

电商经济如何推动乡村就业与创业

——以湖南泸溪电商为例

唐 蓉

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月31日; 录用日期: 2025年4月16日; 发布日期: 2025年5月20日

摘 要

在乡村振兴战略背景下, 电子商务成为推动农村经济转型、优化就业结构、促进返乡创业的重要动力。湖南省泸溪县作为国家级电子商务进农村综合示范县, 通过政策扶持、物流基础设施建设和产业链协同, 构建了较为完善的农村电商体系。本文基于泸溪案例, 分析电商经济对乡村就业结构的影响, 探讨返乡创业者如何利用电商实现发展, 并总结农村电商发展面临的主要挑战及对策。研究发现, 电商经济有效拓宽了农产品销售渠道, 推动农业与电商产业融合, 同时创造了大量非农就业岗位。然而, 农村电商发展仍面临物流成本高、人才短缺、品牌建设不足等问题。为进一步理解泸溪模式的实践基础与深层机制, 本文引入产业经济学与区域经济学视角, 结合典型案例剖析与区域比较分析, 对泸溪电商的成功要素与可推广路径进行系统化探讨。

关键词

农村电商, 乡村就业, 返乡创业, 泸溪模式, 乡村振兴

How E-Commerce Economy Promotes Rural Employment and Entrepreneurship

—Taking Hunan Luxi E-Commerce as an Example

Rong Tang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 31st, 2025; accepted: Apr. 16th, 2025; published: May 20th, 2025

Abstract

In the context of the rural revitalization strategy, e-commerce has become an important driving

force to promote rural economic transformation, optimize the employment structure, and promote entrepreneurship in the hometown. As a national e-commerce into rural areas comprehensive demonstration county, Luxi County in Hunan Province has built a relatively perfect rural e-commerce system through policy support, logistics infrastructure construction and industrial chain synergy. Based on the case of Luxi, this paper analyzes the impact of the e-commerce economy on the rural employment structure, discusses how returning entrepreneurs can use e-commerce to achieve development, and summarizes the main challenges and countermeasures faced by rural e-commerce development. The study finds that the e-commerce economy has effectively broadened the sales channels of agricultural products and promoted the integration of agriculture and e-commerce industry, while creating a large number of non-farm jobs. However, rural e-commerce development still faces problems such as high logistics costs, talent shortages, and insufficient brand building. In order to further understand the practical foundation and deep mechanism of Luxi model, this paper introduces the perspective of industrial economics and regional economics, combines typical case analysis and regional comparative analysis, and systematically explores the success factors and promotable path of Luxi e-commerce.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Employment, Returning Home to Start a Business, Luxi Model, 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

在乡村振兴战略的推动下，农村电商成为促进农业现代化和城乡融合的重要动力。国家出台了一系列政策，如《关于促进农村电子商务发展的指导意见》及“电子商务进农村综合示范项目”，通过财政补贴、物流基建和人才培养等方式，推动农村电商高质量发展。2025 年中央一号文件进一步强调农村电商在促进农产品上行和三产融合中的关键作用。在这样的政策背景下，农村电商快速发展，直播电商、社交电商等模式兴起，农村物流基础设施日益完善，为电商经济发展提供了有力支撑。农村电商不仅拓宽了农产品销售渠道，还推动农村劳动力向电商运营、物流、品牌推广等新业态转移，助力了乡村就业与创业[1]。

湖南泸溪县作为国家级电子商务进农村综合示范县，通过政策支持和产业协同构建了县、乡、村三级电商体系；发展了“电商 + 旅游”模式，推动椪柑、玻璃椒等特色农产品上行；并打造了“家门口车间”，吸纳留守妇女和残障人士就业[2]。本研究主要研究泸溪农村电商的发展模式和挑战，为其他地区提供借鉴，对推动乡村振兴具有重要实践价值。

