

数字经济下乡村旅游与农村电商融合赋能乡村振兴的研究

王晓月

浙江理工大学建筑工程学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2026年1月13日; 录用日期: 2026年1月23日; 发布日期: 2026年2月11日

摘要

在乡村振兴与数字中国战略深度交汇的背景下, 乡村旅游与农村电商的融合已成为推动乡村产业数字化转型的关键路径。当前, 传统乡村旅游与农村电商的单一发展模式面临资源转化瓶颈, 融合实践仍受制于基础设施薄弱、产品同质化严重及复合型数字人才匮乏等结构性矛盾。本文首先探讨乡村旅游与农村电商的融合的内在逻辑, 其次通过挖掘数字经济时代两者融合的现实困境, 为推动两者的深度融合, 提出在两者融合中加强数字化技术手段从而优化产业链的策略, 实现技术驱动的产业共创模式。

关键词

数字经济, 乡村旅游, 农村电商, 乡村振兴, 产业链优化

Research on the Integration and Empowerment of Rural Tourism and Rural E-Commerce in the Context of Digital Economy for Rural Revitalization

Xiaoyue Wang

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

Received: January 13, 2026; accepted: January 23, 2026; published: February 11, 2026

Abstract

Under the backdrop of the deep convergence of the rural revitalization strategy and the Digital China strategy, the integration of rural tourism and rural e-commerce has become a key path to

promote the digital transformation of rural industries. Currently, the single development model of traditional rural tourism and rural e-commerce is facing a bottleneck in resource transformation. The integration practice is still constrained by structural contradictions such as weak infrastructure, serious product homogeneity, and a shortage of comprehensive digital talents. This article first explores the internal logic of the integration of rural tourism and rural e-commerce, and then, by uncovering the practical dilemmas of their integration in the era of digital economy, proposes strategies to promote the deep integration of the two by strengthening digital technology means in the integration process, in order to achieve a technology-driven industrial co-creation model.

Keywords

Digital Economy, Rural Tourism, Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Optimization of Industrial Chain

Copyright © 2026 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

党的二十大明确提出了要全面实施乡村振兴、加快数字经济建设、以及深化文旅产业协同的战略要求[1]。乡村旅游作为乡村振兴战略的重要举措[2]，在促进区域经济增长、生态环境保护及文化传承等方面发挥着不可替代的作用[3]。然而，当前乡村资源价值转化面临瓶颈，存在供给与需求不匹配的问题，同时传统乡村旅游模式受制于自然资源依赖度高、客源渠道狭窄等结构性矛盾，使其发展后劲不足[4]。面对乡村旅游的发展瓶颈，农村电商的介入为其带来了新出路[5]。通过将农村电商的高效流通与信息展示优势引入乡村旅游，乡村旅游能够突破地理限制，实现市场快速拓展和服务效率提升[6]，还能与地方特色产品产生深度融合[7]。

但是，目前的融合实践尚处于初级探索阶段，普遍存在结合流于表面、协同机制不成熟以及发展路径受限等问题，亟待进一步突破。数字经济作为一种新的经济形态、新的资源配置方式，为农村经济转型升级注入了新动能[8]，改变了乡村资源的展示方式[9]，也重构了其价值实现路径[10]。本文旨在探讨乡村旅游与农村电商融合发展的特征，分析两者融合发展面临的主要问题，并以数字技术为切入点提出优化发展的策略。以期促进数字经济和实体经济融合，共同破解乡村发展的结构性矛盾，以融合促振兴，实现价值共创。

2. 乡村旅游与农村电商融合发展特征

2.1. 农村电商拓展乡村旅游发展

根据克里斯·安德森提出的长尾理论，互联网通过降低搜索成本与库存成本，能聚合传统物理空间无法覆盖的分散化、个性化需求，形成小众市场的大规模集合[11]。农村电商对乡村旅游的赋能正是这一机制的典型体现。传统乡村旅游受季节和地域的限制，其发展往往受制于物理空间的可见性与可达性，而农村电商的介入为乡村旅游带来了突破性契机。

依托电商平台的媒介功能，农产品的生产、加工与销售环节得以与乡村旅游的形象展示、市场推广及线下体验环节实现深度耦合。这种跨界协同构建了农旅商一体化的完整产业链闭环，有效延伸了乡村产业价值链，驱动乡村经济由传统的单一农业主导向多元产业协同发展的结构性转型。

具体而言，农村电商从三个维度拓展了乡村旅游发展：在市场层面，它通过直播、短视频、社交电商等内容形态，将乡村的绿水青山和乡土文化转化为可传播、可体验、可消费的数字化产品，极大提升了乡村的可见度与影响力。在服务效率方面，电商系统可以帮助实现乡村旅游的线上化，使得乡村旅游更加便捷，极大提升了乡村旅游服务和游客体验。以及在供应链方面，农村电商的仓储物流体系为乡村旅游提供商品销售支撑，使得游客购物转化率提升，物流成本下降。

