

# 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴策略研究

谭雪

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年5月8日; 录用日期: 2025年5月22日; 发布日期: 2025年6月23日

## 摘要

在数字经济迅猛发展的背景下, 农村电子商务正日益展现出推动乡村振兴的巨大潜力。本文立足于数字经济时代的发展脉络, 系统梳理了农村电商的内涵与发展现状, 指出其在助力农业产业转型升级、拓展农民就业创业机会、推动农村社会治理现代化以及改善农村消费结构与生活质量等方面的积极作用。在肯定成效的同时, 文章也深入剖析了当前农村电商发展中面临的基础设施建设滞后、电商主体能力不足、产业链协同不畅等现实困境。为破解上述难题, 本文提出应加强农村基础设施与数字化建设、加快电商人才培养、完善农村电商生态体系等优化路径, 旨在为实现农村电商的高质量发展与乡村振兴战略的深度融合提供理论支撑与实践参考。

## 关键词

农村电商, 数字经济, 乡村振兴, 数字基础设施

## Research on Strategies for Rural E-Commerce to Boost Rural Revitalization in the Context of the Digital Economy

Xue Tan

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 8<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 22<sup>nd</sup>, 2025; published: Jun. 23<sup>rd</sup>, 2025

## Abstract

Against the backdrop of the rapidly advancing digital economy, rural e-commerce has emerged as a

significant driving force in promoting rural revitalization. This study, grounded in the developmental trajectory of the digital economy era, systematically explores the conceptual framework and current development status of rural e-commerce. It underscores the multifaceted contributions of rural e-commerce to the transformation and upgrading of agricultural industries, the expansion of employment and entrepreneurial opportunities for rural populations, the modernization of rural social governance, and the optimization of rural consumption structures and quality of life. While acknowledging these positive impacts, the study also critically examines the persistent challenges constraining the sustainable development of rural e-commerce, including underdeveloped infrastructure, limited competencies among e-commerce actors, and insufficient coordination across the rural industrial chain. In response to these challenges, the paper proposes targeted policy recommendations, such as enhancing rural infrastructure and digital connectivity, accelerating the cultivation of specialized e-commerce talent, and fostering a more integrated and resilient rural e-commerce ecosystem. The findings aim to provide both theoretical insights and practical guidance for promoting the high-quality development of rural e-commerce and facilitating its deep integration into the broader rural revitalization strategy.

## Keywords

Rural E-Commerce, Digital Economy, Rural Revitalization, Digital Infrastructure

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

随着全球信息技术的飞速发展，数字经济正日益成为驱动社会变革与经济增长的关键引擎。在此背景下，农村地区的经济发展也迈入了新的阶段，农村电子商务(简称“农村电商”)作为数字经济在“三农”领域的重要实践形态，逐步展现出巨大的发展潜力与战略价值。农村电商不仅打通了农产品进城和工业品下乡的“双向通道”，更在助力农业产业转型、拓展农民就业创业空间、推动社会治理现代化、优化农村消费结构等方面发挥了重要作用，为乡村振兴战略的实施注入了强劲动力。然而，在取得阶段性成果的同时，农村电商的发展也面临基础设施薄弱、电商主体能力不足、产业链上下游协同失衡等现实挑战，亟需在政策支持、机制建设和技术应用等层面持续发力。

本文聚焦数字经济背景下农村电商发展的现状与问题，系统分析其在助力乡村振兴中的多维度作用，并基于现实困境提出切实可行的优化路径，旨在为推动农村电商高质量发展、构建可持续乡村振兴新格局提供理论支撑与实践参考。

## 2. 数字经济背景下的农村电商发展现状

### 2.1. 数字经济的内涵与特征

“数字经济”这个概念最早是由唐·塔普斯科特在其 1995 年出版的著作《数字经济：网络智能时代的承诺与危机》中首次提出[1]。其本质是通过数据要素的流动与重组，重构生产、分配、交换和消费各环节的经济活动范式。作为以数字化知识和信息为关键生产要素、以现代信息网络为重要载体、以信息通信技术的深度应用为主要驱动力的新型经济形态，正在深刻重构全球经济体系与社会结构。在该背景下，数据被视为继土地、劳动、资本之后的“新型生产要素”，其在资源配置、产业优化、企业运营和市场监管等多个方面所发挥的战略性作用日益凸显。

