

数字化视角下农村电商赋能乡村治理的模式研究

袁丽娅

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2026年6月1日; 录用日期: 2026年6月15日; 发布日期: 2026年7月27日

摘要

本文从“电商与治理协同”的视角出发, 构建“治理起点 - 治理过程 - 价值创造”三维分析框架, 选取上海市WF村、ST村、HQ村三个典型乡村为研究样本, 系统探讨农村电商如何赋能乡村治理。研究发现, 电商赋能乡村治理存在三条差异化路径: WF村以特色农业产业为核心, 形成“产业倒逼型”治理机制; ST村依托跨域电商生态, 探索“协同倒逼型”治理模式; HQ村聚焦村民生活服务, 构建“服务内生型”治理体系。三种路径共同揭示了电商在转化治理资源、连接多元主体、放大治理效能方面的共性逻辑。研究为地方经济基础较好, 具有特色资源禀赋的不同类型乡村推进数字化转型与治理现代化提供了实践参照与理论启示。

关键词

农村电商, 乡村治理, 数字化, 协同治理, 平台治理

Research on the Model of Rural E-Commerce Empowering Rural Governance from the Perspective of Digitalization

Liya Yuan

School of Management, Shanghai University of Engineering and Technology, Shanghai

Received: June 1, 2026; accepted: June 15, 2026; published: July 27, 2026

Abstract

This paper, from the perspective of “synergy between e-commerce and governance”, constructs a

three-dimensional analytical framework of “data linkage-platform embedding-value creation”, and selects three typical rural areas in Shanghai, namely WF Village, ST Village, and HQ Village, as research samples to systematically explore how rural e-commerce empowers rural governance. The research finds that there are three differentiated paths for e-commerce to empower rural governance: WF Village takes the characteristic agricultural industry as the core and forms a “industry-driven” governance mechanism; ST Village relies on the cross-regional e-commerce ecosystem and explores a “synergy-driven” governance model; HQ Village focuses on villagers’ life services and builds a “service-driven” governance system. These three paths jointly reveal the common logic of e-commerce in transforming governance resources, connecting multiple subjects, and amplifying governance effectiveness. The research provides practical reference and theoretical enlightenment for different types of villages with good local economic foundation and characteristic resource endowment to promote digital transformation and governance modernization.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Governance, Digitalization, Collaborative Governance, Platform Governance

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. 问题的提出

2024年3月《商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》¹为农村电商高质量发展再添动力，构建农村电商发展新格局，旨在推动农村电商实现数字化转型升级[1]。近年我国农村电子商务进入高速发展阶段，“数商兴农”成效显著，全年农村和农产品网络零售额分别达2.49万亿元和0.59万亿元，增速均快于网零总体[2]。以直播电商、社区团购、农产品垂直平台为代表的新业态，正在深刻改变乡村的生产组织方式、信息传播模式和利益联结机制。这一变革既对乡村治理提出了新挑战，也为数字赋能乡村治理提供了新机遇、新场景和新工具。

现有研究和实践多聚焦于数字基础设施建设[3]和政务数字化[4]，较少从“电商与治理协同”的视角审视乡村数字化转型的内在逻辑。如何将农村电商发展中积累的数据资源、平台能力和运营经验，有效转化为乡村治理效能，是当前亟需回答的理论与实践命题。

