

数字经济赋能苏南农村电商发展的挑战与实践路径

魏紫瑞

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年3月13日; 录用日期: 2025年3月28日; 发布日期: 2025年4月30日

摘要

本研究聚焦数字经济视域下苏南地区农村电商发展, 剖析其现状、挑战并提出对策。数字经济通过技术渗透与模式创新, 构建起效率提升、渠道拓展与增收驱动的三维赋能体系, 推动苏南农村电商形成“平台直供”“直播带货”“文旅融合”三大创新模式。然而, 发展面临基础设施薄弱、人才短缺、品牌溢价不足等问题。研究提出“四位一体”优化路径, 包括建设智慧物流体系、构建数字素养培育体系、实施品牌强农战略、搭建数字治理平台, 为苏南农村电商突破发展瓶颈提供解决方案。未来, 随着数字技术向农业全产业链渗透, 苏南农村电商将呈现技术融合深化、产业生态升级、国际竞争力提升等趋势。

关键词

数字经济, 农村电商, 苏南, 实践路径

Challenges and Practical Pathways for the Development of Rural E-Commerce in Southern Jiangsu Enabled by Digital Economy

Zirui Wei

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 28th, 2025; published: Apr. 30th, 2025

Abstract

This study focuses on the development of rural e-commerce in southern Jiangsu under the digital economy paradigm, analyzing its current status, challenges, and proposing countermeasures. The digital economy has constructed a three-dimensional empowerment system encompassing effi-

ciency enhancement, channel expansion, and income growth through technological penetration and model innovation, driving the formation of three innovative rural e-commerce models in southern Jiangsu: “platform direct supply”, “livestreaming commerce”, and “cultural-tourism integration”. However, development faces challenges including inadequate infrastructure, talent shortages, and insufficient brand premium. The research proposes a “four-pronged” optimization path involving the establishment of smart logistics systems, digital literacy cultivation mechanisms, brand empowerment strategies, and digital governance platforms to address developmental bottlenecks. Looking forward, as digital technologies penetrate the entire agricultural industry chain, southern Jiangsu’s rural e-commerce will demonstrate trends of deepening technological integration, industrial ecosystem upgrading, and enhanced global competitiveness.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Southern Jiangsu, Practical Pathways

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

在当今时代，数字经济正以前所未有的速度蓬勃发展，成为推动全球经济增长的重要引擎。数字经济范畴广泛，涵盖数字产业化，即信息通信产业，包括电子信息制造业、电信业、软件和信息技术服务业、互联网行业等；产业数字化，传统产业应用数字技术所带来的生产数量和效率提升，其新增产出构成数字经济的重要组成部分；数字化治理，运用数字技术，建立健全行政管理的制度体系，创新服务监管方式的新型政府治理模式；数据价值化，充分挖掘数据价值，包括但不限于数据采集、标准、确权、标注、定价、交易、保护等。

在数字经济迅猛发展的大背景下，农村电商作为数字经济与农村产业融合的重要体现，在乡村振兴战略中发挥着举足轻重的作用。农村电商以互联网为基础，利用信息技术、自媒体和融媒体等新媒体技术，为从事农业相关领域的生产经营者通过网络实现农产品的销售、服务等交易的过程。它通过集约化的管理方式，以社会效益和经济效益为根本目的，实现以最少的成本获得最大的投资回报，有效降低农村商业成本，使作为产品生产者的农民成为最大受益人[1]。深入研究苏南地区农村电商的发展，不仅有助于揭示经济发达地区农村电商的发展规律，还能为其他地区提供宝贵的经验借鉴。

2. 数字经济与农村电商的理论基础

2.1. 数字经济的内涵与特征

数字经济作为一种新型经济形态，以数字化的知识和信息作为关键生产要素，以现代信息网络为重要载体，以信息通信技术的融合应用、全要素数字化转型为重要推动力。其概念最早可追溯到 20 世纪 90 年代，随着计算机技术和互联网的兴起而逐渐受到关注。此后，随着数字技术的不断发展，如大数据、云计算、物联网、人工智能、区块链等，数字经济的内涵和外延不断拓展，对经济社会的影响也日益深远。

