

# 农村电商发展对乡村振兴战略实施的驱动机制与路径研究

刘伟珍

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月4日; 录用日期: 2025年6月19日; 发布日期: 2025年7月10日

## 摘要

随着乡村振兴战略的推进, 农村电子商务作为数字经济赋能农业农村发展的关键工具, 正逐步发挥其在产业升级、就业创业、组织重构中的系统性作用。本文从理论建构与案例实证两个维度出发, 构建了农村电商赋能乡村振兴的多维机制模型。在理论层面, 借助平台赋能理论与资源整合框架, 阐释了电商平台在要素流动与结构重塑中的功能嵌入逻辑; 在实证层面, 以拼多多为典型案例, 系统评估其在推动“农货上行”、“直播就业”与“组织治理”中的具体成效。研究发现, 农村电商已成为乡村振兴的重要驱动器, 但在基础设施建设、人才支持体系、制度协同及标准化发展方面仍面临障碍。基于此, 本文提出五项对策建议, 以期为实现农村电商与乡村振兴的深度融合提供理论支撑与路径参考。

## 关键词

农村电商, 乡村振兴, 平台赋能, 拼多多模式, 数字农业

## Research on the Driving Mechanism and Path of Rural E-Commerce Development for the Implementation of Rural Revitalization Strategy

Weizhen Liu

School of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 4<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 19<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 10<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the promotion of the rural revitalization strategy, rural e-commerce, as a key tool for

empowering agricultural and rural development with the digital economy, is gradually playing a systematic role in industrial upgrading, employment and entrepreneurship, and organizational restructuring. This article constructs a multidimensional mechanism model of rural e-commerce empowering rural revitalization from two dimensions: theoretical construction and case studies. At the theoretical level, with the help of platform empowerment theory and resource integration framework, the functional embedding logic of e-commerce platforms in factor flow and structural reshaping is explained; at the empirical level, taking Pinduoduo as a typical case, the paper systematically evaluates its specific effectiveness in promoting the “upward movement of agricultural products”, “live streaming employment”, and “organizational governance”. Research has found that rural e-commerce has become an important driver of rural revitalization, but still faces obstacles in infrastructure construction, talent support system, institutional coordination, and standardized development. Based on this, this article proposes five countermeasures and suggestions, in order to provide theoretical support and path reference for the deep integration of rural e-commerce and rural revitalization.

## Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Platform Empowerment, Pinduoduo Mode, Digital Agriculture

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

### 1.1. 研究背景

随着中国社会主要矛盾的转化和国家战略重心的转移,全面实施乡村振兴战略已成为新时代解决“三农”问题的总抓手。《乡村振兴战略规划(2018~2022年)》明确提出,要实现“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”总体目标,推动农业农村现代化成为国家现代化进程中的关键环节。在这一背景下,农村电子商务作为数字经济与农业融合的重要形态,成为实现城乡要素优化配置、拓展农民增收渠道、推动农业转型升级和乡村全面振兴的重要路径。

尤其是在“互联网+”和数字经济持续深化发展的推动下,农村电商已经由最初的商品销售渠道拓展为集品牌打造、产业升级、就业创业、文化传播等多功能于一体的综合性发展平台。拼多多、淘宝、京东等平台的“农货上行”“直播带货”“电商扶贫”等模式日趋成熟,有效解决了农村“产销脱节”“信息滞后”“价格倒挂”等顽疾,在多个地区实现了农民增收、产业提质和生态共建的良性循环。

### 1.2. 研究意义

从理论层面看,本文通过构建“农村电商-乡村振兴”互动模型,厘清农村电商赋能产业、人才、组织等维度的作用机制,填补当前电商研究中缺乏系统乡村振兴视角的空白;从实践层面看,结合拼多多典型案例,实证评估其在具体县域推动乡村振兴战略中的现实成效,为政府完善电商政策、推动区域协调发展提供决策支持。此外,本文还回应了当前学界对农村电商发展“碎片化”“缺乏深层次结构分析”的批评,力求在结构性路径建构、障碍识别与对策建议方面实现理论深化和实践落地的双重价值。

