

农村电商赋能乡村振兴的运行机理与优化路径

陈鹏鸿

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年8月15日; 录用日期: 2025年8月25日; 发布日期: 2025年9月10日

摘要

乡村振兴战略是全面系统性解决农业、农村、农民问题, 进而推动农业农村现代化的重大举措, 而农村电商则是实现乡村振兴战略的重要驱动力。农村电商赋能乡村产业、人才、文化和生态振兴的运行机理主要表现为数字物流驱动产业升级、电商团队激活人才市场、直播营销协同文化传播以及数字技术构建绿色生态。为有效化解农村电商产业链松散和基础设施滞后等困境, 推进电商进村政策的有序实施, 基于其赋能乡村振兴的运行机理, 农村电商应从物流基建、本土化人才培养和拓展文化传播主体等方面着手, 在政府部门的长效监管和政策支持下, 设计出科学而规范的优化路径。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 运行机理, 优化路径

The Operation Mechanism and Optimization Path of Rural E-Commerce Empowering Rural Revitalization

Penghong Chen

College of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Aug. 15th, 2025; accepted: Aug. 25th, 2025; published: Sep. 10th, 2025

Abstract

The rural revitalization strategy is a major measure to comprehensively and systematically solve the problems of agriculture, rural areas and farmers, and then promote the modernization of agriculture and rural areas, while rural e-commerce is an important driving force to realize the rural revitalization strategy. The operation mechanism of rural e-commerce empowering rural industry, talents, culture and ecological revitalization is mainly manifested as digital logistics driving

文章引用: 陈鹏鸿. 农村电商赋能乡村振兴的运行机理与优化路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1074-1079.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1493014

industrial upgrading, e-commerce team activating talent market, live broadcast marketing coordinating cultural communication and digital technology building green ecology. In order to effectively resolve the dilemma of loose industrial chain and backward infrastructure of rural e-commerce, and promote the orderly implementation of the policy of e-commerce entering villages, based on its operation mechanism of empowering rural revitalization, rural e-commerce should start from the aspects of logistics infrastructure, localized talent training and expansion of cultural communication subjects, and design a scientific and standardized optimization path under the long-term supervision and policy support of government departments.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Operation Mechanism, Optimization 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

乡村振兴战略作为国家推动农业农村现代化的重大举措，为破解城乡发展不平衡矛盾和全面建设社会主义现代化国家提供了基础支撑，而电子商务作为新质生产力发展的重要实践领域，在乡村产业、人才、文化和生态方面的振兴中展现出其积极作用和巨大的发展潜力。农村电子商务作为一种新兴的商业模式，正渗透到整个农业产业链，迅速改变着我国乡村地区的经济结构以及农民的生产和生活方式。随着数字技术的快速发展和广泛应用，城乡之间的数字鸿沟不断缩小，农村电子商务突破了时空限制和信息技术壁垒，为乡村地区创造了更广阔的市场机遇，为农民开辟了新的增收渠道，激活了乡村振兴的潜力，令农村地区从需要援助的对象转变为能够自助的主体。

现阶段，农村电商在快速扩张的同时，仍面临区域发展不均衡、基础设施不健全、新质人才短缺以及产业链标准化不足等问题，制约其赋能乡村振兴的效能。因此，有必要从农村电商赋能乡村振兴的运行机理入手，在进一步梳理电商进村的各要素何以赋能乡村全面振兴的基础上，有针对性地为农村电商的高质量发展提供科学的优化路径，从而助力乡村全面振兴战略目标的实现。

2. 农村电商赋能乡村振兴的运行机理

2.1. 数字物流驱动乡村产业振兴

农村电商物流配送是推动城乡要素流动和乡村经济发展的关键，在乡村振兴背景下，数字物流在电商进村过程中所发挥的作用愈加显著。数字物流将数字技术与传统物流相结合[1]，是在数智时代应运而生的物流新形态，其通过数据、平台和场景的创新，有效缓解了农村物流需求分散与运作规模化之间的矛盾[2]。数字技术为农村物流提供了包括交通流量、运输需求和货源信息在内的众多数据要素，使得物流业更好地了解城乡间的需求和资源分布，从而优化运输路线。正是在数字技术的加持下，城乡间的信息壁垒和资源配置等问题得到了改善。

此外，数字物流促进了配送服务、仓储管理和产品加工等岗位的发展，推动了乡村产业的升级与转型，为完善农村地区的基础设施建设提供了动力和保障。一方面，数字物流连接了农业生产与城市消费，为农产品跳过多层中介渠道直达城市市场提供便利。另一方面，它构建起的末端配送网络及服务使城镇生产的产品更广泛且高效地进入乡村市场，这不仅降低了消费品终端售价，从而促进乡村消费，还降低

