

乡村建设中的电商实践迭代： “村播计划”与潍坊 农村产业发展

王 凯

南京林业大学人文社会科学学院、生态文明传播学院，江苏 南京

收稿日期：2025年11月10日；录用日期：2025年11月25日；发布日期：2025年12月25日

摘 要

本研究聚焦2025年新发展阶段，以山东省潍坊市为案例，系统探究其村播计划实践模式与演进逻辑。研究采用质性案例研究方法，通过对政策文本、行业报告、公开报道与实地观察资料的深度分析，从组织创新、技术融合与产业链重塑三个维度解构村播计划的迭代机制。研究发现，潍坊村播已从初期的人才孵化与流量获取，演进为“组织化共建”“供应链前置”与“数智化赋能”三位一体的深度融合模式，有效衔接小农户与现代农业体系。然而，实践中也暴露出协同成本高、数据壁垒明显、产业融合等问题。本研究认为，村播迭代本质上是乡村社会-技术系统的重构过程，未来应进一步优化组织协同机制、推动技术普惠应用、强化数据驱动能力，以实现可持续发展。

关键词

数字乡村，村播计划，农村电商，产业迭代，组织创新

The Iteration of E-Commerce Practice in Digital Village Construction: “Village Livestreaming Initiative” and Rural Industrial Development in Weifang

Kai Wang

College of Humanities and Social Sciences and College of Ecological Civilization Communication,
Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: November 10, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 25, 2025

文章引用：王凯. 乡村建设中的电商实践迭代：“村播计划”与潍坊农村产业发展[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 4437-4442. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124387

Abstract

This study examines the Village Livestreaming Initiative in Weifang City, Shandong Province, during the 2025 development stage, analyzing its operational model and evolutionary logic. Using a qualitative case study approach, we draw on policy documents, industry reports, public coverage, and field observations to deconstruct the program's iterative mechanism from three dimensions: organizational innovation, technological integration, and industrial chain restructuring. Findings reveal that the initiative has evolved from talent incubation and traffic acquisition into a tripartite model characterized by “organized co-construction”, “supply chain pre-positioning”, and “digital-intelligent empowerment”, effectively linking smallholders with modern agricultural systems. However, challenges such as high collaboration costs, data silos, and superficial industrial integration remain. The study concludes that the iteration of village livestreaming represents a restructuring of the rural socio-technical system, and suggests future directions including optimizing collaborative mechanisms, promoting inclusive technology adoption, and enhancing data-driven decision-making.

Keywords

Digital Villages, Village Livestreaming Initiative, Rural E-Commerce, Industrial Iteration, Organizational Innovation

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

在数字中国与乡村振兴战略的双重推动下，农村电商已从辅助工具演进为驱动乡村产业振兴的核心力量。2025 年的“村播”实践，正经历从广泛播种到精准生根的深刻转型，不仅仅是农产品的销售渠道，更成为重组生产要素、重塑乡村产业与社会结构的关键机制。这一转变反映了数字技术从单一环节向重构整个乡村社会 - 技术系统的跃迁[1]。山东省潍坊市作为农业产业化标杆地区，其村播实践始终处于演进前沿。2025 年，潍坊村播呈现出三大新特征。从个体网红转向以村党支部书记为核心的组织化作战；从直播技巧训练转向基于 5G、AI 与区块链的智慧供应链构建；从单纯带货转向与乡村治理深度融合的价值共创。这一系列迭代使潍坊案例超越经验分享层面，成为观察数字技术如何嵌入并激活传统农区的典型样本[2]。

2. 文献综述与理论框架

2.1. 文献综述

当前，学界围绕农村电商与“村播”的研究已形成相当积累，主要集中于三大维度。其一，实践模式与成效层面，研究多聚焦于不同地区的发展路径，论证了“村播”在促进农产品上行、增加农民收入等方面的直接赋能作用[3]。其二，技术与产业关联层面，学者们关注了 5G、大数据等技术在供应链优化与品质溯源中的应用，分析了技术对农业生产效率的提升效应[4]。其三，主体与治理层面，部分研究探讨了政府、企业、农户等多元主体的角色，以及政策与人才对“村播”可持续性的影响[5]。

