

乡村振兴背景下电子商务与乡村旅游的互动机制研究

胡玉蝶

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年1月26日; 录用日期: 2025年2月14日; 发布日期: 2025年3月11日

摘要

随着互联网技术的迅猛发展和电子商务平台的日益成熟, 乡村旅游产业迎来新的发展机遇。本文深入分析乡村振兴战略背景下, 电子商务与乡村旅游之间的互动机制及其对农村经济发展产生的积极影响。一方面电子商务的支持作用, 如资源整合、品牌建设、服务升级和产业链扩展, 为乡村旅游提升知名度和吸引力。另一方面, 乡村旅游的繁荣也对电子商务具有反哺效应, 促进了市场需求的增长、农产品销售渠道的拓宽以及地方文化的传播。这种良性互动对于改善农村地区的产业结构, 提高就业水平和居民收入, 缩小城乡差距以及实现共同富裕具有重要意义。

关键词

乡村振兴, 电子商务, 乡村旅游, 互动机制

Research on the Interaction Mechanism between E-Commerce and Rural Tourism in the Context of Rural Revitalization

Yudie Hu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jan. 26th, 2025; accepted: Feb. 14th, 2025; published: Mar. 11th, 2025

Abstract

With the rapid development of Internet technology and the increasing maturity of e-commerce platforms, the rural tourism industry has ushered in new development opportunities. This paper

deeply analyzes the interaction mechanism between e-commerce and rural tourism and its positive impact on rural economic development under the background of rural revitalization strategy. On the one hand, the supporting role of e-commerce, such as resource integration, brand building, service upgrading and industrial chain expansion, has enhanced the popularity and attractiveness of rural tourism. On the other hand, the prosperity of rural tourism has also had a feedback effect on e-commerce, promoting the growth of market demand, the broadening of sales channels for agricultural products, and the spread of local culture. This kind of benign interaction is of great significance for improving the industrial structure in rural areas, increasing employment levels and residents' incomes, narrowing the gap between urban and rural areas, and achieving common prosperity.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Rural Tourism, Interaction Mechanism

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

近年来,中国政府大力推进乡村振兴战略,但乡村地区普遍面临市场渠道狭窄和旅游资源开发不足等问题,这些问题不仅制约当地经济发展,也影响着居民生活水平的提高。面对这些挑战,电子商务和乡村旅游被视为破解难题的关键路径。电子商务通过拓宽农产品销售渠道,有效增强乡村产品的市场竞争力;而乡村旅游则充分利用乡村的自然和文化资源,有效带动相关产业的发展。本文旨在探讨电子商务与乡村旅游之间的互动机制,分析两者如何通过相互作用和影响形成一种稳定的运作模式。在这一过程中,电子商务为乡村旅游提供更为广阔的市场推广平台和服务创新机会,同时乡村旅游也为电子商务注入了丰富的内容资源 and 市场需求。两者共同构成了一个有机的整体,在乡村振兴战略中发挥着协同效应,促进乡村经济的多元化发展和社会文化的繁荣。

2. 电子商务对乡村旅游的支持作用

电子商务作为新的、先进的生产力正以其无比强大的作用推动着继农业革命、工业革命后的商业革命——第三次产业革命[1]。其带来的大数据和人工智能的应用正以前所未有的力量推动各行各业的发展,乡村旅游产业也不例外。电子商务对乡村旅游的作用主要有以下几个方面。

2.1. 资源整合:提升旅游资源利用效率

一方水土养一方人,一方山水有一方风情,乡村旅游的一个关键在于体现风土民情、体现在乡村旅游产品上,各地旅游产品都会融入当地景观和人文特色。对于农产品以及集吃住行乐于一体的旅游产品销售来说,多方的资源整合是不可或缺的[2]。但过去很长一段时间,传统的乡村旅游是独立发展的,与其他产业的互动性不是很高,这就制约了乡村旅游产业与其他产业的融合。电子商务平台则通过其强大的信息整合能力,将分散在不同乡村的旅游资源进行系统化和集中展示,为游客提供了更加全面、便捷的信息获取平台。这些平台不仅限于传统的景点介绍,还包括了详细的住宿餐饮选择、交通指南以及活动安排等信息。一些领先的旅游电商平台引入虚拟现实(VR)技术,使游客能够在预订前进行“云游览”,提前体验景区的魅力,从而增强旅行的真实感与期待感。除此之外,电子商务平台还提供用户生成内容

(UGC), 如游记、照片和视频分享, 帮助潜在游客更直观地了解目的地, 提升决策效率。这种资源整合方式不仅能够提高旅游资源的可见度, 也使得游客能够根据个人偏好制定更为个性化的旅行计划, 显著地提升旅游资源的整体利用效率。

