

# 数字平台赋能乡村产业电商化转型的路径与策略

王凡

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月23日; 录用日期: 2025年5月9日; 发布日期: 2025年6月10日

## 摘要

在乡村振兴战略与数字经济深度融合的时代背景下, 农村产业发展迎来全新契机, 其中电商化转型成为推动乡村经济增长、实现农民增收的关键路径。当前, 乡村产业电商化转型虽已取得一定成果, 农村电商交易规模持续扩大且模式不断创新, 但仍面临诸多困境, 诸如数字基础设施建设滞后、农民数字素养有待提升、产业规模化标准化程度较低以及数字平台与乡村产业融合不充分等问题。数字平台凭借其独特优势, 在拓展市场渠道、降低交易成本、促进产业升级和优化资源配置等方面, 为乡村产业电商化转型提供了有力支撑。为进一步释放数字平台的赋能潜力, 实现乡村产业电商化的高质量发展, 需加强数字基础设施建设, 提升农民数字素养, 推动乡村产业规模化和标准化进程, 深化数字平台与乡村产业的融合。

## 关键词

数字平台, 乡村产业, 电商化转型, 影响路径, 优化策略

# The Path and Strategies for Empowering Rural Industrial Transformation towards E-Commerce through Digital Platforms

Fan Wang

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 23<sup>rd</sup>, 2025; accepted: May 9<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 10<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

In the era of deep integration between the rural revitalization strategy and the digital economy,

rural industrial development has ushered in a brand-new opportunity, among which the transformation towards e-commerce has become a key path to promoting rural economic growth and increasing farmers' income. Currently, although the e-commerce transformation of rural industries has achieved certain results, with the continuous expansion of rural e-commerce transaction scale and the continuous innovation of models, it still faces many difficulties, such as the lagging construction of digital infrastructure, the need to improve farmers' digital literacy, the relatively low degree of industrial scale and standardization, and the insufficient integration of digital platforms with rural industries. Digital platforms, with their unique advantages, provide strong support for the e-commerce transformation of rural industries in terms of expanding market channels, reducing transaction costs, promoting industrial upgrading, and optimizing resource allocation. To further unleash the empowering potential of digital platforms and achieve high-quality development of rural industry e-commerce, it is necessary to strengthen the construction of digital infrastructure, enhance farmers' digital literacy, promote the process of industrial scale and standardization in rural areas, and deepen the integration of digital platforms with rural industries.

## Keywords

Digital Platforms, Rural Industries, E-Commerce Transformation, Influence Paths, Optimization Strategies

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

在全球数字化浪潮与我国乡村振兴战略稳步推进的时代坐标中，乡村产业的发展正站在关键转折点上。乡村产业作为农村经济的核心支柱，其发展状况不仅关乎农民的切身福祉，更对国家粮食安全与社会稳定有着深远意义。长期以来，传统乡村产业深陷市场信息闭塞、销售渠道狭窄、产业链条短且脆弱等困境，这些问题如重重枷锁，严重束缚了乡村产业的发展步伐，限制了农村经济的繁荣。近年来，数字经济异军突起，以前所未有的深度和广度重塑着各个产业的发展格局。数字平台作为数字经济的关键载体，凭借强大的数据处理能力、广泛的市场连接性和高效的资源配置效率，为乡村产业突破发展瓶颈带来了新希望。

虽然数字平台在乡村产业电商化转型进程中已初显成效，但依然存在着诸多障碍。部分乡村地区数字基础设施建设严重滞后，使得数字平台的功能难以充分施展；农民数字素养匮乏，在运用数字平台开展电商业务时困难重重；数字平台与乡村产业的融合尚停留在表面，平台间的信息孤岛现象严重，难以形成高效的协同发展合力。

在此背景下，深入探究数字平台赋能乡村产业电商化转型的影响路径与优化策略，不仅是丰富数字经济与乡村产业发展理论体系的学术需求，更是解决乡村产业发展现实困境、推动乡村振兴战略落地生根的迫切要求。

