

# 农村电商赋能乡村产业振兴：价值分析、现实困境与实践路径

毛 颖

江苏大学马克思主义学院，江苏 镇江

收稿日期：2024年6月6日；录用日期：2024年6月24日；发布日期：2024年8月19日

## 摘 要

农村电商是乡村产业振兴的活力源泉，乡村产业振兴为农村电商发展提供有利条件，二者相辅相成、相互促进。电子商务作为一种新型的商业形态走向农村，在助推乡村产业振兴的同时，面临着基础设施建设滞后、专业电商人才队伍空缺、农产品品牌效应薄弱等问题。本文针对这些存在的现实困境问题，提出了农村电商赋能乡村产业振兴的三条实践路径，即强化农村电商基础设施建设、培育和引进农村电商人才以及打造农产品电商品牌。

## 关键词

农村电商，乡村振兴，产业振兴

# Rural E-Commerce Empowers Rural Industry Revitalization: Value Analysis, Realistic Dilemma and Practical Path

Ying Mao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 6<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 24<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 19<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

Rural e-commerce is the source of vitality for the revitalization of rural industry, and rural industry revitalization provides favorable conditions for the development of rural e-commerce, and the two complement each other and promote each other. As a new form of commerce, e-commerce is

moving to rural areas. While promoting the revitalization of rural industries, it faces some problems such as lagging infrastructure construction, lack of professional e-commerce talent team, and weak brand effect of agricultural products. In view of these realistic difficulties, this paper puts forward three practical paths for rural e-commerce to empower rural industry revitalization, namely, strengthening rural e-commerce infrastructure construction, cultivating and introducing rural e-commerce talents, and building agricultural products e-commerce brand.

## Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Industrial Revitalization

Copyright © 2024 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，产业振兴是核心。乡村产业振兴不仅是推动乡村振兴的核心经济基础，而且能够有效地应对和解决乡村振兴过程中所面临的多重挑战。随着现代信息技术的飞速发展，农村电商作为一种新型的商业形态，依托现代互联网技术，正逐渐与乡村产业发展相融合，成为加快乡村经济发展、助推乡村产业振兴的重要引擎。然而，由于受到各种因素影响，农村电商发展还面临着诸多现实困境，一定程度上阻碍了乡村产业的发展。因此，探讨我国农村电商在赋能乡村产业振兴中的关键作用，分析其发展面临的挑战，并研究创新的发展路径，对于推动农村电商助力乡村经济繁荣具有重要的现实意义。

## 2. 农村电商赋能乡村产业振兴的价值分析

农村电商的兴起为乡村产业振兴注入了新的动力和活力，作为推动乡村产业振兴的重要力量，其赋能作用不容忽视。

### 2.1. 促进乡村产业基础设施建设

乡村基础设施建设是乡村振兴中产业流通的前提条件。农村电商的进一步发展，推动了农村物流网络的完善，促进了农村物流基础设施的建设，使农村地区的物流配送更加便捷、高效；促进了信息技术的广泛应用，提高了乡村产业的信息化水平。通过电商平台，农民可以更加便捷地获取市场信息、销售渠道等，从而指导农业生产、销售。同时，信息技术也推动了农村产业的数字化转型，提高了生产效率和管理水平。

### 2.2. 助力乡村产业开拓销售市场

我国广大农村地区地处偏远、交通不便，当地具备地域特色的相关产品和自然资源不为外界所知。不过随着电子商务的不断普及和发展，当地农产品的向外推广成为了可能。农村电商革新了传统农产品销售模式，突破了时空的局限，为农产品市场带来了前所未有的便利和机遇，使其能够直接面向全国乃至全球市场。这极大地拓宽了农产品的销售渠道，提高了农产品的销售量和农民收入。这种销售模式综合互联网和农业特点，利用农村电子商务先进的信息技术，根据市场需求打造产品，从而缩短当地农产品向外输出的过程，实现农村经济的快速增长。