本研究基于协同治理理论、平台治理理论、数字社会理论，为理解和分析“农村电商如何赋能乡村治理”提供了互补性的理论视角。协同治理理论强调打破组织边界、整合多元主体(政府、市场、社会)的资源与行动，以应对单一主体无法有效解决的复杂公共问题[5]。该理论强调打破传统的“属地管理”和“条块分割”逻辑，适用于分析跨行政区域、跨部门职能的治理场景，揭示多元主体间如何互动联结；平台治理理论关注数字平台作为新型治理基础设施的双重角色，既是经济交易的载体，又是规则制定、资源协调与信息集散的治理中枢[6]。可用于观察电商平台如何嵌入乡村治理结构、如何通过接口开放与数据整合实现“服务即治理”，以及平台在商业逻辑与公共利益之间如何平衡其责任边界，从而揭示平台从“交易载体”向“治理中枢”的功能演化逻辑。数字社会理论则关注数字技术嵌入社会结构后所产生的权力重构、社会排斥、新型不平等以及数字鸿沟等深层社会问题[7]。数字社会理论适用于批判性审视电商赋能治理过程中的“数字红利”分配不均问题，提醒研究者和政策制定者关注技术赋能背后的社

¹https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm

会包容性与治理伦理，从而避免“数字赋能”演变为“数字排斥”。

2. 案例简述与分析框架

为揭示数字化背景下农村电商如何赋能乡村治理，本章选取上海市三个典型乡村——奉贤区青村镇WF村、金山区廊下镇ST村、松江区泖港镇HQ村作为研究样本。

2.1. 案例典型性

上海作为我国数字乡村建设的先行区，其郊区农村在数字化治理与农村电商融合发展方面进行了诸多前瞻性探索。三个案例村分别代表了三种不同类型的乡村数字化转型路径，具有较强的典型性和比较价值。

WF村以特色黄桃产业为核心，依托“智慧吴房”一体化平台，将农产品电商销售、区块链溯源、文旅体验与乡村治理深度融合，是“产业融合驱动型”治理模式的典型代表。ST村地处沪浙交界，与浙江平湖ST村共建“明月山塘”跨省景区，通过统一旅游电商平台、共享客流数据和协同治理机制，探索了“区域协同拓展型”治理模式。HQ村聚焦村民日常生活的数字化服务，将村级政务平台与社区团购、便民电商接口集成，并通过数字积分激励村民参与“最美庭院”评比等治理活动，形成了“社区服务内生型”治理模式。

2.2. 分析框架：电商赋能治理的三重机制

本研究构建“治理起点 - 治理过程 - 价值创造”三维分析框架。治理起点回答“电商在何种情境下、因何原因进入乡村治理场域”的问题。农村电商并非外生于乡村社会，而是嵌入特定的产业结构、地理区位和社区形态之中，由此形成差异化的治理触发机制。

治理过程是电商赋能治理的核心环节，回答“电商通过何种机制进入治理流程、如何与治理体系互动”的问题。本文将治理过程分解为四个相互关联的要素维度，共同构成电商嵌入治理的运行机制。数据链接是电商赋能治理的基础机制，关注电商活动产生的数据流如何与治理流程对接。平台嵌入考察电商平台如何融入治理组织结构与运行流程，电商平台不仅是商品交易的载体，更是一种新型治理基础设施。成功的平台嵌入应使电商平台成为治理流程的有机组成，既不是“电商 + 政务”的简单叠加，也不是外部植入的技术工具，而是深度融入组织体系的治理中枢。组织支撑关注电商赋能治理的制度基础与主体结构。电商带来的新治理需求，需要相应的组织安排予以响应。激励方式回答“治理主体为何参与、如何持续”的问题。不同的激励方式塑造了差异化的参与动力与治理可持续性，是治理过程得以持续运转的“引擎”，上述四个维度并非孤立存在，而是相互关联、层层递进。最后，价值创造是电商赋能治理的最终目标，回答“电商解决了什么治理难题、创造了什么新价值”的问题，具体见图1。