当前学界对数字平台推动乡村电商建设进行了诸多研究。朱婷、夏英、孙东升基于创新生态系统理论，以荔浦市 AH 合作社为案例，深入分析了农民合作社参与电商经营的驱动机制与实践困境。该研究强调应营造协同创新环境、构建要素支持机制并强化主体数字意识，以推动农民合作社电商转型[1]。王瑞峰、李爽聚焦乡村产业数字化转型，探究电商技术对乡村产业转型升级的影响以及涉农电商平台的实践逻辑。电商技术通过激活创新、拓展边界、优化组织、赋能从业人员和重构分工等方面推动乡村产业

升级。涉农电商平台凭借其动态特征，在创新、基础、平台、用户和区域等维度助力乡村产业数字化转型，最终实现农民效用最大化[2]。刘诗羽、罗必良运用2010~2020年中国49个茶叶主产县的面板数据，实证检验数字技术使用对茶产业发展的影响[3]。文进爱和邱伟芳指出，传统农村电商存在支持要素相对不足、经营能力相对薄弱、产业生态相对失衡等问题。数字乡村可通过数据赋能推动农村电商要素价值提升，借助产业转型助力农村电商智慧升级，营造良性生态实现农村电商优势升级。为推动农村电商发展，应夯实技术基础、培育产业主体、完善服务体系、建设优质品牌并创新营销模式[4]。

综上，现有研究从数字下乡、数字化转型、数字乡村赋能等维度，深入探讨了数字平台赋能乡村产业电商化转型的路径与策略。这些研究为进一步探索乡村产业电商化转型提供了重要的理论基础，但在不同地区数字平台赋能模式的适应性研究，以及如何构建长效赋能机制等方面仍有深入探讨的空间。本研究致力于挖掘数字平台在乡村产业电商化转型中的潜在价值，为乡村产业的高质量发展提供切实可行的方案，助力乡村在数字时代实现经济腾飞，为实现农业农村现代化注入强劲动力。

## 2. 概念界定与理论基础

### 2.1. 概念界定

首先，乡村产业是指以农业为基础，涵盖农村工业、商贸、旅游、文化等多种产业形态的综合性产业体系，它以乡村资源为依托，以农民为主要参与主体，旨在促进农村经济发展和农民增收致富[5]。

从产业视角来看，农业生产是乡村产业的核心基础，包括种植业、畜牧业、渔业等传统农业领域，以及在此基础上发展起来的农产品加工业，实现了农产品的增值和产业链的延伸。农村商贸业促进了农产品的流通和销售，连接了生产与消费环节。乡村旅游业依托乡村独特的自然风光、民俗文化等资源，为游客提供休闲体验服务，拓展了乡村产业的发展空间。农村文化产业则深入挖掘乡村文化内涵，将文化元素转化为经济价值，如传统手工艺制作、民俗表演等。

其次，电商化转型则是指产业借助电子商务技术，对生产、流通、销售等环节进行数字化变革，实现产业的升级与发展，包括利用电商平台拓展市场、优化供应链管理、创新营销模式等方面[6]。

电商化转型可通过三个环节的调控实现。其一，在生产环节，产业利用数字技术实现生产过程的智能化、精准化管理。例如，在农业生产中借助物联网技术，可以实时监测农作物生长环境的温度、湿度、光照等参数，根据数据进行精准灌溉、施肥，提高农产品产量和质量，减少资源浪费。其二，在流通环节，电商化转型优化了供应链管理。通过电商平台，农产品可以减少中间环节，实现从产地到消费者的直接对接，缩短供应链长度，降低流通成本，提高流通效率。同时，利用大数据技术对物流信息进行实时跟踪和分析，合理规划物流路线，提高物流配送的准确性和及时性。其三，销售环节，电商化转型带来了营销模式的创新。利用电商平台的展示功能，全方位、多角度地展示产品信息，吸引消费者关注；借助直播电商、社交电商等新兴模式，通过主播的现场演示、社交关系的传播，增强消费者的购买意愿，拓展销售渠道。电商化转型还促使产业注重品牌建设，通过打造具有特色的品牌形象，提高产品的辨识度和附加值，提升市场竞争力。

