

# 电商赋能下农村“产供销”一体化与农民增收的理论机制

陈申宇

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年4月8日; 录用日期: 2026年4月22日; 发布日期: 2026年6月30日

## 摘要

在数字经济与实体经济深度融合的背景下, 全面推进乡村振兴、实现共同富裕已成为中国式现代化的核心战略。本文将农村电子商务视为一次深刻的外生技术冲击, 系统性地探讨其赋能农村“产供销”一体化及促进农民增收的内在理论机制。研究指出, 电商通过降低制度性交易成本、缓解信息不对称及发挥网络外部性, 强力驱动了农业生产的规模化、供应链的协同化以及销售市场的无界化。这一“产供销”一体化进程经由价值链重构、产业溢出、要素市场激活等途径, 拓宽了农户的经营性、工资性和财产性收入渠道, 并显著提升了农村家庭的消费福利和收入增长。然而, 基于政治经济学视角的审视表明, 资源禀赋的异质性与技术红利的非均衡分配可能导致农村内部数字鸿沟的扩大。因此, 需通过完善数字基础设施、优化包容性利益联结机制及强化数字技能培训, 实现农村经济的包容性增长。

## 关键词

数字经济, 农村电子商务, 产供销一体化, 农民增收, 数字鸿沟

# Theoretical Mechanism of the Integration of “Production, Supply and Marketing” in Rural Areas and Farmers’ Income Increase under the Empowerment of E-Commerce

Shenyu Chen

College of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: April 8, 2026; accepted: April 22, 2026; published: June 30, 2026

## Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and the real economy, comprehensively advancing rural revitalization and achieving common prosperity has become a core strategy of Chinese-style modernization. This paper regards rural e-commerce as a profound exogenous technological shock, and systematically explores its internal theoretical mechanisms for empowering the integrated development of rural “production, supply and marketing” and boosting farmers' income growth. The study argues that by reducing institutional transaction costs, alleviating information asymmetry and exerting network externalities, e-commerce strongly drives the large-scale development of agricultural production, the coordination of supply chains, and the boundless expansion of sales markets. Through value chain restructuring, industrial spillovers and the activation of factor markets, this integrated process of production, supply and marketing has expanded channels for farmers to obtain operational, wage and property income, and significantly improved the consumption welfare of rural households. However, an examination from a political economy perspective reveals that the heterogeneity of resource endowments and the unbalanced distribution of technological dividends may widen the digital divide within rural areas. Therefore, inclusive growth of the rural economy needs to be achieved by improving digital infrastructure, optimizing inclusive benefit linkage mechanisms, and strengthening digital skills training.

## Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Integration of Production, Supply and Marketing, Increase Farmers' Income, Digital Divide

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

中国式现代化离不开农业农村现代化，而数字技术正是农业经济发展的关键要素与推进农业现代化的新生动能。数字经济凭借其高连接性、高渗透性和高通用性的特征，正加速融入农业生产、分配、交换与消费的全过程。长期以来，传统农业经济受限于地理位置的偏远性、市场信息的不对称性以及流通环节的繁冗，导致农产品市场长期面临“小生产”与“大市场”之间的结构性供需脱节。这种空间与信息上的双重隔离，推高了农业产业的制度性交易成本，严重压缩了广大农民在产业链中的利润空间。随着新一代数字技术向广袤的农村腹地下沉，农村电子商务作为数字经济的重要载体，正以前所未有的深度重塑着农村经济的运行轨迹[1]。

近年来，随着“电子商务进农村综合示范”等宏观政策的深入实施，电子商务向农村渗透的趋势日益明显，不仅促进了农村网络零售额的大幅增长，还系统性带动了农村物流、供应链与数字金融等相关配套产业的发展。这一进程不仅在消费端拓宽了农产品跨越地域阻隔的销售渠道，更在生产端和供应链端引发了深刻的系统性变革。通过数字技术的赋能，分散化、碎片化的供应链活动被数字化链接，倒逼上游生产体系转型与物流体系智能化，从而促成了农村“产供销”一体化体系的历史性重构。这种重构本质上是农村生产关系与生产力要素在数字赋能下的重新匹配，使得农业生产者能够直接对接更广阔的市场需求，弥合了城乡市场鸿沟[2]。

