

农村电商与乡村旅游融合发展模式探析

孙雨然

南京林业大学人文社会科学学院，江苏 南京

收稿日期：2025年12月12日；录用日期：2025年12月25日；发布日期：2025年12月31日

摘要

在乡村振兴背景下，农村电商和乡村旅游作为农村发展的新业态日益受到重视。农村电商、乡村旅游产业不断创新升级，通过分析农村电商与乡村旅游的现状与特点，探讨两者融合的必要性和可行性。这两者融合发展不仅能够促进乡村旅游业的转型升级，将乡村的自然资源、农产品以及传统文化等特色资源转化为经济价值，还可以展现不同乡村地区独特的文化内涵，塑造出特色乡村品牌。乡村旅游与农村电商产业进行协同发展，有利于拓宽农民增收渠道，从而带动农村经济的全面发展。本文整理了乡村旅游与农村电商融合发展的理论基础，并对实际应用进行了分析。本文将探讨两者如何融合发展、形成互补，以促进乡村全面振兴和可持续发展。

关键词

农村电商，乡村旅游，乡村振兴

Analysis of the Integrated Development Model of Rural E-Commerce and Rural Tourism

Yuran Sun

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

Received: December 12, 2025; accepted: December 25, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

In the context of rural revitalization, rural e-commerce and rural tourism have received increasing attention as new formats of rural development. Rural e-commerce and rural tourism industries are

constantly innovating and upgrading. By analyzing the current situation and characteristics of rural e-commerce and rural tourism, the necessity and feasibility of their integration are discussed. The integrated development of the two can not only promote the transformation and upgrading of rural tourism, convert rural natural resources, agricultural products, traditional culture and other characteristic resources into economic value, but also display the unique cultural connotations of different rural areas and create characteristic rural brands. The coordinated development of rural tourism and rural e-commerce industries will help expand farmers' income channels, thereby promoting the overall development of the rural economy. This article summarizes the theoretical basis for the integrated development of rural tourism and rural e-commerce, and analyzes its practical application. This article will explore how the two can be integrated and complementary to promote comprehensive rural revitalization and sustainable development.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Tourism, Rural Revitalization

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. 前言

农村电商与乡村旅游已成为推动农村经济发展的两大重要力量，乡村旅游依靠其自然风光和浓郁的乡土文化，吸引了无数游客前来观光，而农村电商则通过互联网平台拓宽农产品销售渠道，已经形成前所未有的市场规模。将乡村旅游与农村电商有机结合，既有效提升了农产品的品牌价值，又为农民创造了多元化的收入途径。乡村旅游的推广能够增加农产品的知名度，而农村电商的发展则为乡村旅游提供了更广阔的市场。这种双向促进的关系，能够提升农村地区的居民生活质量，促进农村社会的和谐稳定，为乡村振兴战略的实施注入动力。农村电商与乡村旅游的融合发展模式正好契合了乡村振兴战略目标，推动农村经济增长和产业升级。

本文致力于探究农村电商与乡村旅游的融合模式，分析该模式的内在优势与外在挑战，并在此基础上提出一些建议。

2. 概念与理论基础

2.1. 概念

2.1.1. 农村电商

农村电商是指以互联网技术为支撑，以农村地区为经营场景，以农产品、乡村手工艺品、农业生产资料及乡村旅游产品等为交易对象，通过电商平台实现信息发布、在线交易、物流配送、售后服务等全流程电子化的经济活动[1]。其核心特征在于打破农村地区的空间限制，整合农村特色资源与市场需求，拓宽农村产品销售渠道，推动农业产业链转型升级，是数字经济在农村领域的重要应用形态。

2.1.2. 乡村旅游

乡村旅游是以乡村自然生态环境、田园风光、民俗文化、农耕文明为核心吸引物，以城市居民为主要客源市场，集观光游览、休闲度假、农事体验、文化研学等功能于一体的旅游形态[2]。与传统旅游相比，乡村旅游更强调乡土感与体验感，注重游客对乡村生活的深度参与[3]和情感共鸣，是推动乡村产业

多元化和促进城乡要素双向流动的重要载体。

2.2. 理论基础

2.2.1. 产业融合理论

在产业融合的初始阶段，其主要呈现形式包括“技术融合”、“数字融合”等。其中技术融合在推动经济持续发展中所发挥的主要作用，根据 Rosenberg 的观点，技术融合指的是将类似的技术应用于生产过程的不同阶段或是不同产业，进而引发的生产层面的变革[4]。姜长云指出，技术创新与制度创新在这一过程中发挥重要作用，二者的紧密结合逐步模糊了产业边界，推动了产业融合的进程。该理论为农村电商与乡村旅游融合提供了逻辑支撑[5]。