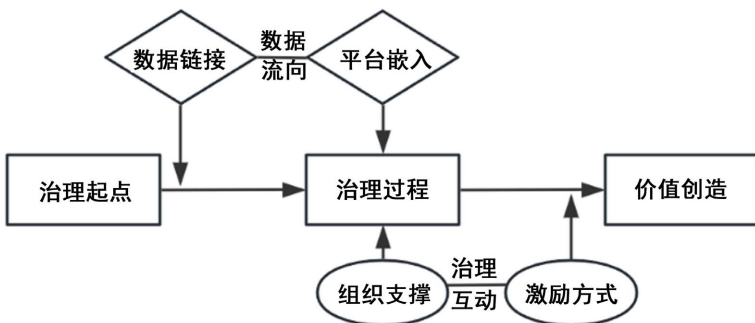


Figure 1. Logic framework of rural governance empowered by e-commerce
图 1. 电商赋能乡村治理逻辑框架图

3. 电商赋能乡村治理的多元模式分析

3.1. 从“空心村”到“智慧桃园”——奉贤区 WF 村的数字化蜕变

3.1.1. 产业基础与电商形态

WF 村位于上海市奉贤区青村镇西南部，曾是典型的“空心村”，面临青年外流率高、产业结构单一等发展困境。近年来，WF 村以黄桃出名，因而以此为核心产业，打造了“吴房有桃”农产品及衍生品品牌体系。同时，实现核心区域智慧照明、智能水质检测、智能监控及无线网络的全面覆盖，推动了老桃园智慧化改造，为乡村治理和产业发展提供了坚实的科技支撑。在电商形态上，一方面通过电商平台销售黄桃鲜果及深加工产品，另一方面依托村内美丽的自然风光与得天独厚的区域优势，以休闲产业、特色美食、千年古村落为核心特色，形成了“农产品电商 + 文旅电商”的双轮驱动格局，从而带动片区经济发展。实现从“空心村”到“全国乡村旅游重点村”的蜕变。

3.1.2. 治理机制与电商协同

从组织层面看，WF 村以村两委为核心、村组干部为先锋，推行三步走破局策略。村两委牵头成立“红色议事厅”，组织村民代表、乡贤能人及群众反复研讨，打破守旧畏难的思维定式；村组干部带头签署土地流转协议，组建“项目攻坚联络组”，专项对接文创、现代农业等优质项目；同时设立“责任片区”，划分干部服务网格，确保政策落实最后一公里畅通无阻。这一组织体系为电商与治理的深度融合奠定了制度基础。从智慧治理层面看，创建了“智慧吴房”一体化平台，通过整合产业服务、民生事务、环境监测等多项功能，成为链接电商与治理的“数据中台”。从平安治理层面看，WF 村建设智慧警务工作站，组建“社区民警 + 社保队员 + 景区保安”的力量体系，以“多元联防”模式提升动态管控力度。同时组建宅基“老娘舅”队伍、田头普法宣讲队，整合群防群治力量，实现对辖区村民的服务管理全覆盖，有效保障了乡村旅游电商的良性运营环境。

3.2. 一桥跨南北，两山共一塘——金山区 ST 村的跨域协同实践

3.2.1. 跨界协同的制度创新

ST 村地处上海市金山区廊下镇西南，与浙江省平湖市广陈镇 ST 村一河之隔、一桥相连，坊间称为“南北山塘”。这一独特的地理区位，使其成为探索跨区域协同治理的天然试验场。

2017 年 6 月，南北山塘共同成立长三角地区首个跨行政区划的村级联合工作机构，围绕“规划一盘棋、产业一条链、服务一家亲、治理一张网”的工作主线，实现两地资源共享、融合并进。这一制度创新为后续的数字化协同奠定了组织基础。ST 村推出“沪浙山塘四方调解机制”的治理制度，整合跨地域、跨部门资源促进邻里和谐；凝练“四字”矛盾化解法，在“情”字上下功夫，在“帮”字上想办法，在“法”字上找依据，在“责”字上寻动力。

