

数商兴农背景下农村电商与乡村文旅的融合发展路径研究

郑安南

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2026年3月17日; 录用日期: 2026年4月1日; 发布日期: 2026年6月9日

摘要

数商兴农背景下, 需要通过数字技术实现商业与乡村产业的融合。农村电商与乡村文旅作为乡村振兴的两大重要产业实现融合发展, 是数商兴农背景下乡村产业高质量发展的重要方向, 能够在拓展市场空间、提升地域品牌价值与竞争力、优化产业结构、促进乡村全面振兴发挥积极作用。依据农村发展现状, 两大产业融合仍然存在数字基础设施不均衡、产业融合层次较浅、复合型人才短缺、区域品牌建设滞后等现实挑战。基于此, 针对性提出推动基建升级与数字化服务协同发展、统筹文旅电商资源与创新产业融合机制、打造地域特色文旅电商品牌、构建“引育留用”协同发力的人才支撑体系等路径, 促进农村电商与乡村文旅的融合发展。

关键词

数商兴农, 农村电商, 乡村文旅, 产业融合, 乡村振兴

Research on the Integrated Development Path of Rural E-Commerce and Rural Tourism under the Background of Promoting Agriculture through Digital Commerce

Annan Zheng

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: March 17, 2026; accepted: April 1, 2026; published: June 9, 2026

Abstract

Under the background of Promoting Agriculture through Digital Commerce, it is necessary to achieve the integration of business and rural industries through digital technology. The integrated development of rural e-commerce and rural tourism as two major industries for rural revitalization is an important direction for the high-quality development of rural industries under the background of digital commerce promoting agriculture. It can play a positive role in expanding market space, enhancing regional brand value and competitiveness, optimizing industrial structure, and promoting the comprehensive revitalization of rural areas. Based on the current situation of rural development, there are still some practical challenges in the integration of the two industries, such as unbalanced digital infrastructure, shallow integration level, shortage of compound talents, and lagging regional brand construction. In view of this, this paper proposes targeted paths such as promoting the coordinated development of infrastructure upgrading and digital services, coordinating tourism and e-commerce resources and innovating industrial integration mechanisms, building regional characteristic tourism and e-commerce brands, and establishing a talent support system that combines "introduction, cultivation, retention and appointment" to promote the integrated development of rural e-commerce and rural tourism.

Keywords

Promoting Agriculture through Digital Commerce, Rural E-Commerce, Rural Tourism, Industrial Integration, Rural Revitalization

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. 问题提出与文献综述

2022年,中央文件强调:“鼓励各地拓展农业多种功能、挖掘乡村多元价值,重点发展农产品加工、乡村休闲旅游、农村电商等产业¹”,明确了农村电子商务发展的新方向。在数商兴农背景下,农村电商不断发展,不仅重塑了农产品生产、流通与销售的传统模式,更提供了展示农村生态、文化等旅游资源的平台,助推了乡村文旅产业的壮大。2026年中央文件再次指出,“实施农村电商高质量发展工程,推动电商平台下沉赋能”“推动农村一二三产业深度融合”“深化农文旅融合,推进乡村旅游提档升级”。²农村电商与乡村文旅作为新时代乡村经济发展的两大重要支柱,在目标群体、产业内容、营销方式等方面具备关联性,二者深度融合既是产业发展的必然趋势,也是数商兴农背景下实现乡村产业高质量发展的重要方向。

当前学术界围绕农村电商与乡村文旅产业融合发展的相关议题,形成了一定研究成果。在“数商兴农”背景下,农村电商在提升农村经济韧性^[1],增加农户农业收入^[2],促进乡村创新创业^[3]等方面都有着显著作用,更值得注意的是农村电商的下沉推动了配套产业的集群效应^[4],也通过“三农”短视频等手段拓展农业产业链,传播了乡土文化^[5],是实现乡村其他业态发展,实现经济转型最有效的路径^[6]。但农村电商在农村数字基础设施、专业化人才、农村电商发展模式、品牌示范效应等方面的客观瓶颈^[7],导致无法有

¹中共中央国务院. 中共中央 国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[EB/OL]. 2022-02-22.

https://www.gov.cn/zhengce/2022-02/22/content_5675035.htm, 2026-03-12.

²中共中央国务院. 中共中央 国务院锚定农业农村现代化,扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. 2026-02-03.

https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202602/content_7056929.htm, 2026-03-12.