2.2.2. 数字经济理论

数字经济理论以数据为核心生产要素，以互联网、大数据、人工智能等数字技术为驱动，强调通过技术创新打破信息不对称，优化资源配置效率，重构产业组织形态与交易模式[6]。经济理论视角主要侧重于从理论层面揭示数字赋能农文旅融合的机理，数字技术推动农业规模经济形成，进而促进乡村产业融合[7]。

在农村电商与乡村旅游融合中，数字经济理论的指导作用主要体现在三个层面：其一，电商平台作为数字经济的核心载体，可整合乡村旅游资源与产品信息，实现旅游线路、民宿预订、农产品购买的一站式服务，打破乡村旅游的信息壁垒；其二，大数据技术可通过分析电商交易数据、旅游消费数据，精准识别消费者偏好，为乡村旅游产品开发与电商产品优化提供决策依据；其三，数字技术如短视频、直播、VR/AR 可将乡村旅游的体验场景线上化，实现“线上种草 - 线下消费 - 线上复购”的流量转化，扩大产业融合的市场辐射范围。

2.3. 理论述评

现有理论为农村电商与乡村旅游融合提供了重要支撑，但仍存在明显的应用局限：其一，产业融合理论多应用于制造业与服务业的跨界融合，针对农村场景下“电商 + 旅游”的具体融合路径、要素匹配机制研究不足，缺乏对农村资源禀赋差异的针对性分析；其二，数字经济理论在农村领域的应用多聚焦于电商销售，对数字技术如何赋能乡村旅游体验升级、文化传播的研究不够深入，未充分考虑电商平台对乡村旅游的重塑作用。

此外，现有研究多单独运用某一理论分析农村电商或乡村旅游的发展，缺乏对理论的系统整合，尚未形成支撑两者融合的完整分析框架。基于此，本文将产业融合理论、数字经济理论有机结合，构建理论分析框架，明确农村电商与乡村旅游融合的核心要素与动力机制，为融合模式研究提供理论支撑。

综上所述，现有理论研究为本文提供了重要的理论基础与研究思路，本文将以此为切入点，探讨乡村旅游与农村电商融合发展模式。

3. 农村电商与乡村旅游发展现状

3.1. 农村电商发展现状

近年来，国家高度重视农村电商的发展，不断加大对农村地区宽带网络、移动信号、物流等基础设施[8]的建设投入。随着宽带网络和移动信号在农村地区的广泛覆盖，更多的农民能够便捷地接入互联网，利用电商渠道将本地农产品销往全国各地。各大电商平台纷纷推出针对农产品的销售扶持政策，如淘宝的“村播计划”、通过直播带货、产地直发、品牌打造等方式，帮助农民拓宽农产品销售渠道，提高农产品的附加值和市场竞争力。为农村电商的开展提供了基础支持。

3.2. 乡村旅游发展现状

目前乡村旅游有从传统农家乐、民宿等向乡村休闲度假、非遗文化体验、乡村康养、乡村体育等农业细分赛道发展的趋势。游客不仅可以参与传统的观光旅游项目，还可以参与农事采摘、乡村手工艺制作、民俗文化活动，深度体验乡村休闲生活的乐趣[9]。

乡村地区有优美的自然风光、别具一格的乡土风俗，这为乡村旅游的发展提供了良好条件。从广阔的田园风光到历史悠久的村落建筑，从传统的农耕文化到民俗活动，这些元素都极具吸引力。2023年中国农民丰收节暨第十九届中国南京农业嘉年华活动在南京国家农高区开幕，博览中心区、都市农园区、稻田公园区、农夫市集区、现代智慧农业展示区等区域，与全域沉浸式体验吃喝、游玩、研学、认购等融为一体。

4. 农村电商与乡村旅游融合发展模式

4.1. “电商平台 + 旅游资源” 模式

农村电子商务与乡村旅游之间存在互补性，从产业融合理论来看，该模式通过共享交通运输、物流配送以及仓储设施等基础设施[10]，不仅可以有效减少运营成本，还能提升整体资源的使用效率，从而促进双方协同增长。数字经济理论为该模式提供了技术支撑，电商平台作为数字经济的重要载体，能够打破空间限制，将乡村旅游资源与广泛的市场需求对接。此外，这种合作模式还有助于优化当地产业结构，推动农业转型升级，最终实现经济和社会价值最大化。

