

农村电商助力乡村振兴的内在逻辑与实践路径

屠心怡, 肖建国

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年1月3日; 录用日期: 2025年1月17日; 发布日期: 2025年2月26日

摘要

随着互联网技术的快速发展, 农村电商作为一种新型商业模式, 已然成为推动乡村振兴的重要力量。本文基于当前农村电商发展现状与现代经济学的相关研究, 探讨了农村电商助力乡村振兴的内在逻辑, 并提出了具体的实践路径。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 内在逻辑, 实践路径

Internal Logic and Practical Path of Rural E-Commerce in Helping Rural Revitalization

Xinyi Tu, Jianguo Xiao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jan. 3rd, 2025; accepted: Jan. 17th, 2025; published: Feb. 26th, 2025

Abstract

With the rapid development of Internet technology, rural e-commerce, as a new type of business model, has become an important force to promote rural revitalization. Based on the current development status of rural e-commerce and the relevant research of modern economics, this paper discusses the internal logic of rural e-commerce to help rural revitalization and puts forward specific practical paths.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Internal Logic, Practical Paths



1. 引言

农业强国是社会主义现代化强国的根基。党的二十大报告指出,“全面建设社会主义现代化国家,最艰巨最繁重的任务依然在农村,最广泛最深厚的基础依然在农村”[1]。乡村振兴是建设农业强国,推进社会主义现代化、实现全体人民共同富裕的必由之路,也是新时代中国开展“三农”工作的总抓手。随着信息技术的快速发展,数字经济与实体经济深度融合下催生出的农村电子商务作为一种新型商业模式,已然成为推动乡村振兴的重要力量。大力发展农村电商是时代发展的必然趋势,也是新时代全面推进乡村振兴的应然之举。因此,深入探讨农村电商助力农村的内在逻辑与实践路径,具有重要的理论与现实意义。

2. 农村电商助力乡村振兴的内在逻辑

理论作为从感性认识到理性认识飞跃的产物,对实践行动起到重要的指导作用。内在逻辑反映问题研究本身的内在要素之间的规律性,影响着问题研究的性质与方向。对农村电商助力乡村振兴的内在逻辑进行剖析梳理,有助于明确其内在的理论逻辑与价值逻辑,进一步推动农村电商助力乡村振兴的现实性转化。

2.1. 农村电商破解乡村经济发展瓶颈

在传统农业中,由于地理条件限制和信息传播手段落后,农民往往难以及时获取市场信息,导致农产品滞销或价格大幅波动。随着农村电商的快速发展,农民们通过互联网平台,打破了时空限制,实现与消费者直接对接,不仅中间环节大大减少,交易成本也随之降低。淘宝、京东、拼多多等电商平台纷纷进入农村,建立如淘宝村、京东农场等具有农村特色的线上销售平台,不仅增加了农产品的可追溯性,提高了农产品的流通效率,还增强了农民对市场的掌控能力。农村电商的发展不但很好地解决了信息不对称的问题,还使得农村地区的劳动力、土地、资本等资源得到了更有效的配置。一方面,数字经济催生的一系列新产业新业态新模式带来了许多新兴职业,为农村剩余劳动力提供了新的就业机会,例如物流配送、网店运营等;另一方面,通过网络销售,农村的土地资源得以更好地利用,促进了农业规模化经营。研究发现,农村电商通过打造和发展乡村特色产业显著提升了本地就业水平,成为农村居民就近就地就业的蓄水池,为农村居民就业增收提供了新的增长点,促进工资性收入成为农村居民增收的主要渠道[2]。此外,农村电商还吸引了大量社会资本进入农村市场,推动了农村基础设施建设和产业发展。农村电商不仅仅是农产品的销售渠道,更是农业产业链延伸的重要载体。通过电商平台,农民可以将初级农产品加工成高附加值的产品,如特色农产品、手工艺品等,从而提高产品的市场竞争力。同时,还能够带动相关服务业的发展,例如包装设计、仓储物流、品牌营销等,形成完整的农业产业链条,推动农村经济的多元化发展。

2.2. 农村电商推动农村社会结构变革

首先,对于农民而言,农村电商的发展很大程度上促进了其主体意识的觉醒。农村电商的发展改变了传统的农业生产方式,使农民从单纯的生产者转变为生产者和经营者双重身份。通过参与电商运营,农民不仅掌握了更多的市场知识和技能,还增强了自主创业的能力和信心。这种转变有助于打破传统农

