

唯物辩证法视域下农村移动电商的应用与创新

何佳彤

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年6月30日; 录用日期: 2025年7月14日; 发布日期: 2025年8月7日

摘要

本文从唯物辩证法的角度论述农村移动电商的发展, 运用对立统一规律分析城乡之间数字鸿沟、物流滞后等问题的矛盾; 用量变质变规律阐述农村移动电商的基础设施、人才的积累过程; 运用否定之否定规律说明模式迭代的螺旋上升。同时从系统和物流这两个方面存在的矛盾来寻求解决矛盾的方式: 采用矛盾分析、系统协同等措施, 在批判继承的基础上将农村移动电商推向创新发展, 为乡村振兴工作提供参考依据与可实施的方法路径。

关键词

唯物辩证法, 农村移动电商, 乡村振兴, 矛盾分析

Application and Innovation of Rural Mobile E-Commerce from the Perspective of Materialist Dialectics

Jiatong He

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 30th, 2025; accepted: Jul. 14th, 2025; published: Aug. 7th, 2025

Abstract

This paper discusses the development of rural mobile e-commerce from the perspective of materialist dialectics, analyzes the contradiction between urban and rural digital divide and logistics lag by the law of unity of opposites, explains the gradual process of infrastructure and talent accumulation by the law of quantitative change and qualitative change, and describes the spiral rise of model iteration by the law of negation. Combined with the problems of logistics system and personnel training in the document, this paper puts forward strategies such as contradiction analysis and system coordination,

emphasizes the promotion of rural mobile e-commerce innovation in critical inheritance, and provides theoretical support and practical path for rural revitalization.

Keywords

Materialist Dialectics, Rural Mobile E-Commerce, Rural Revitalization, Contradictory Analysis

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

在乡村振兴战略和“互联网+”的大势下，农村移动电商作为助推农业现代化的重要抓手，在快速推进的同时也遇到了物流体系落后、人才结构失衡、基础条件差等诸多问题。从马克思主义唯物辩证法角度看，上述问题实际上都是事物发展过程中对立统一规律、量变质变规律、否定之否定规律的现实表现，目前学术界关于农村电商方面的研究大多停留在技术运用层面或者是政策层面，并没有进行辩证的论述。本文基于马克思主义经典辩证法原理以及特色农产品营销模式、物流体系建立等方面的实践，对于该理论问题进行了矛盾分析、发展规律阐释及创新路径探讨，并为解决农村移动电商发展困局提供理论参考和实践指导。

2. 唯物辩证法的理论基础和农村电商的逻辑契合

2.1. 唯物辩证法的核心原理

唯物辩证法是马克思主义哲学的重要组成部分，其基本原理揭示出事物发展的本质。对立统一规律是唯物辩证法的实质和核心，它指出事物内部矛盾双方既对立又统一，在矛盾的同一体性、斗争性的推动下，事物才能得到发展，例如马克思在《资本论》中揭示的资本与劳动的矛盾，它们之间的矛盾运动一方面推动了生产力的发展，另一方面也加剧了阶级间的对抗，促成了资本主义的没落命运[1]；量变质变规律是指事物发展的过程是从量变到质变的过程，量变是质变的必要准备，质变是量变的必然结果，经济危机的出现正是资本主义矛盾长期积累而产生的一种量变到质变的结果；否定之否定规律是指事物的发展呈现出螺旋式上升的过程，经过自我否定后得以扬弃，马克思把辩证法上升到了社会实践之中，并认为社会形态的变化是各种矛盾发展并最终解决的结果。矛盾的普遍性与特殊性原理告诉我们任何事物都包含着矛盾，同时不同事物的矛盾各具特色，在具体分析当今社会中产生的经济危机、生态危机等各种错综复杂的矛盾时要坚持具体问题具体分析，用辩证法这一锐利武器化解矛盾。

