

乡村振兴背景下农村电子商务 高质量发展路径探究

张曦文

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年8月23日; 录用日期: 2024年9月11日; 发布日期: 2024年11月22日

摘要

在乡村振兴背景下农村电商通过加快信息传播、促进产品流通、优化产业结构及推动城乡协调发展, 对乡村振兴具有重要意义。当前, 农村电商市场规模不断扩大, 但面临挑战。文章旨在分析发展现状, 揭示存在问题, 并提出完善路径对策, 以推动农村电商高质量发展, 助力乡村振兴战略实施和社会主义现代化国家建设。

关键词

乡村振兴, 高质量发展, 电子商务, 农村电商

Exploring the Path of High-Quality Development of Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalisation

Xiwen Zhang

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Aug. 23rd, 2024; accepted: Sep. 11th, 2024; published: Nov. 22nd, 2024

Abstract

Rural e-commerce in the context of rural revitalisation is of great significance to rural revitalisation by accelerating the dissemination of information, facilitating the circulation of products, optimising industrial structure and promoting the coordinated development of urban and rural areas. Currently, rural e-commerce market scale is expanding, but faces challenges. The article aims to analyse the

current development situation, reveal the existing problems, and put forward measures to improve the path of countermeasures, in order to promote the high-quality development of rural e-commerce, and help the implementation of the strategy of rural revitalization and the construction of a modern socialist country.

Keywords

Rural Revitalisation, High-Quality Development, E-Commerce, Rural E-Commerce

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

在网络信息技术的蓬勃兴起与持续演进下，中国人民在改革开放的壮阔征程中勇毅前行，深度融合市场经济内在规律，开创出独具中国特色的电子商务经济模式，致力于电子商务经济的高质量、稳健发展。农村产业的持续繁荣、乡村振兴战略的深入实施以及脱贫攻坚战役的全面胜利，为乡村民众在伟大时代变革中照亮了电子商务发展的广阔前景与无限机遇，促使农村电子商务应运而生，乘势而上。

在全面推进乡村振兴的背景下，深入剖析数字化时代农村电子商务高质量发展的现状，精准把脉其面临的挑战与问题，并据此完善发展路径与策略，对于推动新时代中国特色社会主义现代化经济体系建设、加速乡村振兴战略的有效落地、以及助力中华民族伟大复兴的历史进程，均具有不可估量的深远意义。

2. 乡村振兴背景下农村电子商务高质量发展的深远意义

2.1. 强化农村地区信息流通与共享

当前，农村地区在经济结构和技术水平上相较于城市仍显滞后，特别是在市场信息获取与技术应用方面存在显著差距。信息技术作为推动乡村经济流通的关键桥梁，其重要性不言而喻。在数字化浪潮的推动下，农村电子商务的蓬勃发展极大地促进了农业与农村领域的信息技术交流与产品市场流通。这一趋势使得农业生产能够紧密依托网络信息进行灵活调整，实现农业生产与市场信息的深度融合与互补，为制定科学合理的农业发展政策提供了有力支撑。通过这种方式，有效缓解了乡村经济因信息不对称所带来的发展瓶颈，为农村电子商务的繁荣奠定了稳固基石。同时，农村电子商务的进一步发展又反过来加速了农村地区的信息流通与共享，为乡村经济的持续健康发展注入了新的活力。

2.2. 加速农村地区产品流通机制的构建

当前，农村地区的农产品流通体系尚处于不完备状态，农产品在流通环节面临诸多挑战。传统模式下，市场与农户间呈现出一种主动与被动的不平衡关系，农产品的生产与销售往往处于被动响应市场需求的境地，限制了农户在市场中的自主选择能力。针对这一困境，农村电子商务的兴起成为了关键转折点。它不仅能够有效缓解上述问题，还赋予农民在农产品生产至交易全链条中的主动地位。通过实时接入网络信息资源，农民能够积极捕捉市场动态，精准分析市场需求，进而为农产品的销售策略、流通路径及运输方案制定出高效且针对性的解决方案。这一过程不仅增强了农民的主体性，还极大地促进了不同区域间农产品的顺畅流通，为农村经济的多元化发展注入了新的活力。

