

# 县域电商与物流协同发展的演化路径研究—— 基于行动者网络理论的分析

董洁霜, 周 婧

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2026年4月28日; 录用日期: 2026年5月11日; 发布日期: 2026年10月19日

## 摘 要

县域电商与物流的协同发展是数字经济赋能乡村振兴的关键议题。本文以行动者网络理论为分析透镜, 将政府、平台企业、物流公司、农户、消费者等异质性行动者纳入统一框架, 系统考察县域电商与物流协同网络的建构逻辑与演化路径。研究发现, 县域电商物流协同网络的演化呈现出“政策导入期-产业适配期-能力内生期”的三阶段递进特征。在政策导入期, 政府作为核心行动者通过制度设计与资源投放完成对农户和物流企业等行动者的招募与转译, 突破“零基础门槛”; 在产业适配期, 核心行动者从政府向平台企业和链主企业转移, 转译机制从行政指令转向利益共享; 在能力内生期, 网络呈现去中心化态势, 多元行动者形成稳定的利益耦合。本文以浙江省C县为典型案例, 系统解析其电商物流协同发展的实践历程, 为同类型县域提供理论参照。

## 关键词

县域电商, 物流协同, 行动者网络理论, 演化路径, 综合交通与物流

# The Evolutionary Path of Synergistic Development between County E-Commerce and Logistics: An Analysis Based on Actor-Network Theory

Jieshuang Dong, Jing Zhou

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

Received: April 28, 2026; accepted: May 11, 2026; published: October 19, 2026

## Abstract

The synergistic development of county e-commerce and logistics is a critical issue in empowering

文章引用: 董洁霜, 周婧. 县域电商与物流协同发展的演化路径研究——基于行动者网络理论的分析[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 247-255. DOI: 10.12677/ec.2026.15101113

rural revitalization through the digital economy. Using Actor-Network Theory (ANT) as an analytical lens, this study incorporates heterogeneous actors—including governments, platform enterprises, logistics companies, farmers, and consumers—into a unified framework to systematically examine the construction logic and evolutionary path of the synergy network between county e-commerce and logistics. The findings reveal a three-stage progressive feature in the evolution of the county e-commerce-logistics synergy network: the “policy introduction stage—industry adaptation stage—endogenous capability stage.” In the policy introduction stage, the government acts as the core actor, completing the recruitment and translation of actors such as farmers and logistics enterprises through institutional design and resource allocation, thereby breaking the “zero-base threshold.” In the industry adaptation stage, the core actor role shifts from the government to platform enterprises and lead firms, and the translation mechanism transitions from administrative directives to benefit sharing. In the endogenous capability stage, the network exhibits a decentralized trend, with multiple actors forming stable interest coupling. Taking County C in Zhejiang Province as a typical case, this paper systematically analyzes the practical process of its e-commerce-logistics synergistic development, providing a theoretical reference for similar counties.

## Keywords

County E-Commerce, Logistics Synergy, Actor-Network Theory (ANT), Evolutionary Path, Integrated Transport and Logistics

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

数字经济正以数据要素为纽带对交通运输体系进行系统性重塑, 交通运输不再仅仅是人与物的空间位移载体, 而是通过物流服务的专业化延伸成为连接农业生产端与消费市场的关键价值链环节。特别是在县域尺度, 农村公路网、客货运枢纽与末端配送节点的数字化升级, 构成了电子商务下沉与农产品上行的先决条件。县域电子商务是数字经济与乡村振兴深度融合的关键场域。自 2014 年“电子商务进农村综合示范”政策启动以来, 全国已累计支持超过 1489 个县级行政区开展电商服务体系建设的[1]。然而, 县域电商普遍面临物流成本高企、供应链协同不畅等结构性困境[2], 尤其是在山区县, 地理区位优势使得物流成本成为制约电商发展的核心瓶颈。因此, 探究县域电商与物流协同发展的演化逻辑, 本质上是在交通运输学的视域下, 解析交通基础设施、运输组织模式与电商生态系统之间的动态耦合机制。

