

农村电商服务乡村全面振兴的作用机理与路径选择

唐子惠

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2026年1月14日; 录用日期: 2026年1月26日; 发布日期: 2026年2月10日

摘要

农村电商作为数字经济与乡村发展深度融合的关键载体, 是推动乡村全面振兴的重要引擎。本文从产业与经济、社会与文化、治理与生态三个维度, 系统分析农村电商服务乡村全面振兴的作用机理, 其既优化产业链条、拓宽增收渠道, 又推动人才回流、传承乡村文化, 更实现生态价值与经济价值的协同转化。本文深入剖析当前农村电商发展面临的现实障碍, 包括产品产业链、基础设施、专业人才、政策及发展环境等方面的不足。在此基础上, 针对性提出塑造特色品牌、加强基础设施建设、培育专业电商人才的适宜路径, 为农村电商高质量发展、高效服务乡村全面振兴提供理论支撑与实践参考。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 数字经济

Mechanism and Path Selection of Rural E-Commerce in Serving the Comprehensive Revitalization of Rural Areas

Zihui Tang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: January 14, 2026; accepted: January 26, 2026; published: February 10, 2026

Abstract

As a key carrier of the deep integration of digital economy and rural development, rural e-commerce is an important engine for promoting comprehensive rural revitalization. This article systematically analyzes the mechanism of rural e-commerce serving the comprehensive revitalization of rural

areas from three dimensions: industry and economy, society and culture, and governance and ecology. It not only optimizes the industrial chain and broadens income-increasing channels, but also promotes the return of talents, inherits rural culture, and achieves the coordinated transformation of ecological value and economic value. This article provides an in-depth analysis of the current practical obstacles faced by the development of rural e-commerce, including deficiencies in the product industry chain, infrastructure, professional talents, policies, and development environment. On this basis, appropriate paths for shaping distinctive brands, strengthening infrastructure construction, and cultivating professional e-commerce talents are proposed in a targeted manner, providing theoretical support and practical reference for high-quality development of rural e-commerce and efficient services for the overall revitalization of rural areas.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Digital Economy

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

乡村全面振兴是新时代解决“三农”问题的总抓手，关乎国家发展全局与城乡协调发展大局。全面深化农村改革，要坚持社会主义市场经济改革方向，处理好政府和市场的关系，激发农村经济社会活力[1]。农村电商在服务乡村全面振兴的实践中，仍面临诸多深层次问题：产业链协同不足与产品同质化竞争制约了产业能级提升，网络、物流等基础设施短板推高了交易成本，专业人才匮乏成为发展的核心瓶颈，政策协同性欠缺导致发展环境亟待优化。

基于此，本文立足乡村全面振兴的战略要求，从产业与经济、社会与文化、治理与生态三个维度系统阐释农村电商的作用机理，全面剖析当前发展中的现实困境，进而探索针对性的适宜路径，旨在厘清农村电商与乡村全面振兴的内在关联，为破解农村电商发展难题、增强其服务乡村振兴的效能提供学理支持与实践借鉴。

2. 农村电商服务乡村全面振兴的作用机理

2.1. 产业与经济维度

农村电商作为数字经济与农村产业深度融合的关键领域，近年来在我国取得了显著的发展成果[2]。农村电商产业链的优化升级，对增强产业核心竞争力、助力产业能级跃升、拓宽农民增收渠道及实现农业现代化发展具有关键价值。这一举措不仅能够实现产业链各环节资源的统筹整合，增强农村经济发展的抗风险韧性；同时可压缩流通环节链条，降低市场交易成本，提高农产品市场流通效率，支持农户以资源入股等方式获取资产性收益，构建起农民增收的长效稳定机制。

农村电商的发展本质是为乡村产业搭建了数字化的价值创造与价值传递平台，通过数字化赋能乡村产业的价值链各环节，推动乡村产业实现工艺流程、产品、功能、链条的全维度升级，进而提升乡村产业的价值创造能力和价值链地位，农村电商通过整合城乡资源，推动乡村产业从传统的低附加值初级生产环节，向高附加值的品牌、运营、服务等环节延伸，重构乡村产业的价值分配体系，让乡村主体在价值链中占据更多话语权。

