

“人、货、场”的视角下关于农村电商助力乡村振兴的对策研究

王鸿铭

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年1月10日; 录用日期: 2025年1月23日; 发布日期: 2025年2月27日

摘要

近年来, 乡村振兴战略得到推进, 特别是2018年提出“实施数字乡村战略”, 2022年发布《数字乡村发展行动计划》, 增加了农村电商等领域的创业就业机会, 显著提高了农民生活水平。农村电商通过拓展销售渠道、减少中间环节、提供市场机会, 促进了农产品上行, 推动了农业产业升级和三产融合发展, 同时培养了新型人才, 激发了农村创新活力。农村电商平台作为信息集散中心, 优化了资源配置, 提高了土地利用效率, 吸引了社会资本投入, 推动了农村经济全面发展。尽管农村电商发展迅速, 但面临消费者接受度低、从业者电商意识和能力不足等困境, 需要提高消费者互联网知识和操作技能, 加强品牌信任建设, 解决人才短缺问题, 以推动农村电商市场发展。本文基于“人、货、场”的分析框架, 梳理了农村电商助力乡村振兴在“人”“货”“场”方面的现实困境, 旨在解决当前农村电商面临的困境。为农村电商助力乡村振兴发展提供了相应的策略和思考方向。

关键词

农村电商, “人、货、场”, 乡村振兴

Research on Countermeasures of Rural E-Commerce to Promote Rural Revitalization under the Perspective of “People, Goods and Field”

Hongming Wang

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jan. 10th, 2025; accepted: Jan. 23rd, 2025; published: Feb. 27th, 2025

文章引用: 王鸿铭. “人、货、场”的视角下关于农村电商助力乡村振兴的对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(2): 1100-1107. DOI: 10.12677/ecl.2025.142627

Abstract

In recent years, the strategy of rural revitalization has been promoted, especially the proposal of “Implementing the Digital Village Strategy” in 2018 and the release of the “Digital Village Development Action Plan” in 2022, which have increased entrepreneurial and employment opportunities in fields such as rural e-commerce and significantly improved the living standards of farmers. Rural e-commerce has promoted the upward movement of agricultural products by expanding sales channels, reducing intermediate links, and market opportunities, and has promoted the upgrading of the agricultural industry and the integrated development of the three industries. At the same time, it has cultivated new types of talents stimulated rural innovation vitality. As an information distribution center, rural e-commerce platforms have optimized resource allocation, improved land use efficiency, attracted social capital investment, and promoted comprehensive development of rural economy. Although rural e-commerce is developing rapidly, it faces challenges, such as low consumer acceptance and insufficient e-commerce awareness and capabilities of practitioners. It is necessary to improve consumers’ internet knowledge and operational skills, strengthen brand trust building, and solve the problem of talent shortage in order to promote the development of the rural e market. This article, based on the analysis framework of “people, goods, and field”, outlines the practical difficulties of rural e-commerce in assisting rural revitalization in terms of “people”, “goods”, and “field”, aiming to solve the current difficulties faced by rural e-commerce. It provides corresponding strategies and directions for thinking the development of rural e-commerce to assist rural revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, “People, Goods and Field”, Rural Revitalization

Copyright © 2025 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

近年来，在党中央的坚强领导下，乡村振兴战略得到了持续推进，农村地区的经济发展问题得到了全面而深入的关注。党的十九大报告将实施乡村振兴战略概括为四个方面，即坚持农业农村优先发展，按照“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求，建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系，加快推进农业农村现代化。

2018年中央一号文件首次明确提出“实施数字乡村战略”，这标志着我国在数字乡村建设方面迈出了关键性的一步。随后，2022年我国颁布了《数字乡村发展行动计划(2022~2025年)》，这份文件进一步细化了数字乡村建设的未来发展方向和具体的实施策略[1]。随着这些政策措施的逐步落实和成效的逐渐显现，每年都有数以千万计的返乡和入乡创业者在数字农业、乡村旅游、农村电商等多个领域找到了创业和就业的机会。这些领域的蓬勃发展不仅为农村地区带来了新的活力，还极大地促进了农民生活水平的提高。根据商务部公布的2023年前三季度我国电子商务发展情况，全国农村网络零售额1.7万亿元，增长12.2% [2]，这一巨大的增幅不仅反映了农村电商的蓬勃发展，也为农民带来了多元化的增收途径。这些成果不仅为农民提供了更多的经济来源，还为乡村振兴战略的实施提供了有力支撑。

