

# 数字时代乡村产业振兴的路径研究

## ——基于产业发展与农村电商的视角

王馨婷

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年6月8日; 录用日期: 2025年6月20日; 发布日期: 2025年7月14日

### 摘要

数字技术与电子商务的发展正在引发传统产业组织的系统性变革。在此进程中,直播电商作为关键载体,通过数字劳动重塑价值链分配机制,其创新扩散效应已突破核心市场边界,深度嵌入乡村经济场域重构乡村产业生态。在快速发展的背后,乡村产业发展呈现局部突破与整体滞后并存的特征:农业生产智能化与供应链数字化取得初步成效,但人才断层、产业链低端锁定和生态破坏成为产业发展的潜在危机。基于此,本研究提出构建“新基建+智慧物流”基础设施网络和创新“直播电商+社区团购”融合模式,激活市场下沉潜力、优化资源配置效率,为乡村产业振兴路径注入可持续动能。

### 关键词

数字技术, 乡村产业振兴, 电商, 直播

# Research on the Path of Rural Industry Revitalization in the Digital Era

## —Based on the Perspective of Industrial Development and Rural E-Commerce

Xinting Wang

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jun. 8<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 20<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 14<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

The development of digital technology and e-commerce is triggering a systemic change in traditional industrial organizations. In this process, live streaming e-commerce, as a key carrier, reshapes the

distribution mechanism of the value chain through digital labor, and its innovation diffusion effect has broken through the core market boundary and is deeply embedded in the rural economic field to reconstruct the rural industrial ecology. Behind the rapid development, the development of rural industries has shown the coexistence of local breakthroughs and overall lags: the intelligence of agricultural production and the digitalization of the supply chain have achieved initial results, but the talent fault, the low-end lock-in of the industrial chain and the ecological damage have become potential crises for industrial development. Based on this, this study proposes to build an infrastructure network of “new infrastructure and smart logistics” and innovate the integration model of “live streaming e-commerce and community group buying” to activate the potential of market sinking, optimize the efficiency of resource allocation, and inject sustainable momentum into the path of rural industry revitalization.

## Keywords

Digital Technology, Rural Industry Revitalization, E-Commerce, Live Streaming

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

习近平总书记指出，产业振兴是乡村振兴的重中之重，也是实际工作的切入点[1]。当前数字经济展现的结构性变革力量，正通过技术赋能引发乡村产业的创新性变革。数字技术驱动下的生产要素重组与产业形态跃迁，不仅重构传统农业的价值捕获路径，更催生新业态融合发展的可能性空间。在此进程中，农村电商作为创新载体，通过消解传统产销关系的时空约束与信息壁垒，激活城乡要素双向流动，其作为乡村振兴关键性嵌入变量的战略地位日益凸显，持续释放可持续转型动能。

## 2. 数字时代农村电商驱动产业振兴的实践模式

### 2.1. 平台资本主导型

平台资本主导型模式作为数字技术嵌入乡村产业的重要载体，以大型电子商务平台为组织中枢，通过技术扩散与资源整合实现农产品供应链优化。以浙江省“淘宝村”及“拼多多助农计划”为典型代表，该模式展现出显著的市场重构能力。在淘宝村实践中，阿里巴巴集团依托其生态系统，构建了多主体协同机制：通过整合分散农户、专业合作社及中小微企业，形成基于平台中介的产销直连网络。该模式以标准化服务体系与数字化赋能工具，降低了农业经营主体进入电子商务领域的制度性壁垒。拼多多平台则创新性采用“农地云拼”模式，运用分布式人工智能算法聚合长尾市场需求，进而通过规模化订单倒逼生产端实施集约化改造。

### 2.2. 政府规制引导型

政府规制引导型农村电商发展模式体现了行政主体在弥补市场失灵、优化资源配置中的制度性安排。以江苏沙集和浙江遂昌为代表的实践表明，地方政府通过政策工具与治理机制的创新，有效构建了“政策激励 + 基建支撑 + 能力培育”三位一体的电商生态系统。沙集模式的核心在于要素集聚效应的制度设计：地方政府通过规划建设电商产业园，实施土地定向供给、税收梯级减免等差异化政策，成功吸引家具制造企业形成产业集群。与此同时，沙集镇党委政府坚持精准扶贫的战略指导，在强化家具业电商

特色之际，将电商发展注入贫困户，带动乡镇贫困户发展[2]。配合全域光纤网络覆盖和智慧物流体系建设，该模式实现了从生产制造到电商营销的纵向整合。遂昌模式则展现了政府引导下的服务网络重构：为发展农村电子商务，建立行政主导的跨部门协同机制，设立专职副县长岗位负责电商事务统筹，重点推进资源配置优化与行政审批流程再造；构建专项化、持续性的财政支持体系，大力支持基础设施建设、网商培训。通过“赶街”工程建立县乡村三级电商服务中心，构建涵盖产品标准化、质量追溯、品牌运营的全链条服务体系，形成“协会 + 合作社 + 农户”的品质监控机制[3]。