最后，数字平台是基于数字技术构建的，能够连接多个参与主体，实现信息、资源共享与交互的虚拟空间，在乡村产业电商化转型中，常见的数字平台有电商交易平台、农业大数据平台、农村物流信息平台等。

电商交易平台为乡村产业提供了直接面向市场的销售渠道，如淘宝、京东、拼多多等综合性电商平台，以及一些专注于农产品销售的垂直电商平台。农业大数据平台整合了农业生产、市场、气象等多方面的数据资源。通过对这些数据的分析挖掘，为农户和企业提供精准的市场需求预测、生产决策支持等

服务。农村物流信息平台则致力于解决农村物流配送难题，整合物流资源，优化物流配送路线，提高物流配送效率。

## 2.2. 理论基础

在探讨数字平台赋能乡村产业电商化转型时，创新生态系统理论和交易成本理论为我们提供了坚实的理论支撑，有助于深入理解其内在机制和机理。

其一，创新生态系统理论强调创新是一个由多种要素相互作用、相互支撑构成的生态系统，需从微观、中观和宏观多层次进行阐释。在乡村产业电商化转型进程中，数字平台与农户、企业、政府等主体以及政策、技术、市场等环境因素共同构建了创新生态系统。

微观层面，农户和企业借助数字平台实现自身发展。农户可以利用电商平台直接销售农产品，减少中间环节，增加收入；同时通过农业大数据平台获取生产技术指导，如利用物联网技术实现精准灌溉、施肥，提高农产品产量和质量。企业则借助数字平台进行品牌建设、拓展业务范围，提升市场竞争力。例如，企业可以利用直播电商、社交电商等新兴模式，通过数字平台的宣传推广功能，打造乡村特色产品品牌，实现从低价竞争向品牌竞争的转变，提高产品附加值。

中观层面，数字平台作为核心创新要素，推动乡村产业创新和升级。以电商交易平台和农业大数据平台为例，电商交易平台为乡村产业提供了直接面向市场的销售渠道，打破了传统销售的地域限制，拓展了市场空间；农业大数据平台则整合农业生产、市场、气象等多方面数据资源，通过数据分析挖掘，为农户和企业提供精准的市场需求预测、生产决策支持等服务。这两类平台相互协同，电商交易平台收集的市场销售数据反馈给农业大数据平台，大数据平台据此优化生产决策建议，指导乡村产业调整生产策略，实现产品与市场的精准对接，促进产业间的协同发展，提升整个乡村产业的竞争力。

宏观层面，政府通过制定政策、加大基础设施建设投入，为数字平台赋能乡村产业创造良好的外部环境。例如，政府出台税收优惠、土地使用优惠等政策，吸引电商企业、物流企业参与乡村数字基础设施建设，这不仅改善了乡村网络覆盖和物流配送条件，也为数字平台在乡村的发展提供了基础保障，促进了平台与乡村产业的对接。从政策引导上，政府鼓励数字平台与乡村产业融合，引导各类资源向乡村流动，为整个创新生态系统注入活力。

其二，交易成本理论认为市场交易过程中存在信息搜寻、谈判、签约、监督等成本，而数字平台的出现能够降低这些成本。在乡村产业电商化转型中，不同类型数字平台发挥着重要作用。