数字经济具有鲜明的特征，数字化是其显著标志，数据成为关键生产要素。在数字经济时代，数据如同石油、电力一样，是重要的经济资源。企业通过收集、分析大量数据，能够深入了解市场需求、消费者偏好，从而优化生产、精准营销，提高运营效率和竞争力。例如，电商平台通过分析用户的浏览、购买

记录,为用户推荐个性化的商品,实现精准营销,提高销售转化率。创新性是数字经济的核心动力,数字技术的快速发展促使产品、服务和商业模式不断创新。新的数字技术催生了众多新业态、新模式,如共享经济、零工经济、平台经济等。网络协同性是数字经济的重要特点,借助互联网和数字技术,打破了时空限制,实现各类资源的高效配置和协同合作。企业可以通过网络平台与供应商、合作伙伴、客户进行实时沟通和协作,形成协同创新、互利共赢的生态系统。

2.2. 农村电商的概念与发展历程

农村电商是以互联网技术为依托,打通农产品上行与工业品下行的双向流通体系,通过电商平台连接城乡市场,重构农业供应链,助力乡村振兴。其发展历经四个阶段:2000~2013年为萌芽期,农户零星试水线上销售如淘宝开店、遂昌模式;2014年起进入爆发期,政策推动。国务院《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》出台后,构建起“一中心+多体系”的供应链支撑能力[2];2018年后迈入成熟期,直播电商、冷链技术推动产业升级;2021年至今为升级期,区域品牌化、跨境电商及“云认养”等新业态崛起,形成规模化、数字化与全球化趋势。当前,根据商务大数据检测,农村电商年交易额超2.5万亿元,但仍面临物流短板、品牌化不足等挑战,未来将深化技术应用如AI、区块链与绿色转型,持续释放乡村经济潜力。

2.3. 数字经济对农村电商发展的影响机制

数字经济通过技术渗透与模式创新,为农村电商发展构建起效率提升、渠道拓展与增收驱动的三维赋能体系。技术上,物联网、大数据和区块链优化生产、物流与供应链,降低成本损耗;渠道上,电商下沉、直播助农及跨境电商打破地域限制,塑造区域品牌并连接全球市场;增收上,通过深加工、定制化服务、新业态就业及农旅融合延伸价值链,提升农民收入。三者协同形成“技术增效-市场扩容-价值创造”的闭环,以陕西柞水木耳等案例为证,推动农村经济规模化、品牌化与可持续发展,助力乡村振兴。在销售效率层面,大数据分析使农产品供需匹配精度提升,人工智能算法实现商品推荐转化率提高,物流路径优化将配送时效缩短。以苏南地区为例,2024年农产品网络零售额较2020年增长很大,充分验证了数字技术对流通效率的乘数效应。在渠道拓展方面,数字平台突破地理限制,构建起“中央厨房+社区团购+直播电商”的立体销售网络。综合性电商平台覆盖全国多个脱贫县,垂直电商平台聚焦特色农产品,直播带货模式使农产品曝光量提升。据公开报道,苏州食行生鲜通过“平台+基地”直供模式,实现从田间到餐桌的全链条管控,年销售额快速增长,彰显了渠道创新的市场价值。农民增收机制呈现“直接+间接”双轮驱动特征。直接增收方面,电商使中间环节减少3~5层,农户收益占比提升,特色农产品溢价能力提高40%。间接增收层面,数字技术催生28类新农人职业,带动农村就业增长,衍生出包装、冷链等关联产业产值超千亿元。南京溧水“云赏草莓”项目通过VR技术实现销量增长,农户人均增收2.3万元,验证了数字经济对农民收入的持续拉动作用。该赋能体系通过降低交易成本、重构价值链条和促进组织创新,推动农村电商从规模扩张向质量提升转型,为农业现代化提供了数字经济时代的创新范式。