首先，数字经济显著提升了信息传播的速度和广度。互联网的深度普及打破了时间与空间的限制，使得新闻资讯与商业信息能够在瞬间实现全球传播，从而加快了市场响应与商业决策的节奏。其次，人工智能、大数据分析、云计算、区块链等新一代信息技术的应用，正在从根本上重塑传统行业的运作模式与效率逻辑。例如，通过算法推荐与用户画像，企业能够更加精准地识别消费者偏好，优化商品设计与销售策略，实现“千人千面”的智能化营销。此外，数字经济的另一个显著特征在于其高度智能化。智能技术的广泛嵌入，使得产品与服务呈现出自动化、个性化与互动化的特征。从智能手机、智能手表、智能音箱等消费级终端，到智慧交通、智慧医疗、智慧农业等公共服务系统，智能化不仅拓展了数字经济的应用边界，也深刻改变了社会生活方式与生产关系。

综上所述，数字经济以其开放性、互联性、智能性和融合性，推动了从工业经济向信息经济乃至智能经济的跃迁。在这样的时代背景下，农村地区的经济社会发展也迎来了前所未有的数字化机遇，农村电商正是在这一大潮中孕育而生并迅速成长起来的新兴经济现象。

## 2.2. 农村电商发展现状及趋势

农村电子商务，简称农村电商，是数字经济在“三农”领域的典型应用形态，指以互联网为媒介，在农村地区开展商品交易、信息交流与物流配送等商业活动的综合体系。农村电商的主要参与者是农民、农村合作社以及地方电商企业，其主要经营内容涵盖农产品销售、农资采购、乡村旅游推广及农村手工艺品交易等多个方面。根据交易对象与功能定位，农村电商可划分为三大核心业态：农产品上行主导型、工业品下行主导型和综合服务型。其核心就在于通过电商平台实现农产品“上行”与工业品“下行”的双向流通，进而推动农村经济结构优化与农民收入增长。

截至 2024 年 12 月，我国网民规模已从 1997 年的 62 万人增长至 11.08 亿人，互联网普及率高达 78.6%，其中农村网民规模约达 3.13 亿人，占网民整体的 28.2% [2]。这意味着更多农村居民具备了互联网接入能力，极大提高了电子商务的市场基础。在数字经济的浪潮下，农村电商正以其独特的优势，助力乡村经济实现跨越式发展。作为数字经济在农村落地的重要表现形式，其发展始于 2000 年前后，并在国家政策扶持与互联网基础设施日趋完善的背景下快速发展。尤其是 2014 年国家启动“电子商务进农村综合示范工程”以来，农村电商发展驶入快车道。自此，大量电商平台(如淘宝、京东、拼多多)开始加大对农村市场的布局，带动形成了以“淘宝村”“电商示范镇”等为代表的区域性电商发展高地。近年来，随着国家对“数字乡村”建设战略的持续推进，农村电商更是呈现出快速发展的良好态势。据《2024 年中国乡村数字经济发展专题研究报告》显示，2023 年中国农村网络零售额达 24900 亿元，同比增长 14.7%，农产品网络销售额达 5900 亿元，同比增长 11.0%。农村电商的迅速发展，为农产品销售开辟了新的广阔天地。依托网络平台的强大力量，农产品成功跨越了地理界限，进入了更加宽广的市场，越来越多的特色农产品通过电商平台走向全国乃至全球市场，一些地方的农产品网络零售额占当地农产品销售总额的比例不断提高，越来越多的农民看到了其中的商业潜力，纷纷投身于电商创业的浪潮[3]。

