

乡村振兴背景下农村电商的AGIL模型分析

俞利, 王文棣*

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年3月31日; 录用日期: 2025年4月15日; 发布日期: 2025年5月16日

摘要

本研究运用AGIL模型深入分析了乡村振兴背景下农村电商的功能系统, 探讨其在适应乡村振兴需求、达成经济与社会目标、整合多方资源及维持可持续发展模式方面的挑战及对策。为提升农村电商发展质量, 需加强市场适应性、明确发展目标、强化多方协同合作及政策支持。农村电商需突破孤立发展思维, 通过技术赋能、资源共享与观念革新, 构建多方协同的韧性生态, 方能成为乡村振兴的核心引擎。

关键词

农村电商, AGIL模型, 乡村振兴

Analysis of AGIL Model of Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalization

Li Yu, Wendi Wang*

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Mar. 31st, 2025; accepted: Apr. 15th, 2025; published: May 16th, 2025

Abstract

This study uses the AGIL model to analyze the functional system of rural e-commerce in the context of rural revitalization, and discusses its challenges and countermeasures in adapting to the needs of rural revitalization, achieving economic and social goals, integrating multiple resources, and maintaining a sustainable development model. In order to improve the quality of rural e-commerce development, it is necessary to strengthen market adaptability, clarify development goals, enhance multi-party cooperation and policy support. Rural e-commerce needs to break through isolated development thinking and build a resilient ecosystem with multi-party collaboration through technological empowerment, resource sharing and conceptual innovation in order to become the core

*通讯作者。

engine of rural revitalization. This study uses the AGIL model to analyze the functional system of rural e-commerce in the context of rural revitalization, and discusses its challenges and countermeasures in adapting to the needs of rural revitalization, achieving economic and social goals, integrating multiple resources, and maintaining a sustainable development model. In order to improve the quality of rural e-commerce development, it is necessary to strengthen market adaptability, clarify development goals, enhance multi-party cooperation and policy support. Rural e-commerce needs to break away from isolated development thinking and build a resilient ecosystem with multi-party collaboration through technological empowerment, resource sharing and conceptual innovation in order to become the core engine of rural revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, AGIL 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