业的封闭性, 激发农民的创新精神和创造力, 推动农村社会结构的现代化转型。其次, 农村电商的发展不仅促进了经济繁荣, 还加强了农村社区的凝聚力, 为农村社区建设提供了良好基础。通过电商平台, 农民之间的合作更加紧密, 形成了互助互利的良好氛围。同时, 农村电商还吸引了大量外出务工人员返乡创业, 带动了农村人口回流, 缓解了农村空心化问题。此外, 农村电商的发展也为农村文化建设提供了新的契机, 推动了乡村文化的传承和发展。最后, 农村电商的发展为农村地区带来了更多的发展机遇, 缩小了城乡之间的经济差距。有研究发现, 农村电商发展在带动农村消费、缩减城乡消费差距方面具有积极作用[3]。通过电商平台, 农村地区的优质农产品和特色资源得以直接进入城市市场, 增加了农民收入。同时, 农村电商还促进了农村基础设施的改善, 提升了农村居民的生活质量, 进一步缩小了城乡之间的生活差距。此外, 农村电商的发展还有助于推动城乡一体化进程, 促进城乡融合发展。

2.3. 农村电商助力农业现代化转型

第一, 农村电商的发展为农业技术创新提供了新的动力。通过电商平台, 农民可以更快地获取最新的农业技术和信息, 如种植技术、养殖技术、病虫害防治等。同时, 农村电商还促进了农业科技成果转化, 推动了农业机械化、智能化水平的提升。此外, 农村电商的发展还吸引了大量科技人才进入农村市场, 推动了农业科技的研发和应用。第二, 农村电商的发展为农业品牌化建设提供了新的机遇。通过电商平台, 农民可以将本地的特色农产品打造成为知名品牌, 提升产品的市场知名度和美誉度。同时, 农村电商还促进了农业标准化生产的推广, 推动了农产品质量的提升。此外, 农村电商的发展还有助于建立农产品追溯体系, 保障消费者的食品安全, 增强消费者对农村产品的信任感。第三, 农村电商的发展为农业绿色发展提供了新的路径。通过电商平台, 农民可以将有机农产品、生态农产品等绿色产品推向市场, 满足消费者对健康食品的需求。同时, 农村电商还促进了农业循环经济的发展, 推动了农业废弃物的资源化利用。此外, 农村电商的发展还有助于推广绿色生产方式, 减少化肥、农药的使用, 保护农村生态环境。

3. 基于我国农村电商发展的现状分析

随着互联网技术的快速发展, 网络强国深刻改变着人们的生产生活。在政策的支持下, 农村互联网普及率不断增长, 数字鸿沟逐渐缩小, 我国农村电商领域取得了显著的成果。各地乡村不断推进 4G 基站补盲、5G 网络延伸、千兆光纤网络建设。2024 年电信普遍服务覆盖了 204 个地市, 其中支持 4G 基站数 4647 个, 支持 5G 基站数 3680 个[4]。根据中国互联网络发展状况统计调查(CNNIC)的数据显示, 2014 年, 我国网民规模为 6.49 亿, 其中农村网民规模为 1.78 亿, 占网民整体 27.4%, 截止 2024 年 6 月, 我国网民规模近 11 亿人, 其中, 我国农村网民规模达 3.04 亿人, 占网民整体的 27.7%, 十年时间我国农村网民规模增长迅速。与此同时, 农村互联网普及率也从 2014 年的 28.8% 增长为 63.8%, 翻了 2 倍不止。此外, 与网民规模同比增长的还有我国网络购物用户规模, 从 2014 年至 2024 年 6 月, 增长了 5.44 亿。纵观我国网络购物市场, 总体呈现出普及化、全球化、移动化趋势。具体而言, 我国网络购物群体向全民扩散, 全民网购浪潮不容小觑, 也为农村电商带来了巨大的市场潜力。数字向农、数字惠民等常态化举措在农村深入落实, 推动农村地区互联网应用与农村电商取得巨大成就(见表 1)。这种持续增长反映了农村地区互联网基础设施的不断完善, 以及农村居民对互联网的接受和使用程度不断提高。农村居民可以方便地访问和使用电子商务平台, 这为农村电子商务的发展提供了广泛的用户基础和充足的市场活力[5]。

随着农村电商的不断发展, 农村市场的消费潜力得到释放, 越来越多的年轻人选择留在家乡创业, 出现了一批懂农业、爱农村、爱农民的“新农人”, 创造了大量的就业岗位; 通过互联网平台, 农村与城市的距离被缩短, 信息不对称问题得到有效缓解, 城乡差距大大缩小; 特别是在新冠疫情期间, 农村电

