

农村电商助力乡村振兴路径分析

——以四川省巴中市为例

赵雅琪¹, 胡添艺²

¹南京林业大学马克思主义院, 江苏 南京

²南通理工学院用友数智学院, 江苏 南通

收稿日期: 2025年11月11日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月18日

摘要

农村电商作为互联网经济的重要组成部分, 为乡村振兴提供了新的动力。本文以四川省巴中市农村电商为例, 探讨农村电商助力乡村振兴的发展路径, 以农村电商助推乡村振兴战略实施具有重要的理论价值和现实意义。本文首先分析农村电商的概念及乡村振兴战略的内涵和实施目标; 其次从产业发展、生态宜居、乡风文明、乡村治理、生活富裕五方面论证农村电商助力乡村振兴的理论机制; 再次介绍选点依据和巴中农村电商发展现状, 同时进行农村电商助力乡村振兴理论机制的实证分析; 最后针对农村电商助力乡村振兴存在的问题提出针对性的对策建议。

关键词

农村电商, 产业振兴, 生态宜居, 乡风文明, 乡村治理有效

Analysis of Rural E-Commerce Pathways in Promoting Rural Revitalization

—Taking Bazhong City in Sichuan Province as an Example

Yaqi Zhao¹, Tianyi Hu²

¹School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

²Yonyou Digital Intelligence College, Nantong Institute of Technology, Nantong Jiangsu

Received: November 11, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 18, 2025

Abstract

As an important component of the Internet economy, rural e-commerce has provided new impetus

文章引用: 赵雅琪, 胡添艺. 农村电商助力乡村振兴路径分析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3170-3176.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14124225

for rural revitalization. This paper takes rural e-commerce in Bazhong City, Sichuan Province as an example to explore the development path of rural e-commerce in promoting rural revitalization. The development of rural e-commerce to boost the implementation of the rural revitalization strategy has significant theoretical value and practical significance. This paper first analyzes the concept of rural e-commerce and the connotation and implementation goals of the rural revitalization strategy; then discusses the theoretical mechanism of rural e-commerce in promoting rural revitalization from five aspects: industrial development, ecological livability, civilized rural customs, rural governance, and prosperous life; then introduces the selection basis and the current development status of rural e-commerce in Bazhong and conducts an empirical analysis of rural e-commerce in promoting rural revitalization; finally, it puts forward targeted countermeasures and suggestions for the problems existing in rural e-commerce in promoting rural revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, Industrial Revitalization, Ecological and Livable Environment, Civilized Rural Customs, Effective Rural Governance

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

目前我国正全面推进乡村振兴战略, 农村现代化建设持续推进。现有研究认为农村电商作为新经济产业, 对于促进农村经济发展、推动乡村振兴具有重要意义[1], 是促进乡村振兴战略落实的重要手段, 也是实现农村经济发展的重要途径[2]。目前, 农村电商发展除了需要政策、资金支持, 还需要完善基础设施和专业人才支持[3]。四川省是农业大省, 加快实施乡村振兴战略, 是推动四川省农业高质量发展, 建设数字化现代化乡村的必要途径。巴中农村电商是四川农村电商发展的缩影, 农村电商快速发展为当地经济的转型升级提供了有力支撑。以巴中市为例探讨农村电商如何助力乡村振兴, 发现发展农村电商面临的现实问题, 进而选择科学适宜的发展路径, 让电子商务的积极影响作用于地区的经济、文化、信息、社会资源等方面, 加快实现乡村振兴战略目标。

2. 农村电商助力乡村振兴的理论机制分析

2.1. 农村电商促进基础设施建设, 助力农村产业发展

农村电商通过“基础设施升级 - 物流体系布局 - 全产业链效率优化”的联动模式, 以交通基建打破地理阻隔、以冷链电力保障产品品质为基础支撑, 借助县乡村三级物流节点, 压缩农产品流通的时空距离和中间损耗, 使山区特色农产品得以突破传统销售方式, 提升流通效率同时也降低综合成本, 进而提升农村生产要素价值, 推动传统农业向数字化、现代化农业转型升级, 形成可持续发展循环, 为乡村振兴注入数字动能并重塑城乡经济循环[4]。