2.3. 深化农村产业结构优化与转型升级

随着数字经济的蓬勃发展与大数据技术的广泛应用，信息传播效率显著提升，这一趋势正逐步拓宽农村产业的生产潜能边界，引领农村产业结构向更高效、更科学的方向重构与优化，从而触发现代农业体系的全面革新与重建，为农村产业的繁荣发展持续注入强劲动力[1]。在此过程中，农村电商平台的构建成为关键一环，它依托先进的网络信息平台，极大地强化了生产商与消费者之间的信息互动与对接，有效驱动了农村地区产业结构的转型升级。具体而言，一方面，电商平台使消费者能够直接表达个性化产品需求，引导生产商依据市场偏好进行定制化生产，增强了生产的灵活性和市场的响应速度；另一方面，借助大数据分析技术，农村产业在保障基础农业生产稳定的同时，能够精准识别市场机遇，有效延长产业链条，深入挖掘并提升农产品的附加值，实现产业价值的最大化。因此，在网络时代浪潮下，农村电商的快速发展不仅是推动农村区域产业结构战略性调整的重要引擎，也是促进乡村经济模式转型、加快乡村振兴步伐的有力抓手，对于构建农村发展新格局具有深远的意义。

2.4. 促进城乡区域均衡与高质量发展

随着我国经济发展战略的深刻转型，从单一追求速度向全面追求质量迈进，农村电商的蓬勃发展成为了推动经济高质量转型的关键举措之一，深刻回应了乡村居民对美好生活的深切期盼。在这一过程中，农村电商通过持续的创新与优化，有效整合社会资源，将城市的优质市场资源与先进要素引入乡村，显著提升了乡村产业的竞争力和发展质量。农村电商的兴起，不仅促进了城乡市场之间的深度融合与互补，还通过市场机制的有效调节，逐步缩小了城乡之间的经济发展水平差距，为实现社会公平与均衡发展奠定了坚实基础。同时，农村电商的普及极大地拓宽了乡村居民的信息获取渠道，使他们能够更加敏锐地捕捉市场趋势，增强了与城市的互动交流，为乡村经济注入了新的活力。更为重要的是，农村电商的发展为乡村居民提供了学习先进生产管理模式与技术的平台，促进了知识、技术和经验的城乡双向流动，为深化城乡一体化建设、推动乡村经济向更高质量发展迈出了坚实步伐。这一进程不仅加速了乡村经济结构的优化升级，也为实现全面乡村振兴战略目标提供了有力支撑。

3. 乡村振兴背景下农村电子商务高质量发展现状

3.1. 电商市场版图持续扩张与深化

在数字化转型的浪潮中，我国农村电商市场展现出蓬勃的发展态势，其经济高质量增长的轨迹日益鲜明，成为驱动国家电商经济版图扩张的重要力量。自改革开放以来，尤其是步入新时代，中国乡村经济经历了翻天覆地的变化，为农村电商的崛起奠定了坚实的基石。

第一，体现于销售规模的显著增长：数字经济浪潮的席卷，促使农村电商产业销售额连年攀升，市场边界不断向外拓展，农村消费潜力被深度挖掘，农村电商已成为乡村居民增收致富的新引擎。农村电商市场的持续繁荣，不仅促进了农村消费市场的全面激活，还加速了传统经济模式向现代电商模式的深刻转型。在这一进程中，农村居民通过电商平台直接对接市场，有效削弱了传统中间环节，实现了利润的最大化，进而为农村经济的全面发展注入了强劲动力。

第二，体现于产品品质的飞跃与品类的多元化拓展。随着电商市场疆域的持续拓展及消费者需求的日益精细化，市场对高质量产品的青睐促使农村电商领域更加注重产品质量的提升，力求在激烈的市场竞争中占据更大份额。农村电商作为“互联网+”现代农业深度融合的典范，不仅是农村接入数字经济时代的关键纽带，也是推动农业转型升级、实现高质量发展的关键路径[2]。

