

# 乡村旅游与电子商务的联动融合发展研究

陈楠

贵州大学旅游与文化产业学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年12月5日; 录用日期: 2024年12月20日; 发布日期: 2025年1月24日

## 摘要

随着乡村振兴战略的深入推进, 乡村旅游成为促进乡村经济发展的重要途径之一, 而电子商务的发展为乡村旅游提供了新的动力和广阔的市场空间。因此, 本文以乡村旅游与电子商务的联动融合为研究对象, 通过分析乡村旅游与电子商务融合的特征、可行性、存在的问题, 探讨了二者协同发展的优化策略。研究表明, 电子商务能够通过提升市场覆盖、优化服务模式和拓展产品链条, 有效推动乡村旅游的发展; 同时, 乡村旅游的兴起为地方特色商品和文化产品的电商化提供了新机遇。然而, 当前乡村旅游与电子商务融合仍面临基础设施建设滞后、资金不足、人才匮乏、信息不对称、产业链不完善等问题。为此, 本文提出了通过优化基础设施、多方筹资与分期建设、人才培养与引进、信息传播及品牌建设、打通乡村旅游产业链条等策略, 进一步优化乡村旅游与电子商务的融合模式。研究为推动乡村旅游与电子商务深度融合、促进乡村经济可持续发展提供了理论依据和实践指导。

## 关键词

乡村旅游, 电子商务, 联动融合

# Research on the Integrated and Synergistic Development of Rural Tourism and E-Commerce

Nan Chen

School of Tourism and Cultural Industry, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Dec. 5<sup>th</sup>, 2024; accepted: Dec. 20<sup>th</sup>, 2024; published: Jan. 24<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the deepening of the rural revitalization strategy, rural tourism has become one of the important ways to promote rural economic development, and the development of e-commerce can provide new impetus and broad market space for rural tourism. Therefore, this article takes the

文章引用: 陈楠. 乡村旅游与电子商务的联动融合发展研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 3103-3109.

DOI: 10.12677/ecl.2025.141389

linkage and integration of rural tourism and e-commerce as the research object, analyzes the characteristics, feasibility, and existing problems of the integration of rural tourism and e-commerce, and explores optimization strategies for the coordinated development of the two. Research has shown that e-commerce can effectively promote the development of rural tourism by enhancing market coverage, optimizing service models, and expanding product chains; At the same time, the rise of rural tourism has provided new opportunities for the e-commerce of local specialty and cultural products. However, the current integration of rural tourism and e-commerce still faces problems such as lagging infrastructure construction, insufficient funding, talent shortage, information asymmetry, and imperfect industrial chain. To this end, this article proposes strategies such as optimizing infrastructure, multi-party fundraising and phased construction, talent cultivation and introduction, information dissemination and brand building, and connecting the rural tourism industry chain to further optimize the integration mode of rural tourism and e-commerce. The research provides theoretical basis and practical guidance for promoting the deep integration of rural tourism and e-commerce, and promoting sustainable development of rural economy.

## Keywords

Rural Tourism, Electronic Commerce, Linkage Integration

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

乡村旅游作为乡村振兴战略的重要组成部分,近年来在我国得到了快速发展,成为众多欠发达地区脱贫致富的重要手段,是区域经济发展的支柱性产业[1]。乡村旅游让土地的经济效益、社会效益、生态效益得以提高[2],可以有效固化本土劳动力并解决乡村空巢化困境[3],是一条较为“绿色”的乡村振兴路径,为解决“三农”问题提供了新的思路,对于推动乡村地区经济发展、生态保护、民俗传承与社会治理具有重要作用,也成为促进农业增效、农民增收、农村繁荣的重要途径[4]。然而,乡村旅游的发展仍面临诸多挑战,如基础设施不完善、资源开发利用不充分、产品创新不足等[5]。与此同时,电子商务的快速发展,尤其是“互联网+”战略的深入实施,极大地改变了传统商业模式,为乡村旅游的创新发展提供了新机遇。乡村旅游电子商务能充分利用现代网络信息技术,使旅游活动各个环节电子化[6],协调、整合乡村旅游有关的信息流、产品流、资金流[7]。通过电子商务,乡村旅游能够突破地理限制,迅速拓展市场,提升服务效率,并实现与地方特色产品的深度融合。电子商务与乡村旅游项目融合能够满足乡村产业信息化的发展要求,拓展乡村旅游项目的宣传渠道,开辟更广阔的消费市场[8]。

