

电商进村助力乡村振兴的实践图景、 潜在隐忧及因应路径

郭培培, 谈存峰

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年4月23日; 录用日期: 2025年5月8日; 发布日期: 2025年6月9日

摘要

乡村经济振兴作为实现乡村全面振兴的基本前提, 同时构成推进城乡共同富裕和农业农村现代化的内在要求。电商进村作为数字经济与乡村发展深度融合的创新实践, 已在平台赋能、创新驱动和主体协同三个维度形成了助力乡村振兴的系统性支撑体系。然而, 电商进村发展仍面临数据鸿沟、人才瓶颈、设施滞后和模式固化四个关键性结构性障碍, 制约着电商进村的健康发展。基于问题导向, 通过优化电商进村的政策治理体系、培育数字人才队伍、完善数字设施网络、拓展特色发展格局, 能够有效突破发展瓶颈, 推动农村平台经济健康持续发展, 最终全面促进乡村经济的振兴与转型。

关键词

电商进村, 乡村振兴, 实践图景, 因应路径

The Practice Picture, Potential Concerns and Coping Paths of E-Commerce Entering Villages to Help Rural Revitalization

Peipei Guo, Cunfeng Tan

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Apr. 23rd, 2025; accepted: May 8th, 2025; published: Jun. 9th, 2025

Abstract

The revitalization of rural economies is a fundamental prerequisite for achieving comprehensive rural revitalization and an inherent requirement for promoting shared prosperity between urban and rural areas as well as modernizing agriculture and rural development. E-commerce entering

villages, as an innovative practice of deep integration between the digital economy and rural development, has formed a systematic support system for rural revitalization in three dimensions: platform empowerment, innovation-driven development, and collaborative entities. However, the development of e-commerce entering villages still faces four key structural barriers: the digital divide, talent bottlenecks, lagging infrastructure, and rigid models, which constrain its healthy development. By addressing these issues through optimizing the policy governance system for e-commerce entering villages, cultivating digital talent, improving digital infrastructure networks, and expanding distinctive development patterns, it is possible to effectively break through these developmental bottlenecks, promote the healthy and sustainable development of rural platform economies, and ultimately comprehensively advance the revitalization and transformation of rural economies.

Keywords

E-Commerce into Villages, Rural Revitalization, Practical Landscape, Coping Path

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/>



1. 电商进村助力乡村振兴的实践图景

电商进村作为数字经济与乡村发展深度融合的创新实践,已在平台赋能、创新驱动和主体协同三个维度形成了助力乡村振兴的系统性支撑体系。据商务大数据监测,2023年,全国农村网络零售额达2.5万亿元,比2014年增长近13倍;全国农产品网络零售额达5870.3亿元,同比增长12.5%,电商平台在促进农村产业升级、文化价值实现和社会结构优化方面发挥了多元赋能作用[1]。

(一) 平台赋能: 电商进村构建乡村振兴的多维发展生态

电商进村以信息化、数字化和互联网技术为基础支撑,通过构建多方参与的共赢平台生态系统促进城乡资源要素的互补整合与优化配置,进而系统性推动农村产业升级、文化传承和社会发展的全方位变革。商务大数据显示,2024年,全国农村网络零售额同比增长6.4%,农产品网络零售额同比增长15.8%,农产品网络零售额占比持续提升,表明电商平台在农村经济中的重要作用日益凸显[2]。在产业升级维度,电商平台通过降低中间环节交易成本和扩大销售半径,将农产品生产端与消费者直接连接,同时与传统批发市场和农超对接等渠道形成互补,构建起线上线下融合的多元销售网络。这种融合模式促使农产品通过“技术支持-产地认证-品牌打造-物流配送”的完整价值链,在产销对接效率提升基础上带动产业结构调整 and 农民收入提高,形成“线上平台对接-线下生产变革-产业结构优化-农民收益提升”的良性循环机制。在文化传承维度,数字化平台为农村传统文化、非物质文化遗产和地方特色的传播与价值实现提供了系统化渠道,使乡村文化资源得到更广泛传播和市场认可,在传承文化基因的同时创造经济价值,形成文化与经济的良性互动。在社会发展维度,数字技术的融入重构了农村社会组织形态与运行机制,通过共享经济模式分享和盘活闲置农村资源与服务,为农民提供了更加灵活多样的就业机会,有效减缓了农村“空心化”现象,形成了促进社会稳定与可持续发展的新型乡村治理结构。