农村电子商务的业务范畴已从单一的农产品销售，逐步演变为涵盖多领域、多品类的综合性交易平

台。2023年，中国农村电商市场交易的商品种类繁多，包括但不限于服装鞋帽与针纺织品、日常用品、粮油副食、家具家电、音像设备、五金工具、体育休闲用品、美妆个护、珠宝首饰、文化办公用品、建材装饰材料、汽车配件、通讯设备、饮品烟酒、中西药品以及书报杂志等，全面覆盖了居民生活的方方面面。这一转变不仅满足了消费市场多元化产品的迫切需求，还极大地促进了农村电商与外部市场的深度交流与融合，进一步拓宽了农村电商市场的边界，充分彰显了互联网技术的便捷性与高效性，为农村经济注入了新的活力与增长点。

3.2. 电商发展模式持续创新

第一，生产技术革新引领高质量发展。随着社会对多样化、高品质需求的日益增长，农村电商市场迎来了前所未有的扩张，这一趋势深刻驱动了农村电商生产经营模式的创新转型。面对市场扩容带来的双重效应——既是机遇也是对产品质量的严峻挑战，农村电商企业纷纷将提升产品质量视为可持续发展的核心要义。因此，生产技术领域的革新与创造成为关键，它们不仅促进了生产效率的飞跃，更引领农村电商经济向更高质量、更高标准的层次迈进。

第二，运输体系优化促进物流效率提升。在农村电商市场版图持续拓展的背景下，产品运输与储存成为亟待解决的关键问题。为应对这一挑战，行业内外积极探索，将传统农业产品销售模式与现代网络信息技术深度融合，致力于构建更加完善、高效的乡村产品仓储与物流体系。据统计，过往农产品在贮存及运输过程中的损耗问题尤为突出，凸显了改革创新的紧迫性。在此背景下，顺丰、京东等领先物流企业积极响应，针对农村电商产品的特殊需求，制定了科学合理的配送与管理体系，有效满足了市场运输需求，显著降低了损耗率，推动了农村电商物流效率的全面提升。

第三，服务模式创新强化顾客体验。农村电商的蓬勃兴起，是中国农业与现代服务业深度融合的生动体现，这一趋势要求农业经济在追求经济效益的同时，必须兼顾服务业的诸多特性，特别是顾客体验的优化。为此，农村电商企业正不断致力于服务方式的创新与完善，力求在产品质量保证、退换货流程、客户评价反馈及诚信经营等方面实现全面升级。在中国特色社会主义市场经济的框架内，农村电商正逐步向现代化、规范化的商业模式转型，通过一系列服务创新举措，如建立完善的产品质量保证体系、便捷的退换货服务、透明的客户评价机制以及诚信经营文化的培育等，不断提升顾客满意度与忠诚度，为农村电商的可持续发展奠定坚实基础。

4. 乡村振兴背景下农村电子商务高质量发展困境

4.1. 政府扶持政策有待完善

在乡村治理的宏观框架内，政府始终扮演着引领者的角色，农村电商的蓬勃发展亦高度依赖于政府政策的有效引导与扶持。尽管乡村振兴战略已全面铺开，各地政府积极响应，纷纷出台了一系列旨在促进农村电子商务发展的政策措施，但在实施过程中仍显露出若干待完善之处。首要问题在于政策扶持力度的不均衡，导致区域间农村电商发展水平参差不齐，影响了整体协调推进。其次，鉴于农村电商作为新兴业态的稚嫩性，其配套政策与法规体系尚不健全，难以满足行业快速发展的需要。此外，地方政府虽已实施补贴与扶持措施，但区域间政策制定与执行上的差异，无形中为农村电商的顺畅发展设置了障碍，难以精准对接其实际需求。

