

农村电子商务助力城乡融合发展策略研究

贾琼^{1,2*}, 董济宇¹

¹甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

²甘肃省社会科学院财政金融研究所, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年4月28日; 录用日期: 2025年5月20日; 发布日期: 2025年6月20日

摘要

城乡融合发展是全面建设社会主义现代化国家的重要路径支撑。随着城乡融合向纵深推进, 农村电子商务作为衔接城乡的新型经济纽带, 在促进城乡要素流动、市场融合、文化交流方面发挥了重要作用。当前农村电子商务在助力城乡融合进程中仍面临多重挑战, 主要体现在仓储物流体系薄弱、专业人才匮乏、品牌标准化建设不足等方面。针对于此, 提出加强城乡基础设施建设、激活城乡人力资源合理流动、强化品牌建设和标准化管理等对策。坚持以农村电子商务作为城乡融合的突破口, 将为实现乡村振兴战略提供坚实支撑。

关键词

农村电子商务, 城乡融合发展, 乡村振兴, 物流运输网络

Research on the Strategy of Rural E-Commerce Helping Urban-Rural Integration Development

Qiong Jia^{1,2*}, Jiyu Dong¹

¹College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

²Institute of Finance and Economics, Gansu Academy of Social Sciences, Lanzhou Gansu

Received: Apr. 28th, 2025; accepted: May 20th, 2025; published: Jun. 20th, 2025

Abstract

Urban-rural integration and development is an important path to support the comprehensive construction of a modern socialist country. As urban-rural integration advances in depth, rural e-

*通讯作者。

文章引用: 贾琼, 董济宇. 农村电子商务助力城乡融合发展策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 2091-2097.

DOI: 10.12677/ec.2025.1461964

commerce, as a new type of economic link connecting urban and rural areas, plays an important role in promoting urban and rural factor flows, market integration and cultural exchanges. At present, rural e-commerce is still facing multiple challenges in the process of urban-rural integration, which are mainly reflected in the weak warehousing and logistics system, the lack of professional talents, and the insufficient construction of brand standardization. In view of this, countermeasures are proposed to strengthen urban and rural infrastructure construction, activate the reasonable flow of urban and rural human resources, and strengthen brand building and standardized management. Insisting on rural e-commerce as a breakthrough in urban-rural integration will provide solid support for the realization of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural E-Commerce, Urban-Rural Integrated Development, Rural Revitalization, Logistics and Transportation Network

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

中共中央、国务院印发的《乡村全面振兴规划(2024~2027 年)》明确要求“坚持农业农村优先发展,坚持城乡融合发展”。城乡融合发展作为破解城乡二元结构的核心命题,既是乡村振兴战略的深层目标,也是构建新发展格局的关键环节。2025 年中央一号文件指出“加快构建农产品和农资现代流通网络,支持各类主体协同共建供应链,推动农村电商高质量发展,”凸显了电子商务在城乡融合中的关键载体作用。在数字信息技术深度赋能乡村的背景下,农村电子商务通过“线上平台化交易、线下智慧化流通”的创新模式,正在重塑城乡要素流动格局、激活乡村发展动能。厘清农村电子商务与城乡融合的内在联系,把握好农村电子商务的发展动态,有利于提升城乡资源配置效率与发展协同性,进而为城乡融合发展注入数字化动能。

2. 农村电子商务推动城乡融合发展的内在逻辑

党的十九大报告指出要“建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系”。马克思和恩格斯城乡融合理论中国化,很大程度上打破了城乡二元壁垒[1]。城乡融合是经济社会发展到一定阶段的必然产物,当前我国已经进入城乡全面融合发展的新阶段[2]。在百年未有之大变局的影响下,我国正处在传统农业向现代农业转型的关键时期,我们需要把简单的城乡融合发展理念融入到多维度、全方位、一体化的城乡融合新格局,全面提高城乡融合发展水平。信息经济学理论表明,市场参与双方在经济业务中对信息的掌握程度存在差异,信息不对称现象具有长期普遍性特征,拥有信息优势的一方在市场博弈中往往处于优势地位。在农业产业经营领域,由于信息不对称与农户自身市场信息匮乏,容易陷入盲目种植与农产品滞销困境。在政策扶持与技术创新的双重驱动下,电子商务加速向农村领域渗透,破解农村市场信息失灵,为农村经济注入新动能。农村电子商务通过信息通讯技术分析市场需求、打破地理限制,提高农产品市场可达性,为城乡居民搭建交流桥梁,促进城乡要素双向流动,助力城乡融合发展的实现。

