

乡村振兴背景下农村电商的发展现状及优化路径研究

卢昕炜

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年12月9日; 录用日期: 2024年12月23日; 发布日期: 2025年2月8日

摘要

全面推进乡村振兴战略的背景下, 实现我国农村电商的高质量发展, 是当前农村经济发展的新机遇。农村电商在解决农产品销售难等问题上发挥着重要的作用, 不仅增加了农民的收入帮助农民致富, 还促进了农村地区经济的发展。本文以农村电商为研究对象, 深入研究分析乡村振兴背景下发展农村电商的重要性以及发展现状等, 并对其存在的缺乏健全的配套物流体系等问题, 分别提出相应的优化路径, 以便更高效地促进农村电商的可持续发展, 从而进一步推动乡村实现全面振兴。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 优化路径

Research on the Current Development Status and Optimization Paths of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Xinwei Lu

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

Received: Dec. 9th, 2024; accepted: Dec. 23rd, 2024; published: Feb. 8th, 2025

Abstract

Under the background of comprehensively promoting the rural revitalization strategy, achieving

high-quality development of rural e-commerce in China represents a new opportunity for the current rural economic development. Rural e-commerce plays a significant role in addressing challenges, such as the difficulty of selling agricultural products. It not only increases farmers' income and helps them achieve prosperity, but also drives economic growth in rural areas. This paper focuses on rural e-commerce, deeply analyzing the importance and current development status of rural e-commerce in the context of rural revitalization. It also addresses issues, such as the lack of a well-developed supporting logistics system and proposes corresponding optimization paths to promote the sustainable development of rural e-commerce more effectively, thereby further advancing the comprehensive revitalization of rural areas.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Optimization Path

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

党的十九大提出实施乡村振兴战略，标志着我国农村的发展进入新阶段，为推动乡村全面振兴注入强大动力，顺应了农民对美好生活的向往。农业作为国民经济的基础，农村经济是现代化经济体系的重要组成部分。2024年《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》指出发展农村电商是创新商业模式、是带动农民增收的有效抓手、是满足人民对美好生活向往的有力支撑，将大力发展农村电商，基本建立起县乡村三级电子商务服务体系和物流配送体系，落实2024年中央一号文件部署，推动农村电商高质量发展，服务构建新发展格局。近年来由于政策的引导和支持，我国农村电商的发展迅速，在促进农民增收等方面展示出了强大的生命力。农村电商实质上是以互联网技术为基础的商业模式在农业农村发展中的应用[1]。这种新型商业形态凭借其独特的优势，为农产品的销售搭建了新平台，组织和农民个人的产品都能进行销售，更好地拓宽了农产品的销售渠道，加快了农村经济的发展。

2. 乡村振兴背景下农村电商发展的重要性

2.1. 有利于增加农民收入

由于城乡二元经济体制的影响，农村和城市地区的经济发展存在着一定的差异。农村地区获取信息的渠道较为单一，大都依靠传统的媒介方式。农户辛苦种植和采摘的农产品，因为信息闭塞而导致滞销的情况时有发生，有部分农户收获了农产品在充分满足自家日常使用的同时还有大量的剩余，但他们不知道如何进行销售。而农村电商的出现则有利于直观地改变这种情况，使农户能够便捷和高效地销售农产品。此外，电商平台突破了地域限制，将不同地区的农产品通过平台销售到全国各地，甚至有些特色农产品远销国外，有效地解决了农产品销售难的问题。农产品销量得到增加的同时，销售的价格也和市场价格逐渐趋同。因为，农产品通过电商平台，能够快速地从田间到达消费者手中，减少中间环节，使得消费者享受到新鲜农产品的同时，农民也能够获得更多的收益。农产品的销量和销售价格提升了，自然农民的收入也增加了，因此农村电商的发展有利于提高农民的生活质量和水平，推动乡村实现振兴。

2.2. 有利于助力乡村地区人才的培育

农村电商的运用和推广是数字经济在农村的重要体现，该平台以互联网为依托，将农产品的销售和

购买过程数字化。这种数字化的平台要想熟练使用，需要从业者拥有专业的技术，因此可以促使想要通过其获取利润的从业者，自主学习和参加技能培训，以便他们能够熟练运用。在培训的过程中从业者能够不断积累经验，使得部分从业者逐渐成长为具备相应技术和经营管理能力的人才。此外，与城市相比农村的生活水平较低，农村电商的发展又为乡村带来了更多的创业和就业空间，因此能够吸引人才返乡创业和村民返乡就业，为乡村带来先进的理念、技术和人力支持。人才作为乡村发展的动力，电商发展过程中所培育的乡村人才对于推动乡村振兴以及可持续发展具有十分重要的作用，为农村的发展注入了新的活力。