农村电商的发展突破了传统农产品交易的时空壁垒，畅通了城乡要素双向流通渠道，为农产品搭建起低成本的营销链路，有效拓展了市场辐射范围。农村电商可以促进商业、农业、加工产业、文化产业以及旅游产业的有机融合[3]，物联网、大数据等新一代信息技术与传统农业生产的深度融合，能够显著提升农产品生产效率与综合经济效益，加快农业领域的数字化转型进程，推动产业结构的优化调整。在 market 需求的导向作用下，农户能够主动创新产品工艺与营销模式，助力农产品品牌的市场拓展与产业链条的延伸，丰富乡村产业的结构层次，最终实现农村产业形态的多元化发展。

2.2. 社会与文化维度

传统乡村社会的发展困境，根源在于城乡二元结构下要素流动的单向性与封闭性，导致农村人才、信息、资源持续流失，社会结构呈现“空心化”“老龄化”的失衡状态。农村电商通过数字技术搭建起城乡互联互通的桥梁，打破了地理空间对要素流动的限制，形成“城市资源下乡、乡村产品上行”的双向流动格局，进而推动乡村社会结构的系统性优化，促进人才回流与乡村人力资本升级，农村电商的发展创造了大量本土化就业岗位，包括电商运营、物流配送、直播带货、产品分选加工等，为外出务工人员提供了返乡创业就业的载体。回流人才不仅带回了资金与技术，更带回了城市的市场意识、管理经验与现代生活理念，成为乡村振兴的“新型主体”。

乡村文化是乡村的精神内核，乡村全面振兴离不开文化的引领与支撑。传统乡村文化面临的传承困境，在于其与现代市场的脱节，导致文化价值难以转化为经济价值，传承动力逐渐弱化。农村电商以市场为纽带，将乡村文化资源与现代消费需求对接，实现了文化价值与经济价值的双向赋能，为乡村文化的传承与创新注入内生动力。农村电商为这些文化资源提供了市场化传播与转化的渠道，通过“文化 + 产品”的模式，将传统手工艺、民俗文创、特色农产品等转化为电商商品，让乡土文化以“可视化、可触摸、可消费”的形式走进城市市场。例如，传统刺绣、竹编等手工艺通过电商平台扩大了销售范围，不仅实现了手工艺人的增收，更让传统技艺得到传承与延续；乡村的农耕习俗、民俗节庆通过直播带货、短视频传播等形式，被更多人了解，增强了乡村文化的认同感与影响力。

2.3. 治理与生态维度

生态宜居是乡村全面振兴的核心目标之一，核心要义在于实现生态保护与经济发展的良性循环。传统乡村发展中，生态资源的经济价值常难以有效转化，这直接催生了“重开发、轻保护”的发展困境。农村电商恰好以市场为纽带，搭建起生态资源与消费需求的对接桥梁，通过“生态 + 电商”模式推动生态资源向经济价值转化，最终构建起生态保护与经济发展协同共生的乡村发展格局。

乡村蕴藏着丰富的绿色农产品、生态旅游资源、林下经济资源等生态资产，这些资产的经济价值在传统流通渠道中往往难以充分释放。农村电商为其提供了市场化转化的关键渠道，借助“绿色认证 + 电商推广”的组合模式，将绿色有机农产品、生态民宿、乡村研学等生态产品精准推向城市市场，实现了生态价值与经济价值的双向赋能。电商平台的质量溯源体系要求农产品生产全流程可追溯，这进一步规范了农业生产行为，有效减少了农业面源污染。这种生产方式的绿色转型，不仅增强了农产品的市场竞争力，更实实在在改善了乡村生态环境，精准契合生态宜居乡村建设的核心要求，为乡村全面振兴提供了坚实的环境支撑。

传统农产品流通中，多层级中间商的存在导致损耗率居高不下，包装、运输环节的资源浪费问题也十分突出，而农村电商“产地直连消费者”的模式，大幅缩短了流通链条，既降低了物流损耗，也推动包装材料向绿色化、可降解化转型，减轻了对生态环境的压力。

3. 农村电商服务乡村全面振兴的现实障碍

3.1. 产业链不完善，产品同质化竞争严重

农村电商与相关产业的融合深度仍存在明显短板。农业产业链上下游与电商生态的协同衔接紧密度不足，生产前端的技术指导环节与后端的精深加工环节存在显著缺位，线上渠道对线下产业升级的驱动效能尚未充分释放，产业间良性互动的循环机制尚未构建成型。