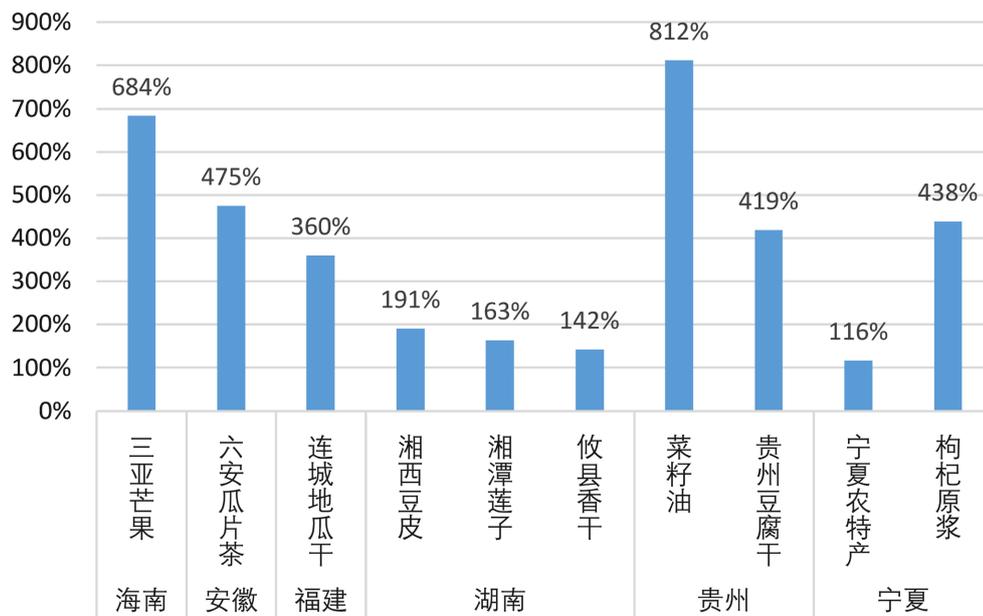


Figure 1. Year-on-year growth rate of TikTok e-commerce sales

图 1. 抖音电商销售量同比增长率

2024 年中央一号文件提出的政策措施, 以及 2024 年 3 月 13 日商务部等 9 部门联合印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》, 都强调了发展农村电商对于实施乡村振兴战略的重要性[1]。这些政策旨在通过培育农村数字消费场景, 推动农村商贸流通企业转型升级, 实现电商与农村一二三产业的深度融合, 促进农村电商的高质量发展来推动乡村振兴。在数字化转型的浪潮中, 农村电商正成为推动中国农村经济发展的新动力。如图 1, 根据抖音集团《2023 抖音电商这一年》报告显示, 抖音电商助力乡村发展, “山货上头条”溯源农特产原产区项目一年助力销售农特产 47.3 亿单, 推动乡村特色产业带

发展。海南, 安徽, 福建, 湖南, 贵州, 宁夏各地特色农产品的销量出现爆发式的增长, 特别是海南的三亚芒果销量同比增长了 684%, 贵州的菜籽油销量同比增长了 812%。2024 “抖音商城双 11 好物节” 河南板栗、云南冰糖橙、福建蜜柚等, 好物节期间增幅均超过 100%。上述数据不仅反映了消费者对地方特色农产品日益增长的需求, 也显示了农村电商在促进农产品销售方面的巨大潜力。

然而, 尽管政策支持力度加大, 农村电商的发展仍面临诸多挑战。城乡二元结构通过物流网络断层、数字鸿沟扩大及人才单向流动等机制, 加剧了农村电商发展的结构性矛盾。例如, 据农业农村部数据显示 2023 年农村地区冷链物流整体覆盖率不足 30%, 但县级层面的冷链物流设施覆盖率已达到 70% 以上。直接制约了生鲜农产品的电商化进程。农村地区的电商基础设施建设、物流配送体系、以及农村地区电商人才的缺失, 都是乡村振兴面临的挑战。中国农业大学《中国农村电商人才现状与发展报告》指出, 到 2025 年农产品上行电商人才缺口将达到 350 万人。如何让农村地区跟上历史前进的车轮, 为农户构建多元稳定的收入渠道, 对于实现乡村振兴战略具有重要意义。总体来看如何推动农村电商健康可持续发展, 是亟待回答的理论和实践问题。

2. AGIL 模型视域下农村电商的功能系统

塔尔科特·帕森斯(Talcott Parsons)提出的 AGIL 模型是一个用于分析社会系统功能的理论框架。该模型认为, 为了确保存在和发展, 任何社会行动系统必须满足四个基本功能要求, 分别是: 适应(Adaptation, A)目标达成(Goal attainment, G)整合(Integration, I)潜在模式维持(Latent pattern maintenance, L)。该模型强调, 社会系统若要维持平衡或实现可持续发展, 必须依赖这四个功能的有效实现。据此, 农村电商系统要在社会中持续发挥作用, 就必须满足适应不断变化的社会和经济环境、实现与农村电商发展相关的具体目标、协调整合内部资源和模式维持这四个功能条件。以适应不断变化的社会和经济环境。

2.1. 适应功能

农村电商在中国社会子系统中扮演着关键角色, 其核心功能之一是“适应”(Adaptation), 即与外部环境建立动态协调关系, 以确保系统能有效满足社会对电商服务与资源整合的需求。这种适应性体现在对市场变化和技术发展的敏感性与响应性上, 使得农村电商能够及时调整运营模式与技术应用, 适应不断演变的社会经济需求。农村电商的发展是乡村振兴战略的关键环节, 也是推动社会现代化的重要力量。因此, 农村电商必须重新审视其在这一进程中的角色和意义, 以适应全国统一大市场 and 数字化强国建设的需求, 同时服务于乡村振兴战略。

首先, 农村电商与全国统一大市场的构建紧密相连, 对于缩小城乡发展差距、推动农村产品进入全国市场、实现资源优化配置和市场高效运转具有重要作用。通过电商平台的数据驱动与渠道拓展, 可以高效地将地方特色农产品推广至更广阔的市场, 满足全国统一大市场的需求[2]。

其次, 农村电商与数字化强国建设的战略发展方向深度契合。新媒体技术与数字基础设施的迭代升级, 为农村电商提供了技术赋能与创新空间。通过提升农村电商的数字化运营能力(如大数据分析、直播营销等), 推动农业产业链的数字化转型, 从而加速数字化强国目标的实现。