然而，现有研究仍存在显著缺口。首先，对村播迭代的深层演化逻辑挖掘不足，多滞留于对早期“网

红”模式的分析，未能充分捕捉 2025 年阶段向组织化等转型的新特征。其次，对“村播”嵌入乡村社会结构后引发的复杂互动关系关注不够，多侧重经济效应，忽视了跨村协作、利益分配中的结构性矛盾，未能揭示组织创新与乡村治理深度融合的内在机制[6]。第三，对产业融合的研究存在“浅层化”局限，未能深入探讨其如何从“宣传引流”转向“数据驱动生产重构”的深层路径，尤其缺乏对消费数据反向赋能上游环节的系统分析。

2.2. 理论框架

为弥补上述研究缺口，本文引入社会-技术系统理论[7]与行动者网络理论[8]作为分析框架，将村播视为由人、技术、制度等异质行动者共同构建的网络，重点分析其如何通过“转译”过程实现系统重构。

首先，社会-技术系统理论强调，任何有意义的技术创新与扩散，都并非在真空中发生，而是深深嵌入在特定的社会规则、组织制度和用户实践所构成的整体系统中[7]。该理论认为，真正的变革来自于整个社会-技术系统的协同演进与“重构”。应用于本研究，潍坊的“村播计划”不仅仅是一套直播工具的应用，而是一场深刻的乡村社会-技术系统转型。它涉及到了技术要素和社会要素。

其次，行动者网络理论为社会-技术系统的重构过程提供了动态分析工具。该理论的核心在于，第一是异质行动者，认为行动者不仅包括人，也包括非人的物体。例如智能手机、消费数据等。这些行动者拥有改变情境的能力，共同塑造网络。第二是转译。这是 ANT 最核心的概念，指核心行动者通过一系列策略，说服、吸引、招募其他行动者加入，并让其接受核心行动者所设定的身份、目标和利益的过程[8]。成功的转译是网络得以构建和稳定的关键。第三是网络的构建。一个稳定的行动者网络，意味着所有被招募的行动者的利益和目标都被成功地“转译”并锁定在共同的网络目标之中。在本研究中，“转译”过程具体体现为组织化共建，供应链前置和技术应用瓶颈。将二理论结合，构成了一个动静结合、系统与过程并重的强力分析框架。

通过这一框架，本文不仅分析村播“变成了什么”的系统状态，更致力于揭示它是“如何变成的”的转译过程，以及为何会遇到当前的挑战，从而为理解数字乡村建设的复杂性与推进路径提供深刻洞见。

3. 数字乡村建设中的电商实践现状

3.1. 政策引导明确方向，发展基础持续夯实

中央与地方层面的政策协同发力，为农村电商的高质量发展奠定了坚实的制度基础。2025 年中央一号文件明确提出推动农村电商高质量发展，各地方政府随之出台了一系列针对性支持措施。例如，云南保山通过创业担保贷款、社保补贴等政策工具，成功扶持 128 人投身电商创业，累计发放贷款达 5.9 亿元；黑龙江五常市则系统性构建了县-乡-村三级电商服务体系，建成 224 个村级服务站，实现了硬件配置与公共服务的有序下沉[9]。强有力的政策托底推动了农村电商规模的稳步增长，数据显示，2024 年全国农村网络零售额已达 2.87 万亿元，同比增长 12.3%，预计 2025 年将突破 3.2 万亿元大关[10]。

3.2. 直播带货成为主流，产业链条不断延伸

“产地直发 + 场景化直播”已成为农产品上行的主流模式。保山市龙陵县构建了“1 个总部 + 多乡镇直播中心”的网状布局，成功培育 338 个本土直播团队，2025 年上半年农产品网络销售额高达 2.8 亿元，同比增长 16.4% [9]；五常市逾 3000 名新农人通过直播带货，年销售额突破 50 亿元，其中五常大米单场直播最高销量达 2000 斤[10]。