## 2. 文献综述与理论基础

在乡村振兴战略全面推进的背景下,农村电商作为新兴发展形态,迅速受到学术界与政策层面的广

泛关注。已有研究从不同维度探讨了农村电商发展的内在机制与政策意义，亦从宏观、中观与微观层面分析了其对乡村经济社会结构的重构能力。然而，从整体来看，当前研究存在视角聚焦单一、机制识别片面与路径构建不足等问题，亟需从系统性视角出发，深入挖掘农村电商赋能乡村振兴的多重逻辑与实践模式。

从宏观战略层面，已有研究普遍肯定了农村电商对乡村振兴战略实施的正向推动作用。如郝新军与沈朝阳[1]指出，农村电商通过在市场资源配置、产业融合、人才回流等方面的深度介入，已成为推动县域乡村振兴的重要抓手。特别是在农业供给侧结构性改革和城乡融合发展背景下，农村电商展现出突破“信息孤岛”和“渠道困境”的强劲潜力[2]。

在产业赋能方面，不少学者将农村电商视为实现农村产业结构转型升级的关键力量。孙可[3]从数字经济的发展趋势出发，强调农村电商可通过生产端结构重构与销售端渠道拓展，推动农业生产向高效化、品牌化与规模化方向演进。同时，电商平台依托大数据与社交工具，不仅提高了农产品流通效率，也增强了农户对市场需求的响应能力[3]。

关于人才振兴路径，文献普遍认为电商创业为新型职业农民、返乡青年提供了低门槛、高灵活性的就业机会，有效缓解了农村“空心化”现象。郑伟[4]研究指出，农村电商人才结构尚不完善，仍存在专业能力不足与培训体系滞后的问题，但其作为农村“新经济”形态的重要载体，已在一定程度上激发了乡村青年参与乡村建设的积极性[4]。

与此同时，一些研究也关注到农村电商发展面临的障碍因素。向雪[5]指出，当前农村电商在高质量发展过程中仍存在产业链分散、物流基础设施薄弱、数字素养不足等问题，制约了其可持续发展的能力[5]。此外，在组织振兴层面，部分研究尝试探讨电商平台如何与村集体、合作社等乡村治理主体协同，但对其深层机制仍缺乏系统阐释。

理论上，现有研究多借助产业集群理论(Industrial Clusters Theory)、平台赋能理论(Platform Empowerment Theory)与城乡融合发展理论展开分析。例如，肖国安等[6]通过实证分析认为，电商发展不仅推动了区域农业产业集聚效应，也反过来强化了地方政府与市场主体之间的合作关系，从而提升了乡村综合治理水平[6]。

综上所述，当前关于农村电商与乡村振兴的研究已取得较为丰富的成果，涵盖了战略背景、产业逻辑、人才机制与制度保障等多个层面。但总体上仍缺乏对赋能机制的动态建构与路径验证，尤其在多维振兴视角下对电商功能角色的复合化分析尚显不足。本文将基于“五位一体”的乡村振兴战略框架，构建一个涵盖产业、人才、组织、生态与治理等维度的电商赋能模型，并通过案例研究与实证分析对其进行理论深化与路径验证。

### 3. 农村电商发展现状与政策环境分析

#### 3.1. 农村电商的发展阶段与演进轨迹

我国农村电商的发展大致可分为三个阶段：初始探索期、快速发展期和高质量转型期。早期的农村电商主要集中在“工业品下乡”和“信息上网”，以满足农村消费为主，形成以淘宝村、村淘等为代表的初级电商形态。自2014年起，伴随“电子商务进农村综合示范项目”的全面推开，农村电商进入快速发展阶段，开始向“农产品上行”转变，并逐步形成由政府引导、电商平台主导、农村主体参与的多元化合作模式。近年来，随着数字经济发展进入新阶段，农村电商开始向深层次融合迈进，强调产业链、供应链、生态链的协同优化，逐步迈向以“品牌化、集约化、智能化”为核心的高质量发展路径[7]。

