

马克思主义政治经济学视角下的 我国农村电子商务发展研究

武燕乐

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月27日; 录用日期: 2025年3月14日; 发布日期: 2025年4月25日

摘要

马克思主义政治经济学蕴含着丰富的理论知识, 为我们正确地处理和解决实践问题提供了理论指导。随着互联网的不断发展, 电子商务逐渐成为农村经济的一种新商业发展模式, 不仅可以促进农村产业和经济的发展, 而且对乡村振兴具有推动作用。在农村电子商务不断发展的同时, 也存在着一些问题, 我们要学会运用马克思主义政治经济学的生产力与生产关系理论、社会再生产理论和流通理论, 分析我国农村电子商务的发展现状和面临的问题, 并探讨其发展路径, 从而推动农村电子商务高质量发展和农村经济繁荣。

关键词

马克思主义政治经济学, 农村电子商务, 经济发展

Research on the Development of Rural E-Commerce in China from the Perspective of Marxist Political Economy

Yanle Wu

College of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 27th, 2025; accepted: Mar. 14th, 2025; published: Apr. 25th, 2025

Abstract

Marxist political economy is rich in theoretical knowledge and provides theoretical guidance for us to correctly handle and solve practical problems. With the continuous development of the Internet, e-commerce has gradually become a new business development model in rural areas. It not only

promotes the development of rural industries and the economy but also plays a promoting role in rural revitalization. While rural e-commerce is developing continuously, there are also some problems. We should learn to apply the theories of productive forces and production relations, social reproduction, and circulation in Marxist political economy to analyze the current development status and problems faced by rural e-commerce in China, and explore its development path, so as to promote the high-quality development of rural e-commerce and the prosperity of the rural economy.

Keywords

Marxist Political Economy, Rural E-Commerce, Economic Development

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. 引言

随着乡村振兴战略的全面推进,提升农村经济、文化和产业发展水平成为关键任务。在这一背景下,电子商务作为一种全新的商业发展模式,在农村经济领域迅速崛起,有力地推动了农村经济的快速发展。电子商务为农村经济带来了诸多积极影响,但农村电子商务的发展也面临着一些问题。为了充分发挥电子商务在农村经济发展中的最大价值,我们可以运用马克思主义政治经济学理论知识积极探索其发展路径,并持续进行优化,从而让电子商务更好地服务于乡村振兴,助力农村经济可持续发展。

2. 马克思主义政治经济学的相关理论

2.1. 生产力与生产关系理论

马克思主义政治经济学强调生产力与生产关系的辩证统一,认为生产力决定生产关系,生产关系反作用于生产力。生产力是社会在一定历史阶段所能达到的物质生产手段和劳动者的技能、知识水平的综合体现,而生产关系则是生产过程中人与人之间的关系,包括生产资料所有制形式和劳动分工等。在农村电子商务发展中,信息技术、物流技术等作为生产力的重要组成部分,改变了农村传统的生产与交易方式,使得农产品销售突破地域限制,扩大了市场范围[1]。农村电商推动了生产关系的变革和调整,促使农民与电商企业、物流企业之间建立起更紧密的合作关系。同时,生产关系的优化又为生产力的发展提供了良好的保障,如农村集体经济组织与电商企业合作,通过整合资源,实现农产品的规模化生产与销售,提高了生产效率,增加了农民收入。

2.2. 社会再生产理论

马克思主义政治经济学中的社会再生产理论认为,社会经济发展过程表现为生产、分配、流通和消费等四个环节同时存在并且相互转化的过程,必须始终重视生产在社会经济发展过程中的决定性地位,同时又必须高度重视分配、流通和消费对生产的巨大反作用。在农村电子商务发展中,数字经济与农村产业融合属于生产环节创新,可提高农业农村生产力。电商平台改变了农产品交换方式,使城乡之间的产品交换更加便捷和广泛[2]。在分配上,农村电商让农民有更多机会参与价值分配,增加收入。消费方面,农村电商拓展了农产品销售渠道,使生产的产品价值得以实现,也为农村居民提供了更多消费选择,促进农村消费市场发展。

