

科技异化理论视域下农村电商数字化转型的困境与突破

段小女

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月9日; 录用日期: 2025年6月25日; 发布日期: 2025年7月17日

摘要

在数字经济蓬勃发展的时代浪潮下, 农村电商作为推动农村经济发展、促进乡村振兴的重要力量, 正经历着深刻的数字化转型。从马尔库塞科技异化理论的视角来看, 科技的发展虽然为农村电商带来了技术支持, 但也在一定程度上导致了异化现象的出现。通过马尔库塞科技异化理论分析农村电商的数字化转型, 有助于深入剖析农村电商数字化转型中存在的问题, 为解决这些问题提供理论指导和实践参考, 推动农村电商的健康发展, 促进乡村产业振兴和农民增收致富, 也为进一步探讨科技与社会、人与技术的关系提供了全新视角。

关键词

科技异化, 农村电商, 数字化转型, 单向度的人

The Dilemma and Breakthrough of Rural E-Commerce Digital Transformation from the Perspective of Technological Alienation Theory

Xiaonv Duan

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 9th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 17th, 2025

Abstract

In the era of a booming digital economy, rural e-commerce, as a vital force for promoting rural

economic development and rural revitalization, is undergoing profound digital transformation. From the perspective of Marcuse's theory of technological alienation, while technological development has provided technical support for rural e-commerce, it has also led to the emergence of alienation to a certain extent. Analyzing the digital transformation of rural e-commerce through Marcuse's theory of technological alienation can help deeply explore the problems existing in the digital transformation of rural e-commerce, provide theoretical guidance and practical references for solving these problems, promote the healthy development of rural e-commerce, facilitate the revitalization of rural industries and the increase of farmers' income, and also offer a new perspective for further exploring the relationship between technology and society, as well as between human and technology.

Keywords

Technological Alienation, Rural E-Commerce, Digital Transformation, A One-Dimensional Person

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

在乡村振兴全面推进的时代背景下,农村电商成为推动农村经济发展、促进农民生活质量、提高农民收入的重要力量。随着数字化技术的深入推进,农村电商也经历着深刻的数字化转型。农村电商通过运用数字化技术,在运营模式、供应链管理、营销手段等进行了全方位的升级改造,不仅进一步拓宽了农产品销售渠道,提高了农业生产效率,也促进了农业与其他产业融合发展,缩小了城乡数字鸿沟,为乡村振兴注入了新的活力。2018年中央一号文件首次提出数字乡村发展战略,明确提出要将数字化发展与乡村振兴相结合;《国家乡村振兴战略规划(2018~2022年)》细化了数字乡村建设的重点任务;此后,2019~2020年印发《数字乡村发展战略纲要》和《关于开展国家数字乡村试点工作的通知》,对数字乡村建设任务进一步细化[1]。伴随着各种国家级文件的出台,数字乡村建设也在稳步推进,不仅推动了乡村发展朝着信息化、数字化方向前进,同时也在这个过程中统筹推进城乡信息化融合发展。农村电商作为数字经济在农村建设领域的重要体现,成为了平衡农村经济发展的重要手段。深入实施农村电子商务数字化转型,对于推动农村电商高质量发展、增加就业机会、缩小城乡差距具有重要意义。

然而,任何产业转型在实践过程中都会面临着诸多困境,农村电商数字化转型也不例外。技术应用的盲目性与表面化,使得许多农村电商企业未能充分发挥数字技术的优势,反而会陷入技术依赖与数据安全的双重困境;技术人才缺失导致的数字化运营能力不足,无法有效应对市场变化与消费者需求的多样化;数据资源的整合与利用难题,限制了精准营销与个性化服务的开展,等等。这些都在一定程度上阻碍了数字化转型的进程。这些困境不仅制约了农村电商本身的发展,也影响了乡村振兴战略目标的实现。

