谭明交，刘福星．农村电子商务助推产业振兴机制、模式与提升策略［J］．山西农业大学学报（社会科学版），2026，25（4）：103-111．
Tan Mingjiao，Liu Fuxing. Mechanisms，models and strategiesfor rural e-commerce promoting industrial revitalization［J］. Journal of Shanxi Agricultural University（Social Science Edition），2026，25（4）：103-111.
DOI：10.13842/j.cnki.issn1671-816X.2026.04.010

# 农村电子商务助推产业振兴机制、模式与提升策略

谭明交[1]，刘福星[2]
（1.长江师范学院 经济与管理学院，重庆 涪陵 223010；2.淮阴师范学院 商学院，江苏 淮安 223300）

**摘 要：**电子商务发展是驱动乡村产业从传统分散生产向现代市场体系转型升级、实现价值链攀升的核心引擎。本研究系统探讨农村电子商务赋能乡村产业振兴的作用机理与实践路径。基于产业链视角，解析其在产前、产中、产后环节通过数据驱动、市场对接与数字化改造推动产业升级的内在逻辑。选取浙江遂昌、吉林通榆、陕西武功三地案例，总结出“综合服务商驱动型”“原产地品牌直供型”“区域集散枢纽型”三种典型发展模式。针对当前农村电商面临的基础设施薄弱、专业人才匮乏、产业体系松散及法治环境不完善等困境，从五个维度提出系统性优化策略，以期为深化农村电商应用、助推乡村产业高质量发展提供参考。

**关键词：**农业现代化；电子商务；乡村产业振兴
**中图分类号：**F327 **文献标识码：**A 文章编号：1671-816X（2026）04-0103-09

2014年起，“农村电商”被正式写入中央一号文件，成为推动农业农村经济发展新引擎。经过10余年的发展，农村电子商务，通过信息化、网络化、数智化平台服务于“三农”，拓展农业农村信息服务业态，使之成为遍布县、乡、村的“三农”信息服务站，促使“三农”服务落地，使农民成为平台的最大受益者。

随着农业农村数字化、智能化、智慧化的发展，在乡村振兴战略背景下，作为数字乡村发展行动的重要组成部分，农村电子商务能够很好地解决“小农户与大市场”的对接问题，而电子商务的优势在于能够将分散的小农户聚集，从而在销售方面达到规模化，增强农业农村经济竞争力。如何更好发挥电子商务自身功能，以数智化赋能农业农村，通过信息技术的应用和先进模式创新，促进农村电子商务与农村“三产”全方位、全链条、全过程深度融合，从而催生出更多的农业农村新业态、新模式、新场景，构建一个协同、融合、创新、高效的农村电商生态圈，显得尤为重要。

## 一、文献述评

### （一）农村电子商务发展

伴随着信息技术的快速发展及其与经济运行方式的不断融合，数字经济已被大众视为经济增长的“新引擎”[1]。电子商务是数字经济的重要组成部分[2]，数字电商的出现与发展有效填补传统电商不足[3]。农村电商交易模式能够突破地域限制，拓宽市场交易范围，从而提高农村居民收入[4]。淘宝村、淘宝镇、农村电子商务产业园区等典型农村网络商业聚集现象已经成为当下热门经济方式[5]。然而，农村电子商务发展面临一些瓶颈和问题。一些学者认为农村电子商务存在科学产业规划与品牌意识较为淡薄，农村劳动力素质差异较大，物流运输体系依旧薄弱，网络技术人才匮乏等问题，部分地区农村电子商务出现“红海效应”[6]。一些学者认为大多数农村网民学历较低，知识水平有限，互联网应用能力和素质不高，缺乏电子商务相关知识，使得他们对新技术和新信息反应迟钝[7]，对市场信息的分析和利用能力不足[8]。还有一些学者指出现有法律法规

**收稿日期：**2026-01-06 **修回日期：**2026-02-20
**基金项目：**国家社科规划项目“数字化赋能武陵山民族地区农村三产融合发展研究”（24CMZ042）
**作者简介：**谭明交，研究方向：农业经济理论与政策。

无法适应农村电子商务发展，农产品标准化、质量检测方面存在法律空白[9]。鉴于此，学者从强化农村电商运营主体培育、优化农村电商市场运营模式、完善农村电商物流体系建设等多个方面提出对策建议[10]，从而推动电子商务相关产业健康发展[11]。

