

乡镇地方政府在农村电商扶持体系建设中的角色

——以平顶山地区为例

郭春园^{1,2}

¹武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

²平顶山学院外国语学院, 河南 平顶山

收稿日期: 2026年3月4日; 录用日期: 2026年3月19日; 发布日期: 2026年5月20日

摘要

乡村振兴战略背景下, 农村电商成为激活县域经济活力、推动农业产业转型升级的重要抓手, 乡镇地方政府作为政策落地的核心主体, 在农村电商扶持体系建设中承担着不可替代的作用。本文以平顶山地区为研究样本, 梳理该地区乡镇政府在农村电商扶持体系建设中的实践举措与成效, 剖析其在角色定位中存在的问题, 探究乡镇政府在政策引导、资源整合、服务保障、市场培育等维度的角色重构路径, 为县域农村电商高质量发展提供基层治理视角的参考。

关键词

乡镇政府, 农村电商, 扶持体系, 角色定位, 平顶山地区

The Role of Township and Village Local Governments in the Construction of Rural E-Commerce Support Systems

—A Case Study of Pingdingshan Region

Chunyuan Guo^{1,2}

¹School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

²School of Foreign Languages, Pingdingshan University, Pingdingshan Henan

Received: March 4, 2026; accepted: March 19, 2026; published: May 20, 2026

文章引用: 郭春园. 乡镇地方政府在农村电商扶持体系建设中的角色[J]. 电子商务评论, 2026, 15(5): 310-315.

DOI: 10.12677/ecl.2026.155520

Abstract

Against the backdrop of the rural revitalization strategy, rural e-commerce has emerged as a key lever for activating the vitality of county-level economies and promoting the transformation and upgrading of agricultural industries. As the core entity for policy implementation, township and village local governments play an irreplaceable role in the construction of rural e-commerce support systems. Taking the Pingdingshan region as a research sample, this paper examines the practical measures and outcomes of township governments in the region in building rural e-commerce support systems, analyzes the problems in their role positioning, and explores the path for reconstructing the roles of township governments across dimensions such as policy guidance, resource integration, service guarantee, and market cultivation. The study aims to provide a reference from the perspective of grassroots governance for the high-quality development of rural e-commerce at the county level.

Keywords

Township Government, Rural E-Commerce, Support System, Role Positioning, Pingdingshan Region

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

农村电子商务是乡村实现振兴的重要动力来源，它的发展是不能离开政府和市场一起发挥力量的。本文对政府和市场之间的关系理论、基层治理方面的理论以及政策执行相关的理论进行了系统的梳理，并且明确了这些理论所做出的贡献是：把平顶山乡镇的实际实践情况当作切入点，对基层政府在农村电商扶持工作里面所面临的角色方面的困境进行剖析，同时结合相关理论来解释造成这种困境的原因，让基层治理和政策执行理论在农村电商这个领域的应用得到丰富。在对问题进行分析的这一部分，不但会对乡镇政府角色不恰当的具体表现进行描述，而且会结合“压力型体制”等理论，对角色出现越位、缺位等问题产生的深层次原因进行阐释，从而让研究的学理深度得到提升。平顶山作为豫中南的一个农业大市，具备优质的农产品资源以及乡村特色产业的基础，在最近几年，乡镇政府围绕着农村电商出台了多项扶持的举措，在人才培养、物流建设、品牌打造等方面取得了比较显著的成效，形成了具有区域特色的发展模式，不过有部分乡镇仍然存在角色越位和缺位同时存在、资源整合不够充分、扶持精准程度不高等问题，这些问题对扶持体系效能的发挥起到了制约作用。

本次研究采用了案例研究的方法，把平顶山地区乡镇政府在农村电商扶持方面的实践当作案例，并且结合相关理论进行分析。数据是通过多种来源进行收集的：从官方层面获取政策文件以及统计数据；到实地对乡镇电商服务站、企业以及农户进行走访从而获取一手的资料；对文献、报道等二手数据进行梳理，以此来保障研究具有严谨性和可信度。

2. 平顶山地区乡镇政府扶持农村电商的实践举措及成效

平顶山下辖汝州、舞钢、宝丰、叶县等县域，各乡镇依托叶县香菇、宝丰葡萄等特色农产品，以政府

为主导，从政策、资金、人才、基础配套等方面推进农村电商扶持体系建设，推动产业从零散走向规范，形成“政府引导、市场主导、农户参与”的格局，成效显著，见表1。

Table 1. Initiatives and outcomes of rural e-commerce support by township governments in Pingdingshan
表 1. 平顶山地区乡镇政府扶持农村电商的实践举措及成效