### 2.3. 网红经济衍生型

网红经济衍生型模式以直播电商与短视频营销为核心，在电商助农中，“人、货、场”是三大关键要素[4]，该模式的核心在于“人、货、场”重构，以情感联结与场景化体验激活消费需求，正在成为农产品数字化转型的重要实践路径。以甘肃陇南市农产品电商化工程为例，该地区通过构建“政府引导 + 平台赋能 + 主体培育”的三维驱动机制，并创新性引入行政资源(如市县两级官员参与“带货直播”)，依托抖音、淘宝、小红书等头部平台开展特色农产品场景化营销推广中药材、油橄榄等特产，短期内实现销量激增与品牌曝光。此类模式的核心竞争力在于其突破了传统电商的“交易导向”局限，有效激活消费者的在地化想象与文化认同。但乡村网红缺乏持续内容创新能力，难以形成个性化 IP 的持续影响力，直播账号生命周期偏短。

## 3. 数字时代乡村产业发展的潜在挑战

### 3.1. 数字鸿沟扩大风险

技术赋能的差异正加速乡村发展的空间分异。在技术扩散层面，东部地区通过全域网络覆盖、智能物流协同、地方性平台建构等数字基础设施的建设完成产业全链路数字化集成，进而形成要素集聚的虹吸效应，吸引资本、技术、人才持续涌入。中西部偏远乡村的农产品流通高度依赖外部平台，导致利润被中间环节大量攫取，致使地域特色产业陷入价值链低端锁定困境。这种空间剥夺效应不仅体现于经济产出差距，更深刻重构产业治理权力结构——标准化、规模化的技术偏好与小农生产模式的异质性张力，导致地方产业自主性持续弱化。

从主体维度看，数字鸿沟正在撕裂乡村社会的参与公平性。青壮年、返乡创业者等“数字强势群体”能够快速适应电商运营、直播营销等新业态，而留守老人、妇女等“数字弱势群体”因技能与设备缺失，被系统性边缘化。更深层的危机在于，数字鸿沟正在消解乡村的文化主体性与可持续发展根基。算法霸权主导下的流量分配逻辑，正在解构乡村文化的主体性。为满足数据指标体系，地方性知识被迫进行祛魅化改造：传统作物品种因消费画像偏离而遭淘汰，手工技艺因转化效率低下被机械生产替代。这种技术理性对文化多样性的侵蚀，实质上构成新型数字殖民主义对地方性生产体系的规训。

数字鸿沟绝非单纯的技术接入问题，而是涉及资源分配、权力结构、文化认同的系统性风险。若放任其扩大，乡村产业振兴或将异化为技术精英主导的排他性进程，背离共同富裕的初心。因此，破解数字鸿沟必须从主体赋能、技术适配、生态重构等维度寻求系统性变革，确保数字时代的乡村产业振兴不被鸿沟割裂，而是在包容性发展中实现技术嵌入与乡村社会资本积累的互构共生。

### 3.2. 人力资源缺失

作为乡村产业振兴的重要驱动力，农村电商在推进过程中面临多维结构性约束，其发展效能受到制约。首要制约源于数字基础设施的非均衡性供给，偏远地区新型基础设施建设滞后导致的“数字接入鸿沟”，使得农产品供应链数字化转型难以实现全域覆盖。更深层次的矛盾在于产业链价值捕获能力弱化，

当前农村电商多集中于初级农产品流通环节，因深加工技术缺位与品牌化机制匮乏，陷入同质化竞争与低附加值锁定。部分“淘宝村”因盲目跟风导致区域内产品高度同质化，陷入低价竞争恶性循环，利润空间被平台佣金与物流成本挤压。与此同时，数字技术与农业生产的融合仍停留在表面，智能农业设备因成本高、操作复杂而普及率低，生产端的数据采集与分析能力不足，难以支撑精准种植与定制化生产。更为严峻的是，产业扩张与生态可持续性之间的张力日益凸显，电商衍生污染与农业商业化过载等问题，正逐步侵蚀乡村生态系统的再生能力。

人力资本的结构性短缺正持续加剧乡村产业发展的非均衡性，其矛盾集中体现于电商运营主体的代际断层与技能供需错配。人口外流引致的主体老龄化趋势，使得在地化数字技能培育体系面临内生性动力不足，留守群体普遍受限于电商运营、品牌管理等专业化能力缺口。与此同时，外源性人才引进机制因乡村公共服务供给失衡与职业发展通道阻滞，难以形成稳定的人力资源沉淀，人才高流动性进一步削弱技术扩散效能。这种“内生培育滞后——外源输入失能”的双重困境，本质上是城乡要素流动制度性壁垒在数字经济领域的空间投射。