**（二）乡村振兴战略推进**

随着乡村振兴战略的实施，需处理好乡村振兴与新型城镇化、乡村农业与非农产业、传统农业与特色农业之间的关系，弥补实现农业农村现代化的短板[12]。乡村振兴要认识到城乡从来都是不可分割的，现代意义上的乡村振兴是城乡社会生态系统互促共进[13]。在实施乡村振兴战略过程中，需要促使小农户与现代农业发展有机衔接[14]。在巩固拓展脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接下，因地制宜，快速发展适合本地的特色产业，调整乡村产业结构，坚持完善产业发展政策，创新生产经营方式，协调各方利益，实现农业增效、农民增收[15]。着重形成集理论研究、技术研发、机制剖析、成效评估、模式优化等于一体的系统性研究体系，实现乡村地域功能显化和价值提升[16]。结合乡村振兴五大振兴指标要求，构建促进乡村振兴的产业系统、人才系统、文化系统、生态系统、组织系统，共同构筑乡村振兴的大厦，全面推进乡村振兴，巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，促进农业农村现代化和农业强国的实现[17]。实施乡村振兴战略是解决人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间矛盾的必然要求，是实现“两个一百年”奋斗目标的必然要求，是实现全体人民共同富裕的必然要求，是在深刻认识新时代“三农”发展新阶段新规律新任务基础上做出的重大战略部署，集中反映新时代农业农村发展的必然要求。

**（三）电子商务助推产业振兴**

农村电商不局限于商品销售，休闲农业、三产融合、乡村服务等成为农村电商延伸的新方向，电商正加速向服务专业化发展转化，扩散到产业结构和产业的各个环节[18]。数字乡村战略是推动农业农村现代化发展和转型的必要之路，是高质量实现乡村产业振兴目标的主要路径[19]。有学者提出应大力施行农户联合与经济协作，为农业一体化奠基，统筹规划大数据下的农产品生产，解决农产品同质化问题，设计农产品品牌战略，调整农业生产方式与产业结构，形成线上线下融合流通生态，高效解决“卖难”问题[20]。电子商务使用从特惠到普惠、从单一到全面、从快速到持续，优化配置、互通共享、开拓市场，致力弥补乡村信息差异、完善单一体系、解决资源不足，为农村居民提供生产、生活、制度等多方保障，是实施数字乡村战略的重要方向[21]。有学者认为农村电子商务的快速发展是推动乡村产业振兴的新引擎[22]，是传统农业和现代信息技术的结合呈现[23]。农村电子商务平台通过数字化赋能、推行市场化运作、最终形成跨地区、跨产业的联合，从而带动农民增收。

综上所述，已有关于农村电子商务与产业振兴的研究取得较为丰富的成果。然而，已有文献依旧存在两方面局限：一是系统剖析农村电子商务助推产业振兴的内在机制不足。二是农村电子商务助推乡村产业振兴的典型模式总结不够。鉴于此，本研究从产前、产中和产后三个环节系统分析农村电子商务助推产业振兴的内在机制。在此基础上，以浙江遂昌、吉林通榆和陕西武功三地为例，对农村电子商务助推产业振兴的模式进行总结，剖析其现实困境，以期为推动农村产业健康发展提供决策参考。

## 二、农村电子商务助推产业振兴的机制分析

农村电子商务作为数字技术与乡村产业深度融合的产物，已成为推动乡村产业振兴的关键引擎。电子商务作为数字农业的重要组成部分，通过数字化赋能、数据驱动、精准管理、市场连接、在线服务等方式，助推乡村产业振兴，有效促进农村产业链的延伸发展。基于农业生产的全过程和不同阶段的特点，将农业产业从产前、产中、产后等全产业链环节分析农村电子商务对农业产业的作用过程与路径。

产前环节，农村电商通过土地流转形成规模经济，更好地促进农业机械化，从而提高综合管理效能和市场竞争力。充分发挥数字化和智能化的作用，通过大数据分析消费市场对农业产业品类的需求，精准测算农业产业发展前景，为农业

经营主体经营产业提供较为精准的预判，便于农业经营主体发展市场和社会需求的农业产业。农村电子商务充分发挥在线化、便捷化的优势，通过互联网、大数据等作用于农业产业，对农业经营主体可能拓展的农业产业进行产前的资源统一配置和调配，节省人力物力财力，对农业生产过程中可能需要的农业社会化服务进行前置购买，缩减农业经营主体与农业社会化服务需求的距离。

产中环节，农村电子商务发挥自身优势，实现在线购买、销售涉农产品，缩短农产品特别是以售卖鲜果为主的售卖停留时间，实现产品到消费者零距离的销售，延长新鲜产品的售卖时间。特别是通过数字化赋能，电子商务与数字化、智慧化、智能化协同作用于农业经营主体生产全过程，促使农业产业实现全程数字化监管监控，对农业生产过程实现全程智能化、智慧化操作，节省人力物力财力，实现农业生产精准化、精细化、智慧化、智能化。

