

乡村振兴战略下农村电商发展的结构性矛盾与系统性解决方案研究

屠心怡, 肖建国

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年8月28日; 录用日期: 2025年9月9日; 发布日期: 2025年9月29日

摘要

本文旨在深入剖析当前中国农村电商在高速发展表象下所蕴含的结构性矛盾, 并据此提出系统性的治理方案。研究基于制度经济学、数字社会学和公共管理的交叉视角, 识别出农村电商在技术应用、经济利益分配与治理协同机制三个维度的核心困境。研究认为, 这些困境根源在于技术层面的工具理性压制价值理性、经济层面的产业链条结构性断裂, 以及机制层面的治理体系适应性失灵。为破解这些难题, 本文构建了一个包含“技术适配、经济重构、治理创新与能力建设”的四维协同治理模型, 旨在推动农村电商从外部“输血式帮扶”向内生“造血式生态”的根本性转变, 从而为乡村振兴战略的深入实施提供学理支撑与政策参考。

关键词

农村电商, 结构性矛盾, 协同治理, 乡村振兴, 数字鸿沟

Research on the Structural Contradictions and Systematic Solutions for the Development of Rural E-Commerce under the Rural Revitalization Strategy

Xinyi Tu, Jianguo Xiao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: August 28th, 2025; accepted: September 9th, 2025; published: September 29th, 2025

Abstract

This paper aims to conduct an in-depth analysis of the structural contradictions underlying the

文章引用: 屠心怡, 肖建国. 乡村振兴战略下农村电商发展的结构性矛盾与系统性解决方案研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 174-180. DOI: 10.12677/ecl.2025.14103129

rapid development of rural e-commerce in China and propose systematic governance solutions accordingly. Grounded in an interdisciplinary perspective integrating institutional economics, digital sociology, and public administration, the study identifies core challenges in three dimensions: technology application, economic benefit distribution, and collaborative governance mechanisms. The research argues that these challenges originate from the dominance of instrumental rationality over value rationality at the technological level, structural fragmentation within the economic industrial chain, and adaptive failure of the governance system at the institutional level. To address these issues, the paper constructs a four-dimensional collaborative governance model encompassing technological adaptation, economic restructuring, governance innovation, and capacity building. This model aims to facilitate a fundamental transition of rural e-commerce from external “blood-transfusion-style support” to an endogenous “blood-hematopoiesis-style ecosystem”, thereby providing theoretical insights and policy recommendations for the further implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural E-Commerce, Structural Contradictions, Collaborative Governance, Rural Revitalization, Digital Divide

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

中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部联合印发的《2025年数字乡村发展工作要点》要求,深入贯彻落实习近平总书记关于“三农”工作的重要论述和重要指示精神,全面贯彻落实党的二十届三中全会精神和中央经济工作会议、中央农村工作会议精神,明确到2025年底,数字乡村发展“十四五”圆满收官。数字技术在确保国家粮食安全、确保不发生规模性返贫致贫中的作用更加彰显。全国行政村5G通达率超过90%,农村地区互联网普及率稳步提升,农业生产信息化率进一步提升,农产品网络零售额持续稳定增长,乡村数字治理效能、信息服务水平不断增强,数字技术加速推动城乡差距缩小、促进城乡融合发展。

在乡村振兴战略实施过程中要充分挖掘数字化和信息化的巨大潜能,通过数字技术赋能农村传统产业,推动农村电商的全面发展。农村电商的快速发展为农产品的销售拓宽了通道,成为我国农产品销售的新的主要渠道,对增加农民收入、促进乡村振兴和共同富裕具有重要意义[1]。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)最新数据,中国农村网民规模已达3.22亿,互联网普及率提升至69.2%,以数字化、网络化、智能化为特征的乡村新经济形态正在形成[2]。在此背景下,农村电商作为联通城乡市场、促进要素流动的关键节点,其基础设施与服务网络日趋完善。截至2025年初,全国农村地区已建成县级电商公共服务中心和物流配送中心近3000个,村级电商服务站点超过15.8万个,一个覆盖“县-乡-村”三级的电商服务体系已然成型[2]。

