

数商兴农：农村电子商务创新发展的现实困境与突破路径

——以丽水市为例

朱凯洛

南京林业大学人文社会科学学院，江苏 南京

收稿日期：2025年6月4日；录用日期：2025年6月23日；发布日期：2025年7月23日

摘要

农村电子商务的蓬勃兴起促使传统农村产业模式朝着数字化转变，为化解“三农”问题给予了新的途径。为了促进农村电子商务的发展，围绕着促进农村电子商务发展的各项政策落地开花，为农村电子商务发展营造良好的政策氛围和市场契机，切实推动了农村电子商务的稳健持续发展。丽水市政府一直以来高度重视农村电商发展工作，借助政策扶持、基础设施完备等一系列举措推动农村电商发展，丽水农村电商也构建起了享誉全国的“丽水模式”，在助力丽水市经济发展中起到了关键作用。但在丽水农村电子商务发展中，仍存在一些问题。丽水市政府需在优化政府治理模式、健全服务型政府建设等方面，充分发挥政府引领的作用，全方位提升公共服务效能，推动丽水农村电商实现高质量发展。

关键词

农村电商，丽水市，公共服务，数字化

Promoting Agriculture through Digital Commerce: The Realistic Difficulties and Breakthrough Paths of Innovative Development of Rural E-Commerce

—A Case Study of Lishui City

Kailuo Zhu

Faculty of Humanities & Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 4th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 23rd, 2025

文章引用：朱凯洛. 数商兴农：农村电子商务创新发展的现实困境与突破路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1937-1943. DOI: 10.12677/ecl.2025.1472390

Abstract

The booming rise of rural e-commerce has prompted the traditional rural industry model to shift towards digitalization, providing a new way to solve the “three rural issues”. In order to promote the development of rural e-commerce, various policies have been implemented around the promotion of rural e-commerce, creating a favorable policy atmosphere and market opportunities for the development of rural e-commerce, and effectively promoting the steady and sustainable development of rural e-commerce. The Lishui Municipal Government has always attached great importance to the development of rural e-commerce, and has taken a series of measures such as policy support and complete infrastructure to promote the development of rural e-commerce. Lishui’s rural e-commerce has also built a nationally renowned “Lishui Model”, playing a key role in supporting the economic development of Lishui City. However, in the development of rural e-commerce in Lishui, there are still some problems in the performance of government departments. The Lishui Municipal Government needs to fully leverage its leading role in optimizing government governance models and improving the construction of a service-oriented government, comprehensively enhance public service efficiency, and promote high-quality development of rural e-commerce in Lishui.

Keywords

Rural E-Commerce, Lishui City, Public Services, Digitalization

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. 问题提出与文献综述

2024年中央一号文件《中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》明确提出实施“农村电商高质量发展工程”，推进县域电商直播基地建设，发展农村产品网络销售。商务部同步提出深化县域商业体系建设，推动冷链物流与即时零售向乡镇延伸，支持各类主体协同共建供应链，以数字技术赋能农产品上行链路。同年，中共中央国务院进一步推进共同富裕示范区建设，浙江省围绕山区26县整体跨越发展目标，将“数商兴农”与“快递进村”深度结合，借助拼多多等平台的“中转集运包邮模式”，推动西藏、甘肃等偏远地区物流成本降低，实现优质商品跨区域流通与农产品精准产销对接[1]。这一系列举措标志着农村电子商务从规模扩张转向质量提升，成为乡村振兴与农业农村现代化的重要引擎。

当前，社会各界对于农村电子商务中政府职能优化已形成了综合研究框架。一方面，其能有效整合农村资源，突破地域限制，拓宽农产品销售渠道，让农产品更便捷地进入市场，达成产销对接，进而提高农民收入。同时，农民借助政府推动的农村电商发展，可更精准地把握市场需求，据此调整种植、养殖结构，发展有市场潜力的特色农产品。这不仅能推动农村农产品加工业、优势产业和旅游业等产业发展，还能引导农村经济朝着多元化、高端化方向迈进，带动农村产业结构优化升级，实现农村经济快速增长。另一方面，政府推动农村电商发展有助于实现农村经济的长效发展。农村电子商务是促进农村经济增长、增加农民收入的新引擎，是实现农村经济持续发展的有力载体[2]。尽管我国已实现脱贫，但农村与城市经济发展不平衡问题依旧存在，农村经济急需注入新活力、寻找新的经济增长点。国内外农村电商的发展经验充分表明，农村电子商务能有效促进农民增收。政府可通过出台扶持电商发展的优惠政

