

农村电商赋能乡村振兴的内在机理与优化路径

——基于马克思主义城乡融合理论的视角

潘景

上海理工大学马克思主义学院, 上海

收稿日期: 2026年3月10日; 录用日期: 2026年3月20日; 发布日期: 2026年5月28日

摘要

农村电商作为数字经济与乡村产业融合的重要载体, 通过重构城乡要素配置、推动农业产业升级、促进农民增收就业、完善乡村公共服务, 有效破解城乡二元结构难题, 成为激活乡村内生动力、推动乡村振兴的关键实践路径。本文基于马克思主义城乡融合理论、生产力与生产关系辩证关系理论、流通理论等核心观点, 深入剖析农村电商赋能乡村振兴的理论逻辑、内在机理与现实困境, 并结合当前发展实际提出优化路径。研究认为, 农村电商通过平台效应重塑城乡要素流动格局, 以数字化手段推动产业协同发展和服务均等共享, 为马克思主义城乡融合理论在数字时代的实践提供了现实注脚。本文旨在为推动城乡融合发展、实现乡村全面振兴提供理论参考与实践启示。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 数字经济, 城乡要素流动, 产业融合

The Internal Mechanism and Optimization Path of Rural E-Commerce Empowering Rural Revitalization

—From the Perspective of Marxist Urban-Rural Integration Theory

Jing Pan

School of Marxism, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: March 10, 2026; accepted: March 20, 2026; published: May 28, 2026

Abstract

As a pivotal platform for integrating digital economy with rural industries, rural e-commerce effectively

文章引用: 潘景. 农村电商赋能乡村振兴的内在机理与优化路径[J]. 电子商务评论, 2026, 15(5): 605-611.

DOI: 10.12677/ecl.2026.155556

addresses the urban-rural dual structure challenge by restructuring resource allocation, upgrading agricultural sectors, boosting farmers' income and employment, and improving rural public services. This has become a key approach to activating rural endogenous development momentum and advancing rural revitalization. Grounded in Marxist theories of urban-rural integration, the dialectical relationship between productive forces and production relations, and circulation theory, this study conducts an in-depth analysis of the theoretical logic, internal mechanisms, and practical challenges of rural e-commerce's role in rural revitalization. It proposes optimization strategies based on current development realities. The research demonstrates that rural e-commerce reshapes urban-rural resource flow through platform effects, promotes coordinated industrial development and equitable service sharing via digital means, providing concrete evidence for applying Marxist urban-rural integration theory in the digital era. This paper aims to offer theoretical references and practical insights for advancing urban-rural integration and achieving comprehensive rural revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Digital Economy, Urban-Rural Factor Flow, Industrial Integration

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

城乡关系是人类社会发展进程中贯穿始终的核心关系，也是中国式现代化建设进程中必须妥善处理的重大课题。马克思、恩格斯在《德意志意识形态》中深刻揭示了城乡对立的历史根源，指出城乡分离是分工和私有制的产物，而随着生产力的发展，城乡对立终将被城乡融合所取代[1]。当前，我国已进入全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化的关键阶段，城乡二元结构依然是制约乡村发展的突出瓶颈：城乡要素单向流动、产业发展不均衡、公共服务差距明显、农民增收难度较大等问题，严重影响了乡村振兴战略的落地见效。

数字经济的兴起为破解城乡发展不平衡问题提供了新的契机。农村电商作为数字经济与乡村产业融合的重要形式，凭借其突破时空限制、降低交易成本、整合市场资源的优势，打通了农产品上行与工业品下乡的双向流通通道，成为激活乡村产业、带动农民增收、完善乡村公共服务的重要抓手[2]。有关部门数据显示，2023年全国农产品网络零售额达5870.3亿元，比上年增长12.5%，呈现出东中西部竞相发展、各类农产品加速覆盖的良好态势[3]。这一成就的本质，正在于农村电商通过平台效应重塑了城乡之间的要素流动格局：它不仅通过提升农产品价值缩小了城乡收入差距，更加速了资本、人才、信息等要素向乡村的回流与集聚，推动了城乡产业链的协同布局。