尽管乡村旅游与电子商务的联动融合潜力巨大,但二者的深度结合仍然面临许多现实问题,这些问题严重制约了二者的协同发展。因此,如何有效促进乡村旅游与电子商务的融合,发挥其互补优势,成为当前研究的热点课题。本文旨在探讨乡村旅游与电子商务联动融合的发展特征与可行性,分析其面临的主要问题,并提出相应的优化策略。通过对乡村旅游与电子商务融合路径的系统研究,推动乡村旅游和电子商务的可持续融合发展,为乡村振兴战略的实现提供有力支撑。

## 2. 乡村旅游与电子商务联动融合发展特征

### 2.1. 电子商务赋能乡村旅游发展

电子商务对乡村旅游带来了显著的赋能作用。首先,电子商务平台为乡村旅游提供了广泛的市场接

入渠道。通过在线旅游平台、社交媒体、电子商务网站等渠道，乡村旅游能够突破地域限制，向全国乃至全球市场推广，极大提升了乡村旅游目的地的可见度和影响力。其次，通过电子商务数据化的营销方式，乡村旅游可以更精确地进行市场细分与定位，了解游客的需求和偏好，优化产品设计和供给，实现个性化的营销和精准投放。此外，电子商务的支付和交易系统也使得乡村旅游的预订和支付更加便捷，提高了游客的消费体验。最后，电子商务赋予乡村旅游更高效的管理与运营能力。通过电子商务工具，乡村旅游可以实现智能化的运营管理，如在线预定、动态价格调整、顾客反馈收集等，有助于提升运营效率和服务质量，进而推动乡村旅游的可持续发展。

## 2.2. 乡村旅游反哺电子商务

乡村旅游的发展不仅推动了地方经济的增长，也为电子商务的蓬勃发展提供了新的动力。乡村旅游带动了农产品、手工艺品等地方特色商品的销售，而这些产品的线上销售正是电子商务的重要组成部分。同时，随着乡村旅游游客在电商平台进行旅游产品的预订和购买，使得电商平台可以吸引到更多多元化的客户群体，从而推动平台的发展和平台创新。乡村旅游的品牌效应和影响力的提升，也为地方电商平台的建设提供了新的动力。乡村旅游的知名度和美誉度增强，有助于地方电商平台通过“乡村 + 电商”的模式进行品牌塑造和市场扩展，从而形成良性互动、共赢局面。

## 2.3. 乡村旅游、电子商务齐发展

乡村旅游和电子商务的联动融合，不仅体现了单向的赋能与反哺关系，更呈现出双向互动、协调发展的局面。乡村旅游为电子商务提供了丰富的产品和内容供给，电子商务则为乡村旅游的推广和营销提供了强大的技术支持与平台保障。这种双向协同发展模式有助于打破传统产业与新兴技术之间的壁垒，促进乡村旅游与电子商务的深度融合与共生共赢。具体而言，乡村旅游的繁荣为电子商务平台提供了源源不断的旅游商品、地方特产等可交易商品，而电子商务技术则通过优化交易流程、提升支付便利性和扩大市场覆盖面，助力乡村旅游产业实现增值。在此过程中，乡村旅游通过与电商平台的合作，能够更高效地实现资源整合，提升市场竞争力；而电子商务也能够依托乡村旅游的独特文化与资源优势，开发出更多具有地方特色的产品和服务，进一步拓宽市场边界。

## 3. 乡村旅游与电子商务联动融合发展可行性分析

### 3.1. 政策支持

在乡村振兴战略推进过程中，政府对乡村旅游和电子商务的支持逐渐加强，特别是在“互联网+”政策的推动下，乡村旅游与电子商务的融合获得了多方面的政策保障。政府通过制定和实施一系列扶持政策，积极推动乡村地区基础设施建设，特别是信息技术基础设施的改善，以促进乡村电商的发展。2024年国务院出台了《商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，明确提出发展农村电商，是创新商业模式、建设农村现代流通体系的重要举措，是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手，是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑[9]。此外，互联网覆盖率和物流配送网络的完善，极大地提高了乡村电商的运营效率，越来越多的农村居民和乡村企业能够接入电商平台，进而参与到乡村旅游和电子商务的双重发展中。

