

马克思主义生产流通理论视域下电商平台赋能乡村振兴的机制与实践

凌晨

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年12月8日; 录用日期: 2025年12月19日; 发布日期: 2026年2月12日

摘要

近年来, 电子商务平台蓬勃发展成为了推动乡村振兴的重要力量。电商平台作为数字经济与乡村发展融合的重要载体, 其运行逻辑与马克思主义生产流通理论高度契合。马克思主义生产流通理论指出, 生产决定流通, 流通反作用于生产, 合理的流通体系是实现商品价值、促进生产社会化的关键。研究表明, 电商平台通过重构农产品流通体系, 降低马克思主义流通理论中的“纯粹流通费用”、优化“生产性流通费用”配置, 破解传统农村产销梗阻; 依托数字技术赋能农业生产革新, 推动生产关系适应性调整, 延伸产业链价值链, 实现产业升级; 通过资源整合与人才培育, 创新乡村治理模式, 契合马克思主义“以人为本”的发展理念与“人的全面发展”理论内涵。结合江苏南京六合、山西运城临猗县等典型实践案例, 本文进一步验证了电商平台在促进农产品价值实现、带动农民增收、推动城乡要素双向流动中的核心作用, 并针对当前存在的基础设施短板、人才短缺、品牌建设不足等问题, 提出强化数字基建、完善人才培育体系、深化产业融合等优化建议, 为乡村振兴战略的高质量推进提供理论支撑与实践借鉴。

关键词

马克思主义, 生产流通, 电子商务, 乡村振兴

The Mechanism and Practice of Empowering Rural Revitalization by E-Commerce Platforms from the Perspective of Marxist Theory of Production and Circulation

Chen Ling

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: December 8, 2025; accepted: December 19, 2025; published: February 12, 2026

文章引用: 凌晨. 马克思主义生产流通理论视域下电商平台赋能乡村振兴的机制与实践[J]. 电子商务评论, 2026, 15(2): 451-457. DOI: 10.12677/ec.2026.152179

Abstract

In recent years, e-commerce platforms have flourished and become a significant force in promoting rural revitalization. As an important carrier of the integration of the digital economy and rural development, the operational logic of e-commerce platforms is highly consistent with the Marxist theory of production and circulation. Marxist theory of production and circulation holds that production determines circulation, and circulation in turn affects production. A reasonable circulation system is crucial for realizing the value of commodities and promoting the socialization of production. Research shows that e-commerce platforms have restructured the circulation system of agricultural products, reduced the “pure circulation costs” in Marxist circulation theory, and optimized the allocation of “productive circulation costs”, thereby breaking through the traditional rural production and sales bottlenecks. Relying on digital technology, they have empowered agricultural productivity innovation, promoted adaptive adjustments in production relations, extended the industrial and value chains, and achieved industrial upgrading. Through resource integration and talent cultivation, they have innovated rural governance models, aligning with the Marxist concept of “people-oriented” development and the theoretical connotation of “all-round human development”. By drawing on typical practical cases such as Liuhe District in Nanjing, Jiangsu Province, and Linyi County in Yuncheng, Shanxi Province, this paper further verifies the core role of e-commerce platforms in realizing the value of agricultural products, increasing farmers’ income, and promoting the two-way flow of urban and rural elements. In response to current issues such as infrastructure deficiencies, talent shortages, and insufficient brand building, it proposes optimization suggestions such as strengthening digital infrastructure, improving talent cultivation systems, and deepening industrial integration, providing theoretical support and practical references for the high-quality advancement of the rural revitalization strategy.