马尔库塞的科技异化理论为我们分析农村电商数字化转型的困境提供了独特视角。马尔库塞认为,在资本主义社会中,科学技术成为一种新的控制形式,导致人的异化和社会的单向度发展。尽管我国农村电商发展是社会主义制度下的发展与资本主义社会存在着本质区别,但是科技异化理论所揭示的科技发展与人类社会关系的矛盾,在农村电商数字化转型中有一定程度的体现。例如,技术的过度应用可能导致农村电商从业者对科学技术盲目依赖,从而失去自主思考与创新能力;数据的商品化从而引发的隐私泄露问题,反映了科技发展过程中对于人性与社会价值的忽视。通过运用马尔库塞的科技异化理论,

能够使我们更加深入地剖析农村电商数字化转型困境背后的深层次根源，为寻求突破，走出困境提供有效的理论支持。

2. 马尔库塞科技异化理论概述

20 世纪的资本主义社会经历了深刻的变革，科技的迅猛发展成为这一时期最为显著的特征之一。以电子技术、信息技术、生物技术、新能源技术等为代表的现代科技革命，极大地推动了社会生产力的发展，使资本主义社会的物质生产水平达到了前所未有的高度。自动化生产设备在工业领域的广泛应用，极大地提高了生产效率，进而降低了生产成本，使得商品的种类和数量日益丰富；信息技术的飞速发展，尤其是互联网的普及，打破了信息传播的时空限制，推动了全球范围内的经济交流与合作，加速了经济全球化的进程。然而科技的迅猛发展也引发了一系列的社会问题。随着科学技术渗透到社会发展的各个领域，资本对技术的依赖也逐步加深，技术逐步成为资本增值的手段，资本与技术的紧密结合，进一步加剧了社会的不平等。科技成果被少数资本家所占有，资本家在这种情况下获得了比以往更大的利润，却使广大劳动者面临着失业、劳动强度增加、工资待遇下降等问题。自动化生产使得大量工人失去工作岗位，他们不得不从事低薪、高强度的工作，生活压力巨大。科技的发展还带来了严重的环境问题，如资源过度消耗、生态破坏、环境污染等，这些问题不仅威胁到人类的生存和发展，也加剧了社会的不稳定。

马尔库塞作为法兰克福学派的代表人物，对资本主义社会科技发展造成人的异化问题进行了深刻反思，提出了“社会批判理论”，而科技异化理论是社会批判理论的组成部分。马尔库塞是哲学史上第一个把科技异化理论系统化的哲学家，他认为，在资本主义社会中，科技已经不再是单纯的生产力要素，而是成为了一种统治工具，导致了人的异化和社会的单向度发展。马尔库塞继承了霍克海默认为“科学是意识形态”的思想。霍克海默认为，“不仅形而上学，而且还有它所批判的科学本身，皆为意识形态；科学之所以是意识形态，是因为它保留着一种阻碍人们发现社会危机真正原因的形式。……所有掩盖以对立面对为基础的社会真实本质的人的行为方式，皆为意识形态的东西” [2]。马尔库塞指出了技术的隐蔽性，科学技术在给人带来极大便利的同时也导致了人的单向度异化，对社会具有极强的控制性。马尔库塞在《单向度的人》中指出，“作为一个技术世界，发达工业社会是一个政治的世界，是实现一项特殊历史谋划的最后阶段，即在这一阶段上，对自然的试验、改造和组织都仅仅作为统治的材料” [3]。这里说明，科学技术反而造成了资本统治的普遍化。在资本主义社会中，理性逐渐被工具化，成为实现特定目的的手段。互联网改变了人们的认知方式，使人们不受时间和空间的限制，思维方式发生了很大变化。然而，大数据的精准推送加之如今 AI 技术的逐步精进又不可避免限制人们的独立思考和批判的能力。科技本身不仅是认识和改造自然的有效手段，还具有推动社会进步的潜力，但在资本的驱动下，科技的发展和主要服务于资本家获取利润的目的。大型科技企业为了追求市场份额和高额利润，不断投入研发资源，推出新的技术产品，但这些产品往往更多地考虑了商业利益，而忽视了对消费者需求和社会福祉的真正满足。例如，智能手机的不断推陈出新恰恰说明了这一点，手机制造商为了追求利润，不断推出新机型，更新各种功能，大肆宣传，鼓励消费者不断更换手机，却导致电子垃圾不断产生，对环境造成了严重污染，同时也加剧了资源的浪费。