Table 1. China's Internet user size, Internet penetration rate and online shopping user size, 2014~2024**表 1.** 2014~2024 年我国网民规模、互联网普及率以及网络购物用户规模

	总体网民规模/ 亿	农村网民规模/ 亿	城镇网民规 模/亿	城镇地区 互联网 普及率/%	农村地区 互联网 普及率/%	网络购物 用户规模/亿	网络购物用户 占网民整体率 /%
2014	6.49	1.78	4.71	62.8	28.8	3.61	55.7
2015	6.88	1.95	4.93	65.6	31.4	4.13	60
2016	7.31	2.01	5.31	69.1	33.1	4.67	63.8
2017	7.72	2.09	5.63	71	35.4	5.33	69.1
2018	8.29	2.22	6.07	74.6	38.4	6.1	73.6
2019	9.04	2.55	6.49	76.5	46.2	7.1	78.6
2020	9.89	3.09	6.8	79.8	55.9	7.87	79.1
2021	10.32	2.84	7.48	81.3	57.6	8.42	81.6
2022	10.67	3.08	7.59	83.1	61.9	8.45	79.2
2023	10.92	3.26	7.66	83.3	66.5	9.15	83.8
2024 年 6 月	10.9967	3.04	7.95	85.3	63.8	9.05	82.3

数据来源：CNNIC 统计报告整理。

商在助力脱贫攻坚上发挥了重要作用，帮助贫困地区解决农产品滞销问题，巩固了脱贫攻坚成果；在文化层面，一些具有地方特色的农产品与手工艺品通过电商平台走向全国甚至全世界，不仅增加了经济收益，还促进了传统文化的传播与保护。综上所述，我国农村电商发展不仅在经济上取得了显著成效，并且在社会、文化等多个方面产生了积极影响，已然成为乡村振兴战略的重要支撑。然而，目前我国农村电商发展仍然面临一些例如互联网基础设施不足、物流网络供应链堵塞、高素质人才短缺、产品同质化严重等挑战，这些问题成为制约农村电商发展的关键因素。为此，应通过完善基础设施建设、整合物流网络供应链、优化电商人才培养体系、打造电商产业集群等途径，打通农村电商助力乡村振兴的实践路径，为实现农业强国提供坚实基础。

4. 农村电商助力乡村振兴的实践路径

实践是认识的源头活水，是认识的来源与归宿。要正确理解农村电商助力乡村振兴的相关问题，更好发展农村电商，全面推进乡村振兴，其落脚点与关键点在于实践。只有推动农村电商助力乡村振兴的最终落实，才能充分彰显数字经济下农村电商的赋能助力作用。

4.1. 完善农村电商基础设施建设：筑牢乡村振兴之“根”

基础设施是支撑农村电商发展的关键要素，涵盖了从硬件到软件，从金融体系到公共服务等多个方面。从通信与网络设施方面来看，农村电商是数字经济与实体经济深度融合的产物，良好的网络环境是其发展不可或缺的基础条件之一。因此，应大力完善农村电商的基础设施建设。除了上文提到的加快农村宽带网络和 5G 基站的建设外，还应相应降低农村地区用网成本，加强对农村网络设施的维护与管理，确保农民能够享受到高速稳定并且可负担得起的网络服务，使电商经济普惠更多的农业生产。通过农村电商基础设施的全覆盖式建设，打通生产要素流通与信息沟通的堵点，为生产源头与消费端相连通服务，进而为赋能乡村振兴奠定基础。从金融服务体系来看，农村金融供给不足，农民获得贷款难，尤其是在农民电商创业初期，资金短缺成为制约其发展的重要因素。政府应鼓励银行、小额贷款公司等金融机构

开发针对农村电商的金融产品,如低息贷款、信用贷款等,满足农民的资金需求。此外,推广供应链金融模式,通过电商平台的数据优势,为农户提供基于订单、库存等的融资服务。地方政府应加强与中央政府的沟通协调,积极争取更多的专项资金支持,建立更为完善的项目评估和监管体系,确保中央资金的有效使用,并与地方实际情况相结合,提高资金使用的透明度和效率[6]。同时,发展农村电商保险,为农产品运输、仓储等环节提供风险保障,减少农民的后顾之忧。针对目前农村电商的两种典型的融资模式——“农贷”模式与“农保贷”模式,有研究表明农村电商供应链融资模型的选择与丰收年发生概率、贷款成功率、消费者价格敏感程度以及保险费率有关,因此因地制宜地选择适合本地农村电商的融资与保险模式至关重要[7]。从公共服务平台建设方面来看,农村电商公共服务平台的功能和服务水平无法充分满足农民的需求。应建设多功能的县域电商公共服务中心,提供电商培训、产品展示、物流对接、金融咨询等一站式服务;推动公共服务平台的数字化转型,利用大数据、人工智能等技术,为农民提供精准的市场信息、营销建议等;加强公共服务平台与电商平台的对接,形成线上线下融合的服务体系,提升服务效率和覆盖面。

