

电子商务助力乡村旅游发展的对策研究

李 瑞

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年7月9日; 录用日期: 2025年7月23日; 发布日期: 2025年8月20日

摘 要

近年来, 乡村旅游作为推动乡村振兴的重要力量, 市场规模持续扩大, 2024年我国乡村旅游接待人次超25亿, 综合收入突破1.5万亿元。与此同时, 电子商务的快速发展为乡村旅游带来了新的机遇与挑战。本文聚焦电子商务助力乡村旅游发展的主题, 深入分析二者融合的价值意义, 包括激活乡村旅游产业链的经济价值、推动乡村社会可持续发展的社会价值以及助力乡村文化传承的文化价值。研究发现, 当前电子商务助力乡村旅游发展存在基础设施薄弱、品牌建设推广不足、人才短缺问题严峻、服务质量参差不齐等问题。针对这些问题, 本文提出完善基础设施建设、创新乡村旅游产品、加强专业人才培养、优化乡村旅游服务质量等对策。通过这些对策的实施, 有望充分发挥电子商务优势, 推动乡村旅游产业高质量、可持续发展, 为乡村振兴战略提供有力支撑。

关键词

乡村旅游, 乡村振兴, 电子商务

Research on Countermeasures for Promoting Rural Tourism Development through E-Commerce

Rui Li

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jul. 9th, 2025; accepted: Jul. 23rd, 2025; published: Aug. 20th, 2025

Abstract

In recent years, rural tourism, as an important force promoting rural revitalization, has seen its

market size continue to expand. By 2024, the number of rural tourism visitors in China is expected to exceed 2.5 billion, and the comprehensive revenue will exceed 1.5 trillion yuan. Meanwhile, the rapid development of e-commerce has brought new opportunities and challenges to rural tourism. This article focuses on the theme of e-commerce promoting the development of rural tourism, and deeply analyzes the value and significance of the integration of the two, including the economic value of activating the rural tourism industry chain, the social value of promoting the sustainable development of rural society, and the cultural value of assisting in the inheritance of rural culture. Research findings indicate that current e-commerce in promoting rural tourism development faces issues such as weak infrastructure, insufficient brand building and promotion, severe talent shortage, and uneven service quality. In response to these issues, this article proposes countermeasures such as improving infrastructure construction, innovating rural tourism products, strengthening the training of professional talents, and optimizing the quality of rural tourism services. Through the implementation of these countermeasures, it is expected to fully leverage the advantages of e-commerce, promote the high-quality and sustainable development of the rural tourism industry, and provide strong support for the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Tourism, Rural Revitalization, E-Commerce

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

乡村振兴，产业兴旺是重点[1]。乡村旅游电子商务是乡村振兴的重要抓手[2]。随着农村信息化建设水平的不断提高，农村电子商务发展取得了不少成就，关于乡村旅游电子商务化方面的文献也不断增加[3]。在全球旅游市场中，乡村旅游作为一种具有独特魅力的旅游形式，正逐渐崭露头角。乡村旅游以其亲近自然、体验乡村生活、感受民俗文化等特色，吸引了众多游客的目光，展现出巨大的发展潜力。《“十四五”旅游业发展规划》明确提出推动乡村旅游提质升级，2024年中央一号文件进一步强调培育乡村文旅新业态。文化和旅游部数据显示，2024年我国乡村旅游接待人次超25亿，综合收入突破1.5万亿元，成为乡村经济的新增长极。与此同时，电子商务作为21世纪最具创新性和影响力的商业模式之一，正以前所未有的速度改变着人们的生活和经济运行方式。电子商务与乡村旅游的融合应运而生，为乡村旅游的发展带来了前所未有的机遇。一方面，电子商务能够为乡村旅游提供更广阔的市场空间，通过网络平台，乡村的自然风光吸引更多游客前来体验，打破传统乡村旅游因地域限制而面临的市场规模狭小的困境。另一方面，电子商务的高效性不仅优化了信息流和客源流，更深层次地重构了乡村旅游的价值链，改变了传统分销模式，压缩了中间环节，但也带来了平台依赖增强、利润分配不均等潜在脆弱性风险。乡村文旅产业与电子商务融合逐渐成为一种势不可挡的必然趋势。

2. 电子商务融合乡村旅游发展的价值意义

2.1. 经济价值：激活乡村旅游产业链

电子商务的兴起，为乡村旅游打破了地域限制，带来更广阔的市场空间。借助在线旅游平台、社交媒体等网络渠道，乡村旅游景点、特色民宿、农家乐等产品得以全方位展示。精美的图片、详实的文字介绍和用户评价等丰富信息，让游客能跨越空间距离，提前了解乡村旅游产品的详情。以乡村旅游景点