这一系列数据描绘出一幅农村电商繁荣发展的图景。然而,学术研究与实践观察均表明,在宏观数据的繁荣背后,一系列深层次的结构矛盾正在积累,并可能制约其可持续发展及其对乡村振兴赋能效应的充分发挥。这些矛盾并非单一的技术或经济问题,而是技术、经济、社会与制度多重因素交织的复杂系统性问题。具体表现在以下方面,首先,先进数字技术的供给与农村居民的实际需求和应用能力之

间存在显著错位, 出现“数字悬浮”现象; 其次, 农产品上行带来的价值增值在分配环节存在严重失衡, 小农户难以公平分享产业链利润, “利益失衡”问题突出; 再次, 当前的电商生态高度依赖外部平台, 乡村本土的内生发展能力与抗风险能力依然薄弱, 呈现出“生态脆弱”性。

因此, 本研究旨在超越对农村电商规模的简单描述, 转而深入剖析其内在的结构性矛盾。研究将综合运用制度经济学的交易成本理论、数字社会学的技术赋权理论以及公共管理的多中心治理理论, 构建一个“发现问题 - 分析问题 - 解决问题”的系统性分析框架。本研究的核心问题在于: 农村电商发展的结构性矛盾具体为何? 其生成根源是什么? 又如何通过一种系统性的治理方案予以破解? 对这一问题的解答, 不仅具有重要的理论价值, 能够丰富数字经济与乡村发展的交叉研究, 更对推动乡村振兴战略的实践具有紧迫的现实意义。

2. 农村电商发展结构性矛盾的深层次剖析

农村电商的快速发展在激活乡村市场、增加农民收入等方面取得了显著成效。然而, 其发展模式的内在缺陷也逐渐显现, 主要体现在技术、经济与制度三个维度, 构成了制约其健康可持续发展的结构性矛盾。

2.1. 技术与现实应用场景脱节

科技发展不仅以突破技术瓶颈为目标, 还以增进人类幸福、促进社会善治为终极导向[3]。技术是驱动农村电商发展的核心引擎, 但其应用的有效性高度依赖于与当地社会文化环境的契合度。当前, 技术的推广在一定程度上陷入了“工具理性”压倒“价值理性”的困境, 即过分追求技术的先进性和效率最大化, 而忽视了技术使用者的真实需求与接受能力, 导致技术“悬浮”于乡村社会之上。

其一, 存在技术应用与农户需求错位的问题。各类智能农业设备(如植保无人机、北斗导航农机)和复杂的电商运营工具被引入农村, 但其设计逻辑多基于规模化、标准化的农业生产模式, 与我国大量存在的、以精耕细作为特征的小农户生产场景难以匹配。例如, 某些智能终端操作复杂、维护成本高, 超出了中年及以上农民的学习与接受能力, 导致设备闲置率高, 实际使用率据估算仅 35%左右, 造成了资源的巨大浪费。

其二, 平台算法主导下的数据不对称性加剧了农户的弱势地位。现代科技有三重特性。一是技术后果的不可逆性, 如基因编辑技术对生物遗传系统的永久性改变。二是技术风险的超域性, 人工智能系统的决策偏差可能引发跨地域、跨代际的伦理危机。三则是技术权力的不对称性, 科技精英与普通公众在技术认知与资源占有上的巨大鸿沟加大了科技伦理失范的风险[3]。电商平台凭借其垄断性的数据获取与分析能力, 控制了农产品上行过程中的核心信息流, 造成了平台与农户间的技术权力悬殊。平台算法规则的不透明与频繁变动, 使得农户在定价、流量获取等方面极度被动, 议价权被严重削弱。他们虽被卷入数字洪流, 却难以真正掌握数字时代的主动权, 技术赋权在此异化为一种新的技术控制。

