

“数商兴农”背景下农村电商发展创新驱动路径研究

周文欣, 侯庆丰

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年7月8日; 录用日期: 2025年7月22日; 发布日期: 2025年8月15日

摘要

在“数商兴农”工程的推动下, 农村电商被视为乡村振兴的关键驱动力。本文旨在探讨“数商兴农”背景下农村电商的发展创新驱动路径, 推动农村电商实现高质量发展, 助力乡村振兴。通过系统梳理国内农村电商研究成果, 结合政策环境、技术基础与市场结构, 从产业链延伸、模式创新、主体培育等维度进行分析, 提出创新驱动路径。研究结果表明, 农村电商在促进城乡经济融合、推动农村消费升级方面成效显著, 但面临基础设施滞后、产业链条短、人才匮乏等挑战。创新驱动路径包括数字技术赋能、市场机制协同优化、健全知识人才培养机制等。结论指出, 农村电商需从政策驱动、要素驱动转向创新驱动、机制驱动, 通过系统性重构实现高质量发展, 成为引领乡村全面振兴的关键力量。

关键词

农村电商, 数商兴农, 创新驱动, 高质量发展, 乡村振兴

Research on the Innovation-Driven Path of Rural E-Commerce Development in the Context of “Digital Business for Rural Agriculture”

Wenxin Zhou, Qingfeng Hou

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jul. 8th, 2025; accepted: Jul. 22nd, 2025; published: Aug. 15th, 2025

Abstract

Rural e-commerce is regarded as a key driving force for rural revitalization under the impetus of

文章引用: 周文欣, 侯庆丰. “数商兴农”背景下农村电商发展创新驱动路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 1345-1350. DOI: 10.12677/eci.2025.1482653

the “Digital Business for Rural Agriculture” project. The purpose of this paper is to discuss the innovative driving path of rural e-commerce development under the background of “Digital Business for Rural Agriculture”, to promote rural e-commerce to achieve high-quality development and help rural revitalization. By systematically combing the research results of domestic rural e-commerce, combining the policy environment, technological foundation and market structure, we analyze the industry chain extension, model innovation, main body cultivation and other dimensions, and put forward the innovation driving path. The research results show that rural e-commerce is effective in promoting the integration of urban and rural economies and upgrading rural consumption, but faces challenges such as lagging infrastructure, short industrial chain, and lack of talents. The innovation-driven path includes digital technology empowerment, market mechanism synergy optimization, and sound knowledge talent cultivation mechanism. The conclusion points out that rural e-commerce needs to shift from policy-driven and factor-driven to innovation-driven and mechanism-driven, and realize high-quality development through systematic restructuring, so as to become a key force leading the comprehensive revitalization of the countryside.

Keywords

Rural E-Commerce, Digital Business for Rural Agriculture, Innovation-Driven, High-Quality Development, Rural Revitalization

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

乡村全面振兴, 电商大有可为。2024 年中央一号文件明确提出深化“数商兴农”, 培育乡村新产业新业态, 指明了农村电商发展的政策方向和战略目标。国家统计局数据显示, 2025 年前两个月乡村消费品零售额同比增长 4.6%, 增速高于城镇 0.8 个百分点。乡村消费品零售额增速连续 38 个月高于城镇。然而, 农村电商的发展仍面临着电商基础设施滞后、物流配送能力不足、电商人才匮乏、农产品标准化和品牌建设不足等结构性障碍。这些问题制约了农村电商可持续发展的内生动力, 也影响了其在乡村振兴中的辐射带动作用。伴随数字技术的深度渗透和消费市场的不断扩容, 农村电商正处于由高速增长向高质量发展转型的关键期。厘清当前农村电商发展的现实困境, 探索基于数字赋能的创新驱动路径, 既是推动农村产业转型升级的客观需要, 也是实现“数商兴农”战略落地的必然要求。因此, 应结合当前政策环境、技术基础与市场结构, 从产业链条延伸、模式创新、主体培育、机制完善等维度深入探讨农村电商的发展路径, 推动农村电商实现从要素驱动向创新驱动的根本性转变。

2. 文献综述

近年来, 随着数字技术的迅猛发展和乡村振兴战略的深入实施, 农村电商作为数字乡村建设的重要组成部分, 已成为推动乡村产业振兴、促进农民增收的重要力量。本文基于国内相关研究, 系统梳理农村电商的发展现状、困境、政府与企业角色以及未来发展路径, 旨在为该领域的研究与实践提供参考。