## 2.3. 推动乡村产业结构优化升级

农村电商的发展不仅仅是简单的销售农产品，还促进了农村产业结构优化和升级。农村电商，作为生产与销售之间的桥梁，会沿着供应链、产业链及价值链的脉络，逐步进行深度优化与改造。农村电商为满足市场与消费者的需要，运用各种营销方式，建构新型供应链，发展新产业模式。一方面，通过电商平台，农民可以了解市场需求和趋势，调整种植结构和养殖方式，解决了由于信息不对称所导致的供求不匹配问题，推动了农村供给侧结构性改革。另一方面，电商平台还可以为农村产业提供技术支持和信息服务，推动农村产业向数字化、智能化方向发展。

## 3. 农村电商赋能乡村产业振兴的现实困境

### 3.1. 基础设施建设的硬实力滞后

在农村地区发展电子商务，对基础设施建设有一定要求，如果缺乏完善的基础设施，就会直接影响电子商务经济的开展，进而影响乡村的产业振兴。目前，农村的基础设施不健全，主要体现在网络及通信基础设施建设滞后、道路及交通基础设施建设滞后、物流基础设施建设滞后等方面。

第一，网络及通信基础设施建设滞后。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年12月，我国互联网普及率达77.5%，其中农村网民规模为3.26亿[1]。这表明，尽管大多数农村可以实现网络覆盖，但也有个别地区架设网络较为困难，即便架设成功，还会存在网络信号不稳定、网络速度反应慢等难题；

第二，道路及交通基础设施建设滞后。受自然地理位置偏远、历史发展条件限制等多重因素的影响，农村电商的发展相较于城市电商显得更为滞后，公路交通等基础设施硬件设备也显著落后于城市，进一步制约了农村电商的快速发展[2]。农村道路普遍存在路面破损、坑洼不平、路基不稳等问题，尤其到了雨季，道路积水严重、泥泞不堪，使得农村村民外出十分不便，严重影响了村民的出行和农产品的运输；

第三，物流基础设施建设滞后。网络及通信基础设施建设的滞后、道路及交通基础设施建设的滞后，不可避免地阻碍了物流基础设施的建设。因为电子商务物流体系的运行前提就是要有良好的网络通信以及通畅的道路交通作为保障。然而，很多农村地区交通条件相对落后，道路状况不佳，没有物流点，浪费了部分物流配送的时间、精力，导致物流效率低下。

### 3.2. 专业电商人才队伍的软实力空缺

人力资源是生产性的第一资源，更是农村电商发展的重要需求资源[3]。乡村产业振兴背景下，农村电商的发展还面临专业人才短缺的现实困境。目前，现有农村电商人才不仅在数量上有所欠缺，而且在质量上也难以满足实际需求。

从数量上看，中国农业大学智慧电商研究院发布的《2020中国农村电商人才现状与发展报告》预计，2025年，农产品上行电商人才需求缺口将达350万[4]。这可能是因为，一方面，农村的整体经济条件较差，选择主动留在农村地区的年轻劳动力较少，加之大城市的“虹吸效应”显著，大量农村青壮年劳动力被吸引并流向城市，使得农村人才外流严重；另一方面，许多受过电商专业教育的人才、具有相关专业知识与技能的高校毕业生的首选仍是留在城市，不愿下乡就业创业、投身农村基层工作，使得技术人才内输匮乏。

从质量上看，在乡的从业人员文化水平相对较低，复合型人才稀缺。电子商务发展不仅需要互联网技术、美工人才，还需要涉及运营管理、策划宣传、资源整合等方面人才。然而，目前农村电商从业人员多为本村农民、村干部及农村电商服务站点人员。其中，多数农民文化程度不高，对于电商的认知不

足；尽管村干部在文化程度上占有一定优势，但对农村电商相关事宜也还是不熟悉；农村电商服务站点人员多为本村村民，在服务意识及对农商产品的保管及寄出等方面均存在一定短板。

### 3.3. 农产品的品牌效应薄弱

品牌意味着商品定位、经营模式、消费族群和利润回报，是现代农业产业发展的应有之义。农村电商的主要销售渠道为互联网，而互联网产品具有品牌属性，品牌属性较强的产品往往知名度较高，销售量较好[5]。然而，当下农产品同质化严重，结构性矛盾凸显，一定程度上从生产端限制了农村电商的发展。究其原因，主要有：农民品牌意识薄弱，农产品标准化、规模化生产难度大，精深加工技术不强、品牌宣广落后。

