

“数字鸿沟”背景下农村电商发展的结构性约束与治理路径

汪永杰

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月3日; 录用日期: 2025年11月19日; 发布日期: 2025年12月17日

摘要

在数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下, 农村电商已成为推动农业转型升级、实现共同富裕的重要力量。本文以“数字鸿沟”为分析视角, 系统探讨农村电商在政策体系、平台机制与主体能力层面的发展困境。研究发现, 数字基础设施不均衡、平台资本逻辑强化与经营主体数字素养差异, 共同塑造了农村电商的边缘化与依附性特征。针对上述问题, 本文从三个方面提出建议: 第一, 完善政策支持体系, 夯实农村电商可持续发展的制度基础。第二, 规范平台运行秩序, 优化市场竞争与资源配置环境。第三, 强化主体能力建设, 培育农村电商的内生发展动能。通过制度、平台与主体能力的协同驱动, 推动农村电商由要素驱动型向制度能力协同型转变, 从而实现数字经济条件下乡村发展的包容性与可持续性。

关键词

数字鸿沟, 农村电商, 结构性约束, 治理路径

Structural Constraints and Governance Strategies for Rural E-Commerce in the Context of the “Digital Divide”

Yongjie Wang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 3, 2025; accepted: November 19, 2025; published: December 17, 2025

Abstract

Against the backdrop of the deep integration between the digital economy and the rural revitaliza-

文章引用: 汪永杰. “数字鸿沟”背景下农村电商发展的结构性约束与治理路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 2821-2826. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124181

tion strategy, rural e-commerce has become a vital driving force for agricultural transformation and the achievement of common prosperity. Taking the “digital divide” as the analytical perspective, this paper systematically examines the developmental dilemmas of rural e-commerce in relation to policy systems, platform mechanisms, and actor capabilities. The study finds that disparities in digital infrastructure, the intensification of platform-capital logic, and differences in digital literacy among business actors collectively shape the marginalization and dependency characteristics of rural e-commerce. In response to these challenges, the paper proposes three policy recommendations: first, to improve the policy support system and consolidate the institutional foundations for the sustainable development of rural e-commerce; second, to regulate platform operations so as to optimize market competition and resource allocation; and third, to strengthen capacity building to foster the endogenous driving forces of rural e-commerce. Through the coordinated advancement of institutions, platforms, and actor capabilities, rural e-commerce can be transformed from a factor-driven model to one characterized by institutional-capability synergy, thereby promoting inclusive and sustainable rural development under the digital economy.

Keywords

Digital Divide, Rural E-Commerce, Structural Constraints, Governance Pathways

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

在国家深入推进数字化转型的时代背景下，农村电商日益成为推动乡村振兴和实现城乡融合的重要抓手[1]。作为数字经济渗透到基层社会的一种新兴业态，农村电商借助互联网平台和数据要素重塑了传统农业生产、流通与消费的内在逻辑，显著提升了乡村资源配置效率与市场连接能力。然而，农村电商快速繁荣的背后仍存在着深层次的结构性约束。相较于城市地区，农村地区在数字化进程中仍处于明显的弱势地位，数字基础设施的不均衡布局、产品质量管控不力以及物流体系滞后等一系列“硬约束”，长期掣肘着农村电商发展。与此同时，由于农村电商主体普遍存在数字素养偏低和品牌建设不足的问题，导致农村主体在市场竞争中议价能力薄弱、抗风险能力不足，进一步深化了资源与能力间的不均衡，形成了“资源集中 – 能力失衡 – 发展分化”的困境，导致农村电商发展严重受限。