## 3. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴的作用分析

### 3.1. 助力农业产业转型升级

在数字经济背景下，农村电子商务突破了传统农业生产与流通的地域限制，为农业产业转型升级注入了新的活力。传统农村经济活动因交通不便、信息闭塞而存在交易对象单一、市场空间狭小等局限，农村电商的兴起有效打破了时空边界，使地处偏远地区的农产品得以借助互联网平台进入更广阔的区域市场乃至全球市场。特别是近年来“直播带货”“产地直发”等新型销售模式的广泛应用，不仅显著压缩了流通环节、降低了交易成本，还提升了农产品市场竞争力与品牌影响力。

同时，依托电商平台的大数据分析与智能推荐机制，农民可以根据消费者的偏好精准调整生产内容与节奏，从而实现“以需定产”“以销定供”，显著提高了资源配置效率，减少了产能过剩与产品积压的风险。

除此之外，电商传播过程中的情景化展示，还能同步宣传乡村自然风貌和人文环境，形成“产品+场景”的消费体验，带动乡村休闲农业和乡村旅游等相关产业协同发展，进一步拓宽农业经济增值路径，推动农业从传统种养业向加工、服务等多环节全产业链拓展，助力农业现代化进程的加快，更有助于缩小城乡之间的经济差距[4]。

### 3.2. 扩展农民就业创业机会

农村电商不仅拓展了农产品销售渠道，更在一定程度上重塑了农村的就业结构与劳动力流向。电商平台和数字技术为农民提供了低门槛、高灵活性的创业与就业机会，激发了广大农民特别是青年群体的创业热情。依托农村电商，农民不仅可以成为产品的生产者，也可转型为销售者、主播、网络客服、物流从业者等，从“传统农人”向“新农商”转变，显著提升了农村人口的职业多样性与收入来源多元化。

而农村电商对人才的需求又促进了电商技能培训体系在农村的建立与完善。各类“电商进村”培训项目不断落地，提升了农村人口的数字素养与商业意识，增强了其适应和融入数字经济的能力。返乡创业潮的兴起也使得部分具有高学历和管理经验的青年人才回流农村，为当地注入了新的智力资源与管理理念。这种人力资本的回流与重构，有助于打破农村“人才荒”的困局，为乡村振兴提供持续的动力支撑。

### 3.3. 推动农村社会治理现代化

农村电商在推动农村经济增长的同时，也在一定程度上促进了乡村社会治理体系和治理能力的现代化。一方面，电商平台所带来的交易数据、物流信息和用户反馈，能够通过数字化手段进行汇总与分析，为基层政府提供详实的数据支持，增强公共服务供给的精准性与科学性。例如，通过平台数据可分析出农产品滞销情况、市场需求变化，帮助地方政府优化农产品生产与流通的宏观调控。

另一方面，农村电商的发展推动了农村组织形态的多样化与治理结构的优化。在电商生态中，村集体经济组织、合作社、家庭农场等新型农业经营主体不断涌现，并逐步取代传统的个体经营方式。这些组织不仅在市场行为中发挥协同作用，还在资源配置、利益分配和社会服务中承担重要职能，成为基层治理的重要补充力量。此外，电商平台所形成的实名制交易与信用评价机制，也在一定程度上促进了农村社会信任体系的重构，有助于减少纠纷、提高交易效率，推动形成更加公平、透明、有序的农村社会治理环境。

### 3.4. 改善农村消费结构与生活质量

农村电商在丰富农民消费选择、优化消费结构方面发挥了积极作用。过去由于农村市场规模有限、商品种类稀缺，农民消费水平受限，存在消费“外流”与“消费滞后”现象。随着电商平台深入农村，农民能够便捷获取种类丰富、价格合理的工业品、日用品、教育与医疗服务产品，缩小了城乡在消费结构与生活质量方面的差距。

特别是在物流体系不断完善、“快递进村”项目广泛实施的背景下，农民的购物体验显著改善，越来越多高品质、智能化商品进入农村家庭，消费升级趋势明显。同时，电商促销节、农村电商专场等活动的频繁开展，也进一步提升了农民的消费意识和品牌认知，推动农村消费从基本生存型向发展型、享受型转变。