在此宏大背景下，本文旨在跳出单一的“渠道拓宽”视角，将电子商务视为驱动农业全产业链转型

升级的核心引擎，系统剖析其如何通过重构生产组织、优化供应链条、拓展市场边界来实现产业链深度融合。在此基础上，进一步揭示这一一体化进程如何构建起农民持续增收的多维理论逻辑，深入探讨电商赋能如何优化农户的经营性、工资性与财产性收入结构。同时，本文亦引入政治经济学的批判性视角，辩证审视数字鸿沟对农村内部收入分配格局的深远影响，以期理解数字经济在乡村振兴中的作用提供理论依据，并为优化农村电商支持政策、推动城乡协调发展提供有益的学术参考。

## 2. 概念界定与理论基础

### 2.1. 概念介绍

农村产供销一体化是农业产业化重要组织形态，其核心内涵是指将农业生产环节(产)与产前要素供应(供)、产后加工储存与市场销售(销)通过资产或契约纽带整合为统一的经济运行系统，形成流通引导生产、生产服务于流通的良性循环机制。从制度经济学看，它属于紧密型农业产业化模式，体现为风险共担、利益共享的制度安排。其概念外延涵盖多种实践形态：一是纵向延伸型，实现种养加、产供销、农工商一体化经营；二是横向拓展型，向旅游、文化等关联产业辐射；三是平台支撑型，依托物联网、大数据构建数字化供应链。实施主体包括农户、合作社、龙头企业、供销合作社系统及电商平台等，适用于粮食、果蔬、畜禽等各类农产品领域。核心特征包括：第一，产业整合性，将再生产各环节联结为完整产业系统；第二，利益紧密联结，通过合同与股权形成经济共同体；第三，龙头带动性，龙头企业或合作组织发挥整合与引领作用；第四，流通导向性，以市场需求组织生产，实现产销无缝对接；第五，资源配置优化，降低交易成本，提升附加值；第六，技术深度嵌入，数字化平台支撑全流程可追溯；第七，组织形态多样性，根据产品与区域条件呈现多种模式；第八，制度化信任机制，通过契约、保险与风险分担保障长期稳定运行。上述特征共同构成农村产供销一体化的理论界定与实践判别依据[2]。

### 2.2. 理论基础

探究电子商务赋能农村经济的内在机理，必须建立在坚实的现代经济学理论基础之上。交易成本经济学、信息经济学、演化经济学以及网络经济学为理解数字技术重塑传统农业产业链提供了多维透镜。

**第一，交易成本经济学视角。**传统农产品交易面临着高昂的搜寻成本、谈判成本和监督成本。农户往往只能依赖多级批发商进行产品分销，漫长的供应链条导致利润层层流失。电子商务的引入极大地降低了空间距离所产生的贸易成本以及市场进入的固定成本。数字平台通过构建跨区域、扁平化的供需匹配网络，从根本上消除了传统中间商的垄断地位，使得交易成本在技术赋能下趋近于最小化。这种交易摩擦的系统性消除，是驱动“产供销”各环节无缝对接的微观动力[3]。

**第二，演化经济学与创新扩散理论视角。**农村电商的发展可视为一次深刻的“创造性破坏”。技术变革打破了传统乡村产业长期陷入的低效均衡状态。在这个动态演化过程中，农户和新型农业经营主体通过“干中学”的适应性学习，突破了有限理性的约束，完成了向数字化、规模化生产的演进。这种组织形态的跃迁最终促成了“产供销”一体化的高级产业集群形态[3]。

**第三，信息经济学视角。**在传统小农模式下，农业生产带有强烈的“经验导向”和盲目性，信息迟滞易引发“谷贱伤农”的蛛网效应波动。电商平台沉淀的海量消费端数据转化为清晰的价格信号，实现了从“以产定销”向“以销定产”的生产范式跃迁。信息的高效流转有效平抑了供应链中的“牛鞭效应”，并通过可追溯系统增强了市场信任，重构了农产品价值链的分配格局[4]。

