

乡村振兴战略下农村电商赋能模式与实践探索

袁 燕

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月27日; 录用日期: 2025年5月16日; 发布日期: 2025年6月16日

摘 要

在乡村振兴战略全面推进的时代背景下, 农村电商作为推动农村经济发展、促进农民增收的重要力量, 正发挥着日益关键的作用。本文旨在深入探讨乡村振兴战略下农村电商的赋能模式, 通过对农村电商在乡村振兴中的作用机制、现状及问题的分析, 探索适合我国农村电商发展的有效路径和实践模式。研究发现, 农村电商通过促进农产品销售、推动农村产业融合、带动农民创业就业、提升农村信息化水平等方面, 为乡村振兴注入了强大动力。然而, 目前农村电商发展仍面临基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设滞后、供应链不完善等诸多挑战。基于此, 本文提出了加强基础设施建设、培养专业人才、强化品牌建设、完善供应链体系、加大政策支持等一系列促进农村电商发展的对策建议, 以期为乡村振兴战略的实施提供有益参考, 推动农村电商在乡村振兴中发挥更大的作用。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 赋能模式, 发展对策

Exploration of Rural E-Commerce Empowerment Models and Practices under the Rural Revitalization Strategy

Yan Yuan

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 27th, 2025; accepted: May 16th, 2025; published: Jun. 16th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the comprehensive promotion of the rural revitalization strategy, rural e-commerce, as an important force in promoting rural economic development and increasing farmers' income, is playing an increasingly crucial role. This article aims to explore in depth the empower-

ment model of rural e-commerce under the strategy of rural revitalization. By analyzing the mechanism, current situation, and problems of rural e-commerce in rural revitalization, it explores effective paths and practical models suitable for the development of rural e-commerce in China. Research has found that rural e-commerce has injected a strong impetus into rural revitalization by promoting the sales of agricultural products, promoting the integration of rural industries, driving farmers' entrepreneurship and employment, and enhancing the level of rural informatization. However, the current development of rural e-commerce still faces many challenges such as weak infrastructure, talent shortage, lagging brand building, and imperfect supply chain. Based on this, this article proposes a series of countermeasures and suggestions to promote the development of rural e-commerce, including strengthening infrastructure construction, cultivating professional talents, enhancing brand building, improving the supply chain system, and increasing policy support, in order to provide useful references for the implementation of the rural revitalization strategy and promote the greater role of rural e-commerce in rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Empowerment Mode, Developing Countermeasures

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

1.1. 研究背景

乡村振兴是新时代的国家战略，是实现农业农村现代化和建设农业强国的重要任务。党的二十大报告指出，全面推进乡村振兴，坚持农业农村优先发展，巩固拓展脱贫攻坚成果，加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴[1]。在乡村振兴的诸多举措中，农村电商作为数字经济与农业农村深度融合的典型应用场景，近年来呈现出蓬勃发展的态势。农村电商充分应用数字技术，改变了传统农业的经营形态，推动了产业链各个主体、各种要素的重组，最终带来价值链的提升和产业的深度升级[2]。2024 年中央一号文件提出，实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售。商务部、农业农村部等 9 部门也联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，引导农村电商实现数字化转型升级。在这样的政策背景下，深入研究农村电商赋能乡村振兴的模式与实践具有重要的现实意义。

1.2. 研究意义

理论意义方面，丰富了乡村振兴和农村电商领域的研究内容。目前关于农村电商的研究多集中在其发展现状、问题及对策等方面，而对其在乡村振兴中的赋能模式进行系统研究相对较少。本文通过深入剖析农村电商的赋能机制和实践模式，为相关理论研究提供新的视角和思路，有助于进一步完善乡村振兴理论体系和农村电商理论框架。

实践意义方面，为农村电商发展和乡村振兴战略实施提供决策参考。通过对农村电商赋能模式与实践探索研究，分析当前农村电商发展中存在的问题，提出针对性的对策建议，能够帮助政府部门制定更加科学合理的农村电商发展政策，引导企业和农民更好地参与农村电商，促进农村电商与乡村产业的深度融合，推动乡村振兴战略的顺利实施，实现农业强、农村美、农民富的目标。

