

乡村振兴背景下农文旅电商生态系统的价值呈现与运行策略

张千栋

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年6月29日; 录用日期: 2026年7月13日; 发布日期: 2026年8月17日

摘要

随着乡村振兴与数字中国建设, 农文旅电商生态系统已成为乡村产业数字化转型与跨界融合的重要载体。本文从产业融合、农民增收、文化传承、数字建设四个维度分析农文旅电商生态系统的多元价值; 结合乡村发展实际, 提出资源适配、主体培育、平台构建、服务配套、监管完善的差异化运行策略。旨在为农文旅电商生态系统高效运转提供实践路径, 助力乡村产业兴旺与民生改善。

关键词

乡村振兴, 农文旅融合, 电商生态系统, 产业融合, 农民增收

Value Presentation and Operational Strategies of Agricultural-Cultural-Tourism E-Commerce Ecosystems under Rural Revitalization Background

Qiandong Zhang

School of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: June 29, 2026; accepted: July 13, 2026; published: August 17, 2026

Abstract

With rural revitalization and digital China construction, agricultural-cultural-tourism e-commerce ecosystems have become an important vehicle for digital transformation and cross-sector integration

of rural industries. This paper analyzes the diverse values of agricultural-cultural-tourism e-commerce ecosystems from four dimensions: industrial integration, farmers' income growth, cultural heritage preservation, and digital infrastructure development. Based on rural development realities, it proposes differentiated operational strategies including resource allocation optimization, entity cultivation, platform construction, service coordination, and regulatory enhancement. The aim is to provide practical pathways for the efficient operation of agricultural-cultural-tourism e-commerce ecosystems, thereby promoting rural industrial prosperity and livelihood improvement.

Keywords

Rural Revitalization, Integration of Agriculture, Culture and Tourism, E-Commerce Ecosystem, Industrial Integration, Increase in Farmers' Income

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

在数字经济快速发展的背景下，农文旅电商生态系统成为乡村产业数字化与跨界融合的重要载体。即通过整合乡村各类资源，依托互联网构建起多主体协同、多环节联动的商业有机体系，为乡村产业发展注入新动能。当前，农文旅资源“碎片化”问题日益突出，而电商技术则为资源高效转化与产业跨界融合提供了新的契机[1]。基于此，本文立足乡村发展实际，分析电商生态系统在产业融合、农民增收等维度的价值，结合乡村资源禀赋提出运行策略，以期为乡村依托电商赋能农文旅协同发展、破解产业发展难题提出可行建议。

2. 乡村振兴背景下农文旅电商生态系统的价值呈现

农文旅电商生态系统是整合乡村农业、文旅、文化等各类资源，基于互联网平台，由电子商务核心企业、金融机构、物流服务商及消费者等多主体协同形成的商业有机系统。在乡村振兴背景下，通过资源整合、主体激活、文化赋能、数字筑基，释放多元价值，从而推动乡村产业兴旺、文化繁荣、农民富裕。

2.1. 整合农文旅要素，推动产业融合发展

乡村要振兴，产业兴旺是重点，深化农业供给侧结构性改革，构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系，实现农村一二三产业深度融合发展，有利于推动农业从增产导向转向提质导向[2]。农文旅电商生态系统通过数字化手段重组生产要素、优化资源配置，有效减少资源闲置与重复建设，推动农产品走向品牌化、文化资源实现市场化、旅游服务迈向体验化，从而提升乡村产业的整体效益与竞争力。产业融合有助于吸引人才、资本等要素回流，形成经济发展、就业优化、生态保护相互支撑的可持续发展格局。以安徽省砀山县为例，当地围绕酥梨产业搭建电商平台，整合种植、加工、文旅体验等环节，2022年酥梨全产业链产值达到110.35亿元，实现了产业价值链的提升[3]。

2.2. 拓宽农民增收渠道，激活经营主体参与热情

农民收入水平的持续提高，是衡量乡村振兴成效的标尺。在传统乡村产业模式下，农民收入来源相对单一、波动性较大，且在产业链中往往处于被动位置。农文旅电商生态系统通过线上直销、文旅服务

