

乡村振兴背景下农村电商模式策略研究

——以缙云“北山模式”为例

王开欣

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月25日; 发布日期: 2025年5月30日

摘要

随着数字经济时代的来临, 电商产业正逐渐成为推动经济增长和发展的重要力量。电商产业以互联网技术为支撑, 通过线上线下结合的方式, 为农村地区提供便捷、高效的商品和服务, 实现了农村和城市之间的经济联系和资源共享, 虽然电商产业在一定程度上取得了一些成就, 但也面临着一系列的挑战和问题。因此, 如何在数字经济模式下加快电商产业发展, 成为了当前研究的重点和挑战。通过对加快电商产业发展的研究, 总结推广缙云县“北山模式”, 能够为经济发展和农民增收作出积极贡献, 提升居民的生活水平和幸福感, 也能够促进城乡经济一体化, 实现区域发展的均衡和协调。

关键词

乡村振兴, 农村电商, “北山模式”, 策略研究

Strategic Research on Rural E-Commerce Models under the Context of Rural Revitalization

—A Case Study of Jinyun's “North Mountain Model”

Kaixin Wang

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 25th, 2025; published: May 30th, 2025

Abstract

With the advent of the digital economy era, the e-commerce industry is gradually becoming an

important driving force for economic growth and development. The e-commerce sector relies on internet technology to connect rural areas with urban centers through integrated online and offline approaches, facilitating access to convenient and efficient goods and services while fostering economic ties and resource sharing between rural and urban regions. Although the e-commerce industry has achieved certain successes in some aspects, it also faces a series of challenges and issues. As a result, how to accelerate the development of the e-commerce industry under the digital economy model has become a current focus and challenge for research. By studying strategies to promote e-commerce development, summarizing and promoting the “North Mountain Model” in Jinyun County, one can make positive contributions to economic growth, increase farmers’ incomes, improve residents’ living standards, and happiness. Additionally, it can facilitate integrated urban-rural economic development, achieving balanced and coordinated regional progress.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, “North Mountain Model”, Strategy Research

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

随着我国农村经济的发展和互联网等信息技术的普及，农村电子商务市场规模迅速扩大，电子商务成为农村经济发展的新引擎[1]。缙云县把发展电子商务作为数字经济创新引领、助推乡村振兴、实现共富的“金钥匙”，首创“北山模式”，是全国农村电子商务的发源地和先行地。北山村以浙江北山狼户外用品有限公司为核心，采取加工基地、产品分销两头在外的“自主品牌 + 生产外包 + 线上线下分销”模式，被社科院信息化研究中心主任汪向东总结为“北山模式”。在此基础上，缙云县致力打造北山模式“PLUS”，鼓励各类经营主体坚持创新驱动，充分整合特色产业和优势资源，促进农村地区新业态新模式发展。

“北山模式”的推广应用，有效扩大农村电商服务范围、拓宽农村居民增收渠道、破解农村产品上行难题的重要抓手，增强了农村地区的吸引力和发展潜力，使得农村电子商务发展与区域经济发展紧密相联[2]，切实发挥电商在促共富、兴产业、强品牌、带就业等方面的重要作用。据统计，截至2024年12月，全县实现网络零售额128.5亿元，同比增长18.0%¹。

2. “北山模式”电商产业发展现状

2.1. 产业集聚初具规模

缙云县共创建电子商务专业镇6个，电子商务专业村25个。县域内发展形成了四个特色鲜明的电子商务集聚园区，分别是：以跨境出口为主的缙云跨境电商园；以食品和妇幼用品为主的东渡五东电子商务园；以家居和户外用品为主的壶镇镇电子商务集聚区；以文具和服饰为主的新建镇电子商务集聚区。四个集聚区形成缙云县农村电子商务“四轮驱动”的发展格局。另外，壶镇镇北山电子商务创业园已完成建设，北山狼、午憩宝和思普锯业等缙云电商龙头企业已入驻。

2.2. 电商业态齐头并进

跨境电商、直播、短视频、社交平台等新业态不断发展。直播电播成为当前电商新增长点，已建成

¹ 丽水市统计局，<http://tjj.lishui.gov.cn/>。

电商直播式共富工坊 15 个，年带动当地农特产品、工艺品以及工业品直播销售，其中七里电商直播“共富工坊”获得 2022 年度丽水市级示范“共富工坊”称号、入选浙江省 2024 年度电商直播式“共富工坊”典型案例；新建缙云麻鸭电商直播共富工坊获得省级示范工坊资金激励、入选全省首批百家电商直播式“共富工坊”典型案例，坊主虞挥入选“直播电商 共富工坊”六十佳坊主；缙云电商客服中心直播电商“共富工坊”入选浙江省第二批百家电商直播式“共富工坊”典型案例。