1.3. 国内外研究现状

国外在农村电商领域的研究起步较早，成果颇丰。在影响因素方面，国外诸多学者指出，互联网基础设施的完备程度是农村电商发展的基石，高速稳定的网络连接能确保电商交易的顺畅进行；农民的数字素养同样关键，具备较高数字技能的农民更易掌握电商运营技巧，积极参与线上交易。物流配送能力也不容忽视，良好的物流体系可降低运输成本、缩短配送时间，提升农产品的市场竞争力。在发展模式上，农产品直销模式借助网络平台让农民与消费者直接对接，减少中间环节，提高农民收益；电商平台合作模式下，农村企业或农户与知名电商平台合作，利用平台的流量优势和技术支持拓展市场；农村合作社主导模式则通过合作社整合资源，实现农产品的标准化生产与销售，增强农民的市场话语权。在对农村经济社会的作用研究中，许多学者通过实证分析发现，农村电商显著拓展了农产品销售市场，增加了农民收入。如 Reardon 和 Timmer 的研究表明，电商使农产品销售范围扩大，价格提升，农民收入实现显著增长[3]。同时，农村电商推动了农村产业结构调整，促进了农村社会信息化水平的提升[4]。

国内研究主要紧密结合我国国情，对农村电商与乡村振兴的关系进行了深入探索。如在助力农产品上行方面，通过构建农产品电商供应链模型，分析发现电商平台的大数据分析功能精准匹配农产品供需，提高农产品上行效率[5]。在推动农村产业融合上，运用产业融合理论，研究表明农村电商通过信息流、资金流和物流的整合，促进了一、二、三产业之间的技术渗透和业务相关联。在促进农民增收方面，基于收入增长模型，发展电商创业和就业为农民开辟了新的增收渠道。在问题与对策研究中，国内学者普遍认为，我国农村物流配送体系不完善，存在物流网点覆盖率低、配送成本高的问题；电商人才短缺，尤其是既懂农业又懂电商运营的复合型人才比较匮乏；农产品标准化和品牌化程度低，缺乏统一的质量标准和知名品牌。针对这些问题，提出加强农村基础设施建设，包括完善网络和物流设施；加大电商人才培养力度，开展多层次培训；推进农产品品牌建设，提升品牌竞争力等对策。然而，现有研究在农村电商赋能乡村振兴的具体模式和实践分析方面还不够深入系统，在量化分析农村电商对乡村振兴各方面的影响上还有待加强。

1.4. 研究方法与创新点

本文运用文献研究法，广泛搜集了国内外关于农村电商和乡村振兴的文献资料，并进行了细致的梳理与分析，以掌握研究现状和未来趋势，为本研究奠定理论基础并提供研究思路。在研究视角上，本文从赋能模式的维度深入探讨，分析农村电商如何通过多样化的方式和途径为乡村振兴提供支持和动力，相较于以往的研究，本文提供了更为系统和全面的分析。在研究内容方面，本文关注到农村电商发展的一般性问题和对策，通过提炼经验教训，并提出具有高度操作性的建议，从而增强了研究的实用价值。

2. 农村电商赋能乡村振兴的理论基础

2.1. 相关概念界定

农村电商指的是利用互联网技术，在乡村地区进行的电子商务活动。这些活动包括但不限于农产品的销售、农业生产资料的采购、农村生活消费品的销售，以及农村旅游和农村服务等领域的在线交易。它覆盖了从农产品的生产、加工、包装、仓储、物流到最终销售的整个产业链，涉及农村电商平台、电商企业、农民专业合作社、农户等多个参与主体。

乡村振兴战略是习近平总书记在党的十九大报告中提出的重大战略构想。该战略的核心在于坚持农业农村优先发展，遵循产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的五大总要求。其目标是建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系，以加速推进农业农村现代化进程。乡村振兴战略是一个全面的发展战略，它不仅关乎农村经济的发展，还涉及社会、文化、生态等多个领域。

2.2. 农村电商赋能乡村振兴的作用机制

农村电商促进农产品销售的理论分析与量化模型：农村电商借助互联网平台打破了农产品销售的地域限制，拓宽了销售渠道。从经济学理论角度看，这符合市场拓展理论，电商平台降低了交易成本，扩大了市场边界。可构建量化模型，以某一地区农产品电商销售额(S)为因变量，以电商平台流量(T)、农产品品牌知名(B)、农产品质量评分(Q)等为自变量，建立回归模型 $S = \alpha + \beta_1 T + \beta_2 B + \beta_3 Q + \epsilon$ 。通过收集多组数据进行回归分析，便可量化各因素对农产品销售的影响程度，进而评估农村电商对农产品销售的促进作用。

农村电商推动农村产业融合的理论分析与量化方法：农村电商推动农村产业融合，涉及产业经济学中的产业关联理论。电商销售数据反馈市场需求，引导第一产业调整种植养殖结构，这是产业前向关联；带动农产品加工业发展，属于产业后向关联；催生相关服务业，体现了产业旁侧关联。可采用投入产出模型来量化农村电商对产业融合的促进作用[6]。以农村电商产业为核心，确定其与其他产业的投入产出关系，计算产业关联度系数。若某地区农村电商与农产品加工业的关联度系数较高，表明两者融合程度深，农村电商对农产品加工业的带动作用强。