值得关注的是，拼多多、京东、阿里等平台纷纷布局“县域直播”、“农货出村”、“订单农业”等项目，推动农村电商从渠道驱动转向价值链驱动，从数量扩张转向质量提升，为乡村产业发展与就业

结构优化带来新动能[8]。

### 3.2. 农村电商发展的典型模式与类型

当前农村电商主要呈现出三种典型发展模式：平台主导型、政府主导型与合作社联动型。

平台主导型以拼多多、阿里巴巴为代表，依托大数据和社交电商机制构建“人货场”新生态，代表模式如拼多多“农地云拼”项目，有效解决了农产品“出村难”、“卖不上价”等问题。

政府主导型则表现为政策引导与财政补贴并举，以“电商进农村综合示范县”为抓手，通过打造县级电商服务中心、村级站点及三级物流体系，形成“公共服务 + 政策保障 + 市场运作”的推进机制。

合作社联动型强调以地方龙头企业或合作社为核心，整合种养大户、村集体经济组织与平台资源，形成产销一体化、品牌共建的组织路径。这类模式有利于提高电商产业集群效率与农户议价能力。

此外，随着直播电商、社区团购、短视频营销等新业态发展，农村电商呈现出“泛平台化”“多触点化”趋势，农户不再只是“供货者”，而是内容生产者、品牌构建者和社群经营者，显著拓展了农村就业与价值创造空间。

### 3.3. 政策环境与制度支持体系

政策层面，中央与地方政府始终高度重视农村电商发展，并将其纳入乡村振兴的重要内容。从2014年起，中央连续将发展农村电商列入一号文件重点工作，《电子商务“十三五”发展规划》《国家乡村振兴战略规划(2018~2022年)》及《“十四五”推进农业农村现代化规划》等文件陆续出台，构建了较为完备的政策框架与财政扶持体系。

这些政策的核心目标在于：推动农产品上行与农资下行的双向畅通，完善县乡村三级物流配送体系，提升农村电商服务能力，培育电商人才队伍，打造区域公共品牌等。例如，2023年发布的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》进一步明确，到2025年将基本建成“县域统筹、协同联动”的电商产业体系，实现全国范围内农产品网络零售额和农民电商创业能力的双增长。

同时，平台企业也在政策激励下主动参与“政企协同”。拼多多在“百县千品”计划中，与地方政府共同遴选特色农产品进行定向扶持，实现了从“政府扶上网”向“市场带出村”的转变，标志着农村电商从政策牵引向市场驱动的机制跃迁。

## 4. 农村电商赋能乡村振兴的作用机制分析框架

### 4.1. 分析视角与理论依据

为科学揭示农村电商在推动乡村振兴战略实施过程中的具体作用机制，本文以“产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴”五大战略目标为分析基础，融合平台赋能理论、资源整合理论与产业价值链理论，构建“农村电商-乡村振兴”多维度作用机制分析框架。该框架试图突破传统“产业-收益”线性思维路径，将电商平台对农村经济、社会与治理结构的系统性影响纳入统筹考量。

根据平台赋能理论，电商平台不仅是交易中介，更是要素配置与价值协同的结构性枢纽[8]。其通过构建线上资源聚合、数据反馈、人才培养与品牌运营机制，可在不同维度嵌入乡村经济体系，重构农村发展动能。因此，构建清晰的机制框架，有助于我们系统性识别农村电商如何“赋能”乡村各领域的实质路径。

