

电子商务赋能农村经济转型与发展的路径研究

曾予慧, 徐沁怡, 唐育培

扬州大学商学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2026年5月20日; 录用日期: 2026年6月3日; 发布日期: 2026年7月21日

摘要

随着数字技术与乡村振兴战略的深度融合, 电子商务已成为推动农村经济转型与发展的关键力量。本文在系统梳理电子商务赋能农村经济的作用机理基础上, 深入分析了当前农村电商发展面临的深层制约因素, 并从产业结构转型、流通体系重构、主体能力提升、制度环境优化等维度, 提出了电子商务赋能农村经济转型与发展的系统路径。研究表明, 电子商务通过降低交易成本、重构价值链、拓展市场边界、促进产业融合等机制, 有效推动了农村经济从传统农业向现代农业、从封闭分散向开放协同的转型。然而, 基础设施“最后一公里”梗阻、人才结构性短缺、农产品标准化滞后、政策协同不足等问题仍构成现实制约。破解上述困境, 需要构建“软硬兼施、内外联动、上下协同”的系统推进格局, 以电子商务高质量发展引领农村经济现代化。

关键词

电子商务, 农村经济, 经济转型, 乡村振兴, 赋能路径

E-Commerce Empowering the Transformation and Development of Rural Economy: A Pathway Study

Yuhui Zeng, Qinyi Xu, Yupei Tang

Business School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: May 20, 2026; accepted: June 3, 2026; published: July 21, 2026

Abstract

With the deep integration of digital technology and the rural revitalization strategy, e-commerce has become a key force in promoting the transformation and development of the rural economy. Based on a systematic analysis of the mechanisms by which e-commerce empowers the rural

文章引用: 曾予慧, 徐沁怡, 唐育培. 电子商务赋能农村经济转型与发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(7): 693-699. DOI: 10.12677/eci.2026.157808

economy, this paper deeply explores the underlying constraints currently facing the development of rural e-commerce. It proposes a systematic pathway for e-commerce to empower the transformation and development of the rural economy from dimensions such as industrial structure transformation, circulation system reconstruction, subject capacity enhancement, and institutional environment optimization. The research shows that e-commerce effectively promotes the transformation of the rural economy from traditional agriculture to modern agriculture, and from a closed, dispersed model to an open, collaborative one, by reducing transaction costs, reconstructing value chains, expanding market boundaries, and promoting industrial integration. However, constraints such as the “last mile” bottleneck in infrastructure, structural shortages of talent, lagging standardization of agricultural products, and insufficient policy coordination still pose practical challenges. To address these issues, it is necessary to build a systematic promotion pattern of “combining hardware and software, linking internal and external forces, and coordinating upper and lower levels,” so as to lead the modernization of the rural economy through the high-quality development of e-commerce. With the deep integration of digital technology and the rural revitalization strategy, e-commerce has become a key force in promoting the transformation and development of the rural economy. Based on a systematic analysis of the mechanisms by which e-commerce empowers the rural economy, this paper deeply explores the underlying constraints currently facing the development of rural e-commerce. It proposes a systematic pathway for e-commerce to empower the transformation and development of the rural economy from dimensions such as industrial structure transformation, circulation system reconstruction, subject capacity enhancement, and institutional environment optimization. The research shows that e-commerce effectively promotes the transformation of the rural economy from traditional agriculture to modern agriculture, and from a closed, dispersed model to an open, collaborative one, by reducing transaction costs, reconstructing value chains, expanding market boundaries, and promoting industrial integration. However, constraints such as the “last mile” bottleneck in infrastructure, structural shortages of talent, lagging standardization of agricultural products, and insufficient policy coordination still pose practical challenges. To address these issues, it is necessary to build a systematic promotion pattern of “combining hardware and software, linking internal and external forces, and coordinating upper and lower levels,” so as to lead the modernization of the rural economy through the high-quality development of e-commerce.