在此背景下，从“人、货、场”的视角出发，研究农村电商如何助力乡村振兴具有重要的现实意义。

一方面,通过分析农村电商发展的现状,我们可以发现其中存在的问题和缺陷,从而为解决这些难题提供切实可行的思路和方案。另一方面,人、货、场作为直播带货模式中的三个核心要素[3],深入研究和分析这三个要素在农村电商中的具体应用,可以进一步挖掘农村电商直播模式的潜力和可能性。通过这种方式,我们可以更好地发挥农村电商在带动农村经济发展方面的积极作用,为乡村振兴注入新的动力。

2. 农村电商助力乡村振兴的价值分析

2.1. 拓展销售渠道, 促进农产品上行

由于许多农村或贫困地区地理位置特殊、生态环境条件相对较差,以往农副产品流通存在不畅通的问题。其主要表现为产量不高、难以运输出去以及难以找到稳定的销售渠道[4]。然而,随着农村电商的兴起,这一局面得到了显著的改变。农村电商通过建立网络销售平台,成功地打破了地理空间的限制,使得农产品能够直接面向全国乃至全球的消费者,从而大大拓宽了销售范围。以甘肃宁县的雷向楼为例,通过淘宝、拼多多、快手、抖音等电商平台,他们将当地的优质苹果和其他农副特产销往北京、广东、浙江、上海、成都等全国各地,有效解决了农产品销售难的问题。这一成功案例充分展示了农村电商在扩大农产品销售范围方面的巨大潜力。

农村电商的发展不仅有助于拓宽农产品的销售范围,还能够减少农产品倾销过程中的中间环节,从而节约成本。传统的农产品销售模式通常需要经过农户、批发商、农贸市场或超市等多个中间环节,层层加价导致农产品到达消费者手中时价格偏高,而农户从中获得的利润却相对较少[5]。相比之下,农村电商可以直接连接农户和消费者,减少中间流通环节,降低交易成本。这样一来,农户能够获得更多的利润,而消费者也能以更实惠的价格购买到高质量的农产品。

2.2. 推动产业升级, 实现三产融合发展

随着农村电商的蓬勃发展,农业生产逐渐朝着规模化、标准化和专业化的方向迈进。为了满足电商平台对农产品品质和供应量的严格要求,农户们开始更加注重种植和养殖技术的提升,以及管理水平的改进,从而显著提高农产品的质量和产量。得益于电商平台强大的营销能力和快速的市场反馈机制,农村电商能够迅速捕捉到消费者对农产品加工品的需求变化,从而带动农村加工业的兴起和发展。在电商的推动下,一些地区开始将水果加工成果汁、果干等产品,将粮食加工成具有地方特色的农产品,这些举措不仅延长了农产品的产业链,增加了产品的附加值,还显著提高了农业的整体效益。

农村电商的发展还进一步带动了与之相关的物流、仓储、包装、金融、培训等服务业的繁荣。这些服务业的发展为农村地区创造了更多的就业机会,吸引了原本外出务工的农村劳动力回流,促进了农村经济的多元化发展。通过这些服务业的推动,农村产业结构得到了优化升级,实现了第一、第二、第三产业的深度融合,为农村经济的可持续发展奠定了坚实的基础[6]。

2.3. 培养新型人才, 激发农村创新活力

随着农村电商的蓬勃发展,越来越多的就业机会和创业空间在农村地区涌现出来。这不仅吸引了大量具备知识、技能和创新意识的年轻人纷纷回到家乡,投身于农村的创业和就业大潮中,还为农村经济注入了新的活力。这些年轻人将先进的技术、管理经验和市场理念带回农村,极大地推动了当地经济的现代化进程。