接入、电商配套就业等多种方式，为农民开辟了新的收入来源，推动其从单纯的生产者向经营者、参与者、收益共享者转变。部分农民通过电商平台，自己创业，数字技能与市场经营能力得到锻炼与提升，进而带动更多农民融入现代产业体系。收入结构的多元化不仅增强了农民的经济韧性与风险抵御能力，也提高了农民参与乡村产业发展的积极性，为乡村振兴注入了宝贵的内生动力。实践表明，在县域农文旅电商融合发展过程中，人才素养与主体认知是重要的制约因素，加强人才引育与主体培育能够直接激发产业发展的内在活力[4]。电商渠道带来的增收效果与村民参与热情之间形成正向循环，参与主体通过技能提升与产业融入，为乡村发展奠定了持续的人力资本基础。

2.3. 传承乡村特色文化，增强乡村文化认同

乡村文化资源是地域发展的独特财富。在城镇化快速推进的当下，许多乡村传统文化面临传承载体弱化、传播范围有限、市场转化能力不足等现实困境。农文旅电商生态系统为文化资源的创新开发与广泛传播提供了新的技术工具与市场接口。通过电商平台与数字化展示手段，民俗活动、非物质文化遗产、传统村落风貌等文化要素，得以转化为文创产品、研学体验、主题民宿等可市场化消费的产品形态，从而拓展乡村文化的传播半径与影响力。在这一价值转化过程中，当地居民对自身文化的认知深度与认同感同步增强，文化传承逐渐从被动维系转向主动参与，形成了文化保护与经济效益相互促进的良性循环。例如，浙江松阳县部分乡村通过电商渠道，将传统手工红糖制作、古法造纸等技艺开发为文化产品，并联动古村落研学旅游，实现了文化遗产活态传承与乡村经济增收的双重目标。

2.4. 推动乡村数字建设，助力乡村振兴战略实施

数字乡村是乡村振兴的战略方向，也是建设数字中国的重要内容[5]。乡村数字建设是农文旅电商生态系统高效运转的支撑，深度赋能乡村发展。当前，乡村地区仍普遍面临数字基础设施薄弱、技术应用不足、居民数字素养不高等短板，制约了数字技术与乡村发展的深度融合。农文旅电商生态的实践，为破解这些困境、激活数字建设价值提供可行路径。围绕电商生态的发展需求，乡村数字建设扎实推进，其成果又反过来滋养乡村发展的方方面面——完善的网络与物流设施打破了地理隔阂，让农产品与文旅资源能够跨越山水、对接全国市场；数字工具的普及应用推动了生产经营模式革新，为产业融合增添了科技动能；居民数字素养的提升，则使更多农民能够善用数字工具拓宽增收渠道，切实享受到数字化带来的民生红利。与此同时，数字化手段也有力促进了乡村文化的传播与传承，助力乡土文化走向更广阔的舞台。农文旅电商驱动下的数字建设，实现了“建用结合、以用促建”，全面夯实了乡村振兴的数字根基，为乡村振兴战略落地提供了坚实支撑。

3. 乡村振兴背景下农文旅电商生态系统的运行策略

农文旅电商生态系统高效运行，需要立足乡村资源禀赋与发展条件，实施分类指导、精准施策，在资源整合、主体培育、平台建设、服务配套、监管保障等环节形成适配性方案。

3.1. 科学适配资源，搭建产业生态支撑

农文旅电商生态的高效运转依托资源整合，整合过程需遵循“普查摸底、分类梳理、差异化组合、电商化转化”思路，确保精准适配电商需求，实现资源价值最大化。

首先，应在区域范围内开展资源系统性调查，对农业物产、自然景观、文化遗产、接待设施等资源要素进行详实记录与评估，明确其规模、品质、特色与开发潜力，避免因信息缺失导致资源配置失当。其次，依据资源特征与乡村发展定位进行差异化组合：近郊旅游型乡村可侧重“农业园区 + 休闲体验 + 亲子教育”的短途消费场景构建；特色农业主导型乡村宜围绕核心农产品，打造“种植 - 加工 - 体验 -