效打通、串联农村各产业，呈现隔阂状态，因此需要进一步发挥数字优势，实现农村产业互联[8]。

整体来看，现有研究多注重单一产业优化，对于在数商兴农背景下如何有效借助农村电商推动产业深度融合及长效发展等问题缺乏探讨。基于此，本文立足数商兴农时代背景，围绕推动乡村产业融合的目标，系统分析农村电商与乡村文旅二者融合发展的内在逻辑与时代价值，总结发展现状与挑战，提出针对性路径，为乡村数字经济与产业融合发展提供参考。

2. 农村电商与乡村文旅融合发展的现实价值

乡村文旅与农村电商作为激活乡村经济的重要动力，并非两个孤立发展的业态。二者在依托资源、宣传手段、品牌建设等多方面存在关联性 & 互补性，实现融合发展对突破传统乡村产业发展瓶颈，助力全面振兴有着多方面的现实价值。

2.1. 拓展市场空间，实现产业发展效益最大化

传统乡村产业常常面临销售渠道狭窄、市场辐射范围有限等现实困境，严重阻碍了乡村经济向外扩展与壮大。而农村电商与乡村文旅融合发展的模式，通过线上线下不同的消费场景，有效地促进流量与客源的相互转化，实现产业发展效益的最大化。乡村文旅通过实地观光、沉浸式体验等方式，让消费者直观感受到农产品品质与产业的规范运营，夯实消费的信任基础，提升线上产品的购买率与复购率；农村电商依托直播、短视频平台等，能够低成本实现对地方特色文化、农家乐等乡村旅游产品推广与宣传，提升乡村知名度，吸引更多城市客源。农村电商与乡村旅游通过线上线下双向互动与引流，有助于实现“线上引流、线下体验、线上复购”的产业闭环，持续不断地为市场注入活力。

2.2. 优化产业结构，培育乡村发展新动能

长期以来，我国乡村产业结构以单一的种植业为主，产业链条短、附加值低、抗风险能力较弱等问题突出。农村电商与乡村文旅的融合发展，促进了各类要素的流通，推动了农业、文化、旅游、数字经济等多产业联动，适应了乡村振兴对产业现代化、多元化的发展要求。乡村文旅带动了民宿餐饮、研学教育等服务业的兴起，电商下乡则推动农产品加工、农村物流体系的完善和数字化服务的普及[9]，有效覆盖了第一二三产业。二者融合发展能够催生农文旅商一体化、产供销全链条的新业态新模式，使得乡村产业逐步从单一生产型向多元服务型、数字创意型转变，有效增强产业韧性，为乡村经济高质量发展培育持久新动能。

2.3. 提升品牌价值，强化区域核心竞争力

在市场竞争日趋激烈的现实背景下，农产品普遍存在同质化严重、附加值偏低等问题，单纯依靠价格竞争难以实现可持续发展。加强建设农产品的品牌价值，实现产品的特色化、品牌化已成为乡村产业提升竞争力的基本共识。而乡村文旅与农村电商的融合发展，能够为乡村品牌的打造提供文化载体与传播路径。乡村文旅依托自然风光、民俗文化、历史底蕴等，使得农产品成为地域文化符号与地方形象的重要组成部分，为品牌注入文化内涵与情感价值，提高产品附加值；农村电商则通过数字化传播、市场推广等扩大品牌影响力。文旅负责讲好乡村故事，电商扩大品牌声量，二者相互支撑、协同发力，最大程度上提高了乡土资源的整体价值，实现产业发展综合效益的最大化。

2.4. 促进乡村全面振兴，构筑长效发展支撑

全面推进乡村振兴，需要扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。乡村文旅与农村电商两大产业融合，实现了乡村经济价值、生态价值、文化价值的协同提升，为乡村全面振兴注入持久动力，

让乡村既有“绿水青山”，又有“金山银山”。在产业层面，二者融合能够壮大集体经济，稳固产业链，为农民创造更多就业岗位，促进农民增收，实现共同富裕；在文化层面，线上线下联动，有效传播和传承特色乡土文化、非遗文化，焕发新时代乡村文明新气象，建设社会主义新农村；在人才层面，产业发展壮大能够吸引更多青年返乡创业就业，培育新型农业经营主体，纾解乡村人才、劳动力匮乏等问题；在生态层面，乡村文旅与农村电商推动了生态资源转化为经济价值，同时倒逼乡村生态保护与绿色发展，为产业注入永续发展的动力。

3. 数商兴农背景下乡村文旅与农村电商融合发展的现状

随着数商兴农战略的深入推进，乡村文旅与农村电商的融合发展已逐步起步，在政策引导、资源整合等方面取得一定进展，但受限于各地发展基础差异，仍存在诸多亟待解决的问题，为后续融合发展路径的规划提供了现实依据。