该模式以电商平台为核心载体，整合乡村旅游资源和农村电商产品资源，通过线上宣传、预订、销售等方式，实现旅游资源与电商产品的相互促进。其核心特征在于资源共享、线上线下联动、市场辐射范围较广。

物流配送体系是二者可以共享的基础设施，物流中心不仅可用于邮递农村电商产品包裹，还可以作为乡村旅游产品的配送中心，将当地特色农产品、文创手工艺品等作为旅游纪念品邮寄给游客[11]。电商平台可在宣传乡村旅游资源的过程中，巧妙地融入农村电商的产品信息和购买渠道，促使游客进行线上购物，实现旅游与电商的相互促进。

电商整合农村旅游景点、民宿、特色食品等资源，打造具有预订和支付功能的线上旅游商城。通过大数据分析游客的喜好和流行趋势，精准推送相对应的旅游活动，扩大乡村旅游市场的辐射范围[12]，同时带动当地特色农产品销售，达到增加收入的目的。

4.2. “农产品电商 + 乡村旅游体验” 模式

农村电商和乡村旅游的融合发展，在技术创新方面展现出广阔的合作空间，借助大数据可提升运营效率和服务质量。在大数据应用上，通过分析农村电商平台的大量交易数据，包含消费者购买偏好和习惯，乡村旅游经营者借此掌握市场需求，从而恰当开发产品、规划旅游线路，最大程度上满足消费者的喜好。产业融合理论视角下，该模式将农产品电商的销售环节与乡村旅游的体验环节相结合，延伸了农产品的价值链，同时提升了农产品的附加值。通过分析电商数据，若发现消费者对乡村民宿、有机农产品兴趣高，旅游企业便可在此地区推出含民宿体验、农场蔬果采摘的旅游套餐，以此有效提升旅游产品的销售额，增加村民的收入。

该模式以特色农产品为核心纽带，将线上农产品销售与线下乡村旅游体验紧密结合，实现“体验带动销售，销售促进体验”的良性循环。打造以特色农产品为核心的种植采摘、加工制作等旅游体验项目。如草莓种植基地，游客去线下采摘草莓，推出草莓酱和草莓面包制作课程等收费项目，不仅可以增加产

业附加值，还能创造就业和创业机会。游客在体验后可通过电商平台或小程序持续购买农产品，形成良性发展。

4.3. 电商旅游综合模式

电商旅游综合模式实现了农村电商与乡村旅游在产业层面的深度融合，形成了全新的产业形态。数字经济理论中的平台经济理论为该模式提供了支撑，电商服务中心作为一个综合性平台，整合了农产品销售和旅游服务等多种功能，实现了资源的优化配置。在乡村旅游目的地建立电商服务中心，包含农产品、旅游纪念品销售、在线导游预订等功能。实现农村电商产品与乡村旅游服务产品的互补发展，从而延长乡村电商旅游产业链。通过这一模式游客不仅能线下购买特产，还可在服务中心线上选购并邮寄，同时也能获取景区电子导览，提升旅游便利性，促进旅游品牌传播和农产品电商发展。

农村电商产品与乡村旅游服务产品互补，将两者结合发展可以延长乡村电商旅游产业链。游客旅游时既能享受乡村服务，又能购买到具有地方特色的农产品、手工艺品，如此可以增加产业的附加值，延长乡村产业链。农村电商借助乡村旅游平台，适时加入当地的特色和历史文化元素，打造出具有独特记忆的乡村名片，还可借助现代科技手段更好地展示和销售农产品，与当下最新流行趋势有机结合。顺应市场需求的变化，不断提升乡村知名度与竞争力，形成优势互补的效果。

5. 农村电商与乡村旅游融合发展的案例分析

5.1. 江宁区黄龙岘村

5.1.1. 乡村旅游发展模式

黄龙岘村的融合发展模式属于“农产品电商 + 乡村旅游体验”模式，黄龙岘村凭借其茶园风光和自然环境，开发了以茶文化主题的乡村旅游项目。村内拥有大规模的茶园，推出了茶叶采摘体验、茶文化展示馆、茶艺表演等特色旅游项目，通过与江宁旅游产业集团合作，该村立足优良的生态环境，大力发展茶产业，同时结合美丽乡村建设带动乡村旅游发展，创造了“金陵茶文化休闲旅游第一村”的产村融合品牌。村里每年吸引约百万人次游客到访，当下已成为南京乡村旅游的热门景点之一。

