

农村电商与传统零售业态的融合发展研究

李权垚

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月14日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年6月6日

摘要

本研究以乡村振兴战略为背景, 探讨农村电商与传统零售业态的融合发展路径。通过文献分析和案例研究, 聚焦“电商服务站”模式, 深入分析其运营机制、核心特点及发展效果。研究发现, 电商服务站通过数字化改造和服务升级, 有效整合线上线下资源, 促进了农村电商与传统零售的深度融合。该模式在提升农村消费水平、改善农村生活质量、带动村民就业创业等方面成效显著, 但也面临基础设施、人才短缺等挑战。最后, 本文提出完善基础设施、培养专业人才、打造特色品牌等建议, 以推动农村电商与传统零售业态的可持续发展。

关键词

农村电商, 传统零售, 融合发展, 电商服务站

Research on the Integration and Development of Rural E-Commerce and Traditional Retail Formats

Quanyao Li

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 14th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: Jun. 6th, 2025

Abstract

This study takes the rural revitalization strategy as the background to explore the integrated development path of rural e-commerce and traditional retail formats. Through literature analysis and case studies, this paper focuses on the mode of “e-commerce service station” and deeply analyzes its operating mechanism, core characteristics and development effects. The study found that e-commerce service stations effectively integrate online and offline resources through digital transformation and

文章引用: 李权垚. 农村电商与传统零售业态的融合发展研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 199-205.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1461728

service upgrading, and promote the deep integration of rural e-commerce and traditional retail. This model has achieved remarkable results in improving the rural consumption level, improving the quality of rural life, and promoting the employment and entrepreneurship of villagers, but it also faces challenges, such as infrastructure and talent shortage. Finally, this paper puts forward suggestions on improving infrastructure, training professionals, and building characteristic brands to promote the sustainable development of rural e-commerce and traditional retail formats.

Keywords

Rural E-Commerce, Traditional Retail, Integrated Development, E-Commerce Service Station

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

近年来,随着互联网技术的快速普及和农村基础设施的不断完善,农村电商呈现出蓬勃发展的态势,成为推动乡村振兴的重要引擎。2022 年中国数字乡村发展报告指出:2022 年全国农村网络零售额达 2.17 万亿元,同比增长 3.6%,农产品网络零售额突破 5000 亿元,农村电商在促进农产品上行、带动农民增收、释放农村消费潜力等方面发挥了积极作用。与此同时,传统零售作为农村商贸流通体系的重要组成部分,也面临着转型升级的巨大压力。一方面,受电商冲击、消费习惯改变等因素影响,传统零售门店客流量减少、销售额下滑,生存空间受到挤压[1];另一方面,传统零售在供应链管理、服务体验等方面存在短板,难以满足农村居民日益增长的多元化、品质化消费需求[2]。在此背景下,推动农村电商与传统零售融合发展,既是顺应数字经济发展趋势、促进农村消费升级的必然选择,也是构建新型农村商贸流通体系、实现乡村振兴的重要途径。农村电商与传统零售的融合发展,能够有效整合线上线下资源,实现优势互补、协同发展。一方面,农村电商可以借助传统零售的实体网络和本地化服务优势,拓展线下渠道,提升用户体验[3];另一方面,传统零售可以借助农村电商的平台流量和技术优势,拓展线上业务,实现数字化转型[4]。此外,二者的融合发展还能够带动农村物流、金融、信息等配套服务体系的完善,促进农村一二三产业融合发展,为乡村振兴注入新的活力。因此,深入研究农村电商与传统零售融合发展问题,具有重要的理论价值和现实意义。

2. 文献综述与理论框架

2.1. 文献综述

关于农村电商与传统零售的融合发展模式的研究,呈现出多视角、多层次的特点,但尚未形成系统化的理论体系。从现有文献来看,研究主要集中在线上线下融合、供应链融合和服务融合三个维度。首先,线上线下融合是农村电商与传统零售融合的主要模式之一,通过打通线上平台与线下门店的渠道,实现资源共享和优势互补[5]。一是 O2O 模式(Online to Offline):农村电商平台与线下零售门店合作,消费者可以在线上下单,线下门店提供自提或配送服务[6]。二是社区团购模式:以社区为单位,通过线上平台组织团购,线下门店或配送点负责商品分发[7]。这种模式依托于农村熟人社会的特点,降低了物流成本,提高了配送效率。其次,供应链融合是农村电商与传统零售融合的核心,通过优化供应链管理,实现农产品上行和工业品下行的双向流通[8]。农产品上行:农村电商平台与传统零售企业合作,将优质

