

移动商务环境下都市农业旅游的发展研究

王宏伟, 李梅, 陈琦, 王霞 (四川师范大学计算机科学学院, 四川成都 610101)

摘要 首先梳理了都市农业旅游的概念和发展轨迹, 然后分析了移动商务环境下都市农业旅游的价值链, 最后提出了移动商务环境下都市农业旅游的规划, 以期移动商务环境下都市农业旅游的蓬勃发展提供理论基础。

关键词 都市农业旅游; 移动商务; 价值链

中图分类号 F 590.7 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2018)23-0079-03

Study on the Development of Urban Agricultural Tourism under the Environment of Mobile Commerce

WANG Hong-wei, LI Mei, CHEN Qi et al (College of Computer Science, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610101)

Abstract This paper firstly combed the concept and development track of urban agricultural tourism, then analyzed the value chain of urban agricultural tourism under the environment of mobile commerce, and finally put forward the planning of urban agricultural tourism under the environment of mobile commerce, in order to provide theoretical basis for the flourishing development of urban agricultural tourism under the environment of mobile commerce.

Key words Urban agriculture tourism; Mobile commerce; Value chain

随着农业现代化和城市化进程的加快, 近年来城市居民休闲旅游需求日益增长, 应运而生的都市农业旅游取得了较好的经济、社会、生态效益。但处于市场规范化进程中的都市农业旅游不可避免地要经受同质化、信息闭塞等问题的考验。在产业融合的大趋势下, 移动商务环境的崛起和成熟为都市农业旅游注入了新的动力。笔者梳理了都市农业旅游的概念和发展轨迹, 从价值链的角度分析了移动商务环境下都市农业旅游的价值环节过程, 结合互联网发展设计了融合移动商务属性的价值层次, 随后围绕移动商务下旅游服务内容的创新提出了移动商务环境下都市农业旅游的规划, 以期移动商务环境下都市农业旅游的蓬勃发展提供理论基础。

1 都市旅游发展现状

1.1 都市农业旅游的概念 都市农业旅游是一种在城市化进程中发展起来的、通过现代都市农业与旅游业相结合的新型旅游方式, 来源于城市居民对生活质量提升的客观需求。都市农业是指地处都市及其延伸地带, 紧密依托并服务于都市的农业, 它是大都市中、都市郊区和大都市经济圈以内, 以适应现代化都市生存与发展需要而形成的现代农业^[1]。在拓展都市农业功能的基础上发展起来的都市农业旅游, 以其独特的社会、经济和生态功能构成了城市化的重要组成部分, 它以生态绿色、观光休闲、文化传承和可持续发展为标志, 以农业高科技支撑的园艺化、设施化、工厂化生产为主要手段, 以大都市旅游需求为导向, 融生产性、生活性和生态性于一体, 是一种高质、高效、与可持续发展相结合的现代旅游新形态。

1.2 国内外发展轨迹 20世纪五六十年代美国学者开始研究都市农业。Blaine等^[2]、Fleischer等^[3]、Reichel等^[4]从供给角度研究了农业旅游的发展动力; Fleischer等^[5]运用经济

学计量工具分析了旅游经济的影响; Akpinar等^[6]研究了农业旅游与社会经济发展的关系。国外的研究大多集中在农业旅游的供给与需求、经济影响、资源环境影响和社会文化影响等方面, 呈现出多学科交叉的特点, 侧重农业旅游的资源和文化研究, 偏重于应用研究, 而缺少基础理论研究。

我国都市农业旅游萌芽于20世纪90年代初, 经济发达的城市逐步开展都市农业实践。自1991年上海举办“南汇桃花节”以来, 我国都市农业旅游在上海、北京、成都、深圳等城市兴起并迅速发展; 2001年“农业旅游”的概念被正式提出, 国家旅游局组织全国各地开展农业旅游项目调研与筛选等工作, 并于2004年验收了203个“全国农业旅游示范点”, 提高了农业旅游产品的规范化、专业化和市场化; 2008年我国内地旅游业总收入达到1540亿美元, 其中400亿美元是休闲农业旅游的收入。总体而言, 国内理论研究滞后于实践发展, 研究成果还不够系统。

1.3 都市农业旅游的发展模式 伴随着经济的发展和人们生活水平的提高, 都市农业在我国已成为新兴的旅游方式, 因地制宜发展都市农业旅游已成为共识。通过对我国东、中、西部都市旅游发展城市的观察, 大部分地区充分利用自然气候、人文优势和市场需求发展都市农业旅游并取得了良好的成效, 但仍有很多不足, 比如不少项目雷同、布局无序, 低水平盲目扩张现象普遍, 缺乏特色, 竞争性弱, 文化内涵缺乏, 科技含量不高, 旅游设施不完善等问题。