2.3. 流通理论

马克思主义政治经济学的流通理论为理解农村电子商务的发展提供了重要的理论基础。马克思强调流通在商品经济中的重要性，认为流通不仅是商品价值实现的过程，也是连接生产和消费的关键环节。同时，马克思还指出，商品流通是商品经济中价值实现的重要环节，流通效率的高低直接影响商品的价值实现和经济的整体运行。他进一步分析了流通时间、流通费用等因素对经济的影响，并提出通过优化流通环节来提高经济效益。农场电子商务通过线上平台直接连接生产者和消费者，减少了中间环节，降低了流通成本，提高了农民收入[3]。

3. 我国农村电子商务发展现状

3.1. 规模持续扩大

近年来，随着互联网技术的普及与乡村振兴战略的实施，农村电子商务发展迎来了新的机遇，规模持续扩大，逐步成为推动农村经济转型升级的重要力量。随着农村互联网普及率的提高，以及智能手机的普及，越来越多的农村居民开始使用电商平台进行购物、销售和交流。据我国商务部相关统计数据显示，2024年，“数商兴农”助力农产品上行，推动我国农村和农产品网零分别增长6.4%和15.8%[4]。同时，越来越多的农产品也通过电商平台走向全国乃至国际市场。例如，一些特色水果、干货等农产品，借助电商平台实现了销量的大幅增长。未来，随着农村地区信息化建设的不断推进，农村电商的市场规模有望继续扩大。

3.2. 模式不断创新

农村电子商务作为近年来发展迅速的重要领域，已经逐渐成为推动乡村振兴和农村经济转型的关键力量。随着互联网技术的不断进步和农村基础设施的改善，农村电子商务的模式也在不断创新，展现出越来越丰富和多元的形式。一是电商平台的多元化。传统的农村电商主要依赖于大型平台如淘宝、京东和拼多多等，而如今，农村电商的生态已经逐渐多元化。越来越多的地方电商平台应运而生，特别是各地政府与企业联合推出的地方性平台，它们专注于本地特色农产品的推广。这些平台不仅帮助农民增加收入，还使地方品牌逐步走向全国市场。

二是直播带货的兴起。近年来，直播带货在农村电商中的应用迅速崛起，成为推动农村电商发展的重要模式。乡村的特色农产品通过网络直播平台，借助网红、主播的推广，得到了广泛的市场曝光。例如，知名主播带领观众走进农田、农舍，亲自体验采摘和生产过程，给产品赋予了独特的情感价值和信任感，吸引了大量消费者。直播带货不仅提升了农产品的销量，还激活了农村的消费市场，让更多的农民找到了脱贫致富的新路径[5]。

3.3. 基础设施逐步完善

近年来，农村电商的迅猛发展离不开广泛且深入的基础设施建设，尤其是通信和物流两大关键领域的不断完善。这些底层设施的持续优化，为农村电商的快速崛起奠定了坚实基础。在通信领域，4G和5G网络的广泛普及大幅提升了农村地区的上网速度和用户体验，为电商活动的开展提供了坚实的通信保障。同时，物流基础设施的优化也是农村电商发展的重要推动力。众多电商平台和物流服务提供商为解决农村配送的“最后一公里”难题，投入大量资源，构建了广泛覆盖的物流配送体系，从而确保商品快速、精准地送达消费者手中。此外，农村地区的电力和道路基础设施也得到了显著改善。稳定的电力供应和畅通的交通网络是电子商务正常运作的基础条件[6]。持续加大对基础设施的投资与优化，不仅有助于农村电商平台拓展服务范围，还能提升服务质量和效率，进一步推动农村电商的发展，加速农产品走向市场。

的步伐。

4. 我国农村电子商务发展面临的问题

4.1. 农产品质量不齐，缺乏标准化

在农村地区，农业生产大多以家庭为单位，规模小且分散，难以实现规模化生产。同时，由于基层监管薄弱和缺乏统一的生产标准和质量检测体系，部分农产品存在质量不稳定的情况，导致农产品品质参差不齐。比如，刘昊在《论农产品检测存在的问题及改进措施》一文中就提及了农产品检测体系不完善和检测内容不合理等问题。此外，在电商销售中，消费者难以直观判断农产品质量，这容易引发消费者对农产品质量的担忧，从而影响农产品的市场竞争力和销售。例如，一些水果在采摘、包装过程中缺乏标准化操作，容易出现损坏、变质等问题。