2.2. 价值链利益分配失衡

农村电商的经济本质是依托数字平台重构乡村产业链与价值链。然而, 当前的价值链重构并未带来利益的公平分配, 出现了“增产不增收”、“流通富、生产穷”的悖论。互联网技术的发展, 造成了现代世界的“信息爆炸”现象, 使人们处于一个注意力的“稀缺”时代, 社会权力越来越与对信息的控制相关。面对排山倒海而来的信息时, 那些可以告诉人们该将注意力集中在哪里的人, 就能取得权力。本研究的分析揭示, 农产品上行的利润在多环节中被层层截留。小农户作为生产主体, 在最终销售价格中的利润分成占比普遍低于 30%, 绝大部分利润被流通环节中的中间商、平台以及营销机构获取。这种利益

失衡源于价值链的结构性断裂。首先, 在生产端。农产品标准化、品牌化程度低, 缺乏认证和质量背书(仅有 27.6%的农产品获得相关认证), 难以实现优质优价, 溢价能力薄弱。其次, 在流通端。冷链物流等关键基础设施严重不足, 农村冷链覆盖率不足 18%, 导致生鲜农产品损耗率高达 25%, 不仅吞噬了利润, 更限制了高价值农产品的电商化。最后, 在消费端。在传统的电商发展中, 由于充斥着大量的商品信息, “人找货”通常是非常低效的。而如今例如直播、短视频等的新型电商, 则是“货找人”, 靠的是主播推荐[4]。农村消费者作为网购主体, 其权益保障机制依然薄弱。由于维权渠道不畅、成本高, 农村消费者的网购维权成功率普遍低于 40%, 这不仅损害了消费者利益, 更从需求端侵蚀了农村电商的市场信任根基。而信任恰恰是促进市场交易效率和价值链各环节进行社会互动的重要因素。

2.3. 治理协同机制失灵

社会政策是政府对社会问题与人的需要的回应。系统的、科学的社会政策可以较好地对出现的社会问题和不断变化的人的需要作出即时有效的回应[5]。健全的制度与治理体系是保障农村电商稳健发展的基石。然而, 当前的支持政策与治理模式尚未能有效整合, 难以支撑一个韧性十足的本地化电商生态。首先, 政策体系存在碎片化问题。目前, 涉及农村电商的部门多达十余个, 各部委出台的扶持政策(如补贴、培训、基础设施建设)虽多, 但往往缺乏有效的协同与衔接, 甚至存在重叠与冲突。这种“政出多门”的局面导致资源无法集中高效利用, 政策合力难以形成, 出现了“政策繁荣”与“实践乏力”并存的怪象。其次, 基层组织功能弱化。大量村级电商服务站虽已建立, 但 78%以上由私人承包运营。在缺乏有效监管与激励机制的情况下, 这些站点倾向于追求商业利润, 而其本应承担的公共服务职能(如帮助老年人下单、代销初级农产品、普及数字技能等)则被弱化甚至忽视, 导致电商服务的“最后一公里”在实质上仍未完全打通。最后, 数字鸿沟面临制度化风险。不同于年轻群体对于数字技术和数字工具的熟悉, 老年群体接触数字化产品的机会相对较少且了解程度相对较低, 而且老年群体普遍存在观念陈旧和排斥新生事物等特征, 这使其在数字化发展过程中逐渐成为弱势群体[6]。中国互联网络信息中心的报告也证实, 在非网民群体中, 52.1%为 60 岁及以上的老年人, “技能缺乏”是其未能上网的主因(占比 38.8%) [2]。若政策干预长期缺位, 数字接入与使用能力的不平等将会固化为一种代际间的结构性不平等, 进一步加剧乡村内部的社会分化, 这与乡村振兴的包容性发展目标背道而驰。

3. 四维协同治理模型建构

为破解上述结构性矛盾, 必须摒弃零敲碎打的补救措施, 转而采用一种系统性的治理思路。本文提出一个涵盖技术、经济、制度与能力的四维协同治理模型, 以推动农村电商向更具包容性、韧性和可持续性的方向演进。