当前农村电商领域普遍存在经营主体布局分散、组织化程度偏低、产品同质化现象突出等问题，成为制约行业高质量发展的关键因素。从经营主体构成来看，从业者多为个体商户、家庭农场及小型涉农企业，农业经营主体生产规模小、分布不均及设施薄弱，致使其组织建设、技能人才和科技运用等内生动力严重不足，很大程度上影响了数字技术的融入和推广[4]。尽管各级政府积极引导集体经济组织、农民专业合作社等多元主体参与电商运营，但由于稳定长效的合作机制尚未建立，产业链各环节难以形成高效协同的联动效应，区域层面的产业集聚与协同发展效应难以落地，具有市场竞争力的农村电商品牌体系构建进程相对滞后。

从产品供给侧来看，农村电商领域的产品结构单一化特征显著，差异化属性不足的产品占据较大市场份额，产品的品牌标识与包装设计普遍存在短板，导致市场辨识度难以提升，对消费群体的吸引力有所弱化。

3.2. 基础设施薄弱，支撑能力不足

在网络基础设施层面，偏远农村地区信号弱、网费高的问题尚未根本解决，这就形成了数字时代的“接入性鸿沟”。农村居民和乡村经营主体无法平等、便捷地获取数字服务，农村电商赖以发展的信息交互基础也就难以筑牢，直接影响了电商活动的开展效率。

物流基础设施薄弱则是更为关键的制约因素。对于小规模电商企业，缺乏相应的规范，运行效率较弱[5]。一方面，农村终端配送的“最后一公里”存在成本高、效率低的问题，商品从乡镇到村级的配送难度大、损耗高；另一方面，农产品上行的“最初一公里”面临更大困境——冷链仓储设施存在结构性供给不足，优质农产品采摘后难以实现保鲜存储，后续运输过程中也容易出现损耗，最终导致农产品出村难、存储难、运输难的问题，直接限制了农产品的价值实现，也削弱了农村电商对接市场的能力。在服务配套基础设施方面，已建成的村级电商服务站、乡镇电商服务中心中，普遍存在“重挂牌、轻运营”的偏差现象。这些站点虽已建成，但缺乏能持续提供技术指导、营销策划、金融支持的专业人才和长效机制，多数时候只是“空有牌子”，设施利用率长期处于较低水平，无法为农村电商经营主体提供必要的支撑服务。

这些网络、物流、服务配套等方面的基础设施短板相互叠加，最终推高了农村电商的交易成本。农村电商本应具备的赋能乡村产业升级、带动农民增收的潜力，也因此无法充分释放，进而影响了其服务乡村振兴的实际成效。

3.3. 专业人才短缺，人才留存难度大

乡村地区对电商专业人才的吸纳能力存在显著短板，拥有高水平专业技能的电商从业者大多更青睐在城市区域扎根发展，这一现实直接造成外部优质电商人才的引入困境。当前乡村电商人才培育机制存在显著的结构缺陷，培训内容与产业实际应用需求存在明显脱节，课程设置过度侧重理论知识的灌输，既缺乏常态化、体系化的培育流程，也未配备后续的跟踪辅导与技术支持体系，最终导致本土电商人才的培育工作陷入推进困境。与此同时，乡村地区尚未形成浓厚的电商创业生态，配套扶持政策体系亦不完善，这一状况进一步加剧了存量电商人才的流失问题。

农村地区的人才供给存在较大缺口。随着农村电商产业的迅猛发展,相关领域释放出大量就业岗位与发展机遇,人才供给匮乏对产业发展的制约作用也日益凸显。农村电商产业的持续发展,迫切需要一支兼具专业化素养与信息化能力的复合型人才队伍。为此,应当高度重视管理型、技术型、服务型人才的培育与引进工作,以此规避因产业升级扩张与人才供给失衡之间的矛盾而引发的发展困局。

3.4. 政策协同性不足, 发展环境有待优化

在政策制定层面,农村电商涉及商务、农业、交通、市场监管、网信等多个部门,但缺乏常设性的高层级统筹协调机制。各部门出台的政策往往从自身职能出发,在目标设定、支持范围、考核标准上存在分散甚至矛盾之处,未能形成指向统一的“政策合力”。这种“条块分割”的管理格局,导致基层在执行时面临多头指挥、项目重叠或政策空白等问题,降低了资源配置的整体效率,不少地方对农村电商的支持依赖于短期项目或专项活动,缺乏纳入区域经济社会发展规划的长期性、稳定性制度安排。政策支持随着项目周期起伏,导致市场经营主体预期不稳,难以做出长期投资和人才储备决策。这种“运动式”推进方式,不利于农村电商生态的稳健培育和产业链的深度构建。