马克思主义城乡融合理论深刻揭示了城乡关系从对立走向融合的内在规律，强调打破对立、实现协调发展，为理解农村电商赋能乡村振兴的内在逻辑提供了重要的理论视角。本文尝试从这一视角出发，系统分析农村电商赋能乡村振兴的内在机理、现实困境与优化路径，以期为推动城乡融合发展、实现乡村全面振兴提供理论参考与实践启示。

2. 农村电商赋能乡村振兴的内在机理

农村电商通过重构城乡要素配置、推动农业产业升级、促进农民增收就业、完善乡村公共服务四个

维度，形成全方位、多层次的赋能机制，有效破解城乡二元结构难题，推动城乡融合发展。

(一) 重构城乡要素配置，打破二元结构壁垒

马克思主义城乡融合理论强调，要素自由流动是城乡融合的关键，而城乡二元结构的核心问题是要素单向流动、配置失衡[1]。农村电商以数字化手段打破城乡时空与制度壁垒，推动各类要素双向流动，重构要素配置格局。从生产资料角度看，电商平台使农民对土地、数据等生产资料的使用方式发生转变——数据成为新的生产资料，农民通过平台直接对接市场，逐步从单纯的生产者转变为生产与经营并重的市场主体，改变了传统农业中生产资料与劳动者相分离的状态。数据要素赋能农业生产精准化，电商平台汇聚消费与市场数据，引导农业从“产供销”转向“销供产”，实现按需生产，解决产销脱节问题，已有研究表明，电商数据能够显著优化农业生产布局，提升农业供给与市场需求之间的匹配效率[4]。

资本要素下沉破解农村融资难题，电商平台与金融机构合作推出针对性信贷产品，吸引城市资本向乡村流动，带动技术、管理经验下沉，推动产业升级。人才要素回流优化乡村人力资本结构，农村电商创造的创业就业机会，吸引大学生、返乡青年等成为“新农人”，提升乡村数字素养与运营水平，推动城乡人才双向流动[5]。产品要素双向流通缩小城乡消费差距，农产品上行让农户获得更多流通利润，工业品下乡丰富农村消费选择，实现城乡互利共赢。农村电商通过减少中间环节，让农户直接对接城市消费者，显著提升了农民在价值链中的分配份额。

(二) 推动农业产业升级，夯实乡村振兴产业基础

产业协同发展是城乡融合的重要支撑，也是实现乡村产业兴旺的核心要求。农村电商通过延伸产业链、提升价值链、催生新业态，推动农业从传统粗放型向现代集约型转型，有效促进了一二三产业融合发展[5]。从劳动过程与价值实现角度看，电商平台重构了农产品的价值实现方式——传统农业中农民仅能获得生产环节的微薄收益，而电商将流通、品牌、售后等环节纳入农民参与的劳动过程，使其在更大范围内实现自身劳动所创造的价值。在延伸农业产业链方面，农村电商推动农产品分拣、包装、加工、仓储、物流、销售等环节一体化发展，打破了传统农业局限于初级生产的局限，逐步形成完整的产业链条。这一过程契合了恩格斯关于“农业与工业结合”的思想，体现了农村电商在拓展产业边界、推动城乡产业协同中的独特价值。

提升农业价值链方面，通过品牌化、标准化建设，推动农产品从初级产品向优质商品转型，加强质量管控与溯源体系建设，提升品牌影响力，增加农产品附加值，相关实证研究显示，参与电商销售的农户农产品附加值提升30%以上[6]。催生乡村新业态方面，直播电商、农文旅融合等新业态激活乡村生态、文化、经济多元价值，例如“主播+产地”模式提升农产品认可度，农文旅融合带动农产品销售与乡村旅游发展，为乡村振兴注入新活力[7]。

(三) 促进农民增收就业，实现共同富裕目标

农民增收就业是检验乡村振兴成效的核心标尺。农村电商通过增收、就业、公平三大效应助力农民共享发展成果。增收效应方面，农村电商减少中间环节，让农户直接对接城市消费者，同时提升农产品附加值、拓展销售渠道，相关研究显示，电商参与家庭人均收入比非参与家庭高25%以上，特色农产品电商参与户增收更为明显[8]。

就业效应方面，农村电商带动分拣、包装、物流、运营、直播等上下游就业，创造大量就地就近就业岗位，尤其惠及农村妇女、老年人等群体，目前已带动超3000万农民就业，农村妇女占比达50%以上[9]。公平效应方面，农村电商降低创业就业门槛，让小农户直接对接全国大市场，通过技能培训、政策扶持帮助弱势群体参与电商，缩小城乡与农村内部收入差距，践行共同富裕理念。