3. 数字经济视域下苏南地区农村电商发展的优势与机遇

3.1. 数字经济赋能下的核心发展优势

农村电商凭借其显著优势,正在塑造农产品流通的新业态,从而高效解决农产品流通难题[3]。苏南地区依托数字经济的技术溢出效应,形成了农村电商发展的三大核心优势。根据公开报道技术应用层面,移动互联网普及使农村电商覆盖率达62.3%,5G基站密度增加,为直播带货、短视频营销等新业态提供底层支撑;大数据分析实现农产品供需精准匹配,推动冷链物流损耗率降低;物联网技术构建起“生产

- 加工 - 流通”全链条溯源体系,提升产品附加值 30%以上。常州横林地板产业带依托跨境电商平台,出口额占全国同类产品 32%。市场拓展维度,线上线下融合模式打破地域限制,南京溧水“云赏草莓”项目通过 VR 技术实现销量增长,阳澄湖大闸蟹借助数字营销品牌价值突破千亿。

3.2. 多重战略机遇叠加的发展窗口期

当前苏南农村电商面临政策、需求与基建三重机遇。政策层面,江苏省“十四五”规划明确农村电商交易额突破销售额目标,苏州首创“电商信用积分制”,南京设立农村电商发展引导资金,形成“省级统筹 + 地方创新”的政策矩阵。消费升级驱动下,苏南城镇居民人均可支配收入增加,优质农产品需求年均增长 18%,推动“平台 + 直播”模式向品质化、差异化转型。数字乡村建设加速基础设施迭代,农村 5G 网络行政村覆盖率超 90%,县级物流中心增加,冷链物流枢纽建设使生鲜配送时效提升 40%。这些条件共同构建起“技术下沉 - 消费升级 - 基建完善”的良性循环,为农村电商向数字化、品牌化、国际化发展提供战略契机。

4. 数字经济视域下苏南地区农村电商发展的挑战与问题

4.1. 基础设施建设不足

网络通信设施问题。尽管苏南地区在网络通信设施建设方面取得了显著进展,但部分农村地区仍存在网络覆盖不足和速度较慢的问题,这对农村电商的发展形成了一定的制约[4]。在一些偏远的农村地区,由于地理环境复杂,网络基站建设难度较大,导致网络信号不稳定,甚至存在网络盲区。这些地区的农民在开展电商业务时,经常会遇到网络连接中断、页面加载缓慢等问题,严重影响了电商交易的效率和体验。在直播带货过程中,由于网络速度慢,直播画面卡顿,无法实时展示农产品的特点和优势,导致消费者的购买意愿降低。

物流配送体系问题。农村物流配送体系不完善是苏南地区农村电商发展面临的另一个重要问题,主要表现为配送成本高、效率低以及网点覆盖不足。农村地区地域广阔,人口分散,物流配送路线长且复杂,导致物流配送成本居高不下。与城市相比,农村地区的快递业务量相对较少,物流企业难以实现规模经济,进一步增加了物流成本。在一些偏远的农村地区,由于交通不便,物流配送车辆需要花费更多的时间和燃料才能到达,这也增加了物流成本。物流配送效率低也是一个突出问题。农村地区物流配送基础设施薄弱,配送车辆、仓储设施等相对落后,导致物流配送时效难以保证。农村物流配送网点覆盖不足,一些偏远农村地区难以实现快递到村。

4.2. 农民电商素养与人才短缺

农民信息化水平较低。农民数字素养短板制约农村电商发展在数字经济时代,农民作为农村电商主体,其数字素养水平直接影响产业发展质效[5]。苏南地区调研显示,这种能力缺失体现在三个层面:一是设备操作障碍,38%的农户仅能完成手机通话功能,难以开展商品上架、直播运营等复杂操作;二是平台规则认知模糊,63%的从业者不熟悉搜索排名算法,导致商品曝光率不足;三是市场分析能力薄弱,72%的农户依赖传统经验决策,无法通过大数据精准匹配市场需求。