Keywords

E-Commerce, Rural Economy, Economic Transformation, Rural Revitalization, Empowerment Pathway

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

在新一代信息技术与农业农村现代化加速融合的背景下，电子商务已从单纯的流通工具演变为重塑农村经济形态的系统性力量。近年来，我国农村电商交易规模持续扩大，截至 2024 年底，农产品电商网络零售额已突破 6300 亿元，同比增长约 7.3% [1]。围绕这一现象，学界已形成若干重要研究脉络：一是从流通效率视角，探讨电商如何降低交易成本、重构农产品供应链[2]；二是从农户增收视角，检验电商参与的收入效应与溢出效应[3]；三是从产业融合视角，分析数字经济与“三农”产业的融合路径[4]；四是从治理视角，关注电商政策的包容性发展与协同机制[5]。然而，既有研究或聚焦于电商对农产品销售的“增量”效应，或着眼于区域个案经验，较少从“转型”与“发展”的双重视角系统考察电商对农村经

济形态变迁的深层影响，也缺乏对交易成本理论、价值链理论等经典分析框架的系统运用。本文尝试弥补这一缺憾，在整合交易成本理论与农业价值链理论的基础上，构建“作用机理－现实制约－赋能路径”的分析框架，深入阐释电子商务赋能农村经济转型与发展的内在逻辑，以期为乡村振兴战略背景下农村电商的高质量发展提供理论参照与实践指引。

2. 电子商务赋能农村经济转型的作用机理

2.1. 降低交易成本，重构农产品流通体系

依据科斯的交易成本理论，市场交易中的信息搜寻、议价、监督执行等成本直接影响经济组织的效率。传统农产品流通模式中，多层级中间商的存在导致交易链条冗长、信息传递失真、利润空间被层层压缩，农民往往处于价值链底端，难以分享流通环节的增值收益。电子商务从根本上改变了这一格局，电商平台通过去中介化，实现了生产端与消费端的直接对接，大幅缩短了流通链条，使偏远地区的特色农产品能够跨越地理障碍直达城市消费者手中。同时，电商平台通过信息聚合与智能匹配，有效缓解了市场信息不对称问题，农民可以实时了解市场价格走势与消费者偏好变化。如浙江省丽水市松阳县以茶产业为主导，通过全面推进农产品质量安全区块链追溯体系 and 产品质量认证体系建设，累计纳入统一监管平台的企业近 100 家，覆盖种植基地近 5000 亩，显著提升了产品市场竞争力[6]。这种流通体系的重构，不仅提升了农产品流通效率，更重要的是重塑了价值链各环节的利益分配格局，使农民能够分享更多流通环节的增值收益。

2.2. 拓展市场边界，提升农产品附加值

波特的价值链理论指出，企业通过基本活动(生产、营销、物流等)与支持活动(技术开发、采购等)的协同优化，可以创造超越成本的价值增量。传统销售模式下，农产品市场半径往往局限于本地或周边区域，市场容量有限，价格波动剧烈。电子商务打破了这一地域限制，使农产品能够触达全国乃至全球市场，极大拓展了市场边界。更为关键的是，电商平台为农产品品牌化、标准化提供了展示与推广的舞台，这实际上是在价值链中强化了“市场营销”与“品牌服务”等环节的价值创造功能。同时，通过精心设计的包装、品牌故事的讲述、消费者口碑的积累，原本同质化的农产品被赋予差异化价值，实现了从“卖产品”到“卖品牌”的跃升。从实践来看，品牌化运作带来的附加值提升通常可达 20%至 30%，这一溢价空间为农民增收提供了新的可能。例如，杭州市临安区依托电商平台，将特色农产品山核桃进行品牌化打造和标准化包装，2020 年电商销售额突破亿元大关，同比增长超过 30% [7]。此外，电商平台还催生了农产品深加工、休闲农业、乡村旅游等新业态，进一步延伸了农业价值链。这种附加值提升机制的核心在于，电商平台将农产品从单纯的物质产品转化为承载地域文化、品质承诺和消费体验的复合商品。