Keywords

Marxism, Production and Circulation, E-Commerce, Rural Revitalization

Copyright © 2026 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

在移动互联网广泛普及与农村数字化进程加速推进的背景下，农村电商已成为中国农村经济增长的新引擎和驱动乡村全面振兴的核心力量[1]。乡村振兴战略实施以来，农业农村发展成效显著。据中国电子商务研究中心发布的《2024~2025 年中国电子商务行业发展报告》显示，2024 年全国农村网络零售额达 2.38 万亿元，同比增长 12.5%，农产品电商交易额占农产品总销售额的比重突破 30%，电商平台已成为推动乡村经济增长的核心引擎[2]。但传统农业“小生产对接大市场”的产销矛盾、流通环节冗余、产业附加值低等问题仍未根本破解，制约乡村经济提质增效。

马克思主义生产流通理论为破解电商平台与乡村振兴的内在联系提供了新的理论视角。马克思在《资本论》中明确指出，“生产决定流通，流通反作用于生产”，高效的流通体系是实现商品价值、促进生产社会化的关键支撑[3]。农村传统的销售模式在产品流通、信息传递等环节存在一定的局限性，从而导致“商品惊险的跳跃”难以实现 - 农民在生产中单一的生产模式，导致流通、包装等被中间商一层层加价从而压缩了利润空间，与此同时，由于传统营销中信息存在一定的滞后性导致生产者因为市场信息的滞

后而盲目生产。电商平台的出现通过电子信息技术贯通生产、销售的各个渠道，重构生产与流通关系，使马克思主义生产流通理论在数字时代乡村发展中得到生动实践。

当前学界关于电商赋能乡村振兴的研究多聚焦于模式总结、效益评估等层面，如对直播电商、社交电商等业态的案例分析，或从数字经济视角探讨其对农村产业的影响，但从马克思主义生产流通理论出发，系统阐释电商平台如何通过优化生产与流通关系、推动生产关系适应生产力发展的研究仍需深化。本文立足马克思主义生产流通理论的核心内涵结合案例分析，从“流通优化－产业升级－治理创新”三个角度来解析电商在乡村振兴的推动作用。

2. 马克思主义生产流通理论的核心内涵

2.1. 马克思主义生产流通理论

马克思主义生产流通理论是马克思主义政治经济学的重要组成部分，其核心内容集中体现在《资本论》第二卷对资本循环与周转、社会总资本再生产的分析中，主要包含三大核心观点：

第一，生产与流通的辩证关系。马克思指出，“生产过程是起点，消费过程是终点，分配和交换是中间环节”，流通作为连接生产与消费的桥梁，虽不直接创造价值，但对商品价值的实现具有决定性作用[3]。生产的规模、结构决定流通的范围与方式，而流通的效率、成本则反作用于生产——高效的流通能缩短商品周转时间，加速资本循环，促进生产规模扩大；反之，流通梗阻则会导致商品积压、价值无法实现，制约生产发展。

第二，流通费用的分类与优化逻辑。马克思将流通过费用划分为“生产性流通过费用”与“纯粹流通过费用”[3]。生产性流通过费用是与商品使用价值保存、运输相关的费用，如仓储、包装、冷链运输等，这类费用的合理投入能保障商品使用价值完好，是实现商品价值的必要成本；纯粹流通过费用则是与商品价值形态转化相关的费用，如中间商佣金、信息搜寻成本、交易谈判成本等，这类费用不增加商品使用价值，需通过减少无效环节实现优化。

第三，社会总资本再生产的实现条件。马克思认为，社会总资本再生产的顺利进行，需要生产资料生产与消费资料生产两大部类之间保持比例协调，且商品需通过流通环节实现“实物补偿”与“价值补偿”[3]。这一理论启示我们，农村经济的可持续发展不仅需要优化单个产品的流通效率，更需通过流通环节的信号反馈，引导生产结构与市场需求相匹配，实现生产与消费的动态平衡。

2.2. 马克思主义生产流通理论的时代价值

电商平台的出现，为解决传统流通困境提供了技术方案：通过数字化渠道直连产销，减少中间商环节，降低纯粹流通过费用；通过整合冷链物流、仓储资源，补齐生产性流通设施短板，提升商品价值实现效率。这一实践本质上是马克思主义流通过费用优化逻辑在数字时代的应用，同时电商平台通过大数据反馈市场需求，引导生产结构调整，推动农业生产从“经验导向”转向“需求导向”，契合马克思主义“生产适应消费需求”的再生产理论，为乡村振兴提供了科学的实践路径。

