

电商赋能视角下乡村聚落演变与民宿发展的互构机制研究

周若一

浙江理工大学建筑工程学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年11月26日; 发布日期: 2025年12月23日

摘要

围绕乡村聚落演变驱动机制, 剖析电商经济渗透、经济发展、技术进步等多重因素对聚落的影响, 阐述资源盘活型、社区共建型等典型乡村民宿发展模式。深入探究聚落演变与民宿发展的内在关联与互动机制, 以电商全链条赋能为核心, 从空间布局优化、产业融合升级、社区参与深化、生态文化传播、营销渠道拓展等维度, 系统分析电商赋能下的发展路径, 为乡村民宿借助聚落演变契机实现可持续发展、助力乡村振兴提供参考。

关键词

乡村聚落演变, 乡村民宿, 发展模式, 电商赋能, 数字经济, 营销创新

Research on the Co-Construction Mechanism of Rural Settlement Evolution and Homestay Development from the Perspective of E-Commerce Empowerment

Ruoyi Zhou

School of Architectural Engineering, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: November 12, 2025; accepted: November 26, 2025; published: December 23, 2025

Abstract

Focusing on the driving mechanisms of rural settlement evolution, this study analyzes the impacts

文章引用: 周若一. 电商赋能视角下乡村聚落演变与民宿发展的互构机制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 4129-4135. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124349

of e-commerce economy penetration, economic development, technological progress, and other multifaceted factors on settlements. It elaborates on typical rural homestay development models, such as resource revitalization and community co-construction. By delving into the intrinsic connections and interaction mechanisms between settlement evolution and homestay development, the study systematically explores development pathways under e-commerce empowerment. Centered on the full-chain empowerment of e-commerce, it conducts a comprehensive analysis from dimensions including spatial layout optimization, industrial integration and upgrading, deepened community participation, ecological culture dissemination, and marketing channel expansion. The findings provide references for rural homestays to achieve sustainable development and contribute to rural revitalization by leveraging the opportunities presented by settlement evolution.

Keywords

Rural Settlement Evolution, Rural Homestays, Development Models, E-Commerce Empowerment, Digital Economy, Marketing Innovation

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

乡村聚落作为人类聚居的重要空间形态，其演变是社会经济发展、自然环境变迁、电商数字技术普及等多种因素共同作用的结果，深刻影响乡村的空间结构、社会结构与发展方向。随着城乡融合进程加速、消费需求升级以及健康养生理念普及，乡村民宿应运而生并飞速发展，成为乡村振兴重要载体。在数字经济蓬勃发展背景下，电商平台的技术支撑、流量聚合、交易撮合功能，彻底重构了乡村民宿的运营逻辑与市场边界，为民宿发展带来了全方位的机遇。本文旨在探讨乡村聚落演变与民宿发展的内在关联，以电商赋能为主线，系统整合电商在民宿发展各环节的渗透路径与作用机制，分析针对性发展策略，推动二者协同发展，为乡村经济注入持久活力。

2. 乡村聚落演变：电商赋能下的转型新动力

乡村聚落作为人地关系的实体表现，其空间结构与形态演变深刻反映出地域社会的演进。随着农业技术进步、人口流动变化及电商经济的深度渗透，乡村聚落呈现出分散到集中、从自然无序到有序规划、从生产导向到消费与生产并重的演变新趋势。这种空间重塑不仅体现为功能转变，更标志着乡村社会结构和发展模式的系统性变迁，而电商正是驱动这一变迁的核心动力之一。

已有研究表明，乡村聚落空间演变是区域经济发展、社会转型、区位政策调控及电商数字技术应用等多元要素综合作用的结果，是空间对功能需求的适调，更是实现可持续发展的空间响应。二十一世纪以来，城市化带来的农村人口流失与乡村衰败，促使各方力量参与乡村重塑。同时，城市人群对田园生活的向往催生新型消费需求，电商平台搭建的供需对接桥梁，让乡村资源与城市需求精准匹配，直接推动乡村民宿、乡村度假区等产业兴起，标志着乡村聚落空间从传统生产型转向现代消费型，电商成为这一转型的关键催化剂[1]。

