

农村电商助力乡村振兴发展的路径研究

张力允, 周晓涛

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15日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月28日

摘要

农村电商产业的迅猛发展, 已成为激活农村经济活力、推动乡村振兴的核心驱动力。在其显著的溢出效能作用下, 农村居民参与乡村振兴实践的积极性和参与度持续提升, 逐步构建起促农增收与区域发展的正向循环机制。农村电商与乡村振兴战略呈现出高度的空间嵌合与资源协同特征, 两者相互依存、彼此强化, 催生了显著的经济协同效应, 为乡村振兴提供了持续的动能支持。当前农村电商产业的深化发展仍面临结构性瓶颈: 受限于区域教育普及程度、经济发展阶段及劳动力价格等因素, 物流基础设施薄弱、融资渠道受限、农产品上行的产业链壁垒等问题日益凸显, 严重制约了产业的提质增效。鉴于乡村振兴目标实现的紧迫性, 本文基于宏观政策视角, 系统性地提出兼具针对性与可操作性的优化路径, 旨在破除发展瓶颈, 保障产业稳健前行, 进而为推动我国农村电商高质量可持续发展和乡村振兴战略的深入实施奠定坚实基础。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 发展路径

Research on the Path of Rural E-Commerce to Help Rural Revitalization and Development

Liyun Zhang, Xiaotao Zhou

School of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jul. 15th, 2025; accepted: Jul. 28th, 2025; published: Aug. 28th, 2025

Abstract

The rapid development of the rural e-commerce industry has become the core driving force to activate rural economic vitality and promote rural revitalization. Under its remarkable spillover effect,

the enthusiasm and participation of rural residents in the practice of rural revitalization have continued to improve, and a positive circular mechanism has been gradually established to promote farmers' income and regional development. Rural e-commerce and rural revitalization strategies show a high degree of spatial chimera and resource coordination characteristics. The two are interdependent and mutually strengthened, which has catalyzed significant economic synergy and provided continuous kinetic energy support for rural revitalization. At present, the deepening development of the rural e-commerce industry is still facing structural bottlenecks: limited by factors such as the degree of regional education popularization, the stage of economic development and labour prices, weak logistics infrastructure, limited financing channels, industrial chain barriers to the upward movement of agricultural products are increasingly prominent, which seriously restricts the quality and efficiency of the industry. In view of the urgency of realizing the goal of rural revitalization, this article systematically puts forward an optimization path that is both targeted and operational based on the macro-policy perspective, aiming to break the bottleneck of development, ensure the steady progress of the industry, and then lay the foundation for promoting the high-quality sustainable development of China's rural e-commerce and the in-depth implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development Path

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

2022 年中央一号文件《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴重点工作的意见》首次明确将农村电商确立为乡村振兴三大支柱产业之一, 标志着农村电商在国家战略层面的重要性进一步提升。这一政策定位充分体现了农村电商在推动乡村振兴中的关键作用, 为农村电商的高质量发展提供了重要政策保障[1]。在此战略背景下, 文件聚焦农村产业振兴, 重点部署了两大关键举措: 其一, 推动产业融合深化, 促进农村电商与特色农业、乡村旅游等业态的深度耦合, 构建涵盖“生产-加工-流通-消费”的全产业链一体化发展机制; 其二, 推进县乡村三级物流节点“多站合一”改造, 整合邮政、供销、快递等资源要素, 系统破解农产品上行“最后一公里”梗阻。

针对脱贫县域发展滞后这一重点难点问题, 中央同步推出了“互联网+农村”专项工程, 通过数字化下沉激活欠发达地区产业潜能。2024~2025 年, 相关政策进一步强化这一发展路径, 通过实施“农村电商高质量发展工程”与“数商兴农”行动, 确立农村电商在推动城乡要素双向流动与产业协同中的核心枢纽功能。这一系列政策举措的出台和实施, 既是党中央统筹推进农村电商发展的战略部署体现, 更为乡村产业振兴与共同富裕目标夯实了战略支撑。

2. 乡村振兴与农村电商发展耦合性分析

2.1. 乡村振兴与农村电商发展的耦合叠加效应

2.1.1. 从产业结构调整的角度来看

农村电商不仅实现了工业品下乡, 还有效推动了农产品及其相关制品的上行, 形成了城乡双向流通的良性格局。通过制定统一的农产品标准、实施质量认证等措施, 农村电商确保了农产品上行过程中的

