

数字经济背景下电子商务赋能乡村振兴的 对策研究

哈尼克孜·艾力

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年10月29日; 发布日期: 2025年11月28日

摘 要

在数字经济赋能乡村振兴战略下, 电子商务凭借数字技术改造农业全链条结构, 成为支撑乡村产业高质量发展的核心动力, 本文着眼于“电子商务怎样激活乡村产业内生动力”, 系统解析生产端数据驱动、流通端去中间化、消费端市场导向的赋能机制, 剖析数字基建的薄弱之处、农民技能的不足、产业链标准化的缺失等实际困境, 提出了四维的对策, 意在提升乡村产业组织化水平以及市场竞争能力, 为电子商务赋能乡村产业振兴供给有理论框架且可操作的实践方案, 协助乡村实现全面振兴目标。

关键词

电子商务, 乡村振兴, 数字经济

Research on E-Commerce Empowerment Strategies for Rural Industrial Revitalization in the Digital Economy Era

Aili-Hanikezi

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: October 14, 2025; accepted: October 29, 2025; published: November 28, 2025

Abstract

Under the digital economy-driven rural revitalization strategy, e-commerce restructures the agricultural value chain through digital technologies, serving as a core driver for high-quality rural industrial development. This study explores “how e-commerce activates rural industrial endogenous impetus”, analyzing its enabling mechanisms in data-driven production, disintermediated circulation,

and market-oriented consumption. It identifies key challenges including inadequate digital infrastructure, farmers' skill gaps, and lack of industrial standardization. A four-dimensional strategy is proposed to enhance rural industrial organization and market competitiveness, offering both theoretical framework and practical solutions for e-commerce-enabled rural revitalization.

Keywords

E-Commerce, Rural Industrial Revitalization, Digital Economy

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

党的二十大报告着重申明，应全面推动乡村振兴，加快农业强国的建设步伐，踏实推进乡村产业、人才、文化、生态、组织走向振兴，2024 年中央一号文件说明，应强化科技跟改革双轮驱动，打好乡村全面振兴漂亮突围仗，实行农村电商高质量发展工程，推进县域内电商直播基地的搭建，促进乡村土特产线上销售。实施农村电商发展，是革新商业模式、打造农村现代流通体系的关键举措，是调整农业发展方式、带动农民增收的有效手段，是拉动农村消费、达成人民对美好生活渴望的有力依靠[1]。政府扶持电商发展，推进农产品交易实现电商化，可冲破传统交易模式的束缚，依靠电商平台，买卖双方可以更顺手地进行交易，降低了买卖成本，拉高了交易效率[2]。农产品交易电商化对构建更公平、透明的市场环境有促进作用，实现农产品高效流通，让电商赋能为攻克乡村产业“小散弱”“市场对接难”等痛点给出了新路子，数字基建发展滞后、农民数字素养偏低的现象依旧普遍存在，像中老年农户对直播、店铺运营这类技能的掌握程度不高；产业链协同合作效率差，面临特色农产品标准化不足、上下游信息孤立引发滞销等阻碍，延误了电商助农效能的充分施展。本研究把数字经济与乡村振兴战略的交汇点作为基点，聚焦“电子商务怎样用数字化手段激活乡村产业固有的内生动力”这一核心问题，全面剖析赋能原理、实践难题与应对途径，试图为电子商务赋能乡村产业振兴提供有力的理论保障和科学依据。

2. 数字经济背景下电子商务赋能乡村产业振兴的内在机理

农村电商实现高质量发展，是顺应中国新发展格局、充分发挥其多功能属性与价值的必然要求，电子商务赋能乡村产业达成振兴的本质，是借助数字技术对乡村产业全链条开展重构与升级，进而激发内部发展动力，农村电商在一定程度上会影响土地、资金、人员、技术、数据等生产要素的配置格局[3]，引起一系列产业变革及场景更新，成为农村新生产力的核心部分和促进乡村振兴的关键动力，其作用机制可从生产、流通、消费这三个维度的协同效应来分析。

2.1. 生产端数字化赋能推动农业生产方式变革

传统农业生产长期依靠经验去做判断，存在种植结构跟市场需求脱节、资源利用效率欠佳、产品品质不稳定等问题，而电子商务借助“数据反向传导”机制，拉动农业生产由“经验驱动”向“数据驱动”过渡。这一过程本质上是数字平台作为生态系统核心，通过接口连接农户、技术服务商与设备供应商，形成“数据-决策-行动”的协同网络。电商平台不光基于历史销售数据、实时订单内容及消费者偏好的剖析，向农户或合作社反馈精准的市场指示，还可依靠智能物联网设备实时采集生产环境中的数据，

