

电子商务赋能下农业现代化引领农村全面振兴的发展路径探究

成宇帆

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年11月14日; 录用日期: 2025年11月26日; 发布日期: 2025年12月25日

摘要

基于《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》等国家战略纲领, 深入探究了电子商务作为关键赋能量, 在驱动农业现代化并引领农村走向全面振兴中的核心作用与发展路径。文章系统剖析电子商务通过拓宽市场空间、倒逼生产标准化、促进三产融合、培育新业态等机制, 提出了强化供应链韧性、培育数字人才、深化数据应用等前瞻性政策建议, 以期为在新发展阶段高质量推进乡村全面振兴提供理论参考。

关键词

电子商务, 农业现代化, 乡村振兴, 数字乡村, 产业融合

Development Path of Agricultural Modernization Empowered by E-Commerce Leading to Comprehensive Rural Revitalization

Yufan Cheng

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: November 14, 2025; accepted: November 26, 2025; published: December 25, 2025

Abstract

Based on national strategic directives such as the "Central Committee of the Communist Party of

文章引用: 成宇帆. 电子商务赋能下农业现代化引领农村全面振兴的发展路径探究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 4571-4577. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124403

China and the State Council's Opinions on Further Deepening Rural Reform and Solidly Advancing Comprehensive Rural Revitalization", this paper delves into the core role and development path of E-commerce as a key enabling force in driving agricultural modernization and leading towards comprehensive rural revitalization. It systematically analyzes the mechanisms through which E-commerce broadens market access, drives production standardization, promotes the integration of the primary, secondary, and tertiary industries, and fosters new business formats. The paper puts forward forward-looking policy recommendations, including strengthening supply chain resilience, cultivating digital talent, and deepening data application, aiming to provide theoretical reference for high-quality advancement of comprehensive rural revitalization in the new development stage.

Keywords

E-Commerce, Agricultural Modernization, Rural Revitalization, Digital Village, Industrial Integration

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

“民族要复兴，乡村必振兴。”农业现代化是全面推进乡村振兴的战略基石，电子商务作为数字经济的突出代表，正日益成为驱动农业农村现代化转型的核心引擎。《中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》明确提出要“精准务实培育乡村产业”，《数字乡村发展战略纲要》和《2025年数字乡村发展工作要点》更是将发展农村电子商务作为壮大乡村数字经济的重要抓手。电子商务已从单纯的农产品销售渠道，演进为重构农业产业链、赋能农村发展的重要力量。

本文基于国家乡村振兴战略框架，深入探究电子商务赋能农业现代化引领农村全面振兴的发展路径。研究表明，电子商务通过创新商业模式、重塑供应链体系、培育数字生态，有效破解了小农生产与大市场的对接难题，推动了农业生产标准化、经营规模化、产品品牌化进程。同时，电商发展带动人才、技术、资金等要素向农村集聚，催生了乡村新业态新模式，为农村产业融合发展和农民增收致富开辟了新途径。

文章将系统分析电子商务在推动农业转型升级、促进农村三产融合、培育乡村数字人才等方面赋能机制，并提出以电商赋能引领农村全面振兴的实践路径和政策建议，为数字经济时代全面推进乡村振兴提供理论参考和实践借鉴。

2. 电子商务对农业现代化的赋能机制分析

平台生态系统理论视角下，电商助农的“赋能”本质，并非单向的资源输送，而是平台通过架构设计与规则治理，将政府、农户、消费者等多元主体编织成一个价值共创网络，在动态互动中实现“接口简化”、“资源编排”与“制度创业”，最终促成各主体能力共生与农业价值链重构的复杂社会过程，并为农业现代化注入持续性、系统性动力。

在这一系统中，赋能机制[1]具体体现为：在生产环节，打破信息壁垒，以消费数据驱动生产决策，促进生产高效化；在流通环节，整合物流、信息流与资金流，重构供应链，极大实现了流通便捷化；在经营环节，它将分散的小农纳入社会化分工网络，通过品牌化与标准化服务，助力其实现经营规模化；最