最后, 农村电商能够全面响应乡村振兴的重大决策部署, 成为农村经济发展的核心引擎。通过促进农产品上行与消费品下行, 农村电商不仅激活了乡村经济活力, 还改善了农村居民的生活质量。此外, 农村电商通过整合资源、优化供应链, 为农民提供多元化增收渠道, 加速农村地区的社会经济发展, 成为乡村振兴战略落地的关键支撑。

2.2. 目标达成功能

“目标达成”(Goal attainment)是农村电商系统中的一个关键功能, 它要求系统能够整合各方资源,

并明确界定其目标, 以确保所有行动都围绕这些既定目标展开, 实现预期结果。农村电商的主要目标是推动农村经济发展, 因此, 其目标达成功能直接关联到农村电商的核心建设目标, 包括促进乡村产业的融合发展、提升农村经济活力以及增加农民收入。

首先, 农村电商的建设目标明确。农村电商发展旨在促进农产品销售和消费品流通, 建立高效服务体系, 打通流通障碍, 实现农民增收和农村经济的持续发展。利用现代信息技术和数字化工具, 通过网络扩大了地方特色资源的市场覆盖面, 增强了产品竞争力, 从而推动农村经济的振兴。

其次, 农村电商不仅提升了经济效益, 还作为城乡资源整合和多产业协同发展的重要途径。作为连接城乡的桥梁, 农村电商打破了市场壁垒, 推动了农业、文化、旅游等产业的深度融合, 实现了资源优势互补。电商平台使得乡村特色资源得到更充分的挖掘, 农产品品牌效应不断增强, 进一步激活了乡村经济活力。同时, 农村电商为农民创造了更多的就业和创业机会, 提升了乡村发展的内生动力, 为城乡联动提供了基础支持, 助力乡村振兴战略的全面实施[3]。

2.3. 整合功能

“整合”(Integration)是指为了强化体系的韧性, 需致力于促进体系内部各组成部分间的协同与有效配合。农村电商是一个涉及多方参与、资源整合与协作的复杂系统, 农村电商整合多方资源, 包括政府、教育机构、电商企业及基层组织, 实现资源共享和优势互补, 构建系统化培养体系, 提升从业人员专业素养和实操能力。

首先, 需协调资源供给与实际需求之间的平衡, 并强化技术应用与市场实践的协同。一方面, 农村电商需针对区域发展短板(如物流滞后、品牌缺失), 精准匹配城乡市场需求, 避免资源错配。例如, 通过数据分析识别高潜力品类, 定向优化供应链, 提升产销对接效率。另一方面, 需推动技术工具与商业场景深度融合, 例如利用直播电商、智能物流系统等实战化手段, 增强农村电商的运营韧性, 使其快速适应数字化市场环境[4]。

其次, 需要考虑不同地区、不同时期的发展特点。各地区经济发展水平、产业基础和电商需求存在显著差异, 发达地区的电商可以注重精细化管理和高端技术能力, 而欠发达地区则应聚焦基础技能普及和实操能力提升。此外, 在早期发展阶段, 应优先解决基础人才短缺的问题; 而在电商发展较为成熟的阶段, 则需加强高端管理和技术型人才的培养。通过因地制宜地制定培养策略, 协调各方资源, 构建适配性强的人才培养体系, 农村电商的人才支持能力才能得到持续增强, 为乡村振兴和农村经济发展提供长效动力。

2.4. 模式维持功能

“整合”(Integration)功能强调在农村电商系统中, 为了增强体系的韧性, 必须促进体系内部各组成部分之间的协同与有效配合。这一复杂系统涉及政府、教育机构、电商企业以及农村基层组织的多方参与, 其整合功能主要体现在电商发展过程中对多方资源和系统内部各要素之间关系的协调。通过这些主体的协同配合, 可以实现资源共享与优势互补, 搭建系统化的电商发展体系, 从而提升农村电商对经济社会的带动能力[5]。

首先, 协调人才供给与实际需求之间的关系至关重要。农村电商人才缺失是农村地区电商发展中的薄弱环节, 应精准对接市场需求, 避免供需错配。提升从业者的综合能力, 确保他们能够适应快速发展的农村电商环境[6]。

其次, 考虑不同地区、不同时期的发展特点是制定电商发展策略的关键。各地区经济发展水平、产业基础和电商需求存在显著差异, 因此, 发达地区的电商可以注重精细化管理和高端技术能力的提升,

