

数字经济赋能农村电子商务发展的多维路径研究

黎宇翀

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年7月17日; 录用日期: 2026年7月30日; 发布日期: 2026年9月14日

摘要

数字经济已成为推动我国经济高质量发展的重要引擎, 并持续向农业农村领域延伸, 深刻影响农村电子商务的发展方式与运行逻辑。本文围绕数字经济赋能农村电子商务发展的内在机制、现实困境与多维路径展开分析。研究认为, 数字经济主要通过基础设施支撑、技术扩散与模式创新、主体能力提升三重机制促进农村电子商务发展, 但在赋能过程中, 仍面临数字基础设施与流通体系较为薄弱、技术应用深度不足与经营同质化并存、主体能力不足和要素保障不充分等现实约束。对此, 本文提出完善数字基础设施与县域流通网络体系、推进技术融合应用与差异化经营转型、健全主体培育与政策要素保障机制等多维路径。研究结论可为释放数字经济赋能效应、推动农村电子商务高质量发展提供理论参考与政策启示。

关键词

数字经济, 农村电子商务, 多维路径

Research on the Multi-Dimensional Paths of Digital Economy Empowering Rural E-Commerce Development

Yuchong Li

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

Received: July 17, 2026; accepted: July 30, 2026; published: September 14, 2026

Abstract

The digital economy has become an important engine driving the high-quality development of China's economy, and it has continuously extended to the agricultural and rural sectors, profoundly influencing the development mode and operation logic of rural e-commerce. This article conducts an analysis on the internal mechanism, current predicaments, and multi-dimensional paths of the digital

文章引用: 黎宇翀. 数字经济赋能农村电子商务发展的多维路径研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 449-454.

DOI: 10.12677/ecl.2026.1591019

economy enabling the development of rural e-commerce. The study holds that the digital economy mainly promotes the development of rural e-commerce through three mechanisms: infrastructure support, technology diffusion and model innovation, and improvement of entity capabilities. However, during the process of enabling, it still faces practical constraints such as relatively weak digital infrastructure and circulation system, insufficient depth of technology application and coexistence of homogeneity in operation, insufficient entity capabilities, and inadequate factor guarantees. In response to this, this article proposes multiple paths such as improving digital infrastructure and county-level circulation network systems, promoting technological integration application and differentiated business transformation, and establishing mechanisms for entity cultivation and policy factor guarantees. The research conclusions can provide theoretical references and policy inspirations for releasing the enabling effect of the digital economy and promoting the high-quality development of rural e-commerce.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Multi-Dimensional Approach

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

数字经济已成为推动我国经济高质量发展的重要引擎，也是促进传统产业转型升级和培育新增长动能的重要力量。农村电子商务作为数字经济在农村经济领域的重要体现，不仅是畅通农产品流通、促进农村产业发展的重要载体，也是推动农村经济转型升级的重要路径。已有研究指出，数字经济具有重塑农村经济发展模式、优化要素配置和推动模式创新等功能，对农村电商产业升级和高质量发展具有重要意义[1]。

与此同时，随着互联网平台、数字支付、智能物流、短视频传播和直播带货等新技术、新业态持续发展，农村电子商务正由传统意义上的线上交易活动，逐步演化为连接生产、流通、消费与服务等多个环节的综合性经济形态。国家近年来持续推进“电子商务进农村综合示范”等政策实践，为农村电子商务发展提供了制度支持和现实基础，农村网络零售规模不断扩大，农产品上行渠道不断拓宽，农村商业运行方式也在数字化进程中发生深刻变化。数字经济对农村电子商务发展的影响，也不再局限于销售渠道的拓展，而是逐步延伸到市场连接、信息传递、经营组织和价值实现等更深层次，推动农村电商运行逻辑不断调整和演进，使其在乡村产业振兴和城乡要素流动中的作用日益凸显。

在此背景下，数字经济究竟通过何种机制赋能农村电子商务发展，如何理解其作用逻辑，并在此基础上进一步探寻切实可行的发展路径，成为值得深入研究的重要问题。基于此，本文立足数字经济与农村电子商务深度融合的现实背景，围绕数字经济赋能农村电子商务发展的相关问题展开研究，重点从作用机制、多维路径等层面进行系统分析，以期为推动农村电子商务高质量发展、增强农村产业发展活力和推进数字乡村建设提供一定的理论参考与政策启示。