电商交易平台和农村物流信息平台在降低交易成本方面成效显著。电商交易平台整合了大量市场信息，农户和企业可以在平台上快速找到合适的交易对象，减少了信息搜寻成本。比如在传统模式下，农户需要四处寻找收购商，耗费大量时间和精力，而电商交易平台让农户能够直接接触到全国各地的买家，信息获取变得便捷高效。平台的在线交易功能简化了交易流程，双方可直接沟通交易，无需繁琐的线下谈判和签约环节，降低了谈判和签约成本。农村物流信息平台则通过整合物流资源，优化物流配送路线，提高物流配送效率，降低物流成本，这间接减少了交易成本。同时，数字平台建立的评价和监督机制，促使交易双方遵守规则，减少违约风险，降低监督成本。此外，农业大数据平台通过数据共享和分析，帮助农户和企业更好地了解市场动态和交易对手，进一步降低了信息不对称带来的交易风险和成本。

最后，不同类型数字平台之间存在着协同效应。电商交易平台产生的交易数据为农业大数据平台提供了市场需求信息，有助于其更精准地进行市场预测和生产决策；农业大数据平台的决策建议又为电商交易平台上的产品供应提供了优化方向，使产品更符合市场需求。农村物流信息平台则保障了电商交易平台上产品的顺利流通，提高了交易效率，三者相互配合，形成一个有机的整体，共同为乡村产业电商化转型赋能，降低了整个产业链的交易成本，提升了产业的经济效益和竞争力。

### 3. 乡村产业电商化转型现状与问题分析

#### 3.1. 乡村产业电商化转型现状

据商务大数据监测, 2024 年我国农村网络零售额达 26493.6 亿元, 同比增长 6.4%; 农产品网络零售额亦同比增长 15.8% [7]。这一增长趋势在过往数年中得以延续, 彰显出乡村产业电商化转型的强劲动力。此外, 农村电商产业集群不断涌现, 在全国多个地区形成了特色鲜明、具有强大竞争力的产业集聚效应。江苏沙集凭借家具电商产业, 从一个传统农业小镇发展成为全国知名的电商产业基地, 吸引了大量劳动力就业, 推动了当地经济的快速发展, 如今沙集从事电商及相关产业的人员超过 5 万人, 电商年销售额突破百亿元。浙江义乌的小商品电商产业, 依托完善的供应链和强大的市场辐射能力, 将各类小商品通过电商平台销往世界各地, 成为乡村产业电商化发展的典范, 义乌小商品通过电商渠道出口至全球 200 多个国家和地区, 年出口额持续攀升。

电商模式不断创新的同时, 直播电商、社交电商等新兴模式也在农村地区迅速兴起。直播电商通过主播的现场展示和讲解, 能够更直观地向消费者介绍农产品的特点和优势, 增强消费者的购买意愿; 社交电商则借助社交媒体的传播力和社交关系链, 实现农产品的快速推广和销售。越来越多的农民和农村企业开始参与电商经营, 成为乡村产业电商化转型的重要力量。一些农民通过参加电商培训, 掌握了电商运营技能, 开设了自己的网店; 农村企业也加大了对电商业务的投入, 建立了专业的电商团队。

#### 3.2. 乡村产业电商化转型存在的问题

##### 3.2.1. 数字基础设施建设滞后

部分乡村地区网络覆盖不足且信号不稳定, 成为电商业务拓展的瓶颈。中国互联网络信息中心发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2023 年 12 月, 我国网民规模达 10.92 亿人, 较 2022 年 12 月新增网民 2480 万人, 互联网普及率达 77.5%。其中农村网民规模达 3.26 亿人, 较 2022 年 12 月增长 1788 万人[8]。虽有提升, 但与城市相比仍存在较大差距, 部分偏远山区网络覆盖率极低。在一些山区, 由于地理环境复杂, 基站建设难度大, 网络信号难以全面覆盖。网络问题不仅导致电商交易时信息传输不畅、交易卡顿, 还使得线上直播、视频展示等营销活动难以顺利开展。当农户进行农产品线上直播销售时, 可能会因为网络不稳定出现画面卡顿、声音中断等情况, 极大地影响了消费者的购物体验, 阻碍了农产品的线上销售。