2. 湖南泸溪电商经济发展现状

2.1. 政策支持与产业基础

泸溪县自 2018 年被列为全国电子商务进农村综合示范县以来，依托政策支持，大力推进电商基础设施建设。县政府出台了一系列政策措施，如《关于支持我县农村电商发展的若干政策措施》和《泸溪县网销农产品质量安全监督管理办法》，为电商发展提供了制度保障。在基础设施建设方面，泸溪县已建成多个村级电商服务站，并接入惠农网、京东、淘宝等电商平台，实现了“购物、销售、创业不出村”的

便利化服务。此外，泸溪县还打造了“沅味泸溪”区域公用品牌，整合椪柑、铁骨猪、玻璃椒等特色农产品，形成了“1+1+N”的品牌体系，为农产品上行提供了有力支撑[3]。

2.2. 主要发展模式

2.2.1. 直播电商模式

在泸溪县，短视频和直播带货是推动农产品销售的有力引擎。本土“网红”向明便是其中的典型代表，他参加电商训练营后，熟练掌握短视频制作与直播带货技巧，成功实现网店月交易收入突破万元，为农产品线上销售开辟了新路径。以泸溪县“沅味泸溪”品牌打造为例，一支由返乡大学生组成的专业团队，积极投身于本地农特产品的推广事业[4]。他们熟练运用抖音、小红书等热门平台，精心制作并发布一系列展现泸溪椪柑、铁骨猪腊肉、合水茶油等特色农产品生长环境、制作过程及独特风味的短视频与图文内容。通过展示果园中硕果累累的丰收场景，讲述果农精心养护果树的故事，以及拍摄消费者品尝椪柑时满足的神情，吸引了大量粉丝关注，将泸溪的优质农产品呈现在全国网友眼前。

泸溪县举办的农旅电商创业大赛更是成果丰硕。大赛借助抖音等热门平台推广农产品，形成了强大的传播效应。此次大赛对本地农产品销售起到了强劲的带动作用，众多优质农产品借此机会拓宽了销售渠道。从具体销售数据来看，初赛期间，67名参赛选手的农产品网络销售额总计达到478.9万元。其中，建档立卡贫困村(户)的选手表现突出，销售额达158.6万元，充分展现了大赛对贫困地区农产品销售的助力。而单个选手的最高销售额更是达到123.7万元，凸显出大赛在挖掘农产品销售潜力、培育销售能手方面的积极作用，有力推动了泸溪县农产品的市场拓展与经济发展[4]。

2.2.2. 社交电商模式

泸溪县充分利用社交电商的发展浪潮，深度依托拼多多等社交电商平台，大力发展独具特色的熟人经济模式。在这一过程中，村级电商服务站发挥了关键的枢纽作用。目前全县已建成75个村级电商服务站，后期还将陆续建设45个村级电商服务站，村级站点的行政村覆盖率将达到80%以上，这些服务站可以为村民提供了便捷的电商操作平台和技术支持。村民们在服务站工作人员的指导下，能逐渐熟悉社交电商平台的操作流程[4]。

同时，泸溪县积极开展电商培训活动，年均培训村民达5000人次。培训内容涵盖社交网络营销技巧、农产品展示方法、客户沟通策略等方面。通过系统培训，村民们掌握了利用社交网络推广本地特色农产品的技能。以椪柑、茶油等农产品为例，村民们借助微信、QQ等社交软件，将产品的信息、图片和视频分享给亲朋好友、邻里乡亲。这种基于熟人关系的推广方式，极大地提高了产品的可信度和吸引力。线上，他们在拼多多等平台开设店铺，展示农产品的详细信息，接收来自全国各地的订单；线下，村民们利用农村集市、民俗活动等场合，现场展示和销售农产品，形成了“线上+线下”紧密结合的销售网络。这种模式不仅拓宽了农产品的销售渠道，还增加了农产品的附加值，为村民带来了实实在在的经济收益[4]。