2.2. 农村电商推动绿色生产促进生态宜居建设

搭建“绿色认证 - 消费投票 - 生态反哺”的价值转化形式, 减少化肥农药的生态农产品通过电商获得产品的溢价, 农民从“被动环保”转向主动建设生态农场; 消费者用订单为绿水青山“投票”, 促使地方政府将农药包装回收、秸秆利用等环保措施纳入电商供应链管理, 形成“环保投入提升产品竞争力 -

电商溢价反推生态维护”的闭环。例如某茶叶产区通过电商大数据精准测算生态养护成本, 创新“每卖一斤茶提取 2 元种树基金”的模式, 从而推进产业发展与森林覆盖率同步增长[5]。

2.3. 农村电商构建文化交流平台促进乡风文明建设

电商经济成为消解城乡文化屏障的“数字桥梁”, 留守妇女变身带货主播、返乡青年组建短视频团队, 这些“新农人”用直播镜头传播腊味制作、竹编工艺等传统文化的同时, 又将现代契约精神、知识产权观念植入乡村。当“李子柒式”田园 IP 吸引城市消费者为文化附加值买单, 曾经外出打工的年轻人开始重拾祖辈手艺, 形成“文化变现激活传统技艺 - 技艺传承重塑文化自信”的良性循环。某刺绣之乡通过电商订单复活 12 种濒临失传针法, 更催生“绣娘评星级、作品入云端”的数字化传承体系, 推动了乡村文明的建设[6]。

2.4. 农村电商促进数据协同助力乡村治理建设

电商通过大数据与“互联网 + 政务”的深度融合, 引导技术赋能乡村的基层社会治理。在决策方面, 利用农产品质量监测、物流轨迹追踪等数据模块为政府决策提供依据; 在服务方面, 村级电商服务站通过整合民政、社保等政务服务, 提升基层服务与治理效能; 在参与机制上, 利用电商平台创新的村务板块进行线上表决, 提升村民线上治理参与度, 同时, 利用电商信用体系与乡村治理积分制进行融合, 形成数字化时代基层治理的新方法[7]。

2.5. 农村电商拓展收入渠道, 推动农村居民生活富裕建设

电商经济搭建起“家门口创收 - 消费升级 - 抗险托底”的民生改善闭环。当农产品网销比例突破 40%, 农户收入结构从“种地 + 打工”转向“生产 + 电商服务 + 分红”的多元组合, 如某香菇产区村民同时获得种植收入、直播佣金、合作社股金三重收益; 收入增长带动家电汽车等“万元级消费”下沉到农村, 而电商保险、订单农业等创新又把市场价格波动的风险大大降低, 形成“线上增收敢消费、风险可控愿投入”的财富增长的新方式[8]。

3. 选点依据及巴中农村电商发展现状

3.1. 选点依据

巴中市坐落于四川省东北部, 位于大巴山脉腹地, 作为我国贫困地区的典型之一, 长期以来深受地理区位与资源禀赋等因素的制约。近年来, 伴随国家对贫困地区发展关注度的不断提升, 巴中在基础设施建设与扶贫政策落实等方面取得了长足进步。一系列交通设施的逐步完善, 极大地改善了其对外连通条件; 多元扶贫政策的精准实施, 在一定程度上缓解了部分贫困问题。然而, 巴中农村经济发展依旧面临考验, 农民收入水平增长缓慢, 农村地区就业机会稀缺等问题依旧突出。在此背景下, 农村电商作为一种创新性商业模式, 凭借其突破时空限制、拓展市场边界的独特优势, 为巴中乡村振兴战略的推进带来了全新契机。通过对巴中这些成功实践的研究, 能够清晰地梳理出农村电商从起步到发展壮大的脉络, 总结出可操作、可复制、可推广的发展模式和运营策略[9]。

3.2. 数据来源

本次研究所有数据的获取过程遵循系统性与可追溯性的原则, 通过三种渠道构建完整数据链条: 一是研究人员于 2024 年 12 月至 2025 年 2 月期间实地走访巴中市农业农村局、商务局及乡村振兴局等职能部门, 对 3 名分管农村电商与乡村振兴工作的干部、2 名乡镇基层工作人员以及 6 名村级电商服务站运营者开展访谈调查, 重点围绕“基建物流协同机制”“绿色生产推广难点”“电商人才返乡意愿”等主题