##### 3.2.2. 农民数字素养有待提升

农民受教育程度普遍较低, 对数字技术的接受和应用能力有限, 这成为乡村产业电商化转型的关键制约因素。一方面, 由于缺乏电商运营、网络营销等方面的专业知识和技能, 农民在运用数字平台开展电商业务时困难重重。他们难以掌握店铺装修、产品推广、客户服务等电商运营技巧, 无法有效利用直播电商、社交电商等新兴模式拓展销售渠道。另一方面, 部分农民对电商平台的规则和算法理解不足, 导致农产品在平台上的曝光率低, 难以吸引消费者关注。农民对数字技术的应用能力不足, 也限制了他们对大数据、物联网等先进技术在农业生产环节的应用, 无法实现精准生产和科学管理。

##### 3.2.3. 产业规模化标准化程度较低

当下乡村产业大多以个体农户或小型企业为主, 生产规模小且分散, 难以形成规模效应, 在市场竞争中处于劣势。这种分散的经营模式使得资源难以整合, 无法实现集中采购、生产和销售, 导致生产成本居高不下, 产品价格缺乏竞争力。此外, 由于生产规模有限, 乡村产业在技术创新、设备更新等方面的投入能力不足, 进一步制约了产业的发展升级。农产品标准化程度低是乡村产业面临的又一难题。农

产品质量参差不齐，缺乏统一的生产标准和质量检测体系，导致消费者对乡村产品的品质信任度不高。

#### 3.2.4. 数字平台与乡村产业融合不充分

当前，数字平台与乡村产业的融合尚处于初级阶段，数据共享程度低，平台之间存在严重的信息孤岛现象。其一，不同平台的数据格式、接口标准不统一，导致数据无法顺畅流通和共享，资源难以有效整合和协同利用。这使得乡村产业在获取市场信息、优化供应链管理等方面受到限制，无法充分发挥数字平台的优势。其二，在农产品溯源、质量检测等关键服务功能上，数字平台存在明显不足。消费者难以通过平台获取农产品的生产过程、质量检测等详细信息，无法对产品质量进行有效监督和判断。这不仅损害了消费者的权益，也影响了乡村产业的品牌建设和市场信誉。数字平台在金融服务、技术支持等方面对乡村产业的支持力度不够，无法满足农村电商企业和农户在发展过程中的多样化需求。

### 4. 数字平台赋能乡村产业电商化转型的影响路径

#### 4.1. 拓展市场渠道

数字平台打破了传统市场的地域限制，为乡村产业提供了面向全国乃至全球消费者的广阔市场空间。以淘宝、京东等大型电商平台为例，平台汇聚了海量的流量资源，众多乡村特色产品借助这些平台的流量优势，实现了销量的大幅增长。数字平台依托大数据分析技术，能够深入挖掘消费者的购买行为、偏好等信息，精准对接消费者需求。通过对这些数据的分析，平台可以为乡村产业提供精准的市场需求预测，帮助其把握市场趋势，提前调整生产和销售策略。平台还能根据消费者的个性化需求，为乡村产业提供产品优化建议，助力其生产出更符合市场需求的产品，从而提高市场占有率，使乡村产业能够更好地适应市场变化，满足消费者多样化的需求。

#### 4.2. 降低交易成本

在乡村产业电商化转型过程中，数字平台整合了大量的市场信息，农户和企业可以在平台上快速找到合适的交易对象，减少了信息搜寻成本。传统交易模式下，农户和企业需要耗费大量的时间和精力去寻找潜在的交易伙伴，而数字平台的出现，使得信息获取变得更加便捷高效。平台的在线交易功能简化了交易流程，双方可以通过平台直接进行沟通和交易，无需繁琐的线下谈判和签约环节，大大降低了谈判和签约成本。数字平台建立的评价和监督机制，促使交易双方遵守规则，减少了违约风险，降低了监督成本。