更为重要的是，电商平台还承载着信息传播与教育培训的功能，为农村居民提供了获取新知、拓展

视野的机会。例如，通过电商平台学习农业技术、电商运营等知识已成为农村群众提升自我、融入现代社会的重要方式。由此，农村电商不仅改善了农民的物质生活条件，也在一定程度上推动了农村社会文化素养与生活方式的现代化，助力形成文明、开放、可持续发展的乡村社会。

#### 4. 数字经济背景下农村电商发展的现存问题

在数字经济全面推进的大背景下，农村电商作为推动乡村振兴的重要抓手，虽然取得了阶段性成效，但在其发展过程中仍面临诸多现实困境。这些问题在基础设施建设、电商主体能力以及产业链协调发展等方面表现尤为突出，严重制约了农村电商的可持续发展与赋能乡村振兴的实际效能。

##### 4.1. 基础设施建设不够完善

基础设施是农村电商高质量发展的物质基础，尤其在交通、网络、仓储与物流配送等环节具有关键性作用。然而，当前我国部分农村地区在基础设施建设方面仍存在明显短板，制约了电商体系的运行效率。一方面，尽管国家已推动实现“快递进村”目标，但物流配送系统仍多集中在乡镇层级，真正深入到自然村的物流代收点布局仍显不足。农村人口居住分散、地理环境复杂，导致物流配送成本高企、时效性难以保障，严重影响消费者的购物体验 and 商家的履约效率。

另一方面，仓储设施不足、物流信息系统滞后也成为制约农村电商发展的关键因素。农村地区居民分布的广泛性以及住处的疏散性，导致物流配送点之间距离增加，直接推动物流成本增加[5]。部分农村物流企业仍依赖传统方式进行货物调度和管理，缺乏智能仓储、信息追踪等技术支持，造成物流效率低下、货物滞留甚至丢失等问题。此外，农村互联网基础设施建设虽有进展，但仍存在网络覆盖不全、带宽不足、信号不稳定等问题，限制了直播电商、远程教育、在线培训等数字经济形态在农村的深入拓展。因此，完善农村数字物流基础设施是推进农村电商高质量发展的当务之急。

##### 4.2. 电商主体能力略显不足

农村电商的发展不仅依赖平台与政策支持，更依赖于经营主体的专业素养与运营能力。然而，在实践层面，电商从业者能力不足问题依然较为突出，主要体现在人才短缺、技能匮乏以及品牌意识淡薄等方面。

首先，农村地区普遍存在高素质电商人才供给不足的问题。由于基础设施、生活环境及教育资源相对落后，较难吸引专业人才长期驻留，加之本地劳动力受教育程度偏低、信息技术掌握能力有限，导致农村“空心化”问题严重，农村电商运营过程中存在人员平台操作不熟练、数据分析能力不足、产品策划与营销策略缺失等现象[6]。特别是在直播带货、社交电商等新型销售方式中，农民缺乏内容策划与流量运营能力，难以实现有效转化。

其次，品牌建设意识薄弱，成为制约农村电商高质量发展的又一障碍。许多农户依旧停留在“产销导向”思维模式，对品牌价值、消费者心理以及产品差异化塑造的认知不足，导致农产品包装简陋、推广方式单一，缺乏鲜明的品牌形象与文化内涵。此外，在广告宣传、品牌维护、知识产权保护等方面的投入不足，也使得部分农村电商品牌在市场竞争中处于不利地位，一旦遭遇负面舆情或产品质量问题，缺乏有效应对机制，品牌声誉易受重创。因此，加强对农村电商从业者的系统培训，提升其综合素质与品牌运营能力，是实现可持续发展的关键路径。

##### 4.3. 产业链上下游发展失衡

农村电商的发展应当建立在完善的农业产业链基础之上，而当前我国多数农村地区在产业链上下游协同发展方面仍存在明显不足，严重制约了农村电商效益的释放与乡村产业的系统升级。

在上游环节，农产品标准化、规模化、组织化水平普遍偏低，产品种类同质化现象严重，不利于形成市场竞争优势。例如，不同地区销售的大米、水果、蔬菜等农产品在品质、包装、品控等方面缺乏明显差异，消费者难以辨别优劣，只能以价格为主要判断标准，最终导致价格战频发，压缩了农户的盈利空间。此外，缺乏系统的质量检测机制，也容易在市场上引发食品安全隐患，削弱消费者信任。