(四) 完善乡村公共服务，推动人的全面发展

完善的公共服务是实现人的全面发展的重要保障，农村电商带动各类公共服务向乡村延伸，推动城

乡公共服务均等化。推动数字基础设施向乡村延伸,实现县乡村三级物流与农村网络全覆盖,根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第55次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2024年底,农村地区互联网普及率达67.4%,全国行政村快递服务覆盖率已达98.5%,县乡村三级物流体系日趋完善,缩小城乡数字鸿沟,让农村居民便捷享受电商服务[10]。带动公共服务下沉,电商平台延伸出金融、教育、医疗等服务,推出农村普惠金融、线上技能培训、线上问诊等,改善农村公共服务条件。

提升农民综合素质,农民在参与电商过程中,学习数字技能与运营知识,培养市场、创新、品牌意识,实现从传统生产者向现代经营者的转变;同时,电商平台推动城乡文化交流,丰富农村居民精神文化生活,助力乡风文明建设,推动人的全面发展,契合马克思主义核心追求。

3. 农村电商赋能乡村振兴的现实困境

尽管农村电商在赋能乡村振兴、推动城乡融合方面成效显著,但结合我国农村电商发展实际与现有研究成果,当前仍面临诸多现实困境,制约其高质量发展,主要体现在五个方面。

(一) 城乡数字基础设施不均衡,要素流通存在梗阻

数字基础设施是农村电商发展与城乡要素流动的基础,当前城乡数字基础设施不均衡问题突出,偏远农村基础设施薄弱。部分偏远地区农村网络速度慢、资费高,影响电商运营效率与数据要素利用;物流、仓储基础设施薄弱,尤其是冷链物流不完善,导致农产品易损耗、流通效率低,制约农产品上行规模与质量;基础设施维护升级能力不足,物流站点、网络设备缺乏专业维护,进一步加剧城乡数字鸿沟,阻碍要素高效流动[11]。从根源上看,农村基础设施投资回报率相对较低,社会资本参与意愿不足,加之长期形成的城乡二元投资体制,导致农村基建历史欠账较多,难以匹配电商快速发展的实际需求。

(二) 乡村电商人才供给不足,人才短板日益突出

人才是农村电商发展的核心支撑,然而当前乡村电商人才供给不足已成为制约其赋能乡村振兴的关键瓶颈。具体而言,农村电商发展面临的人才困境主要体现在以下方面:其一,本土人才数字技能储备不足。多数农村居民缺乏电商运营、直播带货、品牌策划等专业技能,难以满足农村电商发展的现实需求,制约了乡村电商主体的内生长能力。其二,高端电商人才引留面临双重困境。受薪资待遇、职业发展空间等结构性因素制约,农村地区对城市电商人才的吸引力相对有限;同时,返乡创业人才往往缺乏持续的政策扶持、技术指导与市场资源支撑,难以实现长期稳定发展,导致“引不进、留不住”的问题并存[12]。其三,人才培养体系的适配性有待提升。现有培训存在内容设置与实际需求脱节、培训形式单一等问题,针对性和实效性不足,难以有效提升本土人才的电商实操能力与复合素养。

(三) 产业标准化与品牌化水平低,市场竞争力不强

产业标准化与品牌化是提升农村电商竞争力的关键,当前整体水平较低。农产品标准化生产不足,小农户分散经营模式普遍,缺乏统一生产、质量管控与溯源体系,农产品质量参差不齐,易出现安全问题,影响行业口碑;品牌建设滞后,品牌小散弱、同质化严重,缺乏有影响力的区域公共品牌与企业自主品牌,农产品多以初级产品形式销售,附加值低;电商企业品牌运营意识与能力不足,投入不够,品牌影响力有限,难以在市场竞争中占据优势。

(四) 城乡要素融合机制不健全,利益联结松散

城乡要素流动存在制度性障碍,土地、资本、数据等要素流动受限,城市要素下沉渠道不畅,农村要素流动效率不高,配置失衡问题突出。农户与电商平台、企业多采用“买断式”合作,农户难以共享产业增值收益,风险共担机制不健全,农户承担主要市场与质量风险;农村合作社带动作用不强,未能有效整合小农户,难以形成规模化、标准化生产经营模式。上述问题的深层原因在于,城乡二元结构尚未根本打破,市场机制在要素配置中的基础性作用未能充分发挥,加之平台经济垄断趋势加剧了价值链分

