

电商赋能乡村振兴：农村电商的新趋势与 新路径

张紫涵

扬州大学马克思主义学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年12月15日；录用日期：2025年12月31日；发布日期：2026年1月27日

摘要

在全面推进乡村振兴的国家战略背景下，以“千万工程”经验为引领，全面推进“三农”工作重心向“和美乡村”建设跃升，报告中提出要因地制宜推动兴业、强县、富民一体发展，做好“土特产”文章，完善强农惠农富农支持制度，千方百计推动农业增效益、农村增活力、农民增收入。其中农村电商作为衔接小农户与大市场、激活乡村内生发展动力的关键引擎，其角色日益凸显。近年来，从中央到地方的宏观政策持续加码，为农村电商创造了前所未有的发展机遇，推动其从简单的“工业品下乡”向系统化的“农产品上行”和“数字乡村”建设深度演进，抓好“三农”工作，抓住农村电商新机遇，开拓乡村新道路，解锁乡村新时代。

关键词

乡村振兴，乡村现代化，农村电商

E-Commerce Empowers Rural Revitalization: New Trends and New Paths of Rural E-Commerce

Zihan Zhang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: December 15, 2025; accepted: December 31, 2025; published: January 27, 2026

Abstract

Against the backdrop of the national strategy for advancing rural revitalization in an all-round way

and guided by the experience of the “Ten Thousand Villages Renovation Program”, we are comprehensively elevating the focus of the work concerning agriculture, rural areas and farmers to the development of “peaceful and beautiful villages”. The report proposes to promote the integrated development of industrial prosperity, county strengthening and people enrichment in light of local conditions, tap into the potential of local specialties, improve the supportive systems for strengthening agriculture, benefiting farmers and enriching rural households, and do everything possible to boost agricultural efficiency, invigorate rural areas and increase farmers’ incomes. As a key engine connecting small-scale farmers with the vast market and activating the endogenous driving force for rural development, rural e-commerce is playing an increasingly prominent role. In recent years, macro policies from the central to local governments have been continuously intensified, creating unprecedented development opportunities for rural e-commerce and driving it to evolve in depth from the simple “downward flow of industrial products to rural areas” to the systematic “upward flow of agricultural products to urban markets” and the construction of “digital villages”. We must do a good job in the work related to agriculture, rural areas and farmers, seize the new opportunities brought by rural e-commerce, explore new paths for rural development and unlock a new era for rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural Modernization, Rural E-Commerce

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

在全面推进乡村振兴的国家战略背景下，破解乡村发展的深层次瓶颈、实现可持续的产业兴旺，已成为一项关键而复杂的系统工程。乡村振兴战略是中国推动社会主义现代化建设的重大决策部署，其核心目标是解决城乡发展不平衡、农村发展不充分的问题，实现农业强、农村美、农民富。2015年，中央一号文件首次提出“农村电子商务”，在国家富农惠农政策扶持下，农产品营销得到快速发展。2024年中央一号文件也指出，要实施农村电商高质量发展工程。2024年3月，中央政府又颁发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，制定了农村电商高质量发展近五年的规划，可见农村电商作为新业态受到国家政策上的高度重视和支持，在未来一段时间内，乡村也会大力发展农村电商[1]。在此背景下，对乡村振兴战略为农村电商提供发展空间、农村电商赋能乡村振兴的路径进行探讨，找寻农村电商的新趋势和新路径。

关于乡村振兴战略，学者高强[2]中系统阐述了乡村振兴的理论基础与系统性实现路径，为电商如何融入并驱动这一宏大战略提供了理论锚点。学者杨雨萱[3]主要聚焦于农村经济的高质量发展是需要发展产业兴旺，而农村电商正是实现该目标的关键新动能。学者许海乐[4]对“四好农村路”创新实践的探讨揭示了完善乡村基础设施是电商可持续下沉与高效运营的物理前提。关于当前农村电商的发展，基于权威数据与指数研究，勾勒出农村电商发展的最新图景与新趋势。农业农村部信息中心等与农业农村部市场与信息化司 2024 年的报告中，用详实数据揭示了全国县域数字农业农村电商的活跃度与农产品网络零售的庞大规模，证明了电商已成为乡村产业振兴的重要支柱[5]。北京大学与阿里研究院在 2023 年发布的县域数字乡村指数中从更广阔的数字化视角评估了乡村发展水平，其中电商是核心构成与驱动力指标[6]。这些报告共同指明了农村电商发展的新趋势：从单纯的“工业品下行”转向更强调“农产品上行”与品