2.2.3. “电商+旅游”模式

在乡村振兴战略的指引下，泸溪县积极探索“电商+旅游”的融合发展路径，依托椪柑、玻璃椒等特色农产品，深度挖掘本地资源优势。浦市镇马王溪村便是成功范例，其借助自然资源与农业基础开展观光采摘、农事体验等项目成果，吸引了大量游客。大量游客不仅为农产品打开销路，村民还通过线上线下结合的方式售卖农产品，带动周边贫困群众脱贫致富[5]。此外，泸溪县还举办了乡村旅游摸鱼节等活动，巧妙融合农产品销售与旅游体验。活动现场设置展销区，方便游客现场购买或线上下单，有效提升了农产品的市场竞争力，扩大了特色农产品的知名度。泸溪县的这一模式，推动了农业、旅游和电商

产业协同发展，为乡村振兴提供强大助力，也为其他地区提供了可借鉴的宝贵经验。

3. 泸溪模式与其他地区农村电商的比较

3.1. 国内主要农村电商模式对比

为了更清晰地展现“泸溪模式”的独特性和可复制价值，有必要与国内其他农村电商代表模式进行比较分析(表 1)。

Table 1. Comparison chart between Luxi and other representative models of rural e-commerce in China
表 1. 泸溪与国内其他农村电商代表模式对比图

对比维度	泸溪模式	其他地区典型模式(如浙江桐庐、陕西延安、贵州遵义)
政策机制	政府牵头组建“县-乡-村”三级服务体系，提供创业孵化平台、分层培训	多以财政补贴为主，政策分散、缺乏执行体系
运营主体	大量返乡青年 + 村播达人 + 合作社联合，构成本地“轻创业”生态	外部企业主导较多，农户参与度低
产业协同	形成“电商 + 农旅 + 非遗”融合发展格局，构建完整供应链	偏重单一农产品销售，配套产业不完善
发展模式	注重“沉浸式消费”“品牌打造”“直播驱动”，灵活就业多样	以传统电商渠道为主，直播应用起步晚
社会效应	弱势群体(妇女、老人、脱贫户)广泛参与，形成“户带户”扩散效应	就业面窄，参与群体集中于青壮年

3.2. 泸溪优势总结

泸溪电商模式凭借系统性创新与包容性发展，展现出显著优势。在系统性创新层面，其打造了完善电商生态，构建县乡村三级电商平台与物流网络，并以“普及教育 + 精英孵化”双轨制开展分层人才培养，保障人才持续供给。包容性发展方面，泸溪以村级服务站为核心，营造“广泛参与”格局，达成留守妇女、返乡青年、中老年全链条就业协同。通过“农产品 + 非遗文创”“电商 + 乡村旅游”等融合模式，拓宽产业增值路径，促使初级农产品溢价。同时，构建“灵活就业”机制，为专业人才设岗，以“按件计酬”“季节用工”开发适老化岗位，实现 18~65 岁全年龄段就业覆盖。多维度优势整合，赋予泸溪模式系统性与灵活性，为山区县域电商发展提供可复制的实践范例。

4. 泸溪电商经济的实践模式与核心机制

4.1. “人”的培育：激活乡村内生动力

泸溪县将本土人才培育作为电商经济的核心抓手，通过分层培训体系覆盖返乡青年、留守妇女等群体，既普及电商基础技能，又重点孵化“乡村电商带头人”。通过“泸溪村播达人”计划，农民主播“石榴姐”以直播形式推广椪柑，带动周边农户就业增收。这种“以人带人”的模式，使电商技能从个体向群体扩散，形成就业与创业的“滚雪球效应”。

4.2. “货”的升级：破解农产品上行瓶颈

泸溪县通过品牌化与供应链优化，推动农产品向网货转型。一方面，打造“沅味泸溪”区域公用品牌，统一包装设计 with 质量认证，提升产品附加值；另一方面，整合县域物流资源，建立三级配送网络，降低物流成本。例如，腊肉改良为“旅行装”后销量激增，直接催生包装、物流等配套岗位，拉动本地就

业。电商驱动的“货”升级，为乡村创业提供了可持续的商业基础[6]。从产业经济学视角来看，这一“农产品向网货转型”的过程，实质是乡村产业链由初级生产环节向加工、包装、品牌与物流等多元环节的延伸，体现出价值链上移与附加值增收的趋势。这种延伸带来的不仅是产品溢价，也创造了大量非农就业岗位，重塑了农村劳动力的就业结构[7]。