2.3. 就业创业卓有成效

农村电商发展可以提升农户的创业水平，并直接或间接带动其他行业如物流、包装的发展，这也增加了创业机会[3]。该县注重电商人才引育，开展各类电商培训，包含技能培训、创业培训、跨境电商培训等。针对培训人员，组建“电子商务主播工作群”，提供后续咨询、帮扶创业等服务，提高带动农村富余劳动力的就业力量，为解决农村富余劳动力就业问题开辟了新路；通过举办互联网营销师大赛，开展技能大比拼，激发互联网经济活力，挖掘、引导、孵化一批互联网营销达人，一批从业者获互联网营销师(直播销售员)职业技能等级三级(高级工)证书，进一步壮大了大电商人才队伍。

2.4. 网红效应不断涌现

直播、短视频达人培育初显成效。近年来通过集中培训、流量扶持、平台赋能等方式，大力培养扎根乡土、懂电商、爱农业的电商新农人，实现“新农人”利用“短视频 + 直播”这个“新农具”助力乡村振兴和共同富裕。以新农人为核心发展合作组织，提高农产品生产的标准化程度，为电商供应链提供同规格、高品质的特色农产品[4]。全县有粉丝超千万的石村小月和超百万的煎盘侠、青峰侠，还有众多的短视频和探店达人。新农人利用“短视频 + 直播”记录生活、分享社交、娱乐休闲、学习技能、创业变现的线上平台，不断催生乡村新产业、新模式、新生态。

2.5. 配套服务有序推进

积极构建电商公共服务生态圈,建立了“一中心二园”服务体系，增强电商服务的丰富性和多样性，提升和创建了缙云县电子商务公共服务中心、缙云县数字直播产业孵化基地、缙云跨境电商产业园，发挥其电商培训、创业孵化、直播带货、产品对接、政企对接、资源对接、金融信用和其他衍生增值服务服务方面作用。

3. 电商产业培育模式

3.1. 聚力物流建设，健全寄递网络

迭代物流枢纽，完成县城及壶镇两个分拨中心设备升级改造，与快递公司共同签订全县邮快合作的协议，提升邮件收寄速度，有效推进“统仓共配、降本增效”。整合配送体系,建设集成电商促销、收发快递、小额存取等服务的镇级电商服务站和村级电商服务站，行政村覆盖率 100%，为群众构建“十分钟便民服务圈”。推进山海协作,与杭州富阳联合落地网营物联(缙云)智慧产业园，向外招引入驻德邦快递等快递企业和宁波骏凯轮胎等电商供应企业 25 家，日均发件量约 8 万件，2024 年园内企业销售额超 10 亿元，货物流转量超 20 万吨²，逐步成为永武缙、浙西南的供应链中心。

3.2. 聚效服务支撑，激发市场活力

聚焦孵化培育，在原有传统电商公服中心和残疾人电商创业孵化中心基础上，挂牌成立全市首个“共

² 富阳民营企业助力缙云产业发展，澎湃政务。

富工坊”公服中心，创建全市首个“共富工坊”命名的实体党支部，在当地 10 个乡镇建立电商直播“共富学堂”，构建农村基层党建和创业指导新阵地。加强资源对接，举办电商供需对接会、交流沙龙等，同时新建缙云县农产品展示展销中心，吸引生产企业入驻，提供麻鸭、菜干等本地特色选品，助力农村电商经验做法、产品资源等内容互惠共享。搭建直播载体，在城区落地缙云数字直播产业孵化基地，在乡镇建设公共直播间以及电商直播式“共富工坊”，实现农村直播场景集聚和扩容下沉。

3.3. 聚焦北山“PLUS”，赋能产业创新

推进政策引导，出台《关于支持电子商务加快发展的二十条意见》《关于加快集聚创新创业人才推动高质量绿色发展的意见》等政策意见，重点围绕培育初创电商主体、招引电商人才等支持方向。确定产业导向，统筹建设以跨境出口为主的缙云跨境电商园、以食品和妇幼用品为主的东渡五东电子商务园、以家居和户外用品为主的壶镇镇电子商务集聚区、以文具和服饰为主的新建镇电子商务集聚区，形成了缙云县农村电子商务“四轮驱动”的未来发展格局。深耕交易平台，打造综合性电商平台——顺联动力平台，培育出麦田、GIANXI/捷安玺、午憩宝等一批新电商品牌。强化主体培育，麦田、北山狼入选省级电商示范企业。