在下游环节，农产品加工、冷链运输、售后服务等配套体系尚不完善，导致产品附加值低、损耗率高。农户普遍缺乏深加工能力，无法有效延伸产品链条，从而难以形成“产、加、销”一体化经营格局。与此同时，农村电商在物流配送、信息流通、金融支持等方面的服务能力尚未完全匹配农产品全生命周期的市场需求，造成上下游之间脱节，影响了电商的整体运营效率与经济效益。

此外，农村电商生态体系尚未形成良性互动，政府、平台、企业与农户之间的协作机制不健全，政策扶持存在“碎片化”“短期化”倾向，缺乏一体化、可持续的协同发展机制。这种产业链内部协同与外部联动的缺失，不仅削弱了农村电商的综合竞争力，也使其难以真正发挥在乡村产业振兴中的引擎作用。

## 5. 数字经济赋能农村电商助力乡村振兴的策略路径

### 5.1. 加强基础设施与数字化建设

农村地区受地理环境、资金投入和技术发展的限制，物流基础设施建设相对滞后，但基于农村基础设施，尤其是数字基础设施与物流体系，是保障电商活动高效运行的前提条件，首先，应构建覆盖广泛、运行高效的农村现代物流网络。通过在农村地区合理布局物流中心、配送站、冷链储运设施等物流节点，形成“县-乡-村”三级物流体系，在县域建设综合性物流集散中心，整合快递、冷链、仓储等功能；乡镇设立物流中转站，负责区域内货物分拣与中转；行政村依托村委会、便利店等设立物流服务点，配备智能快递柜，实现“最后一公里”配送。

其次，要全面提升农村物流的信息化水平。利用物联网、大数据、云计算等数字技术手段，实现对物流信息的实时采集、调度和追踪，推动农产品物流从“人力驱动”向“数据驱动”转型。开发区域性农产品物流信息共享平台，整合物流企业、电商平台、农户数据资源，实现订单、库存、运输轨迹的实时共享。引入物联网技术，在运输车辆、仓储设备安装传感器，对温湿度、位置等数据进行监测预警。借鉴浙江“农村物流智慧大脑”经验，利用大数据分析优化配送路线，降低空驶率。

此外，针对易腐农产品，还需进一步强化冷链物流系统的建设与管理，确保产品在贮存、运输、配送等环节的温控精准性，从源头保障农产品品质，为品牌建设提供有力支撑。在农产品主产区建设产地预冷中心，配备预冷设备和分级包装生产线；在交通枢纽城市布局冷链仓储基地，配置智能温控系统；推广“产地预冷 + 冷链运输 + 终端配送”全程冷链模式，针对生鲜农产品采用“最先一公里”直采直运。地处广西壮族自治区西部的百色市田阳区是中国芒果之乡、全国南菜北运基地。田阳区通过采取“1个冷链物流集配中心 + N个产地保鲜仓 + N个移动冷库”模式，整合利用农副产品综合批发市场，建设集加工、冷储、冷运等功能于一体的县级冷链物流集配中心。目前，田阳区已建成产地冷链设施550座，库容达15万立方米，在冷链设施运营上实行“忙时自用 + 闲时租用”运营管理机制，通过小批量、多批次、多品种配送，满足大型零售商物流管理和配送需求，推动产业链与供应链有效衔接。冷链设施的建设运营为田阳区累计创造就业岗位超5000个，带动就业1万余人，其中带动脱贫人口就业3000人以上[7]。

### 5.2. 加强农村电商主体人才培育

高素质电商人才是农村电商健康发展的核心支撑。当前农村电商人才仍存在“数量不足、能力不强、流动性大”的结构性问题，亟需从人才培训、机制优化和本土人才保留三方面加以破解。