3.1. 构建需求导向型轻量化数字方案

技术应用的出发点应从“技术能做什么”转变为“农民需要什么”。因此, 必须开展需求导向的“轻量化”数字创新, 旨在开发低成本、易操作、易维护且真正贴合小农生产与生活场景的解决方案。通过夯实数字技术基础, 精准研判大众消费升级趋势, 改善和优化大众消费体验, 不断探索农村电商新业态。首先, 利用数字技术市场收集、需求预判等优势, 为农村电商提供精准的消费画像, 实现从依据经验的市场决策向智慧、精准的市场决策升级, 并发现新的市场机会, 增强农村经济的可塑性。其次, 搭建农业数字平台, 明确农产品的品质、存储等要求, 结合农产品追溯系统, 使消费者能够随时、便捷查询农产品信息, 更好满足消费者对健康、品质的消费期待。最后, 借助数字平台的数据优势, 完善农村电商经济的数据收集、分析及应用体系。通过建设农村电商大数据系统, 对农业电商的市场数据、农业产业经营数据和基础资源等信息进行收集、分析, 从而精准、全面了解农村电商的实际经营状态, 为后

续优化农村电商经济提供科学依据[7]。例如, 开发包容性人机交互界面。大力研发和推广基于方言语音识别与交互的 AI 助手(如“闽南语版”、“四川话版”智能客服), 极大降低农民(尤其是老年群体)使用数字工具的语言和文字门槛。同时创新共享经济模式。仿效共享单车模式, 搭建区域性的智能农具共享平台, 通过手机 APP 实现无人值守的租赁、预约与支付, 使小农户能以极低的成本按需使用大型智能农机设备, 解决“买不起、不会用、不常用”的痛点。

3.2. 推动产业链价值共生

农村电商要高质量发展, 就要激发内生动力, 动员电商个体与农村居民一起做好电商服务, 设置利益共享机制, 编制一个价值共生的产业链, 让农村居民也能享受电商发展的红利, 激发居民创业积极性[8]。打造价值共生的产业链共同体的核心目标是重塑价值链利益分配机制, 确保小农户能够公平分享增值收益。这需要通过组织创新与模式创新, 构建一个闭环的、本地化的产业链共同体。该共同体的运作模式如图 1 所示, 形成一个以数据驱动、价值共享的闭环系统: 由农户合作社根据订单组织生产, 产品汇集至县域集采集配中心进行标准化处理和初加工, 随后由本土品牌工厂进行深加工并打造品牌, 最终通过直达城市社区的冷链物流网和智能货柜进行销售。消费端的数据(如偏好、反馈)实时反馈至生产端, 以指导下一轮生产。在价值分配环节, 通过缩短中间环节, 建立透明的成本与利润核算机制, 确保生产端的农户合作社能够获得最终销售价格的 50%左右, 从根本上扭转利益失衡格局。在品牌建设方面, 集中力量培育具有地域特色的农产品品牌, 通过标准化和认证提升产品溢价能力。

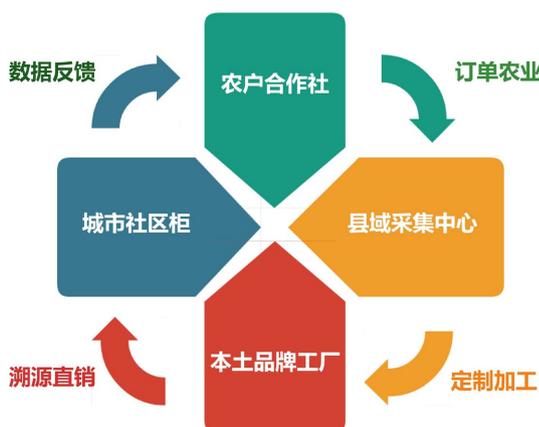


Figure 1. Industrial chain community
图 1. 产业链共同体

3.3. 嵌套式治理结构设计

政府应结合农村发展实际, 出台有利于农村电商高质量发展的政策组合, 引导农村电商在市场竞争中能够规范发展, 同时为更好地发挥政策指导效应, 要推进农村电商示范方案, 引导政府优质资源向农村电商高质量发展方向集聚[8]。有效的治理是协调多元主体、整合各类资源的关键。应构建一个纵向贯通、横向整合的嵌套式治理结构。纵向嵌套的关键在于建立“县电商办公室-乡镇电商枢纽站-村合作社”三级管理协调机构。县级负责政策整合与区域品牌营销; 乡镇枢纽承担物流中转、技能培训与资源调度; 村合作社则具体组织生产、收集货源并提供本地化服务。三级结构权责清晰, 资源协同。横向整合就是要推动成立由地方政府、电商平台、金融机构、行业协会共同参与的“农村电商信用联盟”。该联盟可共同制定标准、共享信用数据、联合提供融资与担保服务, 为诚信商户和农户提供一站式支持, 化