2.2. 品牌建设：扩大宣传范围与知名度

传统乡村旅游的发展面临的一大挑战是乡村旅游项目普遍同质化, 缺乏具备品牌特色的独特项目, 导致消费者对当地乡村旅游项目的认知度不高[3]。另一方面, 传统的乡村旅游通常依赖于旅行中介和线下销售, 会受到时间和地域的限制, 仅能吸引到周围的游客, 外地的游客难以发现, 乡村旅游的宣传范围相对狭隘。电子商务的出现为乡村旅游的发展提供了转变的契机, 借助电子商务平台的品牌营销功能, 乡村旅游目的地得以突破地域限制, 面向更广泛的市场进行推广。在电子商务平台上通过精准广告投放、社交媒体互动、KOL (关键意见领袖) 合作以及用户评价等多种方式, 可以有效地向外传播其独特的自然风光、人文历史和民俗文化, 吸引更多国内外游客的关注。游客可以通过各种在线渠道浏览和了解乡村旅游产品, 无论身在何地, 都能轻松获取相关信息[4]。可以更好地打造乡村旅游的品牌, 随着品牌影响力的扩大, 乡村旅游点还可以与其他相关产业建立合作关系, 进一步丰富产品线和服务内容, 形成更具吸引力的旅游生态体系。

2.3. 服务升级：持续改进服务质量

B2C (网站对游客) 的电子商务系统使旅游者足不出户就能够获得网站提供的各种服务。这种电子商务系统建立了一个虚拟的旅客接待室, 顾客通过 Web 浏览器就可以进入电子旅游接待室的主页[5], 查询自己的旅游路线、进行在线预订和服务评价, 极大地促进了乡村旅游服务质量的持续优化。一方面, 在线预订系统简化了预定流程, 可以减少中间环节, 提高交易效率。游客可以通过手机应用或网站轻松完成酒店、餐厅、导游服务甚至特色活动的预订, 享受无缝衔接的服务体验。另一方面, 公开透明的服务评价体系为经营者提供了宝贵的反馈意见, 帮助他们及时发现并解决问题。基于用户的评分和评论, 乡村旅游经营者可以不断调整和完善服务细节, 确保每位顾客都能获得满意的旅行经历。这种正向循环不仅提升了顾客满意度和回头率, 也为乡村旅游点赢得了良好的口碑效应, 吸引了更多新客源。

2.4. 产业链扩展：增加农民收入来源

电子商务的发展为乡村旅游相关产品提供面向全国乃至全球市场的销售机会。通过降低交易成本、缩短供应链, 电商平台使得这些原本受限于本地市场的特色商品更容易进入大城市的消费市场, 甚至出口到国际市场。对于当地农民而言, 这意味着更多的销售渠道和更高的收益可能性。如某电商平台专门设立了“乡村好货”专区, 汇集来自全国各地的优质农产品和手工艺品, 为农户和手工艺人搭建了一个广阔的展示舞台。而且, 电商平台上活跃的商品交流也促进了乡村文化的传播, 可以增加对外界展示的机会, 带动文化创意产业和其他服务业的增长, 从而整个乡村旅游产业链得到延伸和发展, 形成一个良性循环: 游客增多带动消费需求上升, 消费需求上升又反过来促进生产规模扩大和技术进步。如此, 既促进经济发展又保护了传统文化遗产。

3. 乡村旅游对电子商务的反哺效应

3.1. 拓展电子商务市场范围

乡村旅游的兴起为电子商务市场带来了全新的增长点。随着城市化进程的加快和生活压力的增加, 越来越多的人寻求宁静与自然之美。乡村旅游目的地以未被过度开发的自然景观、淳朴的乡村生活、深

厚的文化底蕴以及优质农产品、特色手工产品都吸引了大量的游客。游客数量的增加使他们对乡村旅游产品的需求也随之增长，这为电子商务平台提供更为广阔的市场空间。电子商务平台通过整合乡村旅游资源，将各类旅游产品推向更广泛的消费者群体，从而拓展了电子商务的市场范围。

3.2. 促进电子商务产品创新

乡村旅游的多样性和游客日益增长的个性化需求，极大地促进电子商务产品的创新步伐。为了精准满足游客对于乡村旅游独特体验的追求，电子商务平台必须不断推陈出新，提供新颖且富有地方特色的旅游产品。传统的住宿、餐饮和门票预订服务依然是乡村旅游电子商务的重要组成部分，但难以满足市场的多元化需求。因此，电子商务平台开始拓展至农产品电商领域，将乡村的优质农产品如新鲜果蔬、特色食材等通过线上平台进行销售，既为游客提供了便捷的购物体验，也为乡村农民打开了新的销售渠道。而且，乡村旅游秀美的自然风光、古朴的村落建筑、悠久的民俗传统等丰富的自然资源可以为电子商务产品的创新提供无尽的灵感源泉。