由此提升生产的效率与产品的品质。基于这一基础，电商平台不仅攻克了传统农业生产“盲目性”与“碎片化”的痛点难关，而且借助规模化供给，为电商市场的批量需求提供了底层支撑，推动生产端从“被动适应”过渡到“主动响应”市场变化。

2.2. 流通端链路重构实现农产品高效流通

传统乡村产业流通环节长久受地理距离以及多层中间商的制约，导致农产品从田头到消费者手里得经过多个加价阶段，还造成成本急剧升高，且由于流通链条长、信息呈现不透明，易出现损耗明显、交易信任不稳固等现象，电子商务采用去中间化模式再度构建流通链路，依靠电商平台直接搭建农户合作社与终端消费者的联系，极大减少交易路径，降低中间环节形成的加价。同时配合采用数字支付、冷链物流、仓储管理等技术，化解传统流通里信任和保鲜这两大核心难题，达成新鲜农产品当日便可送达，甚至小时内即达，流通领域“去掉中间环节”与“高效化”的重新调整，本质上其实是数字技术对传统流通体系开展了颠覆性改造，为乡村产业突破“酒香也怕巷子深”的地域桎梏提供了关键保障力。

2.3. 消费端需求洞察驱动市场导向的产业升级

电商平台在生产导向的范畴内，依靠网络相连，所积累的大量用户行为数据，可精准研判消费者对农产品外观、功能、场景的需求，使农民广泛熟知外部市场的需求及变动，指导农户跟企业对产品设计做优化；实行市场、客户及效益导向原则，按市场需求作出生产的安排与结构的调整，又运用直播带货、社群营销等新模式，进一步打破了地域约束，使县域特色农产品能够接触到全国乃至全球的消费者群体，大幅拓展市场边界，让大批农产品、特色产品得以及时卖出去，还能卖出好价钱，电子商务借助降低信息搜索、谈判、管控等交易成本，打破从本地集市到全国甚至全球市场的市场边界约束，优化特色资源与精准需求的资源搭配，最终点燃乡村产业的内生增长引擎，促进“小农户”与“大市场”实现有效联结。

3. 电子商务赋能乡村产业振兴的实践困境与成因

尽管电子商务展现出显著的赋能潜力，但农村电商产业治理目前的水平偏低，产业组织链、物流链和信息链的资源分配、产业分工、信息传递及监督管理机制依旧不健全^[4]，电商产业治理方面，参与主体、治理客体、治理结构以及边界等不明确，多边治理网络依然难以消除产业内在的结构矛盾，故而现阶段实践中依旧面临重重困难。

3.1. 数字基础设施支撑机制不完善

当前农村数字基建仍存在显著短板，制约电商赋能效能。现在宽带网络跟 5G 基站覆盖虽在逐步推进，然而在农产品主产区、电商聚集村等重点区域，网络延迟高的现象依旧存在，难以承载高清直播、实时互动等电商场景开展，导致数字技术对生产端的赋能功能受限。物流体系中县域以下快递网点覆盖不高、生鲜农产品冷链运输车辆占比少，造成“新鲜农产品当日达”无法顺利落地。物流开支高，造成“好产品运不出去、卖不上好价钱”，这些问题是产业组织链、物流链、信息链资源分配及分工机制不健全的直接体现。

3.2. 农民数字技能与培训体系短板突出

农民作为投身乡村电商的核心主体，其数字技能有限与配套培训体系的短板，进一步加大了电商赋能实践方面的困境。众多农户长时间依靠传统线下交易模式，针对电商平台操作及数字工具应用存在显著“本领恐慌”。普通农户对电商平台入门操作的系统认知不足，运用数据工具的能力几乎没底子，没

办法借助查看销量趋势、客户画像等数据去调整生产与库存，不易实现按照“市场导向”的精准运营。从外地返乡的青年、合作社带头人等潜在“新农人”群体，就算有一定的学习本领，但同样为培训资源的局限性所困。电商培训内容中理论占比大，实操相对较少，主要是针对政策解读和概念普及开展，缺乏针对电商整个流程的实战演练。形式上以短期集中在一起授课为主，培训完毕后缺少持续的跟进辅导，农户于实际运作时碰到难题无法及时获得支援。该问题的深层根源，既跟培训资源投入不充足相关，也暴露出当前电商治理中“多边参与主体”协同不足的现象。