### 3.2. 市场需求

近年来，随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，消费者对健康、自然、乡村等生活方式的需求不断增长，乡村旅游逐渐成为游客青睐的热门选择。与此同时，电子商务的发展提供了更为便捷的消

费方式，尤其是线上平台的快速崛起为消费者提供了更加多样化的选择。这一趋势表明，乡村旅游与电子商务的融合具备了强大的市场需求基础。乡村旅游吸引了大量城市居民，这些游客对于便捷的线上预订、支付及信息查询有较高的需求。电子商务平台通过提供“一站式”旅游服务，包括景区门票、住宿预订、餐饮服务、特产购买等，能够帮助游客节省时间和精力，提高其旅游体验。同时，随着电子商务技术的不断创新，线上支付、智能推荐、虚拟现实(VR)等技术的广泛应用，极大提高了消费者的购物体验，推动了消费者的购买决策。乡村旅游的线上预订与电子商务平台的结合，使得游客在做出决策时更加高效、便捷。因此，市场需求的变化和消费习惯的转变，为乡村旅游与电子商务的融合提供了巨大的市场空间。

### 3.3. 技术配套

随着智能手机的普及和社交媒体的兴起，乡村旅游的推广方式更加多元化。社交媒体平台(如微博、微信、小红书等)已成为乡村旅游推广的主要渠道。电商平台通过社交媒体与用户的互动，利用平台的流量优势为乡村旅游引流，进一步提高乡村旅游的知名度。同时，大数据分析能够对消费者行为进行精准分析，帮助乡村旅游运营者更好地理解游客的需求，进而优化旅游产品和服务的设计，也帮助电商平台通过消费者画像、行为预测等方式进行精准营销，提高了市场投放的效率和效果。此外，乡村地区物流配送的不断优化和支付系统的普及，使得乡村电商的运营效率大大提升。电子支付的普及，尤其是移动支付，打破了传统支付方式的局限，提升了消费者的购买便利性。同时，物流体系的逐步完善，使得乡村旅游产品能够及时、安全地配送到消费者手中，提高了消费者的购物体验，增强了乡村电商的竞争力。

## 4. 乡村旅游与电子商务联动融合发展存在问题分析

### 4.1. 基础设施滞后

尽管近年来中国乡村地区基础设施有所改善，但与城市相比，许多乡村地区的基础设施仍存在较大差距。网络基础设施的薄弱依然是制约乡村电子商务发展的主要因素，乡村地区的互联网普及率较低，尤其是在一些偏远乡村，网络连接质量差、网速慢，导致农村电商平台的服务无法覆盖广泛的乡村消费者。同时，物流体系的建设也存在不足。虽然“快递进村”工程建设逐步推进，但乡村地区的物流配送仍面临着配送成本高、配送时效差、末端配送难等问题，使得乡村电商无法像城市电商那样实现快速高效的商品配送，进而影响消费者的购买体验。在一些经济相对落后的乡村地区，虽然电子支付逐渐普及，但仍有部分村民未能完全适应数字支付方式，对电子支付手段的使用存在困难。

### 4.2. 资金与投资匮乏

乡村旅游和电商项目的初期投资往往较大，尤其是在基础设施建设、平台搭建和品牌宣传等方面需要大量资金支持。然而，由于许多乡村地区的经济基础较为薄弱，本地企业的资金筹集能力有限，难以承担高额的投资开支。同时，乡村电商的投资回报周期相对较长，投资者对该领域的投入热情较低，导致乡村旅游与电子商务融合项目的融资难度较大。虽然政府和金融机构对乡村电商有一定的资金支持政策，但许多农村地区的项目往往缺乏良好的商业模式和盈利模式，导致投资者的风险评估较高，这进一步加剧了资金的紧张局面。

### 4.3. 人才短缺问题

乡村电商人才主要包括电商运营人员、技术开发人员、营销策划人员等，而当前乡村地区对这类高素质人才的吸引力不足。很多有相关专业技能的年轻人倾向于留在城市发展，导致乡村地区的电商发展

缺乏足够的专业人才支持。尤其是在一些偏远地区，由于本地教育资源匮乏，乡村企业难以通过培养方式解决人才需求。尽管部分乡村电商平台已吸引了城市的电商专业人才，但乡村电商的运营与管理模式往往与城市电商存在差异，这些城市人才在适应乡村市场环境时，往往面临一定的困难。因此，乡村电商人才的匮乏成为制约乡村旅游和电子商务融合发展的瓶颈。