而欠发达地区则应聚焦基础技能普及和从业人员实操能力提升。在电商发展的早期阶段, 应优先解决基础人才短缺的问题; 而在电商发展较为成熟的阶段, 则需加强高端管理和技术型人才的培养。通过因地制宜地制定培养策略, 协调各方资源, 构建适配性强的人才培养体系, 农村电商的人才支持能力才能得到持续增强, 为乡村振兴和农村经济发展提供长效动力[7]。

3. 农村电商发展的现实困境

3.1. 适应功能不足: 技术滞后与市场脱节

在数字经济时代背景下, 农村电商作为乡村振兴的新引擎, 对专业化的发展需求日益增长。然而, 当前农村电商体系的发展在适应行业需求、技术发展和人才培养模式创新方面存在不足, 这些问题的存在可能会阻碍农村电商的健康发展和乡村振兴战略的实施。

其一, 技术基础设施适应欠缺。农村地区电商发展面临的技术基础设施不足问题主要表现在网络基础设施建设滞后, 限制了电商活动的开展和人才技能提升。特别是在冷链物流和大数据分析等关键技术领域, 农村地区的发展较为欠缺[8]。其二, 农村电商发展面临市场响应与产业支撑的双重制约。从市场需求端观察, 农村电商存在供需结构失衡问题, 传统产销衔接机制难以适应消费升级趋势, 具体表现为农产品标准化程度低、供应链数字化水平薄弱、区域公共品牌运营能力不足等结构性矛盾, 制约着农村电商价值链升级。从产业支撑维度审视, 现有电商体系尚未形成有效支撑, 特别是兼具农产品电商运营、数据分析和市场推广的人才缺口明显, 传统培训模式在课程内容更新、实践平台构建等方面滞后于行业数字化转型需求, 进一步加剧了农村电商生态系统的运行阻力。这种供需双侧的适应性障碍已成为农村电商规模化发展的关键不足。

3.2. 目标达成偏差: 政策执行与需求错位

农村电商发展面临政策目标与市场实际需求的结构性错位, 制约其服务乡村振兴的效能。从政策执行维度看, 尽管《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》明确提出提升产业效益的目标, 但在落地环节, 政策资源配置与市场需求动态存在显著偏差。一方面, 政策对供应链数字化、农产品标准化及区域品牌运营等关键领域支撑不足, 导致农产品上行仍受限于分级粗放、物流成本高企等瓶颈, 难以匹配消费升级下的品质化需求; 另一方面, 部分政策过度聚焦基础能力建设, 例如培训内容长期停留于电商平台操作等浅层技能, 缺乏对流量算法逻辑、消费热点捕捉等实战能力的系统性培育, 致使从业人员难以突破低附加值经营模式, 偏离“提质增效”的政策初衷。此类目标偏差实质折射出政策制定与市场需求研判的脱节, 需通过动态监测机制优化资源配置精准性。

3.3. 整合功能薄弱: 资源分散与区域协同不足

农村电商的整合功能薄弱, 在电商发展过程中, 受城乡二元结构的影响。导致各参与方之间的协调与合作不足, 资源无法有效整合, 影响电商发展的效率和质量。不利于经济社会协调发展和打破二元结构。

其一, 多方参与主体协同不足: 农村电商发展涉及政府、电商企业、农村基层组织, 基层工作者等多个主体。当前, 这些主体之间难以实现资源共享与优势互补。例如, 基层工作者缺乏与电商企业的合作, 导致理论知识无法有效转化为实践能力。电商企业的实际需求和困难未能及时反馈到政府, 导致政策支持与市场需求不匹配。其二, 区域发展差异未得到充分考虑: 当前的电商发展模式往往采用“一刀切”的方式, 未能根据地区特点制定差异化的发展策略, 影响了地区特色电商的针对性和有效性[9]。不同地区的经济发展水平、产业基础和电商产品特色存在显著差异。例如, 乡村基础设施薄弱, 公共服务