了生产资料获取成本，为乡村产业发展打下了基础[3]。综上所述，在数字物流的驱动下，农村电商的发展有助于调整乡村产业结构，通过提升效率和降低成本，有效促进生产要素有序流动，提高农产品及其衍生产品的市场竞争力，从而推动乡村产业朝着高附加值、高品质的方向发展。

2.2. 电商团队助力乡村人才振兴

近年来，随着电商进村政策的推行，一定程度上对农民收入和就业渠道的增加产生了积极影响，许多电商团队将目光聚焦于农村市场，为农村地区带来了数字技术和许多充分具备数字素养的人员。作为电商进村的重要主体，电商团队为乡村人才振兴提供了外部人才支持。这些具备专业素养的人员涵盖了运营、营销、客服等多个领域，他们具备熟练运用数字工具的能力，能够快速适应农村电商发展的需求。电商团队的入驻不仅为乡村地区营造了浓厚的电商发展氛围，从而吸引更多城镇和乡村的年轻人投身该行业，还进一步推动了乡村人才结构的优化和升级，有效改善了乡村地区的生产经营方式并提升了农产品的市场竞争力。

在巨大经济效益和经济增长潜力的加持下，电商团队借助互联网和数字技术，为乡村人才振兴提供了本土人才支撑[4]。电商团队凭借自身优势，在乡村地区搭建起较为先进的电商培训体系，在当地开设了从基础操作到高级运营策略的规模化、标准化的培训课程，吸引了众多有意愿投身电商领域的村民参与学习。同时，电商团队还设立了实践基地，让学员们能够在实际操作中积累经验，提升技能。通过这些举措，电商团队培养出了一批熟悉电商运营流程和掌握网络营销技巧的本土人才。这些人才不仅能够借助电商平台推广和销售本地特色农产品及手工艺品，还能借助社交媒体等渠道打造乡村品牌形象，吸引更多的人关注自己的家乡。

2.3. 电商直播促进乡村文化振兴

电商直播以其高效的传播特性、广泛的受众覆盖以及即时互动的显著优势，为乡村文化振兴提供了新的动力和渠道。在内容创作方面，电商直播突破了传统产品展示的局限。在过去，直播电商对产品的展示主要停留在外观和功能层面。而现在，通过电商直播，主播们深入乡村，与村中长辈和民间艺人交流，探寻口口相传的珍贵故事，深入挖掘乡村文化中的家族传承故事和地域特色传说。这种方式使乡村产品成为承载乡村文化记忆的载体，极大丰富了直播的文化底蕴。在产业整合方面，电商直播发挥了重要作用，促进了传统工艺与现代审美的融合，实现了民俗资源与文旅产业的协同发展[5]。传统工艺承载着乡村的历史记忆，但需要与现代审美结合才能焕发其新的生机，这种协同发展模式，不仅推动了乡村旅游繁荣，也为传统工艺产业注入了新的活力。

近年来，电商进村的持续推进使乡村文化传承不再只是孤立的保护行为，而是能够与经济发展相互促进的自觉自为的活动。乡村文化通过电商直播得到更好的传播和传承，吸引了更多人关注乡村，为其带来更多的发展机遇，而经济的增长又为文化传承提供了物质保障，为积极自主的文化保护和创新活动提供支撑，从而打造出传统底蕴与现代活力共生的新型乡村形态。如此一来，农村电商直播既保留了乡村那份独特的历史和文化韵味，又为其带来了现代科技的蓬勃生机，为乡村文化振兴增势赋能。

2.4. 数字基建推动乡村生态振兴

在中国式现代化与乡村振兴的背景下，数字基础设施建设对推动乡村生态振兴起着至关重要的作用，而农村电商的兴起极大促进了乡村地区的数字基建。一方面，电商进村为当地搭建起乡村数字平台，令乡村网络基础设施日益完善。与电商对接的农产地可以受到更加有效的生态监测和保护，通过物联网传感器和遥感卫星等设备，实时监测土壤、水质与和空气质量等生态指标，有效预防各种自然灾害。此外，

依托农业物联网和区块链技术，当地农产品的生产可以实现精准施肥、智能灌溉，减少对化肥、农药的滥用，推动有机农业的发展，形成低碳生产模式，从而在保障产品的产量与质量的同时为当地生态提供保护。