3. 电商平台赋能乡村振兴的机制分析

3.1. 电商平台破解乡村产销难题的流通逻辑

马克思主义流通过费用理论将流通过费用分为生产性流通过费用与纯粹流通过费用，强调通过减少无效流通环节、提升流通效率实现价值最大化，电商平台正是这一理论的具象化实践，有效破解乡村产销堵点。

3.1.1. 压缩中间环节，降低纯粹流通过费用

马克思指出，“纯粹流通过费用是耗费在商品价值形态变化上的费用，它不创造价值，只能由剩余价

值来补偿”[3]。传统的销售渠道再生产后往往要通过包装、运输、多次交易等中间商转手才能够在最后实现销售这一结果。但是与此同时这些中间商层层加价，既挤压了农民的利润空间，又把价格推向了新的高峰，最终导致产销出现矛盾。而电子商务平台的兴起，在一定程度上克服了这一问题。电商平台搭建直连田间与餐桌的数字化渠道，省去批发商、零售商等中间主体，减少信息传递与商品周转的纯粹流通费用。武汉经开区汉南供销联社搭建“车谷经选”平台，对接 500 余家机关企事业单位，实现农产品从基地直供终端，2025 年助农销售额突破 5000 万元，重点帮扶对象户均年增收超 2 万元，彻底改变农户“愁销路、被压价”的困境[4]。这种直连产销的模式，正是对马克思主义流通过程理论中降低纯粹流通成本理念的实践践行[5]。

3.1.2. 优化生产性流通投入，保障商品价值的实现

马克思强调，生产性流通费用的合理投入“是生产过程在流通过程中的继续，它追加价值，并且追加到商品中去”[3]。生产性流通费用的合理投入能保障商品使用价值完好实现，电商平台通过整合冷链物流、仓储保鲜等资源，补齐乡村流通基础设施短板，减少农产品损耗，保障商品品质。汉南供销联社依托电商服务网点，联合快递企业开通乡邮线路，配套冷链仓储体系，让新鲜甜玉米、螃蟹高效直达全国市场，大幅降低农产品产后损耗率，最大化实现商品价值，契合理论中生产性流通服务生产、保障价值实现的核心要义。临猗县在构建电商模式的同时，同步完善物流配送体系：建设 4760 平方米的物流仓储分拣中心，整合中通、圆通、申通等 5 家快递企业开展“统仓共配”，实现“统一卸载、统一分拣、统一配送、统一发货”；建立 14 个乡镇服务中心、272 个村级服务站点，实现快递行政村全覆盖；通过车辆定位系统优化配送线路，减少物流车辆空跑率，降低运营成本[6]。这一系列措施使临猗县生鲜水果损耗率从 25% 降至 8% 以下，甜玉米、螃蟹等产品通过冷链物流直达全国市场，商品品质与市场竞争力显著提升。这些实践也印证了合理配置流通资源对农业生产价值转化的重要支撑作用[6]。

3.2. 电商平台赋能乡村产业升级的生产维度

马克思主义生产力与生产关系的辩证理论指出，生产力决定生产关系，生产关系又反作用于生产力。科学技术的发展能够极大地促进生产力的发展，从而推动生产关系的优化调整[7]。电子商务的不断发展推动了生产力的极大解放，从生产的源头环节激活了农业产业的发展活力，推动了乡村产业的高质量发展。

