

网红经济驱动下乡村文旅融合的发展机制探析

数字技术的普及应用让短视频、直播等传播方式走进大众视野，短视频平台用户占网民总数比例已逾九成，以流量为核心、以内容为基础的网红经济顺势风行。乡村的文旅资源，曾经因空间闭塞、渠道不通而“养在深闺人未识”，如今凭借强大内容生产与传播能力的网红经济，打通了与城市消费市场直接对接的渠道，不但将乡村的山水风光、民俗文化、特色美食与地方特产等带入大众视野，而且能实现文旅资源的创意挖掘、加工转化与业态深度融合，推动乡村文旅从资源端向产业端转化，激活乡村发展潜力，成为乡村振兴的新引擎。

一、网红经济的内涵解析

网红经济并非单一流量变现模式，而是以数字传播平台为中心，经内容创作、流量聚集、价值实现形成的生态经济，内涵丰富、元素多元，是乡村文旅融合的重要支撑。其内核以内容为媒，通过创意挖掘乡村资源，将自然景观转化为视觉内容，将非遗、农耕等文化资源转化为故事叙述，让乡村资源成为有情感的元素。机制上以流量聚集实现价值转化，通过精准引流、达人效应、优质内容、流量叠加吸引并汇聚流量。价值上以用户体验与消费转化为核心，借直播带货、“内容+电商”拉动“看景-体验-消费”。生态上是创作者、平台、乡村主体、消费者等多元协同聚合，为乡村文旅融合提供生态支撑。

二、网红经济驱动乡村文旅融合的实践路径

(一)资源激活：以内容创作释放乡村文旅价值

乡村文旅的本质就是资源禀赋的释放，网红经济依靠优质的内容生产，让资源摆脱了“静态闲置”的桎梏，成为“活IP”。对于自然生态资源，借助航拍、延时摄影等方式，展示乡村四季景观与依山傍水的田园风光，再配以治愈系文案和音乐，营造大众“向往的生活”场景，吸引用户来观光度假；对于文化资源，以“技能+故事”的方式，展示非遗传承人的制作技艺、传统节庆举办流程、农耕劳作流程，让用户在观看过程中学习文化知识，产生文化认同；对于关联产业资源，通过让农产品种植、加工的过程成为“活态资源”，如茶园采摘、茶叶冲泡、果树打理等，展示乡村的产业特色，为后续“文旅+消费”做铺垫，最大化发挥资源的优势效用。

(二)业态创新：构建“文旅+”多元融合场景

借助网红经济的流量与热度，乡村文旅能突破单一观光游览的形式，转向“体验+”型业态，打造多元化的消费场景。“文旅+农”方向，围绕农事设置春日采茶、夏时摘果、秋时收稻等场景，再结合农耕文化教育、手工体验等活动，让游客参与其中感受农耕之美；“文旅+非遗”方向，开设非遗手工坊，非遗传承人就地而坐，客人们或亲手制作陶艺、编

织手作、刺绣作品，或将非遗元素融入客栈民宿、餐饮、服饰、文化摆件等，让非遗场景成为客人参与民宿布置的元素；“文旅+电商”方向，乡村设置文旅直播基地，游客在体验文旅活动的同时，可边直播边消费当地农副产品、文创产品，还可以体验“私人种植”“农产品认养”，实现“旅游+消费”，延长乡村文旅价值链。

(三)品牌建设：打造乡村文旅特色IP

依托网红经济的优势，助力乡村文旅形成特色品牌，建立持续性吸引力。一方面，以乡村特色资源为依托形成乡村文旅核心品牌，例如“生态康养地”“非遗文化游”“生态研学地”等，在数字平台通过统一的视觉形象(乡村LOGO、特色吉祥物)和固定内容风格(治愈系、文化科普系)持续输出内容，加深大众对乡村文旅品牌的认知印象。另一方面，通过达人探店、话题营销提高影响力，邀请网红达人实地体验乡村文旅项目，在其账号进行打卡记录，同时发布“乡村最美打卡地”“非遗文化体验季”话题，吸引用户关注参与、口碑相传，将乡村文旅品牌从“区域性”推向“全国性”，建立持续性品牌影响力。

(四)生态构建：完善协同发展支撑体系

要实现网红经济与乡村文旅的有效协同，就要构建多方支撑的产业生态，保障产业平稳发展。在基础设施方面，需

优化村庄数字网络基础设施，便于直播及短视频创作，同时优化交通、住宿、游客中心等基础设施，优化游客体验环境。在主体协同方面，通过构建“平台+创作者+乡村主体”的协同模式，平台负责人员培训及流量支持，创作者执行内容生产及传播任务，乡村主体提供服务及管理内容支持。在服务支持方面，要加强乡村文旅工作人员的培训，从创作培训、服务礼仪培训、电商培训等方面入手，提升乡村文旅工作人员的综合素质，同时制定统一流程，保障游客在游览、购物中获得同等的高质量服务，为乡村文旅奠定基础。

结语

网红经济以内容生产、流量集聚、价值变现为优势，为乡村文旅融合注入新的发展理念，网红经济不仅能将乡村文旅资源通过数字传播场域触达社会大众，更通过改变业态、构建生态，推动乡村文旅从资源走向产业，让乡村更具生命力。未来二者还将依托数字技术实现更深层次的发展，只要从乡村资源禀赋、乡土文化传统出发，以内容为根本，以体验为内核，以合作为关键，就能不断挖掘融合优势，让乡村文旅既保留乡土特质，更具备发展活力，在满足人们消费需求的同时，也为乡村振兴提供产业支撑，形成文化传承与经济良性互动。