农产品从农村直接输送到城市消费者手中[9]。工业品下行：电商平台与传统零售企业合作，将城市优质工业品输送到农村市场[10]。服务融合是农村电商与传统零售融合的重要支撑，通过提供物流、金融、信息等配套服务，提升农村商贸流通效率[11]。物流配送服务：农村电商平台与传统零售企业合作，建立县乡村三级物流配送体系，解决农村物流“最后一公里”问题[12]。金融服务：电商平台与传统金融机构合作，为农村消费者和商家提供支付、信贷等金融服务[13]。

2.2. 理论框架

通过对现有研究的系统梳理，发现存在两个显著的理论缺口：一是缺乏对农村特定场景下业态融合特殊性的理论阐释；二是对融合发展的动力机制和演进路径研究不足。为弥补这些不足，本研究创新性地构建了“技术－资源－协同”理论框架。在技术维度，重点考察数字基础设施的支撑作用。交易成本理论表明，互联网技术的普及显著降低了农村市场的交易费用，创新扩散理论则解释了新技术在农村地区的传播规律，充分印证了技术采纳的关键作用。资源维度关注线上线下能力的有机整合。电商平台在用户流量、数据资产和营销工具等方面的优势，与传统零售的实体网络、本地化服务和即时响应能力形成完美互补。协同维度着重分析价值创造的过程。业态融合本质上是一种组织创新，通过重构业务模式来创造新的价值。且本地化网络在降低交易风险、增强社区凝聚力方面的独特作用。由此，技术维度通过降低交易成本和提升运营效率推动融合；资源维度实现“实体网络＋平台流量”的优势叠加；协同维度通过运营、市场、服务和社会四个层面的协同效应实现“1＋1大于2”的效果。框架创新性地引入动态演进视角，揭示了三者间的正向反馈机制和环境调节作用，既解释了融合发展的动力来源，又为实践提供了系统性指导。

3. 遂昌县的农村电商服务站的实践样态

浙江省遂昌县的农村电商服务站模式是农村电商与传统零售融合发展的成功典范，被誉为“遂昌模式”[14]。该模式通过建立村级电商服务站，实现了线上线下资源的有效整合，为农村电商发展提供了可复制的经验。遂昌县的农村电商服务站模式以“政府引导、企业运营、农民参与”为原则，通过建立村级电商服务站，打通了农产品上行和工业品下行的双向通道。服务站既是线下零售门店，也是线上电商平台的村级代理点，为农民提供商品销售、物流配送、电商培训等一站式服务。

3.1. 遂昌模式的核心特点

从技术维度来看，遂昌模式的成功首先建立在扎实的数字化基础设施建设之上。当地政府与阿里巴巴等电商平台深度合作，为每个村级服务站配备了智能终端设备、移动支付系统和物流追踪技术，构建起完整的“线上下单－线下服务”数字化闭环。特别值得注意的是，遂昌县创新性地采用了“梯度式”技术推广策略：先由县政府牵头组织集中培训，再由平台企业提供持续技术支持，最后通过返乡青年等关键意见领袖带动普通农户，这种“政府培训＋平台支持＋意见领袖示范”的三级推广体系，使得全县从事农村电子商务产业的人员超过 11,000 人¹，充分体现了技术采纳理论在农村场景的应用价值。

在资源维度，遂昌模式展现了卓越的资源整合与重组能力。通过将全县 200 家传统村级小卖部系统改造为电商服务站，不仅节省了新渠道的建设成本，更重要的是实现了线上线下资源的优势互补。一方面，电商平台带来的庞大用户流量、精准营销工具和全国市场渠道，突破了传统零售的地域限制；另一方面，村级小卖部原有的实体空间、本地人脉和即时服务能力，有效解决了农村电商“最后一公里”的信任难题。这种资源重组最突出的成效体现在供应链重构上：通过建立“农产品上行＋工业品下行”

¹ 数据来源：遂昌县人民政府，https://www.suichang.gov.cn/art/2021/12/3/art_1229557780_60224160.html。

