

乡村振兴战略下农村电商生态构建与经济赋能路径研究

焦月微

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2026年5月27日; 录用日期: 2026年6月10日; 发布日期: 2026年7月21日

摘要

乡村振兴战略全面推进背景下,农村电商已从单一流通渠道升级为复合型生态系统,成为激活乡村经济、推动农业现代化的关键力量。本文以产业生态理论与交易成本理论为支撑,结合我国农村电商发展实践,系统梳理其市场规模扩大、基础设施完善、业态模式创新、政策支持强化的发展现状,指出区域发展不平衡、基础设施薄弱、人才供需错配、产业价值链短、主体协同不足等现实困境。研究表明,农村电商高质量发展需聚焦生态系统构建与经济赋能,从基础设施迭代、人才体系创新、产业融合深化、协同机制完善四大维度破解瓶颈,推动农村电商由规模扩张转向内涵发展,实现产业升级、农民增收与区域协同发展。本研究可为农村电商生态优化与乡村全面振兴提供理论参考与实践路径。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 经济赋能

Research on Rural E-Commerce Ecology Construction and Economic Empowerment Path under the Rural Revitalization Strategy

Yuewei Jiao

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

Received: May 27, 2026; accepted: June 10, 2026; published: July 21, 2026

Abstract

Against the backdrop of the comprehensive implementation of the rural revitalization strategy,

rural e-commerce has evolved from a single distribution channel into a complex ecosystem, emerging as a pivotal force in revitalizing rural economies and advancing agricultural modernization. Grounded in industrial ecology theory and transaction cost theory, this study systematically examines the current development status of China's rural e-commerce sector—characterized by expanding market scale, improved infrastructure, innovative business models, and strengthened policy support—while addressing practical challenges including regional development differences, inadequate infrastructure, talent supply-demand mismatches, fragmented industrial value chains, and insufficient stakeholder collaboration. Research findings indicate that high-quality rural e-commerce development requires focused efforts on ecosystem construction and economic empowerment. To overcome bottlenecks, solutions should be implemented across four dimensions: infrastructure upgrades, talent system innovation, deepened industrial integration, and enhanced collaborative mechanisms. This approach will facilitate the transition from scale expansion to quality-driven development, achieving industrial upgrading, increased farmer incomes, and coordinated regional development. The study provides theoretical references and practical pathways for optimizing rural e-commerce ecosystems and advancing comprehensive rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Economic Empowerment

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

乡村振兴是新时代推动农业农村现代化、实现城乡协调发展的重大战略，产业振兴是其核心抓手。数字经济快速渗透下，农村电商凭借打破地域壁垒、降低交易成本、畅通城乡要素流动的优势，成为乡村产业振兴的重要数字载体。当前，我国农村电商交易规模持续增长，物流与数字基础设施不断完善，直播电商、社区团购等新业态蓬勃发展，有效推动农产品上行与农民增收，为乡村经济注入新动能。

但从实践来看，农村电商发展仍面临多重制约：中西部与东部地区差距显著，偏远乡村物流、冷链、网络等基础设施存在短板；懂农业、精运营、善营销的复合型人才供给不足，培训体系与市场需求脱节；产品同质化严重、产业链条偏短，品牌化与附加值提升缓慢；农户、合作社、企业、政府等主体协同松散，利益联结机制不健全，交易成本居高不下。这些问题制约农村电商向系统化、生态化、高质量方向转型。

基于此，本文以产业生态理论与交易成本理论为分析框架，探究乡村振兴背景下农村电商的发展特征、现实困境与生态构建路径，旨在通过完善基础设施、培育专业人才、深化产业融合、健全协同机制，打造高效协同的农村电商生态体系，充分释放其经济赋能价值，为实现乡村全面振兴提供理论支撑与实践指导。

2. 相关概念和理论基础

2.1. 相关概念

2.1.1. 乡村振兴

乡村振兴是旨在推动农业农村现代化、促进城乡协调发展、实现乡村可持续发展的系统性发展战略。

其核心目标是提升乡村发展能力、改善乡村发展环境、提高农村居民生活质量,推动农业、农村、农民协同发展。乡村振兴强调产业发展、生态保护、乡风建设、治理优化与生活改善的整体推进,通过完善城乡要素流动机制、补齐农村基础设施与公共服务短板、增强乡村内生发展动力,实现乡村经济、社会、生态全面协调发展,推动乡村从传统发展模式向现代化、可持续化发展模式转型,为区域均衡发展 with 长期稳定发展提供支撑。