牌化；从分散的个体经营向规模化、标准化、产业化的供应链模式演进；以及与数字技术深度融合，向生产端延伸智慧农业和销售端创新的直播电商、社交电商。当前的研究更加集中于乡村电商路径的探索，而本文旨在依托于当前乡村振兴战略下对于乡村电商发展的新趋势和新路径的分析，从理论空间上填补了系统性趋势路径分析的部分空白。

2. 乡村振兴战略下农村电商的发展新趋势

乡村振兴战略发展为农村经济发展保驾护航，提供政策支持与资金保障，而农村电商正是将政策红利转化为市场活力与农民获得感的高效管道。它既通过提升农业价值链来“增效益”，又通过创造新业态来“增活力”，最终有效实现了农民“增收入”的核心目标。因此，大力发展和深化农村电商应用，是当前盘活农村存量资源、释放巨大市场潜力的必然选择和战略抓手。在乡村现代化系统性转型中，农村电子商务已展现出作为关键破解路径的潜力。它不仅是“千万工程”经验在数字时代的重要延伸——通过“数商兴农”激活乡村产业，更是完善强农惠农富农支持制度的创新载体。从理论视角看，农村电商的发展与演变可从多个社会科学理论中得到阐释。城乡关系理论指出，电商有效缓解了城乡之间的空间隔阂与市场分割，通过数字化连接，使农产品能够直接面向全国乃至全球市场，极大拓展了其经济半径。在破解地理距离约束方面，电商直接连接亿万消费者，极大拓展了农产品市场半径，其中《2023 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示，2022 年全国农产品网络零售额达 5313.8 亿元，同比增长 9.2%，已成为稳增长、促消费的重要力量[7]。宏观政策的有力引导与持续投入，正深刻改变着农村电商的发展轨迹，使其呈现出若干源于实践、成于体系的新趋势。其一，电商从之前的“帮农村卖货”到现在的“农村自成体系”。从价值链理论分析，农村电商不仅延伸了农产品的销售环节，更通过品牌建设、标准化运营、冷链物流整合等方式，提升了整条价值链的附加值。其初始阶段主要致力于破解由地理区位偏远、本地市场有限及基础设施薄弱所导致的农产品滞销困境；而现阶段，在互联网普及、物联网技术应用以及数字基础设施持续完善的技术背景下，农特产品的市场可见性与流通效率得以大幅提升。与此同时，宏观政策的系统性引导与地方政府的配套支持，共同推动了农村电商在运营规范、供应链整合及服务体系等方面逐步走向制度化与成熟化。市场监管总局网监司总结提炼了 10 种农村电商发展的典型模式：东部沿海发达地区如浙江绍兴县域统筹、镇级整合、村级创新，充分激发县、镇、村三级创新活力，形成农村电商各具特色、竞相发展生动局面的“共富工坊”建设模式；中部山区如江西安远“智慧园区”新仓储 + “智运快线”新基建 + “数字平台”新零售 + “村红村播”新业态 + “诚信规范”新监管五位一体的“数字 + 乡村”模式；西部地区如陕西武功利用地处西北地区与中东部地区连结点的区位优势，打造西北农产品电商企业聚集地、西部农副产品物流集散地的“买西北卖全国”模式等[8]。其二，参与者从之前的“老乡自发”到现在的“人才支持”。早期农村电商活动主要依赖个体农户自发的探索实践，其运营多建立在家庭内部有限的数字素养基础上，表现为一种零散化、内生性的初级模式。随着国家层面系统性推动返乡入乡创业与农村创新创业带头人培育，农村电商的主体结构发生深刻转变。一批兼具市场意识、数字技能与外部资源链接能力的“新农人”逐渐成为产业发展的核心力量，推动农村电商向组织化、专业化与可持续的方向演进。说明电商发展具有较强的嵌入性，日益深入乡村社会结构与关系网络，其中政策引导、地方支持与平台规则共同作用，使电商活动从松散自发走向规范有序，逐步嵌入地方产业体系、治理架构与社会文化之中，形成可持续的发展机制。根据农业农村部 2023 年发布的数据，全国返乡入乡创业人员中，超过 80% 的项目依托互联网开展，其中约三分之一直接从事电商相关业务。他们不仅是卖家，更是本土品牌的创建者。2024 年商务部等 9 部门印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》明确提出，实施青年农村电商培育工程，开展“青耘中国”直播助农活动。这些举措进一步增强了农村电商在就业与创业方面的驱动力。