产后环节，电子商务对农业产业发挥的作用更明显。农村电子商务，通过互联网实现在线产品销售和售后服务，零距离提升消费者的体验感。促进农产品生产过程的绿色化和生态化，并构建农产品质量的可追踪系统，对于促进乡村产业结构的转型升级，具有十分重要的作用。品牌经济是农村电商发展的支撑点，通过智能化操作，智慧化加工，线上销售，提升农业产品的价值增长。

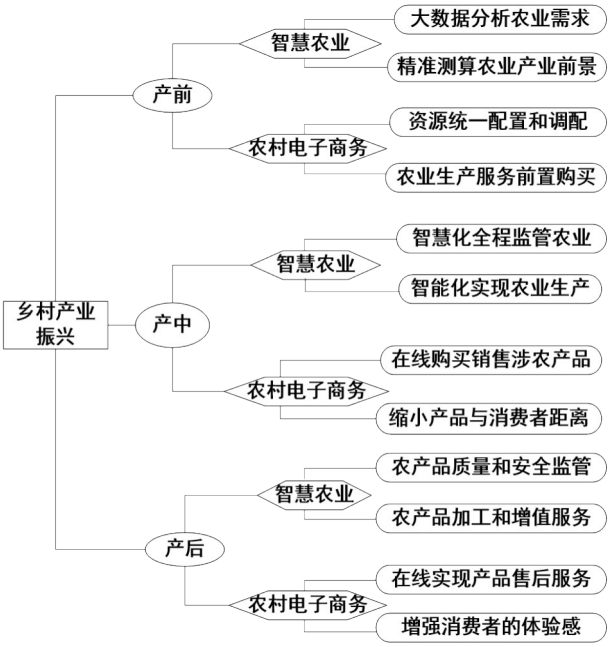



图1 农村电子商务全环节助推产业振兴

总体来看，农村电商有利于助推农村产业生产规模化、产品标准化、品质生态化、平台多元化。协同农业生产智能化、智慧化、数字化提高农业生产、加工、销售等全产业链的效率和质量，减少农业全产业链过程中的人力物力财力成本，避免一定的风险，减少食物浪费，为农村电商平台提供高质量的农产品供应。而农村电子商务平台为农产品销售提供更广泛的市场和更便捷的销售渠道，促进农产品的增值和农民收入的提升。两者相互作用，共同推动乡村产业振兴，实现农村经济的全面发展和产业链延长融合，为乡村振兴特别是产业振兴保驾护航，助推农业农村现代化。

完善的农村电子商务针对乡村振兴中的“五大振兴”方针中所蕴含的内在逻辑、核心要素、最终目标要求，全方位作用于乡村产业振兴。聚焦乡村振兴中产业振兴这一基础要素，助力农业产业提质增效畅销，实现产业兴旺；聚焦乡村振