2.1.2. 农村电子商务

农村电商(农村电子商务)是依托互联网、数字技术与现代物流,在农村地区开展农产品上行、工业品下行、农资交易、农村服务等线上线下融合的新型商业模式。核心是打通城乡流通、降低交易成本、拓宽市场渠道,是乡村产业振兴的重要数字载体。

2.2. 理论基础

2.2.1. 产业生态理论

产业生态理论(产业生态学)由 Harry Zvi Evan 于 1973 年系统定义[1], Robert Frosch 与 Nicholas Gallopoulos 于 1989 年正式提出产业生态系统并奠定理论基础[2];其核心是将产业系统类比自然生态,通过物质循环与协同共生实现产业可持续发展,是研究产业与生态、经济、社会系统协调的跨学科理论。

2.2.2. 交易成本理论

罗纳德·科斯(Ronald H. Coase) 1937 年在论文《企业的性质》(The Nature of the Firm)中提出交易成本概念[3],奠定该理论基础。后续由奥利弗·威廉姆森(Oliver E. Williamson)系统完善、发扬光大[4],使其成为新制度经济学核心理论。交易成本理论认为,市场运行并非无成本,在市场交易活动中产生的搜寻、谈判、签约、监督、履约、纠纷处理等各类成本,统称为交易成本。在农村电商研究中常用来解释:平台如何降低信息不对称、减少搜寻与信任成本、优化产销对接效率等。

3. 乡村振兴下农村电商发展现状与困境

3.1. 农村电商发展现状

3.1.1. 市场规模稳步增长,农产品上行成效显著

农村电商交易规模持续扩大,已成为拉动乡村经济发展的重要动力。从产业生态理论视角看,农村电商的发展本质是生态系统的扩容与升级。农产品电商通过重构流通主体、连接方式与价值分配机制,形成了多元主体协同共生、价值高效流转的生态系统农户作为生产者[5]。通过电商平台直接对接全国消费者,打破传统流通的地域壁垒,重构了“农户-中间商-市场”的传统生态逻辑,形成“农户-平台-消费者”的新型生态链路,让生态系统的价值流转更高效。从交易成本理论来看,电商通过“源头直供”模式,大幅削减了传统流通中多层中间商带来的信息搜寻、谈判议价、仓储运输等交易成本,解决了小农户与大市场的对接难题,推动农产品上行规模持续提升。农产品线上品类结构不断优化,高附加值产品占比提升,进一步强化了生态系统的价值创造能力,形成以销定产的良性循环。

3.1.2. 基础设施持续完善,物流服务网络日趋健全

数字与物流“双基建”的完善,是农村电商生态系统健康运行的核心支撑。从产业生态理论来看,基础设施是生态系统的“环境基底”:网络覆盖的扩大、物流网络的健全,为生态系统中各主体的连接、资源的流动提供了物理保障,是生态系统从“零散化”向“系统化”升级的基础。从交易成本理论来看,物流体系的完善直接降低了农产品流通中的履约成本与时间成本,数字基础设施的升级则为平台信息匹配、直播带货等模式提供技术支撑,进一步削减信息不对称带来的交易成本,提升生态系统运行效率。

3.1.3. 业态模式不断创新，产业融合深度拓展

农村电商从单一销售渠道向多元融合模式转型，不同业态本质上是对农村电商生态系统的差异化重构，体现了产业生态理论的核心逻辑。直播带货模式，重构了生态系统的信息传递与信任建立逻辑。主播作为生态系统的“新枢纽”，直接连接农户与消费者，通过可视化展示、实时互动，大幅降低了消费者的信息搜寻成本与信任成本，同时打破了传统平台的流量垄断，让农户直接参与价值分配，优化了生态系统的利益分配结构，激活了生态系统的内生动力。通过打造沉浸式场景、营造信任经济，为农产品价值增值提供了有效路径[6]。社区团购模式，重构了生态系统的流通链路与资源配置逻辑。以社区团长为节点，整合分散的农户供给与消费者需求，通过集中采购、统一配送，大幅降低了物流运输、仓储等履约成本，同时形成“需求端反向指导生产端”的闭环，让生态系统的供需匹配更精准，提升了生态系统的协同效率。电商与农业、文旅、文创等产业的深度融合，进一步拓展了生态系统的边界，让生态系统从单一的商品流通，延伸至生产、服务、消费全链条，实现了生态系统的多元化、可持续发展。