另一方面，电商进村加速了乡村地区的基础设施更迭，有利于进一步弥合城乡间的数字鸿沟，为乡村产业带来绿色能源和节能技术。数字电网与光伏、风电等清洁能源的到来降低了乡村对煤炭、石油等能源的依赖，冷链物流数字化减少了农产品的运输损耗，电商平台缩短了产销链条，间接降低了仓储和运输过程中的能源消耗。不仅如此，数字基建的普及也极大提升了村民们的数字素养和眼界，“绿水青山就是金山银山”的发展理念愈发深入乡村地区[6]，这为构建全民参与的乡村生态治理网络打下了坚实的基础。

3. 农村电商赋能乡村振兴的路径优化

3.1. 完善乡村物流配送体系及其基础设施建设

经由数字技术赋能的农村电商物流是实现乡村产业振兴的重要途径，而完善乡村物流配送体系及其基础设施建设则是其迫切且必要的优化路径。首先，为进一步发挥数字物流配送的优势，农村电商应深入农村地区进行调研，系统掌握当地物流配送的实际需求与薄弱环节，从而设计出更加科学的配送路线，并对新配送路线进行有效评估，提高路线规划的准确性和时效性。在此过程中，农村电商物流还应加大资金投入力度，在关键位置增设仓储节点，提高物流配送的灵活性及效率。此外，物流业应充分发挥现有的数字技术来开发新一代智能化的物流管理系统，实现对物流配送流程的实时优化与监控，从而进一步完善电商进村的物流配送体系。

其次，以物流新形态驱动乡村产业振兴应进一步重视并完善农产品冷链流通的基础设施建设。在农产品的供应链中，冷链物流是一种在低温环境下确保产品从生产、储存、运输到销售各个环节的品质和安全的专业化物流系统。冷链流通是农产品寄递物流的重要组成部分，也是提升农产品市场竞争力的关键手段[7]。一方面，物流业应加大资金投入，加快对冷藏车、冷柜和冷库等硬件设施的升级改造，以提升冷链运输的容量和覆盖范围；另一方面，应建设并完善冷链软件系统，利用大数据技术监测冷链物流的运行状况，实现对农产品湿度和温度等信息的实时掌握，保障农产品在运输和配送过程中的稳定性和安全性。

3.2. 优化农村电商人才的本土化培养策略

规模化、标准化的农村电商人才培养模式无法充分发挥各个地区的人才潜力与优势[8]。因此，农村电商应充分调动本土文化和教育资源，协同当地部门进一步优化电商人才的本土化培养策略。首先，各地农村应深化与本地高校、职业院校的合作关系，构建起全方位、多层次、宽领域的合作体系。在合作过程中，双方需共同深入调研农村电商市场的发展现状与未来趋势，精准剖析市场对电商人才在知识、技能、素养等各方面的具体要求。在规划环节，双方可以制定涵盖电商基础理论、网络营销技巧、物流配送管理和客户关系维护等多个领域在内的详细且科学的课程体系，确保课程内容既具有前沿性，又紧密贴合农村电商实际业务场景。通过这一合作模式，农村电商人才的本土化培养便能实现资源的高效共享与优势互补，为乡村人才振兴打造更具专业性和适配性的人才培养基地。

其次，电商团队和当地部门应深入挖掘并充分利用本土文化资源，如民间传统、地方故事等，巧妙地将这些文化元素融入电商营销策略中，培养出能够在直播中彰显乡村特色文化的人才。这不仅能提升农产品的文化内涵，增添产品附加价值，还能激发电商人才对本土文化的自信，并增强其对当地农村的归属感。乡村文化直播人才的培养应当构建分层分类的培育体系，针对返乡青年、大学生等群体，可设

计“技能 + 文化”双轨制课程，在乡村人才培育体系中开设包括方言古语考释、传统庙会社会功能研究等内容在内的乡村文化专题课。如此，在长久的情感培养和文化熏陶下，农村电商人才的本土化培养才能更好地留住这些人才。

3.3. 拓展电商直播参与主体与乡村文化传播路径

乡村文化振兴是一项艰巨的任务，仅靠主播及其团队无法最大程度发挥农村电商赋能乡村振兴的作用。为进一步增强乡村文化的传播能力，农村电商应拓展直播营销的参与主体，并且创新乡村文化产品的表现形式和销售模式。在拓展直播参与主体方面，除了邀请非遗项目传承人之外，还可以积极发掘乡村老教师和民俗学者等阅历丰富的知识分子，让他们为直播间带来更具乡村本土特质的文化解读。此外，众多网民也可作为直播参与主体而在直播间外发挥作用。例如在直播前，电商团队可以在小红书或抖音等平台发布文化产品图集和民俗短视频等预热内容，通过“乡村文化探秘”等话题标签提升网友的参与度，从而将文化传播的空间延伸至直播间外。