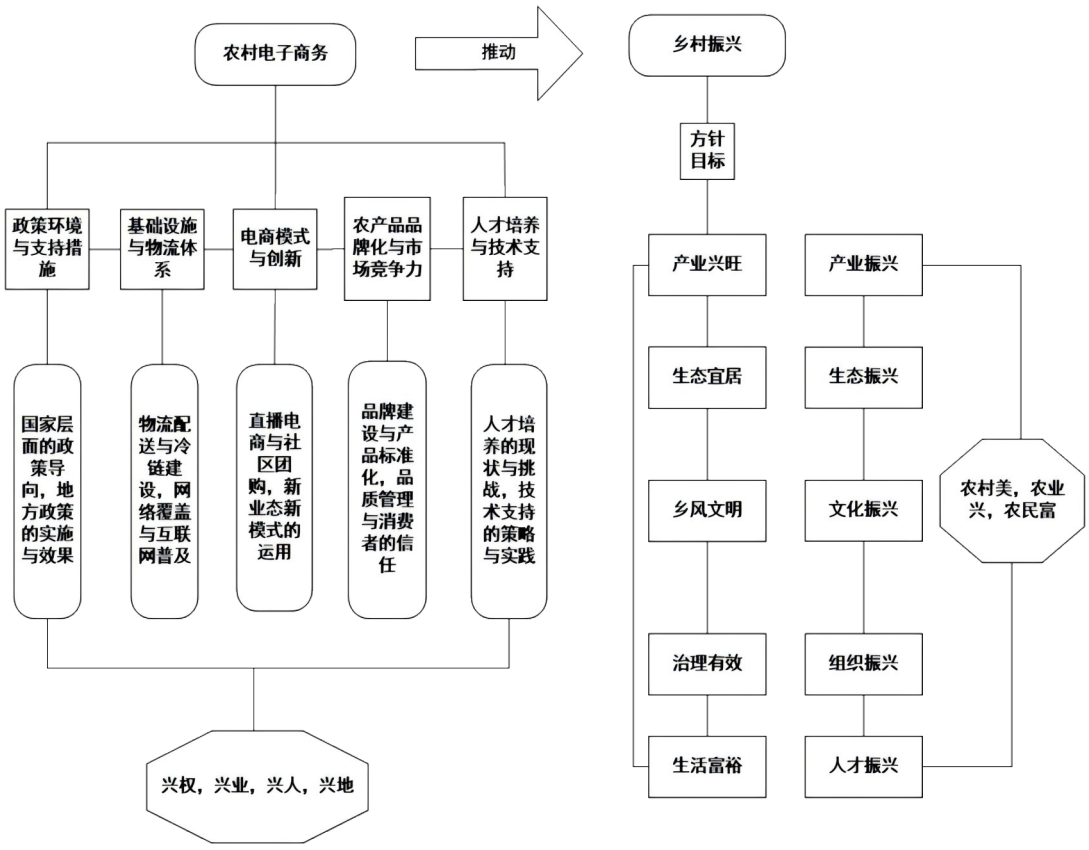



图 2 农村电子商务全方位助推产业振兴

兴中生态振兴这一屏障要素，助力生态环境天蓝地绿美好，实现生态宜居宜业；聚焦乡村振兴中文化振兴这一铸魂要素，助力乡村睦邻友好团结积极向上，实现乡风文明；聚焦乡村振兴中组织振兴这一保障要素，助力乡村治理规范依法有序，实现治理有效；聚焦乡村振兴中人才振兴这一关键要素，助力乡村人才队伍不断发展壮大，实现生活富裕。最终的目标是通过农村电子商务助力产业振兴、生态振兴、文化振兴、组织振兴、人才振兴，实现农村美、农业兴、农民富，农业农村现代化。

助推乡村产业振兴，农村电商将大有可为。一是拓宽农副产品销售渠道。随着互联网不断普及，农村电商平台打通数字供应链，成为推销农副产品的尖兵锐器，让农副产品插上数据的翅膀。“养在深山人不识”的农副产品正在“飞”入越来越多的城市家庭，突破有形市场的地域空间限制，有效解决农产品滞销、城乡供需两重天的问题。二是提升农业生产数字化水平。农村电商让农业走上智能化生产道路。农户可根据消费市场需求，将产品生产所需的温度、湿度、光照等数据组成的气候参数传到电脑终端，对农产品生产进行智能化作业和操控，实现科学种植，建立“一品一码”全过程质量追溯体系，保证农产品品质参数。农村电商通过农产品供需、产销精准对接，重塑农产品供应链模式，推动农业供给侧结构性改革，促进农业产业结构转型升级。三是培育一批干事创业的“新农人”。网络信息时代，农村电商为广大农民提供低成本创业渠道，促进人才回流，让农民这个职业更有吸引力。加快城乡要素双向流动，农村电商不仅意味着打通农产品从乡村到城市的上行销售渠道，更畅通资金、人才、信息、知识、商业模式等要素和变革力量的下行渠道。我国农村电商蓬勃发展，引导资金下乡，吸引着广大“新农人”返乡创业，使市场信息得以无延迟直达农户，催生多元商业模式，激发农民的致富潜能。通过一系列的政策组合拳，强化农村电子商务的自身建设，达到农村电子商务的兴权、兴业、兴人、兴地。

农村电子商务助推乡村产业振兴的内在逻辑，本质上构建一个“市场接入—价值实现—倒逼升级—要素激活—供应链优化—三产融合”的

正向循环。首先解决乡村产业最核心的市场准入问题，让乡村产品能卖出去、卖出好价钱。市场的接入和竞争倒逼生产者提升产品质量、标准和品牌，推动产业升级。电商带来的经济效益和创业机会吸引人才回流、激发本地活力、盘活闲置资源。为支撑电商高效运转，乡村物流、仓储等基础设施和供应链体系得到显著改善。电商作为纽带，促进农业与加工业、服务业的深度融合，拓展了乡村产业的边界和附加值，实现综合效益的提升，最终达成乡村产业的全面振兴。这个逻辑链的核心驱动力是市场需求（通过电商平台高效对接）和数字技术（降低交易成本、打破信息壁垒、提升效率）。农村电商不仅是销售渠道的变革，更是深刻重塑乡村产业形态、组织方式和价值创造模式的系统性力量。