**第四，网络效应与长尾理论视角。**梅特卡夫法则表明，网络的价值随着用户数量的增加呈指数级增长。电商平台的强大网络外部性，将高度分散的农产品供给与个性化消费需求精准对接。长尾理论则指

出，借助互联网低廉的分发成本，那些在实体市场中难以规模化销售的特色农产品得以汇聚成庞大的长尾市场，为乡村特色产业的异军突起提供了商业空间[4]。

### 3. 电商赋能农村“产供销”一体化的系统重构机理

农村电子商务是对“生产、供应、销售”三大核心产业环节的全面数字赋能与系统集成，构建了产业链、价值链、供应链、利益链“四链合一”的现代数字农业生态系统。

#### 3.1. 数据驱动与要素重组重塑“产”的组织形态

在生产环节，电商的深度介入彻底改变了传统农业分散化、碎片化的困境，推动了新型农业经营主体的培育与农业生产组织方式的变革。一方面，电商进村政策显著促进了农民专业合作社、家庭农场及乡村集体企业等新型产业主体的创立。面对海量订单需求和严苛的品控标准，传统原子化的小农户难以独立应对，促使乡村内部自发演化出更为集约的组织形式以内部化数字红利。另一方面，数据导向的生产模式指导农户进行定制化、订单化生产，有效减少了资源浪费。为了满足电商市场要求，农村经营主体通过推动土地流转，开展适度规模化经营，提高了土地与劳动力的配置效率，为引入物联网监控、智能农机等先进技术创造了先决条件[5]。

#### 3.2. 供应链优化与物流协同夯实“供”的流通底座

农产品电商物流与农村经济的协同发展构成了“产供销”一体化的物流中枢。数字经济的下沉推动了县乡村三级物流配送体系及冷链仓储网络的加速构建，破解了制约农产品上行的“最初一公里”瓶颈。物流基础设施的系统性升级，直接缩短了农产品流通时间，将易腐农产品的损耗率控制在极低水平。更为深刻的是，电商平台与现代物流服务商的数字整合实现了供应链的透明化与智能化。智能分拨与“电商+产地直发”等新型模式压缩了冗余物理环节，实现了供应链对市场波动的敏捷响应，形成了物流效能提升与农村经济增长的共生协同闭环[6]。

#### 3.3. 市场边界突破与价值链跃升再造“销”的格局

在销售环节，电子商务通过虚拟空间的无限连接消除了物理阻隔，将偏远农村直接接入全国统一大市场。这种直接面向消费者(D2C)的销售模式，剥离了传统多层级分销体系，使得原本被中间商攫取的流通利润得以释放并向生产端转移，从而实现了价值留存机制的重构。同时，多元化新型营销模式(如直播带货、兴趣电商)重构了交易场景，赋予了农产品讲述品牌故事的空间，使得地方特色农业资源通过数字化手段变现，获得了显著的市场品牌溢价[7]。

### 4. 农村“产供销”一体化驱动农民增收的传导路径

电商赋能下的“产供销”一体化不仅是产业结构的宏观调整，更通过多条可量化的经济学传导路径，全面激活了农村内生发展动力，实现了农民收入的系统性增长。

#### 4.1. 价值链攀升与农业经营性收入的实质跨越

对于直接参与电商的新型农业经营主体及个体农户而言，市场半径的拓展带来了农产品销售规模的指数级增长。一体化进程推动了农产品的深加工与品牌化，大幅提升了产品的市场溢价能力。通过直接对接消费者，农户截留了更多的附加值，在农产品利润的初次分配中占据了更为有利的支配地位。此外，基于数据的订单农业模式作为天然的市场风险缓冲器，有效降低了传统市场价格剧烈波动带来的滞销风险，为经营性收入的稳健增长提供了制度性保障[8]。

## 4.2. 溢出效应、就业创造与工资性收入的乘数扩张

农村电商对周边未直接接触网的普通农户产生了极为显著的正向经济溢出效应。电商产业链的延伸催生了对产品初加工、包装设计、分拣装卸、客服及物流配送等海量非农服务岗位的需求。这种“不离土不离乡”的就地就近就业模式，有效吸纳了农村富余劳动力，降低了劳动力转移的搜寻与生活成本。实证分析表明，间接参与电商产业体系对农户工资性收入的提升效果最为强劲，成为驱动农民总收入高速增长的核心引擎[9]。