2.2. 农村移动电商发展的辩证属性

农村移动电商是“互联网 + 农业”的一种重要体现方式，而其发展过程又是各种矛盾运动的总和。从唯物辩证法角度看，城乡发展不平衡与数字经济渗透的矛盾、传统农业生产方式与现代化电商模式的矛盾、分散农户经营与大规模市场需求的矛盾等都是农村移动电商所要面对的具体问题。但各种矛盾并不是孤立存在的，而是相互联系、相互制约，同时又是普遍存在于一切社会关系之中的。所以，矛盾对于推动农村移动电商的发展是必不可少的动力源。比如物流体系滞后性带来的电商交易问题实际上正是二者之间存在一定程度的脱节造成的，实际上反映出了生产关系决定生产力，以及主要矛盾和次要矛盾

之间相互转化的客观规律。

2.3. 唯物辩证法对农村电商发展的方法论意义

唯物辩证法是农村移动电商研究的方法论。根据马克思主义辩证法，“每一种新的社会形态是在旧的社会矛盾的解决过程中实现的”。此前学界多将农村电商分为技术、人才、物流等方面的孤立问题，而非通过矛盾分析找出问题所在[1]。所以唯物辩证法从三个方面给出了建议：一是矛盾分析法，应当把农村电商发展中出现的问题看成是相互联系的矛盾体系，如农村网络普及率(农村 36.6%)与电商交易需求之间的矛盾不能单纯从技术角度去解决，还需要考虑其背后的人的素养[2]等问题；二是发展观方法，要把农村电商发展的不同阶段放到一个链条上进行整体把握；三是实践第一的方法，即要坚持到群众中去向人民学习。调查结果显示：1) 金农网建立时间最晚，但截至调查时其已拥有四十万条农产品企业信息；其收集的农产品企业信息既有针对特殊农产品市场需求的信息，也有与政策有关的内容；此外，网站也为农户维权等活动提供相应的服务功能。2) 鲜活农产品：属地化电商线上线下销售两相衔接。例如河北省河间市春云蔬菜合作社成立菠菜电商销售团队，这种社企合作可以结合“盒子菜”运营模式，最终实现订单式生产。同时依靠无人机采集土地产出数据，在产业园集市再放归批量土地产出信息，从而有针对性地去招引相关企业。到目前的直播电商，每一次的模式迭代都是一种量变达到一定程度的质变[3]，系统观则是将农村电商放到城乡发展的大系统中进行思考。而“投递路线长导致的产业链成本高”这一问题，需要结合城乡物流网络布局、农村地区交通基础设施等方面系统要素才能解决[4]，这实际上也是对方法论的一种创新，冲破了原来农村电商研究单一碎片化的桎梏，形成一条围绕矛盾运动为主线、坚持把握规律核心、遵循系统优化目标的研究范式。

3. 对立统一规律下农村移动电商的矛盾解析

3.1. 主要矛盾与次要矛盾的辩证关系

城乡数字鸿沟是阻碍农村电商发展的重要问题。国家统计局数据显示，截止到 2023 年底我国农村网民规模仅占全部网民的 29.85%，城镇网民占比高达 70.15%，农村的互联网普及率远远低于城镇，且到 2023 年整个农村的网络用户比重仅仅达到 27.6% [5]；我国的城乡数字鸿沟不断扩大。2013~2023 年期间，城镇和农村居民之间的实际收入差距由 17,037 元扩大到 30,130 元，实际消费支出差距则由 11,002 元扩大至 14,819 元。“数字鸿沟”是制约农村移动电商发展的首要矛盾，城市发展的先进数字基础设施和落后网络环境使农村电商运营成本上升。对于农户而言，农户要投入近 5000 元的网络费和电脑费，而收不到太大的益处，即表现为生产关系(数字经济模式)对于生产力(农村基础设施)的压迫性状态[6]。除了上述的这两个问题以外，还有其他一些影响农村移动电商发展的次生问题。第一个是由于次主要矛盾的存在——物流体系滞后于电商时效性的要求，导致“快递基本止步于乡镇”，使得部分山村取件不便；其次，生鲜类产品如果不能得到及时的运送，就会造成使用价值过早丧失；再次，传统的生产方式和标准化的电商运营产生对立；农村里大多数农户都是采取家庭式的合作方式进行生产作业，无论是产品的种类还是产品的质量都没有办法达到标准规则的要求，在市场上难以推出“知名农产品品牌”。最后是人才流失与电商人才需求之间的矛盾，由于在外务工的青壮年人群比重较大，因此大批量的青壮年劳动力流失，并且懂电商的人才不愿意回村建功立业，只有少部分懂技术、会经营、会管理的人才可以转型成为电商人才，从而乡村人才出现断层的问题。

