

新电商助推吉林省乡村振兴战略的 内在机理与实践对策研究

孙铁铮
吉林财经大学

摘要 乡村振兴战略是我国全面建设社会主义现代化国家的关键环节，是补齐乡村发展短板，促进共同富裕的关键路径。吉林省作为农业大省，农业生产在地方经济结构中占重要地位。传统农业生产过程中存在着规模效益不足、营销渠道单一、农产品附加值低等问题，影响吉林省乡村经济的发展和农民收入的提升。随着直播电商、短视频营销、网红带货等新电商业态的涌现与发展，突破了传统农村经济发展的时空限制，为吉林省乡村产业发展带来了新方向、新动能和新途径。深入探索新电商助推吉林省乡村振兴战略的内在机理与实践对策，充分发挥新电商自身优势，对推动吉林省乡村振兴战略的高质量发展具有重要的理论和现实意义。

关键词 新电商；乡村振兴；内在机理

DOI <https://doi.org/10.6914/tpss.070304> **文章编号** 2664-1127.2025.0703.32-38

收文记录 收文：2025年2月20日；修改：2025年2月25日；发表：2025年3月15日（online）。

引用本文 孙铁铮. 新电商助推吉林省乡村振兴战略的内在机理与实践对策研究 [J]. 社会科学理论与实践, 2025, 7(3):32-38. <https://doi.org/10.6914/tpss.070304>.

© 社会科学理论与实践 ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), 第7卷第3期, 2025年5月31日出版, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.hk>, 电子信箱: wtocom@gmail.com, kycbshk@gmail.com.

Research on the Internal Mechanism and Practical Countermeasures of New E-commerce Boosting the Rural Revitalization Strategy in Jilin Province

Tiezheng SUN

Jilin University of Finance and Economics, Changchun, Jilin 130117, China

Abstract The rural revitalization strategy is a key component in comprehensively building a modern socialist country and a crucial pathway for addressing shortcomings in rural development and promoting common prosperity. As a major agricultural province, Jilin places significant emphasis on agricultural production within its local economic structure. However, traditional agricultural practices face challenges such as limited economies of scale, narrow marketing channels, and low

value-added in agricultural products. These issues hinder rural economic development and constrain improvements in farmers' incomes across the province. With the rise of new e-commerce formats—such as live-streaming commerce, short-video marketing, and influencer-driven product promotion—the time and space constraints of traditional rural economic development have been overcome, offering new directions, momentum, and methods for advancing rural industries in Jilin. Thoroughly exploring the internal mechanisms and practical strategies by which new e-commerce can support the rural revitalization strategy in Jilin, and fully leveraging its inherent advantages, holds significant theoretical and practical value for promoting the high-quality advancement of rural revitalization efforts in the province.

Keywords New E-commerce; Rural Revitalization; Internal Mechanism

Cite This Article Tiezheng SUN, .(2025). Research on the Internal Mechanism and Practical Countermeasures of New E-commerce Boosting the Rural Revitalization Strategy in Jilin Province. *Theory and Practice of Social Science*, 7(3):32–38. <https://doi.org/10.6914/tpss.070304>

© 2025 The Author(s) *Theory and Practice of Social Science*, ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), Volume 7 Issue 3, published on 31 May 2025, by Creative Publishing Co., Limited, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.cc>, E-mail: wtocom@gmail.com, kycbshk@gmail.com.

习近平总书记于 2017 年在党的十九大报告中首次提出乡村振兴战略，强调农业农村农民问题是关系国计民生的根本问题。2025 年 1 月，中共中央、国务院印发了《乡村全面振兴规划（2024-2027 年）》，指明实施乡村振兴战略是新时代新征程“三农”工作的总抓手。近年来，吉林省委、省政府先后印发《吉林省乡村建设行动实施方案》、《中共吉林省委吉林省人民政府关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴加快建设农业强省的实施意见》，明确指出要深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程，深化与头部电商平台合作，拓宽特色优质农产品产供销渠道。