2.1. 农村电子商务推动城乡要素相互融合

通过城乡融合发展促进扩散效应,实现经济、社会、文化、生态等领域的协调统一,促进城乡资源

共享与要素双向流通[3]。城乡要素的双向流动是实现城乡融合发展的关键动力,而农村电子商务作为现代信息技术的重要载体,在推动要素流动、缩小城乡差距中发挥了重要作用。一方面电子商务技术助力城乡资源优化配置,显著推动“农产品上行”。电商平台借助现代信息技术和大数据分析,突破传统销售障碍和地域限制,将优质农产品推广至城市乃至全国,有效解决滞销难题。同时,依托消费端数据反馈,农业生产逐步从传统经验驱动转向市场需求驱动,精准匹配市场需求,推动农村电子商务高质量发展。另一方面电子商务技术赋能农村生活方式转型,促进“工业品下行”。电商平台结合各地耕地条件、生产方式及农民个性化需求,精准引导城市工业品进入农村市场。这种以需求为导向的供给模式,不仅提升农民生产效率,还促进城乡资源双向流动,有效缩小城乡发展差距。

2.2. 农村电子商务推动城乡市场相互融合

2022年4月,中共中央、国务院发布的《关于加快建设全国统一大市场的意见》中明确指出:“加快数字化建设,推动线上线下融合发展,形成更多商贸流通新平台、新业态、新模式。”在传统农产品流通体系下,农产品销售受限于地理半径与市场边界,致使农户经济收益空间持续压缩,形成城乡收入差距弥合进程中的障碍。农村电子商务技术通过数字信息技术有效打破城乡空间壁垒,具体表现在:农村电子商务平台依托大数据和云计算,实时整合城乡供需信息,将农村的生产能力与城市的消费需求精准对接。以拼多多平台的“农地云拼”模式为例,该模式基于城市社区的团购数据,动态生成农产品订单,引导农民开展精确的订单农业生产。这种数据驱动的生产方式,不仅帮助农民优化种植决策、提升生产效率,还让消费者能够实时获取农产品的质量、价格等信息,实现供需双方的深度互联与高效协同。这种模式推动了农业生产与销售链条的数字化转型与重构,为构建高效、透明的全国统一大市场提供了有力支撑。

2.3. 农村电子商务推动城乡文化相互交流

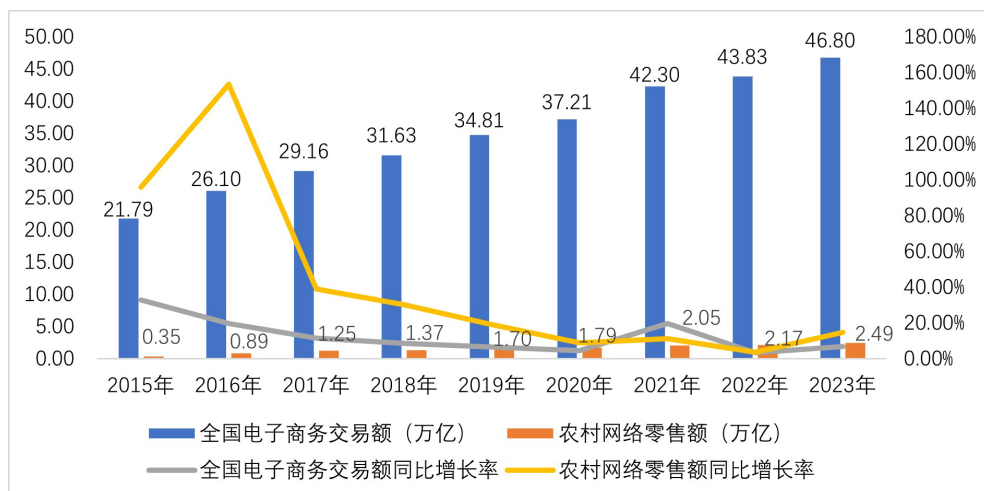
商务部、中央网信办和发展改革委联合印发的《“十四五”电子商务发展规划》提出“支持电子商务企业加强研发设计,提高文创价值,将中国传统文化融入到产品设计,打造一批拥有自主IP的高附加值品牌。”农村电子商务通过信息技术将传统文化、地方风俗融入农产品,以电子商务为媒介扩大市场影响力。例如,借助短视频直播平台,云南银饰锻造、陕西剪纸等非遗技艺为农产品增添文化内涵,提升品牌吸引力。同时,城市消费端的新兴生活理念,如国潮审美和健康饮食,通过电商数据反馈至乡村生产端,促进城乡文化双向交流与创新。以李子柒为例,她通过诗意化的视频内容,搭建起城乡文化沟通的桥梁,将二十四节气、农耕文化与非遗故事融入产品设计,成功创立自主品牌。消费者在电商平台购买其产品时,不仅获得高品质的商品,还能感受到文化与精神的深层共鸣。