(二) 创新驱动: 电商进村激活乡村振兴的内生发展动力

数字技术在农村的深度应用与适应性创新,结合政策支持和市场需求的协同作用,共同激发了农民参与创新创业的内生动力,推动了农业生产方式和组织形态的现代化转型进程。数据显示,截至2022年年底,我国农村网民规模已经超过3亿人,反映了电商对农村创新创业的有力推动[3]。电商平台通过降

低信息不对称程度和市场准入门槛,为农村创新创业提供了可及性强的发展通道,解决了农村创业者长期面临的资源获取困难与市场距离远等结构性障碍。城乡市场的互联互通不仅扩大了农产品受众范围,更重要的是通过大数据收集与分析技术,使生产端能够精准把握消费者偏好变化和市场需求趋势。资源共享机制的建立与完善推动了农村产业生态体系的活跃度提升,共享内容从土地、劳动力和资金等有形要素扩展到知识产权、技术标准和经验模式等无形资产,创新主体通过平台获取来自产学研各方的专业知识支持。这种效率提升加速了创新周期和成果转化速度,系统性地推动了农村产业结构从传统农业向现代农业体系的转型升级。信息传递机制的畅通与高效使农村经济主体能够实时获取市场价格、政策法规和技术变革等关键信息,有效降低了农业生产经营的不确定性,增强了创新创业的风险防范能力和市场应变水平,为农村经济的持续稳健发展构筑了信息化支撑体系。

(三) 主体协同: 电商进村汇聚乡村振兴的多元参与力量

电商进村的发展壮大依托于政府引导、市场主导和社会参与的多元主体协同治理格局,各类主体基于不同角色定位和功能分工,共同构建了乡村振兴的网络化支撑体系。近年来,电子商务进农村综合示范项目累计支持 1489 个县,形成了多层次的主体协同发展格局[4]。政府部门作为电商进村的政策制定者和环境营造者,通过完善配套政策法规、优化基础设施条件和提供公共服务支持,为电商进村的健康发展创造良好制度环境,形成了政府引导与市场投入相结合的资源保障机制。创业者作为电商进村发展的核心实施主体,依托数字化平台挖掘乡村振兴过程中的产业机遇,在农产品电商销售、乡村旅游开发和农业生产服务等领域开展创新实践,为乡村经济注入了持续的创新活力和发展动能。投资者通过资本和资源的精准配置与风险分担,为乡村产业发展提供重要支撑,电商平台的信息匹配功能显著降低了投资者的信息搜寻成本和风险评估难度,有效促进了资本要素向农村地区的合理流动和优化配置。科研机构和技术服务组织通过提供专业知识支持和技术解决方案,成为电商进村的重要智力支撑力量,有效提升了电商进村的科技含量和专业化水平,为农村向现代农业转型提供了系统性智力支持。平台企业作为电商进村的关键基础设施提供者,通过搭建交易系统、物流网络和支付体系,构建了农村电商发展的技术环境和服务体系。这种多元主体的协同参与通过优势互补与责任共担,在知识、技术和资本等维度实现了城乡资源要素的高效配置和价值链的整体优化,为乡村振兴构筑了可持续的内生动力机制和外部支持体系。

2. 电商进村助力乡村振兴的潜在隐忧

电商进村在助力乡村振兴过程中面临着系统性制约因素,这些因素从数据要素、人才要素、基础设施要素及运营模式要素等多维度形成了互动影响的复合型制约机制。数据显示,农村地区的互联网普及率为 63.8%,低于城镇地区的 85.3%,这些数据直接反映了电商进村发展过程中存在的深层次结构性问题[5]。