近年来，国家已逐渐意识到农村电商发展中深层次的结构性短板，并出台了一系列针对性政策予以回应。从2015年起，《数字乡村发展战略纲要》《关于加快农村电子商务高质量发展的实施意见》等政策文件相继出台，政策着力点也逐渐从初期的基础设施和网络建设向制度完善、主体培育与能力提升等领域转变，构建了以公共数字服务和专业电商培训为支撑的多维度支持网络[2][3]。尽管这些措施在缩小城乡之间“接入鸿沟”方面取得了一定成效，但数字技术的迅速推广与农村社会结构的适应能力之间依然存在着明显张力，“能力鸿沟”和“使用鸿沟”等更深层次的问题仍持续存在[4]。实践中的现实问题推动了理论研究的不断深入。学界围绕农村电商发展已开展了较为广泛的探讨，取得了一系列研究成果。例如，有的研究聚焦农村电商发展的供应链重构与区域特色品牌打造，以促进乡村产业融合与升级为研究核心[5]；也有学者基于区域经验，从基础设施建设、人才培养、品牌塑造等角度分析农村电商的制约因素[6]，并在此基础上提出了相应的对策建议。此外，部分学者强调政策支持与治理效能对农村电商发展中的关键作用，突显了政策制度的重要性[7][8]。然而，现有研究多从经济绩效或产业视角展开，鲜少

深入探讨数字化发展过程中的社会结构性不平等，尤其缺乏对“数字鸿沟”如何在技术、制度与社会关系相互交织影响下制约农村电商发展的系统性剖析。基于此，本文基于“数字鸿沟”的理论视角，通过深入考察国家与地方社会、数字平台与农村主体之间复杂的权力互动和治理逻辑，探讨制约农村电商发展的内在机制与演变路径，以期为推动农村电商实现更加高质量与包容性发展提供科学的理论解释和实践启示。

2. 数字鸿沟视角下的农村电商发展现状

2.1. 发展规模不断扩大

在政策引导和市场需求的双重推动下，农村电商产业规模进入稳步提升的新阶段，主要表现为电商交易规模稳步扩大与产业结构的持续升级。一方面，从电商交易规模看，政府对农村电商支持政策的层次与力度不断提升，从早期的基础设施建设、物流体系优化到农村电商示范县建设等多维举措，逐步构建起较为完善的政策保障体系。据商务部统计数据显示，2023年全国农村网络零售额达到2.5万亿元，其中农产品网络零售额占比显著增长，达到5800亿元，显示出农村市场消费潜力的进一步释放[3]。另一方面，从产业结构视角来看，农村电商正逐渐从早期以政策推动为主的外延式规模扩张，转向以市场需求拉动为核心的内涵式结构优化阶段。尤其是短视频、直播和社交电商等新兴模式的融合发展，有效拓展了农产品销售渠道，推动品牌传播模式创新。此外，工业品下沉和农村服务业的扩展使得农村市场进一步扩大、农村消费需求和产业需求持续增长。总体来看，农村电商开始从政策驱动型扩张转向市场驱动型渗透，其发展逻辑已由外延扩张转向内涵提升，正不断重构城乡经济互动格局与数字乡村建设的动力体系。

2.2. 发展模式的多元化演进

随着数字经济整体提速和乡村产业数字化转型的深入推进，农村电商发展模式逐步从单一型向多元型结构演化。早期的农村电商多依托综合性网络平台进行交易，主要目的在于通过突破传统农产品销售范围受限、市场信息不畅等流通障碍来实现“农产品上行”。随着数字基础设施的普及与城乡消费结构的转型升级，农村电商逐渐向“工业品下行”“服务下乡”“品牌共建”等领域延伸，实现了集生产、流通、消费一体融合的多元数字产业生态。与此同时，平台的集中运营模式为推动农业农村产供销有效对接，形成了一批依托产业集群和区域品牌效应所构建的县域农村电商体系，为县域特色产业数字化转型奠定了基础。此外，数字供应链管理和精准营销策略的广泛应用，也促使传统农业经营方式发生深刻变革，推动农村电商发展逐步由渠道驱动型模式转变为品牌驱动型模式。