直播带货不仅拓宽了销售渠道，更反向倒逼产业链升级，初步展现了数据驱动生产的雏形。例如，高黎贡咖啡园根据直播间的用户偏好反馈，及时调整咖啡种植品种，带动周边 2000 亩咖啡园实现提质增

效；河北邱县的企业则依托直播间收集的用户数据，开发出蔬菜挂面等 200 余种新产品，实现了从“被动接单”到“按需生产”的柔性转变[11]。同时，“直播 + 文旅”的融合模式展现出广阔前景，保山勐赫小镇、大理等地通过直播展示田园风光与非遗文化，带动线上文旅产品订单增长 30%，周边村民年均增收 3000 元[9]。

3.3. 物流体系逐步完善，流通效率显著提升

“客货邮融合”成为破解农村物流难题的有效路径。云南石屏县通过整合交通、邮政资源，建成自动化分拣中心，并借助每日运行的农村客运班车搭载快递，成功将县城到乡村的快递配送时效从 2~4 天压缩至 1 天，物流成本降低 37.8% [9]；河北邱县打造的冀南区域集包物流园，日处理订单能力达 4 万单，致使当地快递价格下降 18% [11]。

截至 2024 年底，全国 95% 的建制村已实现快递服务通达，农村快递平均单价降至 5.1 元[10]。浙江、四川等地正积极探索无人机配送、智能分拣等前沿模式，冷链物流建设亦同步推进。保山的石斛花卉通过“直播 + 冷链”模式，实现了全国范围 48 小时送达，产品损耗率从 30% 显著降至 8% [9]。

3.4. 人才培养成效显著，新农人群体不断壮大

各地已形成“理论培训 + 实操演练”相结合的人才培育模式。保山市龙陵县开展“7 天理论学习 + 14 天实操训练”的系统培训，累计培训 3000 余人，从中培育出专业主播 200 余名；河北清河县实施的“千村万人免费大培训”，成功孵化注册主播 1 万余名，其中 120 人粉丝量超过 10 万[12]。校企合作已成为人才培养的重要载体。花都区农村电商产业园与广州工商学院等高校共建“产业园即教室”培养模式，年培育电商人才 3000 名；高黎贡咖啡园与当地中专学校合作，每月选派 30 名学生参与电商实操，累计培育技能型人才 100 余名[9]。越来越多年轻人选择返乡投身电商行业，带动家乡就业与收入增长，初步形成了“人才回流 - 产业兴旺”的良性循环。

3.5. 技术应用持续升级，电商生态更加智能

数字技术在农村电商中的应用正不断深化。区块链技术为五常大米、保山石斛等地域特色产品赋予了不可篡改的“数字身份证”，消费者扫码即可追溯产品从种植到加工的全过程，极大地提升了消费者信任度；花都区盆景产业则借助“微景智成”AI 设计系统，有效破解了设计人才短缺的瓶颈，线上销售额突破 10 亿元[10]。

新消费模式正加速向农村渗透，预计 2025 年农村即时零售规模将达到 2022 年的 3 倍，拼多多“多多买菜”、美团优选等平台实现了日用品下乡与农产品进城的双向高效流通[13]。移动支付已广泛普及，2024 年农村网络销售中移动支付占比超过 90%，云南龙陵县通过村播和移动支付的模式，农户线上交易占比从 2020 年的 15% 迅速提升至 2025 年的 68% [9]。

4. 数字乡村建设中的电商实践问题

4.1. 组织协同的“高成本”与“高门槛”