#### 4.3. 促进产业升级

数字技术作为工具性客体，深度融入乡村产业发展的多元场景，从外部赋能乡村产业实现专业化、现代化与智能化转型[9]。数字平台有力地推动了乡村产业的技术创新，大数据、物联网、人工智能等技术在农业生产、加工、销售等环节得到广泛应用，提升了产业的智能化水平。智能客服能够及时解答消费者的疑问，提供更好的购物体验；精准营销则可以根据消费者的偏好和行为数据，推送个性化的产品信息，提高销售效率。数字平台的宣传和推广功能，促进了乡村产业的品牌建设。一些乡村特色产品借助数字平台的传播优势，打造出了知名品牌，实现了从低价竞争向品牌竞争的转变，提升了产品的附加值和市场竞争能力。

#### 4.4. 优化资源配置

首先，数字平台打破了信息壁垒，实现了乡村产业资源的共享与整合。农户和企业可以在平台上发布和获取土地、劳动力、资金等资源信息，实现资源的优化配置。其次，农业大数据平台整合了各类资

源信息，为农户和企业提供资源匹配服务，根据双方的需求和资源优势，实现精准对接，提高了资源利用效率。再次，数字平台的发展吸引了更多的资金、技术和人才投入到乡村产业发展中。通过平台，乡村产业能够展示自身的发展潜力和优势，吸引外部投资和技术支持。最后，一些电商平台为乡村创业者提供了资金扶持和技术培训，帮助他们开展电商业务；同时，也吸引了一些具有专业知识和技能的人才投身乡村产业，为其发展注入新的活力。

## 5. 数字平台赋能乡村产业电商化转型的优化策略

### 5.1. 加强数字基础设施建设

政府应加大对乡村数字基础设施建设的投入力度，设立专项资金，专门用于支持农村地区的网络建设和物流配送体系建设。针对不同地区的地理环境和经济发展水平，采取差异化的建设策略：

其一，网络建设方面。在平原等网络建设难度较小的农村地区，积极推动5G网络、物联网等新型基础设施的全面覆盖。通过与通信运营商合作，合理规划基站布局，确保网络信号稳定且全覆盖。同时，鼓励运营商推出针对农村用户的优惠套餐，降低农民使用网络的成本，提高网络使用率。在山区、偏远地区等地理环境复杂的区域，由于基站建设难度大、成本高，可采用多种方式改善网络覆盖状况。一方面，建设更多的基站，运用分布式基站、微基站等技术，提高信号覆盖范围；另一方面，采用信号增强技术，如信号放大器、中继器等设备，增强信号强度，减少信号盲区。例如，在一些山区，可以利用高山等地形优势，建设信号中转基站，实现信号的有效传输。还可以探索卫星通信等补充手段，保障网络的基本覆盖，满足电商业务和线上营销活动的需求。

其二，物流配送体系建设方面。在农产品主产区和农村电商发展较快的地区，加强农村物流配送中心、冷链物流设施等的建设。政府可以通过直接投资、补贴等方式，支持建设现代化的物流配送中心，配备先进的仓储设备和物流管理系统，提高物流配送效率，降低物流成本。比如，建设具备智能仓储、自动分拣功能的物流配送中心，运用大数据技术优化物流配送路线，提高物流配送的准确性和及时性。对于生鲜农产品较多的地区，加大对冷链物流设施的投入，建设冷藏仓库、购置冷藏运输车辆等，确保农产品在运输和储存过程中的品质。在一些偏远、交通不便的农村地区，政府可以引导物流企业合理布局物流网点，通过建立县级物流中心、乡镇物流服务站和村级物流代办点的三级物流体系，实现物流配送的全覆盖。同时，鼓励发展共同配送、集中配送等模式，整合物流资源，降低物流成本。例如，多个物流企业可以共同使用配送车辆，按照规划好的路线进行货物配送，提高车辆的装载率和配送效率。