策,鼓励农民积极开展电子商务,扩大农产品销售规模;组织电子商务技能培训,提升农民开展电商的能力,解决农民增收的内生动力问题,从而推动农村经济长效发展。

丽水市地处浙西南,是浙江省唯一一个全域县(市、区)均列入山区26县整体跨越式发展的地级市。也是全国首个实现农村电子商务全域覆盖的地级市,曾被誉为农村电商发展的“摇篮”。然而,随着电子商务领域竞争加剧,丽水农村电商发展优势渐失,存在诸多发展短板。丽水市政府一直重视电子商务发展。在当前浙江省全力推进“数商兴农”工程的背景下,本文旨在为丽水市农村电子商务发展中的政府职能优化展开研究,发现现存问题,剖析问题成因,并提出优化政府职能的突破路径建议,以期乡村振兴战略的实施提供有力支撑。

2. 丽水市农村电子商务发展现状及创新意义

作为浙西南山区生态型城市的典型代表,凭借其独具特色的生态资源优势,开辟了我国农村电子商务发展的创新途径。其发展历程可清晰地划分为四个具有显著标志性特征的演进阶段,全面呈现了后发地区突破地理条件限制、构建以数字经济驱动乡村振兴模式的探索历程。

在初步探索时期,丽水市以“两山理论”为指引,开启了生态产品价值实现机制的创新实践。随着遂昌县网店协会的成立和青年网上创业联盟的组建,电子商务要素开始集聚。2012年成立的全国首个农村电商领导小组及配套政策体系,标志着制度创新与基础设施建设同步推进。此阶段通过构建“政府引导+市场运作”的政策框架,有效突破了山区物流网络滞后、数字技术渗透率低等基础障碍。进入电子商务体系构建时期,丽水市通过创设全国首个市级农村电商公共服务中心,创新性建立“政府+服务商+产业”的区域综合服务模式[3]。该模式将分散的电商主体纳入系统化培育体系,推动从业者从个体经营向集群化发展转变。在此过程中形成的“遂昌模式”“北山模式”等典型样本,既体现了因地制宜的发展智慧,也为后续模式输出奠定基础。政府通过优化创业扶持政策、建设标准化服务体系,使电商产业成为带动数万人就业的重要增长极。在示范辐射时期,丽水经验开始产生全国性影响。其构建的县级服务中心配合农产品消费品上下行体系被15个省市借鉴应用,赶街模式覆盖13省的2000余个服务站点。2016年获批全国唯一地市级农村电商示范区,特别是中国农村电商大会永久会址的落户,标志着丽水从模式创新者转向标准制定者。此阶段通过政策输出、经验推广,将地方实践上升为具有普适性的发展范式。

在当下,农村电子商务面临转型挑战,随着电商产业生态的深度变革,丽水先发优势逐步消减。长三角区域电商产业带的崛起加剧了资源竞争,物流支出居高不下、专业人才外流、监管政策趋严等新兴问题日益显现。尤其直播电商与社区团购等新业态的发展,对传统农产品电商模式带来显著冲击。但丽水基于生态产品认证体系构建及“山”字品牌培育,正探索“精品电商+定制农业”的差异化创新路径,彰显出山区经济转型升级的持续革新能力。

3. 农村电子商务创新发展存在的现实困境

农村电子商务并不仅仅局限于农村地区的网上交易行为,也不仅仅是农产品线上交易,而是涉农领域的生产经营主体,利用互联网、计算机等现代信息技术,实现业务信息城乡共享、业务流程电子化、生产销售流通一体化的过程,更是推动农产品的生产和销售,产销结合实现农业产业化,推动乡村振兴的过程,可以说农村电商贯穿了农村经济体系全过程,发展农村电商是当前国家推动农村地区实现中国式现代化的重要抓手,对实现全体人民的共同富裕具有战略性意义。

