

“双循环”格局下农村电商跨境发展路径研究

王一祺

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年6月9日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月15日

摘要

在全球经济格局深刻变革和中国经济高质量发展的背景之下, 农村电商作为连接城乡、贯通内外的重要纽带, 在“双循环”格局中扮演着重要角色。但是, 随着农产品跨境电商市场规模不断扩大, 农村跨境电商面临着物流基础设施薄弱、专业人才匮乏、品牌建设不足等问题。基于此, 本文从本土市场深耕、内外市场联动、数字生态构建和全球价值链融入四个维度探讨了“双循环”格局下农村电商的跨境发展路径, 推动农村电商高质量发展、助力乡村振兴与国内国际双循环相互促进。

关键词

双循环, 农村电商, 跨境发展, 路径

Research on Cross-Border Development Path of Rural E-Commerce under the “Double Cycle” Pattern

Yiqi Wang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 9th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 15th, 2025

Abstract

Under the background of profound changes in the global economic pattern and high-quality development of China's economy, rural e-commerce, as an important link connecting urban and rural areas, internal and external, plays an important role in the “double cycle” pattern. However, as the market scale of agricultural cross-border e-commerce continues to expand, rural cross-border e-commerce is faced with problems such as weak logistics infrastructure, lack of professional talents, and insufficient brand building. Based on this, this paper discusses the cross-border development path of rural

e-commerce under the “double cycle” pattern in four dimensions: deep cultivation of local market, linkage of internal and external markets, construction of digital ecology and integration of global value chain, so as to promote the high-quality development of rural e-commerce, help rural revitalization and mutual promotion of domestic and international double cycle.

Keywords

Double Cycle, Rural E-Commerce, Cross-Border Development, Paths

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

以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局是在全球经济形势愈发复杂、国内外不稳定因素增多的大背景下所提出的。这一战略聚焦激发内需与深化对外开放双向发力，旨在打造更具韧性和活力的经济体系。

农村电商作为数字经济时代连接城乡、贯通内外的重要纽带，在“双循环”格局中具有特殊地位和作用。一方面，农村电商通过激活农村消费市场、促进农产品上行，有效畅通了城乡经济循环；另一方面，跨境电商的发展为农村特色产品走向国际市场开辟了新通道，成为连接国内国际双循环的重要桥梁。可见，随着互联网技术的不断进步和全球电商市场的蓬勃发展，农村电商跨境发展成为“双循环”格局下农村经济发展的新增长点，对于拓展农产品销售渠道、提升农村经济的国际竞争力具有重要意义。那么，在“双循环”格局下，如何充分发挥农村电商的桥梁作用，既促进国内大循环，又推动国际循环，成为亟待解决的重要课题。

本研究立足于“双循环”新发展格局，系统分析农村电商跨境发展的现状与挑战，深入探讨其作用机制，提出切实可行的发展路径与策略，从而助力乡村振兴和农业现代化，推动中国经济高质量发展。

2. 农村电商在“双循环”中的特殊地位

2.1. 国内循环中的枢纽作用

农村电商通过供应链重构和价值链提升，帮助农产品突破地域限制，实现从“田间地头”到“城市餐桌”的直达，减少了中间环节，提高了农民收入，激活了农村消费。以广东省汕尾市为例，数字化新质生产力赋能下的农村直播电商为“土特产”提供了“云翅膀”，有效解决了农产品流通不畅、标准化程度低等痛点。这种模式不仅促进了农产品上行，也带动了工业品下乡，形成了城乡双向流通的良性循环。

2.2. 国际循环中的桥梁作用

习近平主席在第三届进博会开幕式主旨演讲中指出：“中国将推动跨境电商等新业态新模式发展，以培育外贸新动能。”^[1]农村电商通过跨境电商平台，将具有地方特色的农产品、手工艺品等推向全球市场，开辟了外贸新渠道。如广西凭祥市的跨境电商直播基地通过越南语主播带货，2024年年中大促期间销售额突破600万元^[2]。这种“跨境电商 + 特色产业”的模式，既拓展了农产品的国际市场空间，又促进了地方产业转型升级，实现了内外市场的协同发展。