一方面,应推动构建系统化的农村电商人才培养体系。通过构建分层分类培训体系,建立“省级统筹、市县实施”的培训机制,针对不同群体制定差异化课程。政府可联合高校、电商平台及社会组织,定期开展面向不同年龄群体与教育层次的分层培训,引导农村青年、返乡创业者提升专业能力,对新手农户应当开设基础培训课程,包括电商平台注册、商品上架、短视频拍摄等;对返乡创业者开展进阶培训,涵盖直播运营、店铺装修、数据分析等操作性内容;对基层干部进行管理培训,内容涉及电商政策解读、产业规划等。依托淘宝大学、抖音电商学习中心等平台,开发线上课程资源库,实现“懂农业、懂市场、懂技术”的复合型人才转型[8]。

另一方面,应建立健全人才引进与激励机制。通过提供具有吸引力的薪酬待遇、职业发展通道与生活配套设施,鼓励城市电商专业人才向农村流动。同时,也应注重培育和留住本地人才,在推动农村经济多元化发展的基础上,提供更多创业平台和就业岗位,增强人才的归属感和发展预期。自2011年起,江苏睢宁县财政每年拿出1000万元电商专项发展资金,专门用于扶持电子商务发展。睢宁县着重强化电子商务各类专业人才培养与引进,坚持以培养本土人才为主,引进外部人才为辅。先后与南林大合作在睢开设家具制造与设计大专班,提高网商设计能力;与东北大学、中国矿业大学等院校开展合作,设立实习实训基地。同时,面向全国吸收引进各类电子商务专业人才来睢发展,通过“创业导师+孵化基地+政策扶持”模式培育本土电商人才[9]。

### 5.3. 构建完善的农村电商生态体系

农村电商的发展不仅依赖于个体商户和电商平台的运营,更需要产业链各环节的协同与支持,构建良性循环的电商生态系统。首先,应大力推进农产品品牌体系建设。政府和企业应联合搭建区域公共品牌平台,集约展示本地特色农产品,提升品牌集中度和影响力。通过融合地域文化、农业特色与产品故事,打造具有人文温度和地域辨识度的品牌形象,从而增强消费者的认同感与忠诚度。

其次,应推动线上线下融合发展模式。在城市地区设立农村电商体验店或展示中心,实现产品线下体验与线上交易的有机结合,提升消费者对农村产品的信任与参与感。同时,鼓励农村电商主体借助社交媒体平台(如抖音、小红书、微信视频号等)进行品牌传播与粉丝运营,采用内容电商、直播电商等方式,扩大品牌影响力。

此外,还应基于产品生命周期管理理念,制定针对性营销策略。在产品导入期,通过精准广告投放与社交传播提升品牌曝光率;在成长期,加强营销投入与促销活动,提高转化率;在成熟期,运用会员制度、积分回馈等方式巩固消费者黏性,并借助大数据技术优化客户管理与市场预测,提升销售效率。

### 5.4. 基于地域经济梯度的差异化推进策略

考量我国各地区经济发展差异性的实际情况,应当制定差异化发展策略。此前已有研究针对数字经济对我国不同地区农村创业活动的影响性进行分析,东部地区数字经济主要通过创业活力促进农村电商高质量发展,而中西部地区则主要以提高农户收入为着力点[10]。

鉴于此,在经济发达的东部沿海及城郊融合型农村地区,农村电商发展需以产业升级与城乡融合为核心目标,构建高端化、智能化的电商生态体系。通过全产业链价值延伸,聚焦农产品深加工领域,依托冷链物流网络与电商平台,打造“生产-加工-销售-服务”一体化链条。采用数字化技术先行试点,率先应用区块链溯源、AI智能选品等前沿技术,提升产品信任度与市场竞争力。探索“电商+乡村旅游”“电商+智慧农业”等跨界模式,借助直播电商、VR技术等数字化手段,将乡村自然景观、农耕文化转化为消费场景。

对于中部平原及特色农业产区,农村电商发展的关键在于强化产业集聚效应,构建区域化供应链体

系。首先可以围绕单一特色农产品建设专业化电商产业园，统一制定生产标准、质量检测体系与物流服务体系规范，形成规模化竞争优势。同时推广“合作社 + 电商平台 + 农户”组织模式，通过集中采购、统一配送降低物流成本。并依托地理标志产品优势，打造“地标 + 电商”组合品牌，利用抖音、快手等短视频平台开展原产地内容营销。