3.1. 多元主体协同机制不完善,部门间畅通渠道不畅

一方面,各经济职能部门囿于自身权责分工,在协同推进综合性任务时,部门本位意识浓厚,协作

意愿不足。虽然联席会议机制确立了共同目标，但各部门往往优先考量局部利益，协调配合度偏低，合作动力匮乏，导致成效显著的事务争相管理，而成效欠佳或责任重大的事项则互相推诿。与此同时，政府部门出于维护部门利益考量，在信息资源共享层面亦缺乏主动性，不愿与同级部门充分交换数据，这进一步削弱了跨部门合作的根基。另一方面，工作小组成员单位皆为市直属的同级职能部门，牵头单位亦不具备行政层级优势，难以有效调度其他部门行动。单纯依靠沟通协商，因缺乏必要的权威性，难以凝聚有效合力；加之相应监督机制的缺位，使得丽水市农村电商工作领导小组办公室缺乏约束力，其效能难以充分发挥[4]。

在当前阶段，面对农村电子商务、直播带货等促进农产品销售的新兴业态，丽水市相关部门尚未构建起审慎包容的监管框架。监管实践呈现非此即彼的二元倾向——要么采取严厉的“处罚封杀”，要么给予过度的“鼓励吹捧”，中间层级的柔性监管手段缺失。税务、市场监管、商务等部门职能虽各有侧重却并非互斥，究其根源在于部门间沟通协调机制不畅，信息互通共享不足，且未能确立统一的行业规范与发展指引。这导致经营者要么过度依赖政策扶持，要么刻意规避政府监管。在农村电商新业态发展尚未成熟稳定之际，无论是监管过度严苛、放任自流抑或盲目扶持，均不利于其实现可持续的健康发展。

3.2. 农产品品牌建设乏力，农业产业化投入不足

在推进农产品品牌化进程中，丽水市采取政府主导模式，构建了覆盖全产业链、全产品类别的地级市农产品公共品牌——“丽水山耕”。对大多数地方政府和企业而言，区域性农产品公共品牌建设仍处于探索阶段。该品牌通过整合全域特色农产品资源实施统一化运营，旨在形成品牌集聚效应，塑造对外统一的区域形象。尽管在全国范围内具备一定认知度，但尚未孵化出具有全国影响力的网红农产品或知名农特产品品牌。在头部主播的助农直播中，仅规模化程度较高的缙云麻鸭、姥姥家薯片、松阳香茶等产品取得有限的市场表现。“丽水山耕”品牌将区域内所有特色农产品收归一处，整合打包，在模糊品牌内涵的同时，也稀释了品牌价值，没有拳头产品在电子商务的发展中就很难打造爆品，很难形成规模化的农业产业。

政府对产业化建设的资源投入不足，配套扶持机制尚未健全，尤其缺乏系统性的农产品品牌培育体系。部分地方农业主管部门在产业规模有限、标准化程度低下、产品质量未达电商准入标准的情况下，为追求短期政绩，强行将线上销售率纳入基层考核指标。这种脱离产业实际的政策导向，导致大量不符合市场需求的初级农产品涌入电商渠道，客观上造成农产品附加值长期难以提升[5]。本地电商企业主要通过集中采购整合供给，与此同时，头部电商平台及主播为争夺市场份额，普遍采取低价倾销策略。这种市场行为传导至供应链末端，致使生产端利润空间被严重压缩，进一步抑制产业升级动力。在产业化初级阶段盲目推行电商化考核，实质是将成熟市场的运营逻辑套用于未达标准化、规模化门槛的农产品。这种“揠苗助长”式的政策干预，不仅未能激活产业潜能，反而加剧了低质低价竞争恶性循环。

