

# 农村电商赋能共同富裕

## ——基于效率与公平的视角

王慷慨

贵州大学经济学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年11月5日；录用日期：2025年11月20日；发布日期：2025年12月15日

### 摘要

农村电商作为促进城乡要素配置的重要载体，已成为推动乡村振兴与实现共同富裕的关键路径。而实践中效率提升与公平保障之间的内在张力，制约了其赋能效应的持续释放。本文基于效率与公平的协同视角，系统探讨农村电商推动共同富裕的作用机制、现实挑战与优化路径。研究发现，在效率维度，农村电商通过优化资源配置、延伸价值链和激发创新创业，有效夯实了共同富裕的物质基础、产业支撑与主体动能；在公平维度，则依托机会公平、过程公平与结果公平的递进机制，显著增强了发展成果的共享性与包容性。研究进一步识别了效率与公平之间的潜在冲突，并据此提出以协同治理为核心的优化路径，为农村电商可持续赋能共同富裕提供实践指引。

### 关键词

农村电商，共同富裕，效率与公平

# Rural E-Commerce Enabling Common Prosperity

## —From the Perspective of Efficiency and Equity

Kangmiao Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 5, 2025; accepted: November 20, 2025; published: December 15, 2025

### Abstract

As a crucial vehicle for promoting the allocation of factors between urban and rural areas, rural e-commerce has become a key pathway for driving rural revitalization and achieving common pros-

perity. However, the inherent tension between efficiency enhancement and equity assurance in practice constrains the sustained release of its enabling effects. Based on a synergistic perspective of efficiency and equity, this paper systematically explores the mechanisms, practical challenges, and optimized pathways through which rural e-commerce advances common prosperity. The study finds that, in terms of efficiency, rural e-commerce effectively strengthens the material foundation, industrial support, and agentic impetus for common prosperity by optimizing resource allocation, extending value chains, and stimulating innovation and entrepreneurship. In terms of equity, it significantly enhances the inclusivity and shared nature of developmental outcomes through a progressive mechanism encompassing opportunity equity, process equity, and outcome equity. Furthermore, the study identifies potential conflicts between efficiency and equity and proposes an optimized pathway centered on collaborative governance, providing practical guidance for the sustainable empowerment of rural e-commerce in achieving common prosperity.

## Keywords

Rural E-Commerce, Common Prosperity, Efficiency and Equity

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

共同富裕作为中国式现代化的核心目标，其内在要求是在提升经济效率的基础上，更加注重社会公平与成果共享。农村地区的发展水平与农户增收能力，直接影响共同富裕的整体推进质量与可持续性。当前，我国农村仍面临城乡要素流动不畅、资源配置效率不高、产业附加值偏低等结构性困境，传统农业经济模式难以统筹效率与公平的双重目标，成为实现共同富裕的关键瓶颈。数字经济的兴起为破解上述困境提供了新路径。农村电商作为数字技术赋能乡村经济的重要载体，已超越单纯的线上销售渠道，演进为重构农村生产、流通与消费全链条的“经济重构器”，不仅通过打破地理阻隔、优化资源配置等显著提升了农村经济效率，也为带动农民增收提供了重要支撑。

通过对现有文献的梳理可知，农村电商在推进共同富裕进程中发挥着日益重要的作用。从效率维度看，农村电商通过扩大农产品交易规模、提升销售利润空间，有效激发了农民创业活力并拓展了非农就业渠道，进而带动收入水平整体提升[1]。在公平维度上，农村电商则通过促进城乡要素流动、拓展农村市场边界等方式，助力缩小城乡收入差距[2]。关于农村电商发展中效率与公平的关系，学界存在不同见解。部分研究认为，数字经济可在提升效率的同时促进公平，指出数字经济既能显著提高人均收入，也有助于降低基尼系数[3]。农村电商在提高农民人均可支配收入的同时，也降低了农村内部基尼系数，推动农民农村共同富裕[4]。另一部分学者则持审慎态度，认为效率与公平之间存在张力，指出数字经济发展可能因数字鸿沟加剧就业分化与信息不对称，从而拉大收入差距[5]。为此，有学者强调应重视效率与公平的协同关系，认为经济效率是实现共同富裕的基础，机会公平是主要手段，而结果公平则是必要支撑，需统筹推进[6]。