3.4. 聚心品牌建设，扩大“缙品”影响力

3.4.1. 打造“有缙道”品牌

针对山区初级农产品生产小、散、弱现状，当地政府大力推动农商互联建设，持续建强“大自然的节庆”、“有缙道”等农产品公共品牌 IP，其中“大自然的节庆”先后入驻抖音等网络平台，以时间为轴介绍节气，以物候为轴推介麻鸭、红糖、土爽面、梅干菜等“五彩农业”农产品。“有缙道”品牌主打统一品牌、包装、标准、质量、配送、营销、售后服务。从多维度多角度扩大品牌知名度和影响力，编制《云品出缙》宣传册，系统推介各乡镇特色农产品品牌，目前手册已拥有合作品牌 23 个，进一步提升区域农产品的知名度和美誉度。

3.4.2. 建立品控溯源体系

提升品牌化发展理念，当地政府从工商注册等方面给予一定的支持，让农村电商朝着品牌化、专利化的方向发展，并充分发挥标杆企业的领头羊作用[5]。面向全县食品加工企业开展品质评选工作，范围涵盖土爽面、麻鸭、番薯、西红花茶、茶叶等制品。开展企业全流程追溯营销管理系统建设，发放溯源二维码标签，为县域农产品做好“身份”标识，实现由基础端至消费端的信息追溯。

3.4.3. 开发山区特色品类

深度挖掘乡镇特色产品门类，对县域偏远乡镇大源镇开展电商专项扶持，以实体化运营强村公司，组建专业运营团队，建成美食加工车间、美食直播间、办公、产品展示与商洽区，当地政府搭建“山耕大源”农产品营销平台，并先后推出革命军粮、多彩茶、永安河鲜、大源山鲜、大源蔬果等五大类特色农产品，其代表产品大源馒头获评最受市民喜爱的十佳好产品。

3.5. 聚势跨境电商，推动品牌出海

3.5.1. 踊跃融入综试区

积极融入中国跨境电子商务综合试验区，开通跨境电商 9710、9810 出口业务，建立工业企业产品销售数据库，对接全球运营销售平台，拓展更多销售渠道。

3.5.2. 搭建跨境电商平台

电子商务的发展需要一定的创业环境和氛围[6]。为了给电商产业提供良好的发展环境，当地政府建设省

级跨境电商园——缙云县跨境电商园，集成供应链整合、跨境金融、人才孵化、服务商对接等功能，形成跨境电商服务“生态链”，让企业在“家门口”实现信息共享、人才对接、跨境电商平台入驻等一站式服务。

3.5.3. 打造跨境电商品牌

通过讲座、培训与实地考察等形式，鼓励加工企业与电商企业合作，建立品牌、申请商标和产品专利。积极组织国际贸易对接会等活动，为企业提供有关品牌、商标和产品专利方面的基本知识和服务[7]，帮助企业拓展国际市场，打造具有本土特色的跨境电商品牌。

3.5.4. 培育跨境电商人才

充分利用高校、企业的优质资源，举办阿里巴巴国际站线下培训会、亚马逊跨境电商企业沙龙等活动，常态化开展电商普及、电商创业、传统企业互联网转型升级等培训，培育跨境电商人才，为跨境电商发展源源不断输送后备人才。

4. 电商产业发展困难及瓶颈

4.1. 平台集聚功能有待提高

虽然该县共创建电商专业镇6个，电商专业村25个³，县域内共发展形成了四个电子商务集聚园区，但无论哪个专业镇或者电商园区，没有龙头企业带头，也没有集聚大量电商入驻。农村尤其是偏远地区多是一些落后的基础设施，电商配套服务不足，特别是缺乏运输组织固有场所，也未有专门的物流资源集聚基地，很难对物流资源进行整合。和许多同类型城市一样，缺少真正意义上的电商园区，让农村电商发展一度受阻[5]。

4.2. 生产成本竞争优势较弱

从基础成本看，该县房租、物流成本等均高于永康、义乌等周边县市，不少电商企业为降低成本选择将经营地外迁。浙江旺通电子商务有限公司，主营全平台糖果类零食线上销售业务，在缙云、长沙等地均有注册经营，货源来自全国各地。其负责人表示，缙云公司的物流需在义乌进行中转，相比长沙3kg以内的运输费用差价每单就高出近1元左右。从政策吸引力看，因各地政府对电商行业管理规则、尺度存在差异，该县可享受的各项政府补贴与发达地区相较并不占优势。此外，基建水平相对落后，供应链建设中生产端组织化程度较低，较难满足规模化供货需求。