为了更好地适应农村电商发展的需求,各级政府和电商企业纷纷行动起来,积极组织和开展各种形式的电商培训活动。这些培训活动旨在提高农民的电商应用能力和互联网思维,帮助他们更好地适应数字化时代的挑战。通过这些培训,农民们不仅学会了如何在网上销售农产品,还深入了解了市场需求和

消费者心理,从而能够更加精准地调整自己的生产经营策略,提高生产效益。越来越多电商创业的成功案例在农村地区的广泛传播,也极大地激发了农民的创新意识和创业热情[7]。这些成功案例成为农民们学习的榜样,促使更多的农民开始尝试通过电商渠道实现增收致富。他们通过电商平台,将自家农产品销售到更广阔的市场,不仅提高了收入,还为农村经济的发展做出了积极贡献。

2.4. 促进信息流通,优化农村资源配置

农村电商平台不仅仅是一个简单的信息交流平台,它实际上是一个信息的集散中心,能够实时、精确地传递关于农产品的市场需求信息、价格信息以及流行趋势等重要数据。这些信息对于农户来说至关重要,因为它们能够帮助农户根据市场的实时变化来调整自己的生产计划和产品结构。这样一来,农户就可以避免盲目生产,从而有效减少农产品滞销的问题,确保他们的劳动成果能够顺利进入市场,获得应有的回报。

与此同时,农村电商的发展对于推动农村资源的整合也起到了积极的作用,有助于实现资源的优化配置。例如,通过土地流转的方式,原本分散在各家各户的土地可以集中到那些有经验的专业大户或农业企业手中,从而实现规模化经营。这种规模化经营不仅能够提高土地的利用效率,还能通过科学的管理方法和技术手段,提升农产品的产量和质量[8]。农村电商的发展还能够吸引社会资本的投入,为农村经济的发展提供必要的资金支持[9]。这些资金可以用于基础设施建设、技术升级、人才培养等多个方面,从而进一步推动农村经济的全面发展。

3. 农村电商助力乡村振兴的现实困境

3.1. “人”(消费者和从业者)的困境

3.1.1. 消费者层面

在农村地区,尤其是老年人群中,对电商购物方式的接受程度普遍较低。这一现象的原因是多方面的。首先,这部分消费者往往缺乏必要的互联网知识和智能手机操作技能,这使得他们难以通过电商平台进行购物。许多老年人对在线支付功能不熟悉,面对复杂的电商购物流程感到无所适从,这种情况在很大程度上限制了农村电商市场的扩展。其次,信任问题也是一个重要因素。由于农村地区的信息相对闭塞,消费者对一些新兴电商品牌和平台的信任度较低。与城市消费者相比,他们更倾向于选择传统的购物方式,对商品的质量和售后服务存在较大的担忧。这种心理障碍进一步加剧了农村电商市场的拓展难度。因此,要想在农村地区推广电商购物方式,必须从提高消费者的互联网知识和操作技能入手,同时加强品牌和平台的信任建设,以消除消费者的疑虑,从而推动农村电商市场的发展。

3.1.2. 从业者层面

一方面,农村电商专业人才的短缺问题日益凸显。目前,既懂得农业知识,又精通电商运营、市场营销、物流管理等相关领域的复合型人才数量不足,这使得农村地区的电商发展面临巨大挑战。农村电商要想取得突破性进展,必须解决人才短缺的问题,吸引更多具备相关知识和技能的专业人才投身于农村电商事业,从而推动农村经济的快速发展。农村的生活环境、发展机会等因素对人才吸引力不足。另一方面,参与农村电商的农民电商意识和能力不足。农民作为农村电商的主要参与者,往往缺乏足够的电商意识。他们在很大程度上对市场趋势的把握能力有限,对电商平台的规则和运营策略了解不足。这些农民在电商领域中往往显得有些迷茫和无助,因为他们缺乏必要的知识和技能来应对这个快速发展的市场。他们可能不知道如何有效地利用电商平台进行销售,也不清楚如何通过这些平台来扩大自己的客户群和市场份额。因此,他们需要更多的培训和支持,以增强他们的电商意识和市场竞争力。