2.3. 促进产业融合，催生农村新业态

电子商务作为平台经济的重要形态，具有天然的跨界融合属性。在电商平台的整合下，农业与二三产业的边界日益模糊，农村经济呈现出多元化、复合化的发展态势。一方面，“电商＋文旅”模式方兴未艾，许多农村地区依托电商平台推广乡村旅游资源，实现农产品销售与旅游体验的协同发展；另一方面，“电商＋直播”等新营销方式，将传统农业与新媒体传播深度融合，使农产品生产过程、乡村生活场景成为消费内容的一部分，拓展了农业的功能边界。农村电商的发展还能够促进仓储、物流、包装等配套服务业的区域集聚[3]，形成完整的产业链生态。从产业融合视角看，数字经济通过打通全链条信息壁垒、推动农产品标准化、挖掘文化与体验价值，能够实现“三农”产业的价值重构与效率提升[4]。这种产业融合的内在逻辑在于，电商平台作为连接节点，将原本分散的产业要素重新组合，创造出超越单

一产业边界的新价值空间。

2.4. 增强主体能力，激发内生发展动力

电子商务的赋能效应，最终要落实到农民主体能力的提升上。在参与电商活动的过程中，农民逐步掌握了市场信息获取、产品营销推广、客户关系管理等现代经营技能，实现了从传统生产者向现代经营者的转变。例如，在山东烟台苹果产区，农民通过电商平台直接与消费者建立联系，了解市场需求变化，根据消费者反馈改进种植技术和管理方式，通过电商平台销售的苹果价格比传统销售渠道高出约 20% [7]，这种直接沟通显著增强了农民的市场敏感度和议价能力。此外，电商平台为返乡青年、大学生村官等新生力量提供了创业舞台。以江苏省睢宁县沙集镇为例，返乡青年利用电商平台创业，带动了本地家具产业从无到有的兴起，形成了由板材生产厂、家具组装加工厂、网商、物流快递公司构成的完整电子商务生态系统，吸引了大量农民工返乡就业[3]。这些年轻人带回的新理念、新技术、新模式，不仅直接创造了经济价值，更重要的是通过示范效应激发了留守村民的学习动机和参与热情，形成了人才回流与内生能力提升的良性循环。

3. 电子商务赋能农村经济发展的现实制约

3.1. 基础设施“最后一公里”梗阻与数字鸿沟

尽管近年来农村信息基础设施建设取得显著进展，但短板依然突出。网络覆盖的区域不平衡问题尚未根本解决，偏远山区网络信号差、速度慢，难以支撑直播带货、视频营销等高带宽应用需求。更深层的问题在于数字鸿沟的持续存在——不仅体现为接入层面的“物理鸿沟”(网络可及性差异)，更体现为使用层面的“技能鸿沟”与“内容鸿沟”。农村居民尤其是留守老年群体在数字设备操作、信息甄别、在线交易等方面的能力明显落后，导致电商赋能效果大打折扣。物流配送体系的末端不畅同样严峻，物流企业网点多设在县城，乡镇以下配送网络稀疏，导致“最后一公里”成本居高不下，快递能进村的只占到 40%，还有 60% 的快递只能到乡镇[2]。对于生鲜农产品而言，冷链物流设施不足更是致命短板，许多农村地区缺乏田头预冷设施，农产品在运输途中损耗严重。从深层次看，基础设施问题的症结在于投入产出不匹配——农村地区人口分散、业务量小，市场化力量难以自发填补这一空白。这需要政府与市场协同发力，探索可持续的农村物流发展模式。此外，仓储设施建设滞后、农产品集散分拣环节缺乏配套支撑，也制约了规模化、标准化发展。