3. “双循环”格局下农村电商跨境发展现状

3.1. 区域差异化与模式多元化

中国农村电商跨境发展已形成多元化格局，各地结合区域特色探索出不同的发展模式。从区域分布看，沿海地区凭借区位优势和产业基础率先发展，如广西依托面向东盟的开放优势，已开通 15 条国际货运航线，数据显示，在 2024 年 1~8 月期间，中越班列开行数量大幅增长，达 382 列，同比增长 438%；中越跨境公路运输也稳步发展，累计开行 546 趟次，较去年同期增长 3.02% [3]。内陆地区则依托特色农产品和手工艺品寻求差异化突破，如四川荣县通过“代表履职 + 电商助农”模式，让柑橘、黄精等特色农产品搭上数字快车。

3.2. 多主体协同生态构建

一方面，大型电商平台如阿里巴巴、拼多多等通过“全托管”等模式降低农村企业跨境门槛；另一方面，地方政府、行业协会、金融机构等积极提供配套支持，如广西加快推进跨境电商综合试验区建设，推动建设智能、高效、畅通的现代流通体系。且越来越多的农民直接参与跨境电商，实现了从消费者到经营者的身份转变。

3.3. 制度创新的深化与落实

商务部等部门发布关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见，从培育经营主体、加大金融支持、优化监管服务等多方面提出具体举措。地方政府也积极出台配套政策，如广西凭祥市建设中越友谊关——友谊智慧口岸项目，预计建成后南宁发往越南河内的货物可在 24 小时内运抵[4]，大幅提升了物流效率。

4. “双循环”格局下农村电商跨境发展的主要挑战

4.1. 国内大循环支撑不足

产品标准化与品牌化不足制约市场竞争力。农村特色产品多具有地域性和独特性，但在规格、品质、包装等方面缺乏统一标准，难以满足跨境电商的标准化要求。同时，品牌意识薄弱、知识产权保护不足，导致产品附加值低，同质化竞争严重。如广东省肇庆市的农产品直播电商就面临商品标准化程度低、溯源把控不规范等问题，影响了消费者的信任度和购买意愿。

4.2. 双循环协同机制不完善

4.2.1. 金融服务支持不足

跨境电商涉及跨境支付、汇率结算、贸易融资等复杂金融需求，但农村地区金融服务覆盖不足，小微企业融资难问题突出。多数农村电商企业规模小、抵押物不足，难以获得传统金融机构的信贷支持，制约了海外仓建设、营销推广等业务拓展。

4.2.2. 产业链协同不足

农村跨境电商涉及生产、加工、物流、营销、售后等多个环节，但目前各环节之间缺乏有效协同，难以形成完整的产业生态。如汕尾农村直播电商面临的流通产业发展滞后问题，正是产业链协同不足的表现。这种碎片化状态导致运营效率低下，难以形成规模效应和品牌效应。

4.3. 数字生态支撑能力不足

4.3.1. 物流与基础设施短板

相较于传统依靠社会关系网络搭建的流通链，电商流通链对农产品流通提出了更高要求，除了将农

产品销售出去, 还需要完善的物流、仓储服务体系[5]。但现实情况是, 村庄一级的包装、物流等下端产业服务仍存在较大缺口。农村地区尤其是中西部偏远地区, 冷链物流、仓储设施等严重不足, 导致农产品上行面临“最初一公里”难题。虽然部分地区如广西已开通多条跨境物流通道, 但整体来看, 国际物流成本仍然偏高, 时效性和可靠性有待提升。以生鲜农产品为例, 缺乏专业冷链导致损耗率高企, 直接影响产品品质和消费者体验。