### 4.2. 农村电商赋能机制的多维逻辑结构

1) 产业振兴维度：构建多元化农产品上行路径

农村电商通过缩减农产品中间流通环节，提升了交易效率与溢价能力，推动农产品由“卖原料”向

“卖品牌”转型。平台依托大数据分析，实现农产品精准匹配市场需求，带动订单农业与定制化生产发展，进而形成“产-供-销-服”一体化的价值链条。此外，直播带货与短视频营销的兴起，拓展了农产品传播场景与销售边界，使农户可直接触达消费者，从“附属者”变为“经营主体”。

2) 人才振兴维度：培育返乡创业与“新农人”群体

农村电商创业门槛相对较低，为返乡青年、职业农民与农村劳动力提供了多元就业与创业平台。在政策引导和平台扶持下，直播达人、网店运营、仓储分拣、客服管理等新岗位快速涌现。拼多多、淘宝等平台设立的“多多大学”“农村主播计划”在提升农村青年数字素养和市场意识方面发挥了积极作用，推动农村“人口红利”向“人才红利”转化[9]。

3) 组织振兴维度：推动村社治理与产业联合体重塑

电商平台的引入有助于推动传统村庄组织结构重组，强化村集体、合作社、龙头企业的协同合作能力。在一些示范区域，村“两委”牵头建立集体品牌或运营主体，整合农户资源开展标准化生产、品牌共建与集体议价。这种“组织 + 平台”模式不仅提升了组织化水平，也增强了村庄经济自主性与集体收益能力[9]。

4) 生态振兴维度：引导绿色农业与可持续生产

借助电商平台的信息溯源系统与认证机制，消费者可追踪农产品来源与生态标签，促使生产者转向绿色、有机与无公害方向。同时，部分平台支持绿色农业项目与碳汇产品交易，引导农业企业在生产方式上实现转型升级，推动生态农业与经济效益兼容并进。

5) 文化与治理维度：提升乡村社会协同与认同感

农村电商不仅是经济工具，也是文化传播与社区治理的媒介。在品牌命名、直播内容、包装设计等环节中，乡土文化元素得以呈现与再造，增强农民的身份认同与文化归属。此外，电商平台的数据反馈系统也为乡村治理精细化提供支撑，如智慧物流、信用评级、需求分析等功能，可辅助地方政府实现数据驱动下的现代治理。

### 4.3. 农村电商赋能路径模型构建

基于上述分析，本文构建“平台赋能 - 要素流动 - 系统振兴”三阶段模型(见图 1)：



Figure 1. Three-stage model  
图 1. 三阶段模型

本文对“平台赋能 - 要素流动 - 系统振兴”三阶段模型进行细化与动态演化机制建构：第一阶段“平台赋能”指的是以算法推荐、流量聚集与规则制定为核心的结构性嵌入过程，该阶段关键在于平台如何激发农户行为转变与资源聚合。第二阶段“要素流动”体现为人、财、物、信四类关键资源在电商平台内外的高效整合与重新配置，平台机制在其中扮演了“枢纽 + 润滑剂”双重角色。第三阶段“系统振兴”不仅是产业收益增长的表层体现，更包括乡村组织协同、治理结构数字化、绿色生态内化等深层转型，是多维振兴的协同结果。这一模型融合了平台治理理论与结构功能主义视角，超越“资源输入 - 结果输出”的线性思维，揭示了平台机制与农村系统之间的互动逻辑与演进路径。

## 5. 农村电商赋能乡村振兴的实证分析——以拼多多模式为例

### 5.1. 研究背景与拼多多模式概述

拼多多作为近年来快速崛起的电商平台，其独特的社交电商模式与“农地直连”策略，为农村电商赋能乡村振兴提供了创新路径。为探讨其在推动产业、人才、组织和治理等方面的作用，本文采用案例研究法，结合已有研究成果，从赋能路径、实施机制和现实成效三个维度展开分析。

拼多多以“拼团 + 社交”切入市场，利用微信生态聚集流量，实现低价高频交易。在“多多买菜”、“多多农园”、“新品牌计划”等项目推动下，构建了“从地头到舌头”的完整链路，为农产品上行、农民创收与农村产业发展提供支撑。