3.1. 发展成效

随着数字乡村建设的有序推进，5G 与宽带网络逐步向偏远地区延伸，乡村网络覆盖率稳步提升，数字基础设施短板不断补齐，为农村电商直播、网购与乡村文旅宣传、预订等服务搭建了数字化平台。随着农村电商的发展，县乡村三级物流体系建设也逐步加强，截至 2024 年，物流配送中心近 3000 个，村级电商服务站点超 15.8 万个³，形成了覆盖县乡村的电子商务公共服务和物流配送体系。

国家层面也高度重视乡村重点产业发展，陆续出台了一系列扶持政策，如“电子商务进农村综合示范县”项目、文明乡风建设工程等。地方政府积极响应，不断加强在资金补贴、税收优惠、人才培养等方面的支持力度，为两大产业发展构建了全方位、多层次的制度保障，以适应当下消费市场结构转型和产业数字化浪潮。随着农村电商与乡村文旅产业的兴旺发展，一大批返乡青年、电商企业、文旅运营商向乡村流动，进行创新创业，壮大了实现产业融合的人才队伍。

3.2. 现实挑战

3.2.1. 数字基础设施不均衡，支撑能力不足

在数字乡村持续推进的背景下，国内多数农村区域的数字网络、通信相关设施，都已经取得了较为显著的进步与完善。但区域之间的网络质量、覆盖范围等方面依然存在发展不平衡的现象。部分中西部及偏远乡村地区网络信号不稳定、宽带速率偏低，难以有效支撑长时间的网络直播、线上预订等数字服务[10]。同时，物流设施的建设同样存在薄弱环节。县乡村三级物流体系仍未完全打通，末端配送成本高、时效慢，制约了电商运营效率与消费者的购物体验。部分区域冷链设施存在失衡问题，农产品在存储、运输过程中的保鲜技术不达标，导致生鲜农产品损耗率居高不下，严重影响消费者的购物体验。此外，在乡村文旅产业发展过程中，交通出行、服务接待等相关配套基础设施相对欠缺，难以满足消费者多样化的需求，严重影响到了游玩体验。

3.2.2. 产业融合层次较浅，创新协同不足

目前，多数地区的农村电商与乡村旅游的融合发展方式，仍停留在农产品销售与观光游玩的简单叠加模式。导致文旅体验项目同质化严重，多以观光、简单采摘为主，缺乏地域特色，无法适应升级的消费需求。其次，电商与文旅往往各自独立运营，线上流量与线下场景未能有效打通。一方面，乡村旅游所呈现的民俗文化、乡村生活方式等未能转化为电商营销故事、直播体验场景；另一方面农村电商也仅

³数据来源于 https://www.gov.cn/zhengce/202403/content_6939868.htm。

销售常规农产品,未依托旅游场景打造差异化商品[11]。二者深度融合环节明显不足,导致产业附加值低、用户黏性弱,难以形成可持续的商业模式。

3.2.3. 复合型人才短缺,运营管理能力薄弱

复合型人才是推动农村电商与乡村文旅融合发展的核心支撑,当前该领域复合型人才短缺、从业人员运营管理能力薄弱,直接制约了产业融合的深度推进和质量提升[12]。由于融合产业的特殊性,要求从业人员既需要具备乡村旅游的运营管理能力、乡村文化内涵挖掘与打造能力,又需要精通农村电商的平台运营、直播带货、短视频制作与品牌推广、供应链管理,而当前这类复合型人才供给严重不足。现有从业者大多缺乏系统的专业培训,本土的人才培养体系也不够成熟,运营理念与技术能力落后,难以适应融合发展的需求。同时,乡村地区由于地理位置偏远、薪资待遇偏低、发展空间有限,也难以吸引城市专业人才和返乡复合型人才扎根。

3.2.4. 区域品牌建设滞后,市场竞争力弱

区域品牌的打造是产业核心竞争力提升的重要途径,而当前区域品牌建设存在明显滞后问题。一方面,农产品缺乏标准化和规范化的生产。许多农产品的生产仍然以小规模散户为主,多数农产品普遍缺乏规范化的生产流程、质量等级划分与统一的品质标准,导致产品品质波动大、稳定性差,不仅导致农村电商未能达到网络零售的规范化要求,还使得农产品难以在电商市场中形成稳定的消费者认同与品牌黏性。另一方面,区域品牌的运营机制不完善[13]。现有品牌营销仍然采取传统电商促销、竞价投放等基础手段,未能有效与乡村旅游文化相结合,深入挖掘背后的风土人情、生态故事等,使得品牌内容缺乏个性与叙事力,难以脱颖而出,形成品牌溢价。