3.2. 矛盾双方的对立统一关系

解决农村电商矛盾问题，从表面上看是政府与市场的矛盾问题，但从本质上看是对立统一关系，政

府通过扶持性政策和实施“互联网 + 指导意见”以及宽带投入等“宽带中国战略”宏观调控职能；市场通过价格机制、竞争机制调节资源配置职能，政府与市场一方面相对独立、互相对立，另一方面相互依赖、缺一不可。如政府干预过多可能会抑制市场活力，市场自发调节力量难以阻挡出现资源向大城市转移的趋势，需要实现“无形之手”与“有形之手”的结合。“政府牵头和企业联合开办村级电商服务站”的模式便是双方合作协调的结果。

发展农村移动电商就是让传统农业和电商互为变式，在此过程中矛盾从一次转化进到另一次转化中去。一方面由于传统的农业生产方式是分散的、经验的；另一方面又由于电商模式进入带来的倒逼效应，促使传统农业企业加速转型升级。比如特色农产品通过移动电商实现了“从田间到云端”的流通，倒逼农户提高生产技术和产品的质量水平，使农产品向标准化、品牌化靠拢。它不是简单地肯定或否定，而是“扬弃”，是在保留传统农业的优点基础上否定了它的弊病[7]。

3.3. 矛盾特殊性原理的实践应用

各地农村电商矛盾点各有不同，要针对当地农村电商问题，针对性开展工作，对于东部地区的“淘宝村”密集区来说，现在遇到的主要矛盾已经不是网络基础设施，而是品牌的提升和产业链的延展，所以就要突出“数字化治理”、“产业融合”；对于中西部欠发达地区而言，“网络设施大多需要人为搭线建设，成本高”，目前仍然要把重心放在完善网络覆盖上以及健全农村物流体系上，通过借鉴“第三方物流与农村自建物流相结合”的经验，建立农村物流信息平台，应用物联网、大数据等新技术于农村物流当中，推动物流信息的共享、交换，让农村物流的信息公开化、透明化。在民族地区或偏远山区，则需要发挥好“特色农产品 + 民俗文化”电商的作用，可以通过当地的“乡贤参事会”发挥效用，开展符合实际的电商营销。

4. 量变质变规律下农村移动电商的发展

4.1. 农村移动电商发展的量变积累

农村移动电商的发展需要农村宽带用户规模的大量增加、4G 基站覆盖率的逐步提高作为基础设施，在此基础上实现发展。2017 年农村宽带用户为 9377 万户，4G 基站覆盖率提升，还有 13 万个行政村没有实现光纤联网(占比 18.8%)，但相比 2015 年是有很大进步的[8]，并且为电商的发展提供了一个良好的基础。截至 2024 年 10 月 24 日，中国有 11 亿上网用户，农村网民已超 3 亿，并且还在不断增加[9]。物流梯度建设由“快递止步乡镇”向“县乡村三级物流节点”推进，物流网络通过“增设代理点”、“优化配送路线”等措施下沉，以京东、淘宝为代表的企业为农村搭建服务站，使物流覆盖实现量变；电商人才增量培育上，政府通过“免费电商培训班”、“订单式培养”等形式提升农户电商技能；“大学生返乡创业”吸纳一部分人才回流，虽总量不够但呈人才量变的趋势；技术应用不断深化：由“信息中介模式”到现在“直播带货”、“大数据选品”，再到“数字化治理”、“智能工作平台”，技术运用的广度和深度不断增强，这均体现出技术积累量变的过程。