3.3. 带动电子商务相关产业发展

乡村旅游的发展不仅促进旅游业本身的繁荣，还带动了餐饮、住宿、交通、等相关产业的发展，这些产业的发展为电子商务平台提供了更多的合作机会和市场空间。电子商务平台可以与当地的餐饮企业合作推出特色美食预订服务；与住宿企业合作提供多样化的住宿选择；与交通部门合作提供便捷的交通预订服务。这些合作不仅丰富电子商务平台的产品线，还带动相关产业的协同发展。除此之外，乡村旅游的发展对物流配送体系也提出更高的要求。为了确保乡村旅游产品的快速、准确配送，电子商务平台需要与高效的物流配送体系紧密合作。2023 年 1 月《中共中央、国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》中指出通过“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程、建设农副产品直播电商基地等方式培育乡村新产业新业态[6]。其不仅促进物流配送行业的发展，也提高了乡村旅游产品的流通效率。

4. 互动机制下的农村经济发展

4.1. 互利共赢：构建可持续的合作生态

电子商务与乡村旅游之间形成了一个互利共赢的关系，二者相互支持、共同成长。一方面，电子商务平台为乡村旅游提供了更加便捷的销售渠道和强大的宣传平台。通过线上推广，乡村旅游目的地能够突破地域限制，吸引更广泛的客源市场；在线预订系统和服务评价机制则简化了交易流程，提升了游客体验。另一方面，乡村旅游为电子商务注入了丰富的资源和持续增长的市场需求。乡村地区的自然风光、传统文化和特色产品成为电商平台上的热门内容，不仅能够吸引大量城市消费者，还带动了相关商品和服务的销售。这种合作模式不仅促进双方的经济发展，也为实现可持续的合作生态注入新的活力。

4.2. 协同发展：推动产业链深度融合

电子商务与乡村旅游在产业链上的深度融合，是农村经济发展的关键驱动力之一。两者之间的协同效应体现在多个层面：第一，在生产环节，乡村旅游的发展促进了农产品种植、手工艺品制作等传统产业的复兴，并通过电子商务平台直接对接市场需求，减少中间环节，提高经济效益。第二，在流通环节，电子商务平台优化物流配送体系，使得乡村特色产品能够更快捷地到达消费者手中，同时降低了运输成本。第三，在消费环节，乡村旅游项目的多样化和个性化需求，促使电商平台上出现更多定制化服务和创新产品，如特色民宿预订、文化体验等活动。这种产业链的协同发展，能够推动产业升级，创造更多

的就业机会，从而进一步提高农民收入水平。

4.3. 创新驱动：激发新的经济增长点

电子商务与乡村旅游的结合，促进了创新思维的产生和应用，在互动机制下，农村地区的企业和农户开始积极探索新的商业模式和营销策略。第一，电子商务与乡村旅游的深度融合，使原先的线下业务转化为线下与线上相结合，这样能够减少劳动力和资金的成本，以便有更多的成本去投入到乡村旅游产品的创新和服务优化当中[7]。第二，传统的乡村振兴乡村旅游经营者利用电商平台的数据分析工具，深入了解游客偏好，开发出更多符合市场需求的旅游产品和服务。如一些乡村地区推出了“农耕体验游”“非遗传承工作坊”等特色项目，深受游客青睐，推动乡村旅游的营业额稳步增长。第三，电子商务与乡村旅游的结合极大地促进农村地区的数字化转型，这一数字化转型不仅可以提升乡村旅游的知名度和竞争力，也为农村地区带来全新的就业领域。随着乡村旅游在线预订系统的普及，需要有专人进行网站维护、客户服务、数据分析等工作。为了提升乡村旅游的品质和吸引力，还需要有专业的摄影师、视频制作人、内容创作者等来进行旅游产品的拍摄和推广。这些都为乡村振兴带来新的经济增长点，为乡村振兴战略的实施提供了有力支撑。

5. 结语

乡村振兴战略背景下，电子商务与乡村旅游之间的互动机制为农村经济发展注入了新的活力。通过深入分析两者之间的互动关系，我们可以更好地把握农村经济发展的新趋势和新机遇，为乡村振兴战略的实施提供更加有力的支持。未来，应进一步加强电子商务与乡村旅游的融合发展，推动农村经济的持续健康发展。

参考文献

- [1] 杨泳波, 孙馨露, 来立冬. 电子商务基础与实务[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2016.
- [2] 杨照东. 立足“三农”, 推动乡村振兴[M]. 北京: 中国商务出版社, 2020.
- [3] 王立明, 黄杰, 李啸虎, 等. 乡村旅游业与电子商务融合发展现状与优化路径[J]. 商业经济研究, 2021(17): 128-131.
- [4] 赖春星. 电子商务促进乡村旅游发展路径研究[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(20): 112-115.
- [5] 吴迎杰. 乡村旅游电子商务[M]. 天津: 天津科学技术出版社, 2016.
- [6] 马红梅. 乡村振兴战略下农产品电商平台与农村物流业协同发展路径研究[J]. 中国物流与采购, 2024(24): 75-76.
- [7] 程军锋. 电子商务在乡村旅游助力精准扶贫中的应用研究[J]. 电子商务, 2019(7): 22-23.