2.3. 有利于推动产业融合发展

农村电商作为数字平台，将农产品生产和销售等环节有机地连接起来，相较于传统的销售方式，可以促进多产业的融合发展。首先可以促进农业与加工业融合，对于一些产量较高的农产品，如果直接在市场上销售明显会供过于求，而导致产品的大量滞销。因此可以将其再次加工，然后再通过电商平台销售，这不仅有助于延长产业链，还能够提高农产品的附加值；其次农村电商平台也能带动服务业的发展，例如产品包装、物流运输和乡村旅游等业态。当地产品在通过电商平台进行销售时，需要进行包装然后再通过物流运输到消费者手中，在这一过程中带动了其他业态的发展。产品的销售还能加深消费者对生产地区的了解和兴趣，此时，具有乡村特色的旅游业和文化产业也随之融合了进来，加大了区域的宣传效果，提高了农村区域的知名度，增强了招商引资的吸引力[2]。产业实现融合发展，自然能够进一步促进乡村的振兴和发展。

3. 乡村振兴背景下农村电商的发展现状

3.1. 国家和地方的大力支持

在乡村振兴背景下，国家和地方对农村电商给予了大力支持，以推动其蓬勃发展。从国家层面来说，国家持续出台政策夯实农村电商发展根基。由国家整体统筹将资金和人才等资源，注入到农村电商的发展中，致力于建设相应的电商服务和优化基础设施等，为电商的发展创造更为便利的条件。2024年中央网信办等九个部门联合印发的文件，提出要在未来几年里基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系。从地方层面来说，各地方根据当地的农产品，因地制宜地制定合适的并具有地方特色的发展规划。深挖地域文化和特色，提升农产品的市场竞争力，拓展农村电商平台的消费群体和提高消费意愿，例如浙江青田的古法红糖、内蒙古的牛肉干和兰州的百合等具有地方特色的农产品。

3.2. 农村电商市场规模不断扩大

随着数字经济时代到来，电商消费市场的潜力被不断放大，农村电商的发展迅速。2023年的前三季度，全国农村网络零售额达1.7万亿元，增长12.2% [3]。农村电商的市场规模不断扩大，行业销售金额逐渐增长，成为农民增收致富的一条重要路径。农村电商凭借网络平台，将广袤乡村的优质生鲜和手工特产等快速地送到城市消费者的手中，满足了不同消费者的各异需求。农产品的销售范围也得到了扩大，将面向本地和周边地区销售的农产品，扩展到全国乃至全球市场。加之直播带货这种新兴方式的出现，农村电商市场迎来新的黄金发展期，农产品直播销售，让消费者体验“所见即所得”的真实感，缩短了消费者与生产者之间的距离，基于对人产生的信赖感而增加了对于产品的信任度[4]。这些新型的农村电商形式在发展过程中不断崭露头角，凭借其低廉的运营成本和广泛的销售范围，成为农村电商运营的重要手段。新兴的农村电商形式更好地满足了当前的消费需求和消费形式，助力农村电商市场规模的不断扩大。

3.3. 农村电商的地区发展差异大

农村电商很好地促进了农村经济的发展,但是其发展程度因为地区分布不同存在着较为明显的差异。商务部发布的《中国电子商务报告 2021》指出,东部地区实现农村网络零售额占全国农村网络零售额的 78.7%;中部、西部和东北部占比分别仅为 13%、6.5%和 1.8% [5]。东部发达地区农村靠近沿海所以经济条件较好,网络设施和基础建设更加完备,农村电商从业的条件好,产品的销售流畅便捷。而中西部偏远农村的经济条件较为落后,山区面积大、地形崎岖且交通极为不便。甚至部分地区现有主干道路无法通过小型的车辆,增加了物流配送的成本,导致产品的销售利润压缩,不利于农村电商的发展。此外,较为发达的农村地区农民的经济条件和生活质量高,他们的思想意识大都更为先进,接受新事物的能力也更强。他们对于农村电商的接受度更高,愿意主动利用电商平台来拓展销售业务。而偏远农村地区的村民观念则更加的保守,他们认为依靠网络进行销售的这种模式不够可靠,他们更偏向于接受纸质货币和依赖线下的实体销售,不愿意尝试新兴的电商交易模式。各农村地区因经济发展情况、地理位置、基础设施建设和村民的观念和意识等方面的较大差异,对农村电商发展产生了一定程度的影响,并加剧了地区间的发展不平衡。