4.2. 质变的条件与表现

当基础设施、人才技术等量变积累到一定程度，农村移动电商将发生质变。政策支持的持续加码，国家“互联网+”、“乡村振兴”等战略的出台，如 2018 年中央一号文件明确“实施数字乡村战略”，其中指出要建设现代化农产品冷链仓储物流体系，加快推进农村流通现代化。在国家政策的支持下应构建县(市)、乡、村物流网络节点，提高农村物流网络连通度以及覆盖面，吸引民间资本流入农村物流领域，为农村物流的发展注入新的血液，促进农村物流领域第三方物流的发展，提高农村物流领域的资源配置效率。

同时在当前农村物流派送模式的基础上应继续积极探索派送与合作的新模式，实践中不断推广成功模式，努力做到快递下村甚至上门服务，实现我国农村快递市场的全境派送。为质变提供了政策催化剂。

市场需求的爆发式增长促使农村居民收入增加与消费观念发生改变，在数字经济发展助力之下，农村电商行业进入快速发展期，行业规模不断扩大，农村电商零售额连年攀升，行业具有强大的市场活力。到 2023 年底，全年农村网络零售额达到 2.49 万亿元，比上年同期增长了 14.75%，说明了我国农村电商市场发展的巨大潜能，更显农村电商市场规模不断扩大发展进程之快；与 2015 年的农村电商市场发展数据相比较可见，从发展数据上看 2023 年的农村电商市场零售额是 2015 年的 7 倍有余；2023 年的相关统计数据显示，2023 年我国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5% [10]，可以看到农产品在网络平台销售日益火爆，以农产品销售为主的农村电商逐渐成为农产品销售的一个新渠道。需求端质量变化带来电商规模突破临界值。

4.3. 质量互变对于农村移动电商创新发展的启示

农村移动电商的发展不是一蹴而就的，要有量的积累才能形成质的提升，量变孕育质变。第一，推进网络建设，“先覆盖乡镇，再向下拓展到村”，量变决定质变的实现；第二，培育市场主体需要一个过程。“从以农村合作社为主体培育农村电商起步市场主体开始到把龙头电商企业引领起来”，并不断寻求扩大主体方式方法，通过政策扶持、示范带动培育更多增量；第三，掌握时机形成质变，“抓量变进入质变”——即当量变到达一定程度后可以作为契机直接带动其他方面进入质变的新阶段：“从应用层面的推动技术创新跨越升级，比如利用大数据、人工智能开展‘智能工作’，从农业、工业和服务业融合层面，加大电商业与传统行业的融合，完善社会化服务体系建设，发展定制农业、认养农业，转变电商产业业态等。”

5. 唯物辩证法指导下的农村移动电商的创新策略

矛盾既是逻辑上的对立统一关系，也是推动事物发展的内在动力。实现农村移动电商的创新性发展，首先优先完善基础设施，“加大中央财政支持，加快 5G 和光纤建设”，优先解决农村网络“最后一公里”问题，为电商发展奠定基础，也可以改善农村网络普及率较低的问题。

同时，物流障碍能被跨过，在电商发展过程中，物流配送问题是制约电商发展的障碍，甚至可以说物流服务水平直接影响到电商带给消费者的新鲜感，甚至满意度，因为城市的物流配送一般都较为完善、快速，在电商时代，城市地区能提供 24 小时内、次日可送达的物流配送，对于电商这种即时满足顾客需求的业态具有重要意义，相比起能满足消费者的这些需要的城市地区物流服务而言，农村电商地区的物流服务相对“倒挂”。这主要是由于农村地区的物流配送存在以下几个问题：1) 配送范围广；2) 交通基础设施欠缺；3) 配送成本高等[11]，这样就导致农村地区的物流配送服务不能够满足电商平台对其的要求，间接降低了农村消费者的电商购买体验。部分商品城乡价格“倒挂”也是由于物流成本过高造成的，增加农村消费者的生活成本，也压制了农村消费需求。