3. 农村电商数字化转型的现状与意义

3.1. 农村电商数字化的发展现状

党的二十大报告指出：“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村” [4]。农村电商，是指利用互联网和数字技术，将生产、流通和销售与电子商务相结合，为农村地区提供商品和服务的商业模式 [5]。近年来，随着数字化技术的发展，农村电商数字化转型呈现出蓬勃发展的态势，在

技术应用和供应链管理方面取得了显著成效。在技术应用方面,大数据、人工智能、物联网等先进技术在农村电商领域得到了广泛应用。大数据技术在农村电商中的应用,为精准营销和供应链管理提供了有力支持。通过对消费者购买行为、偏好等数据的分析,电商平台能够精准把握市场需求,为农产品的推广和销售制定个性化的营销策略。一些电商平台利用大数据分析发现,城市消费者对绿色、有机农产品的需求日益增长,相应地,农村电商企业便抓住机遇,针对性地加大了对这类农产品的生产和推广力度,取得了良好的销售业绩。在供应链管理中,大数据可以实时监测农产品的库存、物流等信息,实现库存的优化管理和物流配送的精准调度,提高供应链的效率和稳定性。与此同时,人工智能技术在农村电商客服、智能推荐等方面发挥着重要作用。智能客服能够24小时在线为消费者解答疑问,处理售后问题,大大提高了客户服务的效率和质量,减轻了人工客服的工作压力。智能推荐系统则根据消费者的浏览历史、购买记录等数据,为其推荐符合个性化需求的农产品,有效提升了用户体验和购买转化率。当消费者在电商平台上搜索农产品时,智能推荐系统会根据其过往的购买偏好,推荐相关的优质农产品,引导消费者进行购买。

此外,直播带货成为了农村电商数字化转型过程中兴起的一种新型销售模式,发展势头迅猛。众多农民、新农人以及电商主播通过直播平台,向消费者展示农产品的生长环境、种植过程、产品特点等信息,增强了消费者对于农产品的信任度和购买意愿。一些网红主播通过直播带货,帮助农村地区销售了大量特色农产品,不仅解决了农产品滞销问题,还提升了农产品的知名度和品牌影响力。在一些农村地区,还形成了“主播+农户+电商平台”的合作模式,即整合各方资源,农民主动参与销售传播过程,实现了农产品的规模化生产和销售,推动了农村电商的发展。

当然,农村电商数字化转型在发展过程中也存在一些问题。部分偏远农村地区的网络基础设施仍然薄弱,网络覆盖不足、信号不稳定,进而导致电商业务开展过程中存在困难。不仅如此,物流配送体系不完善,存在配送时间长、成本高、配送范围有限等问题,尤其是在一些山区和偏远地区,物流配送的“最后一公里”问题尚未得到有效解决,也严重制约了农村电商的发展。农村电商专业人才匮乏,农民对电商技术的掌握程度较低,缺乏电商运营、营销推广、数据分析等方面的专业知识和技能,使得农民在大数据时代难以适应农村电商数字化转型的需求。以上这些问题都成为农村电商数字化转型的困境。

3.2. 农村电商数字化转型的重要意义

农村电商数字化转型是推动乡村振兴、实现农业农村现代化的关键举措。信息时代,数字赋能乡村振兴是未来发展趋势[6]。数字化经济能够带动乡村经济增长,提高乡村产业效率,而农村电商作为乡村经济的一部分,向数字化转型是乡村发展的必由之路。

第一,农村电商数字化转型为农村经济增长注入了强劲动力。首先,农村电商数字化转型对提升农产品销售额具有显著的促进作用。通过数字化平台,农产品能够突破地域限制,直接面向全国乃至全球的消费者,大大拓展了销售市场。电商平台提供的大数据分析功能,能够精准把握消费者的需求和偏好,帮助农村电商从业者优化产品选品和营销策略,实现精准营销,从而提高农产品的销售量和销售额。其次,在成本降低方面,数字化转型优化了农村电商的供应链管理。借助物联网、大数据等技术,农村电商企业能够实现对农产品生产、仓储、运输等环节的实时监控和精准管理,减少库存积压,降低物流成本。通过数字化平台进行采购和销售,减少了中间环节,降低了交易成本。再次,农村电商数字化转型还促进了农村产业融合发展。电商的发展带动了农产品加工、包装、物流、仓储等相关产业的发展,形成了完整的产业链条。不仅如此,数字化技术的应用同样推动了农业与旅游、文化等产业的深度融合,拓展了农村产业的发展空间。一些农村地区将农产品种植与乡村旅游相结合,通过电商平台宣传推广,吸引了大量游客前来体验采摘、农事活动等,不仅增加了农产品的销售,还带动了乡村旅游的发展,实