的双向流通体系，遂昌县的特色农产品如茶叶、竹笋等得以直达全国消费者，而农村居民也能便捷获取优质工业品，实现了资源的优化配置和价值提升。

协同创新是遂昌模式持续发展的核心动力。在运营层面，服务站通过统一采购、集中配送等方式，使人均取件成本每件降低 5 元²；在市场层面，创新的“电商 + 旅游”模式将当地特色农产品销售与乡村旅游推广相结合，创造了年综合收入超 127 亿元的经济效益³；在社会层面，服务站兼具代缴水电费、快递收发等便民功能，提升了社区参与度，显著增强了农村社区凝聚力。

3.2. 遂昌模式取得的成效

一是促进农产品销售，增加农民收入。农村电商与传统零售的融合为农产品上行开辟了新渠道，打破了传统流通模式中的信息不对称和中间环节过多的问题。通过电商平台，农民可以直接将农产品销售给全国消费者，减少了中间商环节，提高了销售价格和利润。例如，浙江省遂昌县通过农村电商服务站模式，将当地的茶叶、竹笋等特色农产品销往全国，年销售额突破亿元，农民收入显著增加。此外，电商平台还通过大数据分析帮助农民精准对接市场需求，优化种植结构，进一步提升了农产品的市场竞争力。

二是丰富农村商品供给，提升农民生活品质。传统零售受限于地理位置和供应链能力，往往难以满足农村居民对多样化、高品质商品的需求[15]。农村电商的引入弥补了这一短板，通过线上线下融合，农村消费者可以便捷地购买到家电、日用品、服装等优质商品。例如，苏宁易购通过线下门店与线上平台结合，为农村消费者提供了丰富的商品选择，极大地提升了农村居民的生活品质。同时，电商平台还通过促销活动和优惠价格，降低了农村消费者的购物成本。

三是带动农村就业创业，促进乡村经济发展。农村电商与传统零售的融合发展为农村地区创造了大量就业和创业机会。一方面，电商平台的运营和维护需要大量本地人才，为农村青年提供了就业岗位；另一方面，许多农民通过电商平台实现了自主创业，成为农产品上行的主力军。例如，阿里巴巴的“村淘”项目通过培养农村电商人才，带动了大量农村青年返乡创业，不仅增加了个人收入，也为乡村经济发展注入了新活力。

四是优化农村商贸流通体系，提升流通效率。传统农村商贸流通体系存在物流成本高、信息不对称等问题，而农村电商与传统零售的融合通过整合资源、优化供应链，有效解决了这些问题。例如，京东物流通过建立县乡村三级物流体系，实现了农村地区的高效配送，降低了物流成本。此外，电商平台还通过数字化技术提升了供应链管理效率，实现了农产品和工业品的快速流通。

五是推动农村数字化转型，助力乡村振兴。农村电商与传统零售的融合发展不仅促进了农村经济的增长，还推动了农村地区的数字化转型[16]。通过电商平台和数字化工具，农村地区的生产、流通和消费方式发生了深刻变革，为乡村振兴提供了强有力的支撑。农村地区通过电商平台实现了特色产业的品牌化和标准化，提升了区域经济的竞争力。

3.3. 农村电商与传统零售融合发展面临的挑战

(1) 基础设施薄弱，制约融合发展进程

农村地区的基础设施建设相对滞后，尤其是物流配送和网络覆盖方面存在明显短板[17]，这成为农村电商与传统零售融合发展的首要障碍。一是物流配送体系不完善。农村地区地广人稀，物流配送成本高、效率低，许多偏远地区的村级配送点覆盖率低，导致“最后一公里”问题突出。例如，部分农村地区的快递只能送到乡镇一级，村民需要自行前往取件，极大地影响了消费体验。此外，冷链物流设施的缺乏

² 数据来源：遂昌县人民政府，https://www.suichang.gov.cn/art/2021/12/2/art_1229557778_60224132.html。

³ 数据来源：遂昌县文广旅体局，https://www.lishui.gov.cn/art/2021/2/26/art_1229268114_57313746.html。