(一) 数据鸿沟: 城乡平台壁垒制约电商进村的要素流动

数据作为电商进村发展的核心生产要素,其在平台间的畅通流动通过影响信息获取、市场分析和资源配置等关键环节,构成了电商网络平台开展生产经营活动的基础条件。长期以来,城乡网络平台之间存在的数据壁垒现象通过阻断信息共享、限制资源互通和割裂市场联系等机制,严重制约了农村电商要素的交换流动效率和规模。

从结构性成因分析,城乡数据壁垒的形成源于技术标准差异、制度协同不足和市场分割效应三个相互关联的机制。在数据接口和标准层面,城乡信息系统发展的不同步性导致数据交换技术标准不统一、数据格式不兼容、接口协议不匹配等技术障碍,城乡之间缺乏基于统一技术规范的数据共用平台和应用互通架构,这种技术标准差异使城乡数据部门之间的信息交换和共享面临实质性阻碍。同时,部分大型

平台基于商业利益考量, 通过设置接口限制、提高调用门槛和收取高额数据使用费等方式, 人为强化了数据流动的商业壁垒。

在信息资源配置层面, 城乡之间的数字鸿沟表现为基础设施层面的硬件鸿沟、使用能力层面的技能鸿沟和应用深度层面的服务鸿沟三个层次的差距。城市凭借区位优势、人才集聚和政策倾斜, 在数字化进程中获得了资金、技术和人才等资源的优先配置, 数字基础设施更加完善, 应用场景更加丰富, 数据资源更加充沛。与此形成鲜明对比的是, 农村地区因地理位置分散、市场规模有限和投资回报周期长等因素, 在数字基础设施建设、数字人才培养和数字应用创新等方面投入不足、进展缓慢, 导致数据生产能力低下、数据质量不高、数据应用有限的结构性问题。国家统计局电子商务与物流统计司数据显示, 2022年全国网络零售总额达13.79万亿元, 而农村网络零售额仅为2.17万亿元, 占比不足16%, 这种巨大差距直接反映了城乡电商发展的不平衡状态和数据资源配置的失衡格局[6]。

从地域分布看, 农村电商发展呈现显著的区域不均衡性, 进一步加剧了数据要素流动的差异化障碍。区域间的巨大差距不仅反映了农村电商发展的地域不平衡, 也导致了数据要素流动的区域性壁垒, 使农村电商进村在不同地区面临着不同程度的数据鸿沟挑战。城乡数据鸿沟与区域发展差距形成了互相强化的关系, 发达地区凭借更完善的数字基础设施和更丰富的数据资源获得更快发展, 而欠发达地区则因数据资源匮乏和数据应用能力不足而发展迟滞, 进一步扩大了城乡和区域间的数字发展差距。

(二) 人才瓶颈: 主体知识技能欠缺导致电商进村专业化不足

高素质平台主体的培育与发展通过知识应用、技能实践和创新活动等关键路径, 构成了电商进村蓬勃发展的核心支撑要素。当前农村数字化人才的结构短缺问题表现为农村居民基础数字素养普遍不足、电商运营专业能力明显缺乏和数字创新应用水平严重有限三个相互关联的层次, 这种多层次的人才短缺直接制约了农村电商的专业化程度和发展质量。

从人口结构变化视角分析, 农村人才外流与人才培养不足形成了相互强化的恶性循环。农村人口持续向城市单向流动, 导致农村地区特别是经济欠发达地区的人口结构失衡和人才匮乏问题日益凸显。国家统计局数据显示, 2022年全国农民工总量达29,562万人, 其中外出农民工17,190万人, 占比达58.1%, 这意味着大量具有较高受教育水平和技能素质的青壮年劳动力从农村流向城市[7]。与此同时, 留在农村的人口群体在年龄结构上呈现老龄化特征(60岁以上人口比例达23.8%), 在知识结构上表现为对数字技术和网络应用的掌握程度有限, 这种数字技能的普遍缺乏直接限制了农村居民参与电商活动的能力和意愿[8]。