第一，农民品牌意识薄弱。农村是典型的“熟人社会”，农民没有意识到建立品牌的重要性，因而在生产和加工环节中，往往存在盲目模仿和简单复制的现象，缺乏清晰准确的市场定位，同时也缺乏广为人知的、具有辨识度的农产品品牌；

第二，农产品标准化、规模化生产难度大。农产品由于其自然属性和生产过程的复杂性，很难完全实现生产的标准化、规模化。目前，许多农村仍采用传统耕作方式，小农户由于分散经营，往往缺乏与外界的有效交流，导致单个经营主体的产品存量有限，且整体的组织化水平较低，难以形成规模效应；

第三，精深加工技术不强。长期以来，我国农产品还处于初加工和粗加工阶段，市场上的农产品多以初级形态呈现，只经历了简单的粗加工，技术含量较低，因此附加价值不高。这种生产方式使得农产品之间的相似度极高，可替代性非常强；

第四，品牌宣广落后。当下，许多农产品生产者可能认为，只要产品好，自然会有市场，而不需要过多的品牌宣传和推广。这就忽视了品牌建设宣传，没有明确产品定位与产品特点，导致内容千篇一律，难以吸引消费者。

## 4. 农村电商赋能乡村产业振兴的实践路径

### 4.1. 强化农村电商基础设施建设

在农村偏远地区，通信网络、道路交通以及物流等硬件设施成为了制约农村电商提质增效的关键短板，亟待加快步伐，补齐这些基础设施建设的不足。

第一，加强网络及通信基础设施建设。农村电商，作为一种在线销售模式，其成功运营离不开稳定且高效的互联网环境。首先，要确保农村地区的电力供应稳定，为电商运营提供必要的电力保障；其次，要提高农村地区的网络覆盖范围和网速，实现“县县通5G、村村通宽带”，确保农村区域享有全面、高速且稳定的网络接入；

第二，加强道路及交通基础设施建设。道路交通是物流网络中不可或缺的一环，能有效提升物流的流通速率，并显著降低运输成本。为了优化农村交通道路，需加大投资力度建设农村交通基础设施，特别要强化农村地区的公路、桥梁及隧道的构建。通过不断完善农村交通基础设施网络，确保农村公路更加畅通无阻，更有效地连接田间地头，进而保障农产品的顺畅运输。此外，在农村交通道路建立好后，还需加强相应的管理与维护，提高道路交通运输的安全性、可靠性、长期性；

第三，加强物流基础设施建设。首先，政府应积极发挥引导作用，通过推出一系列优惠政策，例如降低落户企业的税收比率等，鼓励物流配送公司积极投身于农村物流体系的建设与发展中[6]；其次，鼓励和支持农村电商与物流企业合作，共同解决农产品的配送问题。同时，鼓励农村电商企业自建物流体系，提高农产品的流通效率；最后，加快完善县、乡、村三级网络仓配中心、分拨中心、快递中心的节点建设，同时积极发挥邮政集团的引领作用，借助农村本地的小卖部和村委会设立便捷的快递服务点，

以便更好地服务农村地区，提升物流效率。

## 4.2. 培育和引进农村电商人才

培育和引进电商人才是农村电商持续健康发展的核心驱动力，对于实现乡村产业振兴至关重要。在乡村振兴过程中，要注重人才的发现、引进和培养，包括本土的人才、外来引进的人才、回乡的人才等各类人才，更要充分发挥人才的作用[7]。

从培育的角度出发，农村地区必须致力于培养本土的优秀人才，为电商行业注入活力，增加农产品的销售量，从而促进乡村振兴[8]。首先，可以通过举办各种形式的电商培训班，向农村青年和农民介绍电商的发展机遇和技巧，提升他们的电商知识和技能。在这个过程中，尤其要注重坚持理论和实践相结合的原则；其次，加强新农科建设。通过高等院校的新农科建设，培养一批既具备现代农业知识又掌握电商技能的新型农民，为农村电商的持续发展提供坚实的人才保障。此外，还要鼓励和引导高校、企业建立紧密联系，共同建设农村电商学院或专业，为发展农村电商培养更多实操型电商人才和运营人才[9]。