基于上述讨论，本文立足于“效率 - 公平”双重视角，构建二者协同赋能共同富裕的整合性分析框架，系统阐释农村电商在提升资源配置效率、推动产业转型升级、激发区域创新创业等方面的影响机制，并探讨其在促进机会公平、过程公平与结果公平方面的实现路径。同时，针对现实中效率与公平之间的张力，提出协调与优化策略。研究旨在揭示农村电商通过效率驱动与公平协同的双重逻辑，为政府制定

精准化电商扶持政策、市场主体构建包容性合作模式提供理论依据，助力化解数字红利分配不均等现实问题，为推动农村共同富裕提供系统性路径参考。

## 2. 农村电商赋能共同富裕的效率提升机制

### 2.1. 物质基础增效：优化市场资源配置

传统农业经济受地理阻隔与信息壁垒双重制约，长期处于规模小、分布散、竞争力弱的低效运行状态，资源错配严重制约农户增收，成为共同富裕的突出瓶颈。农村电商依托信息集成与供需精准匹配功能，能从以下两个维度重塑市场资源配置机制。首先，突破地理约束，拓展农产品市场边界。传统农产品交易受“产地市场”半径限制，交易范围狭窄且农户议价能力薄弱，易陷入“丰产不增收”困境。农村电商借助互联网的时空压缩特性，将区域性、季节性农产品直接对接全国乃至全球消费市场。这一转变不仅打破了传统批发渠道的地域限制，更使偏远地区特色农产品能够跨越空间阻碍，直达更广阔的消费市场，从而显著扩大了其辐射范围。同时有效激活了长尾市场效应，使过去因规模有限、标准化程度较低而被排除在传统流通渠道外的特色农副产品，能够精准匹配细分市场需求，从而将农村资源优势持续转化为市场竞争优势与农户增收优势，为共同富裕奠定坚实的物质基础[7]。其次，缓解信息不对称，降低全链条交易成本。“农户－中间商－消费者”的传统流通链条中，信息不对称推高交易成本、加剧资源错配，制约共同富裕推进效率。农村电商通过构建开放透明的信息交互平台，从两个关键层面有效破解了这一难题。从信息传递层面来看，电子商务平台提供的实时价格信号、供需动态变化等市场信息，使农业生产者能够根据准确的市场需求预测及时调整生产计划，实现了从“以产定销”到“以销定产”的经营模式转型。从流通组织层面来看，通过建立“生产者－平台－消费者”的直销模式，显著压缩了传统流通环节，有效降低了仓储保管、物流运输和多重加价等中间成本。这种系统性变革不仅直接减少了生产者的市场营销成本和消费者的购买支出，更重要的是通过提升整个供应链系统的信息传递效率和决策精准度，实现了社会总交易成本的显著节约，充分体现了帕累托效率改进的实践价值[8]。

### 2.2. 产业支撑赋能：深化价值链转型升级

农村电商并非单纯的销售渠道革新，更通过倒逼农业生产方式转型与产业结构升级，延伸农业价值链，提升农村经济整体竞争力，为共同富裕提供可持续的产业支撑。其一，推动农业生产标准化与品牌化。电商市场对产品品质稳定性、规格统一性的高要求，倒逼农业生产从“经验主导”转向“标准引领”。电商平台通过用户评价、退货率等市场化反馈机制形成刚性约束，促使农户与合作社引入标准化生产流程，开展产品分级、包装升级与质量认证。在此基础上，经营者为应对日益激烈的同质化竞争，进一步深入挖掘农产品的地域文化内涵，包括地理标志特征与民俗文化底蕴，系统构建品牌认知体系。这种从“卖原料”到“卖产品”再到“卖品牌”的进阶，本质是在农产品物理价值基础上附加品牌溢价与文化价值，显著提升单位产品收益，让农户分享更多产业增值利润，为共同富裕拓宽收入来源[9]。其二，延伸农业产业链，构建复合型产业生态。农村电商突破传统农业的产业边界，促进产业融合[10]。不仅聚焦初级农产品销售，更带动以农产品为原料的精深加工产业、乡村旅游与农事体验等现代服务业的协同发展。以特色水果产业为例，通过电子商务平台实现市场热销后，可进一步延伸开发果干、果酱、果汁等深加工产品系列，并借助电商平台积累的客户资源和品牌影响力，同步发展观光采摘、农耕体验等乡村旅游业态，最终形成“电商销售+加工增值+文旅增收”的多元化业态。这种产业融合发展新模式有效延伸了农业价值链，使加工、流通、营销等环节的利润更大程度地留存于农村本地，显著提升了农业产业体系的抗风险能力与综合效益，推动农村经济从“单一低效”向“多元高效”转型，为共同富裕筑牢产业根基[11]。

