

电商经济对城乡融合发展的作用与路径研究 ——以旺苍县茶叶经济为例

何丽

贵州大学马克思主义学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年11月10日；录用日期：2025年11月24日；发布日期：2025年12月26日

摘要

本文以旺苍县茶叶经济为案例，探究电商经济对城乡融合的作用与路径。研究表明，电商通过重塑“要素流”，打通了城乡间的资本、信息与产品壁垒，实现了要素双向流动。它有效激活了以茶叶为核心的城乡产业链，带动加工、物流、乡村旅游等业态发展，并促进了相关基础设施与服务向农村延伸。基于此，本研究提炼出三条城乡融合发展的关键路径：一是“特色产业 + 电商”激活路径，将地方资源转化为经济优势；二是“产销闭环”生态构建路径，形成融合发展的产业生态系统；三是“政企协同”治理路径，通过基础设施与政策保障市场高效运行。旺苍经验为同类地区依托电商推动城乡融合提供了实践范式。

关键词

电商经济，城乡融合发展，旺苍县茶叶经济

The Role and Pathways of E-Commerce Economy in Promoting Urban-Rural Integration

—A Case Study of the Tea Industry in Wangcang County

Li He

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 10, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 26, 2025

Abstract

This paper examines the role and pathways of e-commerce in promoting urban-rural integration

through a case study of the tea economy in Wangcang County. The research shows that e-commerce breaks down barriers between urban and rural areas in terms of capital, information, and products by reshaping the “flow of factors”, enabling two-way movement of resources. It effectively revitalizes the tea-centered urban-rural industrial chain, spurring the development of processing, logistics, rural tourism, and other related sectors, while also facilitating the extension of infrastructure and services to rural areas. Based on these findings, the study identifies three key pathways for urban-rural integrated development: first, the “distinctive industry + e-commerce” activation path, which transforms local resources into economic advantages; second, the “production-marketing closed loop” ecosystem-building path, forming an integrated industrial ecosystem for development; and third, the “government-enterprise collaboration” governance path, ensuring efficient market operations through infrastructure and policy support. The experience offers a practical paradigm for similar regions seeking to leverage e-commerce to drive urban-rural integration.

Keywords

E-Commerce, Integrated Urban-Rural Development, Tea Economy in Wangcang

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

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革，推进中国式现代化的决定》指出“城乡融合发展是中国式现代化的必然要求”。当前，我国城市和农村经济正向着融合发展的方向前进，城乡二元结构趋于破解，传统的经济模式从单向流动到双向互动，其中，电商经济是促成这种转变的催化剂，为城乡经济的融合发展提供了历史性机遇，使经济发展打破了地理位置，人才缺口，要素配备的限制，正成为驱动城乡要素双向流动，产业协同发展与空间优化的重要力量[1]。

既有研究多从宏观政策、基础设施或单向帮扶等视角探讨城乡融合路径，而对电商在其中所起到的系统性机制关注不足，尤其缺乏对县域层面微观实践的理论提炼。本文尝试从社会网络理论与制度经济学的视角出发，对电商经济下县域经济的发展提出三条路径：一是“特色产业 + 电商”激活路径，二是“产销闭环”生态构建路径，三是“政企协同”治理路径，以弥补现有理论在解释复杂互动机制方面的不足。

四川省旺苍县，曾作为国家级贫困县，近年来，通过不断挖掘经济发展的可能途径，成功抓住了电商经济这一新兴发展机会，结合自身优势，通过电商平台将农村与城市连接起来，积极号召农村青年投入家乡推广事业，实现了人才吸引和经济发展的双赢[2]。其经济发展模式无疑是电商经济促进城乡融合发展的典型范式，深入剖析旺苍县茶叶经济发展模式，从理论层面来看，不仅在于其对传统理论的验证与拓展，更在于其为解决城乡发展不平衡问题提供有益探索。从实践层面来看，其为同类型地区依托电商经济促进城乡融合发展提供了可借鉴的“旺苍模式”与理论启示。