电商对乡村聚落演变的核心驱动作用在三方面深度体现：打破地理限制，让偏远乡村的空间价值通过民宿、特色产品等形式被市场发现，推动聚落空间从封闭走向开放；催生数字基础设施建设，乡村网络覆盖、物流站点布局等随电商需求逐步完善，间接优化聚落空间功能；引导聚落资源重组，闲置农房、

土地等在电商变现预期下被盘活，推动聚落空间向集约化、特色化方向发展。

3. 乡村民宿发展典型模式与电商融合创新实践

随着城乡融合进程加速和消费需求升级，乡村民宿作为乡村振兴的重要载体，在电商全链条赋能下呈现出多元化、数字化发展态势。分异性带来的不同吸引力使民宿功能出现针对性，如特色化、体验式民宿，形成了多种与电商深度融合的成功发展模式。电商平台的技术支撑、流量分发、交易保障功能，推动民宿运营模式从单一住宿功能，升级为“线上内容输出 + 客群运营 + 产品电商转化”的一体化经营模式，加速了乡村民宿资源的曝光与价值转化，奠定了坚实的市场基础。

3.1. 资源盘活型模式：电商驱动的“闲置资产数字化”

资源盘活模式民宿核心为“变废为宝”，通过对乡村闲置资源的系统整合与创意利用，实现资源变资产的转化。具体而言，是将乡村废弃校舍、闲置农房、老旧公共建筑进行设计改造与商业化运营，转化为可提供住宿与体验的特色民宿产品。

电商在该模式中贯穿全流程：改造前期，通过短视频平台发布乡村闲置资源现状、改造规划等内容，吸引潜在投资者与消费者关注，提前积累流量；改造过程中，以直播、vlog形式记录施工细节、设计理念，将改造过程转化为数字内容资产，同步在平台预售体验券、住宿套餐，实现资金回流；运营阶段，通过 OTA 平台、民宿小程序展示民宿特色，结合用户评价数据优化服务，同时借助电商渠道销售民宿周边衍生品，如改造同款手工艺品、乡村土特产品，延伸收益链条。众多案例显示，通过系统化的电商内容运营，可将民宿升级改造的全周期转化为可传播、可盈利的数字资产，实现前期投资的多元回报[2]。

3.2. 社区共建型模式：电商串联的“利益共享生态”

社区共建模式是以区域为主体，以共赢为核心，通过创新组织形式和利益联结机制，保障村民共享发展红利的民宿模式。例如乡村度假区，通过向村民支付租金、分红、工资，激活村民参与动力，形成“民宿运营 + 村民参与”的共同体。

电商是该模式的利益分配与流量转化核心：一方面，民宿群通过电商平台构建“住宿预订 + 特色产品销售”的多元收益结构，民宿作为乡村特色产品的线下体验中心，引导住客线上复购农产品、手工艺品，销售利润按比例与村民分红，拓宽村民增收渠道；另一方面，村民可通过直播、短视频带货等方式，自主推广民宿及乡村产品，平台的流量扶持政策降低了村民参与门槛，形成“线下引流体验 - 线上电商复购 - 村民共享收益”的完整闭环，强化社区共建的凝聚力。

3.3. 产业融合型模式：电商支撑的“体验消费数字化”

产业融合模式是当前乡村民宿发展的前沿，住宿费用退居为基础性收入。通过主动与农业、教育、文化等产业深度融合，民宿从住宿地转型为体验式消费的入口，主要利润源自住宿衍生的体验服务与产品销售。常见形式包括与农业融合的茶园民宿(提供采摘、炒茶、品茶全过程体验)、与教育融合的自然课堂民宿(组织植物知识讲解、农事实践等活动)[3]。

电商是该模式的核心基础设施与运营中枢：由于模式高度依赖目标客户群体需求，平台通过大数据算法分析用户偏好，精准推送民宿体验项目，实现供需匹配；线上预约系统让体验活动的报名、缴费、行程规划一体化，提升用户体验；同时，平台为体验衍生品提供销售渠道，如茶园民宿的茶叶、自然课堂的科普手册等，通过“体验 - 种草 - 线上购买”的路径，最大化产业融合价值。可以说，电商是维系产业融合型民宿发展的核心支撑。