5.1.2. 农村电商和乡村旅游融合举措

黄龙岘村将茶产业农产品与乡村旅游体验、电商销售相结合，延伸了茶叶的价值链，从而实现了产业融合。黄龙岘村利用电商平台和社交平台，通过短视频宣传、直播带货等方式，充分发挥了数字技术的传播和销售优势。立足茶园这一独特的乡村旅游资源，打造了茶叶采摘、茶艺表演等体验项目，满足了游客的体验需求，强化了乡村旅游目的地与客源地的联系。

在此模式下为进一步提升茶产业的市场影响力，村里构建了电商平台销售当地茶叶及茶衍生品，如食品、茶具等。通过拍摄美好的茶园风光和一系列茶叶制作相关的短视频，在抖音、小红书等网络社交平台进行宣传推广田园风光，吸引线上潜在游客去线下景点游览，获得更多关注从而扩大市场。开展线上直播带货活动，与物流企业合作，确保产品能够及时送达消费者手中，提升顾客购物体验。

5.1.3. 融合发展成效

电商的迅速发展拓宽了黄龙岘村茶叶的销售渠道，茶叶销售额在电商助力下实现大幅增长，线上销售占比稳定提高。乡村旅游与电商相互引流，线上宣传吸引了大量游客去乡村体验，游客在游览自然风光之后还会继续通过电商平台购买线下同款特色农产品或文创，借此带动了当地旅游纪念品、农产品等相关产业发展，促进了村民增收，提升了村内部整体经济实力，在建设旅游设施的同时，也进一步推动了乡村基础设施建设和环境改善。

5.2. 浦口区不老村

5.2.1. 旅游资源与发展模式

浦口区不老村的融合发展模式属于电商旅游综合模式，同时兼具“电商平台 + 旅游资源”模式的部分特征。不老村以其独特的自然生态和人文景观为依托，已经打造出集民宿休闲、民俗文化体验、生态农业观光于一体的乡村旅游区域。村庄内保存了一些古建筑，这些建筑经过修缮改造成为特色民宿，吸引了众多向往田园生活的游客观光入住。此外，村庄还推出了民俗文化活动，包含传统手工艺品制作和民俗表演，在一定程度上丰富了游客的旅游项目。

5.2.2. 电商与旅游产业的协同发展方式

从产业融合理论来看，不老村实现了民宿服务、民俗文化体验、生态农业观光等旅游服务与农产品、手工艺品电商销售的深度融合，形成了完整的电商旅游产业链；从数字经济理论来看，该村建立了官方网站和微信公众号等线上平台，整合了旅游资讯发布、产品销售、在线预订等功能，充分发挥了平台经济的优势；从旅游地理学来看，该村整合了村内的自然生态资源、人文景观资源和农业资源，提升了区域旅游竞争力。

在电商旅游综合模式方面，建立了涵盖农产品、民俗手工艺品销售以及在线预订服务的线上平台，在旅游过程中线下购买特色产品，线上选购并邮寄，同时还能通过线上平台获取旅游资讯和预订服务，实现了旅游服务与电商销售的无缝对接；在“电商平台 + 旅游资源”模式方面，该村通过电商平台举办线上主题活动，宣传推广村内的民宿、民俗文化体验等旅游资源，吸引了更多游客前往，同时还带动有机蔬菜、手工艺品等多元产品销售，扩大了乡村旅游市场的辐射范围和影响力。

5.2.3. 融合成果

农村电商与乡村旅游的融合使不老村的农产品和手工艺品市场得到扩展，增加了村民收入来源。旅游产业借助电商宣传吸引了更多游客，民宿顺势发展，村民旅游收入持续增长[13]。对当地传统文化的传承和发展也起到一定的推动作用，提升了村庄的形象，带动周边村共同发展，形成了良好的示范效应。

这两个村不断整合电商、旅游优势资源，积极探索乡村旅游与农村电商的融合发展模式，因地制宜开发特色文旅项目，既促进了村经济发展，又塑造了独特的乡村品牌形象。

6. 农村电商与乡村旅游融合发展模式面临的挑战与对策

6.1. 面临的挑战

6.1.1. 农村电商线上产品标准化与线下旅游体验个性化的矛盾

农村电商的发展要求产品具有标准化的品质、包装和规格，以满足线上销售的需求和消费者的期望；而乡村旅游的核心吸引力在于其个性化、差异化的旅游体验，不同游客对旅游体验的需求存在较大差异。这种矛盾导致在融合发展过程中，难以同时满足线上产品标准化和线下体验个性化的要求。