其三，应积极鼓励社会资本参与乡村数字基础设施建设。通过出台税收优惠、土地使用优惠等政策，吸引电商企业、物流企业等社会力量投入到乡村网络建设和物流配送体系建设中。政府可以与电商企业合作，共同建设农村电商服务站点，实现网络覆盖和物流配送的协同发展。例如，与阿里巴巴等电商企业合作，依托其淘宝村模式，在农村建设电商服务站，为农民提供网络购物、农产品销售、物流收发等一站式服务。也可以与物流企业合作，引导其在农村地区合理布局物流网点，提高物流配送的可达性。对于积极参与乡村数字基础设施建设的企业，政府给予税收减免、土地使用优先等政策支持，激发企业的积极性和主动性，通过这种多元化的投入机制，为乡村数字基础设施建设提供充足的资金和技术支持。

综上，农村电商高质量发展离不开政府的引导与推动。政府应在政策端强化对电商的扶持，推动电商体系创新，立足区域资源禀赋打造特色电商品牌，同时加强电商人才队伍建设，优化电商物流体系，促进农村电商产业集群化发展，形成全面发展格局[10]。

### 5.2. 提升农民数字素养

开展多样化的培训活动的提升农民数字素养的关键。培训内容应涵盖电商运营、网络营销、农产品

质量检测等多个方面的知识和技能[4]。

第一，在电商运营培训中，可以包括店铺开设、商品上架、订单处理等基础操作，以及店铺推广、客户服务等进阶技能。第二，在网络营销培训方面，教授农民如何利用社交媒体、直播平台等进行农产品的推广和销售，如制作吸引人的短视频、开展直播带货等技巧；第三，农产品质量检测培训则帮助农民了解农产品质量标准，掌握简单的检测方法，确保农产品质量安全。培训方式应采用线上线下相结合的模式。线上可以利用网络课程、直播讲座等形式，让农民随时随地都能学习；线下则可以组织集中培训、实地操作指导等活动，增强农民的实际操作能力。建立有效的激励机制，能够充分调动农民参与数字技能培训的积极性。对参加培训并取得良好成绩的农民给予一定的培训补贴，用于购买学习资料或电商设备；对于在电商经营中表现突出的农民，给予创业扶持，如提供小额贷款、场地支持等，帮助他们扩大经营规模。还可以通过表彰和宣传电商经营成功的农民，树立榜样，发挥示范带动作用，激发更多农民参与电商的热情。

### 5.3. 推动乡村产业规模化和标准化发展

政府应出台一系列相关政策，鼓励和支持乡村产业的规模化发展。通过土地流转政策，引导农户将分散的土地集中起来，实现规模化经营，提高土地利用效率。政府可以设立产业扶持基金，对农村龙头企业和农民专业合作社进行扶持，帮助其扩大生产规模、引进先进技术和设备。对于发展特色农产品种植的合作社，政府可以给予资金支持，用于建设现代化的种植基地、购置先进的灌溉设备等，提高生产效率和产品质量。加强对乡村产业标准化建设的指导和监管至关重要。制定完善的农产品生产、加工、销售等环节的标准体系，明确农产品的质量标准和生产技术规范和包装要求等。加强对农产品质量的检测和认证工作，建立严格的质量检测制度，确保农产品质量安全。通过标准化建设，提升乡村产业的品牌竞争力。政府可以推动农产品品牌认证，鼓励企业打造具有地方特色的农产品品牌，提高产品附加值，增强市场竞争力。