终，在整个产业生态层面，它催生了农旅融合、定制农业等新业态，推动了产业生态化与价值重构。

2.1. 生产环节：以“数据驱动”推动农业生产精准化转型

传统农业生产存在“盲目种养”“资源浪费”等问题，而电商通过需求数据反哺生产。一方面，电商平台的消费数据如用户偏好、市场需求趋势等信息可以指导农业生产。例如，阿里农产品电商平台通过大数据分析，将消费者对农产品的需求反馈给上游农户，引导农户调整种植结构，避免了传统种植中“丰产不丰收”的困境。另一方面，电商与物联网、智能设备的结合，推动生产过程数字化。农户通过电商平台采购智能灌溉、虫害监测等设备，同时借助平台的农业技术服务如在线农技指导、无人机植保预约等等，实现“精准施肥、精准防控”。

2.2. 流通环节：以“渠道重构”破解农产品“流通难”痛点

农产品流通长期受“损耗率高、物流成本高”制约。针对这一问题，电商平台直接连接农户和消费者，削减传统流通中的中间环节，实现“产地直达餐桌”。例如，拼多多的“农地云拼”模式[2]，将分散农户的农产品整合，通过平台直连消费者，使流通环节缩减，流通成本降低，同时让农户获得的利润提升。其二，电商企业推动农村物流网络升级，破解农村物流不方便的难题。一方面，电商企业联合地方政府建设县级仓储中心和乡镇服务站，形成覆盖县、乡、村的物流网络；另一方面，针对生鲜农产品，电商主导构建“产地预冷-冷链运输-终端保鲜”的全链条冷链体系，彻底改变了“蔬菜烂在路上”的局面。

2.3. 经营环节：以“模式创新”推动农业经营规模化与品牌化

传统农业以散户经营为主，存在“抗风险能力弱、品牌意识薄弱”等问题，在规模化方面，电商平台通过组织整合的模式，整合分散农户资源。例如，浙江遂昌以政策为引导、电商平台为纽带推动茶产业整合发展，全县14.01万亩茶叶种植基地吸引900多家企业、合作社及6.55万余人参与[3]，通过搭建电商直播平台、对接阿里京东等主流电商渠道，结合“统一加工、品牌营销”的产业模式，借助“丽水山耕”区域公用品牌赋能，实现本地农产品普遍溢价20%~30%，2023年浙西南(遂昌)高山茶叶市场交易额已达7.316亿元[4]，茶产业成为县域富民强村的核心支柱。

在品牌化方面，电商为农产品提供品牌赋能的全链路支持。一方面，电商平台开设“地理标志产品专区”“助农专区”，帮助农产品建立品牌辨识度，如“赣南脐橙”“烟台苹果”通过天猫、京东的品牌专区，形成全国性知名品牌；另一方面，通过直播电商、短视频营销等新形式，让农产品品牌更贴近消费者。

2.4. 产业生态环节：以“跨界融合”推动农业产业多元化发展

农业现代化不仅需要生产、流通、经营的升级，更需要与其他产业融合合作发展，延长产业链、提升价值链。比如“电商和农产品加工”，电商平台根据消费者需求，引导农户发展农产品深加工，如河南驻马店的农户与食品加工企业抓住“预制菜”产业风口，通过电商平台联合开发并推广“即食胡辣汤”、“速冻饺子”等特色产品[5]，成功开拓了新的市场。还有电商和乡村旅游[6]，电商平台整合农村自然风光、民俗文化等资源，打造“电商+旅游”融合产品，如四川青神县通过携程、美团等线上平台推广竹编文化体验、农家采摘等旅游套餐，有效吸引了大量客流。仅在2023年端午龙舟赛期间，青神县便成功吸引了五万名游客[7]。大量游客的到访直接拉动了在地消费，从而通过“旅游引流、就地消费”的方式，初步形成了“旅游带动消费、消费反哺农业”的良性循环模式。

3. 农村电商的发展路径

3.1. 构建智慧高效的农村电商供应链体系

针对采购、仓储、物流、信息协同四大关键环节，通过技术赋能与模式创新破解传统痛点。采购环节集中化、标准化，电商平台可以开设“乡村振兴”专属频道，把附近的农户、合作社聚成采购联盟，依托“乡村振兴”频道，整合分散农户资源，组建区域性采购联盟，同时规范生产、采收及品控流程，将零散农产品整合并直接对接平台内大卖家、社区团购等规模化订单需求。