3. 农村电商赋能乡村振兴的路径优化

(一) 强化系统赋能, 优化制度与创新供给

从创新扩散理论的视角审视当前乡村全面振兴背景下农村电商的高质量发展, 实质上是一个由政府主导、市场响应、技术驱动、社会参与的复杂创新扩散过程。其成功不仅取决于创新电商技术、模式与业态等本身的属性, 更依赖于一个主动构建的、有利于创新被认知、采纳与制度化的支持性环境与社会系统。

乡村全面振兴背景下的农村电商要得到良好地发展, 首先就要有一个良好的环境和背景支持。党中央始终将农村现代化建设作为全面建设社会主义现代化国家的重中之重, 在 2024 年, 中央一号文件中谋划了推进乡村全面振兴的“路线图”, 这为农村电商高质量发展提供了前所未有的机遇[9]。在政策上, 要出台有利于农村电商发展的经济政策, 鼓励引导农村发展电商经济, 更好地发挥政府指挥效应, 宣传推进农村电商示范方案, 引导村民们看到发展电商好、政策支持力度大、优质资源汇集促进电商发展。要利用好财政政策激发农村电商活力、保障农村电商稳中有进, 为推动农村电商健康持续发展, 税务部门可面向相关企业推出更具针对性的税收激励与财政支持措施, 切实回应其经营发展中的实际诉求。

在推动电商创新上, 要深化大数据、物联网、区块链等数字技术与农业生产、流通、营销全链条的融合; 鼓励发展社交电商、社群团购、订单农业、体验式云农场等新兴业态, 有效激发农村电商的内生动力, 使其成为乡村产业转型升级与可持续发展的核心引擎。

(二) 深化价值赋能, 驱动品牌化与专业化发展

农村电商对乡村产业的赋能, 本质上是一个价值链系统性升级与创新实践深度嵌入地方社会网络的双重过程。这一过程不仅重塑了农产品的价值创造与分配机制, 也重新定义了地方资源、主体与外部市场之间的连接方式。要进一步深化农村电商产品的价值, 一方面可以从当地“土特产”进行开发, 因地制宜开发其独特性, 通过电商数字化营销为特色农产品、手工艺品还是乡村旅游服务找到特定消费群体。数字乡村发展水平较高的县域, 其农村电商带动的就业人口占县域总就业人口的比重平均超过 5%, 成为稳定就业的重要渠道[1]。2023 年全国农产品网络零售额达到约 5870.1 亿元, 同比增长 10.5%, 增速显著高于社会消费品零售总额平均水平[10]。这种增长不仅是量的扩张, 更是价值的提升。直播电商、社群营销等新模式, 通过讲述乡土故事、展示生产过程, 有效塑造了农产品品牌, 实现了从“卖原料”到“卖产品”“卖品牌”的转变, 实质上是将研发、设计、品牌管理、客户服务等高端活动引入农村产业体系。中国社会科学院的研究指出, 电商对农产品价值的提升幅度普遍在 20%~50%, 部分特色产品甚至能实现价格翻番[6], 这正是价值链延伸与升级的直接体现。这种升级不仅体现于单一产品, 更通过培育本土领军企业、构建品牌体系, 推动产业从“分散经营”转向协同化、集群化发展。

另一方面利用结构嵌入通过构建农村电商品牌体系, 培育本土领军企业。由于分散经营模式难以形成品牌集聚效应, 应着力扶持具有示范意义的龙头电商企业, 通过其辐射带动作用提升整体产业能级。对于运营基础较好的中小型电商企业, 可建立常态化交流机制, 组织其赴阿里巴巴、京东等头部电商平台考察学习, 系统借鉴成熟的商业模式与管理经验, 为成长为区域性龙头企业奠定基础。推动政企协同创新是品牌建设的重要保障。地方政府可通过资本入股、政策扶持等方式与优质电商企业形成发展共同体, 在盘活地方特色资源的同时, 建立规范化的合作运营机制。产品质量是品牌建设的根本支撑, 应实施多维度品牌推广计划: 一方面建立覆盖生产、加工、流通全过程的质量追溯体系; 另一方面可以利用文化认知嵌入将产品巧妙融合地方文化元素, 通过举办特色文化节庆、打造区域公共品牌等方式, 塑造富有文化内涵的品牌叙事。由此形成的产品品牌效应将为农村电商的提质升级注入持续动力, 最终实现以品牌价值引领产业高质量发展的良性循环。

(三) 推进网络赋能，构建集约高效的流通与服务矩阵

首先，应系统性整合农村流通基础设施节点。当前农村流通体系存在资源分散、协同不足的瓶颈，制约了电商服务网络的整体效能。为此，需着力推动县乡村三级节点的一体化布局，重点支持县域共配中心、乡镇综合服务站与村级服务点的功能衔接与资源共享。对于参与网络化布局的企业，可给予用地、融资等方面政策倾斜，并通过以奖代补等方式激励企业在薄弱区域设点，从而提升网络覆盖密度与运营韧性。

