

乡村振兴目标下农村电子商务的价值逻辑与实践路径

陈 旭

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

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25日

摘要

在乡村振兴战略全面推进的背景下, 农村电子商务作为数字经济与乡村经济深度融合的新业态, 已成为破解城乡发展不平衡、促进农村产业升级、实现农民增收致富的关键抓手。本文基于乡村振兴“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总目标, 系统剖析农村电子商务的价值逻辑, 揭示其在拓宽农产品流通渠道、推动产业融合、优化资源配置、缩小城乡差距等方面的核心作用; 结合当前农村电商发展面临的人才短缺、品牌建设滞后、产业链协同不足等现实困境, 从人才培育体系构建、品牌战略实施、产业链协同创新、政策精准赋能四个维度, 提出乡村振兴目标下农村电子商务高质量发展的实践路径。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 价值逻辑, 实践路径, 数字赋能

The Value Logic and Practical Path of Rural E-Commerce under the Goal of Rural Revitalization

Xu Chen

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 11, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 25, 2025

Abstract

Against the backdrop of the comprehensive advancement of the rural revitalization strategy, rural e-commerce, as a new business form deeply integrating digital economy and rural economy, has

become a key approach to addressing the imbalance between urban and rural development, promoting rural industrial upgrading, and enabling farmers to increase their income and achieve prosperity. This paper, based on the overall goal of rural revitalization—"prosperous industries, ecological and livable environment, civilized rural customs, effective governance, and prosperous life", systematically analyzes the value logic of rural e-commerce, revealing its core role in broadening the circulation channels of agricultural products, promoting industrial integration, optimizing resource allocation, and narrowing the urban-rural gap. In light of the current practical challenges faced by rural e-commerce, such as talent shortage, lagging brand building, and insufficient industrial chain collaboration, this paper proposes practical paths for the high-quality development of rural e-commerce under the goal of rural revitalization from four dimensions: construction of talent cultivation systems, implementation of brand strategies, industrial chain collaborative innovation, and precise policy empowerment.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Value Logic, Practical Path, Digital Empowerment

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

党的二十大报告将“全面推进乡村振兴”“加快建设农业强国”列为国家核心战略。数字经济浪潮下，农村电商作为数字技术赋能三农的关键载体，打破地理与信息壁垒，为乡村发展注入强劲动能。自“电子商务进农村综合示范”政策实施以来，我国农村电商规模持续扩容，农村网络零售已从单一销售渠道升级为推动农业现代化、促进城乡要素流动、助力乡村全面振兴的综合性平台。与此同时，农村电商发展仍面临多重瓶颈：区域发展失衡、基础设施滞后、专业人才匮乏、产业链条不完善等问题突出，部分偏远地区网络覆盖率低、物流成本高，农产品标准化与品牌化不足，农民运营能力欠缺。农村内部数字鸿沟进一步加剧发展不均，偏远地区面临边缘化风险。在此背景下，梳理农村电商赋能乡村振兴的价值逻辑、探索实践路径，对破解发展瓶颈、释放乡村活力、推进乡村全面振兴具有重要意义。

2. 文献综述

在价值作用方面，曹友斌等通过实证研究证实，电商下乡能够通过增加物流网点规模、提升交通与网络基础设施水平，有效促进农村经济增长[1]。晏双生等基于 CiteSpace 的可视化分析发现，“农村电商”“特色农产品”“品牌建设”是乡村振兴背景下的研究热点，农村电商已成为特色农产品流通的核心渠道[2]。在发展模式方面，唐基原等以蕲春县为例，总结了农村电商在产业融合、物流配送、人才培育、品牌建设等方面的创新模式[3]。李煜提出“电商 + 产业带”转型模式，认为该模式能够推动乡村产业结构升级，促进乡村经济多元化发展[4]。在现实困境与对策方面，李欣瑞指出，人才短缺、物流体系不完善、基础设施薄弱是农村电商发展的主要制约因素，需通过政策扶持、资源整合等方式破解[5]。陈丽等强调高职院校在农村电商人才培养中的重要作用，提出构建产教融合的人才培育体系[6]。