根据旅游的性质、定位、经营等方面的特点, 都市农业旅游发展模式主要分为四大类: ①传统观光型。主要以都市人不熟悉的农业生产过程为卖点, 在城市近郊或风景区附近开辟特色果园、菜园、茶园、花圃等, 让游客入内摘果、拔菜、赏花、采茶, 享受田园乐趣^[7]。②都市科技型。以高科技为重要特征, 在城内小区和郊区建立小型的农、林、牧生产基地, 既可为城市提供部分时鲜农产品, 又可以获得一部分观光收入, 兼顾了农业生产与科普教育功能。③休闲度假型。利用不同的农业资源(如森林、牧场、果园等), 吸引游客前去度假, 开展农业体验、自然生态领略、垂钓、野味品尝、住宿、度

基金项目 四川省科技厅重点项目(2018GZ0270); 四川师范大学大学生创新创业项目。

作者简介 王宏伟(1979—), 男, 河南辉县人, 副教授, 硕士, 从事电子商务和物流工程研究。

收稿日期 2018-04-09; **修回日期** 2018-04-27

假、游乐等各种观光、休闲度假旅游活动。④民俗风情型。民俗风情型农业旅游是民俗文化在农业旅游发展中的应用,其吸引物是乡村所在地的民俗文化和风土人情,相对而言,更多地取决于该乡村社区长期积淀下来的风俗人文方式,因此大多以民间技艺、民俗节气为主题的民俗文化游、乡土文化游的形式展开。

2 移动商务环境下都市农业旅游的价值链分析与设计

2.1 都市农业旅游价值链分析

价值链是由哈佛商学院教授、“竞争战略之父”波特提出,而普恩最早将这一概念应用于旅游业,并将旅游业价值增值活动分为基本活动和辅助活动。其中,辅助活动不直接参与价值增值,而是通过其他方式为产品或服务提供间接增值。马勇等^[8]在此基础上提出了更为细致的层次划分,分别为基本价值链、可变价值链和延伸价值链。基本价值链是指旅游实体到相关中介的价值链环节,可变价值链则是旅游实体之间的价值交互,而金融、保险、旅游产品等旅游衍生品则被归为衍生价值链。

都市农业旅游主要是为解决城市居民对农业产品或服务的需求与快节奏城市生活之间的矛盾,因需制宜地设计开发出相关的旅游产品,实现增值的过程。其基本价值链包括交通出行、餐饮住宿、娱乐购物等内容,其余部分则为衍生价

值链。相较于基本价值,衍生价值链是都市农业旅游的最大突破口。利用信息的流通填补消费缺口,并进行农业旅游形式创新和有效推广,引导或满足消费者需求,带给客户在城市体会不到的农业产品或服务,形成独特的竞争优势。

2.2 移动商务环境下都市农业旅游的价值链设计

随着移动商务的高速发展,都市农业旅游价值链的范畴得到了更广泛的延伸。吴晓波等^[9]认为移动商务产业价值链分为基础网络层、支持服务层、应用服务层3个部分。其中,基础价值层的主要功能是构造无线通信网络。支持服务层是通过移动通信网络,加载应用服务层所提供的具体服务,满足最终用户的需求。应用服务层的主要功能是为最终用户提供各种移动商务服务。在移动商务环境下,都市农业旅游有必要为满足消费者的需求而对价值链进行重新设计。

在移动商务环境下,都市农业旅游的运营更加便利,更容易拉近城市居民与农业之间的距离。综合考虑移动商务产业价值链的层次和都市农业旅游的运营特点,对都市农业价值链进行了互联网属性的融合设计,主要分为移动技术提供商、农业技术提供商、服务内容提供商、衍生价值提供商4层(图1)。



图1 移动商务环境下都市农业旅游价值链

Fig.1 The value chain of urban agricultural tourism under the environment of mobile commerce

(1)移动技术提供商。将移动技术环境的提供商均划分为移动技术提供商,既包括对网络硬件设备、硬件软件以及移动终端进行构造的基础网络商,也包括为移动用户提供加载应用信息服务的无线网络运营商。移动技术提供商是价值链的重要成员,尽管它们并不直接参与都市农业旅游的价值分配,但是可以通过为价值链上其他成员提供移动技术服务而获利。

(2)农业技术提供商。都市农业旅游并非都市的原生农业,而是具有观光需求高、作物适应周期长、实施条件特殊等特点的服务业,这些性质决定了都市农业旅游的蓬勃发展离不开经验丰富的专业农业人员的技术支持。农业技术提供商既要参与作物的选种、栽植和育养,也要参与都市农业旅游栽种环境的把控、旅游服务环境的改造。这一环节为都市农业旅游提供核心产品功能。