为例,平台可通过虚拟现实(VR)技术,为游客提供沉浸式体验,感受乡村的自然风光与人文风情,吸引他们前来实地游览。通过电子商务平台的推广,乡村旅游产品的曝光度大幅提高,吸引了更多外地游客,游客流量持续增长的同时,旅游消费也随之增加。游客在乡村旅游期间,除了住宿和餐饮消费,还会参与当地组织的付费体验活动,如乡村手工制作课程、农事体验项目等,进一步刺激了旅游消费,为当地带来显著的经济收益。乡村旅游收入的增加,直接改善了乡村居民的生活水平,也为乡村基础设施建设和旅游资源开发提供了资金支持,推动乡村旅游产业的可持续发展。更重要的是,电商平台介入后,传统的“资源-旅行社-游客”长链条被缩短为“资源-平台-游客”甚至“资源-游客”的直销模式,提高了生产者(农户、民宿主)的议价能力和利润份额。然而,这也使得乡村旅游经营者对平台的依赖性显著增强,平台佣金、流量规则变化等成为新的风险点,产业链韧性面临挑战。

2.2. 社会价值：推动乡村社会可持续发展

在创造就业机会方面,电子商务为乡村劳动力市场注入新活力,催生出电商运营、乡村主播、物流配送等新兴职业,吸引大量青年返乡创业。同时电子商务加速了城乡之间的人员流动,打破了传统的城乡二元结构。在文化传承方面,城市游客通过乡村旅游走进乡村,深入了解农村的风土人情和传统文化。他们参与乡村的农事体验、民俗活动,与农村居民同吃同住同行,亲身感受乡村生活的魅力。这样的深度接触,消除了城乡之间的陌生感和隔阂,增进了相互理解与尊重。在基础设施改善方面,电商需求成为乡村公共服务升级的直接驱动力。为满足农产品上行和旅游产品线上销售的物流需求,各地纷纷完善乡村道路网络、建设村级物流站点。这不仅满足了电商与乡村旅游融合发展的需求,更为乡村社会的全面现代化奠定了坚实基础,推动乡村生活品质与城市接轨。

2.3. 文化价值：助力乡村文化传承

电子商务的介入,为乡村旅游的文化维度开辟了新的发展空间,使其在传承弘扬乡村文化以及丰富旅游文化内涵方面,绽放出独特的光彩。借助短视频、直播这些生动鲜活的形式,乡村文化的丰富内涵得以全方位展示。乡村的历史文化,那些尘封在古老建筑、传统习俗背后的故事,通过短视频的精彩剪辑,以生动的画面、感人的叙事呈现在大众眼前。电子商务为乡村旅游打造了一个多元文化交融的平台。在这个平台上,乡村旅游与城市文化相互碰撞、相互融合。城市游客带来了现代文化的元素,他们的观念、生活方式与乡村文化相互交融。这种交融不是单向的,而是一种双向的互动。游客在体验乡村文化的同时,也将城市文化融入其中,为乡村文化注入新的活力。

3. 电子商务助力乡村旅游发展存在的问题

3.1. 基础设施薄弱

部分乡村地区网络通信与物流配送体系的滞后,成为制约电子商务助力乡村旅游发展的关键瓶颈。在网络通信方面,尽管我国行政村通光纤和 4G 比例已超过 99%,但网络覆盖深度和质量仍存在显著差异。以贵州省黔西南州为例,部分偏远山区虽实现 4G 信号覆盖,但网络带宽仅能满足基础通讯需求,难以支撑高清视频直播、VR 全景展示等新兴电商营销手段。当乡村旅游从业者尝试通过抖音、视频号进行直播带货或景区实景展示时,频繁出现卡顿、掉线现象,极大影响用户体验,削弱营销效果。此外,5G 网络在乡村的覆盖率远低于城市,截至 2024 年底,农村地区 5G 基站数量仅占全国总量的 24%,导致乡村旅游难以借助 5G 技术实现实时互动、智能导览等创新服务。同时,乡村地区的物流配送体系不完善,物流成本高、配送时间长、服务范围有限,制约了乡村旅游相关产品的线上销售。例如,一些乡村特色农产品由于物流问题,难以快速、完好地送达消费者手中,影响了消费者的购买体验和产品的市场竞争力。