6.1.2. 线上线下联动品牌体系构建困难

农村电商与乡村旅游融合发展需要构建统一的品牌体系，实现线上线下品牌形象的一致和协同推广。但在实际发展过程中，往往存在线上品牌与线下品牌脱节的问题。一方面，部分乡村旅游目的地的线下品牌知名度较高，但线上电商品牌建设滞后，缺乏有效的线上推广和销售渠道，导致品牌价值难以通过电商渠道充分释放；另一方面，一些农村电商品牌在线上具有一定的知名度，但与线下乡村旅游资源缺乏有效联动，游客在购买电商产品后，对产品的产地和乡村旅游目的地缺乏了解，难以转化为线下游客。

6.1.3. 融合发展的利益协调机制不完善

农村电商与乡村旅游融合涉及农民、电商企业、旅游企业、政府等多个利益主体，不同利益主体的诉求存在差异。农民希望通过融合发展增加收入，电商企业关注产品的销售业绩和利润，旅游企业注重旅游资源的开发和游客体验，政府则追求乡村经济的发展和乡村振兴目标的实现[14]。由于缺乏有效的利益协调机制，在融合发展过程中容易出现利益分配不均、权责划分不明确等问题。如电商企业和旅游企业在合作过程中，可能会为了自身利益而忽视农民的利益；农民在参与旅游体验项目和电商产品生产销售过程中，由于缺乏话语权和组织化程度低，难以获得合理的利益回报，这会影响其参与融合发展的积极性。

6.2. 应对策略

6.2.1. 构建标准化与个性化结合的产品与服务体系

针对线上产品标准化需求：制定农产品分级标准、包装标准和质量控制标准，建立从生产到销售的全链条质量追溯体系，确保线上销售产品的品质稳定。同时，在标准化的基础上，注重产品的差异化创新，通过挖掘产品的文化内涵、地域特色[15]等，打造具有独特性的标准化产品，如将农产品与乡村文化元素相结合，设计个性化的包装图案和产品名称。

针对线下旅游体验个性化需求：推行“定制化旅游”服务，根据游客的年龄、兴趣爱好、消费能力等因素，设计个性化的旅游线路和体验项目[16]。例如为家庭游客打造亲子农事体验游，为年轻游客设计乡村探险或者民俗文化体验游。

6.2.2. 打造线上线下联动的品牌体系

统一品牌定位和形象：明确乡村旅游目的地和电商产品的核心品牌价值和定位，围绕品牌定位设计统一的品牌标识和品牌形象，确保线上线下品牌形象的一致性。例如黄龙岘村围绕“茶文化”品牌定位，线上电商产品以茶叶及茶衍生品为主，线下旅游体验以茶文化为核心，形成了统一的品牌形象。

构建多渠道品牌推广网络：整合线上线下推广渠道，实现品牌的协同推广。建立品牌协同管理机制：成立品牌管理委员会，由政府、电商企业、旅游企业、农民代表等共同参与[17]，负责品牌的规划、推广、维护和管理。制定品牌使用规范和奖惩制度，确保各利益主体在品牌使用过程中遵守相关规定，维护品牌的整体形象。

6.2.3. 完善融合发展的利益协调机制

建立多元化的利益分配模式：根据各利益主体在融合发展中的投入和贡献，制定合理的利益分配方案。电商企业与农民合作社进行合作，电商企业负责产品销售和推广[18]，旅游企业负责旅游资源开发和服务提供，农民合作社负责农产品生产和组织，农民参与生产和旅游服务，利益分配按照各方的投入比例、销售业绩、服务质量等因素进行核算。同时建立利益返还机制，从电商销售和旅游收入中提取一定比例的资金，用于乡村基础设施建设和农民技能培训[19]，实现利益共享与风险共担。

政府在推动乡村旅游与农村电商的深度融合中扮演着关键角色，政府应制定专门的鼓励政策，促进农村电商与乡村旅游的融合发展。在税收方面，对参与融合发展的企业给予一定期限的税收减免或优惠政策[20]。建立健全农村电商与乡村旅游融合发展有关的法律法规和监管机制，加强对市场秩序的维护和消费者权益的保护，为融合发展创造公平透明的环境。

同时企业也应积极探寻适合农村电商和乡村旅游融合发展的商业模式，以提高市场竞争力。企业需要依据不同消费者的需求以及偏好，推出个性化的乡村旅游行程与农产品定制服务。如在旅游线路的规划制定时，考虑为家庭游客打造亲子游、蔬果采摘体验游等特色路线，而对于中老年游客则安排休闲养生、文