从数字参与规模看, 农村网民规模相对较小, 网络应用深度不足, 直接影响了电商主体力量的培育和电商业态的发展。据数据显示, 我国农村网民规模与城镇居民网民规模存在明显差距, 农村互联网普及率与城镇相比存在显著差距[9]。这种数字参与人口基数的相对较小, 导致农村网络经济交易结构呈现“内输入大于外输出”的不平衡状态。这种不平衡反映了农村居民的网络购物行为普及度相对较高, 但农村特色产品的网络销售渠道和营销体系尚未形成系统性突破, 农村电商呈现“买得多、卖得少”的结构性失衡。

从人才培养体系看, 农村地区专业型复合型人才培育机制存在教育资源不足、培训体系不健全、实践平台缺乏和激励机制不完善四个方面的显著缺陷。据数据显示, 我国农业生产经营人员学历相对集中于高等教育以下, 这种教育结构的不合理限制了数字技能的学习吸收能力和创新应用水平[10]。与城市地区丰富多样的教育培训资源相比, 农村地区电商专业培训资源明显不足, 专业师资匮乏, 培训内容与实际需求脱节, 培训方式单一, 培训效果难以保证。同时, 农村电商实践平台建设滞后, 创业孵化器、众创空间等创新创业平台数量有限, 质量不高, 导致农村电商人才缺乏实践锻炼和能力提升的有效渠道。

(三) 设施滞后: 数字基础设施建设不足影响电商进村高质量发展

数字基础设施作为电商进村发展的关键物质载体, 其完善程度通过影响信息传输效率、数据处理能

力和服务支撑水平等核心环节, 直接决定了电商应用的广度和深度。当前农村数字基础设施建设面临的问题不仅表现为数量总体不足, 更体现在质量普遍不高、区域分布极不均衡和功能结构明显不全等多维度结构性短板, 这种数字基础设施的薄弱状况直接制约了农村电商应用的普及深度和服务质量。

从投资资源配置视角分析, 农村数字基础设施建设面临投融资渠道单一、建设资金严重不足和投资回报周期过长等系统性瓶颈制约。这种投资不足主要源于农村地区市场规模有限、用户密度低、建设成本高和收益周期长等客观因素, 导致无论是政府财政资金还是市场社会资本都对农村数字基础设施建设缺乏足够积极性。农村数字基础设施规划与建设缺乏统筹协调机制, 存在顶层设计不足、部门协同不够和标准规范缺失等制度性障碍, 导致出现承载能力不足、覆盖深度有限和重复建设浪费等现实问题, 这种规划统筹不足直接导致了投资效率低下和资源配置不合理。不同部门之间的信息孤岛现象尤为突出, 农业、商务、邮政、金融等部门的信息系统各自为政, 数据标准不一致, 服务站点各自建设, 业务流程互不兼容, 导致资源无法共享、数据难以流通、服务无法协同, 这种“数据烟囱”和“信息孤岛”严重制约了农村数字基础设施的整体效能。同时, 从基础设施现状看, 农村通信网络质量与城市存在明显差距, 移动通信、宽带网络和物流配送等关键基础设施建设滞后, 制约了电商应用的广度和深度。

(四) 模式固化: 经营模式同质化容易导致电商进村的创新动力缺失

经营模式创新作为电商进村发展的内生动力源泉, 对电商的持续壮大和价值创造具有关键引领作用。当前农村电商在经营模式创新方面呈现出同质化趋势和创新不足的结构性问题, 这种模式固化通过削弱差异化竞争优势、降低资源配置效率和限制价值创造空间等机制, 严重制约了农村电商的市场竞争力和可持续发展能力, 这种模式固化现象直接影响了农村电商的创新活力和发展潜力。

从发展路径依赖角度分析, 农村电商作为继城市电商之后发展起来的新兴业态, 面临着模式复制锁定、技术路径锁定和制度环境锁定的发展锁定。受制于发展时间短、经验积累不足和创新资源匮乏等因素, 农村电商经营模式呈现出明显的模仿性和趋同性, 这种简单复制导致电商模式与农村经济社会发展实际不相适应。城市电商模式发展的核心是规模效应与平台红利, 而农村电商则应更注重特色化、差异化和本地化发展, 简单移植城市模式导致农村电商未能充分发挥地域特色和产品优势, 难以形成差异化竞争力。