3.3. 产业链协同断层与标准化缺失制约凸显

农村产业链协同脱节现象与标准化缺失问题，成为电商赋能乡村产业振兴的关键阻滞因素。乡村特色产业一般呈现“大而不强”的发展困境，产业链各个环节的衔接存在阻碍，生产端和销售端信息断开，流通环节在冷链、仓储等配套支撑上存在缺失，全链条各环节协同效率不好。标准化体系还没建成，生产阶段没有统一的种植或加工技术规矩，流通环节上质检、分拣和包装的流程未达规范，销售阶段缺乏溯源认证以及品质承诺，不能契合电商市场对“高品质、可追溯、快响应”的核心期望。产业链协同断开与标准化缺位，最终引发电商运营成本变高、效率走低，特色农产品无法冲破“小散弱”的局限，成为“小农户”与“大市场”合理衔接的核心障碍。

4. 电子商务赋能乡村产业振兴的对策建议

电子商务正渐渐转变农村居民的生产生活模式，对消费及生产行为造成影响，对激发农村经济体潜在的消费需求、激活农业生产经营的活力意义重大。要更恰当地发挥农村电子商务发展促进农村产业融合发展的功效，继而推动乡村实现振兴目标，需以服务农业生产经营为指引，不断优化农村电商产业结构，就上述问题而言，要围绕“硬基础－软技能－产业链－制度环境”四维协同发力，系统打破电商赋能所遇的瓶颈。

4.1. 夯实数字基建支撑

1) 加速 5G 基站和宽带网络的提质扩容。2024 年，新建光缆线路长度 856.2 万公里，全国光缆线路总长度达 7288 万公里；其中，长途光缆线路、本地网中继光缆线路和接入网光缆线路长度分别达 112.7 万、2769 万和 4406 万公里。截至 2024 年底，固定互联网宽带接入端口数达到 12.02 亿个，比上年末净增 6612 万个[5]。聚焦推进农村“新基建”质量提升、规模扩大，要优先把农产品主产区与电商聚集村纳入覆盖范围，同步提升宽带网络的速率跟稳定性，保障农户开展电商直播、实时查看物联网设备数据时网络顺溜不卡顿，优化农村网络环境。

2) 健全县域物流配送体系建设。政府引领社会资本投入县域共配中心建设，把快递企业分散的资源整合，采用统一分拣和集中配送降低单票物流成本，解决“快递进村障碍多、配送时间长”问题。增加生鲜农产品冷链运输车辆以及改进生鲜农产品冷链运输体系，攻克生鲜农产品运输损耗大、时间效果差的问题，促成“新鲜农产品当日达”服务落地开展，协助农户把优质农产品以合理价格迅速推向市场，增加电商助农的经济成效。

3) 打造乡村数字化综合服务平台。该数字化综合服务平台集成电商培训、供应链金融、质检认证、数据分析等相关功能，为农户供应“一站式”解决路径。尤其是针对小农户、合作社这些主体，依托平台简化开店程序，在保障经营主体权益的同时，去除一些繁琐且复杂的流程，方便更多初学者及教育水平较低群体的操作，给予他们基础运营支持。在资金方面配套低息贷款，减少农户的资金压力和后顾之忧。除此之外，在平台上对特色农产品给予流量倾斜的扶持政策，推动经营主体以低成本、低门槛进入电商

领域，从而助力乡村振兴。

4.2. 培育复合型数字农民

1) 按层按类开展数字技能培训，增进农民主体数字本领。农村电商行业的迅猛发展，要有得力的人才支持[6]。商务部等九部门联合印发的《县域商业三年行动计划(2023~2025年)》将“推动农村电商高质量发展”确定为重点任务，明确提出要“打造一批县域电商直播基地、‘村播学院’”“鼓励农村电商创业就业”[7]。针对普通农户，需着重培育电商基础操作技能以及简单数据分析能力。培训内容聚焦“实用性”，结合本地主打的销售农产品设计实操案例，协助农户迅速掌握全流程基础本领，解决“店铺开设时间长、商品展示呈现效果差”等问题。面向返乡的青年、合作社带头人这类“新农人”，引导“乡贤返乡”及本地人才转型，吸引既懂农业又懂电商的青年人才回乡，以培训形式的角度看，带领学员到电商基地跟岗实操，进而搭建“培训-考核-奖励”机制，增强其电商综合运营能力水平，以培育知识、技能、创新能力的应用人才梯队，引导本地农户成为“网商”，造就“以老带新、以新促老”的良性循环，帮助青年返乡开展电商创业，从而赋能乡村产业振兴[8]。