3.1.4. 主体活力充分激发，政策支持体系持续加码

农村电商多元经营主体的壮大，是生态系统繁荣的核心体现。返乡青年、合作社等主体的参与，丰富了生态系统的生产者、服务者角色，完善了生态系统的主体结构；政策支持体系的完善，则为生态系统提供了良好的制度环境，保障生态系统的稳定运行。从交易成本理论来看，政策通过技能培训、财政补贴等措施，降低了农户、创业者的市场进入成本与运营成本，进一步激发了主体活力，推动生态系统持续优化。

3.1.5. 发展不平衡问题突出，区域差异依然存在

尽管农村电商整体发展势头强劲，但东中西部、城乡近郊与偏远乡村之间仍存在显著发展差距[7]。东部地区依托产业基础、物流优势和人才储备，电商渗透率高、业态创新活跃，形成一批具有全国影响力的电商产业集群；中西部地区则受基础设施薄弱、人才短缺等因素制约，电商发展仍以初级产品销售为主，产业链延伸不足。偏远乡村的数字鸿沟尚未完全消除，部分地区仍存在宽带速率低、物流成本高、冷链设施匮乏等问题；农村居民数字素养参差不齐，老年人、偏远地区农户对电商平台的操作能力不足，影响电商普及效果。此外，部分地区电商品牌建设滞后，产品同质化严重，缺乏核心竞争力，仍面临“低价竞争”的发展困境，这些结构性问题仍需通过持续的政策倾斜和资源投入逐步破解。

3.2. 农村电商发展困境

3.2.1. 基础设施与物流的“双重梗阻”

从产业生态理论视角看，基础设施与物流的短板，本质是生态系统的“环境基底薄弱，导致生态系统中各主体的连接不畅、资源流转受阻，难以形成协同共生的良性生态”。偏远乡镇基础设施投入不足、干支线衔接不畅、末端网点布局不均衡，导致配送时效与稳定性欠佳，信息化与智能化水平参差不齐使订单、仓储与运输协同效率偏低[8]。从交易成本理论来看，网络设施不足推高了信息传递成本，物流体系不完善则大幅提升了农产品流通的履约成本与损耗成本，交易成本的高企直接制约了农村电商生态系统的运行效率，是农村电商发展的核心瓶颈。

3.2.2. 人才供给的总量短缺与结构错配

从产业生态理论来看，人才是生态系统的核心要素，复合型人才短缺，导致生态系统中各主体的运营能力、协同能力不足，难以支撑生态系统的升级与创新。农村电商需要“懂农业、懂电商、懂市场”的全能型人才，但农村地区因发展环境、薪资待遇、职业晋升空间有限，难以吸引大学生、专业电商从业者、运营团队等优质人才回流。现有从业者多为本地农户或返乡青年，缺乏系统的电商运营、品牌策

划、数据分析、跨境贸易等技能[9]，难以适应电商高质量发展需求。人才培养“学用脱节”，现有电商培训多以短期集中授课为主，内容侧重平台操作、产品上架等基础技能，缺乏对市场趋势研判、消费心理分析、合规经营、危机处理等深层内容的讲解；培训与实践结合不紧密，缺乏实操场景和导师指导，“学完不会用”现象突出，难以培育出符合实际需求的实操型人才。人才流失风险高，部分返乡电商创业者在积累一定经验后，因农村产业链不完善、资源有限、发展天花板低，选择向城市或电商产业集群转移，导致农村电商人才队伍稳定性不足，形成“培养－流失－再培养”的恶性循环。

3.2.3. 产业的同质化与价值链“双重短板”