销售”全链条，如山区茶乡可融合生态茶园与茶文化体验，平原果乡则可联动采摘活动与农产品深加工展示，形成“一村一品、一乡一韵”的特色组合，避免同质化竞争。最后，针对不同资源属性，设计电商转化路径，鲜活农产品重点完善预冷分级、保鲜包装与冷链配送体系，探索预售模式以降低仓储风险；季节性文旅资源推行分时预约与关联产品预售，实现客流与销售的动态平衡；非遗技艺类资源着力于内容挖掘与产品创意设计，打造适合线上传播的文化商品；民宿、导览等服务类产品需优化线上预订、核销与反馈流程，提升服务体验与运营效率。

3.2. 培育多元参与主体，激活系统内生动力

农文旅电商生态系统涵盖农户、企业、村集体等多类主体，各方在资源、能力与利益诉求上存在差异。

对农户群体，核心在于能力建设与角色拓展。培训内容可分层设计：基础层面，面向广大农户，侧重电商平台操作、订单处理、产品品控等实用技能，助力其从生产者转向具备经营能力的参与者；进阶层面，面向有创业意愿的农户，增加内容创作、直播营销、客户维护等专项训练，培育其成为小微电商主体，并发挥辐射带动作用。农文旅电商发展所创造的创业、就业机会能够覆盖不同背景的农户，即使技能较低的群体也可通过物流、服务等配套环节获益[6]。对企业主体，应根据乡村类型差异引入合适的合作方：近郊旅游型乡村可对接文旅运营企业与电商服务商，借力其渠道与经验提升服务品质；特色农业型乡村引入具备供应链能力的企业，合作推进产品标准化、品牌化与渠道建设；文化生态资源富集型乡村需谨慎选择具有文化开发经验的主体，在合作中注重保护文化原真性。合作模式上，推广“企业 + 村集体 + 农户”的契约化联结，明确各方权责，建立保底收购、按交易量分红等收益分配机制，并配套监督措施，保障农户合法权益。村集体组织应发挥协调与统筹功能。在资源分散、农户议价能力弱的乡村，村集体可通过领办合作社、搭建资源管理平台等方式，整合零散资源，统一对接市场，协调内部分配，组织标准化生产与服务，从而强化农户在产业链中的集体行动能力。

3.3. 优化平台建设，提升系统运行效率

电商平台是整个生态系统的核心枢纽，其功能设计与运营模式直接影响资源配置效率。平台建设应避免盲目追求规模扩张，转而聚焦农文旅融合的核心场景，构建集展示、交易、服务于一体的专业化支撑体系。

平台功能设计须以融合体验为导向，优化展示与交易流程。在展示端，将农产品原产地环境、生产过程与乡村文旅风貌进行一体化呈现，借助全景影像、短视频、实时直播等手段，为消费者营造沉浸式体验，降低决策成本。在交易端，应依据产品特性设计差异化机制：生鲜农产品适用“产地预售 + 生长过程可视化”模式，以销定产、降低损耗；加工农产品侧重供应链优化与高效履约；文旅服务类产品则需建立独立的预约、核销与评价系统，实现服务流程闭环管理。服务平台模块应整合咨询、投诉与售后功能，制定清晰的服务标准与处理规范，并通过用户数据分析持续优化运营策略。针对不同类型乡村，平台建设也应有所侧重：近郊旅游型乡村可强化移动端即时预约与本地服务功能；特色农业型乡村应深耕产品溯源与品质认证体系，构建稳固的消费信任；文化生态型乡村则需增强内容叙事与文化解读功能，提升文化产品的附加值与感染力。