2024年《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》指出，用五年时间培育10,000名左右农村电商带头人是今后的工作重点[5]。部分县域虽设立电商培训中心，但课程同质化严重，忽视农产品特性与本地资源适配性，导致“学用脱节”。另外，技术赋能的非均衡性使得资源禀赋较弱的乡村被进一步边缘化，留守妇女、老年人等群体因数字素养不足难以共享红利。直播电商的算法推荐机制更倾向于流量集中的头部网红，草根农户难以突破“流量壁垒”。

### 3.3. 生态危机

数字技术驱动下的乡村产业振兴，正以效率与规模为导向重塑乡村经济图景，然而，在追求增长的过程中，生态系统的脆弱性被低估甚至忽视。农村电商的快速扩张与产业数字化升级，虽带来短期经济效益，却也加剧了资源掠夺式开发、环境污染与生态功能退化，使乡村产业发展面临“增长 + 破坏 + 不可持续”的深层风险。

产业集聚必然会带来环境问题[6]，不论为是农业生产和养殖活动还是农产品加工工业，抑或是乡村旅游等文化产业，都不可避免地会对环境造成一定的污染。农村电商爆发式增长催生了新型污染源，乡村地区产生大量的电商包装垃圾，由于农村环境意识和管理水平相对较低，一些农村地区的居民环保意识相对较弱，缺乏对环境保护的重视和了解，产业垃圾规范化回收的占比很低，导致污染问题得不到有效控制和治理，乡村生态环境恶化，不利于可持续发展。这种“数字繁荣”与“生态贫困”的共生关系，使乡村陷入“产业越发展，环境越脆弱”的恶性循环。

生态可持续性问题本质上是技术理性与生态伦理的结构性冲突。数字时代的乡村产业振兴若继续沿袭“先污染、后治理”的工业化逻辑，必将付出远超经济收益的生态代价。唯有将生态系统完整性、资源可再生性、生物多样性保护嵌入数字技术应用与电商模式创新，方能在产业增长与生态安全间找到平衡点，实现真正意义上的振兴。

## 4. 数字技术驱动乡村产业振兴的路径设计

### 4.1. 直播电商与社交电商下沉

解域化表现为人类与象征形式的分解，文化结构、关系、场景和表征在此过程中部分离散[7]。直播电商通过“主体、商品、空间”三元交互机制，实现了农产品流通体系的空间解域化与信息不对称消解。其技术特性赋予农产品营销双重革新：一方面，借助可视化呈现与场景化叙事，将在地化生产情境直接映射至消费端认知框架，构建基于情感资本的新型信任关系——农民主播以质朴形象与真实叙事建立情

感联结,消费者因“所见即所得”的体验增强购买信心;另一方面,直播电商催生的技术赋权效应,推动农业经营主体角色向价值链高阶环节迁移。返乡青年、女性从业者等群体通过参与内容生产与流量运营,实现从初级生产者到复合型市场主体的身份转型,进而牵引“生产加工+数字营销”的本地化价值链整合。这种产业组织形态的演进,不仅优化要素配置效率,更通过就业弹性提升为乡村人力资本积累提供持续动能。

社群是社会中个体之间依靠兴趣、目标、价值观等因素产生相互关联,为了方便沟通与交流,最终形成关系密切的聚合群体[8]。基于社会资本理论的社交电商模式以“熟人经济”为基础,依赖用户自发表达(如拼团、砍价),通过情感信任实现流量变现。社交电商核心在于利用社交媒介的传播扩散特性,通过社交裂变机制整合碎片化订单,激活分散化消费需求并实现供需动态适配,形成需求规模效应倒逼生产端集约化转型,有效提升小农生产与消费市场的空间匹配效率。

更深层次的变革源于两类模式对乡村全产业链的数字化升级。从实践效果看,直播电商与社交电商的下沉不仅重塑了乡村产业的“流量入口”与“价值出口”,更通过技术普惠与模式创新,推动乡村经济从资源驱动转向数字驱动。农产品得以突破地域限制,在数字空间中完成品牌化、标准化与增值化跃迁;农户从价值分配从属者演化为价值链治理主体,通过数字劳动参与剩余价值再分配;乡村产业生态则借助电商基因实现“逆向改造”:电商技术基因诱发生产系统的智能化重组、供应链网络的弹性改造以及营销矩阵的精准适配,三者协同形成“数字嵌入—反馈迭代—系统升级”的稳态机制。5G、VR等技术的应用进一步拓展了电商直播的场景边界:消费者可通过VR直播“云参观”生态农场,追溯产品溯源信息,推动“绿色农业”、“有机农业”的价值变现。这种数字能力的内生性积累,为乡村产业振兴提供了可持续的范式转换路径。