3.2. “货” (商品)的困境

3.2.1. 产品标准化程度低

在当前农村电商的快速发展背景下，农产品和特色手工艺品等商品作为其核心销售产品，却普遍面临着标准化生产程度较低的问题。以农产品为例，这些自然生长的产品在大小、色泽、口感等质量标准上难以达到统一。具体来说，即使是同一批次采摘的水果，也可能因为种植环境、成熟度以及采摘时间的不同，在甜度、个头等方面存在较大的差异。这种产品质量的不稳定性，不仅给消费者带来了不稳定的购物体验，降低了其对平台的信任度和忠诚度，同时也对建立和维护一个具有竞争力的品牌形象构成了严峻的挑战[8]。

3.2.2. 农产品同质化严重

在农村电商市场中，农产品同质化现象问题突出。许多农村地区的电商经营者在选择主打产品时，往往不约而同地集中在少数几种热门的农产品上。这种现象导致了市场上产品种类的单一化，缺乏多样性和差异化的产品竞争策略。由于众多电商经营者都选择了相同的热门农产品，市场竞争变得异常激烈。为了争夺市场份额，各个卖家不得不通过降低价格来吸引消费者，从而导致了价格战的出现。这种价格战进一步压低了产品的售价，使得利润空间受到极大的挤压。许多农村电商经营者在这种激烈的市场竞争和微薄的利润空间中苦苦挣扎，难以获得可持续的发展。

3.2.3. 货物供应链不完善

由于农产品具有明显的季节性生产和易腐坏的特点，这使得供应链在农产品的生产和收获的特定季节以外面临较大的压力。农产品的易腐坏特性也要求必须有高效的仓储和冷链物流设施来保证其新鲜度和质量，然而在许多农村地区，这些设施严重不足。缺乏现代化的仓储设施和冷链物流系统，导致农产品在运输和储存过程中容易发生损坏，进而影响了农村电商的整体运营效率和产品质量。这种脆弱的供应链体系不仅限制了农产品的销售范围，还增加了农民和电商企业的经营风险，使得农村电商难以实现可持续发展。

3.3. “场” (交易场所和场景)的困境

3.3.1. 农村物流配送困难

在农村地区，物流基础设施的建设相对较为薄弱。由于交通条件的限制，物流配送站点的数量较少，这导致了配送成本的显著增加。特别是在一些偏远的农村地区，物流公司可能面临无法直接送达的困境，迫使农民不得不前往较远的地方自行提取包裹。这种情况无疑降低了农民的购物体验，使得他们在购买商品时感到不便。此外，高昂的物流成本也对电商销售产生了一定的影响。对于一些低价商品而言，由于物流成本的增加，其在电商平台上销售的优势被削弱，甚至可能导致这些商品在农村市场的竞争力下降。这样一来，农民在购买这些低价商品时可能会面临更高的实际成本，进一步影响他们的购物选择和满意度。

3.3.2. 网络通信设施不足

在农村地区，网络信号的质量往往不尽如人意，网速也相对较慢，这种情况严重影响了电商平台的正常访问和交易活动。特别是在一些山区或偏远的村落，网络的不稳定性和低速度可能导致一些令人头疼的问题。例如，直播带货的过程中可能会频繁出现中断，使得主播和观众之间的互动受到阻碍；同时，商品信息的更新也可能无法及时进行，导致消费者无法获取最新的产品信息。这些问题不仅影响了消费者的购物体验，也限制了农村电商在这些地区的交易场景拓展，使得农村电商的发展受到了一定的制约。