3. 结构性约束：农村电商发展面临的问题

3.1. 政策层面：国家政策体系中的农村电商边缘化

尽管农村电商已逐渐成为推动农村经济转型的重要力量，但其发展过程中仍呈现明显的边缘化特征。近年来，国家层面对数字乡村建设持续投入使得农村电商总体规模不断扩大、产业结构不断调整优化，但从长远发展来看，农村电商发展仍面临着长期发展动力不足与结构失衡等深层问题。一方面，农村地区产业链配套薄弱、产品质量不稳定、生产规模不经济以及物流体系落后等现实短板并未有效解决，严重削弱了农村电商的市场竞争能力。另一方面，农村电商空间布局及产业结构存在明显分化，部分农村电商物流条件、产业配套等较好地区电商集聚区较多，如浙江、安徽等地区的“产业带电商模式”。但大多数农村电商聚集在中西部地区，经营模式仍然处于零散化、个体销售阶段。此外，区域之间的数字基础环境与市场环境的差异也造成农村电商发展不均衡问题突出，进一步加深了数字鸿沟问题；而农村电商多为低端环节，利润被平台公司、物流公司等中间环节挤压，发展收益分配极其不均衡，难以在市

场竞争中形成发展优势。

3.2. 平台层面：数字资本逻辑下的农村电商依附性

在数字经济体系中，电商平台已成为农村主体进入市场的主要通道。平台凭借算法与资本优势形成新的资源分配格局，使农村电商在快速扩张中陷入“依附发展”的结构性困境。首先，平台流量垄断加剧农村电商边缘化地位。平台以算法排序与广告投放的底层逻辑为前提，平台流量分配往往倾向于头部品牌与流量商，而农村电商主体在技术、资金、品牌等方面的限制难以获得稳定的曝光，只能依托平台活动与优惠销售，一旦流量提价与算法更改出现经营风险，外部性风险较大。其次，平台选择性的供应链模式导致农村电商发展困难。平台倾向选择标准化生产的产品，而大部分农村电商经营的是初级与低档农副产品，难以进入核心销售渠道。尽管部分电商主体以贴牌、代工厂等方式进入市场，但利润较低，议价空间受到平台及中间商的压缩，导致价值链分配严重失衡。在此背景下，农村电商主体很难积累资本得到发展。三是信息鸿沟的存在导致农村电商处于信息劣势地位，平台掌握着巨量的消费者行为习惯、市场发展趋势等重要信息，而农村电商却不具备相关的分析工具及数据的应用能力，难以将市场信息转化为经营工具。信息鸿沟的存在压缩了农户的自主性空间，也使其在数字经济中逐渐丧失了自主性与议价能力。

3.3. 主体层面：数字素养阶层化的结构性约束

农村电商的发展实质上是一场以数字能力为核心的社会结构重塑。数字技术的普及为农户打开了线上进入市场的契机，但数字素养与资源获取能力的获取差异却造成了市场主体在市场参与、市场收益等方面明显的分化。数字鸿沟的表现形式也从“连接鸿沟”转向“能力鸿沟”，成为制约农村电商高质量发展的深层约束。一方面，数字素养水平的高低决定了农村电商主体的市场能力，当前大多数农村电商经营者尚处于“触网卖货”的阶段，对平台经营机制、流量获取方式以及用户消费偏好等方面处于萌芽状态。经营模式单一，风险抵御与风险承受能力弱。另一方面，数字鸿沟与社会资本的发展密切相关，信息、资金等资源丰富的电商主体或企业更容易获取政策扶持、技术指导与市场信息，从而进一步巩固竞争优势；而普通电商经营者所掌握的信息明显滞后，难以实现跨平台经营与模式创新。长期来看，这种不平衡会加剧农村电商内部的分化。尽管部分平台机构和地方政府尝试通过培训弥补能力差距，但大多流于形式，培训缺乏针对性。此外，这种技能培训多以“一次性授课”为主，缺少后续的跟踪机制与资源对接，导致绝大多数农户无法将培训成果转化为生产力。