2. 电商经济对城乡融合发展的作用机制

2.1. 重构要素流动路径

劳动力作为生产要素中最重要的部分，是影响城乡经济发展格局的首要因素[3]。随着电商经济的发展，就业的地理限制被打破，就业市场不再局限于实体经济发达的城市，许多偏远地区也逐渐成为了电

商发展的热点地区，据统计，过去五年中，电商行业就业人数以每年 15% 的速度增长，远超过了传统行业的增长速度。以旺苍县为例，当地通过电子商务公共服务中心、木门茶叶电商、“旺苍优品”及春蕾电商等平台，积极开展多种形式的直播活动，累计实现了可观的销售额。同时，借助直播等方式，旺苍县本地品牌“米仓山茶叶”吸引了来自全国各地饮茶爱好者的目光，从地域品牌逐渐走向了全世界，而各个平台的“线上推广家”均来自各乡镇待业以及返乡创业青年，由此可见，电商经济所产生的“虹吸效应”成功扭转了人才“净流出”局面，通过创造比城市更加单纯，更有前景的就业机会，将年轻人留在了家乡，让年轻人的知识，技能和创造力有了用武之地。

科学技术越来越成为生产力中最革命的因素。电商经济作为一种强大的外部驱动力和高效传导载体，深刻地改变了农村地区对科学技术的态度、获取能力和应用水平，从而系统性地提升了农村的科学技术水平，极大地促进了农村经济发展，使城乡进一步融合发展。传统农业技术推广往往面临“最后一公里”难题，而电商经济通过市场机制，内生地创造了技术应用的迫切需求。首先，线上消费者对农产品的外观、口感、安全标准有着更高要求。为了获得稳定好评和市场竞争力，旺苍的茶农们不得不主动引入精准灌溉、有机施肥、绿色防控等现代农业技术，以确保茶叶品质的均一和可控。电商的“评价系统”成为了最严格的技术验收官。其次，为了在同类产品中脱颖而出，打造“米仓山茶”的品牌信誉，当地企业积极引进自动化清洁化生产线，并引入区块链、二维码等溯源技术，让消费者扫码即可查看茶叶从茶园到茶杯的全过程。技术在这里直接转化为了品牌信任和市场份额。最后，电商平台、移动支付、大数据、云计算等现代信息技术，随着电商业务的开展，“一揽子”落地农村。农民在开店运营的过程中，无意识地学习和掌握了这些曾经是城市白领专属的数字技能，完成了从传统农民到数字时代从业者的身份转型。

2.2. 催生城乡产业新业态

农村电商在产业结构方面打破了传统农业单一的生产经营模式，促使农村产业向多元化方向拓展，在满足农村“农产品上行”的需求的同时，也满足了城市消费群体对农产品的需求^[4]。原本专注于农产品养殖的农户通过电商平台了解到市场需求走向，开始涉及农产品加工，销售以及相关服务业，实现了第一产业向第二产业、第三产业的延伸，极大地丰富了农村经济业态并提升了产品附加值。过去，旺苍的茶叶经济止于“卖干叶”。如今，借助电商平台带来的知名度和客流，茶园的功能被极大拓展。城市消费者可以线上预订“茶园观光、采茶体验、制茶研学、茶艺学习”等文旅项目，实现了从第一产业向第三产业的直接跨越。同时，电商经济的发展促使产业集群拓展，茶叶电商的勃兴，直接催生了对配套服务的巨大需求。在旺苍本地，涌现出一批专注于农产品摄影、网店装修、直播带货培训、短视频内容创作的专业团队。同时，为了保障“茶叶出山”，县域智慧物流体系、冷链仓储得以快速建设和完善。这些都属于在电商土壤上生长出来的现代生产性服务业，为农村创造了大量全新的、非农的就业岗位，推动了“归雁经济”的形成。