4. 数商兴农背景下乡村文旅与农村电商的融合发展路径

数商兴农背景下,乡村文旅与农村电商的融合发展是推动乡村产业升级的重要路径,需明确科学可行的实施举措。我国乡村发展呈现出明显的地域差异性,不同村庄在发展基础、资源禀赋上各有不同,融合发展需立足各村实际,不搞“一刀切”推进。

4.1. 推动基建升级与数字化服务协同发展

一是持续实现乡村5G、物联网、宽带网络的全面覆盖。着力改善偏远地区网络信号差、传输不稳定的现状,为农村电商直播带货和乡村文旅宣传提供坚实保障。二是稳步推进乡村物流与冷链设施的建设工作。加快健全县乡村三级物流网络,整合现有物流资源,降低农产品与文旅产品的配送成本;加大对农产品主产区、重点旅游村冷链仓储设施的投入力度,构建从“田间”到“消费者”的全程冷链网络,切实减少农产品“最先一公里”的损耗。三是搭建县域统一的数字化综合服务平台。整合乡村文旅资源、特色电商产品、客流数据、物流信息等关键内容,借助数字化手段破解产业协同发展中的各类堵点难点,促进文旅与电商的高效联动。

鉴于各地发展基础存在差异,基建推进要做到因地制宜。对于基础设施落后、产业零散的乡村,优先完善基础网络与简易物流设施,满足基本的运营需求;对于基础条件较好的乡村,重点完善冷链设施与数字化平台,提升资源联动效率;对于产业成熟的乡村,则可聚焦智慧基建建设,实现与产业发展的精准契合。

4.2. 统筹电商文旅资源与创新产业联动机制

政府部门应积极牵头组建“电商+文旅”产业融合发展专项小组,整合农业、旅游等各类相关资源,制定贴合本地实际的产业发展规划。一方面,推动一二三产业协同共进,培育形成产业集群,打造“特

色农业园区 + 乡村旅游景区 + 电商直播基地”一体化融合平台，把农业生产、文化体验、休闲观光与线上销售有机结合起来[14]；结合区域内的特色民俗文化、自然风光和农产品资源，建立“旅游景区 + 农业合作社 + 电商企业”的合作模式，推动农产品与地域特色、文化内涵深度交融，提升产品的附加值。另一方面，推动三方健全利益共享机制，通过订单合作、产业带动等多种方式，实现长期稳定的合作关系。搭建“电商客源数据库”“农旅资源平台”等数字化信息共享载体，引导农村电商企业与文旅企业共同参与数据的开发利用，共享各类信息资源，提高市场匹配的效率。

各地可依据自身的资源优势，选择适合自身的融合模式，文旅资源丰富但电商基础薄弱的乡村，可依托文旅资源吸引客流，带动电商产品的销售；电商基础良好但文旅资源未充分开发的乡村，可挖掘本地文旅元素，丰富电商产品的供给；文旅与电商基础均较好的乡村，则可推动两者深度融合，实现协同共进。

4.3. 构建“引育留用”一体化的人才发展体系

农村电商与乡村文旅融合发展，需要积极培育复合型人才，针对不同的消费场景培育不同的运营管理技能。对于乡村产业的人才培养，更需要关注人才“进得来，留得住”的核心问题。因此要构建“引育留用”一体化复合型人才培养体系，以实现产业可持续发展。“引”即精准引进，政府需要完善创业扶持、人才激励等政策，吸引返乡青年、专业运营团队等外部力量参与乡村产业建设。“育”即系统培育，政府、企业、学校、社会组织四方联动，设置电商运营、直播营销、短视频创作、文旅策划等特色课程与讲座，对引进人才和本地农户进行全方位地培育，掌握各项实用技能。“留”即稳岗留才，建设县域产业孵化基地，提供场地、技术、流量等一站式服务，通过全方位保障留住人才。“用”即放手用才，向引进与培育的产业人才提供施展才能的机会，在地域品牌打造、产业改革等关键环节上发挥作用。

人才培育要贴合各地的发展实际，产业起步阶段重点培养基础人才、激发本土人才潜力，降低人才引入的门槛；发展中后期重点补齐复合型人才的短板；产业成熟阶段则侧重引进高端人才、激发人才创新活力，同时结合自身资源特点，有针对性地培养所需的专业人才。