4.3. “乡”的融合：重构乡村产业生态

在乡村振兴战略下，泸溪县电商经济深度赋能农旅与文化融合。借助直播平台，浦市古镇等景点的历史文化和自然风光得以广泛传播，吸引大量游客。非遗手工艺与电商结合，拓宽销售渠道，手艺人转型创业，开辟众多就业创业新场景。留守妇女、返乡青年、脱贫户从中受益，实现就业增收。同时，针对不同岗位开展技能培训，提升就业人员素养和能力。电商成为连接乡村资源与外部市场的桥梁，有力推动三产融合与就业扩容，为乡村振兴筑牢根基。

5. 泸溪电商经济推动就业与创业的多元路径

5.1. 就业扩容：从传统务农到新职业群体

电商经济的快速发展为泸溪县乡村劳动力提供了多层次、多维度的就业转型机会，推动传统务农群体向新职业群体转变。在直接就业层面，电商运营、客服管理、直播带货、物流配送等新兴岗位成为吸纳农村剩余劳动力的重要渠道。泸溪县依托村级电商服务站和直播孵化基地，为返乡青年和留守妇女提供稳定就业岗位，返乡青年通过培训成为专职电商客服，其月收入可与外出务工收入基本持平，实现了“离土不离乡”的就业转型[8]。灵活就业则进一步释放了中老年群体和留守劳动力的潜力，农产品分拣、包装质检、直播助播等轻体力劳动岗位，以“按日计酬”或“按件计酬”方式运作，日均收入达 80~150 元。浦市镇桤柑合作社在收获季节会集中雇佣本地中老年村民参与果品的分拣和包装，不仅有效缓解了季节性用工紧张问题，也为弱势群体创造了贴近家庭、适应能力强的就业机会。同时，随着泸溪县农村电商的发展壮大，形成了较为完整的产业链体系，吸纳了大量青年群体投身电商运营、直播、内容创作等新型岗位，并在物流、包装、供应链管理等环节带动了大量间接就业，呈现出“点带面”“户带户”的就业扩散效应，进一步促进了农村家庭整体收入水平的提升。这种“全职 + 灵活”“核心 + 衍生”的就业生态，不仅缓解了农村空心化问题，更重塑了乡村劳动力的职业结构与收入格局[9]。

5.2. 创业孵化：从个体户到产业链集群

区域经济学理论指出，创业集群和产业生态有助于形成区域内部的资源配置效率和知识外溢效应[7]。泸溪县通过政策扶持与产业生态构建，推动电商创业由零散的个体经营向更加系统化、集群化方向发展。政府相继出台了包括资金支持、场地减免和税收优惠在内的一系列措施，激发了返乡青年和高校毕业生的创业热情，并提供了有力的资源保障。在县级电商产业园区，通过设立创业孵化平台，一批小微电商企业逐步成长壮大，初步形成了良性的创业生态。电商经济的持续繁荣也促进了上下游产业的延伸发展，带动了如包装设计、冷链物流、内容制作等配套服务业的兴起，逐步构建起完整的电商服务体系。以冷链物流为例，当地基础设施不断完善，能助力生鲜产品品质保障与流通效率提升，有效推动了本地农产品走向更广阔市场，降低了流通环节的损耗率。比如由返乡大学生组建的本地电商企业，依托本地特色农产品，通过品牌化和供应链整合，不仅能拓宽销售渠道，还能联动周边农户和合作社形成紧密的产业合作网络[10]。这一类新型创业模式，不仅可以激发农村个体经济的活力，更能通过产业联动推动乡村经济结构的深度重塑，实现由“点状创业”向“集群发展”的转型升级。

