

舒城县百神庙镇数字化推广方案研究

夏业领 陈龙 马玲

安徽国防科技职业学院 经贸管理学院, 中国·安徽 六安 237000

摘要: 本文以安徽省舒城县百神庙镇为研究对象, 系统研究其数字化推广方案。实地调研发现, 该镇交通物流基础较好, 沔巢电商基地初具规模, 但存在 5G 网络覆盖不足、电商主体少规模小、品牌数字化滞后、传播渠道单一等突出问题, 缺乏系统化传播策略。基于此, 本文构建“一模式、四渠道、双平台”推广方案: 以立体式结构化推广模式统筹政府、企业、居民、游客四方协同, 以多媒体合作、第三方平台、区域联动、线下节庆四类渠道形成传播合力, 以“四季百神”智慧旅游 APP 和特色农产品直播基地为落地载体, 并以网络提升、数字培训、服务站运维为配套保障。

关键词: 数字乡村; 数字化推广; 乡村旅游; 电商直播; 百神庙镇

Research on Digital Promotion Scheme of Baishenmiao Town, Shucheng County

Xia Yeling, Chen Long, Ma Ling

School of Economics and Trade Management, Anhui Vocational College of Defense Technology, China Anhui Liu'an 237000

Abstract: This paper takes Baishenmiao Town, Shucheng County, Anhui Province as the research object to systematically study its digital promotion scheme. Field research reveals that the town has a solid transportation and logistics foundation and the Fengchao E-commerce Base has begun to take shape, yet prominent problems remain, including insufficient 5G network coverage, a small number and scale of e-commerce entities, lagging brand digitalization, and limited communication channels, with an absence of systematic communication strategies. Based on these findings, this paper constructs a promotion scheme of "one model, four channels, and dual platforms": a three-dimensional structured promotion model coordinates the synergy among government, enterprises, residents, and tourists; four channels—multimedia cooperation, third-party platforms, regional linkage, and offline festivals—form a communication synergy; the "Four Seasons Baishen" smart tourism APP and the characteristic agricultural product live-streaming base serve as implementation carriers; and network improvement, digital training expansion, and service station operation and maintenance serve as supporting safeguards.

Keywords: Digital village; Digital promotion; Rural tourism; E-commerce live streaming; Baishenmiao town

0 引言

2019 年《数字乡村发展战略纲要》的发布, 标志着乡村数字化建设上升为国家战略。此后, 《数字乡村发展行动计划(2022—2025 年)》等文件相继出台, 数字乡村建设的路线图日益清晰。然而, 我国数字乡村建设面临显著的区域不平衡, 中西部传统农业乡镇受基础设施薄弱、数字素养不足等多重约束, 数字化推广面临“起步晚、推进难”的现实困境。百神庙镇地处安徽省中部, 兼具竹木编织、稻虾种养等产业基础与电商初步探索, 同时面临网络覆盖不足、数字人才匮乏等典型问题, 具有较强的研究代表性和实践参考价值。本文旨在系统研究百神庙镇数字化推广方案, 在全面梳理现状与不足的基础上, 结合相关理论分

析推广方法的适配性, 进而设计具有针对性和可操作性的数字化推广方案, 为该镇及中部同类型乡镇的数字化转型提供理论支撑和实践指引。

1 研究现状

国内学者目前围绕数字乡村展开了广泛探讨。在底层逻辑层面, 霍鹏等从功能价值角度分析了数字乡村建设以数字化重塑乡村生产、生活和治理方式的核心逻辑^[1]; 李丽莉等剖析了重硬件轻应用、重平台轻运营等实践误区并提出优化路径^[2]。在技术赋能层面, 文丰安论证了数字技术赋能乡村建设现代化的重要性, 指出存在基础设施薄弱、数字人才匮乏等梗阻^[3]; 王定祥和冉希美实证检验了农村数字化通过提升人力资本促进产业融合的作用机制^[4];

张世贵等从城乡经济循环视角分析了农业农村数字化畅通要素流动的机理^[5]。在共同富裕层面,陈桂生等提出构建“数字乡村富裕共同体”的构想^[6]。在赋能效应层面,张立新等发现数字经济对乡村振兴的赋能存在人力资本和工业规模的双重门槛^[7];李梦娜和杨喜实证检验了数字技术对乡村治理的赋能效果^[8]。现有研究在宏观框架和省域实证方面成果丰硕,但以乡镇为单元、立足中部农业小镇实际的精细化方案研究相对不足。本文尝试从微观层面构建具体方案,弥补这一不足。