4. 治理路径的生成与演化

4.1. 完善政策体系，夯实农村电商发展基础

在数字经济与乡村振兴协同推进的背景下，农村电商正成为推动农业现代化和促进城乡要素流动的重要力量。然而，现行政策体系仍存在导向分散、执行碎片化与持续性不足等问题，难以支撑其长期发展。要破解这一困境，政策重点应由短期扶持转向长期赋能，通过制度创新与要素优化构建可持续的发展格局[9]。首先，要完善分级分类的政策支撑体系，注重政策地域之间的配套衔接。东部地区可发挥产业及品牌优势，将自身产业及产品与平台经济结合，打造品牌、标准等；中部地区可开展农产品加工、分级包装、冷储冷链体系建设，同时注重打通农产品上行通道，将一二三产业有机结合起来；西部地区则可将网络短板、物流短板补齐作为重点，将政策激励与市场调节结合起来，加强农村电商通达性和循环性。其次，应强化政策执行的持续性与制度化。地方政府在培育农村电商发展过程中不能只追求短期招商或者引入电商平台合作发展，要重视地方发展条件下的公共服务建设，加强信用建设和品质监管，做好产品信息溯源与交易买卖透明，为中小经营主体营造公平的市场发展环境、规范交易规则。第三，

完善多方协同的产业合作平台，推动政府、企业与农户形成共建共治的协同发展格局。地方政府要推动农村电商与农业合作社、供销系统、乡村产业园区等强强联合，实现数字技术在农产品分级、直播销售、供应链金融等环节的广泛应用，带动数字技术下乡。通过制度引导、要素带动的方式推动农村电商产业向内生性发展转型，为数字乡村建设奠定坚实的经济与制度基础。

4.2. 规范平台秩序，优化农村电商市场环境

在平台经济推动农村电商蓬勃发展的过程中，算法控制与流量分配机制在提升效率的同时也无形中形成了新的市场壁垒，使农村电商经营主体在信息获取、市场曝光和竞争机会方面长期处于不利地位。要想打破这一局面，需要在制度层面强化平台约束，并以多元主体协同完善监管体系，从根本上构建公开透明、竞争有序、可持续的数字市场环境[10]。首先，应优化平台治理结构，防范数字垄断与市场失衡。将政府规制从事后治理转变为事前预防与事中治理，推动流量支配、佣金分配与算法推荐的透明化、公开化，防范平台垄断信息优势导致的市场失序。同时，完善数据安全与信用体系建设，推动数据的社会化、合理化共享，促使农村经营主体能在平等的信息环境中科学决策，逐步消除“数据鸿沟”带来的结构性障碍。其次，强化平台企业社会责任。平台是数字经济发展的枢纽，在自身发展的同时也应承担带动乡村经济发展的社会责任。地方政府要鼓励企业积极扶持农村电商个体的发展，例如，平台可通过开设“县域优选”“乡村品牌馆”等专题，助力农村商家完成品牌打造、技术培训、营销推广。同时对发展困难的电商产业在流量支持、服务费减免、广告费用等方面给予一定的优惠，缓解经营困境。最后，大力推进数据基础设施建设，提升农村经营主体的数字技能水平。一方面，政府要大力推进公共数据平台建设，提供市场动态、消费、价格基础数据等信息，给电商经营者提供信息参考；另一方面，不断加强对农村电商主体的数字培训，提升其在数据分析、精准营销方面的能力。只有在制度保障、平台支撑和数字能力提升的多重驱动下，农村电商才能在数字经济体系中实现从被动性参与向主体性成长的根本转变。