构建“县乡村三级物流节点”，发展“农村自建物流 + 第三方物流”模式，妥善解决“京东服务站”、“邮政村政乐邮”问题，解决农产品“出村进城”的难点。农村电商创新发展，缩小了城乡消费品使用差距；从深层次看，改变了农村消费者的消费行为和消费文化，消费行为方面实现了从以衣食住行行为核心的生存需要消费到享受更美好生活的品质消费需求的转变；消费文化上实现了从保守型到开放型的转变。

6. 结语

唯物辩证法为农村移动电商的发展提供了科学的世界观与方法论：农村电商的发展过程中面临解决

城乡数字鸿沟、物流瓶颈、人才不足等问题，而矛盾正是矛盾运动发展的，因而造成了电商发展路径的变化：从量变质变规律的角度看，农村电商经过了由建设基础设施引起质变，到以构建模式发生质变为前提来达到量变的阶段，最后实现以扩大产业边界为目标，满足人民群众美好生活需要的发展新量变过程。

目前，农村移动电商已处于由“量”到“质”的转折期，未来要抓住三方面机遇：一是深度融合发展，以人工智能、区块链为代表的新一代信息技术将赋能电商全流程，在农村电商工作中落地开花结果，“智能工作格局”已经来临；二是形成“生态”，即电商品牌将成为电商融入乡村治理、文化振兴、生态宜居、企业发展的大联动，从而“聚力四治融合”；三是走向世界，农村电商不仅仅指向国内单一市场，而是将走出国门，打通服务国际国内“双循环”，成为农产品“走出去”的重要渠道。

站在新的历史方位，坚持唯物辩证法的方法论指导，对于推动农村移动电商高质量发展具有重要意义。辩证法“既是解决社会矛盾的利器，又是促使社会向前迈进的思想利器”。在乡村振兴战略背景下，唯有运用辩证思维把握发展规律、破解矛盾难题、推动创新实践，才能充分释放农村电商的潜力，为农业强、农村美、农民富的乡村全面振兴注入持久动力。

参考文献

- [1] 张娣. 马克思主义经典著作中辩证法思想的深度解析与当代价值探索[N]. 松原日报, 2025-05-21(004).
- [2] 艾媒咨询. 2017~2018 中国移动电商行业研究报告[EB/OL]. <https://www.iimedia.cn/c400/61300.html>, 2025-06-23.
- [3] 薛晓燕. 乡村振兴战略下农村移动电子商务发展策略研究[J]. 中国管理信息化, 2019, 22(8): 155-156.
- [4] 李聪. 全过程人民民主演进内涵及基层民主建设路径[J]. 哈尔滨学院学报, 2025, 46(5): 31-36.
- [5] 赵域棋. 数字经济背景下我国农村电商产业发展的现实困境及对策分析[J]. 市场周刊, 2025, 38(15): 83-86.
- [6] 周翠青. 特色农产品在移动电商营销的模式[J]. 经营版, 2018(22): 112-113.
- [7] 王庭, 傅前瞻. 特色农产品电商发展路径研究[J]. 南阳理工学院学报, 2017, 9(1): 53-55.
- [8] 杨玉免, 梁秀清. 我国农村移动电商面临的问题与对策[J]. 电子商务, 2019(2): 44-45.
- [9] 段鹏飞. 数字经济背景下欠发达地区农村电商发展现状及完善路径[J]. 农村科学实验, 2024(18): 100-102.
- [10] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [11] 温雪. 推进农村电商发展缩小城乡消费差距[J]. 探讨研究, 2024(8): 79-85, 92.