现了一、二、三产业的融合发展。

第二，农村电商数字化转型对于社会发展具有重要意义。其一，有利于为农民提供了更多的就业机会。在电商运营方面，需要大量的专业人才，如网店运营、美工设计、客服等，农民经过培训后可以从事这些工作，实现家门口就业。电商的发展还带动了物流配送、包装加工等相关产业的就业，许多农民成为快递员、包装工人等，解决了农民的就业问题，提供了更多的就业机会。其二，有利于缩小城乡差距。通过电商，农村地区能够与城市实现信息、资源的共享，农民可以获取与城市居民相同的市场信息和商品服务，减少了城乡之间的信息不对称。电商的发展增加了农民的收入，提高了农村居民的生活水平，进一步缩小了城乡居民的收入差距。一些农村电商发展较快的地区，农民的收入水平已经接近甚至超过了城市居民的平均水平，城乡差距明显缩小。其三，有利于推动了乡村治理现代化。数字化技术在乡村治理中的应用，提高了治理效率和透明度。通过建立农村电商大数据平台，政府可以实时掌握农村经济发展情况、农产品销售情况等，为制定政策提供科学依据。电商的发展不仅促进了农村社会的信息化进程，也提高了农民的参与意识和民主意识，进一步推动了乡村治理的民主化和科学化。

4. 基于马尔库塞科技异化理论的农村电商数字化转型困境分析

4.1. 理性工具化导致的技术依赖与创新不足

在农村电商数字化转型进程中，理性工具化现象尤为突出，其集中表现为对数字化技术的过度依赖，这种依赖在一定程度上阻碍了农村电商的创新发展，成为农村电商持续进步的瓶颈。

农村电商对数字化技术的依赖体现在多个关键环节。在运营层面，许多农村电商企业过度依赖电商平台提供的数据分析工具来指导运营决策。这些企业往往单纯依据平台所提供的销售数据、用户浏览记录等信息来调整产品种类、价格策略以及推广方案。甚至，部分农村电商企业通过数据分析发现某类农产品在特定时间段内销量大增，便盲目跟风扩大该类农产品的采购与销售规模，而未充分考虑市场饱和度、产品质量把控以及自身的供应链承受能力。这种过度依赖数据分析工具的做法，使得企业在运营决策上缺乏独立思考和前瞻性判断，一旦数据分析工具出现故障或数据偏差，企业的运营将陷入混乱。在营销环节，直播电商和社交电商等新兴模式在农村电商中迅速兴起，为农产品销售开辟了新路径。许多农村电商从业者过于依赖这些新兴营销模式，而忽视了传统营销渠道的价值。一些农民或电商企业认为只要做好直播带货，就能解决农产品销售问题，因此将大量的时间、精力和资金投入直播设备购置、主播培训以及直播活动策划等方面，却忽视了品牌建设、口碑营销以及与传统线下渠道的合作。当直播电商的热度出现波动或竞争加剧时，这些企业的农产品销售便会受到严重影响，也从侧面反映了其在营销渠道选择上的单一性和对新兴技术的过度依赖。