农村电商通过重塑农产品流通模式, 成为农产品出村进城的重要渠道。它不仅延伸了乡村产业链, 增加了就业岗位, 还拓展了农产品销售场域, 降低了交易成本。宋长鸣等(2025)指出, 农村电商能够激活乡村产业发展的韧性、活力与潜力, 是数字乡村建设的关键驱动力[1]。曹呈楠等(2024)也强调, 农村电商作为数字经济的有机组成部分, 在连接“小农户”与“大市场”方面发挥着重要作用[2]。农村电商在快

速发展过程中也面临诸多挑战。徐慧东等(2024)提到,“互联网+”虽然为农业升级、农民增收带来了机遇,但农村电商发展仍存在农产品与市场需求脱节、同质化竞争严重、电商基础设施薄弱等问题[3]。赵琳霖等(2023)以齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区为例,指出农村电商在助力乡村振兴的同时,也面临着服务链路不完善、本土经营者发展主体性被削弱等困境[4]。政府在推动农村电商发展中扮演着至关重要的角色。朱海波等(2024)将地方政府的作用归纳为三种关键路径:政府规划与中央资金依赖型、多渠道投融资与公共服务完善型、本地电商企业培育与品牌建设型[5]。这些路径为农村电商高质量发展提供了理论支持和实践指导。周冬等(2019)通过实证分析发现,资源禀赋、政府支持、人才资源、基础设施和市场环境对农村电商发展有显著促进作用,其中政府支持在初期阶段尤为重要[6]。姬广绪等(2023)在案例研究中发现,技术进入农村后可能削弱本土经营者的发展主体性,因此建议政府加强对下乡资本、技术的监管,同时提升农户数字素养和企业社会责任意识[7]。同时,企业在农村电商发展中的作用也不容忽视。陈惠香等(2023)指出,电商巨头进军农村市场,不仅建立了电商服务中心,还通过技术创新推动了农村电商与数字技术的深度融合[8]。针对农村电商发展的现状与困境,学者们提出了多元化的发展路径与策略。戴祥玉等(2023)则提出自适应创新的概念,认为农村电商的创新应基于创新情境、主体适应和关系联动的自适应逻辑,培育复合优化策略[9]。王志辉等(2021)强调,提高农村电商产业集群发展质量是落实乡村振兴战略的重要举措,需通过创新驱动、协同合作、开放共享和完善商业生态等方式实现高质量发展[10]。在具体实践层面,肖国安等(2022)建议深度应用数字技术,注重专业人才培养和区域均衡发展[11]。廖一红等(2022)则根据村庄特征提出了三种电商发展模式:团结型村庄推行乡村自治模式,连结型和分裂型村庄采用乡村自治与政府帮扶结合模式,分散型村庄实行政府主导模式[12],这些模式为因地制宜选择电商发展路径提供了参考。

综上所述,农村电商作为乡村振兴的新引擎,其发展已取得显著成效,但仍面临诸多挑战。未来研究需进一步关注以下几个方面:一是深化农村电商与数字技术的融合,推动农业产业链数字化转型;二是完善农村电商服务体系,提升本土经营者的发展能力;三是加强政府监管与企业社会责任,构建公平、开放、共享的农村电商生态。通过多方共同努力,推动农村电商实现高质量发展,为乡村振兴注入新动能。

3. 农村电商发展现状与挑战

我国农村电商经历了从初步探索到快速增长再到深度融合的阶段演进,其发展现状体现出区域发展不平衡、平台类型多样化、参与主体多元化等特点。自“电子商务进农村综合示范工程”实施以来,农村电商逐步形成了覆盖县、乡、村三级的电商服务网络体系。在政策与资本的共同推动下,许多地区建立起农产品上行与工业品下行的双向流通体系,一些优势产区依托特色农产品形成了区域性品牌,并带动相关物流、包装、加工等产业链环节发展。尤其在直播电商、社交电商等新业态助力下,农村电商呈现出销售渠道多元、产品形态丰富、营销模式灵活等发展特征,对传统农业生产、销售乃至组织形式带来了深刻变革。从整体来看,农村电商的高质量发展仍面临多重结构性瓶颈与路径依赖。

3.1. 基础设施短板制约

基础设施的短板构成了首要制约,其不均衡性尤为突出。尽管部分发达地区或示范县已建立起相对完善的体系,但在广袤的中西部及边远农村地区,支撑电商发展的硬件条件依然薄弱。具体表现为电商服务站点覆盖密度不足、功能不全,难以有效触达和服务分散的农户;网络通信覆盖存在盲区或信号质量差、资费高,阻碍了信息的顺畅流通和在线交易的便捷性;最为关键的是冷链物流体系严重缺失或能力不足,导致生鲜农产品在“最初一公里”和“最后一公里”损耗率高、品质难保障,极大地限制了农产