也制约了生鲜农产品的上行，导致农产品损耗率较高。二是网络覆盖率和质量不足。虽然近年来农村网络覆盖率有所提升，但部分地区的网络信号不稳定，网速较慢，难以满足电商平台的运营需求。例如，一些农村地区的网络带宽不足，导致电商平台的页面加载速度慢，影响了用户的购物体验。同时，网络基础设施的不足也限制了传统零售企业的数字化转型，许多农村零售门店无法有效接入电商平台。三是仓储设施缺乏。农村地区的仓储设施普遍不足，难以满足电商平台和传统零售企业的库存管理需求。例如，许多农村零售门店缺乏现代化的仓储管理系统，导致商品周转效率低下，库存积压问题严重。

(2) 人才缺乏，制约融合发展的可持续性

农村电商与传统零售的融合发展需要大量具备电商运营、营销推广、供应链管理等技能的专业人才，然而农村地区人才流失严重，本地人才储备不足，这成为制约融合发展的关键问题。第一人才流失严重。由于农村经济发展水平相对较低，许多年轻人选择外出务工，导致本地人才储备不足。例如，一些农村地区的电商服务站由于缺乏专业运营人员，难以有效开展业务。第二电商技能培训不足。农村居民对电商的认知和接受度有限，缺乏相关技能培训，难以有效参与电商活动。例如，许多农民虽然有意通过电商平台销售农产品，但由于缺乏运营经验，难以实现规模化销售。同时，传统零售企业的员工也缺乏数字化转型所需的技能，导致企业在与电商平台对接时面临困难。第三创业支持力度不足。虽然部分农村青年有返乡创业的意愿，但由于缺乏资金、技术和管理经验，创业成功率较低。例如，一些农村电商创业项目由于缺乏市场调研和运营规划，最终以失败告终。

(3) 产品同质化严重，制约融合发展的市场竞争力

农村电商平台上销售的产品同质化现象较为普遍，缺乏特色和品牌效应，这成为制约农村电商与传统零售融合发展的另一大问题。首先，农产品标准化和品牌化不足。许多地区的农产品未能实现标准化和品牌化，导致市场竞争力不足。例如，一些地区的特色农产品虽然品质优良，但由于缺乏品牌包装和营销推广，难以在市场上脱颖而出。同时，农产品质量标准不统一，也影响了消费者的信任度。其次，工业品供需不匹配。在工业品下行过程中，部分商品未能根据农村消费者的实际需求进行调整，导致供需不匹配。例如，一些电商平台提供的商品种类单一，未能满足农村居民对多样化、高品质商品的需求。再次，缺乏地域特色。许多农村电商平台销售的产品缺乏地域特色，难以形成差异化竞争优势。例如，一些地区的电商平台销售的商品与城市电商平台高度同质化，未能充分发挥农村地区的资源优势。

4. 农村电商与传统零售业态融合发展的优化路径

4.1. 完善基础设施，打通融合发展瓶颈

基础设施是农村电商与传统零售融合发展的基础，必须加大投入力度，解决物流、网络和仓储等方面的短板。一是建设县乡村三级物流体系。通过政府引导和企业参与，建立覆盖县、乡、村三级的物流配送网络，解决“最后一公里”问题。可以整合快递资源，设立村级配送点，提高配送效率。二是提升网络覆盖率和质量。加快农村宽带网络建设，提升网络速度和稳定性，为电商平台和传统零售企业提供技术支持。可以通过政策补贴鼓励电信运营商在农村地区扩大网络覆盖范围。三是完善仓储设施。建设现代化的仓储设施，满足电商平台和传统零售企业的库存管理需求。例如，可以在县域范围内建立冷链仓储中心，支持生鲜农产品的上行。

4.2. 加强人才培养，夯实融合发展基础

人才是农村电商与传统零售融合发展的关键，必须通过多种途径培养和吸引专业人才^[18]。首先应开展电商技能培训。政府和企业应联合开展电商运营、营销推广等方面的培训，提升农村居民和传统零售从业者的电商技能。例如，可以通过“电商进农村”项目，为农民提供免费培训。其次应鼓励大学生返

乡创业。通过政策支持和资金补贴,吸引大学生返乡创业,为农村电商发展注入新鲜血液。例如,设立农村电商创业基金,为创业者提供启动资金。另外应建立人才激励机制。通过提高薪资待遇、提供职业发展机会等方式,留住本地人才,减少人才流失,也可以提供社保补贴和住房优惠满足农村电商从业者长期需求。