不到位, 网络不稳定、物流体系不完善等。导致当地特色产业无法实现利益最大化。这些问题共同影响了农村电商发展的效率和质量。

3.4. 模式维持不稳：人才短缺与政策落地低效

在农村电商发展的过程中, 模式维持功能的不稳定主要表现为专业人才短缺: 电商运营、营销策划、数据分析等复合型人才匮乏, 导致运营模式难以持续优化。

其一, 城乡之间存在不平衡的发展冲突: 相对于城镇, 我国农村发展较为迟缓, 根据《2019 中国电商兴农发展报告》数据显示, 直到 2015 年底我国所有乡镇才接通宽带。截至 2018 年底, 我国仍有 5% 的贫困村未通网, 农村地区互联网普及率为 38.4%, 远低于城镇地区的 74.6%。因此农村居民对网络接触时间短、认识程度浅, 还没有充分认识到互联网在推动就业、促进增收方面的能力。其二, 政策制定与实施不同步: 尽管在电商扶贫方面国家出台了一系列相关政策文件如《关于促进电商精准扶贫的指导意见》《关于促进农村电子商务发展指导意见》等。但在实施过程中可能存在政策执行不到位、资源分配不均等问题, 尤其在边远乡村地区, 若缺乏国家财政的扶持及政策优势的惠及, 农村电子商务的发展受阻, 进而影响其实现高质量发展。导致农村电商发展缺乏必要的政策支持和资源保障, 影响了模式维持的稳定性[10]。

4. 农村电商高质量发展的对策建议

4.1. 强化市场适应性：技术赋能与基建下沉

针对性强化市场适应性: 首先, 加强对农村电商企业的支持, 自发引导企业切入行业最新技术和趋势, 同时强化实践, 提升从业人员的实际操作能力和市场适应性。其次, 政府和相关部门需加大对农村网络基础设施的投入, 提高网络覆盖率和质量, 并对农村电商一线从业人员进行专项技术培训, 推动技术创新落实应用[11]。最后, 提供实习实训机会, 增强教育实践性, 激发创造力以适应电商行业需求。实施这些措施将促进农村电商发展的适应性, 更好地满足行业发展需求, 推动乡村振兴战略的实施。

4.2. 精准目标定位：动态需求反馈与政策校准

精准定位目标: 其一, 建立需求驱动的动态监测体系, 依托农村电商大数据平台, 实时追踪消费升级趋势、区域产业痛点及市场主体行为数据, 通过大数据模型识别供应链堵点, 如物流时效。等与市场新增长点, 如小众农产品需求等, 为政策靶向发力提供量化依据。其二, 设计弹性化政策试点机制, 在农产品主产区开展差异化政策实验, 例如针对标准化滞后问题试行“智能分级 + 区块链溯源”补贴政策, 针对区域品牌弱势地区探索“政府背书 + 企业联营”孵化模式, 通过政策工具包组合应用验证资源配置有效性, 形成可复制的优化方案。其三, 强化政企农协同反馈渠道, 以县域为单位组建由电商平台、合作社、物流企业及农户代表构成的联席会议, 定期评估政策执行成效与需求满足度, 通过“问题清单 - 整改台账 - 效果评估”流程实现政策动态校准, 避免目标设定与执行僵化。

4.3. 深化整合协同：构建多方参与的韧性生态

促进深度协同: 政府、电商企业及农村基层组织应建立沟通和协作平台, 确保实现资源共享与优势互补[12]。可构建“政府 - 企业 - 高校”三位一体的合作平台: 一是地方政府牵头制定区域性电商发展规划, 明确各方权责; 二是企业提供实战化岗位实训, 如抖音电商与地方合作社共建“直播助农基地”; 三是高校开设定制化课程, 如“农产品大数据营销”等, 形成产学研闭环[13]。此外, 应当根据地区经济发展水平和产业特色, 制定差异化的电商策略, 推动特色产品的推广与地方发展需求相匹配[14]。

4.4. 稳固模式维持：人才培育与政策长效化

为实现农村电商可持续发展,需构建人才支撑与政策保障的长效机制。其一,聚焦实用型人才培养,依托职业院校、电商企业及乡村合作社三方协同,开发涵盖直播运营、物流管理、消费者行为分析等模块的实践导向课程,通过县域电商实训基地与“能手带新”机制加速技能转化,缓解从业人员实践能力欠缺问题;其二,完善政策动态调整机制,建立以网店存活率、农产品溢价率等为核心指标的评估体系,逐步将短期补贴政策(如设备采购补助)转化为税收优惠、流量扶持等长效工具,并针对区域差异性推行冷链物流补贴、区域品牌孵化等精准化试点,提升资源配置效能;其三,强化内生发展动力,通过组建电商合作社、搭建共享服务平台等方式,引导经营者构建“经验传递-资源整合”的自主发展网络,推动政策支持从直接干预转向基础设施供给,形成“政府引导-市场主导-农民主体”的可持续生态。