农村电商提升农民数字素养的理论分析与评估模型：从教育经济学和信息传播理论来看，农村电商发展促使农民接触互联网技术和电子商务知识，提升数字素养。可构建评估模型，选取农民使用电商平台的频率(F)、掌握电商技能的种类(N)、参与电商培训的次数(E)等指标，采用层次分析法确定各指标权重，构建综合评估模型($DL = W_1 F + W_2 N + W_3 E$)，其中 DL 代表农民数字素养综合得分，(W₁)、(W₂)、(W₃) 为各指标权重。通过对不同地区农民的调查数据计算得分，评估农村电商对农民数字素养的提升效果。

3. 农村电商发展现状分析

3.1. 我国农村电商发展总体情况

近年来，我国农村电商呈现出快速发展的态势。从交易规模来看，2024 年前三季度，全国农村网络零售额达 1.7 万亿元，增长 12.2% [6]。农村电商市场规模不断扩大，成为推动农村经济发展的新引擎。在市场主体方面，农村网商数量稳步增加，截至 2022 年底，农村网商达 1750.3 万家，同比增长 8.5% [6]。越来越多的农民、农村企业和创业者参与到农村电商中来，形成了多元化的市场主体格局。

3.2. 农村电商发展的主要模式

大型电商平台如阿里巴巴、京东、拼多多等，在农村地区建立服务站点、开展电商培训、提供物流配送，帮助农民开设网店销售农产品。利用大数据和精准营销策略，电商平台助力农民拓展市场，提高销售效率。

农村地区依托特色农产品和产业资源[7]，成立农民专业合作社和农业企业等电商经营主体。这些主体整合农产品资源，标准化生产、加工和包装，打造地方特色品牌，并通过电商平台销售。合作社提供技术指导、农资采购、产品销售等一站式服务，提升农民组织化程度和市场竞争力。

直播电商在农产品销售中广泛应用，通过直播展示农产品信息，增强消费者信任和购买意愿。政府官员、电商达人、网红等参与直播带货，提升农产品知名度和销售效果。

3.3. 农村电商发展面临的挑战

3.3.1. 农村网络基础设施需加强

我国农村网络基础设施虽有进展，但与城市差距大。网络覆盖、信号、网速问题限制电商业务。根据《中国数字经济发展报告(2023)》数据显示，截至 2023 年底，农村地区仍有约 20% 的区域网络覆盖不

足，网速低于城市平均水平的 30%以上。物流体系不完善，成本高、效率低、服务质量差，导致“最后一公里”问题未解决。据商务部统计，农村物流成本比城市高出 20%左右。

3.3.2. 农村电商人才短缺

农村电商人才，包括运营、营销、物流、数据分析等专业人才短缺[8]。农民缺乏电商知识和技能，限制了电商业务能力。据《中国农村电商人才发展报告(2024)》显示，农村电商人才缺口达 300 万。农村经济滞后，吸引和留住人才困难。以贵州为例，2024 年农村电商相关专业毕业生回流率不足 10%。

3.3.3. 农产品标准化程度低

农产品标准化程度低，缺乏统一质量标准和检测体系，产品质量不一致，难以满足电商销售标准[9]。据农业农村部统计，全国仅有 30%的农产品通过标准化认证。电商品牌建设滞后，品牌意识弱，市场竞争力不足，品牌营销推广力度不够。

3.3.4. 农村电商供应链体系不完善

农村电商供应链体系需完善，农产品生产、加工、仓储、物流衔接不畅。关键设施设备缺乏，影响产品品质和销售周期。据《中国农村电商发展调研报告(2024)》显示，约 60%的农村电商企业反映供应链设施不足。供应链信息化程度低，难以有效监控和管理各环节。

4. 农村电商赋能乡村振兴的路径选择

4.1. 完善农村电商基础设施建设，促进农村经济发展

政府需增加对网络基础设施的投资，与通信运营商合作，扩展农村网络覆盖[10]。在偏远地区建立 4G、5G 基站，保证网络稳定性和电商需求的网速。根据《中国数字经济发展报告(2023)》建议，政府应每年投入不少于 10 亿元用于农村网络基础设施建设。提供专项资金补贴农村网络基础设施建设，降低企业成本。推动物流企业在农村建立县级配送中心，并向乡镇和村扩展网点。推广共同配送模式，整合物流资源，优化配送路线，提高效率降低成本。对参与共同配送的物流企业实施税收优惠。同时，建设农村冷链物流设施，根据农产品特性和市场需求，在产地或集散地建设冷藏库、冷冻库及配备冷藏运输车辆，完善冷链体系。政府可提供财政贴息贷款支持冷链物流设施的建设。