## 4.3. 要素市场激活与财产性收入的潜力释放

“产供销”一体化客观上要求农业向集约化、规模化迈进，这强力激活了农村土地、闲置农房等生产要素市场。电商企业或大型合作社为了保证供应链稳定性，倾向于通过土地流转集中连片开发农地。缺乏电商技能的普通农户可以通过依法流转土地承包经营权，获得稳定且持续上涨的租金收入。此外，部分具有前瞻性的农户以土地、资金或劳动力作价入股电商合作社，实现了从劳动者向新型利益相关者的身份跨越，极大地拓宽了财产性收入来源。

## 4.4. 创新创业生态与家庭消费福利的提升

以“淘宝村”为代表的农村电商集群在微观空间上构建了极具活力的创新创业生态。电商创业不仅实现了农户家庭财富的快速积累，更在宏观上强力刺激了农村家庭总消费的实质性增长。可观的收入预期提振了消费信心，推动了农村家庭消费结构从生存型向发展型、享受型消费升级。同时，电商创业培育的数字消费习惯消除了获取现代化商品与服务的障碍，通过降低本地贸易成本，实现了农村居民整体福利水平的跨越式提升[10]。

## 5. 异质性、数字鸿沟与收入分配的政治经济学审视

尽管电商赋能为农业农村现代化提供了强劲动力，但数字技术并非绝对中性。电商红利在不同区域、不同阶层间的分配呈现出复杂的非均衡特征。任由资本与技术逻辑野蛮生长，极易潜藏拉大农村内部数字鸿沟与阶层固化的严峻风险。

### 5.1. 资源禀赋差异与数字红利分配的“马太效应”

电子商务的收益获取能力高度依赖于微观农户的初始资本积累，包括物质资本、人力资本与社会资本。高资源禀赋的乡村精英能够率先跨越准入门槛，抢占平台流量入口，构建供应链壁垒。相反，低收入群体受限于数字技能匮乏和启动资金短缺，难以掌握核心话语权，多沦为价值链底端的依附者。现代电商平台的算法逻辑与流量分发机制客观上存在资本倾向，小微农户极易在竞争中被边缘化。这种技术红利分配的严重非均衡性触发了“强者愈强、弱者愈弱”的“马太效应”，在提升农村平均收入的同时，显著扩大了农村内部的基尼系数，导致机会不平等向结果不平等的加速转化[11]。

### 5.2. 空间极化与区域发展的结构性失衡

农村电商的增收赋能效应深刻受制于宏观地理区位与产业基础的制约。在东部沿海经济发达地区，得益于密集的交通骨干网络与完备的数字基础设施，电商集群能够与现代制造业深度跨界融合，增收效应极为显著。然而，在中西部偏远山区，受制于物流成本居高不下与数字基建历史欠账，“产供销”链条面临断裂风险。空间经济学分析证实，核心发达区域的技术与资本集聚往往伴随着对外围落后区域优质要素的无情虹吸，在数字空间中复制并强化了“中心-外围”极化格局。若无精准的区域协调政策，跨区域数字鸿沟将进一步扩大[12]。

### 5.3. 公共产品供给滞后与培训资源分配不均

人力资本积累的断层是制约相对贫困地区农户数字参与的核心阻碍。新古典经济学指出职业培训是提升收入的驱动力，在实践中，技能与电商运营培训资源的分配往往呈现明显的结构性偏差。产业集聚区、示范户及高收入群体能够优先获取政府或平台倾斜的优质培训资源；而私营培训机构的高昂费用则对低收入农户形成实质性经济排斥。这种培训缺失导致弱势群体难以把握电商红利，陷入“技术排斥 - 收入停滞”的恶性循环，进一步固化了农户在产业链中的底层位置[13]。

## 6. 结论与政策启示

### 6.1. 研究结论

电商赋能下农村“产供销”一体化是一个多维生产要素重组与农业价值链系统重构的历史过程。电子商务不仅大幅降低了信息不对称与制度性交易成本，更深刻驱动了农业生产规模化、供应链敏捷化与销售市场无界化。这一进程通过价值链攀升实现经营性收入溢价，通过创造非农岗位及溢出效应实现工资性收入扩张，通过盘活要素资源实现财产性收入释放，系统构建了农民增收的理论机制，并全面提振了农村家庭的消费福利。然而，受微观农户资源禀赋与宏观空间区位的双重约束，电商技术的资本偏好与算法逻辑正引发农村内部收入差距扩大、机会分配不均以及区域发展极化等严峻的数字鸿沟挑战[14][15]。