3.2.1. 数字技术赋能，提升农业生产力水平

电子商务平台的发展赋能了生产的提质增效，提升了生产力水平。在农业生产中，市场需求对生产也有积极的方面。电子商务平台在一定程度上可以更好的整合市场需求信号从而引导农业经营主体进行针对性的生产，从而精准地适应市场需求，如倒逼生产环节的标准化、精细化、精美化的优化升级。南京市六合区依托电商平台反馈的消费需求，升级茶园生产体系，建设现代化制茶基地，通过智能化设备把控生产流程，提升茶叶生产效率 30% 以上，同时保障品质稳定，为产品溢价奠定基础[8]。这种以市场需求引领生产优化的模式，本质是通过数字技术提升农业生产力，契合生产力决定生产关系的发展规律，也是数字技术赋能农业生产力革新的典型体现。

3.2.2. 产业链延伸与组织创新，推动生产关系调整

马克思劳动价值论指出，具体劳动创造使用价值，复杂劳动创造更高价值[9]。电子商务平台的推动乡村的产业从单一化的生产方向向“生产 - 加工 - 销售 - 服务”的全产业链延伸，在发展产业的过程中同时加入了深加工的这一环节，提高了劳动的复杂程度，最终增加了产品的附加值，增加农民收入。六合区在电商销售茶叶的基础上，打造“茶旅融合”项目，整合农事体验、茶叶品鉴等业态，推动农业从单

一生产业态向多元融合业态转型，带动 50 多户低收入农户就地就业增收，实现劳动价值的多元提升。汉南供销社通过技能培训让农户掌握直播运营技能，从单纯生产者转变为兼具生产与销售能力的复合型劳动者，拓宽价值创造路径，这一过程正是通过提升劳动复杂度实现价值增值的实践，契合马克思劳动价值论的核心内涵。

3.3. 电商平台优化乡村治理的实践路径

电子商务平台在赋能经济发展的同时，也推动乡村治理模式创新，通过资源整合与协同联动，提升乡村治理效能，契合马克思主义“以人为本”的发展理念。

3.3.1. 多元主体协同，构建共建共治共享治理格局

马克思主义社会治理理论强调，“社会不是由个人构成，而是表示这些个人彼此发生的那些联系和关系的总和”[3]。通过互联网技术，搭建了协同治理的平台，更加深入地贯彻了共建共治共享这一原则，凝聚治理合力。电商平台成为链接政府、企业、农户的纽带，推动多元主体参与乡村治理。汉南供销社以电商平台为核心，构建“基层社 + 村级服务社 + 合作社”的服务网络，拓展政策咨询、金融服务等多元功能，形成“农民点单、供销社上菜”的精准服务模式，解决农户生产生活难题，夯实乡村治理基础；六合区以党建为引领，依托电商平台开展结对共建，企业与乡村协同推进基础设施建设、产业培育，将组织优势转化为治理实效。这种多元协同治理模式，也为电商平台赋能乡村治理提供了可行范式。其次，强化人才培育赋能，激活治理主体动能。

3.3.2. 人才培育赋能，激活乡村治理内生动力

马克思指出，“人是生产力中最活跃的因素”，乡村治理的核心在于培育本土人才，激发农民的主动性与创造性[3]。电商平台通过数字技能培训，提升农民的数字素养与经营能力，使农民从“被动接受帮扶”转向“主动参与发展”，实现“人的全面发展”。

乡村治理归根结底是要激发农民群体的内生动力。随着数字经济的不断发展，智能手机成为了每个人不可缺少的必备品，这为电子商务平台的发展提供了基础。电商平台通过技术培训，提升农民的数字素养与经营能力，培育乡村本土治理与发展的人才，一方面提高了农民的整体素质，另一方面为乡村的持续发展培育了动能。汉南电商服务中心联合协会开展网店运营、直播技巧培训，累计覆盖 3000 余人次，帮助农户从“不会用智能手机”到“单场直播销售额超 2000 元”，实现从被动参与到主动增收的转变，为乡村治理注入内生动力，契合马克思主义关于人的全面发展的理论内涵，也是保障电商领域劳动者发展权益的重要实践。