这种对数字化技术的过度依赖，严重抑制了农村电商的创新能力。从产品创新角度来看，由于过于关注市场数据和技术应用，农村电商企业往往会忽视了对农产品本身的创新研发。农产品的品种改良、深加工技术创新以及产品包装创新等方面投入不足，进而使得市场上的农产品同质化现象愈加严重。各地农村电商销售的农产品在品种、品质和包装上缺乏特色，难以满足消费者多样化和个性化的需求，无法吸引消费者进行购买。这不仅影响了农产品的销售，也限制了农村电商的市场拓展。在商业模式创新方面，农村电商企业在数字化转型过程中，过于模仿和依赖已有的成功模式，缺乏自主创新的勇气和能力。一些企业看到其他地区的农村电商通过发展特色农产品电商或与乡村旅游融合的模式取得成功的范例，便不假思索地照搬照抄，而未结合自身的实际情况进行创新和优化。这种盲目模仿导致许多农村电商企业在市场竞争中缺乏差异化优势，难以脱颖而出。一些农村地区在不具备发展乡村旅游条件的情况下，强行推出农村电商与乡村旅游融合的模式，结果不仅未能带动农产品销售，反而浪费了大量的资源。

4.2. 资本统治普遍化引发的利益失衡与发展不均

在农村电商数字化转型进程中，资本统治的普遍化现象愈发显著，对农村电商的发展产生了深刻影响，引发了利益失衡与发展不均等问题，严重制约了农村电商的可持续发展。

在农村电商领域，资本的影响力无处不在，它深度介入了农村电商的各个环节，从农产品的生产、加工到销售，再到电商平台的运营和物流配送，资本都在其中扮演着重要角色。一些大型电商企业凭借其雄厚的资本实力，在农村地区广泛布局，通过投资建设物流中心、仓储设施和电商服务站点，试图掌控农村电商的产业链。这些企业通过资本运作，迅速扩大了市场份额，很大程度上挤压了本地中小电商企业和个体农户的生存空间。在一些农村地区，大型电商企业通过低价收购农产品，加之其自身所具有的品牌和渠道优势，以高价销售，获取了巨额利润，而农民作为农产品的生产者，却只能获得微薄的收益。这种资本统治的普遍化导致了农村电商发展中的利益失衡。农民作为农村电商的重要参与主体，在资本的强势介入下，往往处于弱势地位，难以获得公平的利益分配。在农产品销售环节，电商平台作为连接农民和消费者的桥梁，本应发挥促进农产品流通、增加农民收入的作用。然而，却有一些大型电商平台利用其在市场中的垄断地位，制定不合理的规则和高额的平台费用，对农民进行盘剥。平台会收取高额的入驻费、交易手续费和推广费用，使得农民的销售成本大幅增加。一些电商平台还存在对农产品价格的操控行为，压低农产品的收购价格，导致农民的收入减少。物流企业在农村电商发展中也存在利益分配不均的问题。农村地区由于地域广阔、人口分散，物流配送成本较高。一些物流企业为了降低成本，往往减少在农村地区的物流网点布局，导致农产品的物流配送效率低下。物流企业还会提高物流费用，将成本转嫁给农民和消费者。一些农村地区的物流费用甚至占到农产品销售价格的30%以上，这不仅增加了农民的销售成本，也降低了农产品在市场上的竞争力，使得农民和消费者的利益受到了损害。

4.3. 数字化转型引发的“单向度的人”困境

科技异化在社会的各个层面都有显著的表现。在人的异化方面，马尔库塞提出了“单向度的人”的概念。马尔库塞认为，“单向度的人，即丧失否定、批判和超越能力的人”[7]。在发达工业社会中，人们由于受到科技和消费文化的双重影响，逐渐失去了批判性和否定性思维，成为了“单向度的人”。在农村电商数字化转型的大背景下，从业者深陷“单向度的人”困境，其思想和行为受到数字化环境的严重局限，这对农村电商的长远发展产生了不容忽视的负面影响。