食品质量安全, 为消费者提供了可靠的产品保障。

2.1.2. 在平台效应方面

农村电商通过整合碎片化的农业资源, 构建集中化、规模化、标准化的农产品供应链体系, 有效纾解了我国小农生产结构下产业配套薄弱的发展瓶颈。这种资源集聚效应不仅优化了农业生产全要素配置效率, 更通过供应链协同显著提升了农产品的市场溢价能力, 为农村居民收入增长提供了结构性支撑。

更为重要的是, 农村电商产业的发展改变了传统“三农”被动发展的局面, 激发了农村地区的内生发展动力。通过数字化转型和三产融合, 农村电商推动了农村经济由“被动式”发展向“主动式”发展转变, 实现了从“外部扶持”向“内部激励”的模式创新[2]。这种转变不仅增强了农村地区的经济活力, 也为全面推进乡村振兴提供了坚实的发展基础和持续的增长动力。所以, 农村电商产业与乡村振兴战略通过空间重构与资源聚合的双维耦合, 形成要素整合、产业联动、价值倍增的发展共同体, 驱动乡村经济可持续增长。

2.2. 乡村振兴与农村电商发展耦合路径分析

伴随国家层面“互联网+”与乡村振兴双重战略的深度协同推进, 乡村振兴与农村电商产业经历了三次显著的耦合发展阶段, 这些阶段在内容上广泛涵盖了工业品下行、农业基础设施建设、农产品上行、农村公共服务体系完善以及农村综合服务的提升。

2.2.1. 第一次乡村振兴与农村电商的耦合发展

可追溯至 2012 年前后, 这一时期标志着我国农村电商产业的萌芽与初步发展阶段。在这一阶段, 政府政策的积极引导与各大电商平台的主动参与形成了合力, 共同推动了“互联网 + 农业”发展模式的初步形成。各地政府纷纷成立农村电商工作小组, 致力于完善农村互联网信息基础设施, 构筑了农村电商可持续发展的体系化支撑结构。此阶段的农村电商产业主要聚焦于互联网基础设施建设, 工业品下行与农产品上行作为 1.0 发展阶段的典型特征, 表现为农村电商平台与物流体系的初步搭建与普及, 农民开始广泛接触并使用移动互联网技术。

2.2.2. 第二次乡村振兴与农村电商的耦合发展

始于 2015 年前后, 这一阶段以“互联网+”行动计划的制定和实施为重要标志, 标志着农村电商产业迈入以“数字赋能、链式重构、生态聚合”为特征的高质量发展新阶段[3]。在这一时期, 政策支持力度进一步加强, 农村物流布局从县域逐步向乡、村两级延伸, 为农村电商的进一步发展提供了坚实保障基础。同时, 工业品下行与农产品上行同步进入了 2.0 版本阶段, 表现为与农村电商产业发展相匹配的公共服务体系逐步完善, 包括市级服务中心、县级运营中心、乡镇物流点及村级服务点的广泛设立, 从而进一步提升了农村电商的综合服务能力和涵盖的范围。

2.2.3. 第三次乡村振兴与农村电商深度融合

进程始于约 2020 年前后。此阶段以农村综合服务平台的初步构建为标志, 标志着“工业品下乡、农产品进城”双向流通体系迈入数智融合、生态协同的 3.0 新阶段。伴随农村电商模式的持续创新与多元化演进, 移动互联网逐步成为农村消费的关键渠道。与此同时, 中央层面密集出台专项政策, 锚定农村电商产业与乡村振兴战略的纵深融合, 构建“政策赋能 - 要素聚合 - 市场联动”三位一体的协同推进机制。其终极目标在于实现全国县域电商网络化格局的全面覆盖, 畅通城乡要素双向循环, 支撑现代农业体系转型升级, 切实提升农民生活福祉, 最终达成涉农产业价值链的深度融合与协同发展。

综上所述, 通过乡村振兴战略与农村电商产业历经三次深度协同演进, 该产业已取得阶段性显著成

果，为驱动农村经济结构优化升级、改善农民生活福祉提供了核心支撑。展望未来，依托国家持续的战略引导与政策赋能，加之市场空间潜力的深度释放，农村电商产业有望在支撑农业农村现代化进程中实现多维突破与提质增效[4]。