综合来看，现有研究已证实农村电商对乡村振兴的积极作用，并探讨了部分发展模式与对策，但仍存在不足：一是对农村电商价值逻辑的系统性分析欠缺，多聚焦于经济价值，对社会价值、文化价值等维度关注不足；二是实践路径研究多侧重于单一环节，缺乏对产业链全链条协同发展的考量；三是对农

村内部数字鸿沟问题的应对策略研究不够深入。

3. 乡村振兴目标下农村电子商务的价值逻辑

农村电子商务对乡村振兴的赋能作用并非局限于单一维度，而是通过经济、社会、文化、生态四个层面的价值释放，全面支撑乡村振兴总目标的实现。其价值逻辑体现为：以数字技术为支撑，以电商平台为载体，优化农村资源配置，激活乡村发展内生动力，实现产业兴旺、生活富裕的核心目标，同时推动生态宜居、乡风文明、治理有效的全面提升。

3.1. 经济价值：推动产业升级与农民增收，夯实乡村振兴物质基础

传统农业生产中，农产品流通依赖线下中间环节，存在流通环节多、成本高、信息不对称等问题，导致农民“丰产不丰收”。而农村电商搭建线上平台，打破地理限制，让农产品直连全国甚至全球市场，减少中间环节、降低成本。如拼多多、淘宝直播等电商平台助偏远地区特产走出乡村，实现“田间直达餐桌”。其次，在推动产业融合发展，优化农村产业结构。农村电子商务不仅创新销售渠道，更是推动农村一二三产业融合的重要引擎。在第一产业，电商平台以市场需求信息反向引导农业生产，推动其向集约化、专业化、标准化发展；在第二产业，农产品线上销售带动农村农产品加工业发展，延长产业链，提升附加值；在第三产业，农村电商发展带动物流配送、仓储保鲜等相关产业繁荣。沈秋彤等研究证实，数字经济促进县域产业融合，有效推进县域产业振兴[7]。

3.2. 社会价值：促进城乡融合与社会治理，提升乡村振兴治理效能

首先农村电商发展完善了网络、物流等数字化基础设施，缩小城乡数字鸿沟。一方面，农产品、手工艺品等通过电商进入城市市场；另一方面，工业品、消费品和服务下沉农村。刘安琪认为，乡村电商能促进城乡要素流动，强化联系，推动融合发展[8]。其次，农村电商带动公共服务数字化转型，农村居民通过电商平台可获取医疗、教育等公共服务，破解供给难题。如农村电商服务中心整合多项便民服务，提升居民生活便利性与幸福感。最后，农村电商平台汇集各类数据，为乡村治理提供支撑。政府分析交易数据，可为政策制定等提供依据。同时，电商评价机制、信用体系规范市场行为，电商协会推动行业自律，为乡村治理注入新动能。

3.3. 文化价值：传承乡村特色文化与塑造文明乡风，丰富乡村振兴精神内涵

农村电子商务不仅是农产品销售渠道，更是乡村文化传播载体。在电商平台，特色农产品蕴含多种文化，可通过包装、文案、直播等展现乡村文化魅力。如非遗手工艺品借电商直播展示制作流程，既促销售又传文化；乡村旅游经电商推广，可转化文化资源为旅游产品，推动文化传承创新。再者，农民参与电商运营可接触先进理念，实现思想转变。电商诚信评价体系培育农村诚信文化，创业成功案例激发农民创业热情与创新精神，营造良好风尚。同时，电商发展带动农村公共文化设施完善，如电商服务中心提供学习便利，促进乡村精神文明建设。

3.4. 生态价值：推动绿色生产与低碳发展，助力乡村生态振兴

何绍华等指出，农村电商的发展能够推动农产品品质提升，促进农业生态可持续发展[9]。农村电商通过双重路径助力生态宜居乡村建设：一方面，平台对农产品品质的高要求倒逼农民转向绿色生态种植养殖，减少化肥农药使用，叠加区块链等技术构建的溯源体系，推动农业标准化、绿色化发展，保障可持续性；另一方面，“产地直供”等模式优化物流配送，缩短流通距离，冷链技术降低农产品损耗，绿色循环包装减少污染，“以销定产”避免滞销浪费，全方位降低碳排放与资源消耗。

