开工，2017年1月1日正式建成开街，重现老河街风貌，成为常德重要文化旅游地标。

#### （二）历史文化特色

大小河街由大河街、小河街、麻阳街三大核心街区构成。麻阳街房屋一侧依城墙，临河多为木结构吊脚楼，展现湘西传统风格；小河街为砖木结构，主营特色小吃和餐饮，供游客品尝美食；大河街以四合院和簪子屋为主，还原1943年前的洋行、店铺和住宅。大小河街承载常德码头、商业、民俗等多种文化元素。文化创意是文化旅游的根本驱动力，在既有文化基础上加入创造力，可赋予文化新价值和风貌<sup>[4]</sup>。游客可参观文化展馆、欣赏民间艺术表演，还能参与传统手工艺制作体验活动。

## 三、常德大小河街旅游发展现状与不足

大小河街历史文化底蕴深厚，还原常德古街风貌，建筑特色鲜明、文化氛围浓，且地理位置优、交通便利，为旅游发展提供良好基础。

#### （一）信息平台建设

旅游信息平台是游客获取旅游信息的重要途径。大小河街在旅游信息平台建设上有官方网站，设置景区介绍、攻略等板块，提供基本旅游信息；与携程、美团等合作，方便游客查询演出、预订酒店等。然而，信息平台建设仍存在不足，官方网站功能简

单，缺乏互动与个性化服务，特色文化和深度旅游线路展示不充分，难以满足游客多样化需求。

#### （二）产品与服务创新

在互联网推动下，大小河街部分商户尝试线上线下结合，通过微信公众号、电商平台等拓展销售渠道；还利用互联网平台推出线上预订服务，为游客提供便利。然而，旅游产品个性化和定制化以标准化产品为主，难以满足不同游客群体需求。在旅游服务方面，智能化服务应用少，导致游客获取信息不便；文化表演和体验活动互动环节设计不足，影响旅游体验提升。

#### （三）营销与推广策略

大小河街在旅游营销与推广上积极借助互联网工具，营销上开通官微和微博，定期发布景区资讯以吸引互动，并与本地博主、达人合作扩大知名度；在旅游相关网站和 APP 投放广告提高曝光率；利用节庆活动营销，举办特色活动并进行宣传。然而，社交媒体营销内容创新不足、缺乏优质内容；营销集中在本地及周边，难以触达远距离潜在游客；优化策略和配置资源等问题仍然存在。

#### （四）市场与游客反馈

游客在旅游平台和社交媒体的评价，好评在认可历史文化氛围和建筑特色，认为还原常德古街风貌、突显地方特色，喜爱当地美食如牛肉粉、钵子菜等，肯定景区环境卫生和整体秩序。部分游客觉得景区商业化程度高，缺乏原生态文化氛围，旅游体验项目少且缺乏新意，部分设施不完善。

## 四、常德市大小河街旅游发展优化建议

随着互联网发展和宣传推广加强，大小河街游客逐年增多，以本地及邻近城市游客为主。为利用互联网机遇推动地方旅游经济发展，特提以下措施。

#### （一）加强旅游信息平台建设

##### （1）官方网站与移动应用

完善官方网站建设是加强旅游信息平台建设的基础。景区介绍板块，含历史、建筑、文化等内容并配高清图文视频；增加实时信息发布板块，及时更新活动、商户、天气、交通等内容；开通在线咨询和留言反馈功能。此外，开发专门移动应用程序（APP）具备智能导览、在线预订、个性化信息推送等功能，保证界面简洁、流畅，并定期更新优化用户体验。

##### （2）旅游信息资源整合与共享

建立统一旅游信息资源数据库，整合大小河街景区、商户、旅游产品等信息。加强与政府部门、旅游企业、周边景区等合作，如从交通部门获实时公交信息、与周边景区共享旅游线路和活动信息、与商户共享预订数据，为游客提供全方位信息服务，减少搜索时间和成本。利用信息资源开展大数据分析，了解游客需求和行为特征，提升旅游管理精准性。

#### （二）创新旅游产品与服务

##### （1）个性化与定制化旅游产品

旅游文创产品是指在传统旅游开发的基础上有加入文化创意

的元素,以艺术创新为载体,来源于生活又高于生活,提高旅游产品的艺术性和文化性<sup>[5]</sup>。基于大数据分析游客需求与偏好,开发个性化、定制化旅游产品。设计不同主题旅游线路与体验活动,引入智能旅游科技公司,与地方高校合作,创新旅游产品和服务。跨界融合有效提升旅游产品的多样性和创新性,推动相关产业的发展,从而形成具有竞争力的旅游生态系统提供定制化服务<sup>[6]</sup>。