3. 乡村振兴战略下农村电商模式的创新与挑战

3.1. 乡村振兴战略下农村电商模式的创新

乡村振兴战略引领下，农村电商的蓬勃兴起构成驱动农村产业结构优化升级的关键机制。相较于初期“互联网+”形态主导的电商模式，依托于乡村振兴战略框架的农村电商发展路径，更着眼于推进农业产业链的纵深延展与系统性整合[5]。依托数字技术对农业全链路的深度渗透与价值闭环重构，该模式推动传统农业产业链上下游环节实现全方位迭代升级。此项结构性转型，具体表征在规模化生产模式的推进、产品标准化体系的构建、生态化品质管理标准的提升，以及涉农产业平台化整合程度的深化等多个维度。

3.1.1. 生产规模化方面

农村电商凭借其平台资源的集聚效应，有效激发乡村生产要素的整合潜能，显著提升各类资源的配置与利用效率。尤为关键的是，平台通过对乡村土地资源进行集约化盘活与重组，催化了农业生产的规模化扩张和机械化普及进程，成功实现了显著的规模经济效益。该效应与农村电商降本增效、集群发展的核心目标构成深度互嵌与协同共振。

3.1.2. 产品标准化方面

该机制的核心在于通过系统性提升农产品附加值，破解传统流通环节中的价格竞争困局。这包括建立农产品品牌、统一包装、建立可追溯体系以及“三品一标”(无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志)认证体系，对农药使用进行科学规范，并制定上游生产标准和检测标准，实现对农产品质量安全的多维度保障基准。

3.1.3. 品质生态化方面

农业全产业链生态化是通过对生产、加工、流通全流程的系统性管控，实现农产品品质与生态价值同步提升的综合性体系。具体包括：

- ① 生产环节：推行农药减量化管理，保障源头生态安全；
- ② 加工环节：严格遵循食品安全标准(如 GB 体系)，确保加工合规；
- ③ 流通环节：建设冷链物流与可追溯系统，维护产品品质与生态价值。

3.1.4. 多元平台化发展方面

这是农村电商模式创新的重要途径。各地政府可以打造统一的线上服务平台，龙头企业可以自建平台，第三方也可以构建综合服务平台，通过全链路一站式标准化服务体系，化解农产品流通中的市场信息非对称矛盾，构建事前风险预警与事中监管穿透的双重防控机制，为农村电商的高质量可持续发展提供系统化效能增益[6]。综上所述，乡村振兴战略下的农村电商模式通过生产规模化、产品标准化、品质生态化及涉农产业多元平台化等多个方面的协同发展，驱动农业产业链实现从生产集约化到价值链跃迁的纵深重构，通过技术-资本-数据要素聚合裂变，为农村经济注入新质增长动能。

3.2. 农村电商模式创新的挑战

目前在乡村振兴战略的实施当中，农村电商模式虽展现出巨大潜力，但仍面临一系列挑战，主要包括农村物流基础设施薄弱、融资手段单一以及农产品上行压力大等问题。以下是对这些问题的详细梳理。

3.2.1. 农村物流基础设施成为发展短板

农村电商物流作为乡村振兴的核心赋能载体,正面临基础设施与人才要素的双重瓶颈制约:一方面,流通网络结构性短板(道路低等级化、冷链节点覆盖率不足)导致物流成本溢价率达 30%以上,农产品流通损耗率持续高位运行于 15%~20%区间¹;另一方面,兼具农业产业化认知与数字化运营能力的复合型人才缺口,已成为阻碍产业迭代升级的关键阻滞因子。加之农村待遇偏低,人才流失加剧。资源分散与信息壁垒进一步制约效率,物流网点重复建设、数据不互通,形成“信息孤岛”,农民常面临“忙时人货等车、闲时车等人货”的供需错配。

3.2.2. 农村电商融资手段单一,难以满足多样化需求

融资主体能力薄弱,农村居民普遍缺乏足值抵押物(如土地、厂房多为租用,林权估值缺乏统一标准),担保能力不足,难以突破银行传统授信要求的资产门槛;金融市场与信息双滞后,农村金融基础设施发展不足,叠加银企信息不对称(90%的农业电商企业与银行无合作),导致金融机构难以精准评估风险。农村电商企业普遍存在固定资产占比不足、年均营收低于 300 万元的特征,叠加季节性经营波动导致的现金流断裂风险,形成信贷评估中的多重负向因子,最终触发金融机构风险定价模型上浮基准利率 45% ± 5%的审慎授信机制²。金融服务与需求错配,金融机构对乡村振兴战略响应速度慢,产品设计未能契合农村电商生命周期特性(如季节性收购资金需求、15 天回款周期等短期周转需求),且贷款流程繁琐,贻误商机。