3.2. 人才结构性短缺与能力瓶颈

农村电商发展面临严峻的人才制约。从数量上看，电商专业人才极度匮乏，农村电商领域急需宣传、团队运营、品牌打造及流量维护等核心业务的复合型人才，但由于农村地区发展相对滞后，相关人才流失现象较为严重[1]。从结构上看，留守农民的电商素养普遍偏低。农村地区青壮年劳动力大量外流，留守人口以中老年为主，对电商运营、网络营销、客服管理等知识技能掌握不足。此外，更严重的问题在于，当前电商培训存在“供需错配”——培训内容往往流于形式，与实际需求脱节，难以真正提升农民的实战能力。究其原因，农村电商人才培养不能简单套用城市培训模式，而需要针对农村实际设计“接地气”的培养方案。人才短缺不仅制约了电商平台的运营效率，更影响了农村电商的创新能力和市场竞争力，成为制约电商赋能效应释放的关键瓶颈。

3.3. 农产品标准化滞后与品牌建设乏力

农产品标准化是电商化的重要前提，但当前我国农产品标准化建设仍显滞后。多数农产品以初级产品形态销售，生产分散、规模小、规格不统一，内在品质、安全卫生、包装规格等方面缺乏统一标准。这

不仅是技术问题，更是组织问题——小农分散经营格局下，标准化的推行面临较高协调成本。从品牌建设看，虽然各地涌现出一批区域性农产品品牌，但整体影响力有限，市场认知度不高，许多农产品仍停留在“卖原料”阶段，缺乏品牌溢价能力。究其原因在于，品牌建设需要长期投入和持续维护，而小农户缺乏相应资源和能力，合作社和龙头企业的带动作用又尚未充分发挥。标准化与品牌化滞后的双重困境，使得农产品难以在电商平台上实现优质优价，制约了电商赋能效应的充分发挥。

3.4. 政策协同不足与资源配置失衡

农村电商发展涉及商务、农业、工信、交通、邮政等多个部门，政策协同难度较大。当前，部分地区存在“九龙治水”现象，各部门政策资源分散，难以形成合力。一些地方政府对农村电商的认识仍停留在“卖农产品”的浅层理解，缺乏系统性的战略谋划，导致政策落地也存在“最后一公里”的问题。资源配置方面，区域不平衡问题突出——东部发达地区农村电商发展水平较高，而中西部欠发达地区由于经济基础薄弱、人才匮乏，电商发展相对滞后。这种不平衡如果持续扩大，可能加剧城乡差距与区域差距，与乡村振兴促进共同富裕的目标相悖。此外，从批判性视角看，现有政策在一定程度上存在“重硬件轻软件、重建设轻运营、重补贴轻能力”的倾向。例如，大量财政资金投入电商服务站建设和设备购置，但后续运营维护和人才培养跟进不足，导致部分站点沦为“僵尸站点”。同时，政策考核往往偏重于网点覆盖率、培训人次等过程指标，而对农户实际增收、产业升级等结果指标关注不够，可能诱发“数字形式主义”。这种政策效果的偏差，亟需通过优化考核机制和调整资源投向加以纠偏。

3.5. 平台治理、算法伦理与直播电商异化等新兴挑战

随着农村电商向纵深发展，一批新型制约因素正在浮现。首先，平台治理权力失衡问题日益突出，大型电商平台掌握流量分配、规则制定、数据存储等核心权力，农户和中小商家在平台生态中处于弱势地位，面临高额佣金、强制促销、账期压占等隐性成本，现已有研究指出，平台型电商的治理机制存在明显的权力不对称，亟需制度调试^[8]。其次，算法推荐机制可能产生伦理风险，平台算法倾向于推荐低价爆款商品，倒逼农户陷入“低价内卷”，抑制了优质优价的良性循环；同时，算法对用户偏好的过度捕捉可能导致信息茧房，使特色农产品难以触达潜在消费者。再次，直播电商的异化现象值得警惕，部分农村直播带货过度追求“眼球效应”，出现剧本炒作、虚假宣传、低价恶性竞争等问题，短期内虽能提升销量，但长期损害了农产品声誉和消费者信任。此外，数据产权的归属与使用缺乏明确规范，农户在电商经营中产生的用户数据、交易数据往往被平台独占，农户难以从中获益。这些新兴挑战对传统政策框架构成了实质性压力，亟需纳入监管与治理视野。