2) 探索多样化培养机制，增强培训的实际成效与持久效果。针对现有的电商培训“重理论轻实际操作”“短期集中授课后没有跟踪反馈”的不足，构建“政企社协同”的多元培养模式。联合平台打造贴合乡村实际需求的电商课程，运用“现场教学+实战演练”强化学员实操本领，让学员能够学以致用。同时对这些已进行培训的学员设立长期跟踪指导的机制，培训结束以后，由电商服务站、本地服务商持续做技术支持，而且定时召集“经验交流座谈会”，助力学员攻克实际运营中遇到的困境。

3) 构建特色农产品区域公用品牌，依靠品牌化建设拓宽数字赋能效应。引进和培育高质量的数字农业人才，有助于各类农村经营主体准确认知电商发展理念、把握所在行业发展风向，最终实现产业的数字化、连锁化、品牌化转型。在农产品品牌化道路上，可以通过制定区域特色农产品统一的生产标准，以及统一的视觉形象，提高产品在公众前的辨识度与增值潜力。与此同时带领农民借助短视频、直播等数字工具来讲好区域品牌故事，从而宣传品牌文化，让消费者多维度去了解这些特色农产品，同时依靠电商大数据来研究判断消费者的偏好，按照需求针对性优化品牌定位和营销策略，助力“小农户”产品依托品牌化途径打入大市场，从而走稳走远。

4.3. 构建“电商+特色产业”生态化融合模式

1) 聚焦特色产业精准挑品，激发差异化竞争长处。乡村产业“大而不强”的一个关键问题就是同质化竞争太严重，没有地域独特性的标识且市场辨识度不足。发展农业生产性服务业要坚持市场化方向，借助规模化、信息化、标准化的进步提升专业化水平[9]。例如，全国多地县域均主打“红枣”“苹果”等常见农产品，但产品形态趋同、包装雷同、品牌故事缺失，导致消费者难以区分产地差异，最终陷入低价内卷。针对这一现象，需利用电商大数据来分析，挖掘存在差异化潜力的特色资源，借助精准选品防止陷入同质化的内卷，为产业链后续数字化升级筑牢差异化基础。

2) 推动产业链各环节数字化衔接贯通，增强协同效率与品质保障水平。产业链协同低效的原因是各环节信息彼此割裂且标准缺失，要利用数字化技术贯穿生产、流通、销售各阶段流程，搭建“生产立标准、流通可追踪、销售得反馈”的闭环架构，在生产起始之处，利用电商平台跟农户、合作社签订订单明确品质规格，来消除传统生产“盲目性”弊端，也为流通及销售提供稳定、可调节的货源支撑。流通端可以借助区块链技术，记录农产品从生产、加工到完成质检的全流程数据，应对传统流通中“信任难”的难题。销售端依靠预售制、社群拼团等模式动态捕捉市场需求的波动，农户根据订单的数量调整采摘与包装的计划，杜绝库存积压或断货情况，全环节数字化连接，实现“从需求到生产再到供应”的精准契

合，极大减少库存损耗及流通开支。

3) 实现多元营销场景创新，扩大市场规模且提升品牌价值。传统乡村产业受地域及渠道约束，难以接触到全国乃至全球消费者群体，应借助电商新业态去创新营销模式，破除“酒香也惧深巷埋没”的困境，以直播带货、现场试吃、展示农作物种植过程、直播产地环境等方式增进消费者信任；采用短视频种草形式，拍摄农产品生长过程、传统手工艺的制作程序、农户日常劳作的场景等内容，以抖音、快手等平台为渠道发布，传导“原生态”“匠心”等情感上的价值，吸引在乎品质与故事的消费者，短视频内容可把热点话题结合起来优化标题与标签，拉高曝光水平。