4.2. 整合电商物流网络供应链:打通乡村振兴之“脉”

随着农村电商的发展,电商物流网络在农产品供应链中发挥着巨大的作用。研究表明,电商平台的物流网络不仅能够提高农产品的物流效率,缩短供应链环节,降低成本,提升农产品竞争力,还可以连接农产品生产者与消费者,提供信息传递、交易撮合和物流配送等服务,提高农产品的透明性与可追溯性,促进农产品的销售和流通。因此,为进一步提升农村电商对农产品供应链整合的积极作用,应通过资金、技术、物流等优化市场要素配置,推动运输网络在农产品供应链的整合,这对于优化农产品流通和提升供应链效率具有重要意义[8]。在传统的农产品供应链中,由于地域限制、物流落后等因素,农产品运输往往存在时间延迟、存储难、损耗大等问题,长期以来消费品进村“最后一公里”与农产品上行“最初一公里”成为农村物流最大难题。随着农村电商的发展,农村物流建设的加强使得运输问题得到有效解决,应进一步加强农村物流网络建设,在保证农产品质量的前提下,尽量减少运输仓储和时间成本。相关部门可以探索直供直销、农产品超级对接等新型流通模式,减少中间环节,进一步提高流通效率。农村电商物流不仅要停留在流通环节,更要通过量身定制的物流服务、供应链金融等手段,与生产环节紧密结合,并向上游延伸,加强与农业生产者的合作,实现产销高效对接[9]。同时发挥大数据、人工智能等新兴技术在物流网络中的作用,规划最优运输路线与策略,为农产品绿色、高效、可持续运输赋能,有效解决农村电商“首尾一公里”短板问题。

4.3. 优化农村电商人才培养体系:培育乡村振兴之“魂”

千秋基业,人才为先。习近平总书记在中央人才工作会议上指出,“战略人才站在国际科技前沿,引领科技自主创新、承担国家战略科技任务,是支撑我国高水平科技自立自强的重要力量,要把建设战略人才力量作为重中之重来抓”[10]。引进和培育高素质的电商人才,有助于各类农村经营主体准确认知电商发展理念、把握所在行业发展风向,实现产业数字化、连锁化、品牌化转型[11]。农村电商的蓬勃发展离不开科学完善的电商人才培养体系,优化人才培养体系首先离不开系统思维,要以宏观视角分析人才需求之本质。在数字化经济快速发展的背景下,培养农村青年人才的数字素养能力是助推农村电商发展的重要手段。研究表明,数字素养、数字内容创建素养与数字应用社交素养对农村电商创业有显著正向影响。因此,政府应大力支持农村青年人才的数字素养培养,提供全方位、多领域数字素养培养服务,鼓励农村电商创业者做有价值的数字内容建构,积极传播优质创业信息资源[12]。农村电商涵盖面广,包括直播推广、网络售后、线上销售、线下经营等多个环节,既需要高素质的劳动者,又离不开初高级

技能型人才。因此, 电商人才的培养应注重多类型人才的细化, 根据不同的学历层次、兴趣爱好来因材施教、因需施教。同时, 注重新兴技术的深度赋能。近年来, 虚拟数字人技术在电商直播中应用广泛, AI 技术使得视频在输入关键词后可自动生成商品介绍、场控直播话术等, 有效提升电商直播效率[4]。在人才培养领域同样可以借助 AI 技术搭建智能学习服务平台, 借助人工智能, 无论是在校接受系统学习的学生还是参加短期培训的从业者, 都可通过线上平台自主完成高效式、碎片化的学习, 大大提升人才培养效率。

4.4. 打造农村电商产业集群: 塑造乡村振兴之“形”

