E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(2), 1272-1276
Published Online February 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.142649

Hans汉斯

乡村振兴视角下发展农村电子商务的价值意蕴、现实挑战和应对策略

张在媛

扬州大学马克思主义学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年1月9日；录用日期：2025年1月24日；发布日期：2025年2月28日

摘　要

农业农村一直是我们党和国家的工作重点，要进一步推进乡村振兴战略，加快农业农村现代化建设。在乡村振兴的大背景下，电子商务经济成为推动农村发展的重要途径之一。本文主要从分析发展农村电子商务的价值意蕴入手，指出目前农村电商面临着基础设施不完善、品牌效应缺失、高素质电商人才短缺等现实挑战，并结合实际提出相应的应对策略。

关键词

乡村振兴，农村，电子商务

Value Implications, Practical Challenges and Response Strategies of Developing Rural E-Commerce under the Perspective of Rural Revitalization

Zaiyuan Zhang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jan. 9th, 2025; accepted: Jan. 24th, 2025; published: Feb. 28th, 2025

Abstract

Agriculture and rural areas have always been the focus of our party and country, to further promote the strategy of rural revitalization and accelerate the modernization of agriculture and rural areas. In the context of rural revitalization, e-commerce economy has become one of the important ways

文章引用: 张在媛. 乡村振兴视角下发展农村电子商务的价值意蕴、现实挑战和应对策略[J]. 电子商务评论, 2025, 14(2): 1272-1276. DOI: 10.12677/ecl.2025.142649

to promote rural development. This paper mainly starts from analyzing the value implication of developing rural e-commerce, pointing out that rural e-commerce is currently facing the challenges of imperfect infrastructure, lack of brand effect, shortage of high-quality e-commerce talents and other realities, and puts forward corresponding coping strategies in conjunction with the reality.

Keywords

Rural Revitalization, Rural, E-Commerce

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

乡村振兴战略是党的十九大做出的重大决策部署，是新时代三农工作的重要抓手。实施乡村振兴战略，对于促进农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展，具有重大而深远的意义。随着信息技术的飞速发展，电子商务经济成为助力乡村振兴的重要因素。运用好电商平台发展农村电商经济，能够增加当地就业机会，优化农村经济结构，缩小城乡差距，增强农民的获得感和幸福感。本文从乡村振兴的视角上，分析发展农村电子商务的价值并探索有关优化策略，旨在为农村电商发展提供理论借鉴。

2. 乡村振兴视角下发展农村电子商务的价值意蕴

2.1. 有利于拓展农产品销售渠道，增加农民收入

农产品通过电商平台，打开线上销售的大门，使得地域限制被打破，销售市场更加广泛，优质农产品能够畅销全国乃至全世界。《“十四五”电子商务发展规划》指出，2025 年基本实现电子商务相关从业人数 7000 万人。农村电商的深入发展能够给农村地区带来更多的就业岗位，拓宽了农产品的销售渠道，还很大程度上促进了农民就业，增加了农民的收入。通过网络直播带货、网店等线上销售的模式，一些地方特色的农产品能够被更多人了解，销售范围不再拘泥于当地市场。此外，线上销售还可以借助各种营销手段，短视频、直播的爆火，能够让特色农产品走红网络，销售量大幅增长，为当地农村经济发展注入新的活力。例如，在全网各个平台粉丝总量高达上千万的短视频博主“蜀中桃子姐”，她的视频多为分享做菜和生活日常，在不断的积累中形成自己的品牌“蜀中桃子姐”，加工销售一系列农产品。采用直播带货，挂橱窗等形式，还有各大电商平台，将自己的产品销往全国各地。借助电商平台，农民也能够直接与消费者建立联系，削减中间环节，提升销售利润。农村电商从农产品的源头、售卖的过程中给农村居民提供了多种多样的就业岗位，“蜀中桃子姐”的大头菜种植基地从农产品的种植加工源头上带动了当地一部分劳动力的就业；电商销售所依托的视频宣传手段、销售时依靠直播带货等都创造了一批新兴就业岗位；产品的包装配送环节帮助更多的农民实现充分就业。