既有研究围绕县域电商与物流协同已积累了丰富成果, 但大多依托计量模型进行宏观效应检验[3], 侧重于识别两个系统之间的相关性与协调度[4], 对于县域尺度上“电商与物流协同如何落地”“不同行动者如何在互动中推动网络演化”等过程性与机制性问题着墨有限。行动者网络理论为破解上述困境提供了适切的分析工具[5]。该理论由拉图尔和卡龙提出, 强调将人类与非人类行动者置于同等分析地位, 通过“转译”概念揭示网络形成机制。近年来, 该理论已被引入农村电商研究, 但系统应用于县域电商与物流协同演化过程的分析尚属少见。

本文以行动者网络理论为核心分析框架, 提出县域电商物流协同网络演化的“三阶段”模型, 并选取浙江省 C 县为典型案例进行深入剖析。C 县地处浙闽交界山区, 近年来在电商物流协同方面开展了系列探索, 为研究提供了优质观察窗口。本文的理论贡献在于将县域电商物流协同研究从“系统耦合检验”转向“过程机制揭示”, 为理解县域电商物流协同发展的异质性路径提供过程导向的分析工具。

## 2. 理论基础与分析框架

### 2.1. 行动者网络理论的核心概念

行动者网络理论包含几个核心概念。行动者既包括人类行动者(个人、组织), 也包括非人类行动者(技术、政策、基础设施等)[6]。转译是行动者网络形成的核心机制, 指核心行动者将其他行动者的利益、目标与自身路径进行“翻译”和“转化”, 使不同行动者围绕共同目标形成稳定联结。卡龙将转译过程细分为问题呈现、利益赋予、招募和动员四个环节[7]。强制通行点是核心行动者设定的所有行动者都必须通过的“关卡”, 只有解决这一核心问题, 网络才能稳定。将行动者网络理论引入县域电商物流协同研究, 可以突破“电商-物流”二元分析框架, 揭示协同网络形成的微观博弈机制, 并关注网络的动态演化特征。

### 2.2. 县域电商物流协同网络的行动者构成

县域电商物流协同网络的主要行动者包括: 政府, 作为网络的发起者和制度供给者; 平台企业(淘宝、京东、拼多多、抖音等), 作为技术赋能者; 物流企业(邮政、“三通一达”等), 作为运营主体; 农户与合作社, 作为产品供给方; 消费者, 作为终端需求方; 以及非人类行动者, 包括物流基础设施、数字技术、政策制度、地理标志品牌等。上述行动者在网络中处于不同的初始位置, 拥有各自的利益诉求, 协同网络的形成与演化本质上是这些异质性行动者围绕共同目标进行转译和联结的动态过程。

### 2.3. 强制通行点与协同演化的三阶段模型

在县域电商物流协同网络的建构过程中, 物流成本高企通常构成所有行动者都必须通过的“强制通行点”[8]。对于农户, 高物流成本侵蚀利润; 对于物流企业, 分散订单导致运营成本高企; 对于平台企业, 薄弱的基础设施限制下沉市场拓展。只有当这一核心问题得到有效解决, 其他行动者才能被成功招募进网络[9]。

在此基础上, 本文提出县域电商物流协同网络的演化可划分为三个逐级递进的阶段。政策导入期以政府主导的基础设施补缺与市场主体孵化为核心特征, 强制通行点在于帮助县域跨越电商物流协同的“零基础门槛”。产业适配期的发展逻辑从“泛化推广”转向“精准嵌入”, 聚焦特色主导产业的供应链再造和物流路由优化, 核心行动者逐步从政府向平台企业和链主企业转移。能力内生期的动力机制从外部“输血”转向系统自我“造血”, 行动者网络呈现去中心化态势, 政府角色从直接主导转向制度保障。