4.2. 品牌建设不足

陈荣贵在《农村电子商务高质量发展的问题与对策》一文中指出，我国农村电子商务发展存在着品牌建设不足这一问题，品牌意识薄弱。农村电商从业者和农户普遍更关注生产环节，从而忽视了品牌建设的重要性，导致大多数农产品品牌知名度较低，缺乏品牌影响力。例如，许多地区的农产品具有特色，但未进行有效的品牌塑造和推广，从而影响农产品的更好销售。品牌建设的不足又使农产品在市场上难以形成差异化竞争优势，只能以较低价格出售，从而影响了农民收入和农产品附加值的提升。例如，一些地方特色农产品没有统一品牌，缺乏系统性的品牌规划和产业链整合，难以形成品牌效应。

4.3. 物流配送成本高

农村地区人口居住分散，物流配送难度较大，导致物流成本较高。一方面，农村的物流基础设施建设相对薄弱，物流网络节点覆盖率低，布局不合理，这导致物流配送需要多次中转，从而增加了中转成本和配送时间。同时，冷链物流等设施建设的滞后也影响了农产品的保鲜和运输。另一方面，农村物流配送量相对较小，物流业务量难以形成规模效应，导致单位配送成本居高不下，进一步提高了物流成本。这使得农产品在电商销售中的价格优势减弱，限制了农村电子商务的发展[7]。

4.4. 电商运营人才短缺

农村电子商务的发展需要既懂农业又懂电商运营的复合型人才。然而，目前农村地区人才外流现象严重，许多年轻人大多外出务工，更倾向于流向城市，农村地区缺乏足够的吸引力，从而导致留在农村从事电商行业的人才较少。同时，由于农村地区缺乏专业的电商培训体系和人才服务体系，难以培养出适应农村电子商务发展需求的人才，从而导致农村电商运营水平较低，创新能力不足。

5. 我国农村电子商务的发展路径

5.1. 优化生产关系，提升农产品质量与标准

首先，建立合作组织。根据马克思主义政治经济学的生产力与生产关系理论，我们可以引导农户成立专业合作社或农业企业等合作组织，整合资源，进行规模化生产，并通过合作组织制定统一的生产标准和质量检测体系，规范农产品生产过程。例如，在种植环节，统一施肥、用药标准，确保农产品质量安全。其次，加强质量监管。针对农产品质量不齐这一问题，政府相关部门可以加强对农产品质量的监管力度，建立健全质量追溯体系，并利用现代信息技术，对农产品从生产到销售的全过程进行记录，消费者可通过扫码等方式查询农产品的生产信息，从而增强消费者对农产品质量的信任[8]。

5.2. 加强品牌建设, 推动农产品销售

马克思主义政治经济学的社会再生产理论要求我们正确处理生产、分配、流通和消费之间的关系, 针对农产品品牌知名度不够, 销售困难这一问题, 我们要加强品牌建设, 促进农产品在生产者和消费者之间的流通, 从而推动农产品销售和农业经济发展。首先, 要尊重地区差异。东部地区经济条件较好, 网络设施完善, 可重点发展高端农产品品牌, 利用电商和物流优势, 拓展国内外市场。中西部地区可结合当地特色资源, 发展绿色、有机农产品品牌, 并利用当地文化和旅游资源, 发展“电商+乡村旅游”等新模式。其次, 要因地制宜, 实施精准品牌定位。例如, 山区农产品往往具备绿色、无污染的特性, 就可将绿色生态作为品牌定位核心, 主打绿色健康概念; 而历史文化底蕴深厚地区的农产品, 则可结合当地文化, 定位为具有历史传承价值的特色农产品[9]。最后, 加大品牌推广力度。例如, 在淘宝、拼多多等电商平台开设官方旗舰店, 通过首页推荐位、直通车等工具提升曝光度; 在抖音、小红书等社交媒体, 利用广告、直播、短视频等形式展示农产品的生长环境、种植养殖过程、加工制作工艺, 吸引消费者关注。针对线下消费市场活跃、旅游资源丰富的农村地区, 借助线下展会、农产品节、乡村旅游等活动进行推广。