2.3. 弥合公共服务差距

电商对物流时效的追求，直接催生了深入乡村末梢的现代物流体系。随着农产品被大众熟知，市场需求相应扩大，为满足“农产品上行”的需求，各大物流企业与电商平台自发地在县域布局分拨中心，在乡镇建立转运仓、在村落设立快递服务站。这种由商业利益驱动的网络扩张，其效率和覆盖深度远超单纯依靠政府推动的“村村通”工程，实现了物流公共服务从“有”到“优”、从“通村”到“入户”的质变。

稳定的高速互联网是电商的生存底线。这一需求倒逼农村地区网络基础设施快速升级。农民利用网络不再是单纯娱乐，而是进行在线销售、远程协作、获取信息的核心生产活动，农村社会由此快速融入

全国统一的数字大市场。同时，电商培训中广泛应用的直播、录播课程模式，为农村地区的技能培训和基础教育提供了新范式，使得优质的教育资源得以突破地理限制[5]。借鉴电商物流网络和数字平台的经验，一些地区开始探索药品下乡、远程医疗咨询等服务，电商服务站点有望未来升级为综合性的乡村便民服务中心，承载更多公共服务功能。

3. 电商经济驱动城乡融合的关键路径

3.1. 特色产业 + 电商的激活路径

乡村经济发展最大的制约因素并不是没有特色产品的支撑，而在于连接供给与需求的市场化通路梗阻，导致广大乡村丰富的特色物产、深厚的文化资源与巨大的市场需求之间存在着巨大的“转化与推广”鸿沟，电商经济的崛起，为跨越这种鸿沟搭建了桥梁，凭借其即时性，互动性与场景化优势，成为推动乡村特色产业升级的重要引擎。

电商经济为乡土文化与特色产品的结合提供了渠道。直播作为当前最为热门的营销方式，可以使商品获得特有的文化附加值并提升消费者的情感共鸣，提升消费者的购买欲望。直播时，主持人通过亲口讲述农村特色产品的来源，背后蕴藏的故事，将其转换成可视化和故事化的表现，可以突破纯粹产品展示的限制，构建地域特色消费场景，将乡土文化变成可感、可传播的文化资本，让消费者在购买商品时获得比商品本身更多的价值。在电商直播盛行的今天，旺苍茶叶的销售探索出了一条独特路径——用乡土文化赋能产品价值，让每一片茶叶都承载着故事与情感。“单纯的叫卖式直播已经越来越难以吸引消费者。”米仓山茶业电商负责人张磊表示，“文化内涵才是持久吸引客户的关键。”在最近的直播中，旺苍茶企的主播们不再仅仅介绍茶叶的价格和品质，而是将茶道表演、川北民歌、制茶技艺等非遗文化元素巧妙融入销售环节。一些直播还将茶园实景与当地民歌相结合，主播在云雾缭绕的茶园中现场采摘茶叶，同时与当地茶农对唱采茶山歌。这种强烈的感官冲击，不仅让奔波在外的旺苍游子不由得想起家乡的风土人情，也让外地客户对旺苍茶叶产生了浓厚的兴趣，极大地增加了潜在客户量。

大数据的精准营销让乡村特色产品重换新装。直播平台通过分析后台数据精准捕捉消费热点并对消费者画像进行构建，洞察消费者年龄、性别、地域、消费习惯、兴趣爱好以及其他信息，快速定位目标客户群体并且根据客户消费需求走向灵活变通营销策略，重点提升产品品质。截至 2025 年 10 月 1 日，旺苍县茶叶品类从原来的红茶独占榜首到黑茶，绿茶，黄茶百家争鸣，从米仓山茶叶独占市场到木门茶叶，高阳镇茶叶纷纷涌现，如此多样化的发展都基于旺苍县茶企对消费者需求的精准分析，同时，在产品包装上，旺苍茶叶突破了以往单一的按斤两包装进行售卖的传统模式，创新了按需下单，备注数量，高端礼盒，居家自用，女儿节限定等包装风格，使茶叶经济的发展步入新的阶段。