以“村支书创作联盟”为代表的组织创新模式，对基层领导力、跨村协调能力和初始资源投入提出了极高要求，在基层组织力量相对薄弱的地区难以直接复制。联盟内部利益分配与决策机制的模糊性极易引发内耗，其协同成本高昂的问题具体体现在时间、沟通与利益分配摩擦三个相互交织的维度。从行动者网络理论(ANT)的视角看，此过程是不同行动者试图构建联盟并进行“转译”的过程，但常因目标、利益难以统一而受阻[8]。

具体而言，第一个是时间成本。跨村协作需经历多轮方案提出、讨论修改、试错调整与优化的循环，从意向对接到规则细化，再到机制落地，仅达成初步共识就需数周甚至数月，效率远低于单村独立行动。第二个是沟通成本。协同涉及的主体多元，他们诉求差异显著，需要反复对齐认知、协调目标。因此大量人力与时间的投入构成了高昂的隐性沟通成本。第三个是利益摩擦成本，这是核心矛盾点。参与村之间常因贡献度的界定产生争论，集体与农户之间也存在收益平衡难题。这些分歧若无法通过有效机制化解，会直接推高整体协同成本，影响网络协作的稳定性[6]。

4.2. 技术应用的“数据孤岛”与“普惠难题”

5G、AI、区块链等前沿技术的应用存在明显壁垒。不同系统与平台的数据标准不一，形成了彼此割裂的“数据孤岛”，导致全产业链数据无法贯通，限制了数据要素价值的最大化发挥。同时，技术改造成本高昂，其应用场景多集中于大型农场或示范区，广大中小农户难以普惠性地享受技术红利，数字鸿沟问题尚未得到有效解决[14]。这反映了在乡村社会-技术系统转型中，技术物的网络未能与所有关键行动者，尤其是小农户，实现有效联结。

4.3. 产业融合的“浅层化”与“品牌依赖”

当前，村播对产业的带动仍多停留在表层，未能实现深度融合。订单农业多局限于预售环节，尚未能根据消费大数据对农业生产结构进行系统性的调整，大量消费数据的价值未充分反馈至育种、种植计划等上游环节。对乡村旅游、农事体验等三产的带动也以宣传引流为主，深度融合的商业模式与可持续的盈利点尚不清晰，不同产业领域的行动者网络未能有效交织与互嵌[5]。

5. 数字乡村建设中的电商实践优化路径

5.1. 破解组织协同困境：构建多元协同与利益共享机制

在协同困境上，首先应鼓励合作社联盟、片区联合党委等多种组织化形式的探索，通过组织创新聚合资源，降低协同成本。关键在于建立的贡献评估体系，将直播带货量、货源供给质量、配套服务贡献、治理功能参与度等指标纳入收益分配考量，跳出平均主义与主观判定的误区。其次可搭建全流程信息公示平台，实时更新直播销售额等关键数据，每月通过村务公开栏公示基金收文明细，在订单农业中同步预售数据、种植计划与收购价格，保障所有参与主体的知情权，此举符合行动者网络理论中通过“inscriptions”稳定网络的原则[8]。再者，需设计短期激励与长期发展兼顾的动态调整机制，合理划分集体与农户的收益比例，既保障农户的当下参与积极性，又为集体经济积累资金用于供应链优化与设备升级，从而适应市场行情与协作模式的动态变化。

5.2. 突破技术应用瓶颈：推进数据互通与技术普惠

对于技术的突破，应由政府或行业协会牵头，建立区域性的农业数据中台，统一数据标准，从根本上打破数据孤岛，促进生产、流通、消费各环节数据的融合与赋能。通过政府补贴、购买社会化服务等方式，降低智慧农业技术的使用门槛，推动先进技术向中小农户延伸覆盖，扩大技术普惠范围，弥合数字鸿沟。同时，应将区块链等溯源技术作为构建消费信任的公共基础设施来大力推广，以技术赋能区域公共品牌建设，提升产品的市场竞争力与可持续性[2]。