2. 数字经济赋能农村电子商务发展的机制分析

2.1. 基础设施支撑机制

数字经济赋能农村电子商务发展的逻辑，首先建立在基础设施条件改善之上。农村电子商务并不是

孤立发生的市场行为，而是依托网络通信、平台接入、仓储物流、冷链配送和数字支付等多重基础条件协同运行的结果。如果这些基础条件缺失，农村经营主体即便有进入线上市场的意愿，也难以真正实现稳定经营。长期以来，农村地区受制于地理分散、建设成本高和公共服务薄弱等因素，在网络覆盖、物流节点和仓储条件等方面普遍存在短板，导致农产品流通成本高、时效慢、损耗大，市场半径也相对有限。随着数字经济发展，通信网络、数字终端和平台服务不断向农村延伸，农户接入互联网和获取市场信息的能力明显增强。与此同时，县乡村多层级物流体系的完善，也使农产品能够更顺畅地进入外部市场。当前县域农村电子商务已在网络基础、物流设施和冷链服务方面形成初步支撑，为农村市场与外部市场衔接提供了重要保障[2]。可以说，基础设施改善并不只是提供了技术条件，更是把农村地区原本相对封闭的市场环境逐步嵌入到更广范围的数字化流通体系之中，为后续资源配置优化和模式创新奠定了基础。

2.2. 技术扩散与模式创新机制

数字技术的扩散正在持续重塑农村电子商务的组织方式和市场形态。早期农村电商更多依靠简单的图文展示和网店销售实现农产品上线，经营方式相对单一，营销效果也较为有限。随着短视频平台、直播工具、社交传播机制和智能推荐算法的普及，农村电子商务逐步从单一交易模式演进为多元化、场景化和互动化并存的综合经营体系。通过直播带货、内容营销和社群传播，农产品能够更直观地展示其生产过程、品质特征和地方特色，从而增强消费者信任并提高购买转化率。同时，平台技术对目标消费群体的识别能力不断增强，使经营主体能够根据用户画像、浏览偏好和成交数据优化选品结构与营销策略，提高经营精准度。近年来直播电商等新业态快速发展，正在深刻改变农村商业运行方式，并成为激活农村市场的重要力量[3]。此外，数字技术还推动了农产品标准化、信息透明化和品牌传播方式的升级，使农村电子商务逐步摆脱低端同质化竞争。由此可见，技术扩散带来的不只是工具改进，更是市场逻辑、营销模式和价值创造方式的持续创新。

2.3. 主体能力提升机制

在网络条件、平台资源和物流体系逐步改善的情况下，农村电子商务的发展成效越来越取决于经营主体自身能力。现实中，同样处于相近外部环境中的不同农户、合作社和电商经营者，其发展结果往往存在明显差异，根源就在于数字素养、市场意识和运营能力的不同。当前农村电商已不再是简单的线上售卖活动，而是越来越依赖平台规则理解、内容制作、客户维护、数据分析和品牌传播等复合型能力。若经营主体仅具备基本的网络接入能力，却缺乏对平台逻辑和市场需求的把握，就很难真正将数字资源转化为稳定收益。研究表明，数字能力能够显著增强电子商务对农村经济发展的促进作用，并通过降低交易成本和拓展就业渠道提升发展韧性[4]。这一发现说明，主体能力在数字经济赋能过程中并非附属条件，而是决定赋能效果能否落地的重要环节。随着农村电子商务由“能接入平台”转向“能持续经营、能形成竞争力”，主体能力的重要性只会进一步上升，其提升程度也将在很大程度上决定农村电商未来的发展深度与质量。

3. 数字经济赋能农村电子商务发展的现实困境

3.1. 数字基础设施与流通支撑体系仍较薄弱

数字经济拓展了农村电子商务的发展空间，但其赋能效应能否真正转化为稳定的市场绩效，首先取决于基础设施与流通体系是否具备承载能力。当前部分农村地区虽然已经实现网络接入，但仍存在网络覆盖不均、传输质量不稳和信息获取不畅等问题，导致经营主体难以及时捕捉市场需求变化、消费者反