从引进的角度出发，首先，地方政府应加大资金投入，为外来人才提供良好的福利待遇、技能培训和住房医疗保障。同时，还应创造良好的营商环境，吸引有资金、有技术、有资源的各类企业进入乡村，扩大农村就业空间，带动经济发展；其次，通过举办学术交流活动、邀请专家讲座等方式，积极开展人才交流与合作，引入外部先进理念和经验，提高本地电商人才的素质水平，拓宽电商人才的视野[10]。

## 4.3. 打造农产品电商品牌

树立品牌可以让乡村农产品从同质化的现状中脱颖而出，赋予农产品更多的附加值，增强主体意识，扩大消费群体。因此，要重视农产品品牌建设，根据地方特色创新思路，打造有温度、有思想的地方特色农产品品牌。

第一，培养农民的农产品品牌意识。农产品品牌意识是农产品品牌建设的基础与前提。农民通过电商平台销售农产品，首先要明确农产品的品牌定位，确定目标市场和消费者群体，了解他们的需求和偏好。其次，挖掘农产品的独特卖点，如产地优势、品种特色、绿色有机等，进而设定品牌的核心价值观和愿景，使品牌具有辨识度；

第二，构建农产品品牌发展体系。农产品品牌发展体系是品牌建设的重要环节，可以解决以往农产品品牌建设中农产品质量无法保障、运输体系难以支撑品牌建设等相关问题[11]。要完善农产品标准化生产体系。按照国家法律、标准、国际通行标准、生产需求等要素，建立并完善农产品标准化生产体系，保障农产品质量，为农产品品牌建设奠定良好基础；

第三，提高农产品精深加工技术。在品牌建设进程中，应加大对农产品生产优化、精深加工、外包装设计和、科研创新、推广营销等方面的投资力度，并注重引入农业科技人员，提升农产品的质量、挖掘农产品的特性，提高其竞争力；

第四，创造高附加值农产品的文创化。农产品文创化是农产品的一种新卖法。通过增加身份的属性价值、流通的社交价值、地域的精神价值和特色的文化价值这四类高附加值，更大程度地实现除了产品本身的使用功能价值之外而附加的其他领域不可或缺的价值[12]。这有利于增加消费者对农产品的认可，推动构建农产品品牌。

## 5. 结语

乡村振兴背景下，农村电商作为乡村产业振兴的重要助推器，其赋能作用不容忽视。但与此同时，在现阶段，受制于各种因素，农村电商发展还面临诸多问题，需要进一步强化农村电商基础设施建设、

大力培育和引进农村电商人才、打造高品质的个性化农产品电商品牌。

### 参考文献

- [1] 国家图书馆研究院. 中国互联网络信息中心发布第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2024, 33(2): 104.
- [2] 武星. 农村电商物流网点空间分布竞合的实证检验[J]. 商业经济研究, 2022(1): 113-115.
- [3] 任晓聪, 和军. 我国农村电子商务的发展态势、问题与对策路径[J]. 现代经济探讨, 2017(3): 45-49.
- [4] 2025 年人才缺口将达 350 万[N]. 人民邮电, 2020-06-12(007).
- [5] 汪鹏. 农村电商促进乡村产业发展路径探析——以江西省玉山县为例[J]. 甘肃农业, 2024(2): 66-72.
- [6] 李鑫珊. 乡村振兴背景下农村电商提升对策探究[J]. 产业创新研究, 2022(9): 78-80.
- [7] 黄承伟. 新征程上乡村振兴前沿问题研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2023(5): 1-10.
- [8] 刘小娇. 农产品 + 直播: 农村电商新模式[J]. 湖北农机化, 2020(12): 28-29.
- [9] 温月芬. 发展农村电商助力乡村振兴——以山西乡村 e 镇为例[J]. 经济师, 2024(2): 137-139.
- [10] 李欣芯. 农村电商人才培养新路径[J]. 人力资源, 2024(4): 44-45.
- [11] 杨智明. 乡村振兴背景下农产品品牌建设发展现状及对策研究[J]. 山西农经, 2024(9): 104-106, 110.
- [12] 徐湛榕. 设计赋能岭南农产品品牌助力乡村振兴的实践研究[J]. 大众文艺, 2024(9): 45-47.