3. 农村电子商务发展现状

3.1. 农村电子商务规模不断扩大

新时代以来,我国高度重视信息化水平建设,农村信息化水平达到前所未有的高度,带动居民就业、提升居民收入,为城乡融合注入新活力。

如图1所示,全国电子商务交易额逐年上升,全国农村网络零售额也呈现出快速增长态势,成为城乡融合发展的重要引擎。2015年全国电子商务交易额为21.79万亿元,2023年攀升至46.80万亿元,增幅达115%,这一数据彰显出我国电子商务规模的迅猛增长态势,深刻印证了数字技术与实体经济正加速实现深度融合。全国电子商务交易额增量绝对值高,同比增长率均为正增长,但增长率却日益缩小,一方面说明我国电子商务交易市场日趋成熟,另一方面表明数字技术驱动市场交易向精细化运营方向发展,



数据来源:《中国电子商务报告》整理所得。

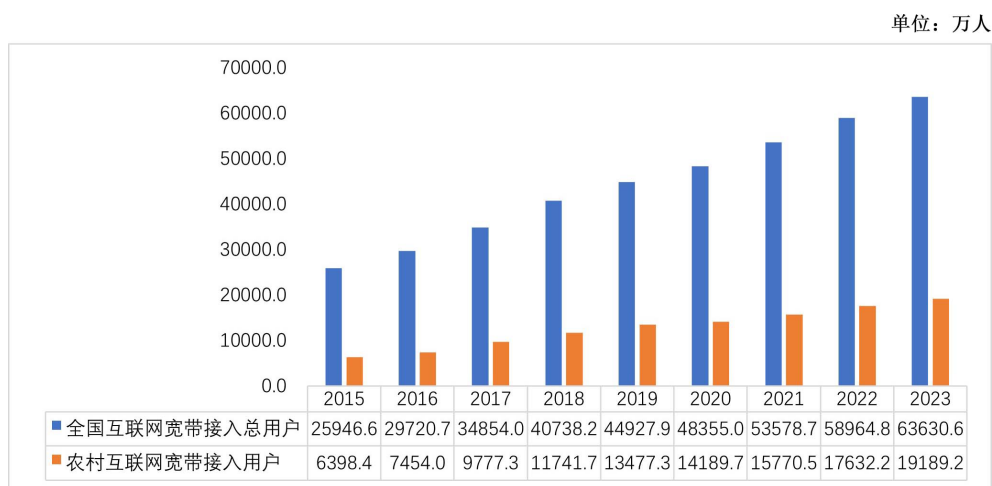
Figure 1. National e-commerce transaction volume and rural online retail sales from 2015 to 2023