3.3. 农村电商人才能力不足，队伍建设存在短板

农村电商人才培育作为一项系统工程，必须依托政府的顶层制度设计。尽管丽水市近年持续推进电商人才发展计划，但集中化、规范化及体系化的培育机制仍处于初步探索阶段。当前针对农村电商的培训内容缺乏地域适应性，课程设计过度侧重理论层面，无法有效对接乡村实际需求。尤其在直播电商等新兴业态快速扩张的背景下，专业人才供应短缺，从业人员能力差异显著。农村地区居民普遍存在网络技术与电商知识短板，多数青年群体毕业后倾向于选择城市就业。丽水市虽大力实施“双招双引”战略，却仍深陷人才“培育难、引进难、留存难”的困局。相较省内杭州、宁波等发达城市，丽水电商产业生态与青年生活配套差距悬殊，不仅外地高端人才引进阻力较大，本地企业培养的成熟从业者也频繁外流，

导致企业隐性成本增加[6]。以带货主播为代表的电商核心人才，往往对薪资福利要求较高，部分本土成长的人才因收入水平、文娱资源、医疗教育等综合因素向中心城市迁移的现象持续存在。

电商人才队伍需兼具专业知识素养、政策理解深度、决策科学性、持续学习能力及新技术应用水平。干部队伍素质直接决定了政府支撑农村电商发展的公共服务效能。部分基层干部专业能力薄弱，且对地方产业特色、农村发展瓶颈及电商经济现状认知不足，致使政策制定过程中理性分析缺失，盲目套用其他地区的既有模式。工作人员专业背景与岗位需求匹配度普遍较低，“所学非所用”的技能错配问题突出。在丽水市各级政府涉足电子商务的公务人员中，电子商务专业科班出身者占比极低，由此引发政策执行受阻、措施落地率低下及实施效果不彰的连锁反应。

3.4. 农村电商运营系统性较弱，公共服务建设不均衡

在丽水市农村电子商务生态系统中，超过半数为电商平台提供产品的种植及养殖农户，对现行扶持政策认知有限。政府部门的激励措施主要聚焦于乡村基础设施与公共服务建设，针对农业电商供应链参与者的专项条款极为稀少，导致农户生产积极性未被充分调动，“互联网+特色产业”模式的潜在优势未能充分释放。因此，尽管丽水市农村电商起步较早，其整体规模仍然较小，产业化程度不高，尚未形成规模化经营体系，这一现象可部分归因于上述政策缺失。与此同时，电子商务模式持续快速演进，但丽水市的税务、市场监管及商务等部门在获取相关机构与从业者信息时，仍依赖传统的人工摸排手段，致使数据准确性不足且新技术应用能力薄弱。此外，农村地区大量农产品带货账户由个人以非实名方式注册，加剧了行业信息壁垒。尽管近年浙江省大力推行政府数字化改革，旨在借助大数据优化决策流程，丽水市在2024年虽实施了若干数字项目，却缺乏覆盖农村电商领域的数据采集与可视化系统。政府部门对新技术的运用能力尚显不足，利用大数据创新治理的理念相对滞后。领导干部在推进农村电商工作时，过度依赖经验决策而忽视数据思维，严重制约了政府管理创新的实效。

4. 农村电子商务创新发展的突破路径

针对上述问题，需充分发挥政府的引导和推进作用，有关部门要积极引进、构造或与外部对接电商产业链上的要素，培育电商产业，创造电子商务发展的基础条件。在农村电商发展过程中，在“点”上形成农村电商特色与核心竞争力。应认真贯彻落实商务部“数商兴农”工作部署，用好数字技术、数字资源，根据丽水市农村电商发源地和重要实践地的背景，结合当前发展规律擦亮丽水农村电商这块金字招牌。

4.1. 建立健全多元工作机制，打通部门间沟通渠道

为促进农村电商的高质量发展，需构建省、市、县三级协同机制与分工体系，分级制定年度重点任务清单。市政府高层领导负责统筹协调推进，商务部门主要负责人承担首要责任，各县(市、区)商务机构则深化本地电商研究，依据“十四五”农村电商规划组织落实相关工作。核心目标是实现产业增值、企业增效及农民增收，聚焦农产品创新与销售渠道拓展，以渠道下沉和农产品上行为双主线，发展乡村数字经济，推动电子商务与农村一二三产业融合，加速农村产品与服务电商化进程。同时，着力产业升级和先进制造，强化“农村电商+农业产业化”公共服务，整合区域电商产业链供应链，促进电商与产业深度结合，以此驱动山区跨越式发展，建设共同富裕示范区[7]。