5. 结语

一个成熟的农村电商体系应更加灵活地适应技术和市场变化,以更好地满足行业发展的需求。这需从业人员的技能持续进步,以及农村与企业的紧密合作,以确保农村产品供给与市场需求保持同步。同时,为了缩小电商发展目标与实际情况之间的差距,通过市场调研来明确发展目标,并强化技术和政策,将有助于提高电商发展的针对性和有效性。

目前多方主体之间的协同不足导致资源无法有效整合。因此,建立多方协同机制,强化多方合作,制定差异化营销策略,将有助于提高不同地区电商发展的整合效率。在模式维持功能方面,可通过强化认知教育、培养全国统一大市场的观念、加强政策支持与资源保障,增强从业人员的信心和适应性。

本研究基于 AGIL 模型的理论框架,系统剖析了农村电商在适应环境变化、达成发展目标、整合多方资源及维持模式稳定四大功能维度中的结构性矛盾,揭示了其与乡村振兴战略协同演进的内在机制。然而,受限于样本覆盖范围的区域性特征,研究未能充分比较东部沿海、中部过渡带与西部欠发达地区电商生态的差异化演进路径,这一局限性可能影响对策的普适性。未来研究可进一步拓展田野调查的广度与深度,通过混合研究方法(如面板数据追踪、政策效应倍差法)量化评估“直播助农”“社区团购”等新兴模式对农民收入结构、产业链附加值提升的具体贡献度,同时结合空间经济学理论,探索县域尺度下“资源禀赋-技术适配-政策干预”三元驱动的电商生态系统建构路径。

农村电商的高质量发展亟需构建政府主导、多元主体协同参与的治理框架:一方面,通过动态化市场监测机制精准识别供需缺口,以数字基建下沉与差异化政策设计破解区域失衡;另一方面,需强化利益相关者的能力共建,例如通过“政企校”联合培育既懂农业规律又具备数字素养的复合型人才,推动资源整合从松散联结转向制度化协作。唯有通过系统性创新与适应性治理,方能使农村电商真正成为乡村振兴的可持续动能。

参考文献

- [1] 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[J]. 财会学习, 2024(10): 1-2.
- [2] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [3] 李晓奕. 农村电商直播助力乡村振兴策略研究[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(24): 252-255.
- [4] 芮雯. 数字经济时代农村电子商务发展现状及应对策略[J]. 现代商业, 2024(20): 91-94.
- [5] 张宋一, 王梁雨生, 高静, 等. 河北省农村电商助力乡村振兴实施路径研究——基于数字乡村建设的视角[J]. 山西农经, 2022(22): 63-65.
- [6] 吴文通, 钟春连, 张倩男. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴的瓶颈研究——以茂名市根子镇为例[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(11): 255-257+264.

- [7] 张硕, 乔晗, 张迎晨, 等. 农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J]. 管理学报, 2022, 19(4): 624-632.
- [8] 罗镛坤, 罗敏, 王晓洁. 数字经济下贵州农产品电商物流发展问题与对策研究[J]. 物流科技, 2023, 46(9): 61-64.
- [9] 余震云. 论互联网经济背景下农村电商物流的困境及对策[J]. 中国商论, 2023(10): 83-85.
- [10] 韦曦. 智能传播时代非物质文化遗产场景传播研究[J]. 传媒观察, 2021, 456(12): 62-68.
- [11] 楚晓娟, 邵伟. 农村电商物流存在的问题及对策分析[J]. 现代职业教育, 2019(21): 142-143.
- [12] 冯小娅, 唐小平. 乡村振兴视角下农村电商发展对农村经济的影响研究——以贵州省为例[J]. 物流科技, 2021, 44(4): 85-87.
- [13] 廖卢琴, 钟婉茹. 探索乡村振兴背景下高校学生助力农村电商发展的创新路径——基于校企合作协同“互联网+精准扶贫”背景的研究[J]. 科教文汇(下旬刊), 2021(4): 24-25+36.
- [14] 杨天红. 乡村振兴背景下农村电商直播助力产业发展策略研究[J]. 长春金融高等专科学校学报, 2021(2): 73-76.