解“贷款难、风险高”的难题。

3.4. 实施代际数字赋能与人才培养

农村电商的可持续发展亟需破解人才短缺瓶颈,需构建覆盖全年龄段、多层次的电商人才培养体系。本部分在代际数字扶贫工程基础上,深度融合专业化、系统化的电商人才培养机制,形成“基础技能普及-专业能力提升-高端人才孵化”的三级人才金字塔,为农村电商注入持久动能。应对数字鸿沟,必须进行长期且有针对性的人力资本投资,开展代际数字扶贫工程,培育农村电商人才。消减数字鸿沟,解决农村电商人才培养的现存困境,打破体系、思维、模式上的种种制约和不合理要素,构建多元化的数字农业人才培育体系,应充分尊重行业所属学科的发展规律和趋势,借助新媒体这一核心变量,发挥数据平台高效、便捷等特点,革新传统的学习模式[9]。对于青少年群体,在中小学开设“电商创业实验课”,编写乡土教材(如《农产品网销实务》《乡村短视频制作》),结合劳动教育开展校园“电商节”,引导学生参与本地农产品包装设计、直播助农等实践。在青少年群体中植入“电商助农”价值观,孵化未来乡村创业者。破解人才培养与产业需求脱节难题,需构建“政企校村”四方联动的产教融合生态。在县域层面共建乡村振兴电商学院,例如广西柳州螺蛳粉产业学院开设“酸笋供应链管理”“预包装食品合规”等特色课程,实现人才培养与本地产业的精准对接。企业导师制度则通过双通道赋能。一方面,专家下沉,邀请平台企业资深运营官驻点授课;另一方面,学员上行,选派优秀人才至京东、抖音等企业轮岗实训。此机制显著提升人才产业适配性,目标三年内使具备专业电商团队的中小企业占比提升至35%(参考中小企业专利持有量年增4.8%的增速规律)。

接入鸿沟曾是数字鸿沟的基本形态。互联网基础设施的发展使接入鸿沟缩小、应用覆盖性增强,也触发了互联网红利差异。在互联网资本框架下,以互联网市场为例,对红利差异来源和影响红利差异的机制进行考察发现:接入鸿沟缩小带来的是连通性的增强和平台的发展,这使人们有机会把以往投入的各类资产在互联网上转化为有差别的、组合性的互联网资本并从中受益;其中,转化规模差异和转化率差异既受两个“乘数效应”的影响,更受互联网平台的影响,并最终表现为红利差异[10]。针对农村特殊群体设计定制化赋能方案是缩小数字鸿沟与红利差异、维系社会公平的关键。老年群体通过村级“银龄驿站”实现数字融入。在服务保障方面,设置财政补贴的村级数字辅导员(每村2名)提供网购代办、医疗挂号等基础支持;在技能再造方面,设计方言语音交互系统降低设备使用门槛;在价值重塑方面,组织“银发直播团”展演非遗技艺,将文化资源转化为经济资本。女性群体实施“妈妈主播”精英计划,可借鉴“快手幸福乡村带头人”等成功经验,系统培训农村妇女掌握短视频与直播电商技能,使其在增收的同时成为乡村文化的传播者。