4. 电子商务赋能农村经济转型与发展的路径构建

4.1. 夯实基础设施，构建高效流通支撑体系

破解基础设施瓶颈，要坚持“软硬兼施、长短结合”的原则。硬件建设方面，要持续推进农村宽带网络升级扩容，加快5G网络向行政村延伸，同时针对物流短板，完善县乡村三级配送网络，鼓励邮政、供销、快递等企业整合资源发展共同配送。冷链物流建设尤为关键，应支持田头小型仓储保鲜设施建设，推广移动式模块化冷箱技术，补齐“最初一公里”短板。软件建设方面，要加快农产品质量安全追溯体系建设，推动物联网、区块链等新技术应用，为电商交易提供可信数据支撑。此外，还需探索建立农村物流可持续发展机制，通过业务整合、政策补贴、市场培育等多措并举，降低农村物流成本，形成良性的市场循环。

4.2. 强化人才培育，提升农民电商参与能力

人才是农村电商发展的第一资源，需要构建“引、育、用、留”一体化的人才发展体系。引进方面，出台优惠政策吸引大学生、返乡青年、退役军人等投身农村电商创业，鼓励电商平台企业下沉农村培养实战型人才。培育方面，依托职业院校、电商服务中心等平台开展分层分类培训，培训内容应注重实操性，涵盖网店开设、产品拍摄、文案撰写、直播带货、客服管理等全流程技能。值得强调的是，人才培养不能搞“大水漫灌”，而要针对不同群体设计差异化课程——针对小农户开展手机农技应用、电商销售等实操培训，为新型农业经营主体提供大数据分析、智慧农业管理等进阶指导[4]。留用方面，建立人才激励机制，将农村电商人才纳入地方人才政策支持范围，在职称评定、创业扶持、住房保障等方面给予倾斜，让人才“引得来、留得住、干得好”。

4.3. 推进标准化与品牌化，提升农产品市场竞争力

标准化与品牌化是农产品电商化的“一体两翼”。标准化方面，应加快制定和完善农产品生产、加工、包装、仓储、运输等全链条标准体系，建立健全质量认证制度，关键在于推动小农户按标生产，这需要发挥合作社和龙头企业的组织带动作用。品牌建设方面，要整合区域特色农产品资源，打造具有文化内涵、地域特色、市场影响力的区域公用品牌。品牌建设不能止于“起名字”，而要注重品质管控、文化挖掘、营销推广的协同推进，通过电商直播、短视频营销等新媒体手段讲好品牌故事。同时，需要引导龙头企业与农户建立紧密的利益联结机制，通过订单农业、股份合作等形式，使小农户分享品牌溢价收益，形成品牌建设的可持续动力。

4.4. 深化产业融合，拓展电商赋能新空间

电子商务赋能效应的最大化，有赖于与农村其他产业的深度融合。要推动“电商 + 农业”向纵深发展，支持农产品精深加工企业触网营销，延伸农业价值链；要大力发展“电商 + 文旅”新业态，整合乡村自然风光、民俗文化、农耕体验等资源，实现“以旅促农、以农强旅”的良性循环。有学者将这一过程概括为“产业链 - 供应链 - 价值链”的融合发展[9]，通过延长产业链、优化供应链、提升价值链，多维度推动农民就业增收。在产业融合过程中，应注重发挥电商平台的数据优势，利用大数据分析精准把握市场需求，引导产业结构调整优化。更深层的路径在于，支持电商平台企业向农村延伸服务链条，为农民提供从生产指导、品牌策划到营销推广的全链条服务，降低农民参与电商的门槛和风险。这种“平台赋能 + 农户参与”的模式，既发挥了平台的规模优势，又保留了农户的主体地位，是产业融合的有效实现形式。