市场接入：破除“信息孤岛”与地理隔离。传统乡村产业远离终端消费市场的最大困境，信息不对称严重，优质农产品“卖难”“价低”。互联网和电商平台突破物理空间限制，将乡村生产者直接连接到全国乃至全球市场，解决“酒香也怕巷子深”的问题。价值发现与实现：提升农产品“溢价”能力。传统流通环节多、链条长，层层加价导致农民收益被挤压。电商缩短供应链，实现“田间到餐桌”“工厂到用户”的直连，降低流通成本，让农民获得更多收益，让消费者获得更具性价比的产品。倒逼产业升级：标准化、品质化与品牌化。传统小农生产分散、标准不一、质量参差不齐，难以满足现代市场对品质和稳定供应的要求。电商市场对产品品质、包装、规格、安全等要求明确且严格。电商发展能带动农村电商企业、合作社、家庭农场等新型经营主体的兴起，新型经营主体更有能力和意愿进行规模化、标准化生产和品牌建设。激活乡村要素：人才回流、创业创新与资源盘活。乡村长期面临人才外流、活力不足、资源闲置等问题。电商创业门槛相对较低，效益显现快，为农村青年、大学生、退役军人等提供在家乡施展才华、获得可观收入的平台和机会，有效缓解乡村人才空心化问题。重构乡村供应链：数字化、高效化与韧性提升。传统乡村供应链基础设施薄弱（仓储、冷链）、物流成本高、效率低、损耗大。巨大的电商需求倒逼快递物流企业加速向乡镇、行政村延伸服务网络，“快递进村”工程加速推进，打通农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”。促进三产融合：拓展产业边界，提升综合效益。乡村产业往往局限于第一产业，附加值低。电商平台能带动农产品加工业：满足电商销售对产品形态、保质期、附加值的要求。电商平台成为宣传乡村风光、民俗文化、特色民宿的重要窗口。通过电商销售特色农产品吸引消费者关注，进而引导线上流量转化为线下旅游、体验消费，带动餐饮、住宿、导游等服务业的繁荣。

## 三、农村电子商务助推产业振兴的模式

### （一）浙江遂昌模式

综合服务商＋网商＋传统产业服务，属于驱动型县域电子商务发展模式。遂昌县落实乡村振兴、共同富裕的新要求，探索形成具有山区特色的电商＋产业振兴模式。通过“统一采购、统一仓储、统一配送、统一物流、统一包装”等零成本开店的运营服务，使看似无序的“农产品”向“商品”变身有了规范，“互联网＋”变成全县农户销售新模式与新愿景，“农村电商2.0模式”成为遂昌县打造山区县共同富裕样板的“金名片”。一是推动观念迭代升级，让数字化意识沉下去。通过开展各种乡村电子商务人才培训、抖音高级研修、直播带货等培训活动，以及“课程＋实践”的方法，使农业生产管理模式持续更新，使手机成为“新农具”。加强农村电商人才储备，培育一批乡村电商创业者，如县委书记潘枝旺，普通农民Rose，“农村电商致富带头人”潘东明等。二是推动品牌迭代升级，让遂昌味道叫得响。个性化制定遂昌红提、猕猴桃、土猪肉、土鸡、冬笋等县域农产品电子商务系列产品标准，实现电子商务全程可追溯管理。三是强化网络监管作用，让遂昌品牌强起来。以网络交易平台、购物网站、电子商务等服务网络交易服务站为监管重点，通过省建平台“浙江公平在线”，为遂昌电商市场营造公平竞争的线上市场环境和安全放心的网络消费环境。