图 1. 2015~2023 年全国电子商务交易额和农村网络零售额

全国电子商务交易额增速放缓但增长质量提高。农村网络零售额也呈现出逐年增长态势,从 2015 年的 0.35 万亿增长到 2023 年的 2.5 万亿,增长了 6.1 倍,显现出农村电商市场的强劲活力与巨大增长潜力。农村网络零售额增长率 2016~2019 年缩减,但仍是正向增长,2020~2023 年呈现波动增长的趋势,显示农村电商市场规模稳步扩大。尽管全国农村网络零售额增长势头迅猛,但在全国电子商务成交额中占比仍然较小,反映出城乡数字经济发展存在较大的结构性差距,农村电商体系建设仍有较大提升空间。

3.2. 农村电子商务推动基础设施建设日益完善

近年来,农村网络基础设施不断完善,农村地区通讯难的问题得到有效解决,与农业生产相关的基础设施的数字化改造正全面展开[4]。农村电子商务并不是一个独立的个体,它依附于农村,因而农村电子商务的发展离不开各种基础设施的建设。



数据来源:《中国统计年鉴》。

Figure 2. Total Internet broadband access users and rural Internet broadband access users in China from 2015 to 2023

图 2. 2015~2023 年全国互联网宽带接入总用户和农村互联网宽带接入用户

农村地区的通讯问题、交通运输问题以及农业生产的方方面面都会影响到农村电子商务的发展。根据国家统计局发布的数据显示,截至 2023 年末,我国农村基础设施网络实现结构性跃升,农村公路总里程突破 460 万公里,村域主干道硬化率超 98%,农村电子商务配送站点覆盖率达到 74.5%,农村宽带互联网普及率高达 99%。由图 2 所示,农村宽带用户数从 2010 年的 2475.7 万户增长至 2023 年的 19189.2 万户,增长了 7.8 倍,表明农村互联网基础设施和应用得到了快速发展。

3.3. 农村电子商务发展呈现出新业态

随着网络信息技术的不断进步,农村电子商务已从单一模式发展为多维度融合的产业形态。农村电商不再局限于农产品交易,还拓展到乡村旅游、手工艺品、农资供应等多个领域,形成了更加丰富的产业链条。通过这些新业态,农村电商有效解决了“信息不对称”和“销售渠道狭窄”等传统问题,推动了农村经济的转型升级。与此同时,精心打造品牌故事,将优质农产品从“初级商品”升级为“品牌商品”,不仅提升了产品附加值,也促进了农产品品牌发展与农业数字化转型。从最初简单地将农产品搬到网上售卖,到如今实现农产品的产业化发展,涌现出“新农人”直播电商节等创新营销模式,并打造电子商务产业集聚区,这些都表明在信息技术加持下,应摒弃对传统农村电子商务的固有认识,从市场化、信息化、专业化的角度出发,将农村电子商务与现代信息技术深度融合,打造具有特色的产业体系。

4. 农村电子商务在城乡融合发展中的困境

随着我国综合国力的不断增强,我国城乡关系也逐渐从割裂状态趋向相互融合、相互促进,中国城乡基础设施的共建共享程度显著提升,但城乡融合发展的体制机制障碍尚未根本消除[5]。城乡融合发展是一个系统的工程,并非一蹴而就,需要政府、企业,农户等多方协作,共同努力推进城乡融合。

4.1. 仓储物流体系薄弱,设备升级滞后

我国幅员辽阔,农村地区地形复杂,这一客观条件导致农村与城市之间的交通连接仍不完善,许多城乡之间“最后一公里”配送难题依旧存在,直接制约着农村物流的发展。受此影响,农村电商物流配送中心面临着仓储设施不完备、物流节点分布不合理等结构性问题,阻碍了物流效率的提升。这些因素致使物流成本居高不下,不仅进一步压缩了农民和电商企业的利润空间,还可能进而推高消费者的购物成本[6]。农村物流运输多依赖班车进行长距离输送,使得配送周期相对较长。多数班车仅采用冰袋控制温度,冷链物流的普及率较低,生鲜农产品易腐易烂,损耗率随之增加。现阶段的农村仓储主要以简易仓库和民房为主,普遍缺乏智能控温和自动化分拣设备,导致存储损耗率较大。此外,仓储设施布局不合理,主要集中在县域,乡、村两级仓储节点严重缺失,造成农产品需多次转运,增加了运输成本与损耗率。