在西部山区及偏远农村地区，农村电商发展需以补短板、强基础为首要任务，依托“电商 + 公益”模式激活特色资源。通过“邮快合作”“交商邮融合”等创新模式，整合农村物流资源，完善县乡村三级配送网络。如四川“金通工程”通过统筹邮政、交通、商贸等渠道，有效降低了偏远地区物流成本。使消费帮扶与公益联动，对接京东“扶贫频道”、阿里“公益宝贝”等平台资源，通过“以购代捐”“定向采购”等方式打开市场。鼓励农户采用低门槛的社交电商模式(如微信社群、社区团购)，通过短视频分享乡村生活、农产品种植过程等内容，实现“内容引流 - 社交转化”的轻量化运营。

### 5.5. 优化政策支持与制度保障

制度与政策是保障农村电商健康发展的基础条件。首先应完善农村电商相关政策体系，推动形成多层次、系统化的支持机制。政府应加大财政支持力度，设立农村电商专项发展基金，用于基础设施建设、品牌培育、人才培训和技术引进等重点领域，降低农村电商创业者的初始门槛和运营成本。

其次，应构建协同治理机制，强化部门协作与多方参与。在政策制定、执行和反馈过程中，应充分调动政府、企业、平台与农民主体的积极性，形成政府主导、市场引导、农民参与的多元共治格局。与此同时，还应完善农村电商相关法律法规体系，加强对网络交易、品牌保护、消费者权益、平台责任等方面的监管和规范，推动农村电商市场朝着更加公平、有序、规范的方向发展。

最后，应注重政策的长效性与适应性。农村电商的发展具有地域性差异和阶段性特征，政策设计应因地制宜、因时施策，避免“一刀切”式干预。通过构建动态调整机制，增强政策对市场变化和技术变革的适应能力，从而为农村电商发展营造良好的制度环境与发展空间。构建完善的农村电商生态体系。

## 6. 总结

综上所述，农村电商作为数字经济赋能乡村发展的重要形式，正在深刻改变农村的产业结构、就业形态与社会生态。其通过拓展农产品流通渠道、提升农业附加值、丰富农村消费市场、优化社会治理体系等多方面路径，有效助力了乡村振兴战略的深入推进。尤其在当前数字技术日益普及、政策红利持续释放的有利环境下，农村电商已不仅仅是技术推动下的商业创新，更成为推动城乡融合发展、实现共同富裕的重要抓手。

但不可忽视的是，农村电商的发展仍面临诸多现实制约。基础设施的薄弱、电商人才的匮乏、产业链的碎片化等问题，成为影响其可持续发展的关键瓶颈。因此，必须立足长远，系统推进农村电商发展环境的优化：在硬件层面，要完善农村物流与数字基础设施；在人才层面，要加强电商教育培训与人才引育机制；在产业层面，要构建协调联动、互利共赢的电商生态系统。唯有如此，才能真正释放农村电商的潜能，实现数字经济背景下乡村全面振兴的战略目标。

## 参考文献

- [1] Tapscott, D. (1996) *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
- [2] 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛, 2025, 9(2): 121.
- [3] 张端民, 刘宏达. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴策略研究[J]. 投资与创业, 2025, 36(6): 194-196.
- [4] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.
- [5] 温雪. 推进农村电商发展缩小城乡消费差距[J]. 宏观经济管理, 2024(8): 79-85, 92.

- [6] 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.
- [7] 侯雅洁. 广西百色田阳区: 冷链赋能芒果之乡焕发新机[N]. 农民日报, 2024-06-18(007).
- [8] 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.
- [9] 刘作霖. 徐州睢宁“沙集模式”叫响全国[N]. 徐州日报, 2017-10-18(01).
- [10] 柯齐, 任兆昌, 龚云虹. 乡村振兴背景下数字经济对农村电商高质量发展的影响[J]. 数学的实践与认识, 2025, 55(5): 142-152.