#### (2) 旅游体验与互动活动

推行“旅游+N”跨界发展新模式,以游客体验为中心对文旅产品、内容、服务进行场景重构<sup>[7]</sup>。结合大小河街历史文化特色设计互动体验项目。举办剪纸、木雕等传统手工艺制作大赛;开展常德丝弦演唱学习、传统婚礼仪式模拟等民俗文化体验活动。利用互联网技术增强活动趣味性 with 互动性,开发 AR/VR 体验项目,让游客体验历史场景和文化故事<sup>[8]</sup>。

#### (三) 优化旅游营销与推广

##### (1) 社交媒体营销

新媒体时代,“文旅+”短视频制作简单,成本可控,同时融合了视听元素与营销策略,其碎片化、移动化、低门槛、强社交性的传播特性契合新媒体“短、新、快、奇”的特点,可在为受众提供沉浸式体验的基础上快速变现<sup>[9]</sup>。创新社交媒体营销内容与形式,提升营销吸引力和影响力。制作短视频、Vlog 等有创意的高质量内容,突出大小河街特色亮点,讲述其历史文化与游客体验。同时,邀请达人实地体验并发布宣传内容,借助其粉丝和影响力推广。

##### (2) 网络口碑与评价管理

安排专人监测各大旅游平台、社交媒体上大小河街的评价留言,及时了解游客反馈。对于正面评价,及时感谢并传播以扩大影响力;对于负面评价,高度重视并及时沟通处理,避免扩散。建立激励机制,鼓励游客分享体验与好评,指定平台发布优质评价的游客给予奖励,提高参与积极性。

#### (四) 提升旅游服务与体验

##### (1) 智能化与便捷化服务

旅游开发是人们基于经济效益为指导下对旅游景区资源及旅游产业的开发,人们为了发掘、改善和提高旅游资源的吸引力而致力从事的开拓和建设活动<sup>[10]</sup>。在景区合理布设智能导览终端、信息查询屏等设施,提供自助信息查询和导览服务;引入智能监控系统,实时监测游客流量和安全状况并及时疏导管理,优化在线服务流程,提供顺畅服务体验。

##### (2) 旅游环境与设施改善

加强旅游环境整治管理,打造整洁游览环境。加大景区卫生清扫维护力度;规范商户经营,维护景区秩序;强化绿化植被养护,提升美观度。完善旅游设施,增加卫生间数量;设无障碍设施和母婴室;合理规划停车位,扩充供给;增设休息座椅、遮阳棚等设施;提升游客舒适度。

综上所述,常德市大小河街依托历史文化与地理优势,在信息传播等方面积极探索,加强平台建设 with 资源整合、开发个性化产品、优化营销与口碑管理、提升智能化服务与设施水平等策略,为可持续发展提供路径,助力旅游业数字赋能下高质量发展。

## 参考文献

- [1] 化睿云. 数字化背景下西藏“沉浸式”文旅融合新业态的创新路径研究 [J]. 新西部, 2024(07).
- [2] 李海涛. 基于空间句法的商业街空间结构形态研究——以常德市大小河街和“德国小镇”为例 [D]. 南华大学, 2019(12).
- [3] 唐诗. 乔淑英常德大小河街景区开发的文化创意分析 [J]. 现代商业, 2022(03).
- [4] 刘微. 创意旅游发展策略研究 [J]. 旅游经济, 2012(06).
- [5] 李琴. 文化创意视角下的徽州文化旅游产品开发探析 [J]. 河北旅游职业学院学报, 2017, 22(03).
- [6] 魏鹏举. 数字时代旅游产业高质量发展的文旅融合路径: 以文博文创数字化发展作典范 [J]. 广西社会科学, 2022(08).
- [7] 张琪. 郑州文旅短视频传播路径研究 [J]. 商丘职业技术学院学报, 2024(04).
- [8] 李素芬, 王小勤, 秦茜. 全媒体视域下高校红色文化传播路径探究 [J]. 广西教育, 2023(09).
- [9] 张宴硕, 董雪. 算法推荐机制下的短视频创作与传播 [J]. 新媒体研究, 2020(18).
- [10] 李明伟, 刘锋. 旅游文化创意与规划 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2017.