4. 乡村振兴目标下农村电子商务发展的现实困境

尽管农村电子商务在赋能乡村振兴方面具有显著价值，但在实践过程中，受农村地区经济基础、自然条件、人才储备等多种因素制约，仍面临一系列现实困境，影响了其赋能效能的充分释放。

4.1. 人才供需失衡，专业能力与结构不匹配

农村电商的发展需要既懂农业生产、又掌握电商运营、市场营销、物流管理等知识的复合型人才。但由于农村地区薪资待遇、发展空间、生活条件等方面与城市存在差距，难以吸引城市电商人才下乡；而农村本土人才普遍存在数字素养低、电商运营能力不足等问题，缺乏产品包装设计、网络营销、客户服务等专业技能，无法满足农村电商高质量发展的需求。

4.2. 品牌建设滞后，产品竞争力与附加值偏低

我国农村地区以小农户经营为主要模式，经营规模较小且分散程度较高，这导致农产品品质参差不齐，难以形成统一标准。部分农产品缺乏科学的分级分类与专业的包装设计，其外观和品质难以契合电商销售的相关要求；同时，质量安全追溯体系尚不完善，致使消费者信任度较低，进而对农产品的市场竞争力产生不利影响。此外，我国多数农村地区缺乏具有影响力农产品品牌，大多以“老字号”形式进行销售，无法获取品牌溢价。部分地区虽已打造地方公共品牌，但存在品牌定位模糊、推广力度不足以及管理不善等问题，难以形成差异化竞争优势。最后，农产品深加工能力相对薄弱，产品附加值较低，大多停留在初级加工阶段，难以满足多元化、高品质的市场需求，从而对电商的盈利能力造成一定制约。

4.3. 产业链协同不足，一体化运营水平偏低

农村电商产业链覆盖生产、加工、包装、物流、销售等多个环节，但各环节之间缺乏有效的协同机制。小农户的生产与市场需求脱节，难以根据电商市场信息调整生产计划；农产品加工企业与农户、电商平台的合作不够紧密，加工标准不统一，影响了产品质量的稳定性；物流企业与电商平台、农户的协同不足，导致物流配送与销售不同步，农产品的损耗率居高不下。农村电商与农业、工业、服务业的融合仍处于初级阶段，缺乏深层次的产业协同创新[10]。电商平台对农业生产的引导作用有限，未能充分利用大数据、物联网等技术；与乡村旅游、文化创意等产业的融合不够深入，尚未形成“电商+农业+旅游+文化”的多维发展模式，产业附加值有待提升。

4.4. 政策支持与市场监管有待完善

国家出台了支持农村电商发展的政策，然而部分地方政策存在同质化、一刀切的问题，未能结合本地实际情况制定针对性的措施。这些政策多集中于基础设施建设和资金补贴，而对于人才培养、品牌建设等关键环节的支持却显得不足；在执行过程中，往往重视形式而轻视实效，导致部分补贴资金未能真正惠及市场主体。农村电商市场乱象丛生，虚假宣传、假冒伪劣等问题频发，严重影响了市场秩序和消费者的信任[11]。由于交易分散、主体众多，监管难度较大；部分农产品缺乏统一的质量标准和检测体系，准入门槛较低；电商平台的主体责任未能有效落实，审核和监管不够严格。此外，知识产权保护力度不足，特色农产品品牌常遭仿冒，严重阻碍了农村电商的健康发展。

5. 乡村振兴目标下农村电子商务高质量发展的实践路径

针对农村电子商务发展面临的现实困境，结合其赋能乡村振兴的价值逻辑，本文从人才培育、品牌建设、产业链协同、政策赋能四个维度，提出农村电子商务高质量发展的实践路径，以充分释放农村电商的赋能效能。

5.1. 构建多元化人才培育体系，强化农村电商人才支撑

建立常态化培训机制，整合高校、科研院所等资源，针对农民等不同群体分层分类培训。培训涵盖电商操作、营销等多方面，注重实践，建实训基地促“学以致用”。陈丽等强调，高职院校应发挥人才培养优势，通过产教融合模式为农村电商培育复合型人才，可推动高职院校与地方政府、电商企业合作，共建农村电商人才培训基地。