在部门协作层面，各机构需强化沟通与分工：有关部门制定农村电商整体发展规划和促进电商发展政策，团市委负责抖音、快手等平台对接，完善青年电商创业培训和指导，开展全市农村电子商务培训等工作；财政部门配合商务主管部门制定出台农村电商政策的资金管理办法，确保全市农村电子商务专项资金的兑现和落实；人社社保部门负责全市农村电商专业人才的就业体系建设，为培训保障一定的经

费,协同做好人才体系建设相关的政策出台和兑现;农业部门负责全市农特产品电子商务的推广培训工作,并做好农产品企业的规范和质量监管工作;市场监管部门负责做好电子商务企业的注册登记工作,加强对农村电子商务企业的诚信教育和网上监管;通信运营商负责在一定程度上对农村电子商务企业给予资费优惠,并加强全市农村的通信基础设施,改善农村通信条件。

4.2. 培育特色农产品品牌,扶持当地农业龙头企业

培育“小而美”的电商农产品品牌。针对本地基础条件好、发展潜力大、经营理念新的农特产品生产型企业进行剖析,主动与企业主进行沟通,通过要素保障、政策支持等措施,引导和帮助企业做大做强,提高品牌的知名度和营销能力。推进本地农产品品牌建设意识,积极引导本地农村产业从业者农特产品生产过程中规范化、品牌化,培养品牌和店铺粘性高的消费群体,避免相同品类被其他生产商简单复制。整合农旅资源、农产品、民俗文化等多方资源,推动农文旅融合,打出品牌优势,打造出符合当地特色的以农带旅、以旅促农、文旅结合的农旅电商发展模式,并借力电商直播、短视频、微商等多渠道推动农产品上行,通过打造“互联网+旅游”乡村旅游电商示范点,开展线下展销,促进农村电商与旅游产业深度融合[8]。

开展追溯体系、产品认证体系、质量管理体系等建设,实现农产品来源可追踪、去向可追查、责任可追究。进一步加强农产品标准化安全生产、保鲜、加工、包装与流通质量控制、生鲜农产品冷链物流、农产品质量安全追溯等技术的研究与应用推动,推动企业开展产品区块链可追溯服务,整合及新建部分物联网监测设备,应用区块链结合二维码技术,为农产品做好“身份”标识,实现由生产端至消费端的信息全程可追溯,做到“一品一码”。

4.3. 建立电商人才培养体系,培养各类电商人才队伍

强化农村电商人才梯队建设,针对不同群体实施精准培育:面向返乡群体、合作社成员等开展模块化技能培训,覆盖直播运营、数据分析等实务课程;加强职能部门干部在政策设计、公共服务等领域的专项能力建设;开发适配地方产业特色的本土化教学体系,建立产业衔接型师资库与课程标准。注重培训后期跟踪服务,形成工作闭环,实现培训投入产出良性循环。建立健全电商人才培养成果转化机制,依托农村电商创新创业大赛、资源对接活动、战略合作机构、企业实训基地等,推动培训成果转化。开展电商人才评优评先,深化电商技能人才培养,支持青年技能人才通过竞赛晋升职业资格等级,鼓励青年技能人才提升在职学历教育。

为优化农村电商人力资源配置,现针对不同群体实施分层培育策略。面向农村经营主体及相关从业者,建立电商讲师培养与课程开发体系,强化丽水特色产业课程的本地化设计及普及推广,形成与地方产业特征和发展需求相适配的师资库及课程标准目录[9]。针对电商职能部门的领导层,围绕形势分析、政策设计、项目执行及公共服务等领域,加强公务员队伍的专项研修,提升其在农村电商治理中的决策与服务效能。覆盖符合条件的返乡人员、高校毕业生、退役军人等群体,开展电商基础知识普及与创业能力实训,持续优化课程模块(如产品包装、视觉设计、直播营销、平台运营、数据解析、知识产权及合规管理),以增强从业者的专业技能与创业思维。