4.5. 优化制度环境，构建多元协同治理格局

良好的制度环境是农村电商持续健康发展的重要保障，要将农村电商发展纳入乡村振兴总体布局，加强商务、农业、工信、交通、邮政等部门的政策协同，形成工作合力。针对平台治理失衡问题，应探索建立平台与农户之间的公平利益分配机制，规范平台收费行为，保障农户的数据权益；针对算法伦理风险，可推动算法规则透明化，防止算法诱导的恶性低价竞争；针对直播电商异化现象，需加强内容审核与信用监管，建立农产品直播的溯源与问责机制。同时，完善财政、金融、税收等支持政策，对农村电商创业主体给予贷款贴息、税收减免、用地用电优惠等支持。此外，创新监管方式，针对农村电商发展中出现的新业态、新模式，采取包容审慎的监管态度，在规范中促进发展，在发展中完善规范。乡村数字经济治理是宏观层面的试探性治理和地方政府层面的利益相关者治理的协同，试探性治理保证发展方向性，利益相关者治理则通过评估与调整将数字经济发展推向更高的包容性水平[5]。同时，发挥行业

协会、社会组织等多元主体的作用，构建政府引导、市场主导、社会参与的多元协同治理格局，为农村电商发展营造良好环境。

5. 结语

电子商务作为数字经济与农业农村经济深度融合的典型形态，正在深刻改变农村经济的运行逻辑与发展轨迹。本文研究表明，电子商务通过降低交易成本、重构流通体系、拓展市场边界、促进产业融合、增强主体能力等多重机制，有效推动了农村经济从传统向现代、从封闭向开放、从分散向协同的系统性转型。然而，基础设施梗阻、人才短缺、标准化滞后、政策协同不足等现实制约，仍在一定程度上限制了电商赋能效应的充分释放。破解这些制约，不能寄望于单兵突进的局部改革，而需要构建“软硬兼施、内外联动、上下协同”的系统推进格局。展望未来，随着 5G、人工智能、区块链等新技术的深度应用，农村电商将迎来更加广阔的发展空间。在乡村振兴战略的引领下，以电子商务高质量发展为支点，撬动农村经济全面转型升级，既是时代赋予的重大机遇，也是需要持续深耕的时代课题。

参考文献

- [1] 栾新. 推动我国农村电商高质量发展[J]. 民主, 2025(3): 21-22.
- [2] 徐丽艳, 郑艳霞. 农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021(2): 109-120.
- [3] 展进涛, 周静鑫, 俞建飞. 汇聚涓涓细流: 农村电商的收入效应与溢出效应研究——基于全国 1809 个县的证据[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2024, 24(2): 136-147.
- [4] 万海玲, 闫昕. 数字经济与“三农”产业的融合创新研究[N]. 河北经济日报, 2025-11-06(12).
- [5] 易法敏, 古飞婷, 罗必良. 乡村数字经济包容性发展的政策组合及其治理——基于“电子商务进农村综合示范”的案例研究[J]. 管理世界, 2025, 41(5): 101-116, 197, 246.
- [6] 林俊. 乡村振兴背景下电子商务促进农村经济发展的作用、问题及路径[J]. 无锡城市职业技术学院学报, 2025, 25(1): 7-11, 70.
- [7] 潘贺桥. 新时期下电子商务推动农村经济发展的实践策略[J]. 农业开发与装备, 2025(5): 80-82.
- [8] 张钦昱. 电子商务平台治理的理念转型与制度调适[J]. 法学评论, 2025, 43(6): 145-156.
- [9] 曾妍, 谭江涛, 王守文, 等. 农村电子商务发展如何赋能水库移民就业增收——基于“三链”融合理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2023(10): 86-111.