吉林省地域辽阔，农产品资源丰富，但农村地区经济发展依然存在着供需不匹配、经济发展速度缓慢、农副产品销路不畅等问题，导致城乡发展不平衡。随着电商新业态的“异军突起”，特别是在农村电商领域，以直播电商、“网红”带货、社交电商等为代表的新电商模式迅速引领市场形成新趋势，成为助力乡村振兴发展的新动能。

一、新电商助推吉林省乡村振兴的内在机理

（一）新电商对农村产业振兴的影响

1. 拓宽农产品销售渠道

吉林省特色农产品种类丰富，玉米、水稻、黑木耳、杂粮、人参、中草药等是我省主要的优势农产品。新电商通过搭建线上销售平台，将传统的农产品销售模式进行了彻底的革新，本地农产品被直接推向全国乃至境外市场。直播电商、短视频电商让广大消费者直观地了解农产品的种植、生长、施肥、收获等过程，消费者的新鲜感、好奇心和信任度被极大满足，增强了消费者对

农产品的购买意愿。据《东北地区乡村振兴发展报告 2024》数据显示,2022 年吉林省农产品网络零售额达 174.05 亿元,同比增长 6.96%,表明我省的农村产业在数字化新电商的有力推动下取得了显著成绩。通过直播带货等新型商务模式,突破了传统农产品销售的地域限制,许多销量低迷的特色农产品迅速打开市场,实现从“低谷”到“顶流”的转变。

2. 推动农业产业升级

新电商为传统农业与第一、第二、第三产业的“三产”深度融合,提供了协同联动的支撑平台,聚焦特色农产品的销售这一关键核心,推动上游农业生产所需化肥、种子、农机等资料采购的电商化,提高农业生产效率;向下游推进农产品深加工、物流储运、包装推广等产业的发展,形成完整的农业生产生态系统。同时,依托新电商平台的大数据分析技术,乡镇企业和农户可精准获取市场消费需求,迎合更能满足市场需求的新产品和深加工产品,延伸农产品产业链,提高农产品附加值。新电商还能与乡村文旅、休闲农业相结合,推广乡村旅游资源,吸引消费者参与农事活动、体验农家美食,进一步拓宽乡村产业发展空间,提升乡村产业整体竞争力。

(二) 新电商对人才振兴的影响

1. 塑造新型农民

新电商的发展改变了农民传统的“春播等秋收”、“靠天吃饭”思想意识。近年来,在快手、抖音等直播平台上逐步出现的农产品营销视频相继取得成功,促进了农民自身思想上的改变。政府、电商企业和社会组织开始面向乡村干部、村里青年、返乡大学生等群体组织开展以抖音、淘宝、快手等直播平台为主的直播培训,大力宣传农村特色产品,培养了一大批懂电商策划、精通线上营销的新型农民,逐渐适应新电商时代下农村发展的步伐。在大数据、商务智能等新兴技术的推动下,农民更便捷地了解市场动态信息,不断提升自身的综合素养和营销竞争力。

2. 促进人才返乡

新电商行业发展的火热景象,为农村青年提供了巨大的发展空间和创业机会,同时也吸引了大量外出务工者和毕业大学生返乡创业。农民利用各类培训收获的知识和技能投身到直播带货、开办网店等线上营销模式中。具有良好学业背景的返乡大学生在电商领域取得可观的营销收益,成为村镇经济发展的典型代表。靖宇县龙泉镇大北山村的驻村第一书记高世龙带领村民在主流电商平台开设了“老农夫”生态馆和独立推广销售网站,将传统文化和地域文化植入品牌,从山野菜、大米、花茶蜂蜜到人参等中药材,取得了可观的销售业绩,吸引并带动村里外出农民回乡参与电商创业,为村集体经济的发展找到一条新路。

(三) 新电商对文化振兴的影响

1. 塑造乡村品牌形象

乡村振兴战略在新电商平台的有力支撑下,吉林省乡村品牌形象正越叫越响。在现有丰富初级农产品的基础上,通过精心策划、包装、宣传,将民俗地域文化、自然风光等元素与农产品整合,打造具有地域特色和历史文化内涵的乡村品牌。依托“吉字号”区域公用品牌,利用电商平台进行宣传和推广,吉林大米、吉林鲜食玉米、吉林杂粮杂豆、长白山人参、长白山食用菌以及吉林优质畜产品、吉林梅花鹿等农产品与吉林省的自然生态、地域文化紧密结合,形成了良好的品牌形象,让我省乡村产品在市场占据了优势地位。