农村电商从业者在数字化环境中，思维方式逐渐趋于单一化和标准化。电商平台所提供的大数据分析和算法推荐，成为从业者了解市场和消费者的主要依据。从业者过度依赖这些数据和算法，使得他们的思维被局限在数据所呈现的范围内，缺乏对市场和消费者需求的深入洞察和多元思考。一些从业者仅仅根据平台推荐的热门产品和销售趋势来选择经营的农产品，而忽略了自身的特色和优势，以及市场的潜在需求。他们没有意识到，消费者的需求是多样化和个性化的，仅仅依靠数据和算法来决策，难以满足消费者的深层次需求。在农产品销售中，一些从业者只关注那些销量高、利润大的产品，而忽视了一些具有地方特色和文化内涵的小众农产品。这些小众农产品虽然在短期内可能销量不高，但却具有独特的价值和市场潜力，如果能够进行深入挖掘和推广，有可能成为农村电商的新增长点。数字化环境还使得农村电商从业者的社交和交流范围受限。在虚拟的社交环境下，他们更多地是通过网络平台与客户和同行进行交流，缺乏面对面的沟通和互动。尽管方便快捷，但却难以建立起深厚的人际关系和信任基础。在遇到问题和困难时，从业者往往只能在网络上寻求帮助，而无法获得来自现实社会的支持和资源。

5. 突破农村电商数字化转型困境的路径探索

5.1. 重构理性：平衡技术与人文价值

在农村电商数字化转型的进程中，重构理性，实现技术与人文价值的平衡至关重要。这不仅是解决当前农村电商发展困境的关键，更是推动农村电商可持续发展的必然要求。

农村电商的发展离不开数字化技术的支持，但技术并非是万能，它不能代替人文关怀。在农村电商的运营过程中，应该充分尊重农民的主体地位，关注他们的需求和利益。一些农村电商平台在推广新技术时，往往忽视了农民在接受能力和实际需求，导致农民对新技术产生抵触情绪。因此，在引入新技术时，应充分考虑农民的文化水平和操作能力，提供必要的培训和支持，确保农民能够熟练掌握和运用新技术。与此同时，加强对农村电商从业者的人文教育，培养他们的社会责任感和创新精神，也是必不可少的环节。在农村电商领域，一些从业者为了追求短期利益，不惜采用虚假宣传、以次充好等不正当手段，严重损害了消费者的利益，也破坏了农村电商的市场秩序。因此，应通过开展人文教育，引导从业者树立正确的价值观和职业道德观，增强他们的社会责任感，让他们认识到农村电商不仅是一种商业行为，更是推动农村经济发展、促进乡村振兴的重要力量。人文教育还可以激发农村电商从业者的创新精神。创新是农村电商发展的动力源泉，而创新精神的培养离不开人文教育的滋养。通过人文教育，引导从业者关注社会需求和市场变化，培养他们的批判性思维和创造力，鼓励他们在农村电商的运营模式、产品创新、服务提升等方面进行大胆探索和创新。此外，还应注重农村电商发展中的文化传承。农村地区拥有丰富的文化资源，如民俗文化、乡土文化等，这些文化资源是农村电商发展的独特优势。在农村电商数字化转型过程中，应充分挖掘和利用这些文化资源，将文化元素融入到农产品的生产、加工、销售等各个环节中，打造具有地方特色和文化内涵的农产品品牌。通过文化传承与创新，不仅可以提升农产品的附加值和市场竞争力，还可以增强农村地区的文化自信，促进农村文化的繁荣发展。

5.2. 优化资本运作：促进公平与可持续发展

在农村电商数字化转型的进程中，资本的合理运作至关重要。它不仅关系到农村电商的可持续发展，更直接影响着农民的切身利益和农村经济的繁荣增长。优化资本运作，实现农村电商发展中的公平与可持续发展，已成为当前农村电商数字化转型必须要重视和改善的事情。

为引导资本合理进入农村电商领域，政府应发挥主导作用，制定科学合理的政策，为资本进入农村电商创造良好的政策环境。设立农村电商发展专项资金，对进入农村电商领域的资本给予财政补贴和税收优惠，降低资本进入的门槛和成本。不仅如此，政府还应加强对资本进入农村电商领域的引导和监管，确保资本的投向要符合农村电商的发展需求和农民的利益。引导资本重点投向农村电商的薄弱环节，如农产品冷链物流、农村电商人才培养、农产品品牌建设等。加强对资本的监管，防止资本在农村电商领域的无序扩张和垄断行为，维护市场公平竞争秩序。对于一些大型电商企业在农村电商领域的并购行为，要进行严格的反垄断审查，防止其通过垄断手段控制市场，损害农民和中小电商企业的利益。建立公平合理的利益分配机制，是保障农村电商各方利益的关键。在农村电商产业链中，农民、电商企业、物流企业、电商平台等各方都发挥着重要作用，应确保各方能够公平地分享农村电商发展的成果。电商企业和农民之间应建立合理的农产品收购价格机制，充分考虑农产品的生产成本、市场需求和农民的劳动价值，确保农民能够获得合理的收益。一些电商企业与农民签订长期合作协议，根据市场行情和农产品质量，制定合理的收购价格，并在价格波动时给予农民一定的补贴，保障了农民的利益。资本还应积极参与农村电商的品牌建设，提升农产品的品牌价值和市场竞争力。通过投资农产品品牌策划、宣传推广等活动，打造具有地方特色和市场影响力的农产品品牌。一些资本投资拍摄了农产品宣传纪录片，在各大