4.4. 完善政策保障体系

1) 提升顶层设计水平，对多方协同职责进行统筹。法律政策的扶持是农村电商发展的关键保障，农村电子商务市场监管存在漏洞，消费者权益不易得到有力维护，为了把这个问题处理好，可以把“电商兴农”纳入乡村振兴的重点任务里，界定农业农村、商务、工信等部门之间的协同职责，造就“目标相同、分工清晰、资源调配”的治理形势。采用高位驱动与协同治理，躲开“多头管理、资源分散”的低效麻烦，为电商赋能提供强有力的组织支持[10]。

2) 扩充财政金融支持规模，缩减经营成本及风险。针对农户、小微企业搞电商碰到的“启动难、融资难”情形，政府跟金融机构协同发力：政府采用直接补贴精准帮扶，对物流设施与电商培训给予资金的扶持，减少基础设施跟人力的成本数额；为农产品的标准化生产、品牌化推广事宜给予专项补贴，提升产品的竞争水平。开发并推出“电商贷”“供应链金融”产品，依靠订单、物流、信用数据发放无抵押小额贷款；采用政策性农业保险，分散市场跟自然引发的风险，增进抗风险的本事[11]。

3) 实现监管与服务优化，营造公平无隐的市场环境。主动谋划和制定保障农村电子商务良好运营环境的政策措施，借助标准化建设和流程简化来规范电商秩序，实行“一物一签”，网销的每一批产品都要有详细的电子记录，产品从生产、加工到包装、质检都要有专人负责，一旦出现质量问题，要做到查有据，追有果，避免出现拿次的当好的与虚假宣传现象[12]，保障消费者的权益不受侵犯。严厉打击农村电子商务经营过程中存在的违法乱纪行为，边总结边分析边归纳，及时发现问题破解发展困境，营造公开公正公平的良性竞争环境，充分激发农村电子商务发展活力[13]。

5. 结论

电子商务依靠数字技术重新组合乡村产业全链条，本质上是一种把数据作为关键生产要素、以平台为组织依托体的新型乡村产业组织类型，其赋能效果体现在对传统农业生产方式、流通模式和市场结构的全面性变革上。这种赋能过程嵌入在乡村现存的经济社会结构里面，面临数字基建、主体能力和产业链协同的三重阻碍，这些约束并非各自孤立存在，而是彼此挂钩、互为因果的系统性问题，反映出乡村产业数字化转变中“技术-主体-制度”协同不给力。未来乡村电商发展需走出单一技术赋能的视角局限，进一步看重数字能力和乡村社会资本的有效结合，查找技术逻辑与乡村本土实践的适配通路，通过搭建“技术嵌入-主体赋能-制度创新”的良性互动体系，推动电子商务真正成为激活乡村自身发展潜能、实现乡村全面振兴的可持续动力源，推进农业强、农村美、农民富的全面目标达成，为农业农村现代化和共同富裕目标奉献数字力量。

参考文献

- [1] 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[J]. 财会学习, 2024(10): 1-2.
- [2] 易法敏, 古飞婷, 罗必良. 乡村数字经济包容性发展的政策组合及其治理——基于“电子商务进农村综合示范”的案例研究[J]. 管理世界, 2025, 41(5): 101-116, 197, 246.

- [3] 姜绍华. 农村电商对乡村振兴的提振效应及其推进路径研究[J]. 乡村论丛, 2023(6): 39-46.
- [4] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经探讨, 2022(2): 103-111.
- [5] 2024 年通信业统计公报[J]. 通信企业管理, 2025(2): 22-26.
- [6] 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.
- [7] 蒋洪杰. 商务部等 9 部门办公厅(室)印发《县域商业三年行动计划(2023-2025 年)》[J]. 乡村科技, 2023, 14(15): 1.
- [8] 王昆, 崔菁菁. 青年返乡电商创业赋能乡村产业振兴的现实问题、典型案例和实践路径[J]. 经济纵横, 2023(11): 122-128.
- [9] 曹群, 张恩英, 刘增凡. 农村一二三产业融合促进乡村振兴的支持政策研究[J]. 商业研究, 2022(4): 132-139.
- [10] 刘华. 乡村振兴中农村电商的作用分析——评《农村电商产业集群驱动区域经济发展: 协同效应及机制》[J]. 中国农业资源与区划, 2021, 42(8): 12, 20.
- [11] 曹芳玲. 农村电子商务发展的意义及其对乡村振兴的助力[J]. 河北农机, 2024(19): 148-150.
- [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.
- [13] 邓雨田. 立足乡村振兴战略发展农村电子商务的困境与突破[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(22): 255-258, 274.