品上行的种类、规模和效率,也抬高了流通成本,使得电商服务的普惠性和可及性大打折扣,成为打通农产品上行通道的硬性障碍。

3.2. 产业链条发展瓶颈

产业链条短、价值增值能力弱是深层次的发展瓶颈。当前部分地区的农村电商仍处于价值链低端,主要表现为“原材料销售”或仅经过简单处理的“粗加工销售”模式。这种初级形态导致产品同质化严重、附加值极低,难以在激烈的市场竞争中建立价格优势和品牌溢价。深层次原因在于缺乏强有力的区域性乃至全国性农产品品牌支撑,品牌认知度低,市场信任度不足;同时,产品标准化体系不健全,在品质分级、安全追溯、包装规格等方面缺乏统一规范和有效执行,难以满足电商平台和消费者对品质稳定性的要求。这种低附加值、弱品牌、缺标准的状况,使得农村电商产业整体竞争力不强,抗风险能力弱,难以形成可持续的产业生态和经济效益,阻碍了产业向更高层次跃升。

3.3. 人才结构性短缺

人才结构性短缺是制约农村电商可持续运营的核心软肋。这种短缺体现在两个关键层面:

一是精通电商平台运营、网络营销推广、大数据分析、视觉设计、客户服务管理等专业技能的复合型人才极其稀缺。乡村地区难以吸引和留住这类人才,导致许多农村电商主体(包括合作社、企业、站点)在运营策略、市场开拓、数据分析应用等方面能力不足,难以高效对接大市场、把握消费趋势、优化供应链。

二是作为重要参与主体的广大农户群体,普遍存在数字素养和应用能力短板。他们对智能手机操作、电商平台使用规则、在线支付、物流跟踪等数字工具和技能掌握不足,主动利用电商拓展销路、获取信息的意识和能力有限。这两方面人才的匮乏相互叠加,不仅增加了电商运营的成本和难度,降低了运营效率和质量,也使得新业态、新模式的推广普及面临阻力,成为掣肘农村电商内生动力和长期健康发展的重要因素。

在此基础上,推动农村电商实现创新驱动发展,亟需在“数商兴农”战略引导下,从技术赋能、组织重构、机制优化等多维度进行系统性探索。

4. “数商兴农”背景下农村电商的创新路径探索

数字技术作为驱动农村电商转型升级的核心动力,其作用不仅体现在交易工具和平台形态的演进上,更深层次体现在对农业生产方式、供应链结构和市场连接方式的深度重塑。通过引入物联网、区块链、人工智能等先进技术,可实现从源头种植到销售端的全过程数据采集与可视化追溯,提高农产品的透明度与消费者信任度,进而提升农产品市场化程度与品牌溢价能力。此外,数字技术还可用于精准预测市场需求、优化供应链配置、减少中间环节与损耗率,提高资源配置效率。

4.1. 坚持数字技术驱动转型

各级政府应推动构建以大数据、物联网、人工智能等为支撑的农村电商基础设施体系,完善智慧农业平台、供应链管理系统和产品溯源机制,实现信息的高效流动与精准匹配。在此基础上,引导农村电商企业从前端营销向后端生产延伸,打通农业生产、加工、销售各环节的信息链与价值链,实现线上线下资源的深度融合。其次,农村电商发展必须从供给侧发力,推动产品结构优化与质量标准提升。应通过建设区域农产品标准化体系、推行地理标志农产品制度、培育区域公共品牌等方式,实现产品从“量”的积累向“质”的提升转变。还应注重文化价值的挖掘与产品故事的构建,通过内容电商、直播电商等渠道将产品的地域特色与文化符号传播给消费者,增强产品的情感链接与品牌忠诚度。在这一过程中,

地方政府可通过政策激励、品牌培育、示范引领等方式, 打造具有地域代表性和消费引导力的农村电商品牌矩阵。

4.2. 重视市场机制协同优化

鼓励村集体经济组织、农民合作社、家庭农场等本土主体参与电商平台建设, 推进区域内农产品标准化、品牌化和规模化生产, 提升市场组织能力与产业协同性。支持构建农村电商产业联合体, 形成集研发、营销、物流、培训为一体的综合性运营机制。建立健全多元主体之间的利益分配与风险共担机制, 增强农村经营主体在电商发展中的参与感与获得感。农村电商的创新发展需要构建多元协作的组织机制, 打破以往“小农户单打独斗”或“大平台单边供给”的结构性失衡。在现有村级电商服务站、县域电商公共服务中心基础上, 应进一步推动建立区域级数字农业产业联合体, 通过产业联合、技术共享、平台协同, 实现农业生产、加工、流通、营销环节的集约化与协同化发展。还应鼓励农民专业合作社、家庭农场、农业龙头企业等主体积极参与农村电商体系建设, 推动形成“多元主体共治共建共享”的组织格局。在这一过程中, 地方政府的引导与制度保障至关重要, 应加强政府、企业与农户之间的利益协调机制建设, 保障基层经营主体在数字经济环境中的主动权与话语权。