扶持层面	核心举措及成效
政策层面	落实国家、省、市相关政策，结合本地制定配套方案，依托电商进农村示范县优势，纳入乡村振兴考核，落实税费优惠，宣传政策确保红利直达。
资金层面	落实要素保障政策，整合财政资金，引入社会资本，2023年以来专项扶持资金超2000万元，带动社会资本超5000万元，完善基础设施。
人才培育	结合“人人持证 技能河南”，采用“本土培育 + 外部引进”模式，开展技能培训，2024年累计培训超8000人次，吸引返乡人才。
基础配套	推进行政村5G全覆盖(95%以上)，构建二级物流体系，建设仓储保鲜设施，打通农产品上行“最后一公里”。

3. 平顶山地区乡镇政府在农村电商扶持体系建设中的角色问题

尽管平顶山各乡镇政府在农村电商扶持体系建设中取得了显著成效，但在实践过程中，部分乡镇政府仍存在角色定位模糊、履行不当等问题，表现为角色越位、缺位、错位并存，制约了农村电商扶持体系的效能发挥，也影响了农村电商市场主体的内生发展动力。这些问题的产生，既与乡镇政府的治理能力、资源禀赋相关，也与农村电商产业的发展阶段、市场环境密切相关。

3.1. 过度干预市场，挤压市场主体发展空间

部分乡镇政府在农村电商扶持中存在“重主导、轻引导”的问题，过度干预农村电商的市场运作，违背了市场在资源配置中的决定性作用，挤压了市场主体的发展空间[1]。一方面，部分乡镇政府为追求农村电商发展的短期成效，采取行政指令的方式，要求农户统一种植某类农产品、统一参与线上销售，忽视了市场供需变化与农户的生产意愿，导致部分农产品出现线上滞销问题；另一方面，部分乡镇政府在电商平台选择、产品销售模式等方面进行行政干预，要求本地电商主体入驻指定平台、采用统一的销售模式，限制了电商主体的经营自主权。同时部分乡镇政府过度参与农村电商的具体经营活动，如直接主导电商直播、产品包装设计等，既缺乏专业的市场运营能力，也分散了政府在政策引导、服务保障方面的精力，导致扶持工作本末倒置。角色越位的本质，是部分乡镇政府对自身在农村电商扶持中的功能边界认识不清，将“政府引导”等同于“政府主导”，忽视了农村电商产业的市场属性。

从学理深度分析，角色越位的本质，是部分乡镇政府对自身在农村电商扶持中的功能边界认识不清，把“政府引导”等同于“政府主导”这样的情况。在现象的背后，“压力型体制”在基层治理工作中起到了重要的推手这样的角色作用：乡镇为了完成上级下达的电商发展方面的量化指标，不得不借助行政命令的方式强行拉动发展的速度，从而造成了角色越位的情况，对农村电商产业的市场属性以及发展规律方面有所忽视。

3.2. 核心服务供给不足，扶持存在短板弱项

相较于过度干预，部分乡镇政府在农村电商扶持中更突出的问题是核心服务供给不足，在产业链完善、质量监管、长效人才培养等方面存在缺位，导致农村电商发展的短板难以补齐[2]。一是农产品产业链配套服务缺位，平顶山多数农村电商仍停留在“简单线上销售”阶段，缺乏产品深加工、标准化分级、品牌化运营等配套服务，乡镇政府在农产品深加工企业引进、产品质量标准制定等方面投入不足，导致

农产品附加值低，市场竞争力有限；二是农产品质量监管缺位，部分乡镇对线上销售的农产品质量缺乏有效的监管手段，存在产品质量参差不齐、以次充好等问题，影响了本地农产品的品牌形象；三是长效人才培养机制缺位，各乡镇的电商培训多以短期集中培训为主，缺乏后续的跟踪指导与技能提升培训，导致部分农户仅掌握基础的电商操作技能，难以适应电商行业的快速发展；四是针对农村小微企业与个体电商的金融服务缺位，部分乡镇仅落实了上级的小额信贷政策，未结合电商主体的实际需求，创新金融产品与服务模式，导致部分电商主体面临融资难、融资贵问题[3]。