### 2.3. 主体动能激活：激发区域创新创业活力

农村电商以其低准入门槛与高场景渗透性的特征，有效激活了农村区域的创新动能与创业活力，优化了人力资源与资本配置格局，为共同富裕汇聚关键主体力量。一方面，催生新业态与新商业模式，盘活农村闲置要素。电商生态的繁荣直接推动了农村新兴职业与商业模式的迭代创新。除传统网店经营外，直播带货主播、短视频内容创作者、乡村电商运营专员等“新农人”职业群体逐步形成规模。同时，社区团购、订单农业、共享冷库等创新模式持续涌现。这些新业态不仅创造了新的经济增长点，更重要的是有效盘活了农村闲置劳动力、土地资源与仓储设施，将原本未被充分利用的生产要素纳入高效经济循环，显著提升了农村经济活力与韧性，为共同富裕激活了长期“沉睡”的要素潜能[12]。另一方面，引导要素逆向流动、破解发展瓶颈。长期以来人才与资本的“净流出”是制约农村发展、延缓共同富裕进程的核心问题。农村电商展现出的市场潜力，为农村居民就地就近就业的蓄水池，减少了劳动力外流[13]。深刻改变了社会对乡村的传统认知，进而吸引外出务工人员、高校毕业生、城市专业人士等群体返乡入乡创业。这些群体带回的先进技术、现代管理理念与市场化视野，为农村发展注入了优质人力资本。与此同时，社会资本与金融资本也逐渐聚焦农村电商领域，持续投向冷链物流、电商服务中心、品牌孵化等基础设施与配套服务[14]。这种“人才回归、资本回流、企业回迁”的要素逆向流动格局，有效扭转了农村要素净流出的不利态势，为共同富裕提供了至关重要的人力资本与金融资本支撑。

## 3. 农村电商赋能共同富裕的公平促进机制

### 3.1. 拓宽机会公平：降低市场准入门槛

机会公平是共同富裕的核心起点，农村电商通过打破传统经济的准入壁垒，为农村居民尤其是弱势群体提供平等的发展机会。一是畅通小农户市场准入渠道。传统农产品流通体系存在多重中间环节，形成了结构性市场壁垒。小农户由于生产规模有限、市场信息不对称、议价能力不足等因素，往往被排斥在主流市场体系之外。农村电商的兴起有效改善了这一状况。通过构建低门槛的线上市场空间，农村电商实现了流通渠道的去中间化，使小农户能够直接通过网店、直播等数字化渠道对接全国消费者。这种变革不仅降低了市场准入门槛，更重要的是实现了市场准入机制的民主化转型。在这一新机制下，小农户的特色农产品可以凭借其独特的品质特征获得市场认可，而非单纯依赖生产规模取胜。这种以产品价值为导向的市场评价体系，显著增强了小农户的市场参与能力，为其融入现代经济体系提供了平等起点[15]。二是创造多元就业机会。农村电商的发展催生了丰富的就业形态，形成了包括网络直播销售员、电商客服专员、快递配送员等在内的新兴职业体系。这些新兴岗位具有两个显著特征，在地域维度上，这些岗位支持本地化就业，有效突破了地理因素对农村居民就业选择的限制；在技能要求上，这些岗位呈现出明显的包容性特征，既为掌握数字技术的青年群体提供发展空间，也为技能水平相对较低的劳动者提供适宜的就业机会。这种多元化的就业生态，不仅有效吸纳了农村剩余劳动力，更重要的是通过就业结构的优化升级，为农村居民创造了多层次的发展渠道[16]。从促进共同富裕的角度看，这种就业生态的构建确保了不同技能水平的农村居民都能获得参与现代经济体系的机会，体现了发展机会的公平分配。