仓储环节智能化，电商平台可在农产品主产区设置智慧仓储中心，配备AGV搬运机器人、自动化分拣系统等智能设备，提升仓储作业的效率。依据农产品销售淡旺季动态调配仓储空间，优化资源配置。

在物流环节，针对生鲜农产品容易坏，偏远农村配送难，电商平台可联合专业冷链和物流企业，在产地建设保鲜仓库，到运输用冷藏车，最后在农村投放智能保鲜柜，形成一条完整的冷链构建全链路冷链体系，保障农产品流通品质。

最后在信息协同环节，电商平台可搭建农村电商供应链信息协同平台，整合采购订单、仓储库存、物流轨迹、销售数据等全环节信息，为供应链各主体提供数据支撑。

3.2. 实施精准化的农村电商人才培育计划

1) 面对各类人群电商技能的培养

面向零基础农户，以学习基础技能为核心目标，聚焦电商入门操作能力。课程涵盖网店开设、农产品视觉呈现、基础运营、订单问题等等。采用现场实操的模式，以乡镇电商服务站或合作社为实训点，课后布置实战任务，导师线上实时答疑，确保学员能独立完成从产品上架到订单交付的全流程。

面向农村年轻人和有基础的人，强化电商精细化运营能力。重点培养直播电商、短视频引流、数据分析、供应链对接。通过理论学习和现场实操，联合电商平台专家拆解实战案例，针对学员实际运营问题提供定制方案，提升其市场竞争力。

最后面向乡镇电商带头人、基层服务站负责人，以“能带动大家发展”为目标，提升资源整合与区域赋能能力。培训内容包括政策解读、资源协调、问题解决、模式推广。采用专题研讨和实地考察的方法，组织代表去赴电商成熟县域学习，推动外部经验转化为本地实践，助力本区域电商发展。

2) 全方位赋能优秀返乡年轻人创业

健全返乡青年电商创业抚育体系^[8]，联合抖音、淘宝等专业平台，集中授课。课程包括小成本创业模式设计、创业风险规避、品牌初步打造等等。采用“理论 + 实战”的模式，在创业的初期为每位年轻人配备专属导师，针对“直播间流量低”“复购率差”等问题提供一对一指导，并设定短期阶段性目标，帮助快速掌握创业核心技巧。中后期为创业者提供长期免费咨询服务，涵盖运营优化、政策更新、风险应对等；组建“农村青年电商创业社群”，促进年轻创业经验交流与资源共享。

3.3. 打造差异化与数字化的农产品电商品牌

1) 锚定差异化：构建品牌独特标签

差异化是农产品电商品牌的核心竞争力，需跳出只拼低价的传统思路，从三方面打造独特的IP。一是选择区域特色强^[9]、竞争度低的垂直品类，如专注“高原有机小粒咖啡”“富硒猕猴桃”，深挖品类的生长环境、营养成分等独特属性，打造独特IP。二是结合产地文化、农事场景或农户故事讲好品牌故事，比如围绕“三代农户坚守古法种植”拍摄纪实内容，或打造“助农公益”标签并公示进展，用情感共鸣强化用户认同。三是创新产品体验，根据用户场景设计形态，如为都市上班族推出“一人食小份装”、“礼盒装”等等，让品牌与用户生活需求深度绑定。

2) 发力数字化：提升品牌传播与运营效率

数字化是农产品电商品牌触达、沉淀用户的关键，需从品牌展示、传播引流、用户运营三环节构建体系。

在品牌展示上，打造可感知、可追溯的线上形象。例如，电商店铺或小程序搭建3D虚拟展厅还原产地场景，用户可以看到种植加工的全过程，同时嵌入品牌故事，就像青岛啤酒一样[10]，建立独属于自己的博物馆，在博物馆里可以看到啤酒的酿造过程以及品牌发展历程。

在传播引流上，用精准渠道与内容定位目标用户，在抖音、小红书等平台创作“农产品生长日记”“产地探访 vlog”等内容吸引关注，再将用户导入私域按需求标签化管理，推送个性化内容并开展专属活动，提升粘性。