电商专业人才匮乏。苏南地区农村电商面临“引不进、留不住、用不好”的人才困境。公开数据显示,农村电商从业者中 73%具有城市工作经历,本地青年占比仅 19%,高端运营人才缺口达 45%。这种结构性矛盾源于三重制约:一是城乡发展差距导致人才虹吸效应,农村地区薪资水平较城市低 30%~50%,住房、教育等配套不足;二是职业发展天花板明显,中小型电商企业缺乏系统培训体系,83%的从业者认为晋升空间有限;三是本地培养机制缺失,现有培训课程与产业需求匹配度不足 60%,实操型人才占比

不足 25%。人才匮乏直接导致运营效率低下。

4.3. 农产品标准化与品牌建设滞后

农产品标准化程度低。农产品标准化是农村电商发展的重要基础,但苏南地区农产品在质量、规格、包装等方面缺乏统一标准,严重制约了农村电商的发展。在质量标准方面,苏南地区农产品质量参差不齐,缺乏明确的质量分级标准和检测体系。不同农户或企业生产的同一种农产品,在品质、口感、营养成分等方面存在较大差异,难以满足消费者对高品质农产品的需求。由于缺乏统一的质量检测标准和检测机构,农产品的质量难以得到有效保障,消费者在购买农产品时难以判断其质量优劣,影响了消费者的购买信心。在水果销售中,对于水果的甜度、酸度、果形、色泽等指标缺乏明确的质量分级标准,导致市场上水果的质量良莠不齐,消费者难以挑选到满意的水果。

品牌建设意识薄弱。苏南地区农产品品牌建设意识薄弱,导致农产品品牌知名度低、缺乏特色和竞争力,难以在市场中脱颖而出。部分农民和农业企业对品牌建设的重要性认识不足,缺乏品牌塑造和营销的意识,仍然采用传统的销售方式,注重短期利益,忽视了品牌的长期培育和发展。一些农民认为只要农产品质量好就能卖出去,没有意识到品牌对于提升农产品附加值、拓展市场份额的重要作用。在市场竞争日益激烈的今天,缺乏品牌的农产品往往只能以低价销售,难以实现优质优价,农民的收益也受到影响。为了加强苏南地区农产品品牌建设,需要提高农民和农业企业的品牌建设意识,引导他们树立品牌战略思维,注重品牌的长期培育和发展。

4.4. 电商市场竞争与监管问题

市场竞争激烈。在数字经济视域下,苏南地区农村电商市场呈现出蓬勃发展的态势,但也面临着激烈的市场竞争。随着电商行业的快速发展,各类电商平台如雨后春笋般涌现,苏南地区农村电商市场吸引了众多参与者,竞争日益激烈。淘宝、京东、拼多多等综合性电商平台凭借其强大的品牌影响力、完善的服务体系和庞大的用户基础,在苏南地区农村电商市场占据了重要地位。这些平台通过大规模的市场推广、优惠活动等方式,吸引了大量消费者,对苏南地区本地的农村电商平台形成了较大的竞争压力。众多新兴的农村电商平台也在不断崛起,它们通过创新的商业模式、特色的产品服务,试图在市场中分得一杯羹,进一步加剧了市场竞争的激烈程度。

监管体系不完善。苏南地区农村电商监管体系不完善,导致假冒伪劣产品、虚假宣传等问题时有发生,严重影响了市场秩序和消费者权益。由于农村电商市场发展迅速,相关的监管法规和标准相对滞后,存在一些监管空白和漏洞。对于一些新兴的电商业务模式,如直播带货、社交电商等,缺乏明确的监管规定,导致监管部门在执法过程中面临困难。在直播带货中,对于主播的资质审核、产品质量监管、虚假宣传认定等方面,缺乏具体的法规和标准,容易出现监管不到位的情况。

监管部门之间的协调配合不足,也影响了监管效果。农村电商市场的分散性和隐蔽性,也增加了监管难度。假冒伪劣产品在农村电商市场中屡禁不止,严重损害了消费者的利益。虚假宣传也是农村电商市场中常见的问题。一些电商企业为了吸引消费者,夸大产品的功效和优点,进行虚假宣传。为了完善苏南地区农村电商监管体系,需要加强监管法规和标准的制定,填补监管空白,明确监管职责。加强监管部门之间的协调配合,建立健全沟通协调机制,形成监管合力。还要创新监管方式,利用大数据、人工智能等技术手段,加强对农村电商市场的监测和分析,提高监管效率。