3.3.3. 线上交易场景单一

在农村电商领域，线上交易的场景通常显得相对单一且缺乏多样性。大多数情况下，这些交易主要依赖于传统的电商店铺销售模式，即通过在线平台展示商品并完成交易。然而，这种模式往往缺乏创新和互动性，使得消费者在购买过程中难以获得更加丰富和个性化的体验。传统的电商店铺销售模式通常只提供基本的商品展示和购买功能，缺乏与消费者的实时互动和沟通。这导致消费者在选择和购买商品时，无法获得充分的信息支持和个性化建议，从而影响了他们的购物体验 and 满意度。此外，这种单一的销售模式也限制了农村电商的发展潜力，使其难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

4. 农村电商助力乡村振兴的提升对策

4.1. “人”（消费者和从业者）方面的对策

4.1.1. 消费者层面

一方面帮助农民和老年人跨越数字鸿沟。开展数字扫盲活动，由政府或电商企业组织志愿者和培训师深入农村，针对老年人群体等进行智能手机操作和电商购物基础培训。通过制作简单易懂的操作手册，以图文并茂的方式介绍电商购物流程，包括如何注册账号、搜索商品、下单付款等步骤。还可以在农村社区设立电商服务站，安排专人帮助村民进行电商购物操作，如协助完成在线支付，解答购物过程中的疑问，让村民逐步熟悉和接受电商购物方式。另一方面建立消费者信任机制。加强品牌建设和宣传，农村电商平台和商家可以通过线下体验活动，如农产品品鉴会、手工艺品展示会等，让消费者直接接触和了解产品质量^[10]。利用乡村熟人社会的特点，通过口碑传播增强消费者对品牌的信任。建立完善的售后服务体系，包括商品退换货政策、质量投诉处理机制等。

4.1.2. 从业者层面

吸引和培养相关方面的人才，政府出台优惠政策，如提供住房补贴、创业资金支持等，吸引电商专业人才到农村发展。高校和职业院校与农村电商企业合作，开设定向培养班，培养既懂农业又懂电商的复合型人才。课程设置包括农业知识、电商运营、营销策划、物流管理等多个领域，学生毕业后直接输送到农村电商岗位。

此外，也要提升农民的电商意识和能力。加大电商培训力度，定期组织农民参加电商知识培训，培训内容可以包括市场调研、网店装修、产品拍摄、网络营销等实用技能。建立电商创业导师制度，为农民电商创业者提供一对一的指导^[11]。导师可以帮助农民制定商业计划，解决在运营过程中遇到的问题，如如何选择合适的电商平台、如何优化产品关键词等。

4.2. “货”（商品）方面的对策

4.2.1. 提高产品标准化程度

政府相关部门和行业协会制定农产品和特色手工艺品等农村电商产品的质量标准和分级体系。对于农产品，根据大小、色泽、甜度等指标进行分级分类，同时建立质量检测机构，对产品进行抽检，确保产品符合标准。电商企业与农户签订生产协议，按照统一的标准进行生产和收购。企业为农户提供技术支持和培训，指导农户规范种植、养殖或制作流程，提高产品质量的稳定性。

4.2.2. 解决产品同质化问题

为深入探索农村地区的特色产品，政府与电商企业应携手合作，共同开展一次全面的农村产品资源普查。这将有助于我们发现那些蕴含独特地域文化、具有不可替代性的特色农产品或手工艺品。这些产品不仅能够为消费者提供独一无二的购物体验，而且有助于传承和弘扬地方文化。针对这些农产品，我

们可以通过深加工的方式, 开发出更多样化的产品形态。与此同时, 我们还应注重产品的包装设计。一个好的包装不仅能够保护产品, 还能传递产品的文化内涵和地域特色。通过在包装上突出地方文化特色, 如使用具有地方特色的图案、色彩和文字, 我们可以吸引消费者的注意力, 激发他们的购买欲望。一个富有创意和文化内涵的包装设计, 往往能够在众多产品中脱颖而出, 成为消费者选择的理由之一。