3.4. 景区联动型模式：电商整合的“全域旅游产品”

景区联动模式依托核心景区的辐射效应，将民宿升级为景区旅游网络的枢纽，通过深度协同实现客源共享。具体而言，民宿与周边景区或森林公园建立合作关系，打破竞争或依附关系，共同打造“白天游玩-夜晚住宿”的24小时完整旅游产品，形成景区引流、民宿承接流量的共生关系。电商让这种联动模式从松散合作升级为一体化数字产品：通过旅游电商平台、景区与民宿的联合小程序，推出“景区门票+民宿住宿+特色餐饮”的组合套餐，以优惠价吸引消费者预订；借助平台的定位功能、用户评价体系，实现景区与民宿的口碑互传、流量互导；同时，平台的大数据分析可帮助双方精准定位客群，优化套餐内容与定价策略，提升合作效率与收益水平，让联动关系更具稳定性与可持续性。

4. 乡村聚落演变与民宿发展的互构机制：电商的纽带作用

乡村聚落演变过程与民宿发展并非孤立现象，二者在电商赋能下形成深层次的互构关系。电商作为纽带，不仅推动二者实现资源互补、价值共创，更重塑了其互动逻辑，对预测乡村发展趋势、制定科学的乡村振兴战略具有重要意义。

4.1. 民宿对乡村空间特征的影响：电商重构空间价值逻辑

民宿的经营实质上是一种深刻介入乡村机理的空间实践，而电商直接重构了乡村空间的价值逻辑，使民宿对乡村空间特征的影响更具针对性与实效性。电商的赋能，彻底削弱了民宿对传统区位优势的依赖，民宿选址和布局不再局限于交通要道或景区周边，转而以空间特色、生态资源为核心导向，实现空间价值的再发现。

基于民宿定位、布局模式与乡村空间的关系，结合电商赋能，民宿对乡村空间特征的影响可归纳为三种形式：肌理活化，民宿利用原有闲置宅基地等以新形态嵌入乡村内部，通过电商平台展示其历史肌理与现代设计的融合，吸引消费者，有效激活废弃空间价值，抑制乡村空心化；形态重构，在乡村外围或视野开阔的新增用地上建设民宿，借助电商的流量聚合能力，将其打造为乡村新地标，直接拓展乡村聚落的物理边界，形成新的空间增长极；功能织补，将民宿的公共功能分散镶嵌入乡村公共空间，通过电商平台宣传公共活动（如乡村市集、民俗展演），带动乡村公共板块的使用频率，实现公共空间功能的重新激活^[4]。

4.2. 聚落演变动力对民宿发展模式的影响：电商强化需求响应

乡村聚落演变的内在动力持续作用于民宿的发展，而电商让这种作用更为精准、直接。历史研究表明，农业生产新技术的应用与乡村居民对生活质量的追求是乡村聚落空间结构变化的根本原因。在当代背景下，这一动力机制体现为消费者对高品质生活的追求，电商消费数据的精准分析，帮助民宿快速捕捉消费者需求变化，针对性优化产品与服务，推动设施升级和服务完善。

经济发展和区位交通作为乡村聚落演变的主要驱动力，在电商赋能下对民宿发展的影响更具包容性。经济水平提升带动消费者支付能力增强，为高端民宿发展提供市场基础，平台的分层运营（如高端民宿专区、平价民宿推荐），让不同定位的民宿都能找到目标客群；便利的交通扩大民宿辐射范围，电商的无地域性则打破了区位限制，使偏远地区的优质民宿通过线上展示、物流配套，触达全国客源，弥补交通区位短板。简言之，电商让聚落演变的内在动力对民宿的推动更为普惠、高效^[5]。

4.3. 乡村聚落文化塑造民宿特色：电商激活文化变现能力

多样性的乡村聚落文化逐渐成为民宿竞争力的核心资源之一，电商为聚落文化提供了系统化的变现

渠道。不同地域形成的独特乡村聚落文化，如苗寨吊脚楼、江南临水舟楫等，通过民宿的现代空间语言和内容体验转译，成为具象化的文化产品，让这些文化产品突破地域限制，实现广泛传播与价值转化。