化观光这类较为轻松的观光活动。在农产品选择方面，可根据消费者的健康需求去开发有机农产品，迎合消费者对品质农产品的期待。企业以此提升客户满意度，打造出优秀品牌形象，借此扩大知名度。

7. 结语

农村电商与乡村旅游的融合发展具有显著的优势，为乡村振兴战略的实施提供了有力的支持。在互联网信息技术和农村电子商务的推动下，乡村电商、旅游业正站在新的发展起点上，乡村旅游与农村电商的融合发展将面临更多的机遇和挑战。通过对江苏两个村的案例分析，我们看到了融合发展模式在实际应用中的积极影响，包括经济增长、就业带动和乡村振兴等方面。

乡村旅游同农村电商相互融合发展形成合力，可以最大限度地发挥乡村旅游的资源开发潜力，为农村经济的繁荣作出贡献，同时还能确保乡村旅游业稳定发展。在探索阶段往往会遭遇难题，这需要政府、企业以及社会各界齐心协力探寻并优化融合发展模式，助力乡村旅游与农村电商实现融合发展，为达成乡村振兴战略目标贡献力量。

参考文献

- [1] 刘贵生. 中国农村电商发展现状及趋势分析[J]. 全国流通经济, 2018(28): 16-17.
- [2] 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.
- [3] Rybárová, J., Rybár, R., Tometzová, D. and Wittenberger, G. (2024) The Use of Cultural Landscape Fragmentation for Rural Tourism Development in the Zemplín Geopark, Slovakia. *Sustainability*, **16**, Article 4011. <https://doi.org/10.3390/su16104011>
- [4] Rosenberg, N. (1963) Technological Change in the Machine Tool Industry, 1840-1910. *The Journal of Economic History*, **23**, 414-443. <https://doi.org/10.1017/s0022050700109155>
- [5] 姜长云. 推进农村一二三产业融合发展新题应有新解法[J]. 中国发展观察, 2015(2): 18-22.
- [6] 徐维祥, 石柔刚, 周建平. 数字经济对城乡收入差距的影响机制与空间效应[J]. 华东经济管理, 2025, 39(1): 84-94.
- [7] 谢会强, 赵颖, 雷一鸣. 数字乡村建设对农旅融合发展的影响及作用机制研究[J]. 农业现代化研究, 2025, 46(1): 131-140.
- [8] 黄细嘉, 张科, 王红建, 等. 乡村旅游发展能否缩小城乡收入差距?——来自“全国休闲农业与乡村旅游示范县”的经验证据[J]. 旅游学刊, 2023, 38(2): 16-29.
- [9] 王金伟, 黄震方, 王兆峰, 等. 乡村振兴视域下新质生产力赋能文旅深度融合: 科学问题与战略路径[J]. 资源科学, 2024, 46(12): 2335-2354.
- [10] 岳静, 陈跃. 流量经济驱动乡村产业振兴的业态选择研究[J]. 农业经济, 2024(10): 52-54.
- [11] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [12] 张亚芝, 杨建春. 数字赋能农文旅融合的作用机理与路径研究——基于空间生产的理论视角[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2025, 42(4): 92-98.
- [13] 王彦杰, 杨瑞, 高启杰. 金融发展、信息基础设施与农村电商——基于中介效应模型 的实证研究[J]. 技术经济与管理研究, 2022(4): 73-79.
- [14] 周爽, 马庆钰. 数字化赋能文旅产业高质量发展: 机制与效应[J]. 技术经济与管理研究, 2025(11): 46-52.
- [15] 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.
- [16] 孙建竹. 数字经济赋能乡村生态文化旅游融合发展研究[J]. 农业经济, 2024(8): 73-75.
- [17] 马斌斌, 陈兴鹏, 马凯凯, 等. 中国乡村旅游重点村空间分布、类型结构及影响因素[J]. 经济地理, 2020, 40(7): 190-199.
- [18] 张祝平. 以文旅融合理念推动乡村旅游高质量发展: 形成逻辑与路径选择[J]. 南京社会科学, 2021(7): 157-164.
- [19] 陈晓菲, 胡晓辉, 李富昌. 县域农村电子商务多维影响因素内部作用机理及对策研究[J]. 当代农村财经, 2024(10): 13-18.
- [20] 王汇龄.“互联网+”背景下中国农村电商发展分析[J]. 山东农业工程学院学报, 2024, 41(9): 61-65.