#### 4.4. 信息不对称与市场认知不足

由于乡村地区的生产和消费信息不对称，乡村旅游和地方特产的优势未能有效传达给目标消费者。这种信息的不对称不仅表现在游客对乡村旅游目的地认知的不足，还体现在地方特色商品的市场认知度较低，影响了其在线销售的潜力。同时，尽管电子商务平台可以为乡村旅游和地方产品提供有效的推广途径，但很多乡村企业并未充分利用电商平台的营销工具，导致其品牌建设滞后，市场覆盖面有限。消费者对乡村旅游产品的认知度较低，缺乏对乡村旅游目的地的兴趣和信任，这使得一些具有潜力的乡村电商项目未能得到充分发展。

#### 4.5. 乡村旅游产业链建设不完善，电商融合路径有限

目前，乡村旅游产业链的建设仍然存在较多不足，尤其是在乡村旅游产品的开发、资源整合、产业合作等方面。乡村旅游的产业链往往停留在景点开发、基础服务提供和简单的农产品销售层面，缺乏深度整合和多元化的产业链支持。乡村旅游产业链的不完善，导致电商平台无法提供更加丰富的乡村旅游产品和体验服务，限制了电商在乡村旅游中的深度融合，往往依赖于传统的产品销售模式，缺乏对游客需求的综合性服务，如个性化的旅游定制、互动式体验和跨区域联合营销等创新方式。因此，乡村旅游与电商融合路径的单一性，限制了其在市场中的竞争力。

### 5. 乡村旅游与电子商务联动融合发展优化策略

#### 5.1. 基础设施建设优化

为解决乡村旅游与电子商务融合发展中的基础设施问题，政府和相关企业需要加大对乡村地区基础设施建设的投入，尤其是互联网和物流体系的建设。一方面，政府可以通过政策支持，推动光纤宽带、5G 网络等现代通信技术在乡村地区的普及，确保乡村电商能够顺利开展。另一方面，应加强乡村物流体系的建设，尤其是完善乡村“最后一公里”配送体系，优化快递配送网络，提高物流效率。对于电商平台，可以采取与本地快递公司合作的模式，降低配送成本，提升物流时效。在支付方面，进一步普及移动支付技术，并加强支付安全防范措施，提高乡村消费者的支付信任度，是提升乡村电商用户体验的关键。

#### 5.2. 多方筹资与分期建设

政府应鼓励社会资本进入乡村旅游电商产业，通过吸引投资者、风险投资公司等社会资本的参与，为乡村电商项目提供融资渠道。同时，鼓励创新融资模式，如通过众筹平台进行资金筹集，利用互联网平台引导投资者参与乡村电商项目，增加资本的流动性和可获取性。此外，还可以探索地方政府与商业银行的合作模式，推动形成乡村电商专项基金，支持地方政府主导的电商项目建设，特别是基础设施建设和平台搭建等初期投入较大的项目。这种“政府引导 + 社会资本”的合作方式，有助于形成多方融资渠道，降低乡村电商项目的融资风险。还可以通过分区域、分阶段建设更好地控制资金风险。通过试点项目的方式，先从经济条件较好、网络基础设施相对完善的乡村开始，通过政府与电商平台的合作，逐步建立基础设施、物流体系及电商平台，并根据实际情况逐步扩大覆盖范围和投资力度。通过小范围的试点建设，可以有效评估项目的可行性和市场反应，为后续大规模投资提供经验和数据支持。

### 5.3. 人才培养与引进

解决乡村电商人才短缺问题的有效途径之一是加大人才培养力度。政府和电商平台可以通过与高等院校和职业教育机构合作，开设电商相关课程和培训项目，培养更多具备电商技能的乡村人才。通过定期举办电商培训班、技能竞赛等形式，提升乡村居民的电商素养和技能，为乡村旅游与电子商务的融合发展提供人才保障。同时，可以通过政策引导和资金支持，吸引城市电商人才到乡村工作，并提供必要的生活和工作保障。鼓励大学生、返乡创业的年轻人、外出打工的农民工等群体回乡创业，以推动乡村电商的可持续发展。