农村网络销售的商品结构与城市高度同质, 却难以形成与城市相当的销售规模和市场占有率, 呈现出“同质竞争、低效竞争”的问题。与此同时, 农村特色产品尚未形成规模化的网络销售优势, 传统农产品、地方特色手工艺品等具有差异化竞争力的商品在电商平台上的份额相对较低, 未能充分释放农村特色资源的市场价值。从市场竞争生态看, 农村电商平台的快速扩张和低门槛准入导致了市场分割加剧和资源争夺白热化, 形成了“多而小、散而弱”的市场结构。众多商户在缺乏差异化定位和创新能力的情况下盲目涌入电商平台, 在有限市场空间内形成了激烈的价格竞争和资源争夺, 压缩了平台经营的利润空间, 影响了电商可持续发展的经济基础。同时, 部分平台为争夺市场份额采取补贴战、价格战等短期行为, 通过牺牲长期发展能力换取短期市场占有率, 不仅扰乱了市场秩序, 还破坏了平台生态中各参与主体之间的互利共生关系。中国国际电子商务中心数据显示, 2021年我国农产品网络零售总额为4221亿元, 同比增长仅2.8%, 增速明显放缓, 其中休闲食品、粮油和茶叶占总零售额的比例分别为20.0%、15.4%和11.5%, 产品类别集中度高, 创新性产品和差异化经营不足。这种增速放缓和结构单一的现象反映了农村电商发展动力不足和创新活力缺失的问题, 不利于农村电商的长期健康发展。

3. 电商进村助力乡村振兴的因应路径

(一) 顶层引领: 优化电商进村助力乡村振兴的政策治理体系

针对当前城乡电商发展面临的体系失衡和数据壁垒问题, 亟需通过系统性顶层设计构建电商发展的

政策支撑体系, 形成城乡一体化的协同发展格局。健全城乡数据共有共用的体制机制, 构建涵盖标准统一、权责明确和流程规范的城乡数据共享框架, 破除阻碍城乡数据要素双向流动的制度性和技术性壁垒, 促进数据要素向农村地区的合理流动和有效集聚。制定城乡信息基础设施一体化建设规划, 明确建设标准和实施路径, 简化农村数字项目审批流程, 优化基站选址和电力保障等关键环节, 解决农村通信网络建设和运维保障方面的瓶颈问题。完善跨部门协同机制, 推动农业、商务、邮政等领域的数据互通和业务协同, 打破部门间的信息壁垒, 形成数据资源的高效流动和价值共享。发挥数字乡村试点示范的引领作用, 鼓励各地区开展多样化的数字建设创新实践, 总结推广成功经验和有效模式, 形成可复制可推广的建设标准和实施路径。建立数字乡村建设评价体系, 开展常态化评估和动态监测, 确保数字乡村建设质量和实施效果, 为政策优化和资源配置提供科学依据。健全以城带乡的数字化建设政策, 优化城乡数字资源配置机制, 统筹利用水利、通信和电力等建设资金, 创新农村投融资模式, 拓宽数字乡村建设资金渠道。建立数字化领域专项信贷支持机制, 打通中央支持地方、城市支持乡村的资金流动渠道, 增强农村电商和智慧农业等新业态的金融支持力度。强化城乡数字建设资源的协同开发和共享利用, 促进城乡信息基础设施的互联互通和共建共享, 实现城乡电商的有机互动和融合发展。通过加强顶层设计和政策协同, 逐步消除城乡数据壁垒, 构建数据资源高效流动、价值充分释放的城乡一体化发展新格局。