4.4. 构建多元参与发展体系,推进服务型政府建设

加强政府与平台协同监管,发挥电子商务促进组织、公共服务中心等作用。建立政府、平台、行业组织、农户、消费者共同参与的治理体系。激活电子商务促进组织、公共服务中心等机构的枢纽协调功能,强化其在规则制定与执行中的桥梁作用。实施县级服务中心绩效评估体系,强化考核结果在资源配

置中的导向作用。建立“政府-高校-服务中心”三位一体的继续教育共同体,开展电商从业者能力进阶培训;筹建电子商务战略研究院,聚焦产业发展瓶颈、技术演进路径及模式创新研究,为政府制定产业政策白皮书与发展规划路线图提供智力支持;建设丽水电商生态展示平台,系统呈现区域电商发展进程、政策工具箱及成功案例,构建产业认知升级与创新文化培育的双重传播矩阵[10]。

扎实推进公共服务优质共享。增进公共服务福利,推进公共服务优质化、均衡化。着重解决农村电商人才短缺、快递物流发展短板、农产品品牌体系建设乏力等实际问题。在深入开展基层的走访调研的基础上,更要建立信息化的电商数据平台,用于监测、统计、分析全市电商发展情况,实时掌握电商发展数据,便于政府部门作出科学决策。把好公共服务的标准尺度,加快缩短城乡差距;拓展覆盖广度,加强山区现代信息网络、物流设施建设,加快电商资源有序扩容和均衡分布,促进电商均衡发展和城乡一体化。

5. 结语

电子商务是信息经济、网络经济,具有发展速度快、迭代更新快、模式创新快等特点,是经济发展的新生事物,对政府工作也提出了更高要求。研究深刻认识到政府在农村电子商务发展中的重要作用,同时也发现了一些亟待解决的问题与挑战。但是,我们也看到了农村电子商务广阔的发展前景与巨大的潜力,为我们未来进一步深化研究、提出更加有效的政策措施、推动农村电子商务发展提供了重要的指导和借鉴。希望未来能够继续致力于政府在推动农村电子商务发展中的作用,为乡村振兴和农民增收做出更大的贡献。在农村电商推进过程中,政府需有归零的心态和学习的心态,要有前瞻性思维,深入研究电子商务发展现象和趋势,遵循市场和行业的发展规律,结合本地实际,发现电子商务发展中的问题、瓶颈以及制约因素,创新运用新技术、新模式创建学习型政府,挖掘符合丽水实际和农村共富的农村电商高质量发展模式。

参考文献

- [1] 赵静,张洁.大数据视域下农村电子商务发展问题研究[J].商业经济研究,2018(7):118-120.
- [2] 朱兰.政府职能在农村电商发展中的运用综述及评析[J].中国战略新兴产业,2021(19):95.
- [3] 朱梦玲.乡村振兴战略背景下农村电商的发展现状及策略研究[J].商展经济,2022(2):50-52.
- [4] 郭凯凯,高启杰.农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J].现代经济探讨,2022(2):103-111.
- [5] 张硕.农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J].管理学报,2022,19(4):624-632.
- [6] 陈实.基于互联网背景下农村电子商务物流绩效评价体系研究[J].河北农业,2023(10):44-46.
- [7] 陈维民.乡村振兴视阈下农村电子商务发展策略探析[J].中国商论,2023(21):37-39.
- [8] 曹芳玲.农村电子商务发展的意义及其对乡村振兴的助力[J].河北农机,2024(19):148-150.
- [9] 安毅.地方政府推进农村电子商务的注意力分配与发展逻辑——基于176份地方政策的量化分析[J].现代农业研究,2025,31(3):21-28.
- [10] 王育琴.数字乡村战略下农村电子商务数字化转型的困境与路径——以甘肃省为例[J].农场经济管理,2025(4):29-34.