其次，应加快流通服务流程的数字化重构。以数据驱动提升全网协同效率，推动仓储、运输、配送等环节的信息互联与智能调度。鼓励应用物联网、路径优化算法等技术，实现对流通全链路的实时监控与动态管理，并基于区域产品特性、交通条件与订单分布，构建弹性、可配置的流通路由体系。在此基础上，逐步建立从产地到销地的全程可追溯机制，增强服务透明度与可靠性。

最后，需健全跨主体协同的机制设计与治理模式。积极引导电商平台、物流企业、供销合作社、本地商户等形成网络化合作共同体，通过共建基础设施、共享运营数据、共定服务标准，降低重复建设与制度性成本。可支持成立区域物流联盟或合资运营主体，以市场化方式整合分散资源，推动实现集约化运营、规模化服务与网络化赋能，最终形成支撑农产品上行与乡村消费升级的高效能流通生态。

4. 结论

乡村振兴战略的深入推进将开启中国城乡关系重构的新范式，其核心在于构建城乡要素双向流动、价值共创共享的共生系统。农村电商不仅作为管道，直接实现了农产品与消费品的城乡双向高速流通，更重要的是，它通过市场数据的反馈，引导人力、资本、数据等要素更智能地向乡村特色产业领域配置。农村电商在乡村振兴中扮演着“枢纽－引擎－赋能者”的多重角色，其功能已从工具性连接升维为系统性重塑，通过驱动要素重组、产业融合与治理创新，实质性推进城乡关系向共生共享范式转型。产业层面将突破传统农业的单一维度，向“生态+”“文化+”“数字+”的复合业态转型，而农村电商正是催生“生态+”、“文化+”、“数字+”复合业态的核心引擎。本文从理论层面，将农村电商置于城乡关系重构与乡村系统转型的框架中进行分析，突出了其作为数字基础设施和治理赋能平台的双重属性，超越了以往研究侧重其经济通道功能的局限；在实践层面，明确了电商发展从“打通渠道”到“生态构建”再到“治理协同”的演进逻辑，为政策制定与产业实践提供了阶段性指引。

同时以电商发展为抓手，正在催生基层治理范式的革新。电商生态所要求的物流协同、品质控制、信用建设和数字技能普及，倒逼并赋能了乡村组织方式的创新与治理能力的现代化。未来通过电商的进一步发展，反向推动着关注数字鸿沟的复杂表现及其治理，以及研究如何在使用电商平台数据赋能乡村的同时，保障农民及村集体对本地数据的合法权益，这些将有助于深化对数字技术赋能乡村振兴复杂机制的理解，推动理论构建与实践发展走向更精细、更均衡的新阶段。这一过程不仅是空间形态与产业结构的重塑，更是对发展正义与文明多样性的深层回应，最终指向人与自然、传统与现代、城市与乡村的辩证统一，为全球乡村治理提供中国式现代化的实践样本。

项目来源

江苏省研究生科研创新计划“项目名称改革开放以来乡村赌博治理研究”(项目编号: KYCX25_3886)。

参考文献

- [1] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.

- [2] 高强. 乡村振兴战略的理论基础与实现路径[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(12): 48, 59.
- [3] 杨雨萱. 乡村振兴视域下农村经济的高质量发展[J]. 中国集体经济, 2025(11): 1-4.
- [4] 许海乐. 乡村振兴战略背景下山丹县“四好农村路”的创新实践[J]. 山西农经, 2025(6): 196-198.
- [5] 农业农村部市场与信息化司. 2023 年全国农产品网络零售额监测报告[R]. 北京: 中华人民共和国农业农村部, 2024.
- [6] 2022 县域数字乡村指数研究报告[EB/OL].
<https://max.book118.com/html/2024/0515/8023007132006067.shtml>, 2024-05-16.
- [7] 农业农村部信息中心, 北京工商大学. 2023 全国县域数字农业农村电子商务发展报告[EB/OL]. 2023.
<https://www.digitalelite.cn/h-nd-6836.html>, 2023-06-17.
- [8] 市场监管总局印发指引促进农村电商高质量发展[N]. 光明日报, 2023-08-25(第 8 版).
- [9] 余花, 李学卫. 乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2025(3): 136-137.
- [10] 中国社会科学院农村发展研究所. 中国农村发展报告(2023) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2023.