## 3. 研究设计

### 3.1. 案例选择依据

本文选取浙江省C县(苍南县)作为单案例研究对象, 主要基于以下考量。其一, C县地处浙闽交界, 属典型山区县, 地理区位的先天劣势使其长期面临较高的物流成本约束, 这为考察县域电商物流协同的“强制通行点”突破机制提供了理想场景。其二, C县近年来在电商与物流协同方面进行了系统性探索, 包括数字云仓建设、县乡村三级物流配送体系完善、直播电商赋能农产品上行等, 形成了若干具有原创性的解决方案, 为解析协同网络的建构过程提供了丰富的实践素材。其三, C县电商物流协同发展呈现出从政策驱动向市场驱动过渡的阶段特征, 适宜运用三阶段演化模型进行过程追踪分析。其四, 作为东部沿海省份的山区县, C县的案例经验对于地理区位相似但经济发展水平不同的县域具有一定的参考价值和迁移潜力。

### 3.2. 数据来源

本文数据采集依托以下三类渠道。一是C县人民政府门户网站、C县融媒体中心公开发布的政策文

件、工作简报与专题报道。二是 2023~2025 年间 C 县电商新渠道产销对接会、跨境电商高质量发展实施方案等公开场景披露的产业运行数据。三是浙南数字云仓、C 网货选品中心等电商物流基础设施项目的建设运营资料。

## 4. C 县电商物流协同网络的行动者解析

### 4.1. 产业基础与初始困境

C 县地处浙江最南端,与福建省接壤,山海资源丰富,特色农产品种类繁多。四季柚、荔枝、海产品等优质农产品具备一定的市场知名度,针织产业亦形成了一定的集群规模。然而,在电商浪潮兴起之前,C 县面临与其他山区县类似的困局:优质农产品“养在深闺人未识”,销售半径局限在浙南闽北局部市场;经营主体高度分散,品牌议价能力薄弱;物流配送成本高企,农产品上行渠道不畅。

从行动者网络视角审视,C 县电商物流体系在初始阶段呈现出典型的“网络松散”特征:分散的农户作为生产行动者缺乏有效关联,传统经销商作为流通行动者占据利润高地,消费者作为需求行动者难以直接触达产品,物流基础设施这一非人类行动者的价值未被充分激活。C 县政府将电商物流协同发展确立为县域经济转型的重要抓手,标志着地方政府作为“核心行动者”正式入场,启动行动者网络的重构进程。

值得关注的是,C 县电商发展已呈现显著的增长势能。2021 年,C 县网络零售额突破 159.8 亿元,获评国家级电子商务进农村综合示范县[10];至 2023 年 1~12 月,累计实现网络零售 252.1 亿元,排名浙江省高质量发展山区 26 县第一[11]。2023 年,C 县农特产品网络销售额达 6.36 亿元,同比增长 59% [12]。这一增长轨迹表明,C 县已具备从“网络松散”向“网络致密”跃升的市场基础,但仍需通过协同机制创新将增长势能转化为可持续的网络能力。

### 4.2. 物流成本治理与强制通行点的突破

地理区位的先天劣势是制约山区县电商物流协同发展的核心瓶颈。C 县距杭州、上海等区域物流中心距离较远,此前特色农产品发往东部沿海主要消费市场的平均物流成本占产品终端售价的相当比例,线上竞争力被严重削弱。这一高物流成本构成了所有潜在网商行动者面临的“强制通行点”——不突破此瓶颈,农户、合作社、小微企业等其他行动者无法有效卷入电商物流网络。

针对这一关键堵点,C 政府作为核心行动者启动了转译程序。在问题呈现环节,政府将高物流成本界定为制约县域电商物流协同发展的核心障碍。在利益赋予环节,政府推动建设浙南数字云仓等物流基础设施项目,通过物流资源的集约化整合降低单位配送成本。据运营数据显示[13],浙南数字云仓自 2025 年 4 月投用以来,快递单量突破 6000 万单,快递单价平均 1.4 元/件,物流成本可降低 50%以上。云仓引入的邮政递寄物流共配中心每小时可处理 3 万件进出口快递,日均处理 20 万件,效率提升至传统模式的 3 倍。某杭州电商企业的原料生产基地在 C 县灵溪,商品生产后直接送入云仓,接到订单后直接从云仓发货,比从杭州调拨节省了近一半物流成本,实现了“产地就近配送”的产品链最优配置。