3.2. 产销闭环的生态构建路径

我国多数乡镇特色产业长期处于“有产品、无品牌”的状态，产品知名度较低，常常陷入滞销的危机[6]。产品生产端难以精准捕捉客户需求进行生产，而销售端难以拓展市场，陷入了生产和销售脱节的恶性循环。电商经济的发展通过大数据分析，以快速，覆盖范围广，价格优势等特点弥合了这一缺点，使经济链末端的生产和消费连接起来，形成一个完整的、可循环的圈，信息、资金、物料循环流动，打破了以往乡村经济“生产完就卖，卖完就结束”的传统模式。

突破盲目生产的桎梏，开启精准生产的新路。以旺苍县茶叶经济为例，茶农往往习惯于根据往年经验或跟风种植，生产出茶叶再去找市场，容易导致滞销或者低价竞争。电商平台的构建能够迅速帮助农户定位市场需求，并迅速将需求信息实时反馈给农户和合作社，指导他们调整种植品种，改进加工技术，开发例如茶啤酒，茶糕点等深加工产品，以达到销决定产的目的，有效避免滞销问题。

扩大朋友圈，增加粉丝量。如何拓展市场是乡村经济发展的头号难题，传统的产销模式往往默认客户购买完商品，关系就基本结束，而电商经济的发展则能够为消费者和生产者搭建平台，建立连接，就以旺苍茶叶经济为例，消费者可以通过包装上的二维码、茶叶会员俱乐部、微信群等进行交流，变成持续触达的私域流量。在社群里，企业可以发布最新产品信息，客户也能及时表达自己的诉求，形成需求与供给良性循环的体系。除此之外，通过会员积分，节日关怀，新品体验等活动，可以收获一批忠实粉丝，提升复购率，完成“生产-销售-再生产”的完美闭环。

3.3. 政府引导与市场驱动的协同治理路径

乡村产业的蓬勃发展得益于政府与市场双重力量的有机结合。政府通过政策设计和政策扶持，为产业发展提供明确方向和初始动力，市场则通过资源配置和需求导向，为产业注入了持续创新的活力。

政府引导为市场驱动创设基础条件与制度环境。乡村经济由于先天性的缺乏自主能力，政府的引导显得尤为重要，但政府引导并不意味着政府直接参与市场竞争，而是扮演“奠基者”和“助燃剂”的重要作用[7]。截至2025年，旺苍县政府为推动辐射乡镇茶产业的发展，先后通过《旺苍县米仓山茶区域公共品牌培育补助办法(修订)》《旺苍县幼龄黄茶园管护补助办法》《高质量建设米仓山茶全链条百亿产业集群实施意见》《旺苍县米仓山茶区域公共品牌培育补助办法》。聚焦区域公共品牌“米仓山茶”的推广与营销，提供具体资金补助、鼓励和保障黄茶基地的扩张与标准化管理、帮助企业构建全链条，全方位的管理体系。同时，资金的支持同样是乡村经济发展的重要保障。旺苍县政府为了推动茶叶经济的发展，确实构建了一套多层次，全方位的经济支持体系。包括为农户提供补助，在欠收之年通过补助提升单价，保障了居家茶农的基本收入，对企业进行宣传补助，为茶园争取修缮基金，鼓励银行为茶企等小微企业提供贷款，由此可见，政府对乡村经济的引导和支持在一定程度上决定了乡村经济发展的速度和规模。