5.3. 深化产业融合程度：强化数据驱动与业态创新

深入产业融合，必须以积累的消费数据为核心，反向驱动生产端的标准化与精准化，实现从种什么

卖什么到要什么种什么的根本性转变。要深度挖掘消费数据在育种、种植计划优化等上游环节的应用价值,推动农业生产结构与市场需求实现精准对接。并且大力创新“村播+”融合业态,积极探索“村播+乡村旅游+农事体验”、“村播+非遗传承+文化传播”等深度融合模式,并明确其盈利点与可持续的商业模式。同时,应该整合建设县域或区域性的共享供应链中心,为中小主播提供一站式、低成本的供应链服务,从硬件层面强化产业融合的支撑能力[13]。

6. 总结

在数字乡村建设推进中,电商实践作为关键驱动力,其发展路径与逻辑值得探究。本研究聚焦2025年潍坊市“村播计划”迭代实践,探寻电商实践演化密码。经剖析,电商实践转变显著,从依赖表层流量红利转向挖掘深层系统红利。具体体现在,组织形态网络化,不同主体打破孤立,协同发展。供应链智慧化,各环节借技术互通信息、智能决策,提升效率。数据要素发挥驱动作用,为电商实践提供精准指导,优化资源配置。

潍坊“村播计划”是成功样本,其成功在于自我革新,推动组织、技术与产业深度融合,探索破解可持续发展矛盾的路径。但发展也面临挑战,反映出从局部试点到广泛推广会遭遇系统性问题,如利益协调、技术应用适配、产业生态完善等,制约进一步发展。从理论看,数字乡村建设是复杂的“社会-技术”系统转型,人的组织、技术应用和产业规则协同演进、相互影响。

展望未来,“村播”成乡村产业振兴持久动力的关键在于构建现代化乡村产业新生态。新生态应摆脱对主播个人能力依赖,以组织化协同为基础,数字化支撑为保障,全链路效率提升为目标,优化产业链。这要求相关方具备系统思维,关注直观成果的同时重视背后建设,构建稳定、包容、有韧性的发展环境,为长远发展奠基。

参考文献

- [1] 王晓毅. 乡村振兴中的数字赋能与制度创新[J]. 探索, 2021(2): 50-59.
- [2] 汪向东, 崔丽丽. 电子商务与中国农村现代化: 理论与实践[M]. 北京: 商务印书馆, 2023.
- [3] 李静. 直播电商赋能乡村振兴的作用机制与风险防范[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2021, 21(5): 78-85.
- [4] 陈洁, 李梦蝶. 数字技术赋能农村电商产业融合的路径与机制[J]. 农业技术经济, 2023(6): 78-89.
- [5] 叶敬忠, 吴惠芳. 乡村振兴视角下的农村电商发展: 社会学的审视与推进[J]. 中国社会科学, 2022(4): 122-143.
- [6] 刘艳萍, 张明. 农村直播电商的组织模式创新与治理挑战[J]. 农业经济问题, 2024(2): 112-121.
- [7] Qvortrup, L. (2004) Community Networking and the Information Society: A Nordic Perspective. *The Journal of Community Informatics*, 1, 5-16.
- [8] Latour, B. (2005) *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780199256044.001.0001>
- [9] 农业农村部. 2024年全国农村电子商务发展报告[R]. 2025.
- [10] 阿里研究院. 迈向万亿市场的农村电商——中国农村电商发展报告(2024) [R]. 2024.
- [11] 张建军, 刘建国. 农村电商供应链协同机制与绩效研究[J]. 中国流通经济, 2023, 37(2): 45-54.
- [12] 张伟. “村播”热的冷思考: 可持续性困境与破解路径[J]. 现代经济探讨, 2022(3): 110-117.
- [13] 黄祖辉, 王朋. 数字经济背景下农村电商的演化逻辑与发展趋势[J]. 经济学家, 2023(8): 89-98.
- [14] 郭沛. 数字乡村发展战略: 内在逻辑、实践困境与推进路径[J]. 中国农村经济, 2020(8): 2-15.