3.2.3. 农产品上行压力大,供应链标准、品牌建设及溯源体系待加强

我国农产品长期以初级形态流通,市场化程度偏低且地域差异显著,难以建立统一标准体系。电商平台虽加速了农产品市场化进程,但标准化建设滞后仍制约附加值提升。在物流环节,农村冷链物流亟待加强现代化仓储与流通体系建设,受制于高昂成本,当前覆盖仅达县域层级,尚未形成深度渗透原产地的闭环网络[7]。技术应用层面,农村电商产业仍停留于“互联网+”的浅层融合,未能充分释放技术创新对产业链的赋能潜力。立足乡村振兴战略纵深推进要求,亟待依托区块链等前沿技术架构重构全链路可信追溯体系,形成贯穿“产地源头-流通枢纽-消费终端”的全要素质量穿透式管控范式。

4. 乡村振兴推进农村电商发展的政策建议

4.1. 宏观发展政策

4.1.1. 强化农村电子商务基础设施建设

政府需持续强化农村无线网络、宽带等信息化基础设施的普惠性覆盖,消除偏远村落的信息孤岛,确保互联网服务均等化接入。同步推进“农村信息公路”工程,以政府主导、企业协同的模式,打通农民共享数字化成果的“最后一公里”。在物流环节,应重点提升末端服务能力,通过县域物流调度指挥中心整合邮政、快递、供销等分散资源,推广“统仓共配”模式,破解乡村配送高成本难题。同步驱动农业经营主体数字化转型进程,构建以物联网实时感知、云计算智能分析、大数据决策优化为核心的技术矩阵支撑体系[8]。构建市场分析-生产决策-仓储调配-运输优化的全链路智能管理系统,为农产品供应链提供精准支撑。

4.1.2. 秉持协同发展的理念,积极构建多元化参与主体格局

政府需通过制定专项扶持政策,制度性建构农村电商模式创新的生态化支撑系统,以“市场主导-政府引导”双轨机制激活技术、资本、数据要素的协同配置效能。一方面,对积极参与农村电商产业建

¹中国供销宜都商贸物流园:《产业发展|农产品损耗高?问题原来出在这里》。

²http://journal.cmnews.net/ncpsczk/2018n/dssjq1/ds/926364_20190121025519.html。

设的企业实施税收减免或专项资金支持,降低其基础设施与服务网络的布局成本,激发社会资本下沉动力;另一方面,亟需构建穿透式监管协同框架,精准制衡资源配置失衡风险,防范市场结构性扭曲。具体而言,应重点规制两类行为:一是严控企业利用资本优势实施低价倾销等不正当竞争,扰乱服务定价体系;二是避免企业同一区域重复建设物流仓储等设施,通过区域统筹规划实现资源高效配置^[9]。此举旨在构建“政策激励-市场规范”双轨并行的健康生态,驱动农村电商由规模性增长向内涵式发展范式跃迁,构筑技术赋能、品牌溢价与生态协同的高阶发展架构。

4.1.3. 考虑技术和资金要素,避免盲目扩张和跟风发展

目前,农村电子商务主要依托各类电商平台,通过互联网信息技术实现产销市场的有效对接。在选择平台发展模式时,各地应根据自身的经济发展状况和实际需求,进行科学合理的选择。对于有技术和经济实力的企业,可采取自建平台模式,以充分发挥其自主权和灵活性;对于实力相对较弱的企业,则可考虑联合打造平台或参与第三方平台模式,以实现资源共享和协同发展。同时,政府应充分发挥其组织者和产业发展引导者的角色,为转型企业提供必要的专项资金和技术支持,加速农村企业的电商化进程。

4.2. 微观发展政策

4.2.1. 认知激活计划:构建“浸润式”传播矩阵

① “乡创导师团”下沉行动

由县级商务部门牵头,招募电商平台运营专家、成功返乡创业者和高校教师组成“乡创导师团”,每季度开展“一村一讲坛”。通过田间直播间实操(如采摘现场直播教学)和案例故事会(本地网红成长经历分享),破除农民对电商的陌生感³。试点“村播盲盒”计划:免费向农户发放含简易拍摄设备、操作指南和样品包装的“创业盲盒”,首期孵化500个村级短视频账号,由导师团全程跟踪指导⁴。