2. 传播地域特色文化

“文化振兴”、“精神振兴”是乡村振兴的内在核心，新电商通过短视频、网红直播等形式，将吉林省的民俗文化、农耕文化和地域文化等特色资源生动地展示给广大消费者，充分展示吉林省乡村文化的自然魅力。新电商在向农村传递和输出新产品、新生活方式的同时，也将消费时尚、生活理念带给农民群体，促进城乡文化互动融合提供了新渠道。本地乡村文化与外界的传播交流也带动了乡村旅游的发展，游客因对乡村特色农产品的喜好、认同而选择到当地乡村旅游观光。

（四）新电商对乡村新生态的影响

1. 推动绿色生产模式

绿色无公害、有机农产品是新电商平台中消费者对产品的重要关注点，促使农业生产必须向智慧农业、绿色生态方向转变。减少农药、化肥的施用及残留污染，推行农产品溯源、全链条监管，实现经济效益和生态效益的双丰收，新电商发展所起到的引领、带动作用功不可没，农民和加工企业更加重视产品质量和生态保护的重要意义。农作物秸秆、松枝等资源被农民制作成特色工艺品，通过新电商平台销售，减少废弃物对环境的污染，推动了农村生态环境的改善，实现美丽乡村建设。

2. 促进乡村生态旅游发展

新电商通过发展地区优势资源，将吉林省乡村独特的自然风光、人文特色、田园生活等生态资源通过直播平台展示，实现“农村+农业+电商+旅游”的协同发展，盘活了农村自然资源与传统民俗，促使农村加强生态环境保护和基础设施建设，进一步协调乡村生态资源的保护与开发，打造乡村旅游特色品牌，吸引大量游客到乡村旅游。乡村旅游业的发展为村民就地就业创造了更多机会，提高农民收入，提升农民的生态保护意识，实现乡村生态发展的良性循环。

（五）新电商对乡村治理的影响

1. 强化农村电商组织建设

新电商在村级基层的发展，使得部分农民的传统身份转变为农产品电商从业者，省内各地通过成立合作社、电商之家、农商协会等组织，将零散的农户和电商从业者组织起来，共享资源、互通信息、抱团发展，进而在农村地区形成有组织的电商发展模式。这些电商组织在指导培训、技术帮扶、市场拓展、品牌树立等方面发挥了重要支撑作用。以农村电商协会的形式与头部电商平台加强沟通合作，获得政策支持和流量资源，通过开展线上产品展销会、直播带货、重要节日促销等活动，促进农村电商产业健康发展。

2. 提升基层党组织引领能力

在新电商赋能乡村振兴过程中，离不开农村基层党组织的引领和支撑作用，以及新农人的积极参与。基层党组织积极探索“党建+电商+农户”的发展模式，通过政策引导、技术培训、资金和项目帮扶等途径，为农民解决在电商发展过程中遇到的问题和困难，让农户在家门口实现增收致富。驻村书记直播带货、第一书记代言、第一书记协会成为基层党组织助力新电商发展的典型，发挥了示范引领作用，增强了农村电商发展的凝聚力，促进了乡村振兴战略的扎实推进，让广大农民群众走上共同富裕之路。

二、新电商助推吉林省乡村振兴战略中存在的问题

（一）理念更新滞后，新电商模式应用不够深入

近年来,吉林省在直播电商、短视频电商等新电商模式应用取得一定成绩,但整体应用水平尚不够深入。当前还有大量农村电商经营管理者对新电商模式的理解还停留在传统电商时代,认为发展电商就是在网上销售农产品,对新电商模式的认知不足,对新电商营销技术、运营理念等内在规律理解肤浅,缺乏对农产品包装策划、品牌建设及客户互动体验等认识。部分农村电商企业在经营中未将大数据分析、商务智能等新技术运行到精准营销、供应链管理等方面,农业生产与新电商融合不足,影响农业资源的产业升级,限制了新电商推动乡村振兴的发展质量和效益。