4.3. 健全知识人才培养机制

应构建以政府主导、高校参与、企业协同的电商人才培养机制, 推动电商课程进村进校, 加强实践性、技术性与系统性兼备的教育培训。重点支持青年返乡创业群体, 提供创业辅导、资金支持与平台孵化服务, 打造一批具有带动效应的“电商新农人”典型。通过以点带面, 逐步形成本地人才可自我复制、持续发展的电商人才生态。而且农村电商发展必须重视对本土人才的系统培养与数字素养的整体提升。应构建多层次、多类型的电商人才培养体系, 包括高校、职业院校、电商平台、地方政府的联合培训计划, 从基础操作技能到高级电商管理, 提升本地人才储备与运营能力。还要加强对农户的数字技能普及培训, 降低他们在参与电商中的技术门槛, 增强其在数字经济中的适应力与参与度。尤其在青年群体返乡创业趋势下, 应出台专项扶持政策, 推动形成一批“电商新农人”典型, 通过示范带动作用提升整体发展水平。

5. 结论

通过系统梳理农村电商的发展演进与现实困境, 并结合“数商兴农”背景下的政策趋势与技术发展逻辑, 可以发现当前农村电商正在经历从政策驱动、要素驱动向创新驱动、机制驱动的根本性转型。在数字经济加速重构传统产业体系的大背景下, 农村电商的外部环境与内在逻辑发生显著变化。传统以平台搭建与销售规模扩张为主的发展路径难以适应新时代高质量发展的要求, 必须从价值链重塑、制度环境优化、主体能力提升等方面协同发力, 推动农村电商形成具有可持续性的创新发展模式。当前农村电商发展已取得阶段性成果, 在连接城乡市场、拓展农产品销售渠道、提升农村就业能力等方面发挥了积极作用, 成为乡村振兴战略中的重要抓手。然而, 其发展依然受到诸如基础设施不健全、产业链条短、专业人才匮乏、平台控制力强、品牌溢价能力弱等多重因素的制约, 导致其在一定程度上仍未实现从数量增长向质量提升的战略性转变。面对这一现实, 应当坚持系统性思维, 构建多维联动、协同推进的发展机制, 将创新驱动内化为农村电商发展的核心动力。“数商兴农”不仅是一项政策号召, 更是一种系统工程, 其根本目的在于通过数字化手段推动农村产业组织方式、市场运行机制和发展动力的根本性变革。在当前城乡融合发展趋势日益增强的背景下, 农村电商必须跳出“销售驱动”思维局限, 转向以创新为核心的系统性重构。只有在数字技术持续迭代、制度机制不断完善、主体协同高效运行的基础上, 农村电商才可能实现从边缘化参与向高质量发展的跃升, 真正成为引领乡村全面振兴的关键力量。

参考文献

- [1] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.
- [2] 曹呈楠. 数字经济背景下农村电商发展策略研究[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(1): 72+83.
- [3] 徐慧东. 农村电商创新创业前景分析[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(1): 176+211.
- [4] 赵琳霖, 徐延新. 乡村振兴背景下民族地区农村电商发展现状、困境及对策——以齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区为例[J]. 黑龙江民族丛刊, 2023(6): 59-63.
- [5] 朱海波. “数商兴农”: 地方政府如何发挥关键作用[J]. 首都经济贸易大学学报, 2024, 26(6): 35-47.
- [6] 周冬, 叶睿. 农村电子商务发展的影响因素与政府的支持——基于模糊集定性比较分析的实证研究[J]. 农村经济, 2019(2): 110-116.
- [7] 姬广绪, 陆烨. 数字下乡: 基于数字赋能视角下农村电商发展的人类学考察[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 44(12): 123-131.
- [8] 陈惠香. 农村电商创新创业指导与实践[J]. 中国农业资源与区划, 2023, 44(11): 236+254.
- [9] 戴祥玉, 闫静. 农村电商的自适应创新及其优化[J]. 学习与实践, 2023(4): 102-110.
- [10] 王志辉, 祝宏辉, 雷兵. 农村电商产业集群高质量发展: 内涵、困境与关键路径[J]. 农村经济, 2021(3): 110-118.
- [11] 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.
- [12] 廖一红. 乡村振兴视域下农村电商发展模式的探索及启示——基于乡村共同体的思考[J]. 税务与经济, 2022(3): 74-80.