

# 数字化赋能农村经济：乡村振兴背景下的 电子商务模式探讨

朱文馨

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20日；录用日期：2025年3月13日；发布日期：2025年4月14日

## 摘要

数字经济的迅速发展为中国农村经济转型注入了新活力，也成为推动乡村振兴战略落实的重要抓手。在这一背景下，电子商务作为数字化技术的核心应用之一，通过赋能农村经济、优化资源配置和提升产业效率，实现了农村经济的高质量发展。本文从乡村振兴与数字经济结合的理论基础出发，系统探讨电子商务如何促进农村产业兴旺、农民增收以及城乡经济协调发展。通过总结农村电商的现状及模式，结合典型案例分析问题与挑战，提出以技术创新、人才培养、政策支持为核心的实践路径与优化建议。全文旨在为农村电子商务发展提供科学指导，为乡村振兴提供现实可行的解决方案。

## 关键词

数字化，农村经济，电子商务，乡村振兴

# Digital Empowerment of Rural Economy: Discussion on E-Commerce Models in the Context of Rural Revitalization

Wenxin Zhu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 20<sup>th</sup>, 2025; accepted: Mar. 13<sup>th</sup>, 2025; published: Apr. 14<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

The rapid development of the digital economy has injected new vitality into the transformation of China's rural economy and has also become an important means to promote the implementation of the rural revitalization strategy. Against this backdrop, e-commerce, as one of the core applications of

**digital technology, has achieved high-quality development of the rural economy by empowering the rural economy, optimizing resource allocation and improving industrial efficiency. This article starts from the theoretical basis of the combination of rural revitalization and the digital economy, systematically explores how e-commerce promotes the prosperity of rural industries, increases farmers' income and the coordinated development of urban and rural economies. By summarizing the current situation and models of rural e-commerce, and analyzing problems and challenges through typical cases, it proposes practical paths and optimization suggestions centered on technological innovation, talent cultivation and policy support. The full text aims to provide scientific guidance for the development of rural e-commerce and realistic and feasible solutions for rural revitalization.**

## Keywords

Digitization, Rural Economy, Electronic Commerce, Rural Revitalization

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

2022年,国家领导人在世界互联网大会乌镇峰会致贺信中指出:“当今时代,数字技术作为世界科技革命和产业变革的先导力量,日益融入经济社会发展各领域全过程,深刻改变着生产方式、生活方式和社会治理方式”[1]。在乡村振兴战略背景下,数字化技术作为信息时代的重要产物,以其独特的优势为乡村文化振兴注入新的活力,为乡村文化振兴提供了前所未有的机遇和动力[2]。乡村振兴战略是新时代中国“三农”工作的总抓手,其目标是推动农村经济社会全面进步,实现农业农村现代化。数字化技术与乡村振兴结合,不仅能够优化农村经济结构,还能通过技术扩散效应提升农民收入水平,实现经济效益与社会效益的双赢。本文在此背景下展开研究,力图通过系统梳理农村电子商务发展的现状与问题,探讨数字化赋能农村经济的具体路径,为推动农村经济高质量发展提供理论与实践支持。

## 2. 数字化赋能农村经济的理论基础与作用机制

### 2.1. 理论基础

波特在其《国家竞争优势》一书中所提出的产业集群理论主张产业集群通过地理集中、资源共享和协同创新提升竞争力。基于此理论,电商平台将分散的农户、加工企业、物流服务商整合为虚拟集群(如“淘宝村”),从而降低协作成本。

罗杰斯在其《创新的扩散》一书中提出了创新扩散理论,该理论认为新技术通过传播渠道被社会系统成员逐步接受。即直播电商、短视频平台的发展能够加速农业技术、营销模式的扩散。