4.3. 人才短缺掣肘发展

相对薄弱的电子商务知识是阻碍农村电子商务发展的重要原因[6]，本土电商从业者学历普遍偏低，知识面窄，缺乏系统的电商知识和实践经验，运营效果不佳，职业中专虽然也在培养电商人才，但电商是一种对实践要求很高的市场模式，走出校门的人很难立刻应用于电商。部分电商青年在学会相关技能或者企业小有所成后会选择到杭州、义乌等地就业创业，争取更多发展机遇。以跨境电商为代表的新业态、新模式正日益成为电商行业的新势力和新动能，而该县从事跨境电商人员甚少，亟需引进跨境电商人才队伍，以支撑跨境电商产业发展。

4.4. 本土产品采购占比比较低

工业品方面由于产品结构原因(工业中间品较多，而非C端)，以及出口占比较多等原因，对比永康，本土制造产品占比极少。农产品方面大多以初级农产品为主，产品品种单一、同质化严重，有些还无法通过相关资质认证。一些颇受欢迎“名气”较大的农产品，产量有时又无法形成规模。部分农产品还缺

³ 电商助农 乡村奔富，<https://www.xinpin1688.com/article-20072-1.html>。

乏统一的品牌策划、设计和营销推广，产品附加值低，质量控制能力不足，难以在同类型产品竞争中形成核心竞争力。

4.5. 职业举报风险较为突出

职业举报投诉问题已经成为困扰大型电商企业最突出的问题。职业举报投诉人为达到牟取利益目的，利用行政复议手段给行政机关及生产经营者施压，极大地挤占了行政资源，“以打假为名，行牟利之实”职业举报投诉已实质影响经营秩序和营商环境。

5. 产业发展策略及举措

5.1. 加大基础设施建设

积极谋划综合性、功能齐全的电商园区，要形成规模优势，以集聚效应更好地提升产业链效率。对于目前在建的电商园区，可重点突出培育专业的电商产业链，招引电商龙头企业，电商上下游企业，产生集聚发展效应。构建乡镇一级的转运体系，加大物流基础设施的投入力度，优化物流配送网络，完善集电商仓配、冷链仓储、分拨中心、供应链服务、供应链金融、场景采买、交易结算及大数据服务于一体的高附加值供应链设施。同时在村一级设立物流服务站，实现“户-村-乡镇-区县”四级串联的物流体系，使农产品在区县一级进入城市物流体系[8]。

5.2. 推进主体引育壮大

将电商上下游优质项目作为重点招引对象，通过“政府主导 + 驻外精简 + 市场化运作 + 专业化招商”招商模式，招引市外优质项目来缙投资。针对传统工贸企业、专精特新企业、商贸流通企业、涉农企业等及时提供电商业务起步性的运营指导，孵化传统企业利用数字化技术和自身渠道优势，应用电商拓市场、促销售。同时加大现有电商平台的扶优扶强，重视跨境电商培育，帮助跨境电商企业建立跨境电商独立站、打造自主跨境品牌、推动直播电商“出海”，提升产品溢价空间，实现企业转型升级。

5.3. 强化电商人才集聚

面向杭州等先行地区招引头部 MCN 机构来缙投资，重点孵化在全国有代表性、浙江独有，具有“好山好水好空气卖好产品”标识度的主播。鼓励高校、职业院校(技工院校)、职业培训机构、行业协会等开展电商职业技能培训，对符合条件的给予职业技能培训补贴，提升从业人员技术能力和政治素养。推动电商人才纳入高层次人才分类认定，给予头部主播达人荣誉称号。鼓励当地政府推荐电商先进集体和个人参评国家级、省级、市级电商示范。

5.4. 搭建良好发展生态

修订出台针对青年创业和农村电商发展的政策措施，扩大补贴范围，进行梯级扶持。同时扎实做好政策兑现，及时发放电商政策补助资金，营造良好发展环境。针对职业举报投诉问题，建议当地政府牵头，参考义乌、永康等地出台限制恶性性牟利性职业投诉举报行为实施办法，对恶性性、牟利性职业投诉举报行为依法进行联合规制。应强化政企银合作，开展电商贷、小额创业贷款等活动[11]，通过减息降利、减免多项手续费、加大无还本续贷等方式为企业减负。