在电商平台的支持下，地区非物质文化遗产、传统民俗通过民宿载体得以持续变现：民宿将非遗技艺融入设计(如木雕装饰、手工织物)，通过平台销售同款文创产品；将民俗活动(如庙会、节庆)通过直播形式呈现，吸引线上用户预订体验；甚至打造文化主题电商专题页，整合民宿住宿、文化体验、文创产品销售，形成“文化-体验-消费”的闭环。在数字时代，不仅延续了文脉传承，更实现了文化价值的流通，最终推动民宿升级为具有特色乡村聚落文化IP属性的体验地[6]。

5. 乡村民宿发展路径与策略：电商赋能的全面深化

基于乡村聚落演变规律与当前民宿发展经验，未来乡村民宿的可持续发展，需以电商赋能为核心主线，在空间布局、产业融合、社区参与、生态文化、营销渠道等方面进行深入探索和创新实践，实现电商与民宿发展的深度整合。

5.1. 深化空间赋能，电商优化聚落民宿布局

在乡村振兴背景下，深化空间赋能、优化聚落民宿布局已成为乡村可持续发展的必经之路。电商大数据为布局优化提供了科学依据，让民宿布局更贴合市场需求与乡村发展规律。

尊重聚落自组规律前提下，借助电商平台的客群分布数据、预订热度地图，民宿可在密度高值区和交通便利地区适度集聚，便于共享基础设施和客源市场；在生态敏感区和传统风貌保护区，通过流量调控(如减少推广力度、设置预订限额)，控制民宿数量与开发强度，保持乡村聚落的原真性和生态功能。针对乡村聚落规模和分布特征，采取差异化布局策略：大规模、低密度分布区域，利用空间开阔、环境静谧的优势发展生态康养型民宿，通过平台精准推送至养生需求客群；小规模、高密度分布区域，依托人文资源和生活配套发展文化体验型民宿，借助平台宣传文化特色吸引对应受众。同时，结合物流网络布局，在民宿集群区域设立共享物流站点，提升物资配送效率，降低运营成本，强化空间集聚的协同效应。

5.2. 促进产业融合，创新电商产品体系

在民宿行业竞争激烈的当下，依靠单一住宿功能已难以支撑可持续发展，必须通过产业融合拓展价值链，进一步加强民宿与健康产业、文化产业、生态农业的深度融合。结合本地资源优势，开发独具特色的产品体系，如茶园康养民宿、非遗体验民宿等。

其中电商是产业融合的核心枢纽，可推动融合价值最大化。构建民宿“住宿+体验+电商衍生”的多元收入结构：保留住宿核心功能，打造产业融合的沉浸式活动项目(如园艺疗法、农事实践)，通过电商平台实现预约报名；依托平台打造衍生品体系，将体验过程中涉及的农产品、手工艺品、文化产品进行标准化包装销售，突破空间限制，构建新型商业模式。同时，利用电商大数据分析用户反馈，持续优化融合产品，如根据消费者偏好调整体验项目时长、升级衍生品品类，提升产业融合的精准度与竞争力。

5.3. 强化社区参与，电商构建利益共享机制

保障村民在民宿发展中的主体地位和收益权利，是实现可持续发展的关键，而电商为社区参与提供了低门槛、广覆盖的渠道，让利益共享更具操作性。

应创新利益联结机制，通过资源入股、资金入股、劳务合作等多种形式，促进村民参与民宿发展并分享红利。同时，加强村民的数字技能培训，提升其电商运营能力和服务水平，确保服务质量。依托电商平台的0门槛特性，鼓励村民参与民宿线上推广、直播带货等活动：村民可通过短视频分享乡村生活、民宿体验，吸引流量；也可在平台开设个人店铺，销售自家农产品或手工艺品，实现增收。此外，搭建社