（二）政策支持体系和配套服务体系不健全

近年来,吉林省出台了一系列支持农村电商发展的政策举措,包括农村电商发展专项资金扶持政策、农村电商创业贷款支持政策、农村电商物流配送支持政策、农村电商税收优惠政策等,但在政策落实和操作过程中还存在着不足之处,对农村电商企业和农户的实际支持力度有限,基层部门工作人员对农村电商产业缺少理解。农产品线下供应链各环节缺乏有效对接,供求两端信息协同平台建设薄弱,信息共享存在障碍,未形成规模化的供应聚合和需求集合,影响农村电商运营效率的提升。此外,农村电商经营盲目性、同质化发展、恶性竞争等问题普遍存在,缺少有效的市场监管,影响农村电商在推进乡村治理中应有的价值。

（三）品牌意识不足,特色文化传播影响力受限

吉林省特色农产品种类丰富,但缺乏更为具体的产品品牌,加之农村电商以分散的农户家庭为主,个体网络商户多,规模偏小,做强企业的想法与积极性不足,品牌意识薄弱,农产品同质化较重,品牌塑造作用不显著。在2024年11月中国农产品市场协会公布的《中国农业品牌目录2024农产品区域公用品牌名单》中,吉林省有19个农产品品牌入选,占539个人选品牌的3.5%,相比国内其他省市存在较大差距,其主要原因在于很多企业注册了品牌,但是品牌背后的企业文化、地域文化没有有效挖掘,宣传力度不够,没有实现品牌树立带领的溢出效应,导致有品牌但无效益,品牌形象与地域特色文化没有得到有效彰显。

（四）电商专业人才匮乏,制约农村电商体系发展

随着互联网的普及和农村产业的转型升级,农村电商发展迅速,对电商人才的需求与日俱增。然而,农村电商需要对农业生产、信息技术、市场营销等多方面具有跨界融合的知识和能力,农村大多数从事农业生产的主要是中年和老年人,普遍受教育程度低,缺乏对电商行业必备技能的了解和掌握。尽管开展了一系列电商培训活动,培训内容和方式与实际需求有差距,仍然存在卖货靠直播的片面认识。此外,农村地区生活条件和发展空间有限,难以吸引并留住高端电商人才。从农村走出的大学生毕业后选择留在城市,本人及家长不愿再回农村,也在一定程度上影响了农村电商人才队伍的发展。

三、新电商助推吉林省乡村振兴战略的实践对策

（一）促进产业融合,树立新理念

当前,新电商已经助力农业向规模化、产业化和现代化发展的重要推手,能够统筹农业产业链上下游联动实现协同发展的“领航员”。首先,要进一步破除农业产业链各环节的信息壁垒,形成以电商平台为基础,包含上游农产品生产、包装加工,下游物流配送的全产业链深度融合,使得原本分散的农户、合作社、加工企业、物流企业等主体,通过数字化平台实现资源共享、优

势互补，形成强大的产业集群效应。其次，依托大数据、人工智能、物联网等数字技术，构建起覆盖生产端、流通端、消费端的全链路数字化体系。通过对消费者购买偏好、市场价格波动的实时监测分析，反向指导农户精准调整种植、养殖结构。最后，新电商催生出“农业+”的多元融合模式。除了传统的农产品销售，“农业+文旅”“农业+康养”等新业态不断涌现。通过短视频、直播等形式，乡村的自然风光、农耕文化被生动展现在消费者眼前，吸引城市人群参与农事体验、研学旅行等活动。这种产业融合不仅为农业发展注入新动能，更推动了农村“三产”的深度融合，助力乡村振兴战略全面实施。

（二）强化政策支持力度，建立农村电商治理新体系

政策支持是农村电商提速发展的强心剂，地方政府需要结合当地特色优势，提供符合农业企业实际需求的电商发展规划服务，统筹协调农业、商务、交通等多部门资源。通过建设农村电商产业园，打造集产品研发、包装设计、仓储物流、直播运营于一体的综合性服务平台，实现产业集聚发展。政府应设立专项农村电商发展基金，对农产品上行、冷链物流建设、电商人才培养等关键环节给予补贴。构建以信用为基础的新型监管机制，建立跨部门协同治理机制，整合市场监管、农业农村、网信等部门力量，形成监管合力，营造公平有序的农村电商市场环境。