### 3.2. 保障过程公平：增强主体参与能力

过程公平强调在经济活动中确保所有参与者能够充分发挥其主体性。农村电商通过赋能传统社会结构中的弱势群体，有效提升了其参与经济活动的自主能力和话语权。一是推动女性经济赋权进程。在传统农业经济体系中，女性的经济贡献往往因社会文化因素而被系统性低估。农村电商的运营模式与女性在沟通协调、细节管理等方面特质高度契合，为农村女性创造了前所未有的发展空间。通过参与网店经营、直播带货等电商活动，大量农村女性不仅获得了独立的经济来源，更重要的是实现了从传统农业

生产者向现代经营者的角色转变[17]。这不仅提升了其在家庭决策中的地位，更通过经济独立增强了自我价值认同，使女性逐渐成为推动乡村发展和实现共同富裕的重要力量。这种基于能力建设的经济赋权，体现了过程公平对个体发展权利的充分尊重。二是培育新型农业经营主体。农村电商所具有的数字技术特征和现代商业属性，对受过良好教育的青年群体产生了强大的吸引力。这一新兴领域成功重塑了乡村的经济形象，展现出充满活力的发展前景。大量青年选择返乡创业，逐渐成长为既精通数字技术又熟悉市场运营的新农人。他们不仅引入了先进的技术和管理理念，更重要的是通过电商合作社、直播助农等创新模式，构建了带动周边农户共同发展的有效机制。从社会发展的角度看，新农人群体的形成不仅改善了农村的人口结构，更重要的是为乡村发展注入了持续的创新活力，增强了农村发展的内生动力。这种基于主体能力建设的发展模式，确保了发展过程的公平性和可持续性。

### 3.3. 实现结果公平：优化成果共享机制

结果公平是衡量社会公平程度的重要标准，强调发展成果在社会成员间的合理分配。农村电商通过调整价值链分配结构与要素流动方向，改善收入分配与区域发展格局，让共同富裕成果更公平地惠及全体农村居民。一是优化价值链收益分配。在传统分销体系中，价值增值主要集中于加工、流通等下游环节，初级生产者所能获得的收益份额相对有限。农村电商通过构建短链流通模式，显著改善了这一分配格局。具体而言，电商渠道的建立使农户能够直接参与流通环节的价值分配，并分享品牌建设带来的溢价收益。实证研究表明，采用直播带货等直销模式的农户，在提升产品销售价格的同时，还能够有效规避多级经销体系中的成本损耗。这种价值分配结构的优化，使产业链的价值分配更加向生产者倾斜，不仅直接提高了务农收入的绝对水平，还有效改善了农村内部的收入分配状况。从共同富裕的角度看，这种分配机制的创新确保了初级生产者能够合理分享产业发展成果，体现了发展成果的公平分配。二是促进区域协同发展。农村电商通过构建高效的城乡市场对接机制，引导资本、技术、人才等关键要素在城乡间重新配置。这一过程产生了显著的空间重构效应，使得城市资本加速投向农村冷链物流等基础设施领域，专业技术人员积极参与农村电商创业，城市消费需求有效拉动农村特色产业发展。这种要素的逆向流动不仅激活了农村闲置资源，更重要的是为不同发展水平的地区创造了差异化的发展路径。从微观层面看，帮助欠发达地区农户实现增收；从宏观层面看，为发展基础薄弱地区提供了依托特色资源实现跨越式发展的可行路径。这种基于比较优势的区域发展模式，确保了不同发展基础的地区都能找到适合自身特点的发展路径，体现了共同富裕在区域层面的发展公平。