罗纳德·科斯的交易成本理论来源于其发表的论文《企业的性质》,其核心观点是降低信息搜寻、谈判、履约成本可提升经济效率[3]。电商平台通过标准化合约、信用评价体系能够减少交易摩擦。例如拼多多“农地云拼”模式聚合零散订单,将农产品直接对接消费者,减少了中间商环节,使得云南鲜花农户交易成本大幅度下降,共青团昆明市委网站也指出,这一模式使得损耗率被控制在3%以下。

### 2.2. 数字经济的核心赋能机制

电商即电子商务是数字经济的重要组成部分,其在农村经济中的应用不仅是一种商业模式创新,更

是推动传统农业向现代农业转型的重要工具。电子商务在农村经济中的赋能机制主要体现在以下几个方面：

1) 市场信息的流通与匹配：传统农业生产往往面临“信息孤岛”问题，农民缺乏市场需求信息，导致产销脱节或价格波动。而通过电子商务平台，农民可以实时了解市场价格、消费者偏好和竞争态势，从而调整生产决策，提高收益。

2) 流通环节的压缩与效率提升：农产品从田间到餐桌往往需要经过多个中间环节，传统模式下农民在价值链中处于弱势地位。而电子商务通过“直采直销”模式，显著减少流通环节，将更多价值留在生产端。

3) 品牌建设与附加值提升：传统农产品因缺乏品牌溢价效应，难以在市场竞争中占据优势。而通过电子商务平台，农民可以依托直播带货、网红推广等手段，将区域特色农产品塑造成知名品牌。

4) 城乡要素的流动与再配置：电子商务平台将城市资本、技术、信息引入农村，同时将农村优质资源输送到城市市场，从而实现城乡资源的高效配置与循环利用。

### 3. 农村电子商务的现状特征与典型模式分析

#### 3.1. 平台驱动型电商模式

平台驱动型模式是目前农村电商的主流形式，主要依托大型电商平台如阿里巴巴、京东和拼多多，构建从生产到消费的完整链条。这种模式通常由平台提供技术、流量和营销支持，而农户、农村合作社或地方政府负责产品供应和区域推广。例如，阿里巴巴的“村淘计划”，旨在通过电子商务赋能农村经济，推动“农产品上行”与“工业品下行”双向流通，助力乡村振兴。其通过培训农民成为村级服务站的电商操作员，实现了农产品上行和工业品下行的双向流通。

#### 3.2. 社交电商与直播电商模式

社交电商通过熟人网络建立信任关系，从而促进农产品的推广和销售。例如，社区拼团模式依托微信群或小程序，由团长组织订单并统一配送，显著降低物流成本。这一模式在湖南、江西等地推广效果显著，帮助许多中小型农户扩大了销售渠道。直播电商则是近年来的创新亮点。通过主播与消费者的实时互动，直播电商将农产品的生产过程、产地风貌直观地呈现给消费者，极大提升了购买转化率。这样的“村播计划”不仅在全国范围内培养了大批“乡村主播”，同时也极大地带动了农户的就业。

#### 3.3. 区域性电商集散中心模式

区域性电商集散中心是以特定地理区域即市县等为核心，整合电商交易、仓储物流、供应链服务、数据管理等功能的枢纽型平台。其核心目标是降低区域电商运营成本、提升流通效率、强化产业协同，尤其适用于农产品上行、小商品集散等场景。例如，根据山东寿光市人民政府官网的报道指出寿光市依托其蔬菜主产区优势，建立了覆盖全国的蔬菜电商物流网络。2024年1至3月份，寿光网络零售额达12.4亿元。

## 4. 农村电子商务面临的核心问题

尽管农村电子商务取得了快速发展，但在实践中依然面临诸多挑战，制约了其进一步发展。

### 4.1. 基础设施不足

农村电商的基础设施短板主要体现在网络覆盖、物流体系及冷链技术三方面。网络覆盖方面，尽管“村村通”工程持续推进，但根据新华社的报道指出，截至2022年，我国仍有约五万个行政村未实现稳