3.2.2. 电商协同与数据共享

ST 村的电商形态以统一旅游电商平台为核心。南北山塘共同打造“明月山塘”跨省景区，依托“一屏览两村”智慧系统，创立“廊陈美景·毗邻治理中心”服务平台。该平台整合了两地的旅游票务、民宿预订、特产销售功能，实现了平台共建——统一旅游电商入口，实现票务、住宿、特产的一站式销售；数据共享——两地客流数据、消费数据、车辆数据实时共享，为联合应急指挥、大客流预警、消费纠纷跨域处理提供数据支撑；品牌共创——通过数字化内容营销(短视频、直播)共同推广“一桥两山塘”品牌。

3.3. 从“搬得进”到“住得好”——松江区泖港镇 HQ 村的社区服务探索

3.3.1. 电商嵌入的产业基础

HQ 村因地理位置素有“浦江第一村”的美誉。2018 年, HQ 村被同时列为上海市乡村振兴示范村和宅基地改革试点村(“双试点”), 成为探索农民相对集中居住、推动乡村空间重构与治理转型的先行者。

HQ 村的产业发展经历了从传统农业到现代农业、再到三产融合的转型升级。基础农业方面, 形成蔬菜、水稻、水产养殖三大产业体系, 村内拥有 750 亩蔬菜基地、50 公顷绿叶蔬菜基地、200 亩青扁豆基地、299 亩水产养殖面积。生态旅游方面, 引进上海国盛投资集团, 成功开发浦江源温泉农庄, 利用地下 270 米中生代钱塘江古河道的矿井温泉资源, 打造集休闲、养生、度假于一体的乡村旅游项目。农庄配套 100 亩“开心菜园”及上海首个火龙果种植基地, “开心菜园”支持市民认养和 24 小时远程实时管理, 游客可认种菜地、体验农耕乐趣——这一模式本身即是电商化的农业体验产品。现代产业园方面, 通过集体土地入市, 与临港集团合作建设“临港·智汇园”产业园, 以数字农业与智能制造为主导产业, 吸引十余家实体企业入驻, 带动周边租房、餐饮等业态, 为本地农产品对接电商渠道提供产业支撑。

3.3.2. 电商服务的平台化集成

HQ 村“好邻居”社区服务平台将村级政务平台与便民电商服务深度集成, 体现了“服务即治理”的理念。村民可通过平台“打印学习课件”、“代缴水、电、燃气费”, 智慧健康驿站配备智能诊疗仪、全自动血压仪等设施, 实现“家门口体检”——这些缴费服务本质上是生活服务电商的村级延伸。在“宜游”维度, HQ 村深化文旅商体农联动发展, “泖田问秋”健康跑、“浦南杯”乡村骑行、“泖田艺术节”等精品活动通过数字化营销广迎四方宾客; 与市供销社合作成立云泖公司, 落地“云泖小镇”, 拓宽特色农产品和文创销售渠道, 形成“活动引流-线上销售-线下体验”的电商闭环。

3.3.3. 数字积分与电商激励的治理闭环

HQ 村将参与“最美庭院”评比、垃圾分类等治理活动获得的数字积分, 可兑换为电商平台优惠券或本地服务, 形成“参与治理-获得激励-促进本地消费”的微循环。这一机制将电商优惠券作为治理激励工具, 使村民的参与行为与本地消费形成正向关联。针对周末游客增多带来的停车难题, 通过“智多星”协商议事平台制定“车辆管理制度”, 新增 66 个公共停车位——这一治理回应直接服务于乡村旅游电商带来的新需求。

在数字化治理层面, HQ 村打造了以“美丽乡村数字黄桥”命名的数字化平台, 通过 3D 建模技术全景还原村容村貌。其中“农耕养殖”板块通过提前安装在水稻田、蔬菜大棚及蟹塘鱼塘的传感设备, 实时监测土壤、水塘的 pH 值、温度、湿度及含氧量, 科学指导农业生产——这些物联网数据既服务于生产管理, 也可转化为电商营销中的品质背书。