4.2. 产品品牌效应亟需加强

农村电商要实现稳健且高质量的增长，关键在于科学构建产品品牌效应与产业结构体系。当前，农村电商在产品链中多扮演初级包装者的角色，缺乏深加工以提升产品价值与附加值，且未形成规模化生

产与销售的格局，这在一定程度上削弱了乡村产品的市场竞争力。从供给端来看，农村电商主体多为小型个体户，其经济规模有限，深加工能力不足，产品线单一，抗风险能力弱，易受市场波动影响。而从需求端审视，消费者在网络购物时普遍倾向于选择品牌产品，因其通常与更高品质保证和更优服务相关联。然而，农村电商产品在品牌建设上的滞后，导致其市场竞争力不足，难以在激烈的市场竞争中脱颖而出，进而限制了销售规模的扩大与行业的长远发展。因此，加强产品品牌塑造，提升市场竞争力，成为农村电商亟待解决的关键问题。

4.3. 乡村网络基础设施建设滞后

在中国快速推进的城镇化大潮中，城市区域的网络基础设施建设取得了显著成就，几乎实现了全方位、深层次的覆盖，构建起了一个高效、互联的网络生态系统。高楼大厦间，光纤宽带如同城市的血脉，将庞大的信息流高速传输至每一个角落，支撑起智慧城市、远程教育、在线医疗等多个领域的蓬勃发展。移动通信网络的不断优化升级，特别是5G技术的逐步商用，更是极大地提升了城市居民的互联网体验，使得“万物互联”的愿景日益成为现实。然而，当我们将视线转向广袤的乡村地区，尤其是那些地处偏远、经济基础相对薄弱的山区时，网络基础设施建设的现状则显得尤为严峻。这里的网络覆盖率远低于城市水平，许多村庄甚至尚未接入宽带网络，只能通过卫星通信或低带宽的移动网络与外界保持微弱的联系。网络速度的缓慢与不稳定，加之服务质量的参差不齐，成为了制约乡村信息化进程的“绊脚石”。例如，农民在尝试通过电商平台销售农产品时，常因网络延迟或掉线而错失交易机会，导致农产品滞销，影响了农民收入的增长和农村经济的活力。这种城乡之间的“数字鸿沟”，不仅体现在物理层面的网络接入差异上，更深层次地体现在信息获取与利用的不平等上。城市居民能够轻松获取最新的市场动态、技术资讯和教育资源，而乡村居民则因信息闭塞，难以把握市场脉搏，难以享受到数字经济带来的红利。电子商务作为推动农村产业升级、促进农民增收的重要途径，其潜力的发挥在很大程度上受制于网络基础设施的完善程度。许多优质农产品因缺乏有效的网络推广渠道，只能“养在深闺人未识”，难以走出大山，走向全国乃至全球市场。

4.4. 电商人才严重不足

网络产业的竞争格局，究其本质，乃人才资源的激烈较量^[3]。随着该产业的迅猛扩张，对具备高素养与高专业技能的应用型网络人才的需求日益迫切。特别是在农村电商这一新兴领域，网络人才的短缺已成为制约其持续发展的核心瓶颈。

首要问题在于，农村地区居民的教育水平普遍偏低，导致他们对网络销售的认知与应用能力有限，难以迅速掌握必要的网络知识与技术操作，进而无法充分挖掘网络销售的巨大潜力^[4]。其次，当前社会背景下，乡村人口老龄化趋势加剧，加之青年劳动力的外流，成为不可避免的社会现象。教育资源不均、交通不便、薪酬差异及医疗条件有限等多重因素，促使有潜力的年轻人选择前往城市寻求更高薪酬与发展机会，这无疑削弱了农村对网络人才的吸引力。

再者，农村人力资源培训体系的不完善也是一大症结所在。鉴于农村电商物流的经济效益远不及城市，多数电商物流企业更倾向于将资源集中于城市市场，忽视了针对农村地区的专业培训与人力资源开发，尤其是缺乏针对性的农村电商人才培养项目。