配的不平等，导致城乡要素融合与利益共享机制难以有效运转。

(五) 电商监管与服务体系滞后，发展环境有待优化

监管体系不健全，质量监管、信用体系、知识产权保护存在短板，农产品质量监管难度大，虚假宣传、假冒伪劣等问题时有发生，影响市场秩序与口碑；公共服务体系不完善，县级电商公共服务平台服务能力有限，难以提供全方位培训、技术、市场等服务，制约农村电商规范化、高质量发展。从根源上看，传统监管模式难以适应电商跨区域、网络化特点，政府公共服务供给与市场主体需求之间存在结构性错配。与此同时，农村电商快速发展伴生的环境成本与社会分化问题，也对发展环境形成新的挑战，如过度包装给乡村生态带来压力，电商红利分配不均加剧农村内部收入差距，需在优化监管服务体系的同时予以统筹应对。

4. 马克思主义城乡融合理论指导下农村电商赋能乡村振兴的实践路径

立足马克思主义城乡融合理论核心要义，针对当前农村电商赋能乡村振兴的现实困境，结合现有电商经济研究成果与现实发展需求，从以下五个方面提出优化路径，推动农村电商高质量发展，助力城乡融合与乡村振兴。

(一) 夯实数字基建，打通城乡要素流通通道

以要素自由流动为核心，推进农村数字基础设施一体化建设。重点补齐偏远农村网络与冷链物流短板，支持建设产地仓储保鲜冷链设施，对冷链设施用电给予优惠电价政策，降低农产品上行损耗。加快偏远农村网络升级，降低网络资费，提升网络速度与稳定性，推动数据要素高效流动与利用；完善农村物流、仓储基础设施，推动县级物流配送中心与村级服务站点一体化运营，实现“统仓共配”模式，降低末端物流成本；加强基础设施维护升级，培育专业维护队伍，建立长效维护机制，缩小城乡数字鸿沟，保障城乡要素高效流通。

(二) 培育电商人才，强化乡村人力资本支撑

破解人才短板，构建“本土培育 + 外部引进”的人才体系。建立分层分类的培训体系，针对普通农户、返乡青年、合作社带头人等不同群体开展差异化培训，强化“理论授课 + 基地实训 + 跟踪指导”全链条培养，提升培训转化率。开展本土人才精准培训，结合农村电商发展实际，覆盖电商运营、直播、品牌、客服、数据分析等技能，采用“理论 + 实操”模式，提升培训实效；实施返乡创业支持计划，在资金、场地、技术、市场等方面给予扶持，优化农村薪资待遇与发展空间，吸引大学生、专业电商人才返乡；构建校地合作机制，定向培养农村电商专业人才，建立人才长效供给机制，同时完善人才激励机制，留住优质人才。

(三) 推动产业升级，提升市场竞争力

以产业协同发展为导向，推动农村电商产业标准化、品牌化、融合化发展。推进农产品标准化生产，制定统一生产与质量管控标准，建立完善的质量溯源体系，保障农产品品质，提升消费者信任度；培育区域公共品牌与企业自主品牌，加大品牌策划、推广、维护投入，走差异化、特色化发展路线，提升品牌影响力与农产品附加值；推动“电商 + 农业 + 文旅 + 康养”融合发展，催生更多新业态，拓展乡村产业边界，激活乡村多元价值，夯实乡村产业基础。

(四) 健全融合机制，强化利益共享

遵循要素自由流动与利益共享原则，完善城乡要素融合与利益联结机制。针对平台依赖问题，引导农村电商从单一平台销售向多元渠道拓展，鼓励农户、合作社自建私域流量，降低对单一平台的依附风险。破除城乡要素流动制度壁垒，推动土地、资本、数据等要素平等交换、双向流动，畅通城市要素下沉渠道，提升农村要素流动效率；优化农户与电商平台、企业的利益联结机制，推广“平台 + 合作社 + 农

户”“分红式”“股份式”合作模式，让农户共享产业增值收益，健全风险共担机制，明确各方责任，保障农户合法权益；强化农村合作社带动作用，整合分散农户，实现规模化、标准化生产经营，优化要素配置与利益分配。