2.2. 乡村旅游加速农村电商发展

产业生态系统理论强调，现代企业竞争已从多层次的企业间竞争转向产业生态系统间的竞争[12]。从产业生态系统的视角看，乡村旅游构成了该系统中提供线下体验、文化感知与情感连接的关键环节，与线上电商形成了功能互补与价值互哺的关系。乡村旅游的兴盛在带动地方经济发展的同时，也为农村电商的拓展创造了良好实体基础和信任资本。

旅游活动为农村电商带来了最直接的客流与消费场景，景区、特色村镇、田园综合体等成为电商产品的天然展示厅和体验区。实地游览让游客形成了坚实的信任基础，进而促进电商渠道购买率的增长。乡村地区的非遗技艺、农耕故事等文化内涵为电商产品注入灵魂。品牌借由在包装及故事中植入地域文化元素，使产品的附加值获得了显著提升。例如，无锡宜兴后洪村通过挖掘水八仙文化，打造农业 + 旅游 + 文化的模式，这种模式成功促使农产品附加值与品牌溢价显著提升。

2.3. 乡村旅游与农村电商融合发展

乡村旅游与农村电商的融合可视为一个乡村产业生态系统的构建过程，呈现出双向赋能的协同效应。两者融合的本质是打破产业边界，形成集观光、体验、购物于一体的农旅商综合体。一方面，乡村旅游带动农产品和手工艺品的在地消费，为电商平台提供了差异化的供应链资源；另一方面，游客的消费行为拓展了电商平台的用户，驱动其加速服务升级迭代。这种融合发展更深层的互促机制在于，乡村旅游的品牌效应能够转化为地方电商平台的战略优势，实现市场影响力的扩散升级。随着乡村旅游知名度和影响力的提升，地方电商可借力转化品牌定位，二者由此形成资源互补、价值共创的良性生态。同时两者融合的新模式能为年轻人提供了低成本的返乡创业平台，缓解农村劳动力流失问题，吸引更多年轻人返乡就业。

3. 乡村旅游与农村电商融合发展面临的问题与困境

3.1. 基础设施薄弱，流通服务受阻

尽管乡村硬件设施建设已取得进展，但城乡之间基础设施的非均衡性依然存在。数字基础设施的滞后性仍是制约乡村电商发展的核心因素，特别是在偏远地区，尤其在边远地带，网络覆盖差、信号不稳，直接制约了电商服务的覆盖。根据工业和信息化部 2023 年发布的数据，我国行政村中仍有约 15% 尚未实现 4G 网络全覆盖，且偏远农村地区的平均宽带速率不及城市地区的 40%。

物流基础设施更是制约融合的关键，冷链物流覆盖率不足，导致生鲜农产品在最初运输点损耗严重。在物流配送维度，受制于末端网点的分散性，高昂的履约成本与低效的配送时效依然是难题，会严重影响消费者的购物体验。此外，数字技术的普及也是一大隐性要素，部分欠发达地区的居民难以熟练掌握电子支付工具，这在一定程度上也会影响乡村电商潜力的发展。

3.2. 融合浅表化，缺乏深层互动

当前多数地区的融合实践只是置于表面的并置而非基于游客感知视角的深度耦合。例如，在景区内

设置若干农产品展销摊位或扫码购物的简易电商功能。电商元素虽介入旅游场景，但缺乏场景化、沉浸式设计，未能让游客产生深度体验。游客购买行为多因为随机，购买决策缺乏情感动机支撑，未能与旅游体验形成强关联，难以形成品牌粘性。部分村庄虽开设网店销售土特产，但产品与旅游脱节，无法传递实地体验与文化内涵。这种深层互动缺位的现象导致两者融合低效，既无法通过旅游体验提升电商复购率，也无法借助电商数据反哺旅游服务。

3.3. 数据不对等，协同效率低下

我国目前县域公共云平台与大数据服务中心的覆盖率尚不足 20% [13]，旅游数据与电商数据尚未能建立有效的共享机制。文旅部门掌握着游客数量、来源地等信息，商务主管部门把控着网络销售与配送数据，农业生产部门持有农产品生产信息，但各部门间缺少互通渠道，数据分割现象较为突出。这种数据割裂，使得系统难以构建完整的用户画像，无法实现基于旅游行为预测消费偏好的精准营销。例如，系统无法识别并激活只住不买的游客群体。同时，数据壁垒还会阻断供应链的协同反馈，农户无法依据客流预警进行弹性备货，导致出现供需错配，严重拉低了整体运营效率。