2.2. 有利于活跃农村经济，拉动数字化基础设施建设

电子商务的发展进一步增强了农村经济的活力。传统的农村经济长期依靠种植业、畜牧业等产业，经济模式较为单一，容易受到自然灾害、市场需求的影响，收入会出现较大幅度波动。这将导致农村经济抵御风险能力降低[1]。农村电商产业的出现在一定程度上降低了这种风险，通过整合各地区的优势资源，将农产品与第三产业进行适配，打开市场需求，推动乡村产业多元化发展。其次，电商经济能够深

度促进农产品加工、仓储、物流等上下游产业的融合与升级。借助电商平台的数据反馈，农民能够精准把握市场需求，优化种植结构，提升产品品质。以互联网、大数据、人工智能等信息技术为代表的新技术迅速进入农业生产中，极大地刺激了传统农村经济活动。城镇化建设中，城市的经济活力得到极大释放，乡村产业的发展处于发展较慢的阶段。针对这种情况，随着乡村振兴战略的提出，国家积极发展农村电商经济，农村电商的发展模糊了线上与线下的区别，融合线上与线下各自优势实现农产品直接对接城市消费者的模式，进一步释放了农村市场的巨大潜力。同时，在农村电商发展中，政府进一步加大基础设施建设力度，完善农村地区信息基础设施建设，在发展过程中，积极布局农村物流基础设施建设，提升农产品流通效率；整合供应链前端，创新农产品供应链模式，为农村电商的发展提供了坚实的支撑。

2.3. 有利于吸引人才返乡创业，激发乡村活力

随着电子商务经济的兴起，大批的返乡农民工、大学生和自主创业青年加入农村电商队伍，例如物流运输、仓储、电商运营专员，提高了农产品对外贸易效率质量，为乡村的发展增添新活力。人才是乡村振兴的关键[2]。人才队伍带来了新的理念、技术和管理经验，推动了农村产业的升级和转型。这些人才的回归，不仅有助于提升农村的整体素质和发展水平，还能够促进农村经济的多元化发展。农村传统的生产模式难以留住高素质劳动力，随着电商平台的不断发展和完善，越来越多的返乡人才发现了电商创业的商机。电商平台提供了丰富的创业资源和工具，如店铺开设、营销推广、数据分析等，使得返乡人才能够更轻松地开展电商业务。如此低成本的创业机会和较低的创业门槛，使得更多有志于返乡创业的人才能够投入其中。电商经济的发展也能够带动相关产业升级和发展，农产品的加工、包装、物流环节的完善发展，为返乡人员提供了更多的就业机会和创业空间。电商经济发展过程中，农村基础设施也进一步完善，吸引更多人才返乡就业创业，参与到乡村振兴的进程中。此外，农村电商行业中的成功案例在吸引人才返乡中也起到了很好的作用。成功案例的宣传与传播，使得更多人加入农村电商创业中来。电商经济促进乡村人才的回流也激发出乡村经济的内生力，人才和产业的支撑让乡村经济迸发出强大的活力。

3. 乡村振兴视角下发展农村电子商务的现实挑战

3.1. 农村电商基建短板：设施待完善

一是农村地区网络覆盖率有待提高。农村地区地理分布广泛，部分地区农村基础设施较完善，但大部分地区由于经济欠发达，地形复杂等原因，缺少基础设施建设。铺设光缆、建设基站需要投入大量的技术和资金，一些偏远贫困地区资金不足，导致网络施舍条件依旧不好，网络无法维持稳定状态，难以全天候保持网络畅通，这不仅增加了农民的上网成本，也影响到电商平台的正常运营[3]。二是农村物流服务链不完善。广大的农村地区相较于城市交通运输能力较弱，农村地区人员分散，道路建设较落后，许多物流企业在农村地区设立站点较少，甚至不少地区不能被物流企业完全覆盖。这导致农产品运输时间长，农产品上行的物流成本较高。特殊农产品需要依靠冷链运输保持其新鲜度，对道路、包装、物流提出了更高的要求。然而农村地区的冷链设施匮乏，农产品在运输过程中的损耗较高，高额的运输成本削弱了电商运营的盈利空间。偏远农村地区的网络和物流等基础设施大多不完善，不能满足现代农业和电商行业的发展需要。物流和网络成为制约偏远农村地区电商经济发展的重要因素。