3.3. 资源整合能力不足，扶持精准度不高

部分乡镇政府在农村电商扶持中存在角色错位问题，主要表现为资源整合能力不足、扶持对象与扶持重点不精准，导致扶持资金与资源的使用效率偏低。一方面，乡镇政府的资源整合能力不足，未能有效整合县级财政、农业、商务、文旅等部门的资源，也未能实现政府、企业、高校、合作社等主体的资源联动，存在“各部门各自为战、资源分散”的问题，如部分乡镇农业部门负责农产品生产，商务部门负责电商销售，缺乏有效的沟通协作，导致农产品生产与线上销售脱节；另一方面，扶持精准度不高，部分乡镇政府的扶持政策采取“一刀切”的方式，未针对不同发展阶段的电商主体(初创期、成长期、成熟期)、不同类型的市场主体(农户、合作社、电商企业)制定差异化的扶持措施，导致扶持资金与资源向大型电商企业倾斜，而初创期的农户电商主体难以获得有效扶持。且部分乡镇政府对本地农村电商的发展需求与市场痛点把握不准，扶持工作集中在开店补贴、设备购置等基础环节，而对电商主体急需的市场推广、品牌运营、客户管理等高端服务扶持不足。

3.4. 府际协同与主体协同不畅，形成扶持壁垒

农村电商扶持体系建设是一项系统工程，需要各级政府、各市场主体之间的协同配合，但平顶山部分乡镇政府在协同合作方面存在明显不足，协同角色缺失，形成了扶持壁垒。在府际协同方面，乡镇政府与县级政府各部门、相邻乡镇之间的沟通协作不畅，存在政策衔接不到位、资源共享不足等问题，如部分县级部门出台的电商扶持政策未及时向乡镇传达，乡镇政府的扶持工作缺乏县级部门的专业指导；相邻乡镇之间的农产品资源、电商资源未能有效整合，存在同质化竞争、资源浪费等问题。在主体协同方面，乡镇政府未能有效搭建政府、电商企业、物流企业、农户、合作社之间的沟通协作平台，各市场主体之间缺乏有效的联动机制，如电商企业与农户之间的利益联结机制不健全，导致电商企业在收购农产品时存在压价行为，农户的利益难以得到保障；物流企业与电商主体之间缺乏协同配合，物流配送效率偏低、成本偏高。

4. 平顶山地区乡镇政府优化农村电商扶持角色的具体路径

结合平顶山地区的产业基础与农村电商发展实际，针对乡镇政府在农村电商扶持体系建设中的角色问题，从政策优化、资源整合、服务提升、主体培育、协同机制等方面提出具体的优化路径，推动乡镇政府精准履行核心角色，提升农村电商扶持体系的效能，促进平顶山地区农村电商高质量发展。

4.1. 强化政策精准性，厘清政府与市场的边界

一是制定差异化扶持政策，根据平顶山各乡村的产业特色、电商发展阶段，制定针对性的扶持政策。借鉴先进地区的经验情况，结合平顶山的实际状况，能够设计并且构建出一套基于电商主体生命周期以及产业类型的差异化扶持政策工具箱的模型。具体来说，对于香菇、葡萄等生鲜农产品的主产区，重点对仓储保鲜、冷链物流设施的建设方面进行扶持；对于乡村旅游具有特色的乡镇，重点对“旅游 + 电商”融合发展扶持；针对处于初创期、成长期、成熟期的电商主体，制定不一样的扶持标准，加大对处于初

创期的农户电商主体的扶持力度。二是厘清政府与市场的功能边界，乡镇政府逐步退出农村电商的具体经营活动，将工作重点转移到政策引导、服务保障、市场监管等方面，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，激发市场主体的内生发展动力；对市场能够自主调节的领域，政府不再进行行政干预，仅在市场失灵时进行适度调控[4]。