媒体平台播放，提高了农产品的知名度和美誉度，促进了农产品的销售。

5.3. 提升从业者主体性：培养全面发展的电商人才

培养全面发展的电商人才，提升从业者的主体性，是突破农村电商数字化转型困境的关键所在。农村电商从业者作为农村电商发展的核心力量，其素质和能力直接影响着农村电商的发展水平和质量。通过加强教育和培训，提升从业者的专业技能和综合素质，能够使其在农村电商数字化转型中更好地发挥主体作用，实现自身的价值和发展。

构建完善的农村电商人才培养体系，是提升从业者能力的基础。从电商基础知识、运营管理、市场营销、物流配送、数据分析等多个方面入手，培养优秀的农村电商人才。与此同时，开展针对性的培训活动，是提升从业者能力的重要途径。根据不同层次和需求的从业者，设计个性化的培训方案。对于初涉电商领域的农民，应开展基础电商知识培训，帮助他们了解电商的基本概念、操作流程和平台规则，消除他们对电商的陌生感和恐惧感。可以通过举办电商基础知识讲座、发放宣传资料、开展线上课程等方式，让农民初步认识电商，激发他们参与电商的兴趣。还可以开展营销推广专题培训，邀请专业的营销人员为他们讲解网络营销的策略和方法，帮助他们提升农产品的销售能力。此外，鼓励从业者自主学习和创新，是提升其主体性的关键。建立学习激励机制，对积极学习、取得良好学习成果的从业者给予一定的奖励，如颁发荣誉证书、提供培训补贴、推荐就业机会等，激发从业者的学习积极性和主动性。设立电商学习奖学金，对在电商培训中成绩优异、表现突出的从业者给予奖学金奖励，鼓励他们不断学习和进步。营造良好的创新氛围，为从业者提供创新的平台和资源。可以组织电商创新大赛、创业孵化等活动，鼓励从业者在农产品销售模式、服务方式、技术应用等方面进行创新。对于有创新想法和项目的从业者，提供资金支持、技术指导、场地设备等资源，帮助他们将创新想法转化为实际成果。一些地方政府和电商企业联合举办电商创新大赛，为从业者提供了展示创新成果的平台，激发了他们的创新热情和创造力。

参考文献

- [1] 孔令孜, 宁夏, 莫彬, 兰宗宝. 数字乡村建设赋能乡村产业振兴的效应与作用机制[J]. 西南农业学报, 2024, 37(9): 1925-1936.
- [2] 霍克海默. 批判理论[M]. 李小兵, 等, 译. 重庆: 重庆人民出版社, 1989.
- [3] 赫伯特·马尔库塞. 单向度的人[M]. 刘继, 译. 上海: 上海译文出版社, 2008.
- [4] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗: 在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022: 30-31.
- [5] 陈明燕, 周灵漪. 农村电商、数字素养与农村居民消费[J]. 商业经济研究, 2024(23): 113-116.
- [6] 陈卫洪, 耿芳艳. 网络营销赋能农村产业发展的机制研究: 新媒体平台“直播 + 短视频 + 商城”助农案例及其分析[J]. 农业经济问题, 2023(11): 118-131.
- [7] 刘席余. 马尔库塞“单向度人”视域下互联网时代“科技异化”现象的批判[J]. 现代商贸工业, 2024(23): 195-197.