4.3. 打造特色品牌,提升融合发展竞争力

产品是农村电商与传统零售融合发展的核心,必须通过品牌化和差异化提升市场竞争力。一是推动农产品标准化和品牌化。通过制定农产品质量标准、加强品牌包装和营销推广,提升农产品的市场竞争力。二是优化工业品供给结构。根据农村消费者的实际需求,调整工业品的种类和价格,满足多样化需求。可以引入适合农村市场的家电、农资等商品。三是挖掘地域特色产品。充分发挥农村地区的资源优势,开发具有地域特色的产品,形成差异化竞争优势。例如,可以通过电商平台推广手工艺品、土特产等。

5. 结论

本研究以“电商服务站”为例,深入探讨了农村电商与传统零售业态的融合发展。研究表明,电商服务站模式通过数字化改造和服务升级,有效整合线上线下资源,促进了农村电商与传统零售的深度融合。该模式在提升农村消费水平、促进农产品上行、改善农村生活质量等方面成效显著,但也面临基础设施、人才短缺等挑战。未来,应进一步打造特色品牌、完善基础设施、培养专业人才,以推动农村电商与传统零售业态的可持续发展,为乡村振兴注入新动能。

参考文献

- [1] 廖敏伶,李明.短视频、直播平台赋能乡村振兴:实践探索、现实困境及优化路径[J/OL].海南大学学报(人文社会科学版),1-9.
https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=VQ0ntgfwFMTtELXUDETmNQhpYEifJIRAhCpC0pXuf6ifzBc-iuH-kUJwF97iYqJI5gZ4XoMxA0giF-xguGgRVyEzXU8bi8yd0BfnUucRdiLPGJwS4Qg7NWin_bQTYqqTgURA590cFO-L4MBQFJZNz2TOLQhXPOqEqXGOfbNnMZYpGw_BLb1n5g==&uniplatform=NZKPT&language,2025-03-21.
- [2] 黄漫宇,余祖鹏.后疫情时代中国零售业态创新研究——基于零售进化综合模型[J].商业经济研究,2022(11):5-8.
- [3] 高静,杨云皓,伍瑞.新型农村集体经济发展测度、地区差异和路径探析——来自中国省域层面的经验数据[J].西南大学学报(自然科学版),2024,46(12):127-141.
- [4] 纪园园,张敏,王永水.数字经济对居民消费的影响研究:基于微观调查数据的实证分析[J].社会科学,2024(11):108-121+96.
- [5] 张若月.“新基建”背景下互联网发展与消费环境优化[J].商业经济研究,2022(20):53-56.
- [6] 张锦,陈义友.物流“最后一公里”问题研究综述[J].中国流通经济,2015,29(4):23-32.
- [7] 李伟,孙亮.社区团购商业模式研究[J].电子商务,2020(8):43-44+69.
- [8] 李勇坚,张彦红.数字平台产业生态的竞争逻辑[J].求索,2024(1):66-76.
- [9] 秦秋霞,郭红东,曾亿武.乡村振兴中的数字赋能及实现途径[J].江苏大学学报(社会科学版),2021,23(5):22-33.
- [10] 许玉韞,张龙耀.农业供应链金融的数字化转型:理论与中国案例[J].农业经济问题,2020(4):72-81.
- [11] 万媛媛,郭鑫鑫,赵家浩.乡村振兴背景下饶平县农村电商发展现状及未来趋势[J].山西农经,2021(15):52-54.
- [12] 牛胜强.乡村振兴背景下深度贫困地区产业扶贫困境及发展思路[J].理论月刊,2019(10):124-131.
- [13] 谢治春,赵兴庐,刘媛.金融科技发展与商业银行的数字化战略转型[J].中国软科学,2018(8):184-192.
- [14] 陈旭堂,余国新.农村电商助推乡村共同体的形塑与重构——基于浙江省遂昌县的实证分析[J].探索,2019(5):132-140.
- [15] 刘永龙.数字智能时代下“无人零售”新模式可持续发展机制研究[J].商业经济研究,2021(7):87-90.

-
- [16] 姚战琪. 产业数字化转型对消费升级和零售行业绩效的影响[J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 2021, 23(4): 143-151.
- [17] 陶君成, 潘林, 初叶萍. 大数据时代城乡物流网络重构研究[J]. 中国流通经济, 2016, 30(11): 22-32.
- [18] 胡海燕. “互联网+”背景下农村电商创新模式研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 1573-1578.