综上所述，城乡间在经济基础、政策扶持、文化氛围及教育资源等方面的显著差异，加速了劳动力的城市流向，致使农村电商在人力资源的数量与质量上均显不足，这已成为阻碍其深化发展的关键性因素。因此，加强农村网络人才培养与引进，构建适应农村电商发展的教育培训体系，成为亟待解决的重要课题。

4.5. 电商物流成本较高

鉴于我国广袤的农业生产区域及各地气候条件的复杂多变性，农村产出的农产品种类呈现出显著的差异性，这一现象直接引发了农产品在流通环节中的协调难题。具体而言，农产品销售与运输过程中，普遍遭遇运输周期冗长、交通基础设施薄弱以及运输工具多样但效率不高等挑战，这些问题共同推高了农村电商在物流环节的成本负担。

当前，中国农村电商市场的一大竞争优势在于其贴近原产地的成本优势，能够提供具有竞争力的价格。然而，不容忽视的是，高企的物流成本如同一座难以逾越的壁垒，严重制约了电商企业获取更高利润及实现可持续、高质量的发展目标。因此，优化农产品物流体系，提升运输效率，降低物流成本，已成为推动农村电商行业转型升级、增强市场竞争力的关键所在。

4.6. 网络监管存在漏洞

农村电子商务依托于网络平台展开，尽管各大电商平台均设有严密的监管架构，但在农村电子商务平台的网络监管领域内，仍可见到监管漏洞的存在，这在一定程度上阻碍了商家与消费者权益的全方位保障。此外，鉴于农村居民普遍在互联网知识与技术运用上的局限性，网络监管的实施常面临执行力不足的挑战，难以按既定流程高效推进。

鉴于此，对传统网络交易监管体系实施创新与优化显得尤为必要，旨在构建一个更为完善且安全的网络监管新框架。这一举措将为乡村振兴背景下农村电子商务的高质量发展奠定坚实而稳固的基石，确保其在健康、有序的环境中蓬勃发展。

5. 乡村振兴背景下农村电子商务高质量发展完善路径

5.1. 优化政府政策扶持体系

农村电商的蓬勃发展离不开政府政策的精准扶持与科学引导。鉴于农村电商尚处于成长初期，其实践探索亟需政府层面的战略规划与有效干预，以规避潜在风险，确保稳健前行。从中央至地方，各级政府应协同发力，制定并有效执行一系列旨在促进农村电商经济繁荣的政策措施，加速城乡一体化进程，构建一体化的商贸流通网络，为乡村电商的崛起及农产品贸易的畅通无阻奠定坚实基础[5]。城乡流通体系的优化，不仅驱动了工农生产的并进，更是扩大内需、激活消费市场的关键力量。此外，地方政府应立足区域数字经济发展现状，精准识别并扶持具有成长潜力、助力乡村产业振兴的农村电商项目，实施差异化、高效能的扶持政策。同时，建立健全电商贸易合作机制与法律法规框架，既促进产业繁荣，又确保商家与消费者权益得到充分保障。

5.2. 深化电商品牌塑造战略

品牌建设是推动农村电子商务高质量发展的核心引擎，也是实施乡村振兴战略的关键一环。依据《乡村振兴战略规划(2018~2022年)》的指导精神，我们需致力于“培育并提升农业品牌，加强区域农产品公共品牌建设”[6]。构建农村电商品牌，首要任务是提升产品品质与服务水平，树立优质可靠的品牌形象，赢得消费者信赖。依托地域特色，打造绿色、原生态的农产品品牌，建立绿色产品认证体系，形成易于识别的绿色品牌矩阵，拓宽农产品市场销售渠道。在原创品牌培育的基础上，强化农村电商间的合作，共同打造区域农产品公共品牌，提升整体市场竞争力。同时，借助互联网技术的力量，加大品牌宣传力度，营造良好营商环境，深化消费者对农村电商品牌的信任感。这一系列举措将有力推动乡村传统产业转型升级，促进农村电商产业迈向高质量发展新阶段，让更多优质、高效的电商产品涌入市场，满足消费者日益增长的需求。