区共享电商账号，整合民宿与村民产品资源，统一运营、统一分配利润，形成“民宿主导、村民参与、电商赋能”的利益共同体，激发社区参与的长效动力。

5.4. 注重生态可持续，电商助力文化传承创新

民宿发展必须坚持生态优先原则，同时注重文化传承，电商是实现社会效益与经济效益，同时兼顾生态保护与文化传承数字化落地的重要渠道。

在生态保护方面，利用电商平台宣传民宿的生态理念与环保措施(如垃圾分类、节能减排)，吸引环保意识强的消费者；通过销售“生态体验套餐”(如植树活动、生态观测)，将生态保护转化为消费场景，实现生态价值变现；借助大数据监控预订量，避免客流过载对生态环境造成破坏。在文化传承方面，深入挖掘聚落文化内涵，将其融入民宿设计、服务体验和产品开发，通过平台打造文化IP专题，展示民宿的文化故事、非遗体验等内容，吸引文化爱好者；借助短视频、直播等新媒体形式，生动呈现乡村生态与文化魅力，扩大品牌影响力；开发文化数字衍生品(如虚拟文化体验课程、数字文创产品)，通过平台销售，实现文化价值的持续转化[7]。

5.5. 赋能营销电商，拓宽发展渠道

电商作为经济发展的新模式，正重构乡村民宿发展的底层逻辑，是激发经济增长的重要引擎。通过流量引流、全域触达，创造了前所未有的客流增长范式，成为民宿发展的核心支撑。

品牌建设层面，结合区域特色与聚落文化，打造差异化产品形象，通过电商平台统一输出品牌故事、视觉设计，形成辨识度；平台运营层面，主动入驻主流OTA平台、旅游电商小程序，优化线上店铺页面(如高清图片、详细体验介绍、用户评价管理)，提升预订转化率；营销推广层面，充分利用社交媒体营销、KOL合作推广、短视频内容营销等方式，提升产品知名度与美誉度；开展直播带货、线上促销活动(如节假日套餐折扣、限时预订优惠、拼团活动)，刺激消费需求；客群运营层面，搭建私域流量池，通过客户社群、会员体系等，增强客户粘性，实现复购；数据应用层面，借助电商平台的用户行为数据、消费偏好数据，进行精细化营销，精准推送产品信息，优化定价策略。这些电商营销手段彻底重构了传统销售的“人货场”关系，实现了从被动等待到主动获客的销售范式转变。

6. 结语

在数字经济时代，电商的深度赋能是乡村民宿突破发展瓶颈、扩大市场份额的关键。未来乡村民宿的发展，应充分尊重乡村聚落的演变规律，以电商赋能为核心，结合不同地区的资源禀赋和市场需求，采取差异化的发展策略。通过电商驱动的空间赋能、产业融合、社区参与、生态保护和营销创新，实现民宿与乡村聚落的协同发展，从而为乡村振兴提供可持续的发展路径。

参考文献

- [1] 张海洲, 陈勐绮, 陆林, 徐雨晨. 民宿创业生态系统与乡村区域协同演化研究[J]. 地理学报, 2025, 80(10): 2618-2635.
- [2] 余正勇, 吕宛青. 旅游者对乡村民宿消费空间的符号感知与体验研究——基于成都市多个乡村的调查分析[J]. 价格理论与实践, 2024(8): 102-107.
- [3] 吕宛青, 余正勇. 经济与情感: 后现代消费中乡村民宿空间符号建构的双重逻辑及机制[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2025, 52(1): 106-113, 203-204.
- [4] 向雁, 侯艳林, 李福夺. 乡村民宿分布热点探测、空间格局及影响因素——以贵州省为例[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(11): 130-141.
- [5] 余润哲, 黄震方, 苗子琪, 刘娟, 程静静. 乡村民宿价值共创的影响因素与组合路径——基于模糊集定性比较分

- 析[J]. 经济地理, 2024, 44(3): 189-196.
- [6] 陈国华, 戴其文. 农文旅融合下乡村民宿发展的特征、机制与影响[J]. 社会科学家, 2025, 33(3): 83-89.
- [7] 王彩彩, 徐虹等. 乡村民宿生存韧性的形成机制与路径研究——基于资源编排视角的案例分析[J]. 旅游科学, 2025, 39(7): 74-95.