定宽带覆盖，尤其是云南、西藏等偏远山区，网络信号不稳定导致直播带货、在线支付等基础功能难以顺畅运行。物流配送方面，农村地区地广人稀，配送成本居高不下。农村电商配送成本远超城市地区，“最后一公里”问题尤为突出。同时，冷链设施缺失直接导致了农产品损耗加剧。据农业农村部 2022 年代的统计，我国生鲜农产品流通损耗率高达 20%~30% (而发达国家仅 5%)，如荔枝、鲜奶等对保鲜要求高的品类，因缺乏冷链支持，农民被迫以低价快速抛售，利润空间被严重压缩。尽管部分企业尝试布局“移动冷库”“共享冷链”，但投资成本高、回报周期长的问题尚未解决，短期内难以实现规模化覆盖。

## 4.2. 农民技能短板与观念局限

青壮年劳动力外流导致农村人口结构失衡，“懂农业的不懂电商、懂电商的不懂农业”现象普遍存在，且在留守群体中高龄人口占比较多，普遍缺乏电商运营、数据分析等数字化技能。而现有培训项目多停留在“开网店”基础操作层面，对品牌策划、流量运营等高阶技能覆盖不足。同时，一些农民对互联网技术的接受度不高，仍然依赖传统销售渠道，更倾向于“一手交钱、一手交货”的销售方式。更是有预测认为，2025 年农村电商人才缺口将上升至 350 万人，其中技术要求高的职位如运营推广、美工设计等人员更为缺乏[4]。

## 4.3. 市场竞争与产品同质化

农村电商市场正陷入“规模扩张”与“质量停滞”的矛盾。产品同质化方面，农户缺乏市场洞察能力，盲目跟风种植或加工“网红产品”。农村电商市场竞争激烈，低端竞争则加剧行业内卷，中低端农产品过度依赖低价策略，利润空间被大幅压缩，陷入“补贴 - 降价 - 亏损”恶性循环。而更深层的问题在于品牌建设滞后，农业农村部报告指出，全国 3000 余个地理标志农产品中，仅 20% 完成商标注册，且缺乏统一质量标准，消费者难以辨别优劣，进一步削弱溢价能力。

## 4.4. 产业链不完整

当前农村电商过度聚焦销售端，忽视了产业链的整体协同。生产端，分散的小农经营模式导致标准化程度低。同一批次产品品质参差不齐，难以满足电商平台品控要求。加工端，初级加工占比过高，深加工能力薄弱。湖北的莲藕产业带因缺乏专业清洗、切片设备，收获后需人工处理，效率低下的同时产品的损耗也极高，而日本同类产区通过自动化加工可将损耗控制在 5% 以内。仓储物流端，缺乏科学的库存管理系统，冷库爆仓问题常有。这些问题的根源在于产业链各环节割裂，缺乏统一规划。尽管部分地区尝试推广“合作社 + 电商”模式，但因管理能力不足，往往流于形式，未能真正实现产供销一体化。

农村电商的可持续发展亟需系统性变革：既要通过基建投入与技术赋能突破物理限制，也要通过教育升级与观念革新激活人力资本，更需通过产业链整合与品牌建设重塑市场竞争力。唯有实现“硬件 - 软件 - 生态”三位一体的协同升级，方能真正释放农村电商的经济与社会价值。

## 5. 数字化赋能农村经济的实践路径与创新策略

在当今数字化浪潮席卷全球的时代，农村经济的发展迎来了新的契机与挑战。数字化技术作为推动农村经济转型升级的关键力量，正以前所未有的深度与广度融入农村生产生活的各个领域。通过实施一系列行之有效的实践路径与创新策略，充分发挥数字化的赋能作用，能够为农村经济注入新的活力，实现可持续发展。