从产业生态理论来看，多数电商聚焦初级农产品销售，本质是生态系统的价值创造环节薄弱，产业链条短，生态系统的物质循环与价值增值能力不足，导致生态系统抗风险能力弱、同质化竞争严重。产品同质化严重，附加值低[9]，多数农村电商仍以售卖初级农产品为主，缺乏标准化加工、品牌化包装与差异化定位，产品附加值低，陷入“低价竞争”的恶性循环；“三品一标”（绿色、有机、地理标志）认证覆盖率低，产品质量参差不齐，消费者信任度难以建立，难以形成核心竞争力。产业融合深度不足，农村电商与农业生产、乡村旅游、文化创意等产业融合流于表面，未形成全链条赋能。与农业融合方面，电商对生产端的指导作用有限，“以销定产”模式尚未普及，农户仍多依据经验种植，导致产品供给与市场需求脱节；与文旅融合方面，多为简单的“农产品＋旅游产品”叠加，未能挖掘乡村文化内涵与体验价值，难以形成差异化优势。产业链条不完善，农村电商多集中于销售环节，对上游生产标准制定、中游加工增值、下游售后服务的参与度低，缺乏从田间到餐桌的全链条管控能力，抗市场风险能力较弱，易受价格波动、品质争议等因素影响。从交易成本理论来看，初级农产品的同质化，导致市场竞争加剧，谈判议价成本上升，进一步压缩了利润空间，形成低价竞争的恶性循环。

3.2.4. 主体协同的利益联结与合作“双重松散”

从产业生态理论来看，农户、企业、政府等主体协同松散，本质是生态系统的主体关系失衡，缺乏稳定的利益联结机制，难以形成协同共生的生态格局，导致资源配置效率低下。农户与电商企业信任缺失，农户与电商企业多为短期收购合作，缺乏稳定的利益共享与风险共担机制。当市场价格波动时，电商企业易压低收购价转移风险，农户则可能降低产品质量应对成本压力，形成“零和博弈”，难以形成长期稳定的供应链关系。合作社桥梁作用不足，部分农民专业合作社组织能力薄弱，缺乏对农户生产的标准化指导、产品的集中加工与品质管控能力，未能有效解决农户“小生产”与电商“大市场”的对接难题，甚至出现“合作社形同虚设”的情况。政企协同机制不健全，政府部门在制定政策时，对农村电商实际需求调研不足，部分政策存在“一刀切”现象；财政补贴、物流支持等政策落地过程中缺乏有效监督与反馈，难以精准触达需求主体；政府与市场主体在资源整合、市场开拓等方面协同不足，未能形成发展合力。

4. 乡村振兴战略下农村电商生态构建与经济赋能路径

4.1. 推动基础设施和物流迭代

基于产业生态理论，需完善生态系统的环境基底，夯实数字与物流双基建，为各主体协同共生提供保障；基于交易成本理论，通过基础设施升级降低流通与信息成本，提升生态系统运行效率，筑牢农村电商发展的硬件基础。

首先要优化数字基础设施供给，加大对中西部偏远乡村的数字基建投入，推进宽带速率升级与5G基站覆盖，降低农村宽带资费，同时开展农村居民数字素养培训，针对中老年农户、偏远地区农户提供实操指导，破解“有网络不会用”的困境；推广物联网、大数据技术在农业生产中的应用，建设农产品质量

溯源平台,实现生产数字化、管理智能化。其次要完善物流网络与冷链体系。整合邮政、快递、公交等资源,推广“客货邮融合”模式,优化“县-乡-村”三级物流网络,降低“最后一公里”配送成本;加大冷链物流设施投入,支持建设县级冷链仓储中心与村级移动冷链站点,推广保鲜技术,将生鲜农产品流通损耗率控制在10%以内;推动物流企业与电商平台、合作社协同合作,实现“集中仓储、共同配送”,提升物流效率。

4.2. 推动人才体系创新

基于产业生态理论,需强化生态系统的核心要素,培育复合型人才,完善生态系统的主体能力。首先要构建多元化培养体系,整合政府、高校、企业、合作社资源,建立“基础技能+高端技能+实践实训”的分层培训模式。基础层开展电商平台操作、订单处理等培训,进阶层聚焦品牌策划、数据分析、跨境电商等技能,实践层与电商企业合作设立实训基地,推行“师徒结对”模式,解决“学用脱节”问题。其次要人才引进政策:制定针对性优惠政策,为返乡创业青年、大学生、专业电商从业者提供创业补贴、住房支持、子女教育等保障,吸引优质人才回流;搭建农村电商创业孵化平台,提供办公场地、设备支持、资源对接等一站式服务,提高创业成功率。最后要优化人才留存环境:建立农村电商人才评价激励体系,将经营业绩、带动农户增收成效纳入评价指标,对优秀人才给予表彰奖励;完善农村公共服务设施,改善医疗、教育等生活条件,拓宽人才职业发展空间,增强人才归属感。基于交易成本理论,通过人才赋能降低各环节交易成本,提升市场效率,为生态系统升级提供智力支撑。