5.3. 产业升级：从单一农业到三产融合

电商经济通过数据赋能和产业联动，正推动泸溪农业从传统种植模式迈向数字化与融合化的发展路径。借助电商平台提供的市场反馈与消费数据，农户可以更加精准地把握市场动向，灵活调整作物种植结构，提高生产的适应性与效率。电商与乡村旅游的深度融合还催生出了“沉浸式消费”新模式。例如，浦市镇马王溪村结合本地果园资源，打造出集采摘体验与直播带货于一体的农旅项目，吸引大量游客亲身参与农事活动，并实现线上即时购买。该模式不仅增强了游客参与感，还显著提升了本地农产品的市场影响力，带动相关配套产业如民宿、餐饮等同步发展。这种数字驱动与产业协同的模式，也逐步显现出对农民收入的积极影响。农产品的附加值提升，销售路径拓宽，收入渠道多元化，农户不再单一依赖传统销售方式。合作社探索“土地入股 + 电商分红”的利益共享机制，能让更多农民从电商产业链中持续受益，实现从“靠天吃饭”到“靠数增收”的根本转变[11]。

6. 泸溪电商经济现存挑战与优化对策

6.1. 现存问题

尽管泸溪县农村电商发展取得了显著成效，但在深入推进过程中仍面临一些制约其可持续发展的关键问题，主要体现在以下三个方面：

6.1.1. 物流成本高与基础设施短板

泸溪县地处山区，地形复杂、交通不便，导致农产品在运输过程中面临“出村难、进城贵”的困境。部分偏远村落因物流体系不健全，运输周期长、效率低，进一步推高了运营成本。尤其是生鲜类产品，受限于冷链系统覆盖不足，常常出现高损耗率，影响农户收益并制约产品市场竞争力。

6.1.2. 人才短缺与电商能力不足

由于整体电商运营能力较低，许多村民缺乏专业培训与指导，导致运营效率低下。事实上，有的村民盲目跟风，自行开设网店，但由于缺乏系统运营理念和专业技能，网店页面设计粗糙、营销内容雷同，结果出现产品滞销、库存堆积，最终不得不低价处理，导致亏损严重。这样的失败案例充分反映出人才培养和专业支持的重要性[12]。

6.1.3. 农产品品牌化与市场竞争力弱

虽然泸溪县农产品种类丰富，但在产品分级、包装设计、品牌运营等方面仍显薄弱。大多数农户缺乏标准化管理意识，产品品质参差不齐，难以建立稳定的市场认知。同时，已有的区域公用品牌在市场上的传播力与影响力有限，消费者对品牌认同度不高，农产品的附加值与复购率难以提升，阻碍了品牌长期培育与规模化拓展[13]。

6.2. 优化建议

6.2.1. 推进分布式物流体系与共享冷链设施建设

在主产区设立小型“共享冷库”和中转仓，允许许多户农户共同使用，减少冷链建设重复投资；整合第三方快递资源与村级电商服务站，探索“农产品集中配送 + 订单分批出货”的低成本物流路径。优先在产销两旺区域试点，再逐步向周边拓展，以缓解山区运输瓶颈。

6.2.2. 建立分层次、任务导向型培训机制

针对不同群体(青年、妇女、中老年)制定分阶段培训课程，如基础电商技能、直播剪辑、客户管理、流量分析等，采用“线上教学 + 线下实训 + 跟踪辅导”组合方式。同时，吸纳电商平台运营专家、当

地成功创业者担任“驻地导师”，提升实战指导质量。

6.2.3. 推动产品分级与品牌文化建设同步推进

为避免资源内耗，需建立多方协同的长效机制。由政府牵头成立“电商产业联盟”，制定统一的产品分级标准与定价规则，防止恶性竞争。推广“订单农业 + 分红”模式，电商企业提前与农户签订保底收购协议，并按销售额的 5%~10% 向农户返利，确保收入稳定性。此外，搭建数据共享平台，实时同步市场需求与生产数据，指导农户定制化种植，减少盲目生产导致的滞销风险[14]。

7. 结论与展望

本文以湖南泸溪县为例，揭示了电商经济推动乡村就业与创业的内在逻辑与实践成效。并基于产业经济学和区域经济学理论的深入探讨表明，农村电商不仅是短期销售渠道的拓宽工具，更是推动农村产业结构优化和就业转型的重要引擎。泸溪县通过“人、货、乡”三位一体模式，以人才培养激活内生动力，以品牌化与供应链升级破解农产品上行瓶颈，以农旅融合重构乡村产业生态，成功拓宽了就业渠道、激发了创业活力。然而，山区物流成本高、人才留存难、品牌溢价不足等问题仍制约着可持续发展。尽管泸溪通过“共享冷库”“分层培训”等措施局部缓解矛盾，但需进一步系统化破解深层障碍。