4.3.2. 数字鸿沟与人才匮乏

农村地区数字化基础设施相对落后, 网络覆盖和质量有待提升; 农村电商的稳健运营要求农户熟练掌握信息检索、流量运营、产品营销等互联网专业技能。然而现实情况是, 当前我国农业新型经营主体与广大农民群体, 在信息化应用能力方面普遍存在不足[6]。同时, 既懂电商运营又了解国际贸易的复合型人才严重不足。四川荣县正紫镇在开展电商助农初期就面临着物流成本高、直播人才缺、基础设施弱等制约瓶颈。这种人才缺口在跨境电商领域更为明显, 涉及语言能力、国际规则、跨文化沟通等多重要求。

4.4. 国际循环融入障碍

不同国家和地区在电子商务、数据流动、消费者权益保护等方面的法律法规存在差异, 农村跨境电商企业往往缺乏足够的意识和能力应对这些合规要求。特别是在知识产权、隐私保护、税务合规等领域, 稍有不慎就可能面临法律风险和市场准入限制。

5. “双循环”格局下农村电商跨境发展路径

5.1. 立足本土市场深耕, 夯实国内循环基础

5.1.1. 培育特色产业带

农村电商企业要发展, 不仅要实现营销突围, 还要实现产业升级。要充分挖掘农村特色资源, 做好“土特产”文章, 在巩固现有“大而全”的基础上, 培育一批“小而美”的农村电商特色品牌[7]。各地应立足资源禀赋和产业基础, 聚焦具有比较优势的特色农产品和手工艺品, 打造专业化、规模化的电商产业带。如广西培育壮大汽车及零部件、螺蛳粉、木衣架、纺织服装、陶瓷等民营企业主体, 形成了具有区域特色的跨境电商产业体系。这种“一地一品”或“一地多品”的发展模式, 有助于形成产业集聚效应, 降低运营成本, 提高市场竞争力。

5.1.2. 优化供应链体系

农村冷链物流仓储供应链的短板, 使得农产品在运输环节损耗严重, 腐烂、变质现象频发。为此, 必须尽快建立健全冷链运输标准体系, 确保农产品新鲜送达[8]。并且通过整合生产、加工、流通、销售等环节, 构建“从田间到餐桌”的数字化供应链。广东汕尾市通过“政校企合作, 产教赋能”的方式, 解决农村直播电商面临的流通产业发展滞后问题; 四川荣县正紫镇则通过建立镇村电商服务站实现 48 小时发货[9], 代表全程监督打包降低生鲜损耗。这些实践表明, 供应链各环节的数字化改造和协同整合, 能够显著提高农产品流通效率和品质保障能力。

5.1.3. 激活消费需求

农村电商活动不仅推动农民投身市场经济浪潮, 更赋予了他们更多汲取知识、与外界沟通交流的宝贵机会[10]。一方面, 通过电商渠道拓宽农产品销售半径, 增加农民收入, 提升农村消费能力; 另一方面, 通过跨境电商进口满足农村消费升级需求, 形成供需互促的良性循环。山东邹平保税物流中心搭建“全球速购”平台, 让村民在家门口就能买到洋品牌, 同时通过“鲁中跨境公共服务平台”将名优土特产销

往海外，使人们能够便捷地购买洋品牌，也让土特产走向国际市场，实现了家门口与世界市场的紧密连接。

5.1.4. 重视区域协同发展

因此，在电商跨境发展方面，我们也应加强城乡之间、区域之间的电商合作，打破市场分割，构建统一开放的国内大市场。如广西推动南宁、崇左、柳州、贺州等跨境电商综合试验区协同发展，形成区域联动效应。这种区域协同既包括基础设施的互联互通，也包括商业规则、质量标准等的对接统一，为农村电商跨境发展创造更加广阔的腹地市场。

5.2. 协调内外市场联动，构建双循环促进机制

5.2.1. 构建“跨境电商 + 产业带”模式

通过跨境电商平台赋能传统产业带，推动“特色产业 + B2B 跨境电商出口”供应链体系建设。这一模式既能利用产业带的集聚优势降低跨境运营成本，又能通过国际市场倒逼产业转型升级。实践中，可借鉴“全托管”模式，由平台提供运营、物流、售后等一站式服务，降低农村企业和农户的跨境门槛。如广西凭祥跨境电商直播基地通过专业化运营，帮助当地特色产品打开东盟市场。