中央农业农村部提出到 2025 年我国特色农产品品牌建设的目标、重点任务和发展路径, 强调以“品牌”引领农业现代化发展, 加快转变我国农业发展模式。然而当前我国农业品牌建设并不理想, 部分农村电商存在同质化严重, 导致消费者审美疲劳等现象。由于农村地区农产品电商的从业者大部分学历不高, 存在认知不足等情况, 导致从业者之间互相模仿、抄袭现象严重, 生产方式、经营类目、营销方式高度相似的后果就是竞争的不断加剧。因此, 农村电商的发展应结合当地丰富的文化资源与传统产业优势, 重点发展特色农产品电商。政府应对农民加以引导, 根据市场需求, 调整种植结构, 发展具有地方特色的农产品, 如有机蔬菜、水果、茶叶、中药材等。同时, 加强对特色农产品的品牌建设, 鼓励农民充分利用各大网络销售平台与直播平台, 采用“短视频 + 直播”的形式, 围绕“三农”、“特色农产品”等主题向外输出本地乡土文化, 打造差异化产品形象, 提升产品的市场竞争力。鼓励参与电商的农户积极发挥带头作用, 以自身为核心辐射周边农户, 形成“1+N”的产业集聚效应, 成立专业的电商农产品合作经营社, 通过规范化管理和统一化的产品质量, 建立本村的特色农产品品牌, 实现“电商助农, 品牌兴村”的高质量发展良好态势[13]。另外, 农村电商的发展可以与乡村旅游相结合, 形成“电商 + 旅游”的新模式。鼓励农民开发乡村旅游项目, 如农家乐、民宿、采摘园等, 通过电商平台进行宣传推广, 吸引游客前来消费。此外, 还可以利用电商平台销售乡村旅游产品, 如土特产、手工艺品等, 增加农民收入。要让资本流向农村, 地方政府应加强规划管理, 明确当地农村电商产业化发展方向。要积极管理农村电商企业之间、电商企业与上游供应商、下游物流商之间的协同效应, 优化农村电商产业链[14]。有效引导规划建设农村电商产业园区, 集中布局电商企业、物流企业、金融机构等相关单位, 形成产业集聚效应。通过园区内的资源共享和协同合作, 降低企业的运营成本, 提高整体效益。同时, 为农村电商企业提供政策支持、技术支持、人才支持等多方面的服务, 打造差异化、有特色、高质量农村电商产业集群, 促进农村电商的均衡健康发展。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗: 在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022: 30-31.
- [2] 王奇, 晋晓姝. 农村电商特色产业创业与稳就业[J/OL]. 产业经济评论, 1-15. <https://doi.org/10.19313/j.cnki.cn10-1223/f.20241223.003>, 2024-12-24.
- [3] 王雅丽, 杨雪云. 农村电商发展对城乡消费差距的影响[J]. 科学决策, 2024(11): 63-79.
- [4] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第 54 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. 中国互联网络信息中心. <https://cnnic.cn/n4/2024/0829/c88-11065.html>, 2024-12-11.
- [5] 温雪. 推进农村电商发展 缩小城乡消费差距[J]. 宏观经济管理, 2024(8): 79-85, 92.
- [6] 朱海波. “数商兴农”: 地方政府如何发挥关键作用[J]. 首都经济贸易大学学报, 2024, 26(6): 35-47.
- [7] 浦徐进, 丁玉婷, 金德龙. “农贷”还是“农保贷”? 农村电商供应链融资模式研究[J/OL]. 系统科学与数学, 1-20. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.2019.O1.20241010.1008.002.htm>, 2024-11-21.
- [8] 周文超, 李英毅. 乡村振兴背景下农村电商对农产品供应链整合的影响[J]. 商业经济研究, 2024(17): 91-94.

-
- [9] 韩明珠. 农村电商物流发展对农产品流通效率的影响——兼论交通可达性的调节效应[J]. 商业经济研究, 2024(11): 109-112.
 - [10] 人民日报评论员. 深化人才发展体制机制改革——论学习贯彻习近平总书记中央人才工作会议重要讲话[J]. 中国人才, 2021(10): 36-37.
 - [11] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
 - [12] 王海龙, 韩佳宁, 代兴梅. 数字素养对农村青年电商创业行为的影响研究[J]. 农业经济与管理, 2024(5): 118-128.
 - [13] 于洋, 于晗, 李宸坤, 苏慧. 农村电商对品牌农业意识提升的空间溢出效应分析[J]. 农业经济, 2024(11): 135-137.
 - [14] 王晓娜. 数字乡村背景下我国农村电商集群发展质量评价[J]. 商业经济研究, 2022(14): 133-137.