未来，在政策制定和企业实践中，应进一步强化理论指导，构建系统化的发展模式，为乡村振兴提供长效动力。农村电商也需从“单点突破”转向“生态构建”：一方面，深化数字技术应用，降低运营成本并提升产品公信力；另一方面，推动“政策 - 产业 - 人才 - 文化”协同，如通过地理标志认证强化品牌竞争力，构建“培训 - 孵化 - 保障”全链条人才体系，探索跨区域电商联盟以规避同质化竞争。随着乡村振兴战略的推进，电商经济有望从“销售工具”升级为乡村资源整合与价值再生的核心引擎，为城乡融合发展提供新范式。后续研究可关注电商经济与乡村治理、绿色低碳等领域的交互机制，拓展乡村振兴的理论与实践边界。

参考文献

- [1] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [2] 湖南省人民政府. “家门口车间”托举苗乡群众致富梦[EB/OL]. 2025-02-24. https://www.hunan.gov.cn/topic/xnqxj/gzjt25/202502/t20250224_33593809.html, 2025-04-16.
- [3] 泸溪县人民政府. 泸溪县“人 + 货 + 乡”特色乡村农旅电商模式 让老百姓生活更甜 泸溪县建设“人 + 货 + 乡”特色乡村农旅电商模式 走上电商致富路[EB/OL]. 2020-05-19. http://www.lxx.gov.cn/zwgk/qzfxgkml/gzdt/202005/t20200519_1677894.html, 2025-04-16.
- [4] 泸溪县人民政府. 泸溪县建设“人 + 货 + 乡”特色乡村农旅电商模式走上电商致富路[EB/OL]. 2020-04-03. http://www.lxx.gov.cn/zwgk/qzfxgkml/gzdt/202004/t20200403_1657703.html, 2025-04-16.
- [5] 泸溪县人民政府. 泸溪马王溪村: 乡村振兴的三个密码[EB/OL]. 2023-06-05. http://www.lxx.gov.cn/zwgk/qzfxgkml/zdlyxxgk/xczx/202306/t20230605_2024636.html, 2025-04-16.
- [6] 湘西自治州人民政府. 湘西自治州 2020 年春季农业生产工作调度会召开[EB/OL]. 2020-04-23. https://www.xx.gov.cn/zwyw/xxsz/202004/t20200423_1662150.html, 2025-04-16.
- [7] 孙久文. 中国区域经济学的理论基础与研究框架[J]. 齐鲁学刊, 2022(3): 112-123.
- [8] 红星网. 泸溪县: 百名“网红”人才 激活产业振兴“一池春水” [EB/OL]. 2022-11-01. <https://www.hxw.gov.cn/content/2022/11/01/14004360.html>, 2025-04-15.
- [9] 湖南省商务厅. 泸溪县建设“人 + 货 + 乡”特色乡村农旅电商模式 走上电商致富路[EB/OL]. 2020-04-28. https://swt.hunan.gov.cn/swt/hnswt/szdt/202004/t20200428_12014774.html, 2025-04-16.
- [10] 姚瑶. 智慧农业发展趋势下大学生乡村就业创业路径研究[J]. 河南农业, 2023(18): 43-44.
- [11] 张筑平. 农村区域电商发展的模式、问题及对策[J]. 商业经济研究, 2019(12): 80-82.

-
- [12] 张绚怡. 智慧农业视角下农村电商发展的机遇与挑战[J]. 棉花学报, 2022, 34(6): 561.
- [13] 葛梅, 白丽, 曹君瑞. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J]. 农业经济, 2023(8): 118-121.
- [14] 周丽梅. 区域农村电商多元化发展的市场证据及路径建议——基于农村电商示范县的调研[J]. 商业经济研究, 2019(22): 99-102.