## 4. 公平与效率的张力：农村电商赋能共同富裕的现实挑战

### 4.1. 效率优先引发的公平失衡

在农村电商发展过程中，市场机制对效率的追求往往引发资源的自发集聚，进而对多个维度的社会公平造成冲击。首先，数字鸿沟加剧群体间发展不平等。农村社会结构具有明显的异质性，不同群体在数字设备接入、技术操作能力与实际应用水平方面存在系统性差异。电商平台的算法机制天然倾向于流量集中，使得原本具备资本、技术和规模优势的头部经营者迅速占据核心资源，形成典型的马太效应。与此同时，普通小农户、老年群体等数字弱势群体因技能缺失与资源匮乏而被进一步边缘化。这种因数字素养和资源禀赋差异所导致的机会不平等，不仅未能缓解原有的发展差距，反而可能在数字经济背景下被进一步强化，形成新型社会分化。其次，价值链中的利益分配机制存在结构性失衡。尽管电商渠道在一定程度上压缩了流通环节，但分散化的小农户在价值链中的议价地位并未得到实质性改善。品牌运营、市场营销与数据管理等高附加值环节仍由平台或大型经销商主导，农户多数仍停留在初级产品供应商的角色，承担生产环节的自然与市场风险，却难以参与后续增值收益的分配。这种利益分配的结构性

失衡，反映出效率导向下公平机制的缺失。此外，区域间电商发展水平差距持续扩大。农村电商的发展高度依赖于物流网络、通信设施与产业配套等外部条件。东部沿海和城市近郊农村依托区位优势与完善的基础设施，能够快速获取电商发展红利；而偏远及欠发达地区受限于基础设施薄弱与物流成本高企，发展进程明显滞后。这种区域性发展条件的差异，导致电商经济在空间上呈现非均衡分布格局，与区域协调发展的公平目标形成突出矛盾。

#### 4.2. 公平导向对效率的潜在制约

如果公共政策在追求公平目标的过程中忽视市场规律，也可能因过度干预而对整体效率产生制约，具体表现为以下两类风险：一方面，普惠式政策可能导致资源配置效率低下。部分地方政府出于公平考量，采取广泛覆盖、均匀分配的支持政策，将资源分散投入至所有农户。此类方式虽具有良好的政策初衷，却容易导致资源无法集中用于最具发展潜力的主体与关键环节，难以形成规模效应与持续竞争力。若有限的财政资源与政策支持不能实现精准投放，其边际效益将逐步递减，最终影响区域电商产业的整体效能与发展动能。另一方面，行政过度干预可能抑制市场活力与创新。为快速实现公平目标或保障农户短期利益，行政力量若过度介入微观经营活动，如指定合作平台、干预定价机制或规定经营模式，将扭曲市场信号传导机制。此类干预不仅会削弱市场主体依据供需变化自主决策的能力，也会阻碍商业模式的自然演进与技术创新的有机涌现，长期来看将损害农村电商生态的可持续发展。

### 5. 协调与优化：共同富裕目标下的农村电商发展路径

#### 5.1. 完善数字基础设施，构建普惠性参与机制

实现共同富裕目标需以数字公平为基础，通过硬件建设与能力提升的双轮驱动，构建包容性发展环境。在基础设施方面，政府应发挥主导作用，引导社会资本共同投入，着力提升欠发达地区的网络覆盖质量与物流配送效率，有效降低农村电商的物理接入门槛。在人力资本建设方面，应建立分层分类的培训体系，针对小农户、女性与老年群体等特定对象开展数字技能培训，内容涵盖基础操作、网店运营、市场分析及金融知识等实用领域，系统提升数字素养与创业能力。在政策支持层面，需推动资源分配机制从“普惠均等”向“精准赋能”转变，通过创业补贴、流量扶持、税收减免等差异化措施，重点支持中小农户、初创主体及落后地区发展，既矫正市场形成的机会不平等，又保持市场竞争活力。