为实现乡村文化产品的呈现形式和销售模式的创新，一方面，农村电商可以与动漫或游戏产业合作，打造乡村文化 IP，将本土民间传说改编成系列动画短片或游戏内容，并开发相关主题的文创衍生品。这种跨界合作不仅能提升产品的文化附加值，还能借助合作方的成熟渠道拓展消费市场。另一方面，农村电商应进一步挖掘地域文化符号，将民俗技艺与故事深度融入产品设计之中，打造更具差异化和市场竞争力的产品，突破传统单一的销售模式。此外，农村电商还可以采用“一村一品”模式[9]，做出带有地域特征的产品包装和标识，借助直播电商、短视频等新媒体来传播乡村文化，以此推动“农产品 + 文旅”实现融合式发展。

3.4. 加大政府对电商进村的引导和扶持力度

电商进村对乡村产业发展和生态环境保护起到了一定的积极作用，但缺乏政府的引导和扶持也会造成电商进村的失范现象，令农村电商对乡村振兴的赋能呈现疲软态势。为此，政府应加快完善电商进村政策，进一步引导农村电商以绿色经济为导向，为乡村生态振兴提供更加切实的助力。政府在制定和引导电商进村政策的过程中应坚持人与自然和谐共生的发展理念，通过打造优质生态来反馈产业发展，推动生态文明观深入人心，从而促进乡村产业与生态的健康可持续性发展。

一方面，政府应严格监管电商平台，规范电商进村程序并明确政策门槛，防止电商团队盲目涌入农村市场和非法套取政策补贴。对于农村电商的经营活动，政府应给予科学评估并对其失范现象作出及时处理从而遏制电商间的恶性竞争。另一方面，政府应加大对乡村数字基建和数字产业的扶持力度，积极宣传电商进村成功案例与正面作用，从而增强农村电商活力，激发居民电商创业热情。最终通过电商和政府协同整合，促进资金、技术、人才等资源向农村高效集聚，构建起乡村产业、人才、文化和生态的协同发展体系。

4. 结语

综上所述，电商进村是打造数字乡村，促进城乡居民共同富裕，推动乡村全面振兴的重要举措。农村电商以其先进的物流技术、专业的电商团队、强大的传播能力以及绿色经济的经营模式为乡村的产业、人才、文化和生态的振兴增势赋能。本研究在深入探析农村电商赋能乡村振兴的运行机理的基础上，揭示了在推进电商进村的过程中，农村电商的物流发展存在的技术瓶颈、团队培养存在的模式僵化、直播参与存在的主体单一化以及经营活动存在的行为失范等问题，进而针对性地提出了较为科学的优化策略。为进一步优化农村电商赋能乡村振兴在产业、人才、文化和生态方面的路径，应完善乡村数字物流配送

体系及其基础设施建设,调整农村电商人才的本土化培养策略,拓展电商直播参与主体与乡村文化传播路径,加大政府对电商进村的引导和扶持力度。如此,方能夯实设施底座、激活人才动能、塑造品牌优势、筑牢信用根基,实现农村电商从规模扩张向质量跃升的转变,最终为乡村振兴注入可持续的数字化驱动力。

基金项目

江苏省社科基金一般项目“《资本论》及其手稿关于生产力问题的空间化阐释研究”(24MLB004);江苏高校哲学社会科学研究重大项目“国家治理现代化进程中的制度文化建设研究”(2024SJZD002)的阶段性成果。

参考文献

- [1] 罗瑞,王琴梅.数字物流高质量发展水平区域差异及空间收敛性研究[J].统计与决策,2022,38(17):109-113.
- [2] 邱晗光,张德海,陈超,等.数字物流驱动乡村产业振兴的内在机理及实证检验[J].重庆工商大学学报(社会科学版),2025,42(3):40-55.
- [3] 杨守德,李佳.数字物流、产业集聚与城乡融合发展[J].统计与决策,2023,39(14):104-108.
- [4] 钱俊.乡村振兴战略视野下农村电商的发展与人才培养研究[J].农业经济,2018(11):108-110.
- [5] 胡钢,杨蕙而.数字化助力乡村文化振兴:功能定位与路径选择[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2024,24(3):21-29.
- [6] 白暴力,程艳敏.乡村振兴中生态经济发展研究——以新时代中国特色社会主义生态经济理论为指导[J].当代经济研究,2022(6):5-17.
- [7] 贾红.电商时代农村末端物流配送体系优化研究[J].农业经济,2022(11):143-144.
- [8] 徐思凡.从“助力”到“赋能”:新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J].农业经济,2024(10):140-142.
- [9] 韩亮,万俊毅.“一村一品”示范政策促进了农民增收吗?——基于多时点DID的实证检验[J].现代财经(天津财经大学学报),2023,43(6):78-93.