(3)服务内容提供商。服务内容提供商则是在移动环境下的都市农业旅游业提供移动应用平台的开发和提供都市农业旅游服务的实体。在移动商务环境下,都市农业旅游企业可以将传统的服务内容通过IT技术集成改造,以移动终端应用的方式提供,消费者通过各种智能终端可以随时随地享用都市农业旅游服务。服务内容提供商是都市农业旅游价值链的交易集中点。

(4)衍生价值提供商。移动商务环境中,围绕都市农业旅游核心服务而开展的餐饮、金融、保险、旅游产品等衍生产品的价值有更多的应用空间。由于都市农业旅游地理位置

的特殊性,靠近城市又兼具田园特色,从而使得与都市农业旅游相关的衍生服务具有更高的商业价值,如与都市农业旅游伴生的餐饮住宿、娱乐购物、科普教育等内容。这部分价值创造既可以由都市农业旅游企业提供,也可以引入第三方企业进行专业化运营。

3 移动商务环境下都市农业旅游的服务规划

3.1 移动商务环境下都市农业旅游服务商的优化

3.1.1 打造网络服务平台,拉近服务双方距离。

移动商务环境下,都市农业旅游企业建立以门户网站、企业微博、企业微信公众号为主的综合服务平台。门户网站是企业在互联网上展示其形象的主要窗口,是企业开展电子交易的基础,设计并制作功能丰富的社交网络服务平台是企业融入移动互联网的重要步骤。随着互联网的发展,许多消费者对企业的认知不再受限于时空差异,通过互联网访问门户网站、访问微信公众号成为消费者考察企业服务能力的渠道。在移动商务环境下消费者可检索到都市农业旅游服务商的服务信息,浏览服务商的相关新闻,熟悉景区的布局,了解景区的应急机制等。优秀的都市农业旅游网络服务平台不仅有助于树立企业形象、提高企业竞争力,而且有助于拉近与客户的距离。

3.1.2 在线人才培养。

随着都市农业的快速发展,人才缺口越来越大。现今从事都市农业旅游服务的绝大多数人员都是非专业人士,大多缺乏服务意识且水平不高,与城市居民需要的旅游服务质量存在较大的差距。采用传统集体培训

员工的方式,不仅需要花费大量的资金和时间,且随着从业人员的流动性有可能使培训事倍功半。若要获得具有一定种植、养殖、经济管理和旅游服务等多方面能力的综合性人才,需要采用专家在线培训的方式,邀请农业专家和旅游业资深人士在线授课,培养目标要兼顾多方面知识体系的构建。在线培训可录制,让员工能够利用在岗时间或其他空闲时间观看,通过移动网络可方便地对相关理论边学习边实践。

3.1.3 建立完善管理系统。都市农业旅游企业需要设置专业团队,建立并管理本企业的信息管理系统。管理系统中大致可分为两大部分:面向农业的管理信息系统和面向消费者的信息系统^[10]。面向农业的管理信息系统主要针对农业产品的培育、库存、销售等环节。面向消费者的信息系统主要是对消费者的个人、消费等信息。完善的信息系统为服务商提供丰富的信息化手段,实现对日常工作中的信息进行管理,有利于信息的快速收集、整理等,提高了工作效率;结合大数据和商务智能的发展,信息系统还可以实现对海量历史数据的合理组织,有利于服务商对历史数据的合理开发和利用,从而为都市农业旅游的服务组织提供辅助支持,使决策更加科学合理。

3.1.4 建立评分和反馈系统。服务商的工作是为顾客提供农业旅游相关服务,为消费者提供满意的服务。管理层需要及时了解服务的质量与水平,才能更好地改善农业旅游服务水平。利用移动商务环境中的评分反馈系统,消费者可给每次出游的各方面进行评分,也可以对服务商提出一些意见反馈。企业根据消费者的评分与反馈,了解服务运营的现状以及自身的优缺点。此外,评分系统还可以根据历史数据推测顾客的偏好,按照顾客的偏好,在后续服务中提供个性化的服务方式。评分系统会迫使企业不断改变与优化,消费者也可以根据每个服务商的评分而选择自己出游的场所。