(刘瑜、刘嘉莹、汤艳雯、骆梦雪、王子墨 南京师范大学中北学院)

客运领域业财融合路径与效能提升研究

铁路客运作为交通运输业的关键环节，面对行业竞争的日益激烈及数字化转型的浪潮，业财分离逐渐显现其资源分散、成本控制滞后等问题，难以适应行业高质量发展的需求，如何实现业财融合发展是铁路客运公司提升经营水平，增强核心竞争力的关键环节和突破口，需从业财发展内在耦合关系视角，探讨符合铁路客运企业高质量发展的道路，为交通运输业高质量发展夯实基础。

一、客运领域业财融合的关键路径

(一)优化组织架构，打破业财协同壁垒

传统客运业务管理组织下，客运段、运转车间、车辆段等业务部门与财务部门职能割裂、各自为政，信息沟通不及时、不充分。需搭建业财沟通协作机制：一是成立跨部门业财协同小组，成员包括客运段列车员、值班员、运转车间调度员、车辆段检修人员及财务人员，统筹业财协同，例如线路新开或调整时，综合评估造价、列车购置成本及预期票务收入，避免业财脱节；二是安排财务人员深入业务部门，了解节假日运力增开、列车检修周期、车站设施升级等需求，让财务管控贴合业务场景，避免信息不对称导致管控失效。

(二)重构业务流程，实现业财数据贯通

铁路客运业务含客源开发(铁路12306营销、团体票拓展)、票务管理(售卖、退改签、结算)、运力调配(开行计划、

席位调整、乘务排班)、成本核算(列车能耗、检修、薪酬、线路使用)等环节，需打破数据壁垒。客源与票务流程，实时关联12306与财务收款数据，自动同步里程、退改签金额、代售点应收款等信息，取消手工对账；运力与成本流程，按车次、线路、席位归集成本，建立“运力消耗-成本归集”关系，对接业财核算。同时明确信息传递主体与节点，保障数据流转。

(三)依托数字化工具，强化业财融合支撑

数字化工具是铁路客运业财融合的高效助力，企业应结合业务需求，引入适合自身的数字化工具。构建铁路客运业财综合管理系统，整合铁路调度指挥系统、12306票务管理系统、财务ERP系统、车辆运维管理系统等数据平台，由数据中台统一整合数据。通过平台实时监控各线路列车的载客率、单位里程成本、线路利润率等核心指标，供管理层提前规划列车开行计划、调整财务资源分配；利用大数据分析功能，预测客流需求和成本趋势。例如根据历史客流(如春运、暑运)数据，预测节假日期间热门线路的运力需求，测算新增列车开行所需的车辆调配成本、人工成本，提前规划业务计划和财务预算；同时分析列车能耗波动、车辆检修成本变化趋势，为成本管控提供数据支持，实现业财决策的预见性、科学性。

二、客运领域业财融合的效能提升方向

(一)精准成本管控，降低运营成本损耗

通过业财融合，客运成本控制可从“事后算账”转向“事前预算、事中控制、事后分析”。事前按列车开行计划、线路运营方案拆分预算，依线路类型、列车车型、席位分解成本，核算燃油、电力消耗、车辆检修等成本，明确可控点；事中结合业财实时信息比对成本差异，超额时预警，如电力消耗超支，业财小组联合相关部门分析原因并制定应对方案；事后剖析低效成本点，如部门线路列车空载率高，结合收益数据评估调整开行频次、优化站点等，实现运营成本精准降低。

(二)优化收益结构，提升业务盈利水平

通过业财融合，客运企业可精准掌握各业务模块的收益情况，为企业业务结构优化调整提供数据支撑。精准优化线路收益方面，结合业财数据剖析各线路收益贡献值，识别热门旅游城市、城际高铁等高收益线路，通过增开高峰列车、加挂车厢、优化发车时间等方式提升收益；针对低收益线路，若因票价低于成本线，可依据成本测算适度调价，若因服务覆盖不足，可采用“火车+公交”联运或开展定制列车业务。拓展多元收益来源方面，财务部结合列车空间、车站广告位等资源与客户需求，参与新业务分析，依托线网拓展高铁快运、广告、列车餐饮升级等业务，精准测算投入、运营成本与预期利润，推动企业从单一票务收入向“票务+多元服务”

转型，优化收益结构。

(三)强化风险防范，保障经营稳定运行

铁路客运业面临客流不确定性(疫情、极端天气致客流骤降)、成本增长(能源涨价、检修成本上升)、政策变动(票价调控、补贴变动)三类风险，业财融合可显著提升应对能力。客流风险方面，比对12306客流与票务收入数据，判断客流下降是淡季还是服务问题，后者需调整业务策略(优化调度减晚点)与财务配置(增培训预算)；成本风险方面，监控能源、配件采购等数据，能源涨价时签长期协议锁价，检修成本上升则优化计划；政策风险方面，借助业务部门对补贴、税收政策的把握享受红利，预判政策变动影响，如票价调控收紧或补贴退坡时，调整预算、优化筹资，保障经营稳定。

结语

客运业业财融合是一个系统化的工程，要通过机构建设以及业务流程和信息技术手段打通业财的屏障，让数据融通、决策协同更加畅通，在提效上以降本增效和防范风险作为核心目标，将业财融合的优势作为新的核心竞争优势。随着客运业数字化转型的深入和推进，业财融合的内涵和外延也会随之扩充，在未来应不断发掘新的、适应行业竞争环境的发展模式，让客运企业在激烈的市场竞争中高质量发展，为交通运输业高质量发展奠定基础。

(来晓春 中国铁路上海局集团有限公司上海客运段)