2 百神庙镇数字化传播现状

经过实地走访调研及线上资料查询,团队从数字化建设和传播方式两个方面分析百神庙镇数字化传播现状。

2.1 数字化建设

百神庙镇交通物流基础较好,率先实现“交邮快”进村全覆盖。但信息网络仍存短板:5G 网络尚未全覆盖,偏远自然村信号弱;宽带速率和稳定性难以支撑高清直播、远程教育等高带宽场景。沔巢电商基地落户官塘村,近 3000m² 综合服务体集培训、展销、直播等功能,引进广州创客团队,创办电商职业培训学校,培训 198 人。郑圩明公电商、官塘电商基地正在发展。“品龙舒”品牌吸纳 40 多家企业。舒城县 2024 年网络零售额 25.01 亿元,电商企业超百家。但镇级层面电商主体少、规模小,竹木编织和乳鸽线上转化率低,直播以零散偶发为主,品牌数字化建设滞后。电商培训仅覆盖 198 人,相对 4.4 万人口极为有限,且以电商技能为主,缺乏面向农户和老年人的基础培训。青年外流导致老龄化,老年群体数字工具掌握程度低。村级数字服务站缺乏专职人员,已建平台存在“建而不用”现象。

2.2 传播方式

百神庙镇短视频平台主要依托于抖音号“舒城文旅”“舒城融媒”官方平台。在“舒城文旅”账号主页搜索“百神庙镇”,账号仅 4 条与百神庙镇相关视频,2024 年仅有 2 个视频宣传百神庙镇,但视频市场均在 2 分钟内,视频最高点赞量为 1486,最低点赞量为 309;在“舒城融媒”账号主页搜索“百神庙镇”,仅有 4 个相关视频。在 B 站、快手、小红书等新媒体传播平台均没有相关的推广信息,由于缺乏专门的账号进行数字化推广传播,社会影响力有限,传播内容简单、效果差。

3 数字化推广模式构建

基于上述现状分析,百神庙镇数字化推广面临的核心矛盾是:产业资源丰富但数字化转化率低、传播渠道单一

但新媒体渗透潜力大、人才外流严重但校地合作通道初步打通。为此,本文构建“一模式、四渠道、双平台”的数字化推广方案架构,即以立体式结构化推广模式为统领,以四类推广渠道为路径,以智慧旅游 APP 和直播基地为落地载体。

3.1 立体式结构化乡村旅游新媒体推广模式

明确政府机构、企业、当地社区居民与游客四类核心利益相关者的角色分工与协同机制:政府机构以主导方式组织推广项目,负责科学规划、宏观调控、企业扶持、市场监督管理、基础设施建设、人才引进与培训、环境保护及政策出台等,为推广提供制度保障和基础支撑;企业作为推广的重要依托,通过产品开发、经营管理和多元化推广满足游客需求;当地社区居民作为主要参与者,承担接待及服务游客的重任,其服务能力和推广意识直接影响推广成效;游客作为体验者,可实时分享体验感受,其直观评价容易影响其他游客的出行决策。该模式强调四方主体的协同联动:政府搭台提供政策与基础设施保障,企业运营丰富产品供给,居民参与提升服务温度,游客传播形成口碑效应,形成“政策驱动—市场运作—社区参与—用户传播”的闭环。

3.2 推广渠道设计

在上述模式框架下,选取以下四类推广渠道,各有侧重、互为支撑:

(1) 多媒体合作推广:

一方面注册微博、微信公众号、小红书等官方账号分享百神庙镇旅游资源、种养殖产业、民俗文化、农业知识,宣传百神庙镇的美景和特色产品,发布官方通知活动。借助传播学中二次传播理论,发挥意见领袖的影响效用。另一方面入驻短视频平台,如抖音、微信。抖音、微信视频号等视频内容具有短小、浓缩、易传播的特点。通过注册官方短视频账号,制作高质量乡村短视频,讲述乡村文化、农业生产故事,展示百神庙镇美丽风光和乡村生活,能够大力提升乡村旅游的吸引力;邀请短视频网红以视频形式宣传乡镇,让游客乡村体验感更强。

(2) 第三方平台营销:

入驻淘宝、京东、拼多多等电商平台,为农产品提供直接销售渠道,也为消费者提供便捷购物体验。通过电商平台直观展示产品优质特性,实现产品价值最大化;借助电商平台打造强势农产品品牌,依托品牌影响力带动旅游产业发展。

(3) 区域联动推广:

重新组合百神庙镇周边城镇乡村旅游资源, 将关联景点以组合式价格进行销售。比如与三河古镇和 AAAA 级度假区东汤池联合, 为游客提供“保姆级旅游攻略”, 在各景点官方账号进行联合宣传。依托各区域资源特色, 开发由休闲度假、观光旅游、乡村旅游等产品组成的多样化旅游体系, 实现百神庙镇、舒城、合肥及周边城市旅游业的提质增效。

(4) 线下节庆推广:

政府牵头利用现有资源策划多种类型线下活动, 构建“季季有主题、月月有活动”的活动体系: 春季在金桥生态园推出“暖春节”, 夏季在双塘村举办“龙虾啤酒节”, 秋季在舒房村开展“农民丰收节”。未来计划进一步引入外部投资, 利用当地丘陵地势打造滑雪场, 开展冬季“冰雪节”。通过举办大型文化活动加大对外宣传力度, 进一步聚集人气。