与此同时,C 县依托较为完善的存量公交网络,先行试点开通了矾山至昌禅等 6 条“客货邮”融合线路,建成 29 个镇村级服务节点,通过复用存量运力资源将物流运输的固定成本转化为低廉的边际成本[14]。C 邮政发挥物流网络 and 平台渠道优势,通过全链路赋能,推动四季柚等特色农产品从山间果园到城市餐桌的顺畅流通,实现溢价增收。根据 2021 年 C 县年鉴,C 县主要快递品牌平均建制村进村率已达 92.47%,快递业务量 3.9 亿件、同比增长 40.3%,快递业务收入 13.7 亿元、同比增长 31.3%。

在招募环节,较低的综合物流成本吸引分散农户、小微企业和合作社加入电商网络。在动员环节,通过成功案例的示范效应,证明协同模式的可行性。从行动者网络视角分析,C 县物流成本治理的本质

是重构了物流基础设施这一非人类行动者与农户、企业等人类行动者之间的关联模式,使原本外在于行动者网络的物流系统成为网络的有效组成部分。这不仅降低了物流成本,还通过物流效率的提升增强了消费者体验,从而进一步强化了网络的正反馈效应。

### 4.3. 平台赋能与网络拓展

在物流瓶颈得到初步缓解之后,C县电商物流协同网络进入了产业适配阶段。这一阶段的标志性变化是:平台企业作为关键行动者被成功招募进网络,网络规模和异质性显著提升。

C县积极引入电商平台资源,推动线上线下渠道融合。2025年6月,C县举办了“山海好物 苍品云集”电商新渠道产销对接会,邀请淘宝直播等平台参与,搭建起生产端与销售端的直接对接桥梁。同年,拼多多“2025多多好特产”农业专项行动走进温州,通过“千亿扶持”计划赋能C县水产经济发展。这些平台企业的加入,不仅为C县特色产品提供了广阔的线上销售渠道,还通过平台算法和流量分发机制,将产品精准推送给目标消费群体。

更值得关注的是,C县在电商选品中心建设方面取得了实质性突破。2026年,C网货选品中心成功入选浙江省商务厅公布的省内电商选品中心项目名单。该中心占地约1300平方米,依托C县丰富的特色资源,重点展示针织服饰、海鲜农产、中药养生等产业品类。从结构数据看,2023年C县网络零售额前三名的行业分别为服装鞋帽及针纺织品(54.7%)、日用品(14.8%)、文化办公用品(13.1%),三者合计占实物网络零售的82.6% [11],表明针织产业已成为电商物流协同的核心产业载体。选品中心的建立,实质上是将产品展示、品牌推广、供应链整合等多项功能集于一体,降低了中小企业和农户参与电商的门槛,进一步扩展了行动者网络的边界。

在平台赋能下,C县直播电商生态快速成型。截至2024年,C县已成功孵化千万销售额以上直播间20个,培育全省首批绿色直播间4家;县电子商务公共服务中心开展技能培训、直播培训等近百场,打造本地网红一百余人,培育电商带头人10名 [15]。从行动者网络理论的视角审视,平台企业和选品中心的加入标志着转译机制发生了关键转变——从政策导入阶段以行政指令和财政激励为主的转译方式,转向以利益共享和资源对接为核心的市场化转译。平台企业的核心诉求(扩大交易规模、拓展下沉市场)与地方政府和农户的核心诉求(拓宽销售渠道、增加收入)在这一阶段实现了有效对接。