4. 模式归纳

上述三类案例在不同的治理情境中运用了不同的治理方式, 展现为数字赋能乡村治理的不同模式。

4.1. 模式总结

WF 村的“产业倒逼型”治理机制, 逻辑起点在于电商产业发展催生的新治理需求。黄桃电商的快速规模化带来了品控监管、客流管理等传统治理难以覆盖的挑战, 倒逼治理体系升级。在数据链接上, WF 村形成了覆盖“产前-产中-产后”的全产业链数据闭环, 这一闭环的关键在于“智慧吴房”平台深度嵌入村级组织体系下的“网格管理+红色议事厅”协同架构, 成为产业与治理融合的数据中枢。在组织支撑上, 网格化管理将治理责任落实到人, 形成“干部带头、群众参与”的共治格局; 激励方面以“责任

片区”确保治理随产业跟进。在价值创造上,实现了监管精准化、服务产业化与参与组织化的三重提升。ST村的“协同倒逼型”治理机制,源于跨域电商生态带来的治理挑战。在数据链接上,跨域数据共享网络打破了地理边界对治理信息的阻隔。“廊陈美景·毗邻治理中心”依托联合工作机构,将数字化工具与协同治理深度融合,实现了“一屏览两村”的协同治理新模式。在组织支撑上,联合工作机构与四方调解机制整合跨地域资源,将消费纠纷化解在萌芽状态。激励方式以数据共享、利益共赢为核心,通过“村级运维+农户分成”让农户共享收益。价值创造上,实现了跨域公共品协同供给、大客流应对效率提升以及治理协同向共同富裕转化的三重突破。HQ村的“服务内生型”治理机制,源于宅基地归并后村民对生活服务、社区归属感的新期待,倒逼治理从“管理”转向“服务”。数据链接上,村民使用“好邻居”平台产生的服务与积分数据反哺治理决策。平台嵌入上,形成了“好邻居+类物业+智多星”三层协同架构,实现服务集成与治理协同。组织支撑上,“三驾马车”与六步工作法让村委会、物业公司、自治委员会各司其职。激励方式以数字积分兑换电商优惠券或本地服务,形成“参与-激励-再参与”的正向循环。价值创造上,实现了从管理到服务、从被动到主动、从外生供给到内生驱动的重重转变。

4.2. 模式比较

基于上述案例分析,三种模式在治理起点、数据链接、平台嵌入、组织支撑、激励方式、价值创造等方面呈现明显差异,构成了从产业驱动到区域协同再到社区内生的完整治理图谱。

三种案例治理机制揭示了电商赋能乡村治理的三条差异化路径。WF村路径可概括为“产业需求倒逼治理升级”:当乡村有特色产业且电商化程度较高时,电商产生的治理需求成为治理创新的“第一推动力”,形成“产业发展催生治理需求、治理响应提升产业效能、产业升级带来新治理需求”的螺旋式上升循环。ST村路径可概括为“跨域生态倒逼协同创新”:当乡村地处边界地区且形成跨域电商生态时,电商的跨域性成为打破行政壁垒、推动协同治理的“催化剂”,形成“跨域电商打破地理边界、协同治理应对跨域挑战、治理协同支撑电商发展”的良性互动。HQ村路径可概括为“服务集成激发内生参与”:当乡村经历空间重构(如宅基地归并)后,将电商作为服务载体和激励工具,能够有效激发村民内生参与,形成“服务需求识别、平台集成响应、积分激励参与、内生需求再识别”的治理闭环。

5. 结论与讨论

本研究从“电商与治理协同”视角出发,选取上海市运用“治理起点-治理过程-价值创造”三维分析框架,系统揭示了数字化背景下农村电商赋能乡村治理的多元模式与共性逻辑。

5.1. 主要结论

WF村、ST村、HQ村三个典型乡村分别三条路径共同揭示了电商赋能乡村治理的三重共性逻辑:电商是治理资源的“转化器”,将高频多维电商数据转化为治理决策依据;电商是多元主体的“连接器”,推动政府、市场、社会从“单一主体”走向“多元共治”;电商是治理效能的“放大器”,遵循“效率-公平-可持续”的递进逻辑系统性提升治理效能。研究为不同发展阶段的乡村提供了差异化实践参照,也为深化“电商-治理”协同研究奠定了理论基础。