3.4. 同质化严重，文化附加值缺失

在产业融合过程中，同质化现象不仅出现在千村一面的乡村旅游方面，也逐渐延伸至电商领域。多数村仅是将线下的初级农产品简单搬运至线上，产品形态局限于大众化的土特产，缺乏辨识度。这种千篇一律，缺乏文化附加值的商品无法在消费者心中建立独特的品牌认知，最终导致陷入拼低价的价格战中，利润空间被不断压缩。部分区域公用品牌治理混乱，质量参差不齐，削弱了市场公信力。究其根本，在于未能将本地文化元素植入到产品研发与营销传播的各环节中，使得产品只有外壳，缺乏精神内涵。

3.5. 人才短缺，内生动力不足

乡村旅游与电商的深度融合正遭遇人才瓶颈。这种协同亟需既懂农旅又通电商的复合型人才，但现实是相关人才明显不足。具体来看，乡村本地数字化人才底子薄，现有旅游从业者多为传统农家乐主，普遍年龄偏大，面对直播带货、短视频营销、数据分析这类电商运作常常力不从心；另一方面，外来专业人才缺乏乡土认知，容易出现营销方案与实际脱节的适应性难题。此外，乡村在教育资源与薪酬待遇上对青年人才的吸引力不足，导致青年人才持续外流和人才引进困难。人才匮乏使得产业融合缺乏基于本土特色的模式创新，内生发展动力不足，多数融合项目难以避免同质化竞争。

4. 数字时代下乡村旅游与农村电商深度融合发展优化策略

在数字化浪潮下，以云计算、大数据、物联网和人工智能为代表的前沿信息技术，已成为推动农业农村现代化转型的关键动力。凭借虚实融合、场景赋能与体验延伸的独特优势，数字技术能够有效打破产业间的物理壁垒与信息孤岛，显著提升资源配置效率。这为攻克乡村旅游与农村电商融合中的现有障碍，推动二者实现深度融合，提供了坚实的底层技术支撑。

4.1. 强化数字基建，夯实融合底座

针对融合发展的基础设施短板，应结合数字化技术，加大对网络与物流双重体系的建设。1) 夯实网络基础：促使 5G 基站及光缆网络向核心景观村落覆盖，确保人群密集地带信号无盲区，并设立专项资金扶持数智化改造。2) 升级服务设施：推广智慧停车场和智能环境监测，提升硬件设施的智能化水平，优化游客体验。3) 优化冷链物流：搭建县域冷链云平台建设产地仓和冷链物流云仓，利用数字技术优化配送路线，保障快速直达解决生鲜农产品的保鲜和运输难的现状。4) 整合服务网点：完善乡村电商站点的

功能配置,将物流寄递、信贷金融及技能培训融为一体,打造一站式智能服务中枢。5) 推进政府与社会资本合作(PPP)模式:县域智慧旅游与电商基础设施 PPP 项目由县级政府统筹,将 5G 网络覆盖、村级物流共配中心、旅游智慧停车场、冷链仓储节点等打捆包装,通过公开招标引入具备技术与资金实力的社会资本方进行投资、建设与运营。政府方以土地、政策支持及部分资金入股,并负责协调与监管。

4.2. 搭建一体化平台,贯通产业链条

农文旅商深度融合的关键在于产业链的数字化重构与价值链延伸。1) 农文旅商相关部门应整合批发、预订、沉浸体验及电商零售等功能,搭建出一个综合性服务平台。2) 创新“电商直播+场景体验”模式:建设乡村直播基地并开展“云游”推广,将乡村景观转化为具有带货能力的沉浸式背景,实现线上流量向线下销量的有效转化。3) 构建智慧供应链体系:利用大数据精准画像游客需求,反向引导农业种植结构的优化与个性化产品的定制。4) 强化旅游与电商平台的景货互通:平台推广门票和特产组合销售的模式,在景区内设置线下体验店和电商自提点,形成线下体验、线上下单、物流直发的模式。游客在游玩时可以轻松购物,回家后也可以通过电商平台持续复购。同时,在对购买产品的游客积分制附赠景点优惠券等福利,形成反向引流机制。5) 此外,还需要推动景区与城市社区、企事业单位及高校建立跨界合作机制,以此拓宽客源渠道。

4.3. 打造特色品牌,深化产业链融合

针对当前融合实践中存在的同质化问题,必须摒弃一刀切的品牌打造思维,转向基于资源的精准定位与深度开发。通过将独特的自然生态或文化资源,系统性地注入旅游体验设计、电商产品开发、品牌传播及供应链管理的每一个环节,才能真正形成难以复制的核心竞争力,实现乡村旅游与农村电商从浅层结合到价值共生的深度融合。