### 4.4. 跨境电商与网络异质性的提升

在巩固国内电商物流协同的基础上,C县将视野拓展至跨境领域,进一步提升行动者网络的异质性和韧性。2025年9月,C县人民政府办公室提出跨境电商出口额占外贸出口比重达10%、新增跨境电商企业30家以上、建成具有产业特色的跨境电商产业园区2个、打造省级跨境电商出口知名品牌2个以上的发展目标。

在物流体系配套方面,该方案明确提出加快推进海西物流园项目、C县数字云仓、C县烟墩山通用码头等项目实施,积极引进优质的跨境物流企业。这些跨境物流基础设施的规划与建设,意味着C县电商物流协同网络的边界正在从国内向国际延伸,网络中的行动者类型进一步丰富——跨境支付平台、国际物流商、海外仓运营商等新型行动者被逐步纳入网络。

然而,数据也揭示了跨境网络建构的现实挑战。根据年鉴内容,2021年C县跨境电商出口报关金额为3116万美元,但截至2025年7月,全年跨境电商累计完成出口额仅为0.3亿元,同比下降80.1%,温州市跨境电商一网通平台备案企业仅56家 [16]。这一反差表明,跨境电商作为网络异质性提升的新方向,其转译机制尚未成熟,网络边界的跨境拓展仍面临市场培育与制度适配的双重考验。从行动者网络视角来看,跨境电商的发展对C县电商物流协同网络提出了新的要求。国内电商物流协同所依赖的转译机制

和利益分配模式, 在跨境场景中需要进行适应性调整。这既是网络演化的挑战, 也是网络从“地方嵌入性”向“全球联通性”跃升的必经阶段。

## 5. 演化路径、转译机制与三阶段差异化政策建议

### 5.1. 政策导入期：政府主导的转译与网络建构

C 县电商物流协同网络的建构始于政策导入期, 政府在这一阶段扮演了不可替代的核心行动者角色。

问题呈现是转译的起点。C 县政府将“物流成本高企制约农产品上行和电商发展”明确界定为所有行动者共同面临的障碍。这一问题的设定并非随意为之, 而是基于对县域电商发展瓶颈的精准诊断。在问题呈现之后, 政府通过利益赋予环节, 向潜在行动者展示参与协同网络所能获得的收益: 对于农户而言, 参与电商网络意味着销售渠道拓宽和产品溢价; 对于物流企业而言, 参与网络意味着业务量增加和规模效应显现; 对于平台企业而言, 参与网络意味着下沉市场的拓展空间。

招募环节表现为政府通过政策工具吸引各类行动者“入网”。在物流基础设施层面, 政府推动数字云仓和三级物流体系建设, 降低物流成本; 在市场对接层面, 政府组织产销对接会和电商培训活动, 提升农户的电商参与能力; 在政策激励层面, 政府出台跨境电商高质量发展方案, 为企业出海提供制度支持。

动员环节的关键在于形成示范效应, 使更多潜在行动者看到参与网络的可行性。C 县通过打造若干成功案例——如四季柚通过邮政全链路赋能实现溢价增收、水产企业通过拼多多平台拓展线上销售——向分散的农户和中小微企业传递“触网有利可图”的明确信号, 推动协同网络从“政府主导的单向推动”向“市场主体的自主参与”转变。

在政策导入期, 强制通行点——物流成本瓶颈——的突破是整个转译过程得以完成的前提。只有成功攻克这一关键障碍, 其他行动者才能被有效招募进网络, 协同发展才能步入正轨。

该阶段的政策抓手: 对于处于政策导入期的县域, 政府应优先将物流成本治理作为突破口, 具体抓手包括: 1) 基础设施的靶向补缺。针对山区县地理区位优势, 建设县域数字云仓、共配中心等物理节点, 通过“以量换价”降低快递单价, 如 C 县将云仓快递单价压降至 1.4 元/件的经验所示。2) 存量运力的复用整合。依托县域公交、邮政等存量网络, 推进“客货邮”融合, 将固定成本转化为边际成本, 破解偏远村落配送难题。3) 标杆案例的政府培育。由政府筛选 1~2 个特色单品, 整合物流、平台、金融资源打造“爆款”示范, 以可见收益完成行动者的初次动员。