### 5.4. 信息传播与品牌建设

为解决信息不对称和市场认知不足的问题，乡村旅游和电商平台应加大对乡村产品和服务的宣传力度。乡村旅游目的地可以通过数字营销手段，利用社交媒体、短视频平台等传播渠道，向消费者展示乡村旅游的独特魅力。乡村电商平台应通过精准营销和用户画像分析，提高对目标消费者的精准投放，提升乡村产品的市场认知度和品牌影响力。乡村企业还应重视品牌建设，通过品牌定位、产品包装、质量保证等手段，提升品牌的美誉度和消费者的忠诚度。此外，政府和电商平台应为乡村企业提供品牌推广支持，打造地方特色品牌，推动乡村文化与产品的融合，形成可持续的市场竞争力。

### 5.5. 打通乡村旅游产业链条

政府和企业应加强对乡村旅游产业链的整合与延伸，推动资源整合、上下游合作，打通从游客接待、交通运输、住宿、餐饮、旅游产品到特色商品的产业链条。通过整合乡村旅游的各个环节，打造具有竞争力的完整产业链，不仅提升乡村旅游的整体服务质量，也为电商平台提供更多元化的产品供给。同时要推动乡村旅游与其他产业的深度融合，拓展乡村旅游与电商融合的路径。例如，可以探索农业与旅游、文化与旅游的跨界融合，结合乡村文化特色和农产品优势，开发出新的旅游产品和服务，进而推动电商平台多样化的营销方式。此外，鼓励乡村旅游与电商平台开发更多的复合型旅游产品，如“乡村游 + 手工艺品制作体验”、“农家乐 + 生态旅游”、以及“旅游 + 农产品定制”模式等。通过电商平台的数字化工具，提供个性化的旅游定制服务，满足不同消费者的需求，将乡村旅游与电商平台的销售体系打通，提供一站式购物和旅游体验。

## 6. 结语

乡村旅游与电子商务的联动融合发展，既是乡村振兴战略的重要组成部分，也是实现乡村经济高质量发展的重要路径。电子商务通过市场拓展、服务优化和供应链延伸，为乡村旅游发展注入了强劲动力，乡村旅游则以其独特的资源和品牌效应，反哺电子商务发展，推动区域经济生态的良性循环。二者的联动融合进一步体现了双向协同、互促共赢的特征，展现出广阔的发展前景。然而，当前乡村旅游与电子商务的融合发展仍面临诸多挑战，包括基础设施滞后、资金与人才短缺、信息不对称以及产业链建设不完善等问题。为此，优化融合模式需多方协同发力，包括加快基础设施建设、拓宽资金来源渠道、加强人才培养与引进、促进信息传播与品牌建设，以及完善乡村旅游产业链，推动深度融合发展。未来，乡村旅游与电子商务的融合需要更多政策支持和技术创新，同时应注重因地制宜的发展策略，以充分发挥地方特色资源优势，探索适合不同地区的发展模式。

## 参考文献

- [1] 贾林瑞, 刘彦随, 刘继来, 等. 中国集中连片特困地区贫困户致贫原因诊断及其帮扶需求分析[J]. 人文地理,

---

2018, 33(1): 85-93, 151.

- [2] 李志飞, 朱永乐, 喻珍, 等. 乡村旅游发展对土地利用变化的影响——基于四个县域的多案例研究[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2022, 56(1): 168-179
- [3] 陈佳, 张丽琼, 杨新军, 等. 乡村旅游开发对农户生计和社区旅游效应的影响——旅游开发模式视角的案例实证[J]. 地理研究, 2017, 36(9): 1709-1724.
- [4] 陆林, 任以胜, 朱道才, 等. 乡村旅游引导乡村振兴的研究框架与展望[J]. 地理研究, 2019, 38(1): 102-118.
- [5] 沈绪刚. 乡村振兴背景下遵义市乡村旅游高质量发展的困境与对策[J]. 热带农业工程, 2024, 48(4): 111-113.
- [6] 崔宁. “乡村旅游”+“农村电商”的联动融合发展模式研究[J]. 农业经济, 2017(10): 105-106.
- [7] 张莉. 面向乡村旅游可持续发展的电商网站研究——基于我国 96 个乡村样本数据[J]. 林业经济, 2018, 40(9): 72-76.
- [8] 马子文, 程康, 陈娟. 我国旅游电商发展现状及策略研究[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(24): 45-46.
- [9] 中共中央国务院商务部. 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[EB/OL]. 2024-03-05.  
[https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content\\_6939283.htm?s\\_channel=4&s\\_trans=3958017290](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm?s_channel=4&s_trans=3958017290), 2024-11-30.