### 6.2. 政策启示与优化路径

为切实防范数字鸿沟带来的负面冲击，充分发挥数字经济在乡村振兴中的包容性增长引擎作用，未来政策应着眼于以下战略维度：

**第一，强化新型数字基础设施的均等化、普惠性供给。**必须将宽带网络、冷链仓储与现代物流骨干网视为核心准公共产品，加大中央财政对中西部地区、偏远纯农区的转移支付力度，从硬件底座上坚决抹平空间接入鸿沟，为降低偏远地区流通贸易成本奠定坚实基础。

**第二，构建系统化、多层次的包容性农民数字技能培训体系。**破解人力资本约束是跨越数字鸿沟的关键。应联合高校与电商平台，针对低技能、低收入普通农户免费提供实操性强的入门课程；实施弱势群体培训定向配额制，坚决消除培训资源的阶层壁垒，全面提升农民整体的数字素养与网络运营能力。

**第三，创新并深化包容性的“产供销”多方利益联结机制。**大力培育农民专业合作社等中介组织，深化“政府 + 平台 + 合作社 + 农户”的现代复合型产业模式。鼓励企业与农户签订保底收购协议，以契约形式保障弱势农户在“产供销”链条中的合理利润分成与长期话语权，防范资本对农民利益的过度剥夺。

**第四，实施精准的区域协同与差异化发展战略。**建立“东 - 中 - 西数字协作示范区”制度，通过跨区域订单分包、物流资源共享与人才对口支援，促进东部先进电商技术向中西部有序转移。同时，结合地方产业基础实施分类指导，避免同质化竞争，从根本上破解电商发展的空间失衡困局，铺就通往全体农民共同富裕的数字康庄大道。

## 参考文献

- [1] 兰海霞, 张帼帼, 南心怡. 数字经济助力实现农业农村现代化——基于电子商务视角[J]. 商业经济, 2024(8): 104-108.
- [2] 潘嗣同, 盖庆恩, 史清华. 电商进村政策对农业增长的影响[J]. 经济与管理研究, 2025, 46(12): 74-91.
- [3] 凌守兴. 我国农村电子商务产业集群形成及演进机理研究[J]. 商业研究, 2015(1): 104-109.

- 
- [4] 赵艳. 长尾理论视域下我国农村数字电商发展的影响因素分析——以“拼多多”为例[J]. 商业经济研究, 2021(16): 141-144.
- [5] 潘嗣同, 盖庆恩, 史清华. 电子商务进农村综合示范政策对乡村产业主体培育的影响[J]. 中国农村观察, 2025(6): 40-61.
- [6] 曹丁凡. 乡村振兴战略下农产品电商平台与农村物流业的协同发展路径研究[J]. 中国商论, 2023(24): 119-122.
- [7] 万琳, 李祖佩. 电商平台主导下农产品流通主体的权力重构与利益分配——基于陕西省周县 S 镇的案例研究[J]. 农业经济问题, 2025(12): 41-57.
- [8] 于松, 高建中. 电子商务参与、农户价值链权力与农户增收——来自陕西省 805 户苹果种植户的证据[J]. 农业技术经济, 2025(10): 26-48.
- [9] 关昕, 胡志全. 农村电商持续赋能间接参与农户的增收机制[J]. 中国流通经济, 2025, 39(8): 50-61.
- [10] 王宝顺, 蒋飞, 刘刚. 电子商务发展与农村家庭消费结构升级[J]. 贵州财经大学学报, 2025(5): 81-89.
- [11] Li, Q.Y., Xie, M.J. and Tang, Y.H. (2025) Do the E-Commerce-Induced Business Clusters Increase the Income of Local Rural Households? *Economic Analysis and Policy*, **86**, 1510-1526. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2025.04.024>
- [12] 卢康妮. 区域视角下农户电商经营行为差异化研究[J]. 时代经贸, 2025, 22(2): 40-42.
- [13] 卓籽惠, 朱至文, 王欣齐, 等. 乡村振兴背景下小农户对接电商市场的困境与对策研究[J]. 现代商业, 2024(8): 31-34.
- [14] 唐跃桓. 中国农村电商集群: 形成、影响与展望[J]. 商业经济研究, 2025(24): 101-107.
- [15] 曹友斌, 郭峰, 熊云军, 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(5): 185-205.