3.4. 完善服务配套，降低系统运行成本

配套服务体系的完善程度，直接关系到农文旅电商生态的运营成本与参与门槛。服务配套应围绕物流配送、技术指导、金融支持与数字基建等关键薄弱环节，结合不同乡村类型的实际条件，采取“补齐短板、强化功能”的组合策略。

物流配送方面,可依托政企合作共建乡镇分拨中心与村级收寄点,推动物流企业运力整合与共同配送。近郊型乡村可衔接城市配送网络,实现快速送达;偏远及山区乡村则需重点保障冷链设施与季节性运力调度,通过补贴冷链包装与仓储费用,降低生鲜农产品损耗。技术指导方面,可组建由高校、企业技术人员构成的流动服务队,深入乡村开展面对面辅导,同时搭建线上咨询平台提供持续支持。服务内容应因地制宜:电商基础薄弱地区侧重操作技能普及;已具有一定规模的乡村则可引入数据分析、品牌运营等进阶辅导。金融服务方面,针对农文旅经营主体的资金需求特点,开发灵活周期、多元担保的信贷产品,并配套天气指数保险、价格保险等风险对冲工具。产品设计应兼顾不同规模主体的承受能力,避免门槛过高。数字基建方面,持续提升农村网络覆盖质量,优先保障产业集聚区、旅游接待点的网络速率。鼓励搭建县域级农文旅数据管理平台,整合客流、交易、评价等多维数据,为经营决策提供支撑。对数字设备购置可给予适当补助,并同步开展应用培训,降低技术使用门槛。

3.5. 健全监管机制,保障系统规范运行

有效的监管是农文旅电商生态系统长期健康运行的保障。监管体系建设应从静态备案管理转向全过程动态治理,覆盖主体行为、市场秩序、交易安全等重点维度。

监管对象应涵盖农户及小微主体、电商平台、合作企业等多类主体,聚焦以下关键领域:农产品质量安全与生产记录真实性、平台信息发布与交易合规性、利益联结中收益分配的合理性等。对虚假宣传、违约经营、侵害合作方权益等行为,须建立明确的惩戒规则。

监管方式上,可依托信息化手段建设监管数据平台,整合产品质量检测、交易记录、投诉举报等信息,形成动态管理台账,设定风险预警阈值,实现事前预警与事中干预。同时,畅通社会监督渠道,设立便捷的投诉反馈入口,定期收集各方意见,据此优化监管措施,使监管框架始终与产业发展同步演进。

4. 结语

在乡村振兴与数字中国战略协同推进的时代背景下,农文旅电商生态系统作为数字技术与乡村产业深度融合的重要载体,以其独特的整合功能、市场对接能力和赋能效应,推动乡村资源活化、产业升级、农民增收与文化遗产。面向未来,我们应持续立足山区生态型、平原农业型、文化特色型等不同乡村的资源本底与发展阶段,不断优化资源适配策略、主体培育路径、平台功能设计、服务配套体系与监管保障机制,逐步构建起差异化、可操作、可持续的农文旅电商生态系统,以数字化转型深度赋能乡村产业振兴、民生改善与文化赓续,为全面推进乡村振兴提供坚实支撑。

参考文献

- [1] 胡晨怡,曹薇.旅游+电子商务是数字化时代的协同发展新范式:以株洲市乡村、工业、红色旅游为例[J].山西农经,2025(17):120-123.
- [2] 徐若滨.聚力乡村振兴推动“三农”发展[N].新农村商报,2018-10-17(A02).
- [3] 常钦.农村电商推动农业转型升级[N].人民日报,2023-10-30(009).
- [4] 侯振兴,孙梦泽.基于扎根理论的县域农文旅电商融合发展研究[J].洛阳师范学院学报,2023,42(3):60-65.
- [5] 谷生然,王仁宇.乡村振兴背景下数字乡村建设的成就、问题与提升路径[J].西昌学院学报(社会科学版),2024,36(2):10-17.
- [6] 秦芳,王剑程,胥芹.数字经济如何促进农民增收?——来自农村电商发展的证据[J].经济学(季刊),2022,22(2):591-612.