获取相关资料,例如在访谈中确认了绿色农产品认证流程,以及“智慧乡村平台”开发背景等内容;二是依托巴中市政府信息公开平台动态跟踪数据的更新,持续关注巴中市统计局官网“统计数据”专栏,获取快递业务量、移动电话用户数等高频指标,下载《2020年巴中统计年鉴》《2024年巴中统计年鉴》《2024年巴中经济工作手册》等电子文档;三是在市图书馆地方文献室调阅了实体存档资料,包括2020年至2024年出版的《农村经济工作手册》以及《乡村振兴战略实施评估白皮书》,通过检索摘录公路通车里程、农药施用量、恩格尔系数等关键指标,验证农村电商对乡村振兴的影响情况。

3.3. 巴中农村电商发展历程

2015年国务院办公厅发布《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》巴中市政府积极响应国家政策,努力推进农村电商产业布局,巴中农村电商发展主要分为4个阶段。

2015~2017年为起步阶段,2015年巴中市出台《关于加快电子商务发展的意见》其中提出实施“全企入网”“全民触网”和“电商进农村”三大工程,这一政策是巴中农村电商发展的重要节点。2015~2017年通江县、平昌县等纳入国家级电商进农村示范县项目。在这一阶段以政策试点为主,搭建“县-乡-村”三级物流体系初步实现工业品下乡与农产品进城双向流通,2017年10月巴中市电子商务实现农村全覆盖。

2018~2020年为快速扩张阶段,依据2016年9月《巴中市电子商务精准扶贫工作综述》对巴中电商发展的规划,电商扶贫成为巴中经济发展的核心战略。在这一阶段巴州区、南江县纳入国家级示范县,获省级脱贫奔康示范项目支持。2018年1~5月电商交易额72.69亿元,同比增长24.7%,如通江银耳、南江黄羊等特色农产品龙头企业带动模式普及,经开区火车站物流园区建设加速。

2021~2023年是巴中农村电商规范发展的阶段,建设秦巴区域电商产业园,实施“巴食巴适”区域公用品牌战略。在这一阶段农村电商从规模扩张转变为质量提升,补强冷链物流短板的同时,推动农产品标准化,如老廖家食品、马小白等区域品牌带动溢价。

2024年至今是电商数字化转型阶段,2024年9月全国数字乡村建设工作现场推进会于四川绵阳召开。巴中市积极响应《数字乡村行动计划(2022~2025)》与京东、拼多多等电商平台共建“数字农业基地”与此同时推进乡村基础设施建设、人居环境整治等多项重点内容,重视发展智慧农业,利用数字技术反哺农业生产。

4. 农村电商助力乡村振兴实践分析

4.1. 巴中农村电商助力乡村振兴的成效

4.1.1. 农村电商通过基建物流促进产业振兴

产业振兴是乡村振兴的核心环节,农村电商是基础设施建设与物流体系建设的桥梁,巴中市采取“基建先行、物流跟进、双向赋能”的策略用以解决农产品销售困难、运输成本高等问题。巴中市乡道公路通车里程从2015年的2286公里增至2023年的5460公里,实现“村村通公路”的基础设施保障,而货物运输周转量从2015年的38.69亿吨公里提升至2023年的50.68亿吨公里,叠加快递业务量从2015年184.36万件激增至2023年2281.27万件,表明物流体系与电商渠道的深层次结合。同期农业产值从2020年131.55亿元持续攀升至2023年197.22亿元,印证了农村电商通过缩短产销链条、降低运输成本,有效激活农产品流通效率,最终形成“完善基建-畅通物流-扩容电商-农业增值”的产业振兴闭环[10]。