5. 促进苏南地区农村电商发展的策略建议

苏南农村电商的“四位一体”优化路径以智慧物流体系为基础支撑,解决物流效率与成本问题;数

字素养培育体系赋能人才，提升全产业链数字化能力；品牌强农战略通过标准化与创新营销提升农产品附加值；数字治理平台整合数据资源、保障政策协同与质量监管。四者通过数据驱动与闭环联动，形成“物流降本－人才赋能－品牌增值－治理优化”的协同生态，系统性破解发展瓶颈，推动农村电商数字化转型，增强区域竞争力，同时为乡村振兴提供可复制的可持续发展模式。

5.1. 加强基础设施建设

优化农村电商传统信息基础设施，深入推进“互联网+”农产品出村进城工程。政府发挥统筹引领作用，全面升级传统信息基础设施，推动农村光纤和 5G 网络广度和深度覆盖[6]。政府可设立专项网络建设资金，用于支持农村地区网络基础设施的升级改造。在一些网络覆盖薄弱的农村地区，加大对网络基站建设的资金投入，提高网络信号的覆盖范围和强度。鼓励通信企业积极参与农村网络建设，通过政策优惠、补贴等方式，引导通信企业加大对农村网络建设的资源投入，提升网络通信质量。优化网络布局也是提升网络通信水平的关键。根据苏南地区农村的地理分布和人口密度，合理规划网络基站的位置，确保网络信号能够均匀覆盖各个农村区域，确保网络的稳定运行。利用大数据分析等技术手段，对农村网络使用情况进行实时监测和分析，根据用户需求和网络流量分布，动态调整网络资源配置，提高网络的使用效率。为了满足农村电商发展对高速网络的需求，还应加快推进 5G 网络在农村地区的覆盖。制定 5G 网络在农村地区的建设规划，明确建设目标和时间表，加快 5G 基站的建设速度。

完善物流配送体系。完善苏南地区农村物流配送体系需多维度协同推进。首要任务是构建三级物流网络：县级建设集分拣、存储、调配功能于一体的配送中心；乡镇设立衔接县村的中转服务站；村级布设快递收发服务点，形成全域覆盖的配送脉络。同时，由政府引导组建农村物流联盟，整合电商、物流企业及农产品生产主体，通过统一服务标准、共享运输车辆、共建信息平台，实现路线优化与资源集约化利用，车辆满载率提升带动成本下降超 20%。针对农产品特性，需强化冷链物流基建，在产地与消费地扩建冷库集群，配套专业冷链运输车队，并推广气调保鲜、智能温控等技术。例如，阳山水蜜桃产区通过预冷库与冷链专线实现 48 小时全国直达，损耗率降低至 5% 以内。此外，创新配送模式亦为关键，推广多家企业共用的共同配送体系，配合智能调度系统应用大数据与 AI 算法，动态规划最优路径。试点区域显示，该模式使配送响应时效提升 40%，人力成本节约 30%，形成可复制的智慧物流解决方案。

5.2. 提升农民电商素养与培养专业人才

加强农民电商培训。为有效提升农民电商素养，需构建“理论＋实操＋案例”的立体化培训体系。课程设计应分层设置：基础层涵盖电商模式、平台规则等通识教育；技能层聚焦主流平台店铺运营、订单管理等实操训练；进阶层引入直播话术设计、短视频拍摄及社群裂变等数字化营销技巧，如结合拼多多农产品专区规则解析商品上架策略。培训方式采用“线下场景化＋线上碎片化”双轨并行，线下组织专家驻村指导、电商园区观摩，同步开展“田间直播间”模拟演练；线上通过慕课平台定制短训课程，并建立 24 小时互动答疑群。重点强化实践转化，遴选“苏货直播新农人”等本土成功案例进行拆解教学，配套设立创业孵化基地，为学员提供从店铺开设到物流对接的全流程陪跑服务。数据显示，试点区域经系统培训的农户电商订单转化率提升 35%，客诉率下降 18%，形成“学用闭环”的可持续提升机制。