4. 建立韧性动态监测网络

韧性评估指通过构建动态化、多维度的指标体系,衡量农村电商系统在应对外部冲击(如市场波动、技术变革、政策调整)时维持核心功能、实现自适应与可持续发展的能力[11]。其本质是从“抗风险-调结构-促创新”三维度解构发展质量,突破传统唯GDP或交易规模导向的单一评价模式。包括四重核心维度。其一,技术渗透率。用于衡量数字技术在产业链中的融合深度,包括智能设备使用率、数据驱动决策比例等。技术渗透率低于阈值(如<30%)时,系统易因技术代差陷入被动。其二,产业链本地化率。用于评估价值增值环节在县域内的留存程度,反映经济韧性与自主性。测算公式为“(本地加工产值+本地物流收益+本土品牌溢价)/农产品最终售价×100%”。报告中揭示流通环节损耗率高达25%,冷链覆盖率不足18%,凸显本地化能力薄弱。其三,治理参与度。即多元主体(政府、企业、合作社、村民)在决策与执行中的协同效率。其四,代际公平系数。表示不同年龄群体共享数字化红利的均衡性,关乎社会韧性。

为科学评估治理成效, 需改变唯 GMV (商品交易总额) 论的考核标准, 构建一套综合性的“农村电商发展韧性指数”。“韧性指数 = (技术渗透率 × 0.2) + (产业链本地化率 × 0.3) + (治理参与度 × 0.3) + (代际公平系数 × 0.2)”。该指数融合了技术应用广度、经济收益留存本地程度、多元主体参与治理水平以及不同年龄群体受益公平性四大维度, 数据来源于政府统计、平台大数据和村民满意度调查, 可更为全面、动态地衡量农村电商发展的健康度与可持续性。

5. 结论

本研究揭示, 农村电商的进一步发展已不能仅依赖于基础设施的持续投入或用户规模的简单扩张, 而必须直面其背后深刻的结构性矛盾。这些矛盾是技术、经济与制度问题相互交织、相互强化的结果。因此, 解决方案也必须是系统性的。本文提出的四维协同治理模型, 强调技术、经济、制度与能力四个维度的联动与协同, 其核心目标在于推动农村电商从由外部资本和平台主导的“输血式帮扶”模式, 转向由内生动力和本地共同体驱动的“造血式生态”模式。这一转变的本质, 是让数字技术真正嵌入乡村社会网络, 服务于农民的主体性发展和乡村社区的全面振兴。需要指出的是, 在这一过程中, 必须警惕技术解决主义的陷阱。技术是赋能工具, 而非万能灵药。最先进的 AI 客服也无法替代邻里乡亲间的人际信任与情感支持。未来的政策设计应更加注重技术与社会的融合, 体现人文关怀。本研究的主张在于, 倡议发起一项“农村电商社会企业认证计划”, 鼓励和引导平台企业、连锁商业机构以社会企业的理念运营农村电商业务, 在追求商业效益的同时, 将其社会效益(如带动增收、培养人才、提供服务)纳入核心考核目标, 从而真正引导资本向善, 助力实现共同富裕的宏伟目标。

参考文献

- [1] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [2] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第 56 次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 2025.
- [3] 刘宁. 我国科技伦理的价值取向、现实挑战与治理方略[J]. 内蒙古社会科学, 2025, 46(4): 45-50.
- [4] 马九杰, 陈俊良, 赵永华. 直播电商价值链中数字守门人与农产品质量安全把守机制研究[J]. 管理世界, 2025, 41(4): 175-198.
- [5] 包先康. 我国社会政策碎片化与民生困境[J]. 安徽师范大学学报(人文社会科学版), 2016, 44(4): 515-522.
- [6] 尹建华, 韩若冰. 数字鸿沟对居民消费的影响: 消费规模和消费质量视角[J]. 商业经济研究, 2025(16): 49-53.
- [7] 文进爱, 邱伟芳. 数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J]. 农业经济, 2024(9): 137-139.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 邱泽奇, 张树沁, 刘世定, 等. 从数字鸿沟到红利差异——互联网资本的视角[J]. 中国社会科学, 2016(10): 93-115, 203-204.
- [11] Martin, R. and Sunley, P. (2014) On the Notion of Regional Economic Resilience: Conceptualization and Explanation. *Journal of Economic Geography*, 15, 1-42. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbu015>