(五) 完善监管服务，优化发展环境

构建“监管有力、服务到位”的保障体系，推动农村电商健康发展。针对环境成本问题，出台农村电商绿色包装指引，推广可降解包装材料与循环包装模式，鼓励物流企业开展包装回收与再利用，将绿色发展指标纳入电商示范县建设评估体系。健全农村电商监管体系，加强农产品质量监管、信用体系建设与知识产权保护，严厉打击虚假宣传、假冒伪劣等违法违规行，规范市场秩序；优化农村电商公共服务体系，提升县级电商公共服务平台服务能力，提供培训、技术指导、市场对接、品牌孵化等一站式服务；完善政策支持体系，在财税、金融、用地等方面给予倾斜，搭建交流合作平台，推广典型实践模式，促进区域协同发展。

5. 结论

农村电商作为数字经济与乡村产业融合的重要载体，通过重构城乡要素配置、推动农业产业升级、促进农民增收就业、完善乡村公共服务，有效破解城乡二元结构难题，激活乡村内生动力，是落实乡村振兴战略、推进共同富裕的重要抓手。马克思主义城乡融合理论为理解农村电商赋能乡村振兴的内在逻辑提供了重要的理论视角：农村电商以数字化手段推动要素双向流动、产业协同发展、服务均等共享，正是城乡从对立走向融合的生动实践。

当前，农村电商赋能乡村振兴仍面临数字基建不均衡、人才供给不足、产业标准化品牌化水平低、要素融合机制不健全、监管服务滞后等现实困境。应从夯实数字基建、培育电商人才、推动产业升级、健全融合机制、完善监管服务等方面协同发力，推动农村电商高质量发展，进一步发挥其赋能作用，助力构建工农互促、城乡互补、协调发展、共同繁荣的新型城乡关系。

未来，随着数字技术持续进步与城乡融合的不断深化，应进一步深化马克思主义城乡融合理论与电商经济实践的结合，探索农业新质生产力背景下农村电商赋能乡村振兴的新路径、新模式，为全面推进乡村振兴、实现共同富裕提供更有力的支撑。

参考文献

- [1] 马克思, 恩格斯. 德意志意识形态(节选) [M]//马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第1卷. 北京: 人民出版社, 2012.
- [2] 谭雪. 农村电商、城乡协调发展与共同富裕——基于马克思主义城乡协调发展理论[J]. 电子商务评论, 2025(5): 2679-2685.
- [3] 人民网. 2024 中国农产品电商发展报告发布 拼多多建立激励机制扶持“新农人” [R/OL]. <http://finance.people.com.cn/n1/2024/0321/c1004-40200402.html>, 2024-03-21.
- [4] 成秋英, 张福春. 数字乡村背景下农村电商发展对农产品供应链整合的影响研究[J]. 商业经济研究, 2025(24): 116-119.
- [5] 张添洋, 张颖, 张坤. 农村电商、要素流动与城乡一体化发展[J]. 商业经济研究, 2024(5): 117-121.
- [6] 韩旭东, 杨慧莲, 李艳, 等. 网络销售何以影响新型农业经营主体品牌建设?——基于全国 3360 个家庭农场和种养大户的实证研究[J]. 农林经济管理学报, 2018, 17(5): 495-507.
- [7] 黄渊基. 深化农文旅融合 促进农产品消费[EB/OL]. 中国旅游报. https://www.ctnews.com.cn/guandian/m/content/2025-08/28/content_177824.html, 2025-08-28.
- [8] 高克玮, 乔光华. 农户电商参与行为的收入效应研究——兼论不同电商模式的增收差异[J]. 商业经济研究, 2024(6): 104-108.

-
- [9] 澎湃新闻. 商务部: 全国农村网商接近 1200 万家, 带动就业超三千万人[EB/OL]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_4344667, 2019-09-05.
- [10] 中国互联网络信息中心. 中国互联网络信息中心成功举办第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布会[R/OL]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0123/c326-11244.html>, 2025-01-17.
- [11] 曹友斌, 郭峰, 熊云军, 吕斌等. 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, 47(5): 185-205.
- [12] 战燕娜. 数字经济背景下农村电商发展困境及应对策略[J]. 商展经济, 2025(15): 76-79.