② 银发触网与宝妈创业计划

改造村级小卖部为“社区团购驿站”,培训留守老人担任团长,通过微信群组织日用品拼单,按订单量分佣(陕西华阴模式,月均增收2000元)。开设“宝妈电商夜校”:联合妇联提供晚间托管服务,定向教授母婴产品社群运营技能,配套小额创业贷款(单户最高5万元贴息贷款)⁵。

4.2.2. 技术赋能体系:破解“最后一公里”梗阻

① 智慧物流共享网络

客货邮融合配送:利用农村客运班车空闲运力代运快递(福建龙岩模式,单件成本从15元降至3元),在乡镇客运站增设冷链周转仓,解决生鲜“出村难”问题⁶。AI调度平台建设:县级物流中心部署智能分单系统,动态规划配送路线(京东攀枝花芒果季应用,时效缩短24小时),政府补贴物流企业50%系统改造费。

② 低门槛数字工具包

开发方言版AI助农APP:集成语音指令商品上架、自动生成产品描述(如“拍土豆→AI生成‘高山富硒土豆’文案”),降低技术使用门槛。推行区块链溯源打卡:合作社免费申领溯源码,消费者扫码可见种植过程视频(浙江安吉白茶溢价提升50%)⁷。

4.2.3. 产业生态培育:从“卖产品”到“卖品牌”跃迁

① 在地IP化品牌工程

³http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202410/04/t20241004_39158510.shtml。

⁴<http://www.100ec.cn/detail-6648921.html>。

⁵http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202410/04/t20241004_39158510.shtml。

⁶https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm。

⁷<http://www.100ec.cn/detail-6648921.html>。

文化赋能设计: 联合非遗机构开发“农产品 + 民俗”IP (如安徽砀山梨与故宫文创联名礼盒, 年销大约2亿元), 每县培育1~2个文化符号产品。私域流量裂变计划: 支持农户开展“认养经济”, 政府搭建县域私域运营中台, 统一管理会员数据和定制需求。

② 三产融合增值路径

电商休闲农业综合站: 在果园周边建设共享直播间 + 体验工坊, 游客可参与采摘并直播销售自有订单, 收益分成(江苏溧阳模式)。“预制菜 + 电商”联动: 县域食品厂承接合作社初级农产品, 开发即食包装, 通过直播基地直供城市社区团购。

5. 总结

2022年, 我国中央一号文件再度将焦点对准“三农”领域, 明确提出要深化农村产业与农村电商的融合发展, 旨在巩固脱贫攻坚战的辉煌成果, 并以此为基石, 推动乡村振兴战略的全面实现。农村电商, 作为依托平台化枢纽机制重构产业价值链的创新性产业组织范式, 凭借其强大的平台效应和互联网信息技术的赋能, 展现出资源高效聚合与优化配置的能力, 通过深度消弭地理隔阻与信息势差, 实现全域性要素流动态势重构, 系统性缓解市场信息非对称矛盾, 同步突破区域性资源配给瓶颈对产业演进的硬性约束。该模式不仅能够有效拓展农村电商市场空间、深化农业产业链条、为农产品原产地创造更广阔的市场渠道, 同时还显著降低了贫困地区在农业生产、经营与销售环节的信息搜寻成本与物流成本, 为农民收入增长提供了实质性途径。

参考文献

- [1] 崔宁, 靳晓宁, 王君, 等. 乡村振兴背景下乡村物流“最后一公里”配送模式及收益分配研究[J]. 辽宁工程技术大学学报(社会科学版), 2023, 25(1): 32-38.
- [2] 楚方元. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径探讨[J]. 中国集体经济, 2024(30): 17-20.
- [3] 韩海英. 数字乡村建设视角下农村电商助力乡村振兴实施的发展路径[J]. 农业工程技术, 2023, 43(17): 97-98.
- [4] 夏柱智. 乡村振兴战略下县域城乡融合发展的理论与实践: 一个分析框架[J]. 河南社会科学, 2023, 31(4): 9-17.
- [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] 王睿. 乡村振兴背景下农村电商助推城乡融合发展路径研究——以常州市为例[J]. 现代商业, 2023(16): 31-34.
- [7] 刘朔. 推进农村电子商务物流网络体系构建的思考[J]. 菏泽学院学报, 2019, 41(1): 81-84.
- [8] 吴会杰, 李菁, 温格林. 农村电子商务与农村物流协同发展的研究[J]. 中国物流与采购, 2023(21): 87-88.
- [9] 杜雨芳, 韩蕾. 产业集群对提升农村电商竞争力的作用与发展路径[J]. 农业经济, 2023(9): 128-130.