6. 农村电商“北山模式”策略参考

6.1. 核心企业引领

通过龙头企业或核心企业的带动作用，整合产业链资源，形成“自主品牌 + 生产外包 + 线上线下

分销”的模式，推动农村电商的规模化和品牌化发展。注重选择或培育具有市场影响力的本土企业作为核心，整合生产、加工、销售等环节。通过“自主品牌 + 生产外包”的方式，降低生产成本，提升产品质量。线上线下结合，利用电商平台扩大市场覆盖范围。

6.2. 产业集聚与多轮驱动

通过产业集聚，形成不同特色的电商产业园区，构建“四轮驱动”的发展格局，提升区域经济的协同发展能力。创建电子商务专业镇和集聚园区，形成产业聚集效应。根据区域特色，发展不同类别的电商产业集群(如食品、家居、户外用品等)。鼓励产业链上下游企业入驻，形成协同发展的生态。

6.3. 物流网络优化

优化物流配送网络，降低物流成本，提升物流效率，为农村电商发展提供基础设施保障。建设县级寄递公共配送中心，优化物流配送路径。建立“村 - 乡镇 - 区县”四级物流体系，实现农产品快速流通。引入快递物流企业，建立本地直发物流仓，降低物流成本。

6.4. 服务支撑强化

完善电商公共服务体系，提供培训、孵化、资源对接等服务，激发市场活力。建立电商公共服务中心、直播产业孵化基地等，为电商企业提供一站式服务。

开展电商技能培训，培养高素质的电商人才。举办供需对接会、电商大赛等活动，促进资源互通和经验共享。

6.5. 品牌建设 with 品控溯源

打造区域公共品牌和品控溯源体系，提升农产品的附加值和市场竞争力。打造统一的区域公共品牌，明确品牌标准和质量要求。建立农产品溯源体系，为产品提供“身份标识”，增强消费者信任。深度挖掘特色农产品，提升品牌知名度和市场影响力。

6.6. 跨境电商发展与国际化

融入跨境电商试验区，搭建跨境平台，培育跨境电商品牌，推动农村电商国际化发展。搭建跨境电商平台，为本土企业提供国际化发展通道。鼓励企业申请商标和产品专利，打造具有国际竞争力的品牌。

6.7. 人才引进与培养

引进和培养电商人才，解决农村电商发展中的人才短缺问题。引进头部 MCN 机构和跨境电商人才，提升专业服务水平。建立电商人才培养体系，开展技能培训、创业孵化等活动。将电商人才纳入高层次人才认定范围，提供政策支持和荣誉称号。

6.8. 政策支持与生态建设

通过出台扶持政策和优化营商环境，为农村电商发展提供制度保障。出台支持电商发展的政策措施，提供资金补贴和税收优惠。建立电商行业协会，引导网商自发组织，促进良性竞争。加强部门协作，规制职业举报投诉问题，营造良好的发展环境。

7. 结语

传统农村经济以农产品生产为主，通过电商平台可以将农产品与消费者直接连接起来，打破传统的销售渠道限制，提高农产品的销售效率和降低成本。通过线上销售渠道，农民可以将产品直接销售给城

市消费者,避免了传统的中间环节,减少了农产品的流通损失和销售代理费用,从而增加了农民的收入,扩大农村市场的规模和影响力,为城乡居民提供更多的消费选择。乡村振兴战略的核心是通过发展农村产业,提升农民收入和生活质量。农村电商作为一个直接有效的途径,可以将城市的消费需求和农村的生产资源有机地结合起来,推动农村产业的升级和发展,实现农村经济的繁荣和社会的可持续发展。促进农村电商产业的高质量发展对于推动农村经济转型、提升农产品附加值、拓展市场覆盖范围、提供便捷的采购渠道以及推动农村数字化发展等方面均具有重要意义。

参考文献

- [1] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.
- [2] 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.
- [3] 郭红东, 曲江. 直播带货助农的可持续发展研究[J]. 人民论坛, 2020(20): 74-76.
- [4] 秦芳, 王剑程, 胥芹. 数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J]. 经济学(季刊), 2022, 22(2): 591-612.
- [5] 黄仁同. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(10): 104-106.
- [6] 马红军. 农村电子商务发展对策研究——以卢氏电商产业发展为例[J]. 电子商务, 2019(8): 33-34.
- [7] 高永平. 农村电子商务发展现状浅析[J]. 现代营销(下旬刊), 2018(12): 162-163.
- [8] 苗志明, 李义靖, 王子健. 河南省农村电商发展现状及策略分析[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(15): 154-156.