4.2. 培育农村电商专业人才，提升专业水平

建立电商培训体系，普及基础电商知识，包括平台注册、商品上架等。为有基础农民提供网店运营和网络营销培训，以及创业指导和电商法规培训。培训结合线上线下，线上用短视频、直播课程，线下组织专家集中培训。与高校合作，开设农村电商专业，设置相关课程，培养电商人才。高校与农村建立实习基地，鼓励毕业生和电商人才到农村就业创业，政府提供补贴和奖励。据《中国农村电商人才发展报告(2024)》建议，每年应培训不少于 100 万农村电商人才。

4.3. 加强农村电商品牌建设，提升农产品知名度

农业部门与科研机构合作，为农产品制定全流程质量标准，并建立检测体系，确保产品达标。利用地方特色，打造品牌[11]，如修文猕猴桃，并通过多渠道宣传提升品牌知名度。同时，与网红、电商达人合作推广。据《中国农村电商发展调研报告(2024)》显示，品牌化农产品的市场竞争力是普通农产品的 3 倍。

4.4. 完善农村电商供应链体系，促进农民增收

政府引导农民土地流转，实现规模化种植养殖。推广标准化技术，建立质量追溯体系，确保农产品

安全。通过税收优惠等政策,支持企业深加工,提升产品附加值。建设仓储物流中心,配备先进设备,实现高效储存运输。利用大数据、物联网技术,进行供应链信息化管理,优化物流配送,提高协同效率和透明度。

4.5. 加大政府的政策支持力度,激发创业活力

政府增加对农村电商的财政支持,设立专项资金用于基础设施、人才培养、品牌和供应链建设^[12]。实施税收优惠,减免企业税和增值税,降低运营成本。税收优惠标准根据企业情况差异化制定。为农民和返乡人员提供创业补贴和贷款贴息,支持创业项目和降低融资成本。加强市场监管,规范市场秩序,打击假货,维护公平竞争。完善法律法规,制定交易规范和农产品监管法规,保障农村电商发展。

5. 结论与展望

5.1. 研究结论

农村电商在乡村振兴中发挥着重要的赋能作用,通过促进农产品销售、推动农村产业融合、带动农民创业就业、提升农村信息化水平等方面,为乡村振兴注入了强大动力。我国农村电商发展取得了显著成效,但仍面临基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设滞后、供应链不完善等诸多挑战。通过对典型案例的分析,总结出了政府支持、人才培养、品牌建设、产业融合等农村电商赋能乡村振兴的成功经验和有效模式。为促进农村电商发展,应加强基础设施建设、培养专业人才、强化品牌建设、完善供应链体系、加大政策支持力度等。

5.2. 研究展望

未来农村电商将呈现出更加多元化、智能化、融合化的发展趋势。随着 5G、人工智能、大数据、物联网等新技术的不断应用,农村电商的发展将迎来新的机遇和挑战。在研究方面,需要进一步深入研究农村电商与乡村振兴的深度融合机制,探索农村电商在促进农村生态保护、乡风文明建设、乡村治理等方面的作用和路径。加强对农村电商发展新模式、新业态的研究,如社交电商、跨境电商、农村电商直播等,为农村电商的创新发展提供理论支持。关注农村电商发展中的区域差异,研究不同地区农村电商的发展特点和需求,提出更加精准的政策建议和发展策略,促进农村电商的均衡发展。

参考文献

- [1] 杨骞,祝辰辉.乡村振兴的中国道路:特征、历程与展望[J].农业经济问题,2024(2):4-17.
- [2] 余花,李学卫.乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J].农业经济,2025(3):136-137.
- [3] 王建英,陈志钢,黄祖辉,等.转型时期土地生产率与农户经营规模关系再考察[J].管理世界,2015(9):65-81.
- [4] Timmer, C., 程艳军.农业和扶贫:国际经验与教训[J].农业经济问题,2005,26(10):22-28.
- [5] 周文超,李英毅.乡村振兴背景下农村电商对农产品供应链整合的影响[J].商业经济研究,2024(17):91-94.
- [6] 今年前三季度,全国农村网络零售额达1.7万亿元,增长12.2% [J].大众投资指南,2023(21):2-3.
- [7] 郭馨梅,郭金阳.发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J].价格理论与实践,2024(6):34-38+224.
- [8] 宋长鸣,刘笑,章胜勇.深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J].宏观经济管理,2025(2):58-65+76.
- [9] 游雅娟.数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J].商业经济研究,2024(3):119-122.
- [10] 李怡娴.农村电商助力乡村振兴:内在机理、现实堵点及纾解之策[J].农业经济,2024(7):135-138.
- [11] 王丽,滕慧君.“数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J].农业经济,2024(2):136-137.
- [12] 曹呈楠.数字经济背景下农村电商发展策略研究[J].中国农业资源与区划,2024,45(1):72+83.