馈和平台规则调整,线上经营的敏捷性与稳定性因此受到制约。与此同时,物流站点布局不足、末端配送能力偏弱、仓储分拣设施不完善以及冷链服务覆盖不足等问题依然突出,特别是生鲜农产品和时令性产品在运输半径扩大后,对保鲜、周转和履约时效提出了更高要求,一旦流通链条衔接不顺,就容易造成损耗率上升、交易成本增加和消费者体验下降。也就是说,农村电商当前面临的并不只是“有没有网络”的问题,而是“数字连接”与“实体流通”尚未形成高效耦合,数字平台所带来的市场触达能力还难以完全转化为稳定的产业竞争优势[5]。

3.2. 技术应用深度不足与经营同质化问题并存

从表层看,直播带货、短视频营销和平台开店等新业态已经在农村地区迅速扩散,但从深层看,数字技术在农村电子商务中的嵌入仍然不够充分,许多经营主体更多停留在“借助平台卖货”的初级阶段,尚未真正将数字技术运用于产品开发、用户识别、数据分析、品牌塑造和供应链协同等关键环节。正因如此,技术扩散并未自然导向经营升级,反而在资源禀赋相近、产品结构相似的背景下,加剧了经营模式趋同和市场竞争内卷。一旦大量经营者围绕相同产品、相近卖点和同类消费群体展开竞争,最直接的结果便是价格战替代质量竞争、模仿复制挤压创新空间,进而导致利润空间不断收缩、品牌识别度持续弱化和价值链层级长期停留在低端。农村电商产业集群研究中也反映出类似现象,即在规模扩张后,同质化会诱发低端博弈,而创新收益外溢又会进一步削弱主体持续投入的积极性[6]。因此,当前农村电商面临的一个突出问题,不是技术“有没有用上”,而是技术尚未真正转化为差异化经营和价值创造能力。

3.3. 主体能力不足与要素保障能力有待提升

随着农村电子商务由“接入平台”逐步转向“持续经营”,主体能力的重要性愈发凸显。现实中,不少农村经营主体虽然已经具备基本的网络使用能力和开店能力,但在平台运营、内容生产、客户维护、品牌传播和数据判断等方面仍然存在明显短板,导致其对数字资源的利用停留在浅层,难以形成长期稳定的经营能力。与此同时,主体能力提升还受到资本、人才和制度环境等要素约束。一方面,农村电商经营者普遍面临融资渠道狭窄、金融服务覆盖不足和经营资金积累薄弱等问题,设备更新、产品升级和品牌建设往往缺乏持续投入能力;另一方面,复合型电商人才供给不足、人才留乡难和培训转化率偏低,也使得许多主体在进入市场后难以完成从“能销售”到“会经营”的能力跃升。相关研究在分析电商下乡作用机制时也表明,数字经济发展与金融资本约束缓解是激活农村市场的重要中介路径,这意味着数字赋能的落地不仅依赖技术扩散,更依赖融资支持与数字素养提升等条件同步跟进[7]。由此可见,主体能力不足与要素保障偏弱相互交织,已经成为制约农村电商提质增效的核心瓶颈。

4. 数字经济赋能农村电子商务发展的多维路径

数字经济赋能农村电子商务发展,不能停留在一般性路径设计层面,还应结合不同地区的发展基础、不同阶段的发展任务以及不同农产品的市场特征进行分类施策。不同区域在基础设施、产业基础和市场距离方面存在差异,不同产品在流通要求、品牌塑造和价值实现方式上也并不相同。因此,推动农村电子商务高质量发展,需要在完善基础设施、推进技术融合和健全要素保障的过程中,增强对不同发展情境的适配性。

4.1. 完善数字基础设施与县域流通网络体系

推动农村电子商务高质量发展,必须首先夯实数字基础设施与县域流通网络体系,因为只有“信息流”与“物流”同步畅通,数字经济的赋能效应才具有现实落点。具体而言,一方面要继续提升农村宽带网络、移动通信和数字服务平台的覆盖广度与运行质量,缩小城乡之间在信息接入和服务获取上的差