### （二）吉林通榆模式

生产方＋电商公司，属于县域“原产地直供”电商的样板。以“政府背书、基地支撑、统

一品牌、营销创新”为主要特征的“通榆模式”得到业界高度认可。“通榆模式”将电商企业、电商平台、地方政府及农户成为紧密价值联合体，在满足各方价值需求的同时带动县域经济发展。一是引进龙头，政企联姻。通榆县将发展农产品电商作为“一把手工程”，县级领导挂钩一个特色农产品电商发展。县政府与电商企业签订战略合作协议，授权其代表通榆县对外接洽各类互联网电子商务平台，拓展农村电商业务。二是打造品牌，标准生产。通过网络平台，集中投放当地的特产，打造“三千禾”品牌。先后创建以畜禽为主要产品的“大有年”，以保健品为主要产品的“云飞鹤舞”。为保证产品质量，维护品牌信誉，建立多层质检体系和农产品溯源体系，实行“统一品牌、统一标准、统一质量、统一包装”，推行农产品“原产地直供”计划。三是整合资源，链式经营。针对当地农业种植主体小而多、小而散、小而杂、小而乱等问题，在电商龙头企业的带领下，与当地大型农业合作组织，进行杂粮杂豆、畜禽制品、镇赉大米、延边养生食品等产品的统一加工和管理。创建“电子商务＋基地种植＋科技支持＋农产品精深加工”的综合运营模式。四是夯实基础，健全体系。成立通榆农产品电子商务发展中心，开设“通榆优品”展销区，以“O2O”形式销售网货。建设三级物流配送体系，将邮政物流的资源集中到每个县，在乡镇建立一个配送中心，一个乡镇建立一个配送服务站，一个行政村建立一个服务点，实现物流配送全覆盖，为网络商品下乡和本地农产品进城的双向流动打下坚实的基础。

**（三）陕西武功模式**

采用集散地＋电子商务，典型的“买西北、卖全国”的营销模式。抢抓“互联网＋”机遇，将电子商务作为优化资源配置、推动产业升级、拉动经济增长的科学路径与有效举措，10年间电商年度销售额增长15倍。一是创新发展理念，找准发展定位。抢抓“互联网＋”重大机遇，依托区位交通、产业基础、文化底蕴、人力资源等优势，创新确立“立足武功，联动陕西，辐射西北，面向丝绸之路经济带”的电商发展工作理念。创新建立“买西北·卖全国”电子商务营销模式，大力发展“社交电商”“网红电商”“直播电商”“跨境电商”等新业态，不断开辟新领域、新赛道。二是搭建发展平台，强化龙头引领。建设电子商务产业园，建成占地7公顷（105亩）电商创业孵化基地，建设西北电子商务大厦、西部数字经济产业园。建设西北网红直播基地，汇集淘宝等平台直播基地入驻。三是聚焦“四个关键”，培育产业集群。把电子商务产业列为县域经济发展的“首位产业”，做优农产品电商，依托武功“西北电子商务第一县”企业集群优势，在西北五省优质农特产品种植区设立电商采购中心，销售40多类3500余种电商产品以及30类100余种农特产品。做大农村电商，建成8个镇级电商综合服务站、95个村级电商综合服务点、183个行政村电商服务站实现全覆盖。做强县域电商，采取“基地（种养殖）＋公司（深加工）＋电商（销售）”形式，引领三次产业融合发展。做实跨境电商，依托亚马逊平台，将国内轻工产品以及武功与周边地区手工艺品远销30多个国家和地区，推动“买西北·卖全国”发展模式向“买全国·卖全球”转变。

## 四、农村电子商务助推产业振兴的困境

目前，农村电商仍然面临新型基础设施滞后、实用技能型人才短缺、农业产业体系不完善、法治化体系不健全等一系列问题。

**（一）基础设施仍然滞后**

我国农村水电气等基础设施建设全面提速，但在信息化、智能化、数字化等新型基础设施建设方面远远滞后于城市。农村电商运营对通信设施和交通运输设施有一定要求，我国广大农村地区的交通设施、电力设施以及网络相关设施建设与城镇相比相对滞后，限制了物流网络的延伸，成为农村电商发展的短板。农村地区物流配送服务水平较低，物流配送点布局分散，农村现有物流体系难以支撑电子商务发展；与农村电子商务相关联的商业银行网点较少，网络支付手段有限。

**（二）专业人才匮乏**

农村电商面临专业人才数量不足、结构失

衡、难培养更留不住等三大困境。首先，总体上农村既缺少懂产品、网销、运营的综合型人才，又因青壮年大量外流，导致留守人员年龄、知识结构与电商要求不匹配。其次，短期培训多，但内容同质化严重。高等教育与乡村产业实际结合弱，缺少长效培养体系。最后，乡村收入不稳定，职业发展路径模糊，导致人才落地扎根意愿不强烈。