3.2. 品牌建设推广不足

多数乡村地区缺乏专业的品牌规划团队，对乡村旅游品牌建设缺乏清晰的认识和系统的规划，品牌形象模糊，难以给人留下深刻印象。同时，品牌推广手段单一且缺乏创新，主要依赖于线下口碑传播和简单的线上广告投放，对新媒体平台和社交网络的利用不够充分，特别是在内容创意、用户互动、数据驱动的精准营销方面能力薄弱，无法在激烈的市场竞争中有效提升品牌知名度和美誉度，吸引大量游客。此外，乡村旅游产品同质化现象严重，各乡村之间的旅游项目和特色农产品缺乏差异化，“千村一面”的农家乐、采摘园模式普遍，导致游客的选择余地较大，忠诚度较低，不利于乡村旅游品牌的长期发展。许多乡村旅游景点在产品开发上缺乏创新，旅游项目和产品相似，主要以农家乐、采摘园等传统形式为主，缺乏特色和差异化。在电子商务平台上，乡村旅游产品的展示也较为单一，多限于静态图文，缺乏沉浸式、互动式内容，难以吸引消费者的关注。例如，各地的农家乐菜品、服务模式几乎相同，缺乏对当地特色文化和资源的深度挖掘与利用，无法满足游客多样化、个性化的需求，导致市场竞争力不足。

3.3. 人才短缺问题严峻

由于乡村旅游电子商务既具有电子商务的普遍性，又具有独特性，它需要从业者既了解旅游专业知识，又能掌握旅游电子商务运作方式，能从乡村旅游业角度出发，用电子商务的技能去解决实际问题。一方面，乡村地区自身的人才储备有限，当地居民普遍缺乏电子商务知识和专业技能，对网络平台操作、网络营销、线上支付等环节不够熟悉，据相关调研，仅约 35% 的乡村旅游经营者能熟练使用主流电商平台进行营销推广。难以有效开展电子商务活动，无法满足乡村旅游电商化发展的需求。另一方面，由于乡村在生活条件和发展机会方面相对城市存在差距，难以吸引和留住优秀的电商人才，导致乡村旅游电商领域复合型人才(懂旅游 + 懂电商 + 懂乡村)的缺口率估计超过 60%，严重制约了产业的创新和发展。乡村旅游与电子商务融合发展需要既懂旅游业务又熟悉电子商务运营的复合型人才。然而，目前乡村地区这类专业人才严重短缺。一方面，乡村地区经济发展水平相对较低，工作环境和待遇有限，难以吸引外部专业人才流入；另一方面，当地农民受教育程度普遍不高，缺乏电子商务相关知识和技能培训，无法满足乡村旅游电商发展的需求。这导致乡村旅游电商在网站建设、运营管理、营销推广等方面存在诸多不足，影响了电子商务助力乡村旅游发展的效果。

3.4. 服务质量参差不齐

乡村旅游的服务质量直接影响游客的体验和口碑。在电子商务环境下，游客对乡村旅游服务的便捷性、个性化和标准化提出了更高要求。在服务质量标准方面，乡村旅游缺乏统一规范的服务质量标准和评价体系，导致部分乡村旅游经营者的服务意识淡薄，服务行为不规范，难以保障游客的消费体验。线上平台的信息更新不及时、准确性差，预订流程繁琐且易出错，售后服务响应缓慢、处理不力等问题较为突出；线下旅游景点存在基础设施简陋、环境卫生状况不佳、导游讲解水平有限、餐饮住宿条件差等情况，使得游客在游玩过程中产生诸多不满，影响了乡村旅游的整体形象和口碑。乡村旅游的服务质量直接影响游客的体验和口碑。通过网络传播后，容易对乡村旅游的形象造成负面影响，降低游客的满意度和重游率。

4. 电子商务助力乡村旅游发展的策略

4.1. 完善基础设施建设

乡村旅游主要是为游客们提供更好的服务，能够让他们在农村地区体验到更好的环境[4]。政府应加大对乡村地区网络通信基础设施建设的投入，推动电信运营商扩大乡村网络覆盖范围，提升网络质量和

稳定性。通过实施“宽带乡村”“5G 下乡”等工程，确保乡村旅游景区、农家乐、民宿等重点区域实现高速网络全覆盖。针对不同区域禀赋和发展阶段采取差异化策略，对资源禀赋优、潜力大的核心旅游村，优先部署 5G 和千兆光纤；对偏远、分散地区，探索低成本、易维护的卫星互联网或无线网络覆盖方案。同时，鼓励电信运营商针对乡村旅游从业者和游客推出优惠的网络套餐，降低网络使用成本，提高网络使用普及率。政府应引导和支持物流企业在乡村地区建立物流网点，完善乡村物流配送网络。鼓励物流企业与乡村旅游从业者合作，开展农产品直采直运、旅游商品配送等业务，降低物流成本。同时，推动农村电商与物流企业的信息共享，利用大数据、物联网等技术优化物流配送路线，提高配送效率。此外，可探索建立乡村物流共同配送模式，整合多方资源，实现物流资源的高效利用。