4.1.2. 农村电商利用绿色生产助力生态宜居

生态宜居是乡村振兴的关键目标,良好的生态环境是农村可持续发展的基础。巴中市通过农村电商

与绿色生产协同推进生态宜居建设,其化肥施用量从 2015 年 14.2 万吨持续下降至 2023 年 10.43 万吨,农药使用量从 2080 吨减少至 1641 吨,表明农业生产的化学投入强度显著降低,践行绿色低碳理念;之后互联网商品零售额短暂下滑至 1.46 亿元,但 2023 年零售额跃升至 3.59 亿元[10],印证了绿色农产品通过电商实现价值转化——品质提升的产品借助线上销售扩大市场,既增加农户收入又反向激励生产端坚持减药减肥的环保模式,形成“绿色生产-品质溢价-电商赋能-生态增效”的可持续发展产业链,最终推动生态保护与经济发展的良性互促。

4.1.3. 农村电商文化交流平台助力乡风文明

乡风文明是乡村振兴的重要保障,体现了农村的精神风貌和文化底蕴。随着电商的普及农村与城市文化交互日益频繁,电商行业的兴起为农村青年提供了更多就业机会,吸引他们回乡发展,人口流动数据在一定程度上反映了乡风文明建设情况。巴中通过村规民约、道德银行等制度虽然一定程度上改善了红白事大操大办等陋习,却未完全消解人口流失对乡村文化遗产的冲击,年轻群体参与乡风文明建设的积极性仍需提升。

4.1.4. 农村电商通过数据协同促进乡村治理

治理有效是乡村振兴的重要基础,影响着农村社会的稳定与发展。农村电商的发展为乡村治理提供了新的手段和思路。通过电商平台,农村可以更便捷地获取市场信息、技术支持等资源,并且电商的发展离不开数字信息技术的支持。巴中市通过数智乡村云平台建设,整合上万条基础信息上云,覆盖 122 个乡镇,实现村级事务线上管理、信息发布、应急处理等功能,例如村民通过“慧村平台”手机 APP 实时反馈问题并参与村务治理,村委迅速响应并回复处理结果,有效提升基层治理效率与透明度。

4.1.5. 农村电商拓展收入途径推动农村生活富裕

生活富裕是乡村振兴的根本目的。农村电商作为增加农民收入的重要途径,对实现居民生活富裕目标具有重要作用。从 2015 年至 2023 年巴中农村居民人均可支配收入由 9084 元持续增长至 17,247 元,年均增速约 8.5%,人均消费支出从 7721 元提升至 14,455 元,年均增长 7.8%,而恩格尔系数则从 47.5%显著下降至 38.9% [10],这组数据通过“收入-消费-结构”的验证,展现了农村居民生活质量得到改善。农村居民收入增速加快,消费增长情况下也有了一定的财富积累,恩格尔系数进入 30%~40%的“相对富裕”区间则表明居民从温饱型消费转向发展型消费,结合巴中农村电商通过直播助农、企业入驻、风险保障等创新模式拓宽增收渠道的背景,说明电子商务不仅有效激活了农村经济活力,更通过产业链延伸和风险对冲机制,实现了农民“钱袋子鼓起来、消费结构优起来、生活品质提起来”的良性发展,为乡村振兴提供了可参考可实践的案例。

4.2. 巴中农村电商助力乡村振兴存在的不足

巴中市通过积极探索发展农村电商的路径助推乡村振兴战略的实施,虽然取得了一定成效,但也因电商发展起步较晚,农村地区经济力量薄弱等情况导致巴中农村电商的发展存在不足之处。

乡风文明建设面临人口流失挑战,尽管电商如“双书记”直播助农吸引部分青年返乡创业,但常住乡村人口从 207.97 万降至 135.34 万降幅为 34.9%,且 2023 年流入人口数降至 15 万[10],反映城乡人口流动仍以城镇化为主;青年返乡就业稳定性不足,年轻群体参与乡风文明建设的积极性仍需提升,传统乡村文化遗产面临挑战。电商带动的就业与产业韧性不足,外部冲击下产业链抗风险能力较弱,难以形成可持续的人才吸引力。治理有效性的提升仍面临挑战,老年群体对数字工具适应性不足,需通过电视专区等传统渠道辅助信息传递;电商对治理的赋能区域之间存在不均衡现象,但部分偏远地区仍依赖传统的治理手段。