市场驱动是产业可持续发展的内生动力[8]。在政府搭建好基础平台后，市场机制通过竞争机制、效率追求和创新活力，成为企业做大做强，实现可持续发展的核心引擎。电商经济的发展直接扩大了乡村经济发展的市场，打破了信息壁垒，使乡村经济的触角可以达至全球，带来的销售收入直接反哺乡村，同时，电商平台极大地降低了创业门槛，使小微企业、合作社甚至个体农户得以绕过传统层层批发的销售渠道，直接对接大市场，显著提升了其在产业链中的议价能力和利润份额。这种“普惠性”让更多城乡民众共享了产业发展的红利。

4. 电商经济对城乡融合发展的价值启示

4.1. 人才吸引与农民创收

人才是事业发展的源泉，民生是事业稳定的前提。乡村经济的发展，必须有强大的人才支撑作为后盾，要紧紧围绕“引才、育才、留才”三个关键环节，近年来，电商经济的发展为农村扭转人才净流出的局面做出了极大贡献。

城乡融合发展的关键在于“人的融合”，而乡村经济的发展在于留住新一代年轻青年，将经济发展的目光聚焦于“以业聚才”是破解乡村人才空心化，构筑城乡融合发展内生动力最根本、最有效的措施。本文对旺苍县茶叶经济的案例研究清晰地揭示：电商经济的兴起，成功打造了一个能够吸引并承载人才的现代产业平台。一方面，它为乡村经济的发展创造了与数字时代紧密接轨的岗位，对熟知互联网文化的年轻群体构成了强大的“拉力”，让他们看到“在家门口致富”的希望，让乡村青年看到了不必离乡即可实现个人价值与事业追求的广阔前景，同时更吸引了城市中的电商运营、品牌策划、物流管理等领域的人才“逆行”下乡。这些“新农人”与“归雁人才”带来了现代化的市场观念。助力乡村经济发展。

农户收入的切实增加是乡村经济发展的根本基石。传统模式下，农户多处于原材料供应者的被动角

色，利润空间被中间环节大量挤压。而随着新兴经济的发展，例如本文提及的电商经济，则切实的改变了农民在价值链中的作用，农户可以和消费者直接对话，使得产品利润能够尽可能多的反哺农户，形成了“消费透明 - 农户创收 - 消费质量提升”的良性循环。

4.2. 农村“走出去”和城市“引进来”的双向互动

城乡之间物理和信息壁垒的打破，是促进城乡经济融合发展的主要通路[6]。只有乡村产品卖出去，城市需求提起来才能形成一条城乡互通的道路，将城乡融合发展的蓝图落到实地。

传统线下市场的打破为乡村产品走出去创造了历史性机遇。以旺苍县茶叶经济为例，电商平台以其广域的覆盖能力和精准的匹配效率，打破了传统线下市场的空间局限，使得如旺苍茶叶这类极具地域特色的农产品，能够直面全国乃至全球的大市场。电商平台的发展使得旺苍茶叶背后所蕴含的生态环境、制作工艺与文化故事得以生动呈现，实现了从“产品”到“商品”再到“品牌”的价值跃升，从而打造属于自己的品牌，极大地拓展了其消费市场，城市消费市场的打通为乡村产品走出去铺平了道路。电商经济在敏锐捕捉城市消费需求的同时，也引导了城市消费需求，电商平台通过算法挖掘精准捕捉到城市消费者对农产品的需求已从“吃得饱”转向“吃得好、吃得健康、吃得有故事”这一走向，从而倒逼农业生产在标准化、品牌化、供应链优化等方面进行深刻变革。城市有需求，乡村有供应的互通道路。使得城乡之间的连接日益紧密。真正将城乡融合发展的宏伟蓝图扎实地写在广袤的乡村大地上。

4.3. 分散经济向规模经济的转型发展

乡村经济规模化，集约化发展是解决乡村经济长期面临的“小、散、弱”难题的有力措施，不仅有利于乡村经济有效的对接日益增长的市场需求，更有利于降低单位生产成本，获取规模效益，为乡村经济引入现代科技与管理模式。