4.2.3. 完善农村电商供应链

加强农村仓储设施建设, 政府通过补贴等方式鼓励企业在农村地区建设冷藏仓库、普通仓库等。发展冷链物流, 整合农村物流资源, 建立冷链物流专线。电商企业可以与专业冷链物流企业合作, 共同优化物流配送路线, 确保农产品在运输和储存过程中的品质。同时, 利用物联网技术, 对冷链物流过程进行实时监控, 保证产品质量安全。

4.3. “场”(交易场所和场景)方面的对策

4.3.1. 解决物流配送难题

加强农村物流基础设施建设, 政府加大对农村交通道路的投资, 改善农村交通状况, 提高物流车辆的通行效率。同时, 合理布局物流配送站点, 在人口密集的农村地区设立更多的快递服务点, 方便农民收发包裹。建立农村物流共同配送体系, 整合多家物流公司资源, 实现共同配送, 降低物流成本。

4.3.2. 改善网络通信设施

政府加强农村网络通信基础设施建设, 加大资金投入, 推进 5G 网络在农村地区的覆盖。通过与通信运营商合作, 对农村网络建设给予政策支持, 如减免基站建设场地租金等, 提高农村网络信号质量和网速。利用卫星通信等技术作为补充, 在网络信号覆盖薄弱的偏远地区, 采用卫星通信设备, 确保电商平台的基本访问和信息传输, 保证电商业务的正常开展[12]。

4.3.3. 创新线上交易场景

引入虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术, 电商企业可以为农村特色产品制作 3D 模型和 VR 购物场景。消费者在购买农产品时, 可以通过 VR 技术身临其境地查看农产品的种植环境、生长过程等, 增强购物体验的趣味性和真实感。

开展直播带货、社交电商等创新营销模式。鼓励农民、农村网红等参与直播带货, 通过短视频平台、社交网络等渠道推广农村产品。同时, 利用社交电商的裂变式传播特点, 发动消费者进行口碑传播和产品分享, 拓展农村电商的交易场景。

5. 总结

农村电商在促进农产品上行、推动产业升级和培养新型人才方面发挥了重要作用, 为乡村振兴注入了新的动力。通过拓展销售渠道、减少中间环节、提供市场机会, 农村电商不仅提高了农民生活水平, 还优化了资源配置, 提高了土地利用效率, 吸引了社会资本投入, 推动了农村经济全面发展。

尽管农村电商发展迅速, 但消费者接受度低、从业者电商意识和能力不足等问题依然存在。为推动农村电商市场发展, 需要提高消费者互联网知识和操作技能, 加强品牌信任建设, 解决人才短缺问题。通过这些对策, 可以进一步推动农村电商助力乡村振兴的发展。

参考文献

- [1] 决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[J]. 党建, 2017(11): 15-34.

-
- [2] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [3] 薛晓燕. 新零售背景下生鲜农产品电商的发展路径研究——基于“人、货、场”视角[J]. 安徽农业科学, 2020, 48(5): 232-234.
- [4] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农: 乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
- [5] 李萍, 何瑞石, 刘畅. 数字乡村建设赋能农业经济韧性的影响机制及效应[J]. 统计与决策, 2024, 40(2): 11-17.
- [6] 王琳琳, 任远, 马雁. 乡村振兴背景下农村电商直播模式研究[J]. 商业经济, 2024(12): 49-52.
- [7] 李晓静, 陈哲, 夏显力. 数字素养对农户创业行为的影响——基于空间杜宾模型的分析[J]. 中南财经政法大学学报, 2022(1): 123-134.
- [8] 金娟霞, 吕律. 我国农村土地流转的现状与对策研究[J]. 山西农经, 2017(8): 7.
- [9] 沈雪庭. 数字经济背景下乡村产业融合发展研究——以湖州市为例[J]. 江南论坛, 2020(12): 29-30.
- [10] 周文超, 李英毅. 乡村振兴背景下农村电商对农产品供应链整合的影响[J]. 商业经济研究, 2024(17): 91-94.
- [11] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [12] 李蛟. 农村电商赋能县域经济高质量发展——基于国家电商示范县的实证[J]. 商业经济研究, 2023(24): 114-117.