### 5.1. 提升基础设施建设

基础设施是农村电商发展的基石，其完善程度直接关系到农村经济数字化转型的成败。数字化赋能

农村经济，首要任务便是补齐基础设施短板，重点聚焦于网络覆盖、物流体系以及智能仓储建设。

在网络覆盖方面，偏远地区由于地理环境复杂、人口分布分散，网络建设难度较大。然而，网络作为数字经济的“信息高速公路”，是农村接入数字化世界的关键通道。政府应发挥主导作用，联合通信企业，加大在偏远地区铺设 5G 基站与光纤网络的力度。通过政策扶持、资金补贴等方式，鼓励企业克服困难，推进网络基础设施建设，让偏远地区的农民也能享受到高速、稳定的网络服务，为农村电商发展、农业智能化生产等提供坚实的网络支撑。

物流体系对于农村经济的发展至关重要。农村地区物流配送存在线路长、成本高、配送点分散等问题，严重制约了农村电商的发展。因此，需要构建高效、便捷的农村物流体系。一方面，整合现有物流资源，加强不同物流企业之间的合作与协同，实现资源共享、优势互补，降低物流成本；另一方面，加大对农村物流基础设施的投入，建设物流配送中心、快递服务站等，优化物流配送网络布局，提高物流配送效率。

智能仓储是提升农产品流通效率、保障农产品质量的重要环节。随着农产品电商的快速发展，对仓储的智能化、专业化要求越来越高。应大力推进智能仓储建设，引入自动化分拣设备、冷链存储技术等，提高仓储管理的信息化、智能化水平。同时，积极探索“共享仓储”模式，整合利用农村闲置的冷链资源，为多品类农产品提供仓储服务，实现资源的优化配置。此外，借助北斗卫星等先进技术，实现无网络山区的物流调度，有效破解农村物流“最后一公里”难题。

## 5.2. 强化人才培养与返乡创业支持

农民电商技能的提升是实现电商可持续发展的关键。政府和企业应紧密合作，构建完善的电商人才培养体系，举办针对性强、实操性高的电商培训课程。培训内容应涵盖电商基础知识、店铺运营管理、网络营销推广、客户服务等方面，根据农民的实际需求和接受能力，采用通俗易懂、深入浅出的教学方式，确保农民能够真正掌握电商技能。

为了充分发挥互联网人才在农村电商发展中的作用，各地可试点“数字乡贤”制度。积极招募互联网从业者返乡担任顾问，他们不仅具备先进的互联网技术和丰富的行业经验，还对家乡有着深厚的情感和归属感。这些“数字乡贤”可以深入乡村，指导乡村电商运营与品牌孵化，将先进的理念和技术带到农村，实现“技术回流”与“经验下沉”，为农村电商发展注入新的活力。同时，要大力鼓励城市青年返乡创业。城市青年具有对现代技术和市场的敏锐敏感度，他们返乡创业能够为农村带来新的思维和活力，推动本地产业升级。政府应出台一系列优惠政策，如提供创业补贴、场地支持、税收优惠等，降低返乡创业的门槛和成本；搭建创业服务平台，为返乡创业青年提供项目对接、技术指导、融资服务等全方位的支持，营造良好的创业环境，吸引更多城市青年投身农村创业大潮。

## 5.3. 推动农产品品牌化与市场多元化

农产品品牌化是提升农产品附加值、增强市场竞争力的核心手段。长期以来，农产品存在“粗放低价”的问题，缺乏品牌影响力，导致农产品在市场上的价格和利润空间受限。要实现农产品从“粗放低价”向“品牌溢价”的转变，需要深入挖掘农产品的地域特色、文化内涵，通过文化赋能，赋予农产品更多的价值和情感元素。地方政府应联合电商平台、媒体等多方资源，共同打造具有地方特色的农产品品牌。制定统一的品牌标准和质量规范，加强品牌宣传推广，提升品牌知名度和美誉度。同时，要注重品牌的维护和管理，确保品牌形象的一致性和稳定性。