5.2.2. 优化海外仓网络布局

支持农村电商企业共建共享海外仓，形成覆盖主要目标市场的仓储配送网络。海外仓不仅能够解决跨境物流时效问题，还能提供本土化退换货、售后服务，显著提升客户体验。对于农村电商而言，可采用“龙头企业带动”或“产业集群共建”的方式建设海外仓，如由农产品加工龙头企业牵头，联合上下游企业共建共享，降低单个企业的投资风险和运营成本。

5.2.3. 加强内外标准对接

推动国内农产品质量标准、溯源体系与国际接轨，减少跨境交易中的技术壁垒。广西在探索面向东盟的“丝路电商”合作中，就注重推动标准规则对接，为跨境电商发展创造便利条件。农村电商企业应积极参与国际标准制定，将地方特色与普适要求相结合，提高产品的国际认可度和市场准入能力。

5.2.4. 实施数据驱动决策

利用大数据分析技术，精准把握国内外市场需求变化，指导生产布局和营销策略。基于 SICAS 模型的肇庆农产品直播电商研究显示，数据驱动的用户行为分析能够有效提升营销精准度和转化率。农村电商企业可通过跨境电商平台积累的数据资源，实现供需精准匹配，动态调整国内外市场布局。

5.3. 聚焦数字生态构建，强化双循环支撑体系

5.3.1. 升级数字基础设施

加强农村地区宽带网络、移动通信、物联网等基础设施建设，缩小城乡“数字鸿沟”。四川荣县正紫镇在开展电商助农过程中，协调移动公司解决了网络卡顿问题，为新团队提供场地设备补贴，夯实了直播基础。对于跨境电商而言，还需加强国际通信枢纽、跨境数据通道等建设，保障国际数据传输的畅通和安全。

5.3.2. 推动数字技术融合

推动人工智能、大数据、区块链等技术与农村电商深度融合，优化各环节运营。在营销环节，利用 AI 技术实现多语言直播和智能客服，降低跨文化沟通成本；在物流环节，应用区块链技术实现全流程溯源，增强产品可信度；在支付环节，发展跨境数字支付解决方案，提高结算便利性。广东汕尾市提出“数字化新质生产力赋能农村直播电商”的路径，正是数字技术融合应用的生动实践。

5.3.3. 创新数字金融服务

发展供应链金融、跨境电商贷等创新产品，满足农村电商多样化金融需求。探索以出口额或海关信用评级作为质押物的融资模式，解决轻资产企业融资难题。同时，推动跨境支付便利化，降低汇率风险和结算成本。可借鉴地方政府设立跨境电商专项支持基金的做法，广泛吸纳社会资本，为信誉良好的跨境电商中小微企业提供投融资支持。

5.3.4. 构建数字人才培养体系

构建“政校企”协同的培养机制，针对不同层次需求开展差异化培训。如正紫镇对接县商务局开展“全民电商培训”，旨在培育掌握直播话术、短视频制作的本土人才。对于跨境电商人才，还需加强国际贸易、跨文化沟通、国际法律等专业知识培训，打造复合型人才队伍。可建立“乡村主播 + 带头人 + 农户”的传帮带机制，形成人才梯队。

5.4. 推动全球价值链融入，提升国际循环质量

5.4.1. 制定差异化定位策略

结合目标市场特点和产品优势，寻找差异化细分市场，避免同质化竞争。如广西螺蛳粉通过跨境电商渠道进入国际市场时，针对海外华人和对中国美食感兴趣的外国消费者采取不同的营销策略，取得了良好效果。农村电商企业应深入研究不同国家和地区的消费习惯、文化禁忌等，制定精准的市场进入策略。

5.4.2. 坚持品牌化发展道路

习近平总书记在《加快建设农业强国 推进农业农村现代化》一文中指出：“各地推动产业振兴，要把‘土特产’这3个字琢磨透。”^[11]因此，应注重农产品的品牌建设，从产品输出向品牌输出转变，构建具有国际影响力的农业品牌。可通过地理标志认证、品牌故事营销等方式增强品牌辨识度和附加值。山东邹平天源家纺有限公司通过跨境电商平台将产品销往国外时，注重品牌塑造，实现了“哪怕小到一件，都可以以最低的价格卖给(国外)消费者”。品牌化不仅能够提高产品溢价能力，还能增强消费者忠诚度，形成持续竞争优势。