制定优惠政策，吸引城市电商专业人才返乡创业就业，给予补贴、税收减免等支持。推行“柔性引才”模式，邀请电商专家、行业领军人才通过线上指导、短期驻点等方式，为农村电商发展提供技术支持与智力服务。同时，搭建农村电商人才交流平台，举办电商创业大赛、经验交流会等活动，激发人才创新活力。

建立农村电商人才评价体系，将电商销售额、品牌影响力、带动就业人数等作为评价指标，对优秀电商人才给予表彰奖励。完善人才晋升通道，鼓励农村电商人才参与行业标准制定、职称评定等，提升人才社会认可度。通过政策激励与情感关怀，留住本土人才、吸引外部人才，为农村电商发展提供持续的人才支撑。

5.2. 实施品牌战略，提升农产品市场竞争力

制定特色农产品生产、质量分级、包装标准，引导小农户和合作社按标准生产，提升品质一致性。建立质量安全追溯体系，利用区块链、物联网等技术实现全程溯源，保障质量安全，增强消费者信任。晏双生等的研究表明，“品牌建设”“包装设计”是特色农产品研究的热点，需通过标准化生产为品牌建设奠定基础。

结合地方资源，培育区域公共品牌与企业自主品牌。地方政府牵头打造区域公共品牌，加强策划与推广；支持电商企业、合作社打造自主品牌，突出特色与文化内涵，形成竞争优势。例如，蕲春县依托中药材产业优势，打造“蕲春蕲艾”公共品牌，通过电商平台推广，实现了品牌价值与产品销量的同步提升。同时，加强品牌保护，严厉打击假冒伪劣、商标侵权等行为，维护品牌形象。

利用电商营销工具开展多元化推广。通过直播带货、短视频营销、社群营销等新型营销方式，展示农产品的生产过程、品质特点与文化内涵，增强与消费者的互动体验；参与电商平台举办的农货节、丰收节等促销活动，扩大品牌曝光度；加强与电商达人、网红主播的合作，借助其流量优势推广品牌产品。此外，拓展国际市场，通过跨境电商平台将特色农产品推向全球，提升品牌国际影响力。

5.3. 推动产业链协同创新，提升农村电商一体化运营水平

依托地方特色产业，打造该模式，整合生产等环节，实现产业链一体化运营。鼓励电商企业与相关主体签长期协议，建立稳定供需关系；引导加工企业开发多样、精细农产品，延长产业链，提升附加值。李煜认为，“电商+产业带”模式有助于推动乡村产业结构升级，应强化产业链各环节的协同配合。例如，在茶叶产业带，电商平台对接茶叶种植户、加工厂、物流企业，形成“种植-加工-包装-销售-配送”一体化产业链，提高产业整体竞争力。

推动农村电商与乡村旅游、文化创意、康养产业等深度融合，拓展产业发展空间。发展“电商+乡村旅游”模式，通过电商平台推广乡村旅游线路、民宿住宿、农耕体验等产品，吸引城市游客下乡；发展“电商+文化创意”模式，将乡村文化元素融入农产品包装、设计中，开发文创产品，提升产品文化附加值；发展“电商+康养”模式，推广绿色有机农产品、乡村康养服务等，满足消费者健康需求^[12]。沈秋彤等(2025)的研究证实，产业融合是数字经济促进县域产业振兴的重要路径，需进一步深化农村电商与相关产业的融合发展。

运用大数据、云计算、物联网等数字技术，赋能农业生产、加工、物流、销售全环节。在生产环节，通过物联网设备监测土壤、气候、水质等环境数据，实现精准种植、养殖；在加工环节，引入智能化加工设备，提高加工效率与产品质量；在物流环节，利用大数据优化配送路线，实现智能仓储与调度；在销售环节，通过数据分析精准把握市场需求，开展个性化营销与产品创新。刘安琪等指出，数字化技术融入农村发展过程是农村高质量发展的重要途径，应加快数字技术在农村电商产业链中的应用。

5.4. 优化政策支持与市场监管，营造农村电商健康发展环境

地方政府应结合本地实际，制定差异化的农村电商发展政策，重点支持基础设施建设、人才培养、品牌建设、产业链协同等关键环节。加大财政投入，设立农村电商发展专项资金，用于物流设施建设、人才培训补贴、品牌推广、贷款贴息等；优化金融服务，鼓励金融机构推出针对农村电商的信贷产品，降低融资门槛，解决资金短缺问题；完善土地政策，保障农村电商仓储、加工、物流等项目的用地需求。何绍华等的研究表明，在财政支出、金融发展程度较高的县，“电子商务进农村综合示范”政策的促进作用更为明显，因此需强化政策的精准性与实效性。