(二) 能力建设: 培育电商进村助力乡村振兴的数字人才队伍

电商进村主体的数字化能力提升是释放电商发展潜力和激活内生动力的核心途径, 需要通过系统性培育和全面赋能, 构建多层次的人才培养体系和能力提升机制。实施农村数字素养和技能培训计划, 整合政府、学校、企业和社会组织等多方资源, 构建覆盖基础数字素养、专业运营技能和创新应用能力的全方位培训体系。加大优质数字教学资源向农村地区的倾斜力度, 完善农村中小学信息技术课程体系, 通过学校硬件设施改善和“智慧课堂”建设推动农村信息技术教育的跨越式发展, 为电商人才培养奠定基础。深化职业院校和技工学校在数字技能培训领域的专业化建设, 开发符合农村电商发展需求的实用型课程和培训项目, 强化学历教育与职业技能的有效衔接。创新人才培养模式, 发展农村现代学徒制、订单式培养等多元化培训形式, 引导乡镇企业与农村学校共建电商实验室、产业学院和实习基地, 构建产教融合、校企协同的人才培养生态系统。建立技术和业务双向交流机制, 打造校企联合培养、产学研用同步推进的新型协同育人模式, 提高人才培养的针对性和实效性。针对农村电商发展的特殊需求, 开展精准培训和定向扶持, 组织电商经营主题的专项培训活动, 全面提升农村居民的平台经营意识和实操能力。鼓励涉农高校加强信息技术、电子商务和农业科技等交叉学科建设, 培养熟悉农业农村、精通电商运营的复合型人才, 为农村电商发展提供智力支持。立足农村实际情况, 重点培育本地化的电商人才队伍, 发掘返乡创业人员、大中专毕业生和退伍军人等群体的潜力, 引导和支持他们投身农村电商建设, 形成稳定的本土化电商人才供给机制。通过分层次、多渠道、系统化的人才培育体系建设, 不断提升农村电商主体的数字化经营能力, 为电商持续健康发展提供坚实的人才保障。

(三) 基础夯实: 完善电商进村助力乡村振兴的数字设施网络

电商进村的持续发展需要以完善的硬件设施和高品质的信息服务为基础支撑, 通过基础设施体系的系统化和数字化升级, 为电商应用提供坚实物质基础。加快农村信息基础设施建设, 实施农村通信网络提质升级工程, 完善农村 4G 网络覆盖, 加快 5G 基站和千兆光纤向农村延伸布局, 提升网络覆盖广度和服务质量, 推动城乡“同网同速”目标的实现。优化现有网络性能和承载能力, 加强农村电力供应、通信机房和传输线路的建设与改造, 提高农村网络服务的稳定性和可靠性。推进农村广播电视网络的数字化升级, 利用卫星直播和无线微波等技术手段, 提高农村广播电视的覆盖率和服务质量, 为农村居民提供多样化的信息获取渠道。统筹农村信息服务基础设施建设, 按照“一站多用、多站合一”的原则, 整合农业农村、商务、邮政等部门的服务资源和平台功能, 建设功能集约、服务高效的综合性信息服务站

点。促进新一代信息技术在农村的深度应用,推动大数据、人工智能、物联网等技术与农村生产生活的融合创新,提升农村信息服务的智能化水平和精准度。实施快递进村工程,构建县、乡、村三级联动的农村物流配送体系,通过快递合作、驻村设点等多种方式,实现快递服务向农村地区的全面覆盖和直达投送。加快农村物流基础设施建设,发展智能配送、冷链物流等现代物流服务模式,提高农产品销售的时效性和保鲜率。推动农村传统基础设施的数字化改造升级,加快智慧农业、智慧水利、智慧电网和智慧交通等领域的建设与发展,将大数据、物联网等新兴技术融入农村传统基础设施,实现基础设施的智能化、数字化转型。强化农村气象、水利等信息服务的精准化和个性化,建立覆盖全面、服务精准的农业农村信息服务体系,为农村生产经营提供科学决策支持。通过多层次、全方位的基础设施建设和信息服务提升,为农村电商的持续健康发展创造良好的基础条件和支撑环境。