3.2. 农产品品控挑战：品牌效应缺失

农产品的质量、品牌价值和价格等都是影响销售的重要因素。线上销售与线下销售相比最大的弊端在于消费者无法直观看到产品质量。这时候品牌的因素会对消费者产生更大的影响。消费者往往青睐于

那些知名品牌的产品。品牌农产品一般需要经过严格的质量控制体系认证，在消费者看来，品牌化农产品代表着信赖、安全和高品质。品牌建设有利于保障农产品的质量安全，增强消费者对农产品的信心。同时，当农产品品牌做的很好时，就会与市场上其他同类产品区分开来，品牌的价值也会附加到产品中，即使价格稍高于同类产品，消费者也更愿意购买这样的农产品。但大多数农产品的生产大多规模小经营分散，产品的质量层次很难达到同一水平，小批次分散的农产品进行产品认证成本高，不利于打造品牌。农产品的生产以市场为导向，利润高效益好的产品会吸引大批农户进行种植生产，这将导致市场上一时间出现同质化的产品，产品品控难以把关。农产品的加工、包装、配送环节都涉及到产品质量安全问题，外部监管难以到位，小作坊式的生产，一旦出现产品质量问题，消费者往往维权困难。这既损害了消费者的利益，也影响了农村电商的声誉和形象。因此，农产品在生产流通的各个阶段都需要做好品控把关，着力打造品牌，释放品牌效应，这将更有利于农村电子商务的发展。

3.3. 电商人才缺口：高素质人才稀缺

电子商务之所以能够在城市快速发展，专业人才充足是一个重要的影响因素。许多优秀的电商人认为城市发展空间更广，更倾向于留在城市继续发展。由于我国城乡发展差距较大，大部分农村地区经济欠发达，基础设施不完善，就业岗位少，本身就难以留住人才。农村电商的发展需要复合型人才，精通电商领域又熟悉农业，对人才素养要求高。农民多对农业运行模式、农产品特点较为了解。但大部分农民的学历较低，对电商的认识不足，缺乏电商运营和管理经验，这使得他们在面对电商市场的竞争时往往处于不利地位。虽然农村电商的发展培养了一批相关的电商人才，却仍存在一些不足，不能很好地拉动整个农村电商经济发展。电子商务在农村的发展吸引了一批返乡人才，但要想真正能够进入电商领域还需要经过一系列长期的专业技能培训[4]。随着大数据技术的广泛运用，农村电子商务想要对接市场要求，需要极高的数据搜集和分析能力以及市场营销等各方面的知识。农村居民这方面的能力较为薄弱，且人才培养周期长，大部分从事农村电商人才并不能够完全掌握这些技能。因此限制了农村电子商务的更好发展。

4. 乡村振兴视角下发展农村电子商务的应对策略

4.1. 完善电商基础设施

提高农村网络覆盖率，加强农村网络基站建设。许多农村地区依旧存在网络设施覆盖不全等问题，发展农村电商的基础条件——网络条件较差。没有稳定畅通的网络这将直接影响到农村电商的发展。政府应该加强对网络基础设施建设的资金投入，同时也可以提高政策优惠和合作机制，鼓励民间资本参与到农村网络基础设施的建设中，保障偏远农村地区的居民也能够享受到网络带来的便利。在建设的过程中也要考虑未来发展需求，避免资源浪费，将有限的资金最大程度地利用好。

完善物流体系，加强配套基础设施建设。物流配送体系对于推动农村电商发展至关重要，直接关系到农产品的上行和工业品的下乡效率，是农村电商持续健康发展的关键环节[5]。针对现存的问题，需要采取切实有效的措施来解决。加大对农村物流配送体系的投入力度，着手建设一批具备仓储、分拣、包装、配送等多功能的现代化农村物流中心；建立高效的物流配送网络，优化运输路线，合理调度车辆，这不仅能够减低物流成本，还能进一步提高物流配送效率；深入推动农村电商与物流企业的合作，搭建信息交流平台，将现有资源进行整合，避免资源浪费。