建立政府、平台、行业、社会多元监管体系，规范农村电商市场秩序。加强平台监管，督促落实主体责任，严审商家准入，抽检产品质量，打击违法行为；完善农产品质量标准与检测体系，提高准入门槛；建信用评价体系，惩戒失信主体。畅通维权渠道，建投诉举报机制，保障消费者权益。

引导成立农村电商行业协会，制定行业标准与自律公约，规范企业经营行为，推动行业诚信经营、公平竞争。发挥行业协会在政府与企业之间的桥梁纽带作用，反映企业诉求，传达政策信息；组织开展行业培训、交流合作等活动，提升行业整体发展水平。通过行业自律与政府监管相结合，营造公平竞争、规范有序的农村电商市场环境。

6. 结语

农村电商对乡村振兴的赋能价值涵盖经济、社会、文化、生态四维：经济上拓宽农产品流通、推动产业融合、促进农民增收与资源优化配置；社会层面打破城乡数字壁垒、完善农村公共服务、强化社会治理；文化上助力乡村文化传播与文明乡风塑造；生态上推动绿色生产、降低碳排放，全方位支撑乡村振兴总目标。当前，农村电商发展面临人才供需失衡、品牌建设滞后、产业链协同不足、政策与监管待完善等困境，制约赋能效能并加剧农村内部数字鸿沟。对此，提出四大路径推动高质量发展：一是构建本土培育与外部引进相结合的人才体系；二是推进农产品标准化生产与特色品牌建设；三是发展“电商+产业带”模式与多产业融合；四是优化政策支持与市场监管，营造良好发展环境。

基金项目

- 1) 贵州大学校级教改课题：铸牢中华民族共同体意识融入贵州高校思政课程路径研究，XJG2023119。
- 2) 贵州省教育科学规划课题：高校思政课铸牢中华民族共同体意识路径研究，BK014。

参考文献

- [1] 曹友斌, 郭峰, 熊云军, 吕斌. 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.
- [2] 晏双生, 李杨. 乡村振兴背景下特色农产品研究热点及发展趋势的可视化分析[J]. 辽宁农业科学, 2025(5): 9-15.
- [3] 唐基原, 赵豪. 乡村振兴下农村电子商务的创新之处——以蕲春县为例[J]. 商场现代化, 2025(19): 59-61.
- [4] 李煜. 乡村振兴背景下乡村产业“电商+产业带”转型发展路径研究[J]. 商场现代化, 2025(15): 26-28.
- [5] 李欣瑞. 电子商务赋能乡村振兴的实践路径研究[J]. 科技风, 2025(28): 164-166.

-
- [6] 陈丽, 陈文涛. 电子商务服务乡村振兴战略的路径研究[J]. 商场现代化, 2025(18): 52-54.
 - [7] 沈秋彤, 李珈璐. 数字经济对县域产业振兴的影响机制及路径研究——基于电子商务进农村综合示范县项目[J/OL]. 中国农业资源与区划: 1-16. <https://link.cnki.net/urlid/11.3513.S.20250918.1511.016>, 2025-12-22.
 - [8] 刘安琪. 乡村振兴战略下乡村电子商务建设的协同发展模式研究[J]. 商场现代化, 2025(16): 55-57.
 - [9] 何绍华, 魏世婷. 乡村全面振兴规划背景下农村电子商务高质量发展路径探究[J]. 内蒙古科技与经济, 2025(16): 59-62.
 - [10] 杨亚姣. 农村电子商务助力乡村振兴发展对策研究[J]. 当代农机, 2025(8): 44-45.
 - [11] 孙翰. 数字经济视域下农村电商赋能乡村振兴的路径研究[J]. 营销界, 2025(14): 34-36.
 - [12] 牟怡晓, 徐晟迪. 数字经济助力农村电子商务发展的路径探究[J]. 现代商业, 2025(12): 77-80.