3.2 移动商务环境下都市农业旅游的服务创新

3.2.1 视频分享与导购。运用高科技手段和先进的培养模式,培育出一些形状各异的蔬菜瓜果,不仅营养丰富而且具有观赏价值。向人们展示通过科学的手段,不但可以将蔬菜变为观赏的艺术品,而且能增加产量,加强营养。旅游服务商可以录制奇异瓜果培养过程的视频或者制作简短的瓜果生长动画视频,将二维码置于这些瓜果旁边,顾客在采摘的同时也可以通过扫描二维码了解这些奇异瓜果的名字,了解它们的生长过程,这样可以吸引消费者的兴趣,有助于留住更多的顾客。

3.2.2 农作物所有权认购。移动商务环境下,消费者可以现场或远程认购一片蔬菜或一棵果树,通过移动网络,消费者随时关注作物的生长过程,预约合适的时机到农场亲自照顾自己的作物。当认购的作物成熟时,该作物的果实归属由消费者决定。蔬菜或果树的认购活动将供给侧改革与瓜果种植实现有效对接,不仅提前锁定了收益,而且解决了销售的难题。此外,借着“认购”活动,不仅可以让客户吃到专属的瓜果,而且使服务商的美誉度和口碑都得到了体现,有助

于增加顾客黏性,维护与消费者的关系。

3.2.3 智慧农家乐。自2011年国家旅游局提出发展“智慧旅游”以来,农家乐发展进入第四代智慧旅游阶段,智慧旅游是新一代农家乐建设的基础和标志。它的主要特点表现为体验为主、智慧旅游、综合体、专属品牌、标准建设体系。借助移动商务,都市农业旅游服务商可打造新一代农家乐平台,建设服务商的专属网络平台,通过互联网让农家乐特色告别“藏在深山无人知”的尴尬境地,借力社交网络(SNS)实现消息的网络传播,让更多潜在的消费者了解农家乐的信息,如地址、餐饮特色、住宿条件等。引入智能网络和设备,扩大农家乐的经营规模,开展具有乡土特色的集中经营,使之成为农业旅游的重要组成部分,进而吸引大量游客。

3.2.4 共享厨房。共享厨房模式最早起源于美国,以美国纽约的 Union Kitchen 和佛罗里达的 Your Pro Kitchen 为代表,它们为入驻的餐饮创业者提供场地、设备以及一系列专业餐饮运营咨询。移动环境下的农业旅游服务商,通过网络接受预定,以共享厨房的模式为来旅游区游玩时间较长的顾客提供一个烹制美食的场地。当顾客采摘了许多的瓜果,想品尝新鲜美味蔬菜时,就可以到旅游区的共享厨房烹煮美食,还可以得到专业人士的指导。这种模式既减少了户外旅游中的野炊活动对环境资源的破坏,又提高了都市农业的旅游服务质量。

4 结语

随着城市现代化进程的加快,我国城市居民的旅游需求不断攀升,都市农业旅游在满足这方面需求的同时依然存在文化内涵缺乏、科技含量不高、旅游设施不完善等问题。在产业融合的时代背景下,移动商务环境的兴起和成熟为都市农业旅游的革新提供了契机。旅游企业应当搭建完整的产业体系,进一步对价值链进行优化,结合互联网应用对旅游服务内容持续创新,将移动商务所带来的便利和精准营销发挥到极致。

参考文献

- [1] 张蓓,刘民坤.我国都市农业旅游演进轨迹与发展机制[J].江苏农业科学,2013,41(2):419-422.
- [2] BLAINE T W, MOHAMMAD G, VAR T. Demand for rural tourism: An exploratory study[J]. Annals of tourism research, 1993, 20(4): 770-773.
- [3] FLEISCHER A, TSUR Y. Measuring the recreational value of agricultural landscape[J]. European review of agricultural economics, 2000, 27(3): 385-398.
- [4] REICHEL A, LOWENGART O, MILMAN A. Rural tourism in Israel: Service quality and orientation[J]. Tourism management, 2000, 21(5): 451-459.
- [5] FLEISCHER A, TCHETCHIK A. Does rural tourism benefit from agriculture? [J]. Tourism management, 2005, 26(4): 493-501.
- [6] AKPINAR N, TALAY İ, CEYLAN C, et al. Rural women and agrotourism in the context of sustainable rural development: A case study from Turkey [J]. Environment, development and sustainability, 2005, 6(4): 473-486.
- [7] 石红磊.城市观光农业发展概述[J].学习月刊,2010(18):20-21.
- [8] 马勇,陈慧英.基于产业融合的旅游全价值链体系构建研究[J].旅游研究,2012,4(2):1-6.
- [9] 吴晓波,陈琦,盛玲玲.移动商务产业价值链研究[J].重庆大学学报(社会科学版),2007,13(6):22-26.
- [10] 刘忠.中国农业管理信息系统发展现状、问题、趋势与对策[J].农业工程学报,2005,21(S1):201-206.