在用户运营上，靠数据与工具沉淀忠诚用户，借助电商后台分析用户画像与消费行为，据此调整品牌宣传与产品开发，同时搭建数字化会员体系，用积分兑换、等级权益激励复购，吸引新用户并沉淀核心用户。

3) 差异化与数字化协同：放大品牌价值

以东北盘锦大米为例[11]，其差异化优势显著。盘锦作为退海之地，土壤偏碱性，全盐含量、有机质与微量元素丰富，孕育出的大米颗粒饱满、口感软糯香甜。盘锦还开创了独特的稻蟹共生模式，河蟹为水稻捉虫松土，水稻为河蟹提供栖息环境，产出的蟹田米独具风味。

为放大这些差异化，盘锦大米就可以借助数字化手段来全方面传播。比如在品牌展示上，利用电商平台与小程序打造3D虚拟展厅，追溯大米从播种到加工的每一步，还可以搭建会员体系，用户消费积分可兑换盘锦特色农产品、线下稻田观光体验等权益，激励用户复购。在用户运营环节，通过后台数据分析，了解到购买盘锦大米的用户是注重生活品质且追求健康饮食的群体，据此调整宣传策略，突出大米的健康、优质属性，开发不同规格包装；通过差异化与数字化协同，越来越多消费者因独特卖点认识并信赖盘锦大米，销量也实现飞跃，使其在全国农产品电商市场中脱颖而出，成为地域特色农产品品牌的成功典范。

4. 优化平台与政策协同的赋能环境

在农产品电商品牌发展中，平台资源与政策支持的协同是关键。围绕“强化平台专属扶持、推动政策精准发力、健全监督保障体系”三点核心方向，可进一步优化赋能环境，为农产品电商品牌发展保驾护航。

4.1. 电商平台强化流量与技术双赋能

主流电商平台开设“乡村振兴”专属频道，将其打造为农产品电商品牌集中展示与成长的一个主要模块。在流量倾斜方面，专属频道应设置独立入口，在平台首页、搜索结果页等核心位置给予推荐，确保用户能快速触达；针对频道内的农产品电商品牌，尤其是区域特色品牌、中小农户品牌，提供流量支持，例如在频道内设置“新品推荐”“热销榜单”等板块，优先展示符合差异化定位的品牌。

在技术支持方面，平台需为专属频道内的品牌提供门槛低、效率高的技术服务，如适合中小农户使用的直播推流工具、简易版店铺装修模板、农产品溯源码生成系统；针对品牌运营中的问题，提供专业人士对农产品品牌进行线上和线下的技术指导；同时，搭建频道内的品牌交流社区，鼓励优质品牌分享运营经验，形成“互助成长”的生态氛围，让技术支持真正转化为品牌发展的动力。

4.2. 国家强化政策引导与保障

针对农村电商人才培育，对平台开设的“创业训练营”，按培训人数、学员开店率、创业存活率给予

专项补贴，覆盖课程研发、导师薪酬；对农村创业者使用的共享仓储、冷链设施，在平台优惠基础上叠加国家补贴；并定期举办“农村青年电商创业成果展”，展示优质项目，为有潜力的创业项目提供资金支持，同时链接本地农产品资源，帮助青年创业者解决货源问题；对创业过程中出现的物流、售后等共性问题，由政府与平台协同解决，确保青年创业者“敢创业、能创业、创成业”，以创业带动农村电商活力提升。

4.3. 建立健全农村电商市场监督机制

公平诚信的交易环境是农产品电商品牌长期发展的基础，需从“监管、惩戒、共治”三个方面建立健全监督机制。在监管层面，整合市场监管、农业农村、商务等部门资源，搭建跨部门协同监管平台，对以次充好、质量低下的“山寨”“三无”等假冒伪劣产品严格把控[12]，对宣传推广、售后服务等环节进行全流程监管；引入技术手段提升监管效率，如通过大数据监测平台内农产品的价格波动、评价数据，对“低价倾销”“虚假宣传”等异常行为及时预警，对涉及食品安全的产品开展抽样检测，确保产品质量达标。