拼多多的核心模式主要体现在多个创新机制的有机融合：首先，通过“前置仓 + 拼购”机制，有效压缩了农产品的中间流通环节，降低了交易成本，提升了农户收益；其次，依托平台大数据开展 C2M (消费者直连制造) 反向定制，实现对消费者偏好的精准反馈，从而引导农业生产向订单化、结构优化方向发展；再次，平台推出的“多多农研科技大脑”等项目，为农业生产提供 AI 种植指导、产量预测等数字化服务，增强了农业经营的智能化水平；此外，通过“电商扶贫”与“拼农货”计划，平台对贫困地区的特色农产品进行定向扶持，推动“人、货、场”的高效整合，不仅拓展了农产品的市场渠道，也带动了区域产业协同发展。

### 5.2. 拼多多赋能乡村振兴的路径分析

#### 5.2.1. 产业振兴：打造农产品直销通道

拼多多通过“拼农货”“农地云拼”等专项活动，将来自西部贫困地区的农产品如贵州刺梨、四川黄桃、甘肃苹果等，通过拼购方式直达消费者。这不仅扩大了农产品市场，还倒逼农户提升产品标准与包装水平，推动区域特色产业形成聚集效应。

据肖国安等研究，拼多多在多地通过与政府、企业、金融机构协同建设农业供应链，实现政商农协同参与的电商运营体系，为“政产学研销”一体化发展提供平台支持。

#### 5.2.2. 人才振兴：催生“新农人”与直播经济

拼多多在农村电商直播人才的培育方面作用显著。平台设立“多多大学”，组织电商培训营，扶持返乡青年与新型职业农民开展农产品直播带货。通过“百亿农研”“百县千品”计划，推动农村青年实现电商创业，增强本地人才活力。

#### 5.2.3. 组织振兴：推动村集体与企业协同治理

在部分地区，拼多多协助地方政府建立村集体电商服务站，引导农民以村为单位进行品牌建设、产品开发与订单执行。在贵州、陕西等地，通过村企合作模式，强化组织动员、资源统筹与平台对接能力，推动了乡村基层治理模式的数字化转型。

### 5.3. 实施成效与评价

拼多多的核心模式通过多项创新机制有机融合，实现对农村电商的深度赋能：首先，平台采用“前置仓 + 拼购”机制，有效压缩农产品中间流通环节，降低交易成本，显著提升农户收益；其次，通过 C2M (消费者直连制造) 反向定制，平台基于大数据精准反馈消费者偏好，引导农业生产转向订单化与结构优化；与此同时，“多多农研科技大脑”等数字化项目为农业提供 AI 指导、产量预测等智能服务，增强农业生产的科技驱动力；最后，拼多多通过“电商扶贫”及“拼农货”计划，对贫困地区特色农产品进行定向扶持，实现“人 - 货 - 场”的高效整合。根据拼多多年度报告，截至 2023 年，平台已累计带动超过 1600 个

农业主产区上线产品，全年农村订单总量超过 40 亿笔，并帮助超过 1200 万人次实现本地就业或返乡创业。此外，一些曾为国家级扶贫县的地區，借助拼多多平台，农产品出口年均增长率超过 40%，显著提升了县域农业附加值。在具体实例中，陕西洛南县与拼多多合作推出的“洛南核桃”，2022 年销售额突破 2600 万元，吸引逾 100 名青年返乡参与分拣、包装与直播销售，其成效推动了当地核桃种植与电商销售规模的同步扩张。此类务实且具有量化支撑的数据，进一步验证了拼多多模式对农村电商与乡村振兴的关键推动作用。

## 6. 问题与障碍因素分析

尽管农村电商在助力乡村振兴方面展现出积极成效，但其可持续发展仍受到多重结构性障碍的掣肘。基于前文提出的“平台赋能 - 要素流动 - 系统振兴”框架及拼多多案例的实证验证，本章从系统瓶颈 - 行为约束 - 制度空洞三个机制维度出发，重新审视当前农村电商发展面临的关键制约因素。