**（三）农业产业体系尚不完善**

个体分散农户缺乏产品生产标准意识，农产品质量认证和安全监测体系不健全，品牌效益较低。由于缺乏差异化定位与品牌战略规划，大量农产品陷入“量大价低”的同质化竞争。区域公共品牌建设多停留在名称层面，缺乏系统的标准控制、营销推广与价值维护，品牌对市场的影响力和带动力有限，使得优质农产品难以实现优价，产业整体附加值偏低。同时，面向农村电商经营主体的金融服务产品较为单一，仍以传统抵押贷款为主，而针对电商轻资产、快周转特点的信用贷、订单融资、供应链金融等创新产品供给明显不足。金融支持的缺位，使得广大中小电商创业者在扩大规模、升级设备、营销推广等方面面临资金约束，限制其发展活力与抗风险能力。

**（四）农村电商市场法治化水平有待提升**

受数字技术应用深度与平台管理模式影响，农村电商领域的准入门槛普遍较低。多数平台出于吸引流量、扩张规模的目的，对入驻的个体经营者及小微企业的资质审核较为简化，往往采取“先开店、后补证”或形式审查为主的策略。这使得“无证经营”“超范围经营”等现象在一定程度上存在，不仅扰乱了公平竞争的市场秩序，也为假冒伪劣商品流入市场提供了可乘之机，损害了消费者权益与整体行业信誉。同时，面对电商交易虚拟化、跨地域、即时性的特点，传统的以实地检查、书面审核为主的监管方式面临挑战。在电子数据取证、在线交易行为监测、网络消费纠纷调处等方面，存在技术能力与专业手段不足的问题。

## 五、研究结论与对策建议

本文通过对农村电商推动产业振兴的机制、模式与困境的系统性分析，形成以下核心结论：

第一，农村电商的核心价值在于其作为系统性改造力量，通过“市场接入—倒逼升级—要素激活”的正向循环机制，从全产业链环节驱动乡村产业的价值链攀升与现代化转型。

第二，以本地化服务为核心的“综合服务商驱动型”、以政企品牌共建为特色的“原产地品牌直供型”和以枢纽经济为依托的“区域集散枢纽型”三种模式，为不同资源禀赋地区提供差异化解决方案。

第三，当前面临的基础设施、人才短缺、产业分散及法治滞后等多重困境相互交织，本质上反映产业支撑生态系统的整体性薄弱。

基于研究结论，提出如下对策建议：

一是加快电商基础设施建设。重点解决宽带进村入户、信息覆盖、网络通畅问题，推广适合农民操作使用的信息终端设备，让农民能够用得上、用得起、用得会，为推进农村电商发展提供坚实的保障。建立起覆盖郊区县、乡镇、村的农村信息网络。加快大数据、人工智能等技术与农村电子商务融合和运用，促进农村电商服务模式的持续创新。推动智能化供应链持续向农村下沉，促进农村电商物流供应链实现平台化、集成化经营，打造一套适合农村电子商务的物流运输、配送系统，实现农村电子商务的柔性生产与规模经营融合发展。

二是培养农村电商技能型人才。聘请或引进电商专业人才，加强农村电商人员的培训，对本土电商从业人员开展电子商务知识和业务技能培训，提升电商经营素养。组织农民工、大中专毕业生、退役军人、返乡人员等青年人才到电商企业“以干代学”。强化与大型电商平台的战略合作，充分利用现有电商平台的专业人才队伍、经营理念及资金优势。建立健全对电商专业人才的奖补制度，将城市中的电商人才引进来、留下来。

三是加强农业产业体系建设。坚持政府引导、市场主导、多方协同，将分散生产转化为具有现代供应链竞争力的产业体系。首先，通过扶持合作社、龙头企业等新型主体，带动农户统一生产标准，建立本地化的全流程标准与质量追溯

体系。其次，打造差异化的区域公共品牌，利用电商数据发展订单农业，加强品控与商品化处理，提升附加值。最后，整合物流资源，推广县域“快递共配”模式以降低成本；创新金融产品，开发基于电商数据的信贷服务，满足多样化需求。

四是提升电商监管法治化水平。加强对国家相关政策、法律法规的宣传，引导农村电商守法合规经营。简化农村电商从业人员审批手续，提高农民参与电商的热情，激发创业创新动力。在深化“放管服”改革的同时，建立健全农村电商“红黑名单”制度，加强农村电商市场监管力度。建立网络交易监管平台，从严从快处理农村电商中销售假冒伪劣产品、炒作虚假宣传等违法违规行为。建立健全消费者维权体系，扶持电商公共服务组织、行业协会发展，加强行业自律，切实保障农村电商经营者以及消费者合法权益，维护电子商务活动正常秩序。

## 参 考 文 献


[1] 许宪春，张美慧．中国数字经济规模测算研究——基于国际比较的视角[J]．中国工业经济，2020（5）：23-41.