### 5.2. 产业适配期：核心行动者的转移与转译机制的转变

随着物流基础设施的完善和市场主体参与度的提升, C 县电商物流协同网络进入产业适配期。这一阶段最显著的变化是: 核心行动者的角色从政府逐步转移至平台企业和链主企业, 转译机制从行政指令主导转向利益共享主导。

在政策导入期, 政府通过财政补贴和政策激励吸引行动者“入网”, 其转译的基础是政府的制度权威和资源动员能力。进入产业适配期后, 网络的持续运行更多地依赖于市场机制——只有当所有参与行动者都能从协同中获得合理收益, 网络才能自我维持和持续扩展。

平台企业在这一阶段扮演了关键的“转译者”角色。以拼多多为例, 其“2025 多多好特产”农业专项行动通过流量倾斜、品牌赋能和供应链优化, 将 C 县水产等特色产品与全国消费者精准连接。在这一过程中, 平台企业不仅完成了对消费者的“转译”(通过价格优惠和品质保障吸引购买), 也完成了对生产者的“转译”(通过销售数据和市场反馈引导生产决策)。淘宝直播等平台通过产销对接会的形式, 将线上流量与线下产品资源进行匹配, 进一步强化了网络中各行动者之间的利益联结。

选品中心的建立是产业适配期网络演化的另一重要标志。C 网货选品中心将产品展示、品牌推广、供应链整合等功能集于一体, 实质上扮演了网络中的“枢纽节点”角色——它既是政府政策的承接平台, 也是平台企业资源的下沉载体, 还是农户和中小企业的赋能中心。选品中心的非人类行动者属性(其物理空间、展示系统、信息平台)与人类行动者(运营团队、入驻企业、采购商)的互动, 构成了网络持续演化的核心动力。

该阶段的政策抓手: 对于进入产业适配期的县域, 政策重心应从“建基础设施”转向“促生态耦合”, 具体抓手包括: 1) 平台公共责任的制度化引导。政府可通过“平台企业白名单”“流量扶持对赌协议”等机制, 引导平台企业将数据洞察、培训资源、流量倾斜转化为县域公共品, 而非一次性营销行为。例如, 要求入驻平台定期向县域开放销售热力图与消费画像, 指导农户调整生产结构。2) 链主企业的嵌入式培育。围绕县域主导产业(如 C 县针织服饰占比 54.7%的网络零售结构), 引进或培育 1~2 家具备供应链整合能力的链主企业, 以“订单农业 + 云仓代发”模式将分散农户纳入标准化生产网络。3) 选品中心等枢纽节点的市场化运营。政府初期可承担选品中心基建投入, 但应在 2~3 年内通过租金减免、绩效奖励等方式培育专业运营主体, 避免枢纽节点沦为行政附属物。

### 5.3. 向能力内生期跃升的障碍与路径

尽管 C 县电商物流协同网络已取得阶段性成效, 但向能力内生期跃升仍面临多重障碍。其一, 政策依赖特征较为明显, 网络的稳定运行仍在一定程度上依赖政府的持续投入, 核心行动者尚未完成从“政府”向“市场”的彻底转移。其二, 市场主体常态化运营能力有待强化, 部分电商活动高度集中于政府主导的节庆活动, 日常化的线上运营能力尚未成为普遍禀赋。其三, 跨境电商生态尚处培育阶段, 海外仓布局、跨境支付结算等配套能力建设仍处于起步阶段。

从行动者网络视角看, 向能力内生期跃升的本质是推动网络动力机制从“外部输入”转向“内生增长”。这需要构建更加完善的转译机制, 推动物流成本分担从政府补贴转向市场化分摊, 推动人才培养从政府培训转向产教融合, 推动跨境电商从政府规划转向企业自主拓展与平台赋能相结合。