5. 农村电商助力乡村振兴的对策建议

5.1. 以电商为纽带建设“留人机制”，破解人口流失困局

针对青年返乡稳定性不足等问题，可以通过电商产业链延伸创造“家门口的高质量就业”，一是打造“农村电商创业孵化中心”，对掌握直播带货、网店运营技能的返乡青年提供三年期的“零租金创业工位 + 首年流量扶持”。二是推行“电商合作社人才晋升制”，鼓励像“双书记直播”这样的案例扩大团队的规模，明确社员从“助播 - 主播 - 品牌合伙人”的晋升路径，让参与农产品电商的年轻人不仅能获得订单分红。三是建立“城乡技能交换平台”，利用微信、支付宝小程序开设“乡村达人课”，邀请返乡青年在线传授电商技能，同时对接城市设计师、营销专家开展远程辅导，让青年群体在知识反哺中增强乡土认同感，逐步转变青年人“进城打工才是出路”的传统观念。

5.2. 利用电商场景引导文化传承，重塑乡村精神共同体

为解决文化传承断层和青年群体参与度低的问题，可以将电商活动转化为文化传播的载体：如发起“一村一品故事计划”，通过所有线上销售的农产品配备“文化溯源二维码”，既可以提升产品溢价，更能让外出青年通过观看视频影像、参与视频制作重新认识家乡价值；如创设“电商文化积分银行”，村民通过参与村史馆义务讲解、传统手工艺教学直播等活动赚取积分，可兑换电商培训名额或物流优惠券，在平昌县试点将“制作竹编直播课”与快递费减免挂钩，促使中老年群体主动向年轻人传授技艺；也可以通过打造“线下文化电商融合站”，在村级电商服务站增加乡愁书屋、非遗工坊等区域，定期举办“电商夜市文化节”，邀请城市消费者体验采摘与民俗活动，通过城乡互动逐步消解“乡村文化落后”的刻板印象。

5.3. 用数字工具弥合代际鸿沟，强化治理文化根基

针对老年群体数字鸿沟及治理不均衡等问题，可以选择开发“适老化文化治理工具”：一是推广“电视版村务电商平台”，在广电网络中开通专属频道，老年人用遥控器即可查看村集体电商项目、投票评选“孝善家庭”，操作界面可以采用方言语音播报 + 放大字体设计，让不擅长使用智能手机的群体也能参与监督；二是组建“银龄电商顾问团”，招募低龄健康老人担任本地特产“口碑测评员”，通过录音等形式反馈产品质量问题，其意见直接关联合作社信用评分，既赋予了老年人话语权又保障了产业品质；三是建立“治理效能红黑榜”，在镇政府公众号平台每月公示各村的电商参与度、文化活跃度等指标，对偏远落后村实施“治理帮扶机制”，例如安排示范村书记远程指导落后村搭建“网上村规民约”平台，通过跨村协作缩小乡村数字治理的差距。

基金项目

江苏省高等学校大学生创新创业训练计划项目《资本异质性与乡村有效治理路径研究》(202410298209Y)。

参考文献

- [1] 王秀芬. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径分析[J]. 商场现代化, 2024(10): 56-58.
- [2] 李秋燕. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 182-185.
- [3] 吴海英. 基于乡村振兴背景下的农村电商发展问题及解决措施——以山东省莘县为例[J]. 山西农经, 2023(2): 82-84.
- [4] 邱萍. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径[J]. 山东农业工程学院学报, 2024, 41(6): 75-79.
- [5] 楚方元. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径探讨[J]. 中国集体经济, 2024(30): 17-20.
- [6] 胡彬. 河南农村电商助力乡村振兴路径探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(1): 113-115.

- [7] 刘伟清. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径分析[J]. 中国商论, 2023(16): 43-46.
- [8] 修中规. 新时期政府推动农村电商发展路径研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 电子科技大学, 2022.
- [9] 徐培梁. 四川省农村电子商务发展现状与对策研究[J]. 数字农业与智能农机, 2023(4): 110-112.
- [10] 巴中市统计局. 巴中统计年鉴 2024 [M]. 巴中: 巴中统计年鉴编辑部, 2024.