4 数字化推广方案设计

针对前文构建的推广模式与渠道框架, 本节在此基础上设计两大核心落地载体, 并根据前文内容提出的基础设施和人才短板提出配套措施。

4.1 搭载数字平台, 推进数字化进程

通过数字化手段, 对乡村风貌进行复刻, 推出“四季百神”智慧旅游系统 APP, 游客可通过 APP 采用 360 全景视角进行云旅游, 实现线上乡村初体验, 增加对百神庙镇的了解, 激发旅游的欲望。该 APP 围绕百神庙镇乡村旅游打造七大功能模块: “农产品商城”支持线上购买乡村特色产品, 消费达标可获代金券兑换旅游产品; “乡村游览”通过图片、视频及 3D 实景全景展示镇内主要景点风貌与游览路线; “民宿体验”提供酒店民宿预订, 创新设置“共享民宿”, 盘活居民闲置房源供游客自由选择; “农家餐饮”支持线上预定农家土菜、钓龙虾等特色餐饮体验; “民俗文化”展示竹编、草鞋、蚕丝制品等民间工艺品并支持在线购买; “乡村先知”发布官方文旅资讯与市场动态, 开放线上意见反馈渠道; “你我社区”提供评论分享互动功能, 依据浏览量与点赞量评选“精华文章”并奖励作者土特产, 激发用户参与热情。

4.2 搭建直播基地, 促进产学研融合发展

农村电商直播推动产业结构升级, 助力农户增收致富, 促进青年返乡就业创业。百神庙镇发挥退伍军人、新型职业农民、电商创业带头人、返乡大学生等群体作用, 依托官塘村安徽沱巢电商培训中心组建直播团队, 在官塘、元棚、郑圩、舒楼、双塘五村建设特色农产品直播基地,

联合各镇农业龙头企业直播平台构建覆盖全镇的农产品直播网, 让各村特色产品“亮相云端”, 以“一村强”带动“整片兴”, 整合零散农业资源。同时深化“校地合作”, 官塘村与职业学院达成党建联盟合作, 学校提供专业人才与电商知识, 镇方提供直播场景与产品。其他乡村可借鉴此模式, 在旅游活动期间邀请高校学生现场直播助力宣传, 也可邀请电商、旅游专业学生寒暑假来乡直播, 分享田园生活, 共探美丽乡村。

5 结语

百神庙镇数字化推广面临基础设施薄弱、数字人才匮乏、传播体系缺失三重困境, 但具备产业基础扎实、电商探索起步、校地合作通道畅通等优势条件。本文构建“一模式、四渠道、双平台”的数字化推广方案架构: 以立体式结构化推广模式统筹政府、企业、居民、游客四方协同, 以多媒体合作、第三方平台、区域联动、线下节庆四类渠道形成传播合力, 以“四季百神”智慧旅游 APP 和特色农产品直播基地为落地载体, 并以网络基础设施提升、数字培训扩面、服务站运维为配套保障。该方案立足中部农业小镇实际, 具有较强的可操作性与可复制性, 可为同类型乡镇的数字化转型提供借鉴。未来还需持续完善网络基础设施、扩大数字培训覆盖面、培育本土数字人才, 确保数字化推广长效运行。

参考文献:

- [1] 霍鹏, 肖荣美, 马九杰. 数字乡村建设的底层逻辑、功能价值与路径选择[J]. 改革, 2022(12): 57-65.
- [2] 李丽莉, 曾亿武, 郭红东. 数字乡村建设: 底层逻辑、实践误区与优化路径[J]. 中国农村经济, 2023(1): 77-92.
- [3] 文丰安. 数字技术赋能乡村建设现代化: 重要性、梗阻及发展进路[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2022(5): 134-141.
- [4] 王定祥, 冉希美. 农村数字化、人力资本与农村产业融合发展——基于中国省域面板数据的经验证据[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2022(2): 1-14.
- [5] 张世贵, 许玉久, 秦国伟. 农业农村数字化畅通城乡经济循环: 作用机理与政策建议[J]. 改革, 2023(7): 116-125.
- [6] 陈桂生, 王玥. 数字乡村富裕共同体: 数字乡村建设推进共同富裕何以可能何以可为[J]. 天津师范大学学报(社会科学版), 2023(5): 58-64.
- [7] 张立新, 王梦丹, 管其敏. 数字经济对乡村振兴的赋能存在门槛吗? ——基于人力资本和工业规模视角[J]. 电

子科技大学学报 (社科版), 2025, 27(3): 24-36.

[8] 李梦娜, 杨喜. 数字技术赋能乡村治理: 理论构建、实证检验及优化路径[J]. 江汉学术, 2025, 44(4): 46-56.

基金项目: 安徽省教育厅 2025 年科学研究人文社会科学重点项目: (2025AHGXSK30482); 安徽省教育厅科学研究项目 (2025AHGXZK30954); 安徽省职业与成人

教育协会教育科研规划课题 (AZCJ2025016); 安徽国防科技职业学院科研项目 (2024GFRW005)。

作者简介: 夏业领 (1993.01-), 女, 汉族, 安徽六安人, 助教, 硕士研究生, 安徽国防科技职业学院 经贸管理学院, 研究方向: 生态环境管理。