乡村可以基于自身村落资源,实施差异化的电商+旅游产品开发与品牌塑造策略,从而深化产业链融合,实现从千村一面到一村一品一韵的转变。1) 对于自然景观型村落,此类村落的核心优势在于独特的生态环境与自然景观,应以优质自然生态环境为核心吸引力,将生态体验转化为可消费的电商产品与服务的差异化路径展开。重点开发具有生态标识与地域特色的农产品及衍生品,例如,有机农产品、地理标志产品、林下经济产品(如菌菇、药材)、生态手工艺品等。在景区内进行现场搭建,内设置生态产品体验馆,游客在品尝、体验后可扫码进入线上商城复购。2) 对于文化遗产型村落,此类村落的核心资源是非物质文化遗产、传统村落建筑、特色民俗等。差异化路径应聚焦于文化叙事与价值转化,以文化资源为核心,通过电商手段实现文化价值的创造性转化与产业化延伸。用文化活动引流,用电商承接流量。例如,贵州省榕江县通过举办“村超”特色文化活动加直播,将一个榕江县地方性的体育赛事成功运作成了全国性的现象级文化爆款。

4.4. 培育数字人才,激发内生动力

针对人才短缺难题,应开展全方位的村民数字技能培育行动。1) 在人才培育方面:深化产学研融合,与高校加强合作,开展人才培养。开发并实施校地合作定制课程体系,由地方职业院校与文旅集团、电商龙头企业共同开发模块化课程,学校推行工学交替模式,让企业导师负责项目实战教学,学校导师负责理论教学,学生至少一学期在乡村示范项目现场实践。2) 在人才引进方面:构建多层次人才引进机制,实施乡村 CEO 计划,以提供年薪制、创业补贴、税收减免等优惠政策,吸引大学生、农民工回到家乡创业。并重点支持兼具数字技术素养和市场化运营能力的年轻团队,让他们成为乡村数字化转型的带头人。3) 在创业方面:深化产学研融合,与高校加强合作,开展人才培养。并建立青年返乡创业孵化平台,提

供项目融资、场地免租等支持，切实激活乡村发展的内生创新活力。

5. 总结与展望

乡村旅游与农村电商的深度融合，为乡村全面振兴开辟了新路径。两者通过资源互补、优势叠加，为乡村经济社会发展注入新动能。数字经济背景下乡村旅游与农村电商的融合并非简单的业务叠加，而是基于产业共生的价值共创。通过大数据、平台经济等数字技术能有效破解当前乡村旅游与农村电商融合不充分的困境，推动乡村产业多元发展，实现了生态协同的跃升，最终形成农文旅深度融合的可持续发展模式，为乡村振兴提供了可复制的创新路径。未来需进一步在基础设施建设、深化产业融合和培育专业人才方面加强，促进两者融合模式的规模化推广与跨区域应用。

参考文献

- [1] 黄震方, 张子昂, 李涛, 等. 数字赋能文旅深度融合的理论逻辑与研究框架[J]. 旅游科学, 2024, 38(1): 1-16.
- [2] 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.
- [3] 罗先菊. 以农文旅康深度融合推动民族地区乡村振兴: 作用机理与推进策略[J]. 价格理论与实践, 2022(2): 188-191+203.
- [4] 鲁庆尧, 周爱群, 戴艳. 数字经济背景下乡村旅游高质量发展困境与策略[J]. 时代经贸, 2024, 21(12): 184-186.
- [5] 杨亚姣. 农村电子商务助力乡村振兴发展对策研究[J]. 当代农机, 2025(8): 44-45.
- [6] 王立明, 黄杰, 李啸虎, 李翠林. 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.
- [7] 董安洞. 农村电商助力乡村产业振兴的理论逻辑与现实考察[J]. 中国集体经济, 2025(6): 5-8.
- [8] 沈俊鑫, 赵卉紫, 彭媛. 数字经济赋能乡村振兴的组态及路径分析——以江西省为例[J]. 农林经济管理学报, 2025, 24(1): 45-54.
- [9] 白冰, 刘微微. 数字经济驱动乡村振兴的路径[J]. 山西财经大学学报, 2025, 47(S1): 112-114.
- [10] 闫言, 刘泽岩. 乡村数字经济与城乡融合: 实现机制与实证检验[J]. 税务与经济, 2025(1): 68-78.
- [11] 蔡竺庭. 长尾理论视角下农产品企业数字营销策略分析[J]. 现代营销, 2025(25): 150-152.
- [12] 潘美如, 殷正强, 李海强. 基于产业生态系统理论的跨境电商发展路径研究——以临沂综试区为例[J]. 营销界, 2025(9): 190-192.
- [13] 张轶. 数字普惠金融助力乡村振兴的内在机理、现实困境与路径选择[J]. 贵州社会科学, 2024(5): 144-151.