农村电商天然具有跨区域流通的特性,但现行政策多以行政区划为界,在物流标准、数据共享、质量监管、利益分配等方面存在区域壁垒。政策实施效果的评估往往侧重于硬件建设数量、交易额增长率等量化指标,而对农村电商促进农民增收、带动就业、提升产业质量等深层效益关注不够。

4. 农村电商服务乡村全面振兴的适宜路径

4.1. 着力塑造特色品牌

数字经济背景下,农村电商的功能范畴已突破农产品售卖的单一维度,其与文化旅游产业的深度融合,正逐步成长为乡村经济发展的全新增长极。借助电商平台的传播优势,乡村特色民宿、田园农家乐、主题旅游线路等资源得到高效推广,有效吸引城市居民参与乡村休闲体验活动,为农村经济发展注入全新活力。在此过程中,需聚焦地域特色开发专属旅游产品,涵盖农耕实践体验、民俗文化展演、生态景观游览等多元类型,同时依托电商平台与社交媒体开展线上营销推广,助力乡村旅游提升市场知名度与客源吸引力。

针对当前农村电商领域存在的产业集群效应薄弱、经营主体布局零散、产品同质化现象突出等现实问题,各地需立足区域特色农业发展基础,着力培育具有竞争优势的特色产业集群,支持不同区域的农村电商主体开展协同发展合作,通过实施差异化市场定位与品牌化运营策略,推动农村电商朝着高质量发展方向迈进。乡村特色产业中的“特色”体现差异化,差异化带来一定程度的顾客忠诚,也建立了或多或少的市场壁垒,从而获得溢价[6],各地应依据自身资源优势、地理区位条件与既有产业基础,科学规划产业发展定位,培育具有本土辨识度的特色优势产业,推动优势农产品朝着品牌化、标准化、精细化的方向升级。

4.2. 持续加强基础设施建设

为推动农村电商产业链的优化升级,需从网络基础设施与物流配送体系两大核心维度同步发力。在网络通信建设层面,应积极引入5G、物联网等前沿技术,常态化推进相关设备迭代更新,依据实际需求适时拓展带宽容量,推动农村地区网络服务质量向城市标准看齐。加强农村基础设施建设,特别是信息网络和物流体系的完善,促进城乡信息资源共享,提升农产品流通效率[7]。在此基础上,需着力消除乡村网络覆盖盲区,强化信号传输稳定性,搭建多元化网络接入渠道,构建全域覆盖且运行可靠的网络服务体系。同时,要借助人工智能与大数据技术赋能网络运维管理,通过智能化手段开展动态监测与风险

防控,切实保障网络运行的连续性以及数据信息的安全性。

在物流配送体系完善方面,需以县域为单位科学规划县、乡、村三级物流网络架构,重点推进县级物流枢纽、乡镇物流中转节点与村级物流服务网点的标准化建设,实现区域内物流资源的统筹调配与高效配置。依托信息化管理平台与智能化配送技术,搭建物流运输全程可视化监控体系,提升物流环节的可控性。通过引入货物自动分拣设备、优化配送路径规划方案,推动区域内物流资源的共享共用,在提升配送效率的同时有效降低运营成本,为农村电商产业链的高质量升级筑牢基础保障。

4.3. 大力培育农村电商人才

农村电商人才培养体系的健全完善,是该领域能力建设的核心抓手。各地需对现有电商培训体系进行优化重构,搭建政府牵头、高校支撑、企业协同的多层次人才培养机制。聚焦县域电商发展实际需求推进实训基地建设,在县域范围内布局专业化电商实训中心,为本土从业者提供标准化实操训练载体。持续深化农村电商示范带头人选育计划,遴选具备发展潜力的农村青年开展针对性培养,依托其成功经验发挥辐射引领作用。同时优化返乡创业配套支持政策,吸引城市电商领域专业人才回流创业,以人才下乡带动本土人才梯队建设;推动地方政府与高校共建电商相关专业,定向培育契合本土发展需求的专业人才;引导电商龙头企业深度参与人才培养环节,开展订单式定向培训,培育一批农村电商发展骨干力量;推进县域电商创业孵化中心建设,为初创者提供涵盖技术指导、资源对接的全方位创业扶持。