该阶段的政策抓手: 对于向能力内生期跃升的县域, 政府角色应从“主导者”转变为“赋能者”与“守门人”, 具体抓手包括: 1) 制度型公共品的供给。政府退出直接经营, 转而专注于质量溯源体系、电商信用档案、行业标准制定等制度基础设施, 降低网络运行的交易成本。2) 跨境网络的渐进式嵌入。针对跨境物流的高门槛, 政府可采取“共享海外仓”“跨境电商保险补贴”等风险共担机制, 降低企业初次“出海”的试错成本; 同时对接省级跨境电商综试区政策, 将县域网络接入更高层级的跨境协同体系。3) 利益分配机制的法治化。通过合同范本推广、行业协会自律、数字化纠纷调解平台等手段, 将行动者之间的利益耦合从“人情信任”升级为“制度信任”, 确保网络在去中心化后仍能自我维系。

## 6. 结论与展望

本文基于行动者网络理论, 以浙江省 C 县为典型案例, 系统考察了县域电商与物流协同网络的建构逻辑与演化路径。研究不仅验证了三阶段演化模型的解释力, 更在以下方面提炼了关于县域网络治理与行动者关系演变的一般性理论洞见。

第一, 县域电商物流协同网络演化的本质, 是核心行动者从“行政权威”向“市场能力”再向“制度资本”的递进式让渡。在政策导入期, 政府凭借制度权威与财政资源成为不可替代的核心行动者; 在产业适配期, 平台企业与链主企业凭借流量配置能力与供应链整合能力接过核心角色; 而在能力内生期, 核心行动者的“人格化”色彩逐渐淡化, 取而代之的是选品中心、质量溯源体系、行业标准等“制度资本”成为网络黏合的关键。这一发现拓展了行动者网络理论关于“核心行动者”的讨论——核心性不仅

可以附着于特定组织,也可以嵌入于制度结构之中。

第二,强制通行点的性质随网络演化发生阶段性跃迁,要求转译机制进行动态适配。C县的案例显示,初期的强制通行点是物理性的物流成本约束,中期的强制通行点转化为市场性的供需匹配约束,而向能力内生期跃升时,强制通行点进一步转化为制度性的风险分担与利益分配约束。这意味着,县域电商物流协同网络的治理不能依赖单一政策工具的线性复制,而必须建立“强制通行点识别-转译机制重构”的动态治理能力。

第三,非人类行动者在网络演化中的权重持续上升,成为网络韧性的来源。本文的分析表明,浙南数字云仓、C网货选品中心、区域公用品牌“我是苍小海”等非人类行动者并非被动的承载物,而是主动参与转译过程的关键行动者。云仓通过重塑物流路由改变了行动者的成本函数,选品中心通过信息聚合改变了行动者的连接方式,品牌符号通过价值编码改变了行动者的利益认知。这一发现对于理解数字时代县域网络治理具有重要启示:基础设施与符号系统的投资,本质上是对网络关系结构的投资。

第四,县域网络治理的关键在于构建“转译能力的动态储备”,以应对核心行动者退出后的网络脆弱性。C县案例揭示,政策导入期向产业适配期的过渡相对顺畅,但产业适配期向能力内生期的跃升则面临更大障碍,其根源在于政府的过早退出或市场主体的能力不足均可能导致网络瓦解。因此,县域网络治理应建立“双核心”过渡机制——在核心行动者转移过程中,保留政府的“网络守门人”角色,通过制度供给与风险兜底确保网络韧性。

本文的政策启示包括:物流成本治理应作为县域电商物流协同的优先突破口;协同网络的持续演化需要推动核心行动者的动态转移,政府应从“主导者”逐步转变为“赋能者”和“保障者”;转译机制的设计应兼顾不同行动者的差异化诉求,从财政激励逐步转向市场利益共享。

本研究亦存在局限。受数据可得性限制,本文未能对C县电商物流协同的核心绩效指标进行精细化量化分析。单案例研究设计在外部效度方面存在固有局限,结论的跨县域迁移能力有待多案例比较研究检验。