在惩戒层面，明确违规行为处罚标准，对销售假冒伪劣农产品、伪造溯源信息、刷单炒信等失信行为，依法采取罚款、下架商品、限制平台入驻等处罚措施，并将失信主体纳入“农村电商黑名单”，在跨部门平台共享，实现“一处失信、处处受限”；同时，建立信用修复机制，对主动整改、弥补消费者损失的失信主体，设定合理的信用修复周期，引导其规范经营。

在共治层面，鼓励社会力量参与监督，搭建消费者投诉举报平台，对有效举报的消费者给予奖励；支持行业协会制定农村电商行业规范，推动品牌开展“诚信经营承诺”活动，形成“政府监管、平台自律、消费者监督、行业自治”的多元共治格局，让公平诚信成为农村电商市场的主流，为农产品电商品牌营造健康可持续的发展环境。

5. 结语

本研究围绕电子商务如何赋能农业现代化并引领农村全面振兴这一核心议题，系统剖析了其内在机制与实践路径。研究表明，电子商务已深度融入农业农村发展的各环节，通过数据驱动生产、重构流通渠道、创新经营模式、促进产业融合，有效破解了小农生产与大市场对接的难题，为农业提质增效和农民增收注入了新动能。

基于此，本文构建了以“电商赋能-农业现代化-农村全面振兴”为核心逻辑的发展框架，并提出从智慧供应链、数字人才培育、差异化品牌打造、政策平台协同四方面着手的具体路径。这些路径强调基础设施的数字化升级、主体的多元化参与以及保障体系的完善，共同构成了推动乡村产业高质量发展的支撑网络。

然而，当前农村电商发展仍面临供应链韧性不足、专业人才匮乏、数据应用深度不够等挑战。未来，必须持续强化县域冷链物流等基础设施建设，实施精准化、多层次的人才培育工程，并推动农业数据资源的整合与应用。同时，政府、平台、企业与社会各方需形成合力，优化政策环境，加强市场监管，共同营造健康可持续的农村电商生态。

总之，电子商务作为数字时代的先导力量，是推动农业现代化和实现乡村全面振兴的重要抓手。唯有把握数字化机遇，突破发展瓶颈，方能真正释放其巨大潜力，助力绘就农业强、农村美、农民富的美丽画卷。

参考文献

- [1] 李楠, 李昀励. 数字赋能农业现代化: 内在机理、成效检视与实践路向[J]. 华中农业大学学报(社会科学版),

- 2024(5): 32-43.
- [2] 杨云飞. 拼多多探索助农新模式[J]. 中国物流与采购, 2021(18): 14-15.
- [3] 遂昌县农业农村局. 遂昌县农业农村局关于县十七届人大三次会议第 141 号建议的答复[EB/OL]. 2024-12-05. https://www.suichang.gov.cn/art/2024/12/5/art_1229366982_5420254.html, 2025-11-22.
- [4] 澎湃新闻客户端. 遂昌县大田村: 算好“生态账”蹚出共富路[EB/OL]. 2025-09-21. http://m.toutiao.com/group/7552282457328943662/?upstream_biz=doubaot, 2025-11-22.
- [5] 驻马店市人民政府. 驻马店市 2023-2025 年培育壮大预制菜产业链行动计划[Z]. 2023.
- [6] 崔宁.“乡村旅游”+“农村电商”的联动融合发展模式研究[J]. 农业经济, 2017(10): 105-106.
- [7] 中国旅游报. 青神端午龙舟赛吸引五万游客[N]. 2023-06-25(05).
- [8] 盖军静. 开拓农村电商新蓝海: 促进返乡农村青年电商创业——以三明市农村电商发展为例[J]. 发展研究, 2017(12): 81-85.
- [9] 邵科. 着力构建农产品品牌独特性的六大维度[J]. 中国农民合作社, 2022(2): 64.
- [10] 王志强, 舒伯阳, 杨博智. 沉浸式体验旅游驱动博物馆创新发展路径研究——以青岛啤酒博物馆《觉醒的酿造师》为例[J]. 文化创新比较研究, 2023, 7(10): 131-138.
- [11] 周赫群. 盘锦大米品牌营销思考[J]. 合作经济与科技, 2019(3): 84-87.
- [12] 么迎雪. 乡村振兴战略下聊城市农村电商发展路径研究[J]. 山西农经, 2025(5): 144-146.