#### 5.2. 创新价值分配机制，构建利益共享格局

构建合理的利益分配关系是农村电商可持续发展的核心。应通过组织创新将分散农户深度嵌入价值链。一方面，推广“合作社 + 平台 + 农户”等紧密型组织模式，实现生产标准化与经营规模化，通过集体谈判提升农户议价能力。另一方面，完善契约设计，建立增值收益共享机制，确保农户稳定分享加工、流通与品牌环节的价值增值。同时，应重视数据要素的分配功能，建立健全数据确权、流通与收益分配制度。鼓励平台向农户开放脱敏数据支持经营决策，探索数据入股、收益分成等创新模式，使农户在初次分配中分享数字红利，实现从价值链参与者向价值共创者的转变。

#### 5.3. 优化协同治理体系，平衡政府与市场关系

构建公平与效率兼顾的电商生态，需要建立政府与市场各司其职、良性互动的治理架构。政府应聚焦制度供给与市场监管，完善涵盖数据安全、质量追溯、知识产权保护等规则体系，为市场主体提供稳定透明的制度环境。在明确政府职责边界的同时，应充分尊重市场规律，保障价格机制、竞争机制与创新机制的有效运行，激发市场内生动力。政府干预应以弥补市场失灵为限，坚持服务性与矫正性原则，

避免扭曲市场信号，最终形成有效市场与有为政府相互促进的治理格局，为农村电商赋能共同富裕提供制度保障。

## 参考文献

- [1] 秦芳, 王剑程, 胥芹. 数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J]. 经济学(季刊), 2022, 22(2): 591-612.
- [2] 陈享光, 汤龙, 唐跃桓. 农村电商政策有助于缩小城乡收入差距吗——基于要素流动和支出结构的视角[J]. 农业技术经济, 2023(3): 89-103.
- [3] 白雪洁, 李琳, 宋培. 兼顾效率与公平: 中国数字经济发展对经济增长与收入不平等的影响研究[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2023, 43(1): 38-50.
- [4] 曹增栋. 电子商务促进了农民农村共同富裕吗?——基于收入增长与差距缩小的双重视角[J]. 西部论坛, 2024, 34(3): 95-110.
- [5] 王俊杰. 数字经济之于共同富裕: 效率还是公平? [J]. 浙江工商大学学报, 2024(4): 111-124.
- [6] 夏杰长, 王鹏飞, 申始占. 共同富裕的内在逻辑与实现路径: 基于公平和效率视角[J]. 消费经济, 2022, 38(6): 3-10.
- [7] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.
- [8] 罗千峰, 胡雯, 赵奇锋. 电商经营如何促进农户增收——基于中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J]. 经济与管理, 2023, 37(5): 1-8.
- [9] 关昕, 胡志全. 农村电商持续赋能间接参与农户的增收机制[J]. 中国流通经济, 2025, 39(8): 50-61.
- [10] 孙哲远, 刘艳. 电商下乡对农村三产融合的影响——基于电商示范县设立的准自然实验[J]. 中国流通经济, 2022, 36(11): 49-59.
- [11] 赵芳. 农村电商发展对农村经济的影响与作用[J]. 中国集体经济, 2024(11): 41-44.
- [12] 王瑞峰. 相对贫困视阈下农村电商助农增收的中介效应研究[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2022, 51(2): 55-66.
- [13] 王奇, 晋晓姝. 农村电商特色产业创业与稳就业[J]. 产业经济评论, 2025(1): 108-123.
- [14] 杨志安, 韩紫微. 农村电商促进乡村创新创业的资源效应和融合效应——基于中国 1546 个县域数据的实证分析[J]. 农业经济与管理, 2025(1): 120-132.
- [15] 蔡洁, 谢怡薇, 李迎夏, 等. “赋能”还是“负担”? 小农户融入电商价值链对共同富裕的影响研究[J]. 农林经济管理学报, 2024, 23(6): 778-788.
- [16] 潘嗣同, 龚教伟, 高叙文, 等. 电商进村政策实施的就业效应与机制分析[J]. 中国农村经济, 2024(4): 141-162.
- [17] 程欣炜, 岳中刚. 参与农产品电商能够提升农村女性有薪劳动绩效吗?——基于 10 省种植户家庭跟踪数据[J]. 商业经济与管理, 2021(10): 5-19.