5.3. 提高流通效率, 降低物流配送成本

马克思主义政治经济学的流通理论强调流通在商品经济的重要性。针对农村地区物流配送成本高这一问题, 我们要加强农村物流基础设施建设, 降低物流配送成本, 提高农产品流通效率, 从而推动农村经济发展。首先, 优化物流配送体系。我们可以整合农村物流资源, 建立共同配送中心。多个电商企业或农户可共同使用配送中心, 实现货物的集中配送, 提高车辆装载率, 降低物流成本。同时, 加强冷链物流设施建设, 确保农产品在运输过程中的新鲜度。其次, 发展产地仓。在农产品产地建设仓储设施, 实现农产品的就地存储和分拣包装。产地仓能够缩短农产品的发货时间, 提高物流配送效率, 减少库存积压, 加快资本周转。

5.4. 吸引和培养农村电商人才

马克思政治经济学认为, 生产力是社会经济发展的基础, 而劳动者是生产力中最活跃、最有决定性的因素。针对农村电商人才短缺这一问题, 我们要吸引和培养相关人才。首先, 加强教育培训。政府和企业应合作开展电商培训活动, 邀请电商专家和成功从业者为农村居民授课, 提供包括电商基础知识、网店运营、网络营销和客户服务等内容的系统培训。同时, 高校和职业培训机构可以开设电子商务相关课程, 通过线上线下结合的方式, 提升农民的电商技能[10]。其次, 吸引人才回流。政府应出台激励措施, 吸引高校毕业生、返乡创业人员和电商专业人才投身农村电商领域。例如, 提供创业补贴、贷款贴息和税收优惠等政策支持。此外, 通过改善农村的生活环境和发展机会, 如提供免费办公场地、设备设施和项目扶持资金, 吸引人才回流。

6. 结论

我国农村电子商务发展具有重要意义, 对推动农村经济发展、促进农民增收发挥着积极作用。从马克思主义政治经济学视角来看, 当前农村电子商务发展面临着农产品质量不齐, 缺乏标准化; 品牌建设不足、物流配送成本高以及电商运营人才短缺等问题。根据马克思主义政治经济学的相关理论, 我们可以优化生产关系, 提升农产品质量与标准化; 加强品牌建设, 推动农产品销售; 提高流通效率, 降低物流配送成本; 吸引和培养农村电商人才等路径, 缓解农村电子商务发展中的问题, 推动我国农村电子商务的持续健康发展, 促进农村经济的繁荣与振兴。未来, 我们应进一步深入研究马克思主义政治经济学

与农村电子商务发展的结合点，不断探索创新发展模式，为我国农村经济发展注入新动力。

参考文献

- [1] 高笑歌, 司树桐. 马克思主义经济学视角下我国农村电子商务的发展[J]. 电子商务, 2020, 21(3): 16-17.
- [2] 郝英童. 政治经济学视域下农村电子商务的发展与对策研究[J]. 吉林化工学院学报, 2024, 41(2): 87-90.
- [3] 孙照新, 琳琳, 李鑫楠. 农村电子商务对农村经济的影响[J]. 数码设计, 2021, 10(10): 275-275.
- [4] 中华人民共和国商务部. 商务部电子商务司负责人介绍 2024 年我国电子商务发展情况[EB/OL]. https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjzrzb/art/2025/art_667f7eec3e4d49ffab30b886f51a669e.html, 2025-01-24.
- [5] 文丰安. 数字乡村建设促进农村经济高质量发展: 障碍及实践路径[J]. 深圳大学学报(人文社科版), 2025, 42(1): 5-12.
- [6] 宋毅. 我国农产品电子商务平台建设的评价及建议[J]. 中国商论, 2021(14): 28-30.
- [7] 苏晓明. 乡村振兴背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 山西农经, 2021(21): 55-57.
- [8] 孙勇, 李学成. 乡村振兴背景下农村电子商务发展研究[J]. 党政干部学刊, 2022(4): 63-68.
- [9] 冯敏仪. 互联网下的农村电子商务发展探究[J]. 教育天地, 2022, 4(10): 128-133.
- [10] 郑东. 数字经济时代农村电子商务发展现状与建议[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(10): 200-202.