5.2. 模式成功的情境条件

需要指出的是,上述三种模式的成功并非无条件的,而是受到若干关键情境因素的深刻影响。第一,地方经济基础与产业禀赋。WF村的成功高度依赖其特色黄桃产业的规模化和品牌化基础;ST村的跨域协同以“明月山塘”景区的旅游电商生态为前提;HQ村的服务转型则建立在宅基地改革释放的空间资源与集体土地入市带来的产业支撑之上。对于缺乏特色产业、集体经济薄弱或地处偏远的普通乡村,上述

模式的直接移植可能面临“水土不服”。第二，地方政府的支持力度与制度供给。三个案例均位于上海市，享受了较充裕的财政投入、政策试点权限和行政协调资源。在制度供给不足、行政协调成本较高的地区，类似模式的复制将面临更大挑战。第三，社会资本与社区凝聚力。HQ村数字积分激励机制的高参与率，建立在村民较强的社区认同和互惠规范基础之上；WF村的共治格局也离不开村“两委”长期积累的信任资本。在村庄内部离散度高、宗族或派系矛盾突出的地区，组织支撑的有效性可能大打折扣。

5.3. 政策启示

基于上述情境分析，本研究提出以下政策启示：第一，因地制宜选择赋能路径。不同乡村应根据自身的产业基础、区位条件和社区特征，选择差异化的电商赋能治理路径：特色产业成熟的乡村可借鉴“产业倒逼型”路径，边界地区可探索“协同倒逼型”路径，集中居住后的乡村可尝试“服务内生型”路径。切忌脱离本地实际“跨越式”复制先进地区经验。第二，注重基础能力的前置培育。对于产业基础薄弱、社会资本匮乏的乡村，不宜直接套用三种模式。政策应优先聚焦基础能力建设，包括培育初始电商流量、积累社区信任与参与习惯，再根据本地实际选择适宜的赋能路径。

5.4. 研究局限和未来方向

本研究存在一定局限：案例选取集中于上海郊区，地域特征可能影响结论的普适性；研究以质性分析为主，缺乏对治理效能的量化测度；对电商平台企业的角色分析有待深化。未来研究可从以下方向拓展：一方面，开展经济条件基础不同的乡村进行区域比较研究，检验三种模式在更广泛情境下的适用性；另一方面，应该构建治理效能评价指标体系，量化评估电商赋能的实际效果。

参考文献

- [1] 杨朝. 数字化视角下农村电商推动乡村全面振兴策略研究[J]. 农业经济, 2026(1): 154-156.
- [2] 商务部电子商务司负责人介绍 2023 年我国电子商务发展情况[EB/OL]. https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjzrzb/art/2024/art_ffc0c7febbef4537971d23adec0d56b6.html, 2024-01-19.
- [3] 柯齐, 任兆昌, 龚云虹. 乡村振兴背景下农村电商商业模式创新与实践——以农产品上行与县域经济融合为例[J]. 商业经济研究, 2026(4): 101-106.
- [4] 张恒瑞. 数字经济发展背景下河南农村电子商务发展路径研究[J]. 内蒙古科技与经济, 2026(3): 83-87.
- [5] 翁笙和, 多纳休, 泽克豪泽. 协同治理: 实现公共目标的新方式[M]. 刁琳琳, 译. 北京: 中信出版集团, 2024.
- [6] 彭双杰. 互联网平台治理的公共性困境及其应对[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2025, 27(5): 73-84.
- [7] 张茂元, 邱泽奇. 数字社会研究框架与思路[J]. 清华社会学评论, 2024(1): 1-7.