#### 4.2. 社区团购与本地化服务结合

社区团购(也称社区电商)是在新零售背景下诞生的一种以农产品为主的新型消费模式[9]。社区团购与本地化服务的结合通过重构供需关系、激活在地资源、强化产销协同,成为驱动乡村产业振兴的创新引擎。这一模式以“预售+次日达”为核心逻辑,平台通过微信群、快团团小程序等渠道收集社区居民的农产品需求,并以预售形式将订单数据实时反馈至产地。农户可根据订单量动态调整种植计划与采摘节奏,减少盲目生产与库存积压。本地化仓储与配送网络的建立(如乡镇集散中心、社区自提点),进一步压缩流通环节,农民利润空间显著提升。此类模式正推动农业生产逻辑从供给驱动向需求牵引转型,县域构建的三级服务网络通过数字化需求归集与弹性供应链响应,实现农产品上行与工业品下行的双向价值循环,本质上是乡村经济内生动能的重构过程。

本地化服务深度激活乡村多元价值,深入挖掘乡村文化、生态,延伸出“产品+服务+体验”的复合业态。乡村手工艺品、非遗技艺通过团购平台以“限量定制”形式进入城市社区,消费者可在线上下单后到自提点体验制作课程,形成“购买、体验、传播”的价值共创闭环。此外,本地化服务嵌入乡村文旅场景,如民宿套餐、农耕体验项目的团购,吸引城市居民反向流入乡村消费,带动餐饮、住宿、休闲农业协同发展。这种“以销促产、以产带游”的机制,使乡村从单一生产空间升级为多元价值聚合体,激发内生增长动力。

以“一村一品”的本地资源优势为基础的“团长推荐+产地溯源”模式,通过短视频展示种植过程,吸引顾客。在此过程中,社区团长、乡村合作社成为品牌传播的关键节点,他们既是销售渠道,也是乡村文化代言人,推动“产品溢价”与“文化认同”的双重增值。更为重要的是,这一模式通过利益联结机制,实现多方共赢:农户通过合作社集中供货,获得规模议价权;社区团长依托销售佣金与流量奖励获得增收;城市居民则以更低成本获取优质农产品;政府则通过整合邮政、交通等公共资源完善冷链物流

体系,或搭建区域性团购平台(如“浙里汇”助农专区),进一步放大协同效应。这种“轻资产、强连接”的运作模式,使乡村产业在数字时代快速融入城乡经济大循环,为振兴路径注入可持续动能。

## 5. 结语

在历史唯物主义的视域下,数字技术不应被视为对传统农耕文明的替代性力量,而应成为激活其内生基因的催化媒介。技术民主化进程通过重构乡村生产要素配置关系,推动数字增值收益向社区公共资产的制度性转化,乡村产业振兴的终极图景应是数字文明与农耕文明的共生演进,这种演进本质上是技术理性与生态伦理的辩证统一过程。在这里,技术工具不再是解构传统的破壁者,而是文明基因的数字化转译者。

## 参考文献

- [1] 习近平. 加快建设农业强国推进农业农村现代化[J]. 求是, 2023(6): 4-17.
- [2] 覃焯. 乡村振兴战略视野下农村电子商务发展研究[J]. 电子商务, 2019, 20(10): 14-15.
- [3] 胡志权. 我国农村电子商务特色发展研究——以“遂昌模式”为例[J]. 现代商业, 2024(24): 40-43.
- [4] 张梦菲. 困于平台驯化和乡土社会的新农人——对抖音新农人 KOL 直播带货的参与式观察[J]. 新媒体公共传播, 2024(1): 107-117.
- [5] 构建协同、创新、高效的农村电商生态圈《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》发布[J]. 中国合作经济, 2024(4): 33-37.
- [6] 孙佳慧. 生态文明建设引领乡村产业振兴的内在逻辑与实现路径[J]. 中国集体经济, 2025(4): 9-12.
- [7] 詹姆斯·罗尔. 媒介、传播、文化[M]. 董洪川, 译. 北京: 商务印书馆, 2012.
- [8] 乔晗, 吕昊屹, 罗文超, 等. 基于两阶段关联 DEA 模型的社群电商效率测度与提升路径研究——以新疆社群电商企业为例[J]. 运筹与管理, 2023, 32(11): 64-71.
- [9] 徐旭初, 杨威. 农产品社区团购: 模式、挑战与趋势[J]. 中国农民合作社, 2022(10): 49-52.