4.2. 专业人才匮乏,能力建设不足

农村电子商务专业人才匮乏是农村当前面临的突出问题。由于缺少缺乏专业化、本土化从业人员,且农村青年更倾向选择城市工作生活,导致农村人口结构失衡,造成以老人、儿童为主的“空壳村”现象。这一现状使得电子商务技术在农村缺乏有力的应用主体,制约了数字技术与农业产业的深度融合。当前直播电商从业人员专业化水平较低,缺乏相应的电子商务理论知识和运营技能[7]。尽管各地政府出台了相关政策,成立了专门的人才教育和培训机构,但在实际执行时仍出现许多问题。比如城乡资源的虹吸效应加剧农村地区人才流失、培训体系与农民需求不符、受限于农村地区的现实条件无法留住专业人才,这些问题相互交织,形成了城乡融合发展过程中农村电子商务面临的“人才困境”。

4.3. 标准化程度低, 品牌建设落后

农产品的标准化和品牌化不足是导致农村电商竞争力弱的关键问题[8]。现阶段农产品在生产过程中缺乏统一标准, 导致其品质、色泽等指标存在较大差异; 分拣环节中大多采用人工筛选, 效率低且误差率较高, 造成同一批农产品品质参差不齐, 进而影响消费者的购买信心, 削弱了市场竞争力。在品牌建设方面, 多数生产者仍采用传统销售方式, 未能将农产品与地区特色、民族文化有效结合, 导致产品与乡土文化脱节, 弱化了消费者对农产品原生态、乡土风味的认知。部分地区还存在重营销、轻品质的现象, 过度宣传, 过度包装、并盲目申请地理标志产品。这不仅使“阳澄湖大闸蟹”“五常大米”等知名品牌被大量仿冒, 严重挤占真品市场, 还引发了消费者的信任危机, 抑制市场消费活力。

5. 农村电子商务助力城乡融合发展的建议

5.1. 加强城乡基础设施建设, 释放城乡融合潜力

农村电子商务物流完善和发展对于加快城乡融合的进程, 提升农产品市场竞争力, 实现农业现代化建设都将起到积极的促进作用[9]。顺应数字经济发展趋势, 深入实施智慧物流乡村赋能行动, 推进农村延伸城市基础设施, 提高互联网及网络宽带覆盖率, 畅通城乡物流高效流通通道, 持续优化电商发展环境。按点轴开发模式, 扩大乡村公路直通面积, 优化物流运输体系, 形成发展轴线, 着力打通“最后一公里”。整合快递、冷链、仓储资源, 按照“一村一点, 一镇一站”模式, 推进行业物流体系的系统化升级。完善城乡物流运输网络, 打造双向流通模式, 降低农产品上行损耗、提升工业品下行效率, 为农民拓展更多利润空间, 促进农村同步享受城市消费资源, 最终为农村电商与现代产业体系的深度融合奠定坚实的物流基础。

5.2. 激活城乡人力资源流动, 赋能城乡融合效能

构建城乡人力资本动态适配机制, 将人口要素作为连接城乡发展的关键纽带, 形成人口要素双向流动的协同发展格局。在乡村振兴的大背景下, 构建城乡人力资本双向流动机制, 是破解城乡发展不平衡、不充分问题的关键突破口。传统的城乡二元结构往往是农村单方面向城市“输血”, 加剧了农村的“空心化”和城市“过密化”问题。我们应当重构城乡人力资源体系, 通过积极举办各种技能培训、开展电子商务运营等专业培训, 帮助农村居民掌握新媒体技术, 如直播卖货能力, 熟悉农产品电子商务渠道, 积极引导具有数字素养的农户参与到农村电子商务产业中, 促进农产品线上线下同步销售。鼓励挖掘地区特色, 发展乡村旅游产业, 促进城乡优秀人才在城市和农村间自由流动, 充分发挥人才作用, 怀揣“三农”情怀、用知识包装农产品, 将农产品销售与乡村旅游发展相融合, 促进城乡资源互动。加强开展与强电商专业院校的合作, 建立实践基地, 开展定向人才引进, 为返乡创业青年提供政策支持和有利条件, 反哺农村, 建设家乡。