4.3. 推动产业融合深化

基于产业生态理论,需拓展生态系统边界,延伸产业链条,强化价值创造环节,提升生态系统的可持续性。首先要推动电商与农业深度融合,建立“电商企业+合作社+农户”的利益联结机制,由电商平台提供市场数据,引导农户按标准规模化生产,实现“以销定产”;支持农产品深加工产业发展,开发预制菜、休闲食品等高附加值产品,延伸产业链;培育区域公共品牌与产品品牌,加强“三品一标”认证,通过直播带货、内容营销等模式提升品牌知名度。基于交易成本理论,通过产业融合优化产销对接,降低交易成本,提升产品附加值,破解同质化竞争困境。要拓展多元产业融合形态,深化“电商+文旅”融合,开发“农业观光+农事体验+产品购买”的旅游套餐,通过电商平台引流推广;推进“电商+物流”融合,鼓励物流企业开展农产品分拣、包装、溯源等增值服务,转型为供应链综合服务商;探索“电商+文创”融合,挖掘乡村文化内涵,开发民俗纪念品、文创农产品等特色产品。

4.4. 构建协同机制以凝聚多元主体合力

基于产业生态理论,需构建主体间稳定的利益联结机制,形成协同共生的生态格局。首先要健全利益共享与风险共担机制。推动农户与电商企业签订长期合作协议,明确收购价格保护机制与利润分配比例,将农户纳入电商价值链;鼓励电商企业为农户提供生产资料、技术指导等支持[10],开展标准化生产指导、集中加工、品质管控等服务,解决农户“小生产”与电商“大市场”的对接难题;支持合作社自建电商平台或入驻主流平台,打造合作社专属品牌。最后要完善政企协同机制,政府部门深入调研农村电商实际需求,制定差异化政策,避免“一刀切”,建立多部门协调机制,加强政策衔接与资源整合,形成政策合力,搭建政企对接平台,推动政府、企业、科研院校合作,为农村电商提供技术支持、市场开拓等服务。

5. 结论

乡村振兴战略下,农村电商生态构建是推动乡村经济高质量发展的关键举措,其核心在于实现基础

设施、人才、产业、四大协同要素的有机统一。当前农村电商面临的多重困境，本质是生态各要素协同不足、适配性不强的集中体现。通过基础设施迭代筑牢发展根基、人才体系创新强化智力支撑、产业融合深化延伸价值链、协同机制构建凝聚发展合力，能够有效破解农村电商发展瓶颈，充分释放其对乡村产业升级、农民增收、区域协同的多元赋能价值。

未来，农村电商生态构建应更加注重区域差异与资源禀赋，探索差异化发展模式；更加注重数字技术与实体经济的深度融合，推动生态从“规模扩张”向“内涵发展”转型；更加注重多元主体的协同联动，形成“政府引导、市场主导、社会参与”的良好格局，让农村电商真正成为乡村全面振兴的强大引擎。

参考文献

- [1] Evan, H.Z. (1973) Industrial Ecology: A Systematic Analysis of Industrial Operations. Report of the Economic Commission for Europe. United Nations Economic Commission for Europe.
- [2] Frosch, R.A. and Gallopoulos, N.E. (1989) Strategies for Manufacturing. *Scientific American*, **261**, 144-152. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0989-144>
- [3] Coase, R.H. (1937) The Nature of the Firm. *Economica*, **4**, 386-405. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- [4] Williamson, O.E. (1979) Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. *Journal of Law and Economics*, **22**, 233-261. <https://doi.org/10.1086/466942>
- [5] 王胜, 丁忠兵. 农产品电商生态系统——一个理论分析框架[J]. 中国农村观察, 2015(4): 39-48+70+96.
- [6] 马卫宁. 电商直播对农村经济发展与农户收入的影响机制研究[J]. 全国流通经济, 2026(5): 84-87.
- [7] 金鑫, 李琳璐. 我国农村电商发展水平测算、动态演变与区域差异分析[J]. 商业经济研究, 2025(18): 84-87.
- [8] 李婷. 农村电商物流体系构建与效率提升路径研究[J]. 商业经济研究, 2026(7): 91-94.
- [9] 周俐萍, 杭金章. 基于东西部协作的农村电商服务乡村经济振兴的路径探索与思考——以苏陕协作某县城为例[J]. 中国集体经济, 2026(10): 140-143.
- [10] 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.