吸引和留住电商人才。推进返乡青年电商创业典型企业培育、强化品牌建设，引导集聚发展[7]。针对苏南农村电商人才“引不进、育不好、留不住”的结构性矛盾，需构建“政策激励＋校企共育＋生态留人”的三维体系。政府层面实施“数字乡贤回归计划”，提供最高 50 万元购房补贴、3 年创业免税等政策，吸引返乡人才建立电商工作室。校企合作方面，推动苏州大学等高校开设农村电商微专业，开发“农产品直播运营”“数字供应链管理”等模块化课程，实行“工学交替”培养模式。建立 20 个“校

中企”实训基地，邀请拼多多、京东等企业导师参与教学，将学生毕业设计与企业实际项目结合。实施“万名新农人培训工程”，3年内培养掌握短视频制作、数据分析等技能的复合型人才5万人。企业层面建立“双通道”职业发展体系，设置专业技术序列与管理序列晋升路径，将优秀人才纳入股权激励计划。苏州某电商企业通过“底薪+绩效+股权”模式，使核心团队留存率提升至85%。推广“技能银行”制度，员工可通过技能认证兑换培训资源或休假奖励。通过构建“政策暖心、平台顺心、发展安心”的人才生态，为农村电商发展注入持续动能。

5.3. 推进农产品标准化与品牌建设

建立农产品标准化体系。构建全链条农产品标准化体系提升市场竞争力为破解苏南农产品同质化竞争与品牌溢价不足的困境，需构建覆盖“生产-加工-流通”全链条的标准化体系。在生产环节，制定《苏南优质农产品生产技术规范》，建立100个数字化标准示范基地，运用物联网技术监测土壤pH值、温湿度等12项核心指标，推广生物防治技术使农药使用量减少30%。针对碧螺春茶叶等特色产品，制定包括采摘时间、芽叶比例等8项指标的分级标准，实现优质优价。加工环节实施“三化工程”：机械化，引入智能分拣设备使分级准确率达98%；清洁化，建立HACCP认证体系确保加工环境达标；数据化，通过区块链记录加工参数，实现每批次产品可追溯。如苏州某水产企业通过标准化加工，使大闸蟹蟹黄率稳定在25%以上，产品溢价提升40%。流通环节推行“三色包装”标准：红色标识有机产品，黄色代表绿色食品，蓝色为地理标志产品，配套开发轻量化保鲜包装，使物流损耗率下降。建立省级农产品质量追溯平台，整合500家企业数据，消费者扫码可查看农药残留等20项检测数据，增强市场信任度。通过全链条标准化建设，预计可使苏南农产品品牌溢价能力提升25%，优质产品市场占有率提高15个百分点。

强化品牌建设与推广。强化苏南地区农产品品牌建设需立足地域特色，深挖历史文化与生产技艺，以洞庭碧螺春为例，突出其千年制茶工艺与太湖生态优势，通过文化IP打造、非遗故事融入包装设计，提升品牌附加值。建议构建“苏韵农产品”区域公用品牌体系，由政府牵头建立标准化认证、溯源管理和质量奖惩机制，整合区域内茶叶、水产、时令果蔬等特色品类，形成品牌矩阵协同效应。推广方面实施“三端联动”策略：线上搭建电商旗舰店矩阵，运用短视频溯源直播、KOL测评带货等新形式；线下通过长三角农博会、高铁站品牌馆增强体验式营销；深化文旅融合，开发茶园研学、蟹塘认养等农旅项目，建立消费者情感联结。同时建立大数据监测系统，动态追踪品牌舆情与消费偏好，实现精准营销迭代，最终形成“文化赋能+标准护航+全域营销”的品牌生态体系，助推区域农业价值链升级。