4.4. 打造地域特色文旅电商品牌

县级、区政府做好统筹协调工作，整合区域内的特色农产品和文旅资源，结合所辖村庄的实际情况，坚持“一县一品、一区一特色”的原则，打造定位清晰、特色鲜明、辨识度高的品牌形象，避免出现同质化竞争。一方面，深入挖掘地域文化、民俗风情、乡村故事，将这些元素融入品牌设计与产品包装之中，通过短视频、网络达人等多种方式，讲好乡村品牌故事，提升品牌的文化内涵与市场影响力。另一方面，建立农产品标准化生产体系，覆盖农产品种植、加工、包装、储运等各个环节，确保产品品质保持稳定。同时，运用区块链技术，实现农产品来源可查询、质量可追溯、责任可追究，增强消费者对区域品牌的信任程度，推动文旅电商品牌高质量发展。

品牌打造要立足各地实际，文旅资源丰富的乡村，可侧重打造文旅 IP 与产品相结合的品牌，深入挖掘文化内涵；电商基础较好的乡村，可聚焦渠道与产品的结合，提升产品品质与市场口碑。产业起步阶段重点培育区域公共品牌，避免同质化竞争；在产业成熟阶段则可推动品牌升级，开发衍生产品，提高品牌的附加值。

5. 小结

本文立足数商兴农的政策背景，探究农村电商与乡村文旅，作为两大乡村经济的重要产业，实现业态的融合与协同发展的现实挑战与突破路径。本文认为要持续推进数字乡村建设，完善网络、物流、冷

链等基础设施；整合乡村资源打造数据共享平台；推进产业集群，构造利益共同体；打造区域品牌，通过标准化体系与区块链技术稳定品牌口碑，提高品牌附加值；形成人才引进、培育、留乡、任用的一整套体系以实现农文旅商的有机融合。但也必须注意到，乡村基础设施建设、人才培养、产业发展等都是持续性、长久性的问题，并不能一蹴而就，应当循序渐进，引导各类要素流入乡村，发挥政府、企业、农户等多方的作用，共同实现产业融合，以及乡村振兴、共同富裕的伟大目标。

参考文献

- [1] 寇爽. 乡村振兴背景下农村电商发展对农村经济韧性的影响及作用机制[J]. 商业经济研究, 2026(1): 112-115.
- [2] 曾亿武, 郭红东, 金松青. 电子商务有益于农民增收吗?——来自江苏沭阳的证据[J]. 中国农村经济, 2018(2): 49-64.
- [3] 杨志安, 韩紫薇. 农村电商促进乡村创新创业的资源效应和融合效应——基于中国 1546 个县域数据的实证分析[J]. 农业经济与管理, 2025(1): 120-132.
- [4] 郭红东, 刘晔虹, 龚瑶莹, 等. 电商发展与经济欠发达地区乡村振兴——以山东曹县为例[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2019, 41(5): 49-55.
- [5] 李俊. “数商兴农”背景下短视频助农的三维探析: 价值、困囿与优化[J]. 农业经济, 2025(5): 136-139.
- [6] 谢璐, 韩文龙. 数字技术和数字经济助力城乡融合发展的理论逻辑与实现路径[J]. 农业经济问题, 2022(11): 96-105.
- [7] 杨朝. 数字化视角下农村电商推动乡村全面振兴策略研究[J]. 农业经济, 2026(1): 154-156.
- [8] 吴江, 陈坤祥, 陈浩东. 数商兴农背景下数智赋能乡村农商文旅融合的逻辑与路径[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2023, 76(4): 116-127.
- [9] 唐琦. 电商下乡对县域旅游经济发展的影响效应分析——基于“电子商务进农村综合示范县”的准自然实验[J]. 商业经济研究, 2025(22): 177-180.
- [10] 王胜, 余娜, 付锐. 数字乡村建设: 作用机理、现实挑战与实施策略[J]. 改革, 2021(4): 45-59.
- [11] 孙惠娜, 张旭, 郭义盟. 新发展格局下促进农民农村共同富裕的现实挑战与实现路径[J]. 山东社会科学, 2023(5): 153-161.
- [12] 李卓, 张森, 李轶星, 等. “乐业”与“安居”: 乡村人才振兴的动力机制研究——基于陕西省元村的个案分析[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2021, 38(6): 56-68.
- [13] 董翀. 产业兴旺: 乡村振兴的核心动力[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2021(5): 137-150, 207-208.
- [14] 侯振兴, 孙梦泽, 张恒翔. 区域农旅电商融合发展评价研究[J]. 武汉理工大学学报(信息与管理工程版), 2025, 47(2): 212-219.