4.2. 打造品牌效应

将农产品品牌化能够增强消费者对农产品的信心和信任，通过品牌定位、营销宣传等手段，建立与

消费者之间的联系。把握好消费者的个性化需求，恰当运用营销策略，挖掘农产品的消费潜力，充分拉动农产品的消费需求。实施农产品品牌策略，能够促进三次产业融合，使农业内部分工更明确，不断完善农村产业结构，提高农业现代化水平。农产品的品牌效应对于提高农产品的市场竞争力至关重要[6]。消费者在面对同类产品时会优先选择品牌化的农产品，品牌还能提高农产品的附加值，农村电商可以借此获得更大的盈利空间。打造农产品品牌，首先要因地制宜，将农产品与产地相联系，如“会理石榴”、“赣南脐橙”，体现了该地农产品的地域特色和质量优势。开展一系列线上线下相结合的品牌推广活动，例如农产品展会等，提高品牌的知名度；做好质量把关，严格控制农产品生产流通的各个环节，通过农产品认证体系，保障产品的质量，提升在消费者心中的信誉度。此外，还要做好农产品防伪标志，维护好电商平台的运营，防止假冒伪劣产品影响品牌效应。

4.3. 加大人才培训力度

制定更具体的人才培养方案，培育专业人才。根据乡村振兴的总要求和农村电商发展的现实需要，制定更符合实际的人才培养方案[7]。学校是电商专业人才培养的主阵地，应该充分地发挥其教育体系和资源的优势。学校应开设农村电商相关的专业和课程，着力培养服务于农村电商发展的人才，将培养目标与乡村振兴总要求紧密结合；学校还可以与电商平台、农村电商企业等建立合作关系，共同建立实训基地。在实践中，通过参与真实的电商项目，了解农村电商的运营流程，掌握专业技能提高实际操作能力。

政府应该提供政策支持，鼓励相关专业电商人才返乡创业。通过给予一定的补贴和优惠政策，吸引电商人才创业。在先进人才的带领下，将一部分学习能力强的返乡人培育成为能够从事电商领域的劳动者。政府还可以成立农村电商培训基金，支持开展多方面多层次的电商课程，提高农民对电商的认识，让更多农村居民能够学习到电商知识和技术经验。

5. 结语

在乡村振兴的宏伟蓝图下，电子商务经济成为农村产业振兴的关键。农村电子商务迎来了发展机遇，但也面临着现实存在的困境。政府与农村企业应展现出敏锐的洞察力与果敢的行动力，深刻认识到其发展的深远意义，因地制宜和充分利用好国家的扶持政策，推进乡村振兴战略的有效落地。通过探索多元化的农村电商模式，激发农村经济的内在活力，电子商务将成为推动农村经济高质量发展的强大动力，乡村振兴最终会实现。

参考文献

[1] 常晋. 基于乡村振兴背景的电商下沉对农村经济的影响研究[J]. 农业经济, 2024(2): 127-130.

[2] 钟云华, 刘姗. 乡村振兴战略背景下大学生农村就业意愿的影响因素分析: 基于推拉理论的视角[J]. 高等教育研究, 2019, 40(8): 88-97.

[3] 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.

[4] 孙桂财. 乡村振兴背景下农村电商发展问题研究[J]. 财经界, 2020(30): 2.

[5] 杨汝洁, 邹春芳. 乡村振兴战略下贵州农村电子商务发展路径探析[J]. 时代经贸, 2023, 20(10): 47-49.

[6] 彭卓曦. 农村电子商务助力乡村振兴的策略研究[J]. 商展经济, 2024(22): 75-78.

[7] 李君. 乡村振兴视域下电子商务服务农业可持续发展的路径探索[J]. 村委主任, 2024(22): 186-188.