### 5.4. 深化数字平台与乡村产业的融合

一方面，在农产品电商发展较为成熟的地区，数字管理部门要建立统一的数据标准和接口规范，促进电商交易平台、农业大数据平台、农村物流信息平台等不同平台之间的数据流通和业务协同。电商交易平台的销售数据可以实时反馈给农业大数据平台，为农产品生产提供市场需求预测；农业大数据平台的生产决策建议可以指导农户生产，生产信息又能同步到电商交易平台和物流信息平台，实现供应链的优化管理。在一些产业特色明显的乡村地区，鼓励平台之间开展针对性的合作项目，共同推动乡村产业电商化转型。比如，在茶叶产区，电商平台、农业大数据平台和茶叶行业协会合作，打造茶叶全产业链数字化服务平台，为茶农、茶企提供种植、加工、销售、品牌推广等一站式服务。

另一方面，针对不同产业的特点，要完善数字平台的服务功能。对于农产品产业，加强农产品溯源、质量检测等服务体系建设，保障消费者权益。通过区块链等技术，实现农产品从种植、加工到销售全过程的信息追溯，让消费者能够查询到农产品的产地、生产过程、农药使用等详细信息。对于农村电商企业和农户，提供金融服务、技术支持等增值服务，帮助他们解决发展中的难题。例如，电商平台与金融机构合作，为农户提供小额信用贷款，解决农产品生产和销售过程中的资金周转问题；为农村电商企业提供技术培训和咨询服务，帮助他们提升电商运营能力和技术水平，促进数字平台与乡村产业的深度融合。

## 6. 结语

数字平台赋能乡村产业电商化转型的本质，是传统乡村经济体系在数字时代重构生产关系、重塑产

业竞争力的必然选择,是数字技术与乡村振兴战略深度融合催生的经济变革。破解乡村产业电商化转型难题,既需要数字平台充分释放技术红利,搭建高效的产业对接桥梁,也需要构建政府引导、市场驱动、主体参与的协同机制,破除制度性障碍与发展瓶颈。

只有当乡村产业实现从传统生产模式向数字化、智能化转型,乡村市场主体真正掌握电商运营的核心能力,数字平台与乡村产业形成良性互动的生态闭环,才能真正打通乡村经济发展的“任督二脉”。这不仅关乎乡村产业的可持续发展与农民增收致富,更是实现城乡经济均衡发展、推动农业农村现代化的关键路径,对全面推进乡村振兴战略、构建新发展格局具有深远意义。

## 参考文献

- [1] 朱婷,夏英,孙东升.“数字下乡”:农民合作社电商化转型[J].当代经济管理,2022,44(11):52-59.
- [2] 王瑞峰,李爽.涉农电商平台助力乡村产业数字化转型的实践逻辑[J].现代经济探讨,2022(5):123-132.
- [3] 刘诗羽,罗必良.数字技术赋能乡村特色产业发展:“红利”抑或“鸿沟”?——以茶产业为例[J].农村经济,2023(11):14-24.
- [4] 文进爱,邱伟芳.数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J].农业经济,2024(9):137-139.
- [5] 马改艳,杨秋鸾,王恒波.数字经济赋能乡村产业振兴的内在机制、现实挑战与突破之道[J].当代经济管理,2023,45(8):33-38.
- [6] 王志辉.专业村产业电商化转型升级驱动因素与过程研究[J].商业经济研究,2019(11):98-100.
- [7] 中华人民共和国商务部.商务部流通发展司负责人2024年我国批发和零售业发展情况[EB/OL].2025-01-24.  
[https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjzrzb/art/2025/art\\_bea8537592840989b7cc60e4b43825e.html](https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjzrzb/art/2025/art_bea8537592840989b7cc60e4b43825e.html),2025-04-01.
- [8] 中华人民共和国国家互联网信息办公室.第53次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[EB/OL].2024-03-25.  
[https://www.cac.gov.cn/2024-03/25/c\\_1713038218396702.htm](https://www.cac.gov.cn/2024-03/25/c_1713038218396702.htm),2025-04-01.
- [9] 吕萍,孔凤竹.数字经济赋能乡村产业振兴的逻辑机理、制约因素及实现路径[J].区域经济评论,2024(3):98-106.
- [10] 向雪.乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J].农业经济,2025(4):141-144.