5.3. 强化城乡品牌标准化建设, 提升城乡融合能级

推动农村电子商务可持续发展, 品牌化和标准化是构建现代农业产业体系的核心支柱。推动乡村生产要素配置升级, 标准化生产起到降低交易成本、稳定市场预期作用, 还通过品质一致性和可追溯性, 在城乡消费者与生产者之间建立信任纽带, 为品牌价值积累奠定坚实基础。通过直播等方式直观展示当地特色旅游、农产品生产场景、生态环境等, 增强潜在游客的体验感知, 提升游客来产地参观游览的意愿, 挖掘农产品的地域文化底蕴和品牌建设, 激发游客自发传播, 进一步打响产品品牌, 农产品品牌化并非简单的标识赋予, 更是将传统的农业生产者向品牌运营商角色的转变。这一转型要求农民突破“物质生产者”的单一定位, 兼具品质把控、品牌叙事和市场运营能力。对此, 当地政府和企业需构建制度

性支撑机制, 通过政策引导建立地域公用品牌认证体系, 并在品牌运营中强化技术标准约束, 最终形成以质量信誉为核心、城乡协同为特征的现代农村电子商务新业态。

6. 总结

农村电子商务作为数字经济与乡村振兴深度融合的关键载体, 是破解城乡二元结构的重要实践路径。本文从城乡融合的角度出发, 揭示了农村电子商务在推动城乡融合发展过程中存在物流体系不完善、专业人才匮乏以及品牌化建设不规范等突出问题。针对这些问题, 通过加强城乡基础设施建设、激活城乡人力资源流动、强化农产品品牌标准化建设等多方面举措, 提升农村电子商务的整体发展水平, 从而更有效地促进城乡资源共享和协同发展, 推动城乡融合迈上新台阶。

如今电子商务技术日益成熟, 未来需进一步强化政策协同性, 坚持以国家宏观政策为导向, 结合当地的实际情况, 形成“县-乡-村”三级治理体系。根据各区域的地理位置和特色产品, 明确差异化发展路径, 推动农村电商因地制宜发展。同时, 应积极推动农村电子商务与智慧农业、乡村文旅、跨境贸易等产业深度融合, 使农村居民更大程度上享受电子商务带来的增值收益, 真正做到以农村电子商务赋能城乡融合、以电商创新驱动乡村振兴, 切实促进城乡融合发展。

基金项目

甘肃省县域发展竞争力研究, 22JR4ZA030, 甘肃省科学技术厅软科学专项。

参考文献

- [1] 周德, 戚佳玲, 钟文钰. 城乡融合评价研究综述: 内涵辨识、理论认知与体系重构[J]. 自然资源学报, 2021, 36(10): 2634-2651.
- [2] 魏后凯. 有效破解城乡融合发展的体制机制障碍[J]. 农村工作通讯, 2024(19): 4-7.
- [3] 顾珂. 电子商务对城乡融合发展的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东财经大学, 2024.
- [4] 顾相君. 以数字乡村建设推动城乡融合发展[J]. 宏观经济管理, 2023(9): 46-53.
- [5] 魏后凯, 刘金凤, 年猛. 面向中国式现代化的城乡融合发展: 障碍、目标与长效机制[J]. 财贸经济, 2025, 46(1): 18-29.
- [6] 明小菊. 乡村振兴背景下农村电商物流的发展困境与路径研究[J]. 现代农业研究, 2024, 30(2): 47-49.
- [7] 查天舒, 周燕. 直播电商赋能乡村振兴影响路径研究[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(18): 5-7.
- [8] 彭卓曦. 农村电子商务助力乡村振兴的策略研究[J]. 商展经济, 2024(22): 75-78.
- [9] 张薇. 城乡融合视野下农村电子商务物流成本变化模式研究[J]. 农业经济, 2018(12): 117-119.