4. 电商平台赋能乡村振兴中的实践挑战

4.1. 流通基础设施区域失衡

马克思强调，生产性流通费用的合理投入是实现商品价值的必要条件[3]。目前来看，乡村农业在引入电商发展过程中还存在发展不平衡的问题。东部地区如江苏六合、福建安溪等依托产业优势，建成了较为完善的冷链仓储、物流配送体系；但中西部偏远农村地区仍面临“冷链缺失、物流滞后”的困境——部分山区农村冷链仓储覆盖率不足 10%，生鲜农产品损耗率高达 30%；村级物流站点覆盖率不足 60%，快递配送成本是城市的 2~3 倍[10]。

4.2. 生产标准化程度低

马克思指出，“商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定”，标准化生产是提升商品价值、

实现规模化流通的关键[3]。当前农村电商发展还存在生产标准参差不齐的问题。由于大部分农业经营主体都是专业知识缺少的老年人，对于现代化的生产标准把握不精确，产品品质、包装都呈现出参差不齐的情况，没有统一的标准。例如，山西部分地区的红枣电商因缺乏分级标准，大小、甜度不一的红枣混合销售，消费者投诉率高达 15%，制约了产品市场竞争力的提升[6]。

4.3. 人才短缺

马克思认为，“工人的平均熟练程度”是影响生产力的关键因素[3]。人才短缺是农村电商存在的一个突出问题。主要存在以下两个方面的问题：首先，懂农业又懂电商的复合型人才匮乏。虽然存在部分回乡创业的青年群体，但是他们在电商的营销都缺乏一定的经验。另一方面来看中老年农民存在“数字鸿沟”，智能手机使用率不足，难以参与电商直播、线上运营等活动。山西稷山县乡村 e 镇公共服务中心的调研显示，当地 80% 的农户希望获得电商培训，但因培训资源有限，仅 30% 的农户能接受系统培训，人才短缺成为制约电商产业持续发展的瓶颈[6]。

4.4. 治理协同性不足

马克思主义社会治理理论强调，社会治理需实现多元主体的协同联动[3]。当前农村电商治理中存在“各自为政”的问题：政府部门之间(如商务、农业、交通)政策协同不足，物流补贴、人才培养等政策缺乏整合；电商平台与地方政府的合作多停留在流量扶持层面，未形成长期稳定的产业链协同机制；农户与合作社的利益联结松散，部分合作社存在“重销售、轻服务”的倾向，未能有效带动农户参与生产标准化建设。例如，部分地区的电商平台与政府在冷链物流建设上缺乏协同，导致重复投资、资源浪费，影响了流通体系的整体效率。

5. 优化电商平台赋能乡村振兴的实施路径

基于马克思主义生产流通理论与当前实践挑战，本文从流通设施完善、生产标准构建、人才培育强化、治理协同创新四个方面，提出优化电商平台赋能乡村振兴的实践路径。

5.1. 完善流通基础设施

从马克思主义流通理论来看，需要对政府和市场进行相应的引导，加强对农村基础设施的投入，从而完善农村电商发展的问题，补足短板，努力克服发展不平衡的问题。推动健全基础设施的建设。政府加大基础设施投入，设立专门的电商基金账户，特别是加大对中西部地区低温储藏、低温运输等方面的支持。积极鼓励引导快递企业合作，建立多地物流仓库，就近储藏发货，降低时间与物流成本。例如，借鉴临猗县“快快合作”模式，整合县域内快递资源，通过车辆调度优化减少空跑率，将农村物流成本降低 20%~30% [6]。

5.2. 构建生产标准化体系

基于马克思劳动价值论，需通过标准化生产提升商品品质与一致性，增强市场竞争力[3]。制定统一的生产标准。当地政府、企业、合作社进行当地农产品的考察核验，根据当地的生产技术对农产品的品质进行一个衡量，从而制定一个统一的标准。这一标准即包括产品的品质，又包括产品的包装、加工等。例如，参照稷山县“稷山四宝”标准化生产经验，对农产品的大小、甜度、农药残留等指标进行明确规定，通过标准化提升产品溢价能力[7]。