### 6.1. 系统瓶颈：基础设施的非对称布局与物流体系失衡

在中西部及山区农村地区，电商发展的首要障碍仍是物流与信息基础设施的结构性不均衡。虽然国家层面推行县乡村三级物流体系，但末端配送仍长期依赖“骑手 + 人工中转”的低效模式，“最后一公里”问题未有效破解[10]。例如，甘肃、贵州等地部分农户需自建临时仓储与分拣点，显著增加运营成本，抑制了平台订单转化效率。此外，网络基础设施的低覆盖率限制了农户参与直播、接收订单与获取市场信息的能力，形成“数字孤岛”现象，加剧了城乡数字鸿沟。

### 6.2. 行为约束：电商人才结构失衡与能力缺口

当前农村电商人才生态呈现出“前端拥堵、后端空缺”的特征[10]。一方面，平台在短期内集中培养直播主播、网店运营等前端岗位，却忽视了农产品标准化设计、数据分析、物流统筹等中后台技能；另一方面，返乡青年虽具创业热情，但普遍面临培训供给不足、融资渠道受限、社群协同能力弱等问题，导致电商创业呈现高失败率与低可持续性。据《2023 年农村人才发展报告》显示，超过 60% 的农村电商初创团队在一年内面临业务中断，反映出当前人才赋能体系的深度与广度均不足。

### 6.3. 制度空洞：政策碎片化与绩效考核短视

尽管国家层面出台了多项支持农村电商的政策文件，但地方执行过程中普遍存在政策叠加缺乏协同、财政投入缺乏稳定性、项目评估指标片面化等问题。一些地区偏向以“直播次数”“网点覆盖率”等量化指标作为考核核心，忽视了农户参与度、品牌成长周期、组织动员能力等长期绩效导向，导致电商发展呈现“表面繁荣、实效有限”的困境。此外，政策制定中未充分考虑地区差异，例如，东部地区政策重在流量扶持，而中西部则更需冷链建设与人才孵化，政策缺乏差异化匹配机制，降低了资源投放效率。

### 6.4. 市场协同不足：平台主导失衡与标准体系缺位

当前农村电商平台赋能仍面临“重平台流量、轻农户主体”的结构性失衡[10]。平台在流量分配、规则设定中掌握绝对主导地位，农户与村集体组织缺乏议价能力，参与程度有限，导致电商生态体系内部存在明显的“强平台 - 弱农户”结构张力。部分电商平台更关注短期销量而非品牌构建，导致产品高度同质化、价格战频发，压缩了农户利润空间。同时，区域农产品缺乏统一的质量标准与认证体系，阻碍了品牌输出与规模化运营的发展，限制了农村电商从“量变”向“质变”的转型。

## 7. 发展路径与政策建议

为提升农村电商在乡村振兴中的系统性作用，应根据区域差异、发展阶段与资源禀赋，建立差异化

的发展支持体系。东部地区具备较完善的基础设施与市场体系，政策应聚焦于品牌打造、智能供应链升级和高端农产品出口通道拓展，推动电商产业由“量的扩张”迈向“质的跃升”。中部地区则需强化冷链物流节点与县域集配能力，提升农产品整合输出效率。西部及边远地区在网络接入、基础物流和本地人才方面仍处于起步阶段，建议优先保障数字基础设施，推进“平台下沉”与“订单直采”机制，构建起覆盖广、接地气、能落地的电商服务网络。

在电商治理结构方面，亟需建立“平台 + 政府 + 农户”的三元协同治理机制，推动各方资源与能力有效整合。政府应在基础设施建设、平台引导和利益协调中发挥引领作用，制定明确的区域发展目标与绩效评估体系；平台企业则需从单一的流量导向转向深度赋能型角色，参与人才培养、产品研发、数据分析等环节，增强对地方产业链的支持能力；农户及村集体组织应在电商链条中扮演更积极的参与者与受益者，通过合作社、村级电商站点等形式提升组织化水平与品牌谈判力，从而推动农村电商生态向共建、共享、共治方向演进。