在开拓市场方面，要突破传统的市场局限，实现农产品市场多元化。不仅要巩固和拓展传统的线下市场，还要积极开拓线上市场，借助电商平台的优势，扩大农产品的销售范围。此外，要将农产品从低

端市场向中高端市场拓展，满足不同消费者的需求。通过提升农产品的品质、包装和服务，提高农产品的附加值，打造高品质的农产品品牌，提升农产品在中高端市场的竞争力。

#### 5.4. 加强政策支持与行业监管

政府在数字化赋能农村经济发展中扮演着至关重要的角色。应出台更多支持政策，为农村电商企业和从业者提供全方位的政策保障。在税费方面，减免农村电商企业的相关税费，降低企业运营成本，提高企业的盈利能力和发展活力；在融资方面，建立健全农村电商融资服务体系，提供融资担保、贷款贴息等支持，拓宽农村电商企业的融资渠道，解决企业融资难、融资贵的问题；设立专项基金，用于支持农村电商基础设施建设、人才培养、品牌打造等关键领域，为农村电商发展提供资金支持。

同时，要完善行业监管机制，维护公平竞争的市场秩序。加强对农村电商市场的监管，严厉打击假冒伪劣产品，保障消费者的合法权益。建立健全电商信用体系，将不合格产品和违规商家列入“黑名单”，对其进行曝光和惩戒，提高违规成本，营造诚实守信的市场环境。加强对电商平台的监管，规范平台运营行为，保护平台内商家和消费者的权益，促进农村电商行业的健康、有序发展。

数字化赋能农村经济是一项系统工程，需要从提升基础设施建设、强化人才培养与返乡创业支持、推动农产品品牌化与市场多元化、加强政策支持与行业监管等多个方面协同推进。只有通过不断地实践探索与创新，才能充分发挥数字化的赋能作用，为农村经济发展开辟新的道路，实现乡村振兴的宏伟目标[5]。

## 6. 结语

在新的时代条件下，数字化为乡村全面振兴注入了新动能，不仅是乡村振兴战略的重要组成部分，更是实现城乡经济协调发展的关键途径。当前要主动适应数字化、网络化、智能化发展的大趋势，立足国情农情、因地制宜，不断促进提升农民数字素养与技能[6]。农民应利用电子商务平台和数字化技术，将自家产品优势放大，同时积极引入现代物流体系，保障产品质量和新鲜度，满足消费者对绿色、健康生活的追求，从而农村经济能够实现高效流通、产业升级和资源优化配置[7]。然而，农村电商的发展依然面临基础设施薄弱、人才短缺和市场竞争激烈等挑战。未来，应在政策引导、技术创新和多方协同下，构建更加高效、可持续的农村电商生态系统，为乡村振兴注入强劲动力。

## 致 谢

感谢我的导师给予我的帮助，感谢同学、家人的陪伴与支持。

## 参考文献

- [1] 习近平向 2022 年世界互联网大会乌镇峰会致贺信[J]. 传媒, 2002(23): 6.
- [2] Coase, R.H. (1937) The Nature of the Firm. *Economica*, 4, 386-405. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- [3] 朱小宇, 张江路. 乡村振兴战略背景下数字化赋能乡村文化振兴的策略研究[J]. 山西农经, 2025(3): 75-78.
- [4] 毛丽娟, 夏杰长. 数字化赋能乡村振兴的内在机理与实施路径[J]. 治理现代化研究, 2023, 39(5): 41-49.
- [5] 张学颖. 数字赋能乡村振兴的政策与实践[J]. 中国信息界, 2025(1): 6-8.
- [6] 史雨琛, 徐烁, 张檀秋. 数字化赋能乡村振兴的实践路径探索[J]. 安徽农业科学, 2025, 53(1): 225-229.
- [7] 林戴嘉, 黄炫洲, 刘柳灵. 数字化新质生产力赋能农村直播电商路径研究——以广东省汕尾市为例[J]. 中国商论, 2024, 33(24): 88-92.