农村青年返乡创业就业的引导带动同步推进,应细化农村青年电商创业扶持政策,从场地供给、资金帮扶、技术支持等维度提供全链条保障,建设返乡青年电商创业园区,打造集办公、仓储、服务于于一体的集约化发展平台。依托电商产业发展衍生的岗位需求,开发网店客服、物流配送、直播运营等新型就业岗位,拓宽本地青年灵活就业渠道,搭建农村电商人才交流社群,打造常态化互动平台,促进区域内人才资源共享与发展经验互鉴。

4.4. 强化政策协同的保障体系建设

农村电商的健康有序发展,离不开基础设施建设、产业培育、人才培养、市场监管及金融支持等核心环节的协同推进,各环节相互关联、互为支撑,亟需各相关部门出台靶向性政策并形成协同效应,构建“一环一策、环环相扣”的政策体系,破解各环节发展不均衡、政策衔接不畅等现实难题。依托农业农村部、商务部的牵头引领作用,联合网信部门、发展改革部门、财政部门、乡村振兴局等相关单位,共同组建农村电商服务乡村全面振兴政策协同领导小组,建立年度联席会议工作制度,明确各部门在政策制定过程中的衔接节点、责任边界与工作分工,有效规避电商相关政策孤立制定、缺乏与乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴领域政策有效衔接的问题,确保各项政策同向发力、形成合力。

农村电商政策的落地实施主体主要集中在县乡两级,在政策传导过程中,需着力破解顶层政策“一刀切”、基层层面政策承接能力不足及落地梗阻等突出问题,推动政策从顶层设计向基层实践精准传导、高效落地。同时,政策协同机制的顺利推进离不开完善的保障体系提供支撑,应重点从制度建设、资金保障、平台搭建三个关键维度,健全政策协同保障机制,补齐保障短板,为政策协同的常态化、长效化实施筑牢基础,进而实现“电商赋能产业、产业带动乡村、乡村实现全面振兴”的良性循环,充分发挥农村电商在乡村全面振兴中的支撑引领作用。

5. 结论

本文探究了农村电商服务乡村全面振兴的作用机理、现实障碍与适宜路径,农村电商对乡村全面振兴的赋能具有多维协同性。在产业经济层面,其通过优化产业链、畅通流通渠道、推动数字化转型,为

乡村经济注入持续动力；在社会文化层面，其打破城乡要素流动壁垒，促进人才回流与乡村文化活化传承，筑牢乡村振兴的社会与精神根基；在治理生态层面，其以“生态 + 电商”模式实现生态价值与经济价值转化，助力生态宜居乡村建设。

当前农村电商发展仍面临多重现实困境，产业链不完善与产品同质化、基础设施薄弱、专业人才短缺、政策协同性不足等问题相互交织，制约了其服务乡村振兴的效能，基于此，本文提出的塑造特色品牌、加强基础设施建设、培育专业人才三大路径。

本研究为农村电商赋能乡村全面振兴提供了理论参考与实践指引，但仍存在局限：未充分关注不同区域农村资源禀赋差异对发展路径的影响，未来可进一步开展区域差异化研究，探索适配不同地区的农村电商发展模式，随着数字技术迭代，可聚焦 5G、人工智能等新技术在农村电商中的应用，深化作用机理与路径创新研究，为农村电商持续赋能乡村全面振兴提供更精准的支撑。

参考文献

- [1] 中共中央国务院印发《关于全面深化农村改革加快推进农业现代化的若干意见》[N]. 人民日报, 2014-01-20(001).
- [2] 郭红东. 2024 年中国农村电子商务发展回顾与展望[J]. 中国国情国力, 2025(4): 25-27.
- [3] 郭晖, 张威, 李景跃, 孔荣. 农村电商对乡村产业振兴的影响效应与机制研究[J]. 商业经济研究, 2025(21): 93-97.
- [4] 张宏胜, 唐小平. 数字经济赋能农业产业高质量发展: 内在逻辑、现实困境及实践路径[J]. 西南金融, 2025(8): 97-108.
- [5] 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.
- [6] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65, 76.
- [7] 郭馨梅, 郭金阳. 发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 34-38, 224.