距,使农村经营主体能够更稳定地接入平台、获取市场信息并参与数字交易;另一方面,要以县域为枢纽重构城乡双向流通体系,统筹推进仓储、分拣、冷链、配送、售后和末端站点建设,强化县乡村三级节点间的协同衔接。农村电商高质量发展研究已经明确提出,综合服务体系不完善以及供应链、物流链建设滞后,是制约其由规模扩张转向质量提升的重要障碍[8]。因此,未来的基础设施建设不能停留在单点式投入,而应转向系统化布局,并根据不同区域条件有所侧重。对于交通条件较弱、农产品外运成本较高的地区,应重点补齐末端配送、冷链保鲜和产地仓储短板;对于产业基础较好、外销规模较大的县域,则应进一步提升分拣加工、供应链协同和公共服务能力。通过打通农产品上行“最初一公里”和消费品下行“最后一公里”,降低交易成本与流通损耗,提升农村电商对市场需求的响应效率,进而为后续技术创新、品牌培育和主体成长提供稳定支撑。

4.2. 推进技术融合应用与差异化经营转型

在数字基础条件逐渐改善之后,农村电子商务能否摆脱低水平竞争,关键在于技术应用能否由工具使用转向深度融合,经营逻辑能否由同质化扩张转向差异化转型。数字技术的价值并不局限于提供线上交易渠道,更重要的是通过数据分析、内容传播、用户识别和流程优化,帮助经营主体提升选品精准度、强化品牌表达能力并优化供应链协同效率。换言之,技术应用不能只停留在“上平台、做直播、发链接”的表层操作,而应深入嵌入到产品分级、质量追溯、消费场景塑造、品牌叙事和客户关系维护之中。尤其是在农产品市场竞争日趋激烈的背景下,如果品牌价值不足、营销方式单一、产品辨识度偏低,即使短期内依靠流量获得销量,也难以形成持续的市场议价能力。围绕农村跨境电商的研究同样表明,品牌影响力不足、营销手段较为单一和技术融合程度不高,会显著削弱产品竞争力和市场拓展能力[9]。因此,农村电商未来应更加注重围绕地域特色、品质优势和文化内涵构建差异化供给体系,并结合不同产品特性选择适宜的发展策略。对于蔬菜、水果、粮油等劳动密集型或大宗农产品,应重点利用数字技术提升标准化生产、分级分拣、订单匹配和物流协同能力,以降低流通损耗和交易成本;对于地理标志农产品、区域特色农产品和高附加值农产品,则应更加重视品牌塑造、品质溯源和内容传播,通过短视频、直播和社群运营展示产地环境、产品品质与文化内涵,提升消费者信任和产品溢价能力。由此,农村电商才能根据不同产品的价值实现逻辑推进经营转型,实现由“卖产品”向“塑品牌、建认知、强黏性”的转变。

4.3. 健全主体培育、政策协同与要素保障机制

数字经济赋能农村电子商务并不是单一的技术升级过程,而是主体成长、制度支持与资源配置共同作用的系统工程,因此必须在主体培育、政策协同和要素保障三个层面形成联动机制。首先,应围绕农户、返乡青年、合作社负责人和本土创业者建立分层分类的能力培育体系,不仅提升其基本数字素养,更要增强其在平台运营、直播营销、品牌策划、供应链管理等方面的复合能力,使其真正具备持续经营和应对风险的能力。其次,要推动政策体系由碎片化支持转向协同化推进,在顶层设计、基层执行和试点反馈之间形成闭环,避免政策落地过程中出现重形式、轻实效和重投入、轻转化的问题。再次,还应同步完善融资支持、人才引进、公共服务平台和社会化服务体系,为农村电商主体成长提供稳定外部条件。数字乡村建设研究已将城乡数字鸿沟、农业数字化转型推进困难以及治理体系不健全视为现实障碍,并据此提出“顶层设计-基层执行-试点反馈”的路径框架[10]。这表明,农村电商的发展同样不能只依赖市场自发演进,而必须通过制度协同与要素整合,把技术机会转化为可持续的发展能力。同时,主体培育也应结合不同发展阶段进行调整:对于起步阶段的农村电商主体,应重点加强平台使用、基础运营和产品标准化培训;对于已经形成一定经营规模的主体,则应进一步强化数据分析、品牌运营和供应链