4.3. 提升主体能力，培育农村电商内生动能

提升经营主体能力，是解决发展难题，推动农村电商高质量发展的关键所在。当前农村电商主体普遍存在数字能力不足、缺乏电商经验、组织化程度不高问题，导致其长期在市场竞争与平台机制中处于弱势地位。要改变这一局面，应该立足现实产业基础，围绕数字素养提升、创业孵化与要素保障、协作网络搭建三个方面稳步推进，增强农村电商的活力[11]。首先，要完善数字技能培训体系。在县域范围内依托农广校、职院、供销社等现有资源，开展短期培训班，在产品上架、订单处理与客户服务等方面进行培训辅导。例如，对于具有特色优势产业的村镇，通过邀请电商平台运营专家现场与当地电商主体进行培训指导，提高培训实际成效。其次，健全创业孵化与要素保障机制。地方政府可通过整合农产业园区、乡村振兴产业带等空间资源，搭建共享型电商孵化中心，提供仓储、摄影、法务、营销等“一站式”支持服务。鼓励支持金融机构降低创业贷款融资门槛，为返乡创业青年和小微企业兜底提供融资渠道。最后，完善以合作互助为核心的电商协作网络。依托合作社、产业联盟或乡村集体经济组织，探索“龙头企业 + 合作社 + 农户”的联动模式，促进资源共享与品牌共建。此外，地方政府在政策、信息和标准化服务上提供支持，从而减少单个主体在平台竞争中的脆弱性。在技能培训、要素保障、网络协同的支持下，农村电商主体的市场适应能力和市场创新力将得到实质性增强，从而为乡村数字经济健康持续发展提供内生动力。

5. 结语

在数字经济与乡村振兴战略深度融合的时代背景下，农村电商已成为推动农业现代化与城乡融合发

展的重要力量。作为数字技术向基层经济渗透的关键通道，农村电商不仅重塑了农业生产与流通方式，也在要素配置、产业升级与市场重构中发挥着结构性作用。然而，在数字鸿沟的深层背景下，其发展仍受制于基础设施薄弱、平台治理失衡与主体能力不足等多重结构性约束。这种“技术扩散与社会适应”的张力，决定了农村电商的发展不仅是经济命题，更是制度与治理命题。未来，农村电商的发展应从政策扶持型向制度协同型与内生发展型转变。政府层面需强化公共数字基础设施与普惠性制度供给，构建公平开放的数字市场环境；平台层面应承担起社会责任与公共治理职能，完善算法透明与流量分配机制，防止数字资本过度集中；农村主体则应通过系统性培训与组织化建设提升数字素养与市场协同能力。唯有在制度支撑、平台协同与主体赋能的多重支撑下，农村电商方能在数字经济时代实现由外生扩张向内生发展的跃迁，真正成为推动数字乡村建设与乡村振兴的核心力量。

参考文献

- [1] 张宏胜, 唐小平. 数字经济赋能农业产业高质量发展: 内在逻辑、现实困境及实践路径[J]. 西南金融, 2025(8): 97-108.
- [2] 王志辉, 祝宏辉, 雷兵. 农村电商产业集群高质量发展: 内涵、困境与关键路径[J]. 农村经济, 2021(3): 110-118.
- [3] 吕鹏, 林禹津. 时间不等人: 产业发展的政府-市场异步困境——以山县农村电商发展为关键个案[J]. 浙江社会科学, 2024(10): 57-70+97+158.
- [4] 赵琳霖, 徐延新. 乡村振兴背景下民族地区农村电商发展现状、困境及对策——以齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区为例[J]. 黑龙江民族丛刊, 2023(6): 59-63.
- [5] 詹晶, 卢春桃. 数字经济对我国农村电商发展的影响效应研究[J]. 调研世界, 2022(9): 3-11.
- [6] 孟卓然. 数字经济背景下农村电商发展困境与转型路径——以山东曹县大集“淘宝村”为例[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(15): 232-236.
- [7] 战燕娜. 数字经济背景下农村电商发展困境及应对策略[J]. 商展经济, 2025(15): 76-79.
- [8] 李佳豪, 张金肖, 刘霄飞, 等. 乡村全面振兴背景下许昌市农村电商发展困境及其路径选择[J]. 当代农村财经, 2024(12): 50-53.
- [9] 曹友斌, 郭峰, 熊云军, 等. 农村电子商务赋能乡村振兴——兼论农村内部的数字鸿沟[J]. 经济科学, 2025(5): 185-205.
- [10] 朱品文. 农村电商发展困境及对策分析[J]. 商业经济研究, 2016(10): 68-69.
- [11] 吴迪. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(5): 101-104.