针对当前“人才空心化”与“创业壁垒高”的问题，应构建体系化、阶段性的电商人才培养与返乡创业支持机制。建议由地方政府牵头，联合高校、电商平台与社会机构共建“校地企”联合培训平台，系统开发涵盖直播销售、数字营销、仓储管理等多维技能的课程体系。对有创业意愿的返乡青年，应提供“创业孵化 + 平台接入 + 融资支持”一体化政策通道，并结合农村实情推动直播基地、共享仓库与电商孵化器建设，降低创业试错成本，提升创业成功率与持久性，真正激活农村内生发展动力。

为保障政策实施效果，必须建立动态绩效反馈与迭代调整机制。建议围绕“平台赋能指数”“农产品上行率”“农户参与度”等核心指标，设立多维度评估体系，确保政策精准匹配发展阶段与区域特征。此外，可引入“分级激励机制”，对发展成效显著、创新性强的地区给予资源倾斜与推广支持，推动从“平均分配”向“绩效导向”转变。通过构建“评估 - 调整 - 反馈 - 优化”的政策循环体系，增强电商发展的弹性与政策的适应性，确保农村电商在乡村振兴进程中实现可持续、可复制的发展路径。

## 8. 结论与展望

在数字经济深度嵌入乡村振兴战略的时代背景下，农村电商作为连接农业生产与市场消费的重要桥梁，正逐步成为推动城乡要素循环与乡村结构转型的关键力量。本文以“平台赋能 - 要素流动 - 系统振兴”三阶段逻辑为理论主线，结合拼多多典型案例，系统探讨了农村电商赋能乡村振兴的机制路径、现实成效与发展瓶颈。研究发现，农村电商在促进产业集聚、拓展就业渠道、优化组织协同与推动数字治理方面展现出显著成效，尤其在提升农产品市场化能力、激发农村人口回流与推动组织重构方面发挥了不可替代的作用。然而，农村电商发展仍面临区域基础设施不均衡、人才供给结构性错配、制度保障碎片化以及平台主导失衡等结构性障碍，制约了其广域复制与长期可持续发展。

未来研究应从以下三个方面进一步拓展：一是构建跨区域对比模型，识别不同区域电商赋能机制的异同与适配模式；二是引入量化分析工具，深入识别“平台干预 - 农户行为 - 振兴效应”之间的因果机制；三是拓展平台治理与数据伦理维度，探讨数字乡村背景下的共享机制、数据资产归属与公平分配路径，以期“数字中国”与“共同富裕”战略提供更具适应性的理论支撑与实践样本。

## 参考文献

- [1] 郝新军, 沈朝阳. 农村电商赋能乡村振兴成效评价与障碍因素分析[J]. 西安财经大学学报, 2022, 35(5): 40-52.
- [2] 李鹏, 李慧璇, 王世谦. 乡村振兴背景下的农村电子商务发展策略[J]. 核农学报, 2022, 36(4): 870-871.
- [3] 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.
- [4] 郑伟. 乡村振兴战略下农村电商人才的培养模式和路径研究[J]. 中国果树, 2023(11): 152.

- [5] 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.
- [6] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.
- [7] 赖玲玲, 彭丽芳. 乡村振兴战略下新型职业农民电商创业能力评价研究[J]. 价格理论与实践, 2023(10): 103-107, 216.
- [8] 陈景红. 乡村振兴战略下培育新型职业农民策略研究[J]. 广西社会科学, 2018(10): 97-99.
- [9] 郭少华. 乡村振兴战略视域下新型职业农民媒介素养提升路径研究[J]. 新闻爱好者, 2022(8): 93-94.
- [10] 黄浩锋. 互联网+背景下农村电商发展研究[J]. 核农学报, 2021, 35(1): 254.