（三）推进农产品品牌化建设

推进农产品品牌建设是促进农村电商的核心路径，知名品牌的树立不仅能赋予农产品更高的市场溢价，还能有效提升其市场辨识度与竞争力。首先，打造独具特色的农产品品牌需要深度结合地区的自然环境、地域文化与品种资源，从而提升吉林省农产品品牌文化内涵。利用新媒体平台，通过短视频、直播带货等形式，讲述农产品背后的故事，展现种植、养殖过程，从依靠网红直播带货向农户自身日常生产活动吸引消费者，提升直播带货的效益。其次，积极参加各类农产品展销会、博览会，加强与快手、抖音、拼多多等大直播电商平台合作，拓展销售渠道，提升品牌知名度。最后，建立完善的农产品质量标准体系，从种植养殖、加工生产到仓储运输，每个环节都制定严格规范，严格把控农产品质量生命线。

（四）构建农村电商人才队伍培育体系

人才振兴是实现乡村振兴的关键，构建农村电商人才队伍培育体系是推动农业产业转型升级的基础条件。2020年，吉林省人才办、省编办、省教育厅、省财政厅、省人社厅、省农业农村厅联合下发文件，依托吉林省部分高校重点为省内15个脱贫摘帽贫困县的乡镇培养涉农专业本科生。吉林财经大学电子商务专业承担“订单式”电子商务农科生培养任务，农科生毕业后到乡镇工作并配有事业编制，加强农村地区高素质专业队伍建设。2024年、2025年共计两批毕业生已赴省内8个地级市（州）的42个乡镇工作，这些电子商务专业毕业生掌握信息技术和电子服务综合技能，具备互联网创新创业素质，适应现代社会商务运营、专业管理和技术服务需要将为当地电商兴农战略提供人才保证。同时，针对返乡创业青年、农村致富带头人等群体，政府及电商行业协会应开展短期集中培训，内容涵盖电商平台操作、短视频拍摄剪辑、网络营销技巧等实用技能，邀请行业专家讲解农产电商发展趋势、品牌建设策略等前沿知识。地方政府可设立农产电商人才专项奖励基金，对业绩突出的电商创业者、运营团队给予资金奖励，完善激励政策，增强人才吸引力与留存率。

随着吉林省乡村振兴战略不断向纵深发展，吉林省农村电商在新技术助力带动下，要深化

“三产”融合，加强政策支持力度，打造系列优势品牌，强化与高校、企业合作，为本地区的农村电商产业培养专业人才，让乡村振兴的步伐更加坚实有力。

基金项目 吉林省科技发展计划项目：农村新电商助推吉林省乡村振兴战略的内在机理与实践路径研究（项目编号：20230601110FG）。

作者简介 孙铁铮，男，1981年出生，汉族，辽宁省营口市人，吉林财经大学副教授，研究方向：电子商务。电子信箱：suntiezheng@jlufe.edu.cn。

参考文献

- [1] 李永正. 乡村振兴战略下吉林省农村电商发展对策研究 [D]. 吉林农业大学,2023.
- [2] 闫实. 吉林省农村电商发展研究 [D]. 吉林大学,2021
- [3] 吴梅. 新电商助推乡村振兴战略的内在机理与实践应对 [J]. 农业经济,2020,(08):143-144.
- [4] 李阳, 李娇. 新媒体环境下吉林省农业电子商务发展现状及策略分析 [J]. 青海农技推广,2017,(02): 43-45.
- [5] 陈志伦, 许喆. 乡村振兴战略下吉林省农村电商发展的瓶颈及对策 [J]. 热带农业工程,2024,48(04): 13-16.
- [6] 马传明. 乡村振兴战略下吉林省农村电商品牌提升对策探究 [J]. 南方农业,2021,15(30):152-153.
- [7] 李桂林, 赵海宁. 运用直播电商助力吉林省农村文化产业发展 [J]. 经济研究导刊,2023,(02):18-20.

（责任编辑：孙强 Email: wtocom@gmail.com）