## 参考文献

- [1] 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[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content\\_6939283.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm), 2024-03-05.
- [2] 温涛, 何茜. 全面推进乡村振兴与深化农村金融改革创新: 逻辑转换、难点突破与路径选择[J]. 中国农村经济, 2023(1): 93-114.
- [3] 周亚虹, 邱子迅, 任欣怡, 等. 数字金融的发展提高了电商助农的效率吗?——基于电子商务进农村综合示范项目的分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2023, 40(7): 70-89.
- [4] 余文涛, 吴士伟. 互联网平台经济与正在缓解的市场扭曲[J]. 财贸经济, 2020, 41(5): 146-160.
- [5] 吴莹, 卢雨霞, 陈家建, 等. 跟随行动者重组社会——读拉图尔的《重组社会: 行动者网络理论》[J]. 社会学研究, 2008(2): 218-234.
- [6] 温凤鸣, 解学芳. 短视频推荐算法的运行逻辑与伦理隐忧——基于行动者网络理论视角[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, 43(2): 160-169.
- [7] 茅亚平. 基于ANT的新型集体经济发展与乡村空间重构[D]: [硕士学位论文]. 苏州: 苏州科技大学, 2017.
- [8] 王盈盈, 谢漪, 王敏. 精准扶贫背景下农村电商关系网络与地方营造研究——以广东省五华县为例[J]. 世界地理研究, 2017, 26(6): 119-130.
- [9] 连宏萍, 金子涵. 农村电商产业可持续发展路径探索——基于行动者网络治理视域[J]. 东岳论丛, 2023, 44(6): 95-105+191-192.
- [10] 苍南县地方志研究室. 苍南年鉴 2022 [M/OL]. <https://zjcmspublicnew.oss-cn-hangzhou-zwynet-d01->

- 
- [a.internet.cloud.zj.gov.cn/cms\\_files/jcms1/web1831/site/attach/0/5477054e59c341d9b560ca23ad232e65.pdf?file-Name=%E8%8B%8D%E5%8D%97%E5%B9%B4%E9%89%B4%EF%BC%882022%EF%BC%89.pdf](http://a.internet.cloud.zj.gov.cn/cms_files/jcms1/web1831/site/attach/0/5477054e59c341d9b560ca23ad232e65.pdf?file-Name=%E8%8B%8D%E5%8D%97%E5%B9%B4%E9%89%B4%EF%BC%882022%EF%BC%89.pdf), 2026-09-29.
- [11] 苍南县商务局关于县十一届人大三次会议第 126 号建议的答复函[EB/OL]. [https://www.cncn.gov.cn/art/2024/8/27/art\\_1229887958\\_87505.html](https://www.cncn.gov.cn/art/2024/8/27/art_1229887958_87505.html), 2024-08-27.
- [12] 深化直播电商服务改革 构建电商平台经济新生态[EB/OL]. <https://nefi.developress.com/?p=16317>, 2024-09-04.
- [13] 在温州看见创新中国苍南: 因地制宜赋能县域产业群雁齐飞[EB/OL]. <https://www.cnxw.com.cn/system/2026/01/05/015396999.shtml>, 2026-01-05.
- [14] 胡思捷. 乡村振兴背景下县域电商物流“客货邮”融合发展模式研究——以浙江省苍南县为例[J]. 电子商务评论, 2026, 15(3): 700-708.
- [15] 数字化赋能, 创新驱动苍南电商模式全面升级[EB/OL]. 2026-05-13. <https://xhpfmapi.xinhuaxmt.com/vh512/share/12282910>, 2024-11-18.
- [16] 苍南县商务局关于县政协十一届四次会议第 261 号提案的答复函[EB/OL]. [https://www.cncn.gov.cn/art/2025/8/20/art\\_1229887958\\_89891.html](https://www.cncn.gov.cn/art/2025/8/20/art_1229887958_89891.html), 2025-08-20.