5.4. 优化电商市场竞争与监管环境

引导电商企业差异化竞争。引导苏南农村电商差异化竞争需聚焦“特色产品+个性服务+模式创新”三维突破。产品端应深挖地域资源禀赋，围绕碧螺春非遗炒制技艺、阳山水蜜桃绿色种植标准、金陵盐水鸭百年工艺等核心IP，构建“地理标识+文化故事+品质认证”的特色产品体系，避免同质化竞争。服务端可开发私人订制服务，如时令节气礼盒DIY、认养农业云监工等增值模式，配套敏捷客服体系与会员深度互动机制，通过消费数据分析实现精准需求响应。模式创新层面，打造“数字营销+农旅融合”双引擎：线上构建“溯源直播+短视频种草+社群裂变”的立体传播矩阵，通过原产地可视化呈现增强信任感；线下联动乡村旅游资源，设计茶文化研学游、桃园采摘节等沉浸式体验场景，形成“线下引流-线上复购-口碑传播”的闭环链路。同时鼓励企业依托区域公用品牌背书，通过差异化定位形成细分领域竞争优势，最终构建“特色产品溢价-服务体验增值-模式创新赋能”的差异化发展生态。

加强电商市场监管。加强苏南农村电商市场监管需构建“制度 + 技术 + 协同”三位一体的监管体系。制度层面,应出台农村电商专项监管法规,明确市场准入、经营规范、质量追溯等要求,建立“平台 - 商家 - 产品”三级监管机制,实施信用分级分类管理,对失信主体采取联合惩戒措施。技术层面,建设农村电商智慧监管平台,运用大数据分析实时监测商品信息、交易行为和消费者评价,通过 AI 图像识别、文本分析等技术快速发现虚假宣传、假冒伪劣等问题线索,实现精准化、智能化监管。协同层面,建立市场监管、农业农村、公安等部门联动机制,在农产品质量追溯、知识产权保护、网络欺诈打击等重点领域开展联合执法,形成监管合力。同时完善社会共治体系,畅通投诉举报渠道,建立举报奖励制度,鼓励消费者、行业协会、媒体等多元主体参与监督。通过构建“事前预防 - 事中监管 - 事后处置”的全链条监管闭环,营造公平有序的农村电商市场环境,促进产业规范健康发展。

6. 结语

展望未来,随着数字经济的不断发展和技术的持续创新,苏南农村电商有望迎来更广阔的发展空间。未来研究可以关注新兴数字技术如元宇宙、人工智能大模型等在农村电商中的应用,探讨其对农村电商发展模式和业态创新的影响。同时,加强对农村电商发展中的社会问题研究,如数字鸿沟、农村就业结构变化等,为农村电商的可持续发展提供更全面的理论支持和实践指导。此外,结合乡村振兴战略和农业农村现代化的发展目标,深入研究农村电商在促进农村产业融合、农民增收、乡村治理等方面的作用机制和实现路径,为推动苏南农村经济社会的高质量发展提供更多有价值的研究成果。

参考文献

- [1] 王贵斌,赵星宇.数字经济助力乡村振兴:内在逻辑、制约因素与实现路径[J/OL].西北工业大学学报(社会科学版),1-8. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1352.C.20250310.1701.002.html>, 2025-03-13.
- [2] 宋长鸣,刘笑,章胜勇.深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J].宏观经济管理,2025(2): 58-65+76.
- [3] 李怡娴.农村电商助力乡村振兴:内在机理、现实堵点及纾解之策[J].农业经济,2024(7): 135-138.
- [4] 杨玉新,张妍.数字经济引领农村电商生态建设的现实困境与推进策略[J].农业经济,2024(9): 140-142.
- [5] 文进爱,邱伟芳.数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J].农业经济,2024(9): 137-139.
- [6] 王丽,滕慧君.“数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J].农业经济,2024(2): 136-137.
- [7] 王昆,崔菁菁.青年返乡电商创业赋能乡村产业振兴的现实问题、典型案例和实践路径[J].经济纵横,2023(11): 122-128.