规模经济的发展倒逼乡村经济走向组织化与规模化。旺苍茶叶经济的实践表明，电商表面上服务于分散的生产者，但其内在要求(如稳定的货源、统一的标准、可控的品质)却在生产端、供应链端、品牌端帮助乡村经济走向现代化经济的道路。一是在生产端，电商订单的集中性促使茶农通过合作社、家庭农场或“公司 + 农户”等形式联合起来，实行统一种植标准、统一采摘加工，实现了生产领域的规模经营。二是在供应链端，为了应对电商的物流与品控需求，专业化的仓储、包装、冷链物流服务在县域内集聚发展，形成了服务产业的规模经济。三是在品牌端，分散的茶农无力打造品牌，而依托区域公共品牌(如“旺苍茶”)和龙头企业的引领，通过电商的集中宣传与销售，迅速放大了品牌声量，实现了区域产业的整体规模效益。这种将无数个“小舢舨”整合成“大舰队”增加乡村经济的市场敏感度和抗风险能力，实现从“小农经济”到“规模经济”的跃升，是城乡产业协同发展与深度融合的微观基础。

5. 结束语

电商经济作为数字经济在县域层面最活跃的实践形态，正在以强大的市场穿透力和资源重构能力推动城乡进一步融合发展。作为新时代最具代表性的经济样态，电商经济深刻地揭示了城乡融合发展与县域经济治理现代化互构共生的前进方向，为推动城乡共同富裕提供了绝佳的平台。从旺苍县的实践来看，电商经济的赋能效能再特色产业上更加显而易见，他让独具特色的“米仓山茶叶”直达更广泛的销售市场，从而为其他县域的经济发展提供了可复制的“旺苍经验”，既落后地区经济发展的着力点应该放在地方产业特色上来，通过电商平台实现地区跨越，从而达到带动其他领域发展，形成完整的产业链，构建完整的经济圈。

从实践维度看，电商经济在城乡融合中展现出全方位的赋能效能，它让深山里的产品通过直播电商

直达城市消费者的案头，使资金、人才、技术等要素在城乡间实现双向精准匹配，令原本分散的小农经济在数字化链条下整合为具有竞争力的规模经济，令分散的城乡要素通过数字化平台实现精准匹配，推动治理主体从政府单一主导转向多元协同共治。

从宏观视角审视，以电商经济为驱动力的城乡融合发展，是扎实推进共同富裕、构建新发展格局的重要组成部分。它所追求的，绝非城乡面貌的趋同化，而是在电商经济所编织的数字化联结下，形成“特色产业互补、居民权利平等、文化价值共认”的发展共同体。这既是对城乡融合中“和而不同”本质的回归，也是对县域经济现代化内涵的深化，更是对推进中国式现代化，实现中华民族伟大复兴中国梦的强劲助力。

参考文献

- [1] 云丽. 跨境电商综合试验区设立对区域流通效率的作用机制分析[J]. 商业经济研究, 2025(21): 31-34.
- [2] 翟克香. 乡村振兴战略下传统农业经济转型发展的路径研究[J]. 山西农经, 2025(2): 66-68.
- [3] 卡尔·马克思, 弗里德里希·恩格斯. 马克思恩格斯选集(第1卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1995: 243.
- [4] 尤影. 农村电商产业集中度对供应链韧性的影响与空间溢出效应分析[J]. 商业经济研究, 2025(20): 96-99.
- [5] 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.
- [6] 王薇, 卫珂卉. 数字经济助推中国产业转型升级——基于创新要素配置的中介效应[J]. 贵州财经大学学报, 2024(1): 52-61.
- [7] 高俊杰. 电商平台自我规制的社会公权力属性及问责路径[J]. 法制与社会发展, 2025, 31(6): 187-202.
- [8] 单冰菲. 互联网应用、流通业聚集对跨境电商发展的影响机制研究——以我国东部地区为例[J]. 商业经济研究, 2024(23): 23-25.