(四) 模式创新:拓展电商进村助力乡村振兴的特色发展格局

经营模式创新是推动电商进村持续发展的内生动力源泉,需要通过产业创新、业态培育和组织变革,构建特色鲜明、差异化竞争的电商发展新格局。深化农村农产品电商平台的创新发展,实施“互联网+”农产品出村进城和“数商兴农”工程,引导农业龙头企业、农民合作社和新型农业经营主体充分利用电商平台,发展“三品一标”认证农产品和区域特色农产品的网络营销,打造农产品电商品牌,提升产品附加值和市场竞争力。构建农产品网络销售的全链条服务体系,强化产地仓储、冷链物流、品牌营销等环节的建设与协同,探索“农户+合作社+电商平台”的产业化运营模式,推动农产品产加储销全产业链的协同发展和价值提升。创新农产品营销模式,发展社交电商、直播电商和社区团购等新型销售形式,拓宽农产品销售渠道,提高销售效率和市场覆盖范围。加快培育农村电商新业态,推动农村旅游业的智慧化发展,建设功能完善、特色鲜明的乡村民宿、休闲观光和康养基地,通过线上推广和线下体验的有机结合,提升乡村旅游的品质和影响力。利用网络平台推广农村非物质文化遗产和传统手工艺,促进文化资源与旅游、创意、电商等产业的深度融合,实现文化保护和经济发展的良性互动。推动农业生产的智能化、数字化转型,发展精准农业、智慧农业和数字农业,延伸农村电商的产业链和价值链,培育农业新产业、新业态和新模式。创新农村电商的组织形式,提升平台经济的组织化程度和协同效应,引导农村平台商户通过联合经营、组建合作社等形式开展深度合作,实现资源共享、优势互补和互利共赢。鼓励同一区域同一产业的平台用户组建产业联合会,通过共创市场、共享资源、共育品牌,提升市场竞争力和产业影响力。探索公司+农户等多元化组织形式,延长电商产业链、供应链和利益链,构建稳定的利益共同体和命运共同体,为农村电商的持续健康发展提供内生动力和组织保障。

4. 结语

在全面推进乡村振兴的战略背景下,农村经济高质量发展的核心使命在于系统整合数字化转型与农村经济振兴的内在逻辑关系,构建起电商赋能乡村振兴的长效机制。电商进村作为数字经济赋能乡村振兴的关键载体,通过数字技术、网络协同和信息共享机制,在城乡要素流动、产业融合发展和新业态培育三个维度形成了对乡村经济的系统性赋能,通过整合优化不同市场主体间的资源配置,提升商品交易效率,促进了农村经济各领域的转型升级和创新发展。伴随政策环境持续优化和乡村数字基础不断完善,电商进村对乡村经济振兴的赋能作用将更加凸显。通过电商平台的市场连接功能,农村特色产品和服务能够突破地域限制,与更广阔的市场实现高效对接,扩大销售渠道,提高产品附加值,推动农村经济结构的优化调整和产业升级。

参考文献

- [1] 按下农村电商发展“快进键”[N]. 人民日报, 2024-04-08(005).

-
- [2] 开拓农村消费增量空间[N]. 经济日报, 2025-04-18(005).
- [3] 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 新闻论坛, 2024, 38(2): 17.
- [4] 推动农村电商高质量发展实施意见出台[N]. 人民日报海外版, 2024-03-18(003).
- [5] 提升数字素养释放数字红利以数字技术赋能乡村全面振兴[N]. 人民日报, 2025-01-08(009).
- [6] 新华社. 2022 年我国农产品网络零售增势较好[EB/OL]. 2023-01-30.
https://www.gov.cn/xinwen/2023-01/30/content_5739182.htm, 2025-04-18.
- [7] 何海清. 安土重迁: 农民工返乡建宅的现实表征、类型考察及其行动逻辑[J]. 社会发展研究, 2024, 11(2): 130-148, 244-245.
- [8] 陈明明, 陈雨. 中国居民数字素养的基本内涵、水平测度及结构特征[J]. 电子政务, 2024(9): 91-101.
- [9] 苏岚岚. 数字治理促进乡村治理效能提升: 关键挑战、逻辑框架和政策优化[J]. 农业经济问题, 2024(6): 58-75.
- [10] 张辉蓉, 毋靖雨, 宋宇轩. 教育赋能乡村振兴的逻辑框架与实践路向——基于晏阳初乡村改造理论的启示[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2022, 48(6): 165-175.