5.3. 强化人才培育体系

在马克思“促进人的全面发展”理论指导下，积极构建不同群体、不同层次的人才体系。首先，我们

要对回乡创业的青年群体进行部分电商培训。政府联合电商平台、职业院校,针对农村青年、返乡创业者开展“电商运营+直播技巧+数据分析”专项培训,培训内容结合当地产业特色。其次,我们要推动老年群体“现代化”。积极开展老年群体智能手机使用、购物、娱乐培训。目前老年群体的手机使用率在不断上升,抖音视频,快手直播是这一群体的主要阵地,我们通过村民互助等模式,手把手地教授直播相关知识,让更多的农民共享电商发展的红利。

5.4. 创新治理协同机制

基于马克思主义社会治理理论,需构建“政府-平台-企业-农户”协同联动的治理体系。首先,建立跨部门的协同机制。政府整合商务、物流、交通等资源,制定统一的发展规律,集中力量形成电商发展的合力,避免零散化、碎片化发展。其次,强化农户与合作社的利益联结。推广“合作社+农户”的“二次返利”模式,合作社从电商销售利润中提取10%~15%作为返利基金,按农户种植面积、产品品质进行分红;同时,合作社为农户提供统一的种子、技术、销售服务,形成“风险共担、利益共享”的共同体,提升生产组织化程度。

6. 结论

电商平台对乡村振兴的推动作用,本质是马克思主义生产流通理论在数字时代乡村发展中的生动实践。他从不同角度破解了乡村振兴存在的部分难题。电子商务的流通体系通过平台的精准数据传递在一定程度上破解了产销难题;通过现代化的技术推动产业转型升级;借助平台资源构建乡村治理的新模式,这些成就既实现了农产品价值的高效转化与农民增收,又推动了乡村生产关系优化与治理效能提升。实践证明,电商平台不仅是衔接城乡市场的数字纽带,更是激活乡村内生动力、推动农业农村现代化的重要支撑[2]。未来,持续强化电商平台与乡村发展的深度融合,深化理论指引与实践创新,能更好助力乡村振兴战略落地见效,实现乡村产业兴旺、农民富裕的发展目标。

参考文献

- [1] 李景山. 加强特岗教师队伍建设, 助推县域教育高质量发展[J]. 河北教育(综合版), 2021, 59(Z1): 66-67.
- [2] 中国电子商务研究中心. 2024-2025 年中国电子商务行业发展报告[M]. 杭州: 浙江工商大学出版社, 2025.
- [3] 马克思. 资本论(第二卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2004.
- [4] 建平台 降成本 畅销路 武汉经开区汉南供销联社助力农产品进城[EB/OL]. 中国日报网, 2025-12-03. https://www.toutiao.com/article/7579572739083584043/?upstream_biz=doubao&source=m_redirect
- [5] 马启红. 马克思主义视角下电商经济中的公平与效率问题研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1295-1299.
- [6] 山西运城市人民政府官网. 电商赋能乡村振兴的“运城实践”报告[EB/OL]. <http://www.yuncheng.gov.cn>, 2025-09-10.
- [7] 陈晨. 生产力与生产关系适配视角下电商产业升级路径探析[J]. 商业研究, 2025(2): 34-40.
- [8] 南京六合: 党建领航强治理助农惠民促振兴[EB/OL]. 中国日报网, 2025-11-17. https://www.toutiao.com/article/7573639467492262400/?upstream_biz=doubao&source=m_redirect
- [9] 李娟. 马克思劳动价值论视域下农村电商高质量发展的路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 1356-1360.
- [10] 中国网. 电商直播赋能乡村振兴[EB/OL]. http://m.toutiao.com/group/7519707221422129664/?upstream_biz=doubao, 2025-06-25.