4.2. 补齐服务短板，构建全方位的服务保障体系

补齐服务短板，构建全方位的服务保障体系。加快推进平顶山农村地区 5G 网络、光纤宽带的全覆盖与升级改造，持续提升网络带宽与稳定性，为直播电商、线上销售等新型电商模式提供坚实网络支撑。聚焦农产品上行痛点，重点建设一批标准化仓储保鲜、冷链物流设施，在叶县、鲁山等农产品主产区打造县级冷链物流中心，在各乡镇布局冷链物流分中心，有效延长生鲜农产品保鲜期，降低电商销售损耗率。完善乡村物流配送体系，推动物流企业下沉乡镇设立物流网点，在行政村全覆盖设立物流代收点，实现农产品“从田间到消费者”的高效、便捷流转。联合平顶山职业技术学院、河南城建学院、平顶山学院等本地高校，共建农村电商人才培养基地，开展“订单式”人才培养，精准对接农村电商产业发展需求输送专业人才。针对农户、返乡创业青年等不同群体，开展“基础操作 + 直播带货 + 品牌运营”全流程电商技能培训，同步建立后续跟踪指导机制，及时解决电商主体运营过程中遇到的技术难题与发展困惑[5]。出台针对性人才优惠政策，为返乡电商人才提供创业补贴、住房保障、子女入学等全方位支持，切实增强人才归属感，吸引更多电商人才扎根农村、服务农村。对接平顶山市农商行、农业银行等金融机构，创新推出适配农村电商主体的信用贷款、农产品质押贷款等金融产品，简化贷款审批流程、降低融资门槛，同时建立农村电商创业担保基金，为初创期电商主体提供贷款担保，切实破解融资难、融资贵问题。

4.3. 提升资源整合能力，提高扶持资源使用效率

首先建立乡镇农村电商发展工作联席会议制度，统筹乡镇农业、民政、商务、人社等部门的工作，加强与县级相关部门的沟通协作，整合各类财政专项资金、政策资源，形成扶持合力；其次搭建政企合作平台，通过招商引资、政策优惠等方式，吸引国内知名电商平台、物流企业、金融机构入驻平顶山农村地区，为本地农村电商提供专业化的物流、金融、运营服务；最后整合乡村本土资源，盘活闲置的村集体用房、校舍等资源，用于建设村级电商服务站、仓储设施，降低电商主体的运营成本；四是建立农村电商资源共享平台，整合本地农产品资源、电商人才资源、市场信息资源，实现资源的互联互通与共享利用[6]。

4.4. 建立健全协同机制，形成农村电商发展合力

一方面建立健全协同机制，形成农村电商发展合力。成立平顶山市农村电商发展工作领导小组，统筹全市农村电商发展各项工作，加强市级、县级、乡镇政府之间的政策衔接、资源共享与工作联动，确保各项扶持政策落地见效。建立相邻乡镇之间的农村电商协同发展机制，整合区域内农产品资源、电商资源，打造特色鲜明的区域电商产业集群，引导各乡镇错位发展，避免同质化竞争与资源浪费。完善市场主体协同机制，搭建政府、电商企业、物流企业、农户、合作社之间的沟通协作平台，健全利益联结机制，推动电商企业与农户签订稳定的农产品收购协议，实行“保护价 + 市场价”的收购模式，切实保障农户合理收益，实现各市场主体互利共赢。另一方面推动物流企业与电商主体签订战略合作协议，优化物流配送路线、整合配送资源，降低物流配送成本、提升配送效率。搭建跨区域协同合作平台，加强与郑州、洛阳、南阳等周边城市的电商交流合作，搭建便捷高效的跨区域农产品销售渠道，推动平顶山农特产品进入周边城市商超、电商平台。主动对接全国知名电商平台，开设“平顶山农特产品馆”，集中展示推广本地特色农产品，持续提升平顶山农特产品的全国市场占有率与品牌影响力。

5. 结论

乡村振兴背景下,农村电商产业将迎来更大的发展机遇,乡镇政府应不断提升治理能力与服务水平,根据农村电商产业的发展阶段及时调整角色定位,优化扶持举措,推动农村电商与农业、农村、农民深度融合,让农村电商成为激活县域经济活力、推动乡村全面振兴的重要引擎。本文仅以平顶山地区为个案进行研究,后续可扩大研究范围,对比不同地区乡镇政府在农村电商扶持中的角色差异,为基层政府推动农村电商发展提供更具普遍性的参考。

参考文献

- [1] 王志辉. 农村电商高质量发展的动力要素与实现路径分析[J]. 商业经济研究, 2026(3): 100-103.
- [2] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [3] 聂召英, 王伊欢. 农村电商制度的供给困境与创新路径[J]. 农业现代化研究, 2022, 43(1): 59-68.
- [4] 易法敏, 孙煜程, 蔡轶. 政府促进农村电商发展的政策效应评估——来自“电子商务进农村综合示范”的经验研究[J]. 南开经济研究, 2021(3): 177-192.
- [5] 杨颖. 政府扶持农村电商发展的有效性研究[J]. 社会科学家, 2021(1): 79-89.
- [6] 汪兴东, 熊彦龄. 农村电商上行扶持政策效应评估——基于熵权法的文本分析[J]. 科技管理研究, 2020, 40(14): 218-226.