管理能力。通过分层分类提升主体能力，最终推动数字赋能由外部驱动走向内生增长。

5. 结论

本文基于数字经济加快发展与农村电子商务持续扩展的现实背景，围绕数字经济赋能农村电子商务发展的作用机制、现实困境与多维路径进行了系统分析。研究认为，数字经济赋能农村电子商务并非单纯依靠线上销售渠道拓展来实现，而是一个以基础设施支撑为前提、以技术扩散与模式创新为动力、以主体能力提升为关键的系统性过程。其中，网络通信、数字平台、仓储物流和冷链配送等条件的改善，为农村电子商务发展提供了基础支撑；直播电商、短视频营销和数据分析等数字技术的应用，推动了农村电商经营模式和价值实现方式的重构；而经营主体数字素养、运营能力和市场意识的提升，则直接影响数字资源能否真正转化为持续稳定的发展成效。与此同时，数字经济赋能农村电子商务仍面临多重现实约束，主要表现为数字基础设施与流通支撑体系仍较薄弱，技术应用深度不足与经营同质化问题并存，以及主体能力不足与要素保障能力偏弱等方面。

为破解上述问题，需从基础支撑、经营转型和制度保障三个层面协同推进，并进一步增强对策建议与不同发展情境之间的匹配性。应继续完善农村数字基础设施与县域流通网络体系，根据不同地区的区位条件、产业基础和流通短板，有针对性地提升网络接入、仓储分拣、冷链配送和公共服务能力，夯实农村电子商务发展的硬件基础。应推进数字技术与产品开发、品牌塑造、市场营销和供应链管理的深度融合，并结合不同农产品的市场特征实施差异化经营策略。对于劳动密集型 and 大宗农产品，应侧重标准化生产、分级分拣、订单匹配和物流协同，以降低流通损耗和交易成本；对于地理标志农产品、区域特色农产品和高附加值农产品，则应更加突出品牌塑造、品质溯源和内容传播，提升产品辨识度与市场溢价能力。同时，还应健全主体培育、政策协同与要素保障机制，根据农村电商不同发展阶段和不同经营主体能力基础，开展分层分类培育，提升其数字素养、平台运营、品牌建设和持续经营能力。通过上述路径协同发力，能够更好释放数字经济对农村电子商务发展的赋能效应，推动农村电商由规模扩张向质量提升转变，并为增强农村产业活力、促进乡村振兴和推进数字乡村建设提供支撑。

参考文献

- [1] 申姝红, 郭晶. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(8): 122-125.
- [2] 陈晓菲, 胡晓辉, 李富昌. 县域农村电子商务高质量发展的多维困境与协同路径[J]. 决策与信息, 2025(10): 29-41.
- [3] 窦文旭. 数字经济背景下农村电子商务发展策略研究[J]. 现代商业研究, 2025(6): 46-48.
- [4] 温涛, 刘正桃. 数字能力、电子商务与农村家庭发展韧性[J]. 财贸研究, 2026, 37(2): 67-83.
- [5] 陈少妮, 杨凤英. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 农业灾害研究, 2025, 15(10): 37-39.
- [6] 廖钟迪. 农村电商产业集群发展的现实困境及关键路径[J]. 农业经济, 2022(10): 139-140.
- [7] 李雯, 陈倩, 李卓佳. 电商下乡、数字经济与金融资本约束: 激活农村市场的双路径机制研究[J]. 改革与战略, 2026, 42(1): 150-156.
- [8] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [9] 刘亚平. 数字经济背景下农村跨境电商发展的挑战与实现路径[J]. 商业经济研究, 2022(12): 138-141.
- [10] 冯朝睿, 徐宏宇. 当前数字乡村建设的实践困境与突破路径[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2021, 53(5): 93-102.