5.4.3. 秉持绿色化发展理念

将可持续发展理念融入产品设计、生产和流通各环节，开发绿色有机农产品，采用环保包装材料，优化物流路径减少碳排放。绿色化既是应对国际环保要求的必要举措，也是提升产品竞争力的有效途径。特别是面向欧美等环保意识强的市场时，绿色认证和环保形象能够显著提高市场接受度。

5.4.4. 实施本地化运营策略

在乡村振兴的背景下，农村电商的本地化需求明显，农村电商的发展紧密依托当地农业产业、风土人情和市场需求^[12]，通过海外仓、本地合作伙伴、本土化营销等方式，增强在目标市场的嵌入度和适应性。凭祥跨境电商直播基地聘用越南语主播进行本土化直播带货，有效提升了营销效果。本地化不仅包括语言和营销的适配，还涉及产品改良、售后服务、合规运营等全方位调整，是农村电商企业国际化经营能力的综合体现。

5.4.5. 深化创新驱动发展

应加强产品研发和商业模式创新，不断适应国际市场变化。可借鉴“丝路电商”理念，将电商合作与文化交流、技术转移等相结合，拓展合作内涵。农村电商企业应加大创新投入，通过与高校、科研机构合作，提升产品科技含量和创意水平，从产业链低端向中高端攀升。

6. 结语

在“双循环”格局下,农村电商跨境发展具有广阔的前景和巨大的潜力,但同时也面临诸多挑战。通过本土市场深耕、内外市场联动、数字生态构建和全球价值链融入等发展路径,能够有效推动农村电商跨境发展,促进农村经济融入全球产业链,实现国内国际双循环相互促进,为乡村振兴和农业农村现代化发展提供有力支撑。未来,随着“双循环”格局的不断完善和数字化技术的持续进步,农村电商跨境发展将迎来新的机遇和挑战,需要政府、企业、社会各方共同努力,不断探索创新,推动农村电商跨境发展迈向新台阶。

参考文献

- [1] 习近平. 在第三届中国国际进口博览会开幕式上的主旨演讲[R]. 2020-11-04.
- [2] 谢洋. 广西拓展跨境电商东盟“朋友圈”[N]. 中国青年报, 2024-09-26(003).
- [3] 胡光磊, 韦静. 内外联动融合发展[N]. 南宁日报, 2024-09-24(003).
- [4] 黄冠华. 凭祥: 口岸 + 智慧, 助力广西外贸经济插翅腾飞[EB/OL]. http://union.china.com.cn/jdnews/txt/2024-09/25/content_42924577.html, 2025-06-17.
- [5] 卢奇, 洪涛, 张建设. 我国特色农产品现代流通渠道特征及优化[J]. 中国流通经济, 2017, 31(9): 8-15.
- [6] 马晓河, 胡拥军. “互联网+”推动农村经济高质量发展的总体框架与政策设计[J]. 宏观经济研究, 2020(7): 5-16.
- [7] 乔金亮. 拓宽农村电商发展新思路[N]. 经济日报, 2023-09-14(011).
- [8] 吴迪. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(5): 101-104.
- [9] 徐振宇, 林燕. 荣县: 人大代表“云端搭桥”电商直播跑出乡村振兴加速度[EB/OL]. <https://www.zgm.cn/content/683454806a058>, 2025-06-17.
- [10] 陈一明. 数字经济与乡村产业融合发展的机制创新[J]. 农业经济问题, 2021(12): 81-91.
- [11] 习近平. 加快建设农业强国推进农业农村现代化[J]. 奋斗, 2023(6): 6-19.
- [12] 汪凡, 汪明峰, 张英浩, 等. 农村发展的数字转向研究综述[J]. 人文地理, 2024, 39(5): 13-19, 43.