4.2. 创新乡村旅游产品

乡村旅游景点应深入挖掘当地的自然景观、民俗文化、历史遗迹等特色资源，结合市场需求，开发具有独特性和差异化的旅游产品。例如，对于具有传统手工艺文化的乡村，可以开发手工制作体验项目，让游客亲身参与剪纸、陶艺、编织等传统手工艺的制作过程，感受传统文化的魅力；对于自然风光优美的乡村，可以推出生态康养旅游产品，如森林浴、温泉疗养、户外徒步等，满足游客对健康养生的需求。同时，根据不同游客群体的需求和消费能力，设计多样化的乡村旅游产品组合。除了传统的门票、住宿、餐饮套餐外，还可以增加乡村体验活动、特色农产品采摘、民俗文化表演等项目，形成综合性的旅游产品。例如，推出“亲子乡村体验游”产品组合，包括亲子农事体验、乡村手工制作、农家美食烹饪等活动，满足家庭游客的需求；针对高端游客，推出“乡村度假休闲游”产品组合，提供个性化的住宿、餐饮服务，以及专属的文化体验活动，如私人导游讲解、传统技艺传承课程等。

4.3. 加强专业人才培养

为实现电子商务下乡旅游发展的创新路径，必须重构乡村旅游领域的专业队伍，以满足电子商务旅游发展的需求[5]。政府和相关部门应组织开展针对乡村旅游从业者的电子商务培训，邀请电商专家、成功案例创业者等进行授课，培训内容涵盖电子商务基础知识、网店运营管理、网络营销推广、客户服务等方面。通过线上线下相结合的培训方式，提高培训的覆盖面和效果。例如，利用网络直播平台开展线上培训课程，方便乡村旅游从业者随时随地学习；定期组织线下集中培训和实地考察，让学员亲身体验和学习成功的电商运营模式。特别实施“本土网红/带头人孵化计划”，选拔有潜力的村民进行短视频创作、直播带货等专项技能培训。政府应出台相关优惠政策，吸引外部电商专业人才和旅游管理人才投身乡村旅游事业。例如，提供住房补贴、创业扶持资金、子女教育优惠等，为人才创造良好的工作和生活环境，设立“乡村旅游电商特聘专家”岗位，提供短期项目制合作机会。同时，鼓励高校、科研机构与乡村旅游企业开展产学研合作，建立实习实训基地，引导大学生到乡村旅游企业实习就业，为乡村旅游电商发展注入新鲜血液。推动建立区域性“乡村旅游电商服务中心”，提供技术支撑、运营咨询、人才培养等公共服务。

4.4. 优化乡村旅游服务质量

品牌是企业的无形资产，能够吸引消费者，使企业获得巨大的经济效益[6]。完善乡村旅游电子商务平台的预订、咨询、投诉等服务功能，确保系统稳定、操作便捷。加强客服团队建设，提高客服人员的专业素质和服务意识，及时回复游客的咨询和投诉，解决游客在旅游过程中遇到的问题。利用人工智能技术，开发智能客服系统，为游客提供 24 小时不间断的在线服务，提高服务效率和质量。并加大对乡村旅游景区基础设施建设的投入，完善旅游道路、停车场、公共厕所、标识系统等设施。定期对旅游设施进

行维护和更新,确保设施的安全性和完好性。提升住宿、餐饮等服务设施的品质,为游客提供舒适、卫生的住宿环境和美味、健康的餐饮服务。例如,对农家乐的厨房进行标准化改造,加强食品安全管理,提高餐饮服务质量。

5. 结语

总而言之,电子商务无疑是促进乡村振兴和发展的有力工具[7]。电子商务为乡村旅游的发展提供了广阔的空间和新的机遇,通过实施差异化基础设施投入、强化数字品牌与精准营销、构建多层次人才体系、推行智慧化标准化服务等更具针对性和创新性的对策,可以有效解决当前乡村旅游发展中存在的问题,充分发挥电子商务在拓展市场、提升品牌影响力、优化资源配置等方面的优势,推动乡村旅游产业实现高质量、可持续发展,为乡村振兴战略的实施提供有力支撑。在未来的发展中,乡村旅游与电子商务的融合将不断深化,需要政府、企业和社会各方共同努力,积极探索创新,开创乡村旅游发展的新局面。

参考文献

- [1] 陶静. 全面推进乡村振兴背景下旅游电子商务生态系统的构建机理与实施路径研究[J]. 河北旅游职业学院学报, 2022, 27(3): 5-11.
- [2] 何佳. 基于大数据的乡村旅游电子商务发展路径[J]. 今日财富, 2024(33): 11-13.
- [3] 刘波. 乡村旅游电子商务化模式推进路径[J]. 当代旅游(高尔夫旅行), 2018(1): 31.
- [4] 孙杰. 电子商务在乡村旅游助力精准扶贫中的应用探究[J]. 时代经贸, 2020(3): 52-53.
- [5] 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.
- [6] 李颖. 乡村电商对乡村文化旅游业发展的影响[J]. 商业文化, 2021(14): 122-123.
- [7] 刘永绿. 浅析电子商务促乡村振兴的实践与思考[J]. 中国产经, 2021(7): 141-142.