[2] 秦芳，王剑程，胥芹．数字经济如何促进农户增收？——来自农村电商发展的证据[J]．经济学(季刊)，2022，22（2）：591-612.

[3] 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.

[4] 宫中怡，姜克银．农村电商助力乡村振兴发展研究[J]．农业经济，2022（11）：131-134.

[5] 梅燕，蒋雨清．乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]．中国农村经济，2020（6）：56-74.

[6] 吕丹．基于农村电商发展视角的农村剩余劳动力安置路径探析[J]．农业经济问题，2015，36（3）：62-68.

[7] 朱秀芬．农业移动电子商务存在的问题与对策建议[J]．农业经济，2016（11）：126-128.

[8] 王沛栋．我国农村电子商务发展的问题与对策[J]．中州学刊，2016（9）：43-47.

[9] 董媛媛．农村电子商务的发展态势、存在问题与监管路径分析[J]．农村金融研究，2017（10）：67-71.

[10] 庞爱玲．乡村振兴战略下农村电商产业发展困境与路径[J]．农业经济，2019（7）：123-124.

[11] 张硕，乔晗，张迎晨，等．农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J]．管理学报，2022，19(4)：624-632.

[12] 陈秧分，王国刚，孙炜琳．乡村振兴战略中的农业地位与农业发展[J]．农业经济问题，2018（1）：20-26.

[13] 唐任伍，郭文娟．乡村振兴演进韧性及其内在治理逻辑[J]．改革，2018（8）：64-72.

[14] 吴重庆，张慧鹏．小农与乡村振兴——现代农业产业分工体系中小农户的结构性困境与出路[J]．南京农业大学学报(社会科学版)，2019，19（1）：13-24，163.

[15] 郭俊华，卢京宇．产业兴旺推动乡村振兴的模式选择与路径[J]．西北大学学报(哲学社会科学版)，2021，51（6）：42-51.

[16] 李裕瑞，曹丽哲，王鹏艳，等．论农村人居环境整治与乡村振兴[J]．自然资源学报，2022，37（1）：96-109.

[17] 谭明交．全面推进乡村振兴：理论回顾、经验探索与政策建议[J]．社会科学动态，2023（11）：71-76.

[18] 彭成圆，赵建伟，蒋和平，等．乡村振兴战略背景下农村电商创业的典型模式研究——以江苏省创业实践为例[J]．农业经济与管理，2019（6）：14-23.

[19] 沈费伟，叶温馨．数字乡村建设：实现高质量乡村振兴的策略选择[J]．南京农业大学学报(社会科学版)，2021，21（5）：41-53.

[20] 杜永红．乡村振兴战略背景下网络扶贫与电子商务进农村研究[J]．求实，2019（3）：97-108，112.

[21] 唐红涛，李胜楠．电子商务、脱贫攻坚与乡村振兴：作用及其路径[J]．广东财经大学学报，2020，35(6)：65-77.

[22] 汪阳洁，黄浩通，强宏杰，等．交易成本、销售渠道选择与农产品电子商务发展[J]．经济研究，2022，57（8）：116-136.

[23] 林婷．数字乡村背景下农村电子商务发展对农产品流通效率的影响——基于交易成本和渠道整合的中介效应[J]．商业经济研究，2024（14）：76-79.

## Mechanisms, models and strategiesfor rural e-commerce promoting industrial revitalization

Tan Mingjiao[1], Liu Fuxing[2]

(1. *School of Economics and Management, Yangtze Normal University, Fuling* 223010, *China*; 2. *Business School, Huaiyin Normal University, Huaian* 223300, *China*)

**Abstract**: The development of e-commerce propels rural industries to transform from traditional, decentralised production to a modern market system with the upgraded value chain. This study , systematically explores mechanisms and practical pathways for rural e-commerce empowering rural industrial revitalization. From industry chain perspective, it analyzes the internal logic of rural e-commerce promoting industrial upgrading through data-driven approaches, market linkages, and digital transformation across pre-production, production, and post-production stages. By examining case studies from Suichang in Zhejiang, Tongyu in Jilin and Wugong in Shaanxi, three typical development models are summarized: the " integrated service provider-driven model " , the " origin-based brand direct supply model " and the " regional distribution hub model ". In response to current challenges such as weak infrastructure, shortage of skilled professionals, fragmented industrial systems, and an imperfect legal environment faced by rural e-commerce, systematic optimization strategies are proposed across five dimensions withthe aim of providing references for deepening the application of rural e-commerce and promoting high-quality development in rural industries.

**Keywords**: Agricultural modernization; Electronic commerce; Rural industrial revitalization