5.3. 加速农村网络基础设施优化升级

加速农村网络基础设施的全面建设是数字乡村战略的基石，对于支撑农村电子商务的蓬勃发展具有不可估量的价值。此举旨在通过完善农村网络信息架构，为农村电商的高质量发展铺设坚实道路，加速乡村振兴战略的深入实施。因此，强化农村地区网络基础设施建设，提升网络服务的普及率与可用性，特别是在欠发达与偏远区域，填补网络覆盖的空白，确保广大农村地区能够接入高质量网络服务，进而激发农村电商的活力与潜力。此外，政府应加大政策扶持与财政投入力度，持续优化农村网络设施，促进网络数据的互联互通，为农村电商的信息流通与有效监管创造便利条件，打破传统信息孤岛，加速乡村振兴战略的全面落地。

5.4. 构建多元化电商人才培育体系

人才作为农村电商发展的核心驱动力，其培养与引进是实现高质量发展的关键。为此，必须构建一套系统化、多元化的电商人才培育体系。首要任务是搭建信息交流平台，广泛收集并传播国家与地方关于农业、商业等领域的最新政策与电商成功案例，促进信息资源的共享与经验交流，为农村电商发展提供智力支持。其次，创新人才培养模式，鼓励农民积极参与网络知识与技能的学习，引入先进经营理念与管理方法，通过培训与交流互动，培育既懂农业又通电商的复合型人才。再者，强化实践导向的培训机制，组织农民参与农村电商经营的实战演练，使其熟练掌握网络营销策略与技能，提升经营能力。同时，还应重视农村教育与人才引进政策，通过优化教育资源配置与提供优惠政策，吸引更多外部人才投身农村电商事业，共同推动农村电商产业的繁荣发展。

5.5. 完善农村电商物流网络体系

鉴于当前中国农村电商尚处于萌芽阶段，其发展规模与速度相较于城市电商存在显著差距，物流成本高企成为制约其进一步壮大的主要瓶颈。高昂的物流成本迫使农村电商在运营中不得不加大对物流环节的投入，从而分散了对产品质量与服务优化的注意力，严重阻碍了农村电商的高质量发展进程。因此，构建一套高效、科学的农村电商物流体系势在必行。相关部门需加大对农村电商物流体系的重视力度，政府层面则应通过政策扶持与资源倾斜，助力农村物流基础设施的完善，包括但不限于优化农村道路网络、实施物流费用减免政策、促进区域间物流资源的协同共享等。同时，应积极引导物流企业在农村地区布局，搭建起物流企业与农村电商之间的紧密合作桥梁，共同推动农村电商物流网络的健全与发展。

5.6. 强化电子商务法制监管

针对中国农村电子商务在高质量发展过程中暴露出的网络监管不足问题，加强电子商务法制建设显得尤为迫切。通过完善电子商务立法，旨在强化对农村电商的网络监管力度，为商家与消费者构筑起坚实的法律保障屏障。电子商务立法应深入界定网络交易的本质属性，制定严谨可靠的安全监管制度与规范，明确农村电商生产经营活动的法律边界，提升生产经营者与消费者的法律意识与权益保护意识。法治是国家兴旺之基，同样，完善农村电子商务法制体系，也是推动农村电商持续健康发展、促进乡村经济与法治同步振兴的关键所在。

参考文献

- [1] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [2] 王小莉. 农村电商助推科技振兴乡村作用机制研究[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 166-169+204.
- [3] 雷辉. 多主体协同共建的行动者网络构建研究[M]. 北京: 人民出版社, 2017: 156.

- [4] 郑辉. 完善我国农村电商物流体系[J]. 宏观经济管理, 2022(9): 62-68+82.
- [5] 忻红. 城乡一体化商贸流通体系建设问题研究[M]. 北京: 人民出版社, 2014: 1.
- [6] 乡村振兴战略规划(2018-2022年) [M]. 北京: 人民出版社, 2018: 31.