4. 农村电商发展存在的问题

4.1. 农村地区缺乏健全的配套物流体系

农村地区缺乏健全的配套物流体系,主要表现在以下几个方面:一方面乡镇缺少物流站点。我国农村地域广阔和地处偏僻,交通运输较为落后,物流配送的难度大。物流公司大都不愿意将物流站延伸至村镇,电商从业者只能将农产品运送到城市去发送,农村地区的消费者也要去城市收取自己的包裹,导致了发货难和收货难的问题。然而一些特殊的农产品的保鲜时间较短,如果将商品运到城市的物流站点发出,配送时效上得不到保证,从而就会造成大量损失。另一方面,物流配送缺少专业的技术设备。农村物流站点主要以简单的日常产品寄送为主,缺乏完善的冷链物流设备,对于需要冷藏运输的生鲜农产品,现有的配送技术还比较落后,会导致农产品变质损耗,因此无法进行物流运输。例如草莓、新鲜的鱼类制品、有机蔬菜等,在高温天气下无法运输到远距离地区,使得一些具有高附加值的农产品无法通过电商渠道销售。

4.2. 农村电商从业者缺乏相关的专业技能

农村电商作为新兴产业要想其繁荣发展,对于从业者的专业技能要求较高。然而因为多种因素的影响导致从业者技能的缺乏,成为制约农村电商持续发展的关键。首先,教育资源短缺等使得农村地区的居民受教育程度相较于城市居民来说较低,电商的相关知识他们了解较少,甚至很多闻所未闻。而且关于链接的制作、美工设计和图片拍摄剪辑等技能,只有接受过专业培训的人才能熟练掌握,普通村民不具备这种能力,或者他们依靠自身无法掌握这些。因此对于普通村民来说,利用电商平台开展营销活动难度较大。其次,通过电商平台进行销售涉及多环节,是一个较为完整的体系,然而当前的电商培训内容大都偏向理论方面,有关销售实践方面等细节很少涉及,这使得从业者对运行机制和推进农村电商发展的认知局限。并且农产品的种类十分丰富,例如水果、蔬菜、粮食等分别具有不同的特性,在销售环节所要突出的重点自然也不一样,没有针对性地进行培训,会使农产品的销售产生影响。

4.3. 农村电商平台的产品缺乏品牌效应和科学定位

乡村振兴背景下农村电商想要实现可持续发展,科学的产品定位和品牌效应就显得十分重要。然而当前农村电商平台售卖的产品呈零散和模糊状态,没有进行深入的设计和规划。通过这种方式所能赚取

的利润大都十分微薄，并且很容易被其他同质和同类商品所取代。有些贫困地区种养殖业特色鲜明，产品深受城市消费者青睐，但没有形成品牌，零散的销售很难在电商销售中占据优势[6]。主要的原因有以下几个方面：首先，从电商从业者层面进行分析，大多数从业者为普通农民，虽然他们愿意通过农村电商平台销售农产品，但是他们自身的局限性，导致他们缺乏品牌建设和科学规划的理念。他们从事网络销售考虑的大多是短期的销量和利润，缺乏长远的品牌建设和定位的认知。其次，农产品的品牌建设等需要大量人力物力的投入，包括品牌设计和策划、实地考察和推广等方面。而从事农村电商的从业者，大多都是个体经营或者小型企业，他们的资金较为有限，难以承担起品牌建设和定位所需的资金。

5. 乡村振兴背景下农村电商发展的优化路径

5.1. 加大配套物流设施的建设

为促进农村电商的长远和高质量发展，要加大对物流设施的建设。农村电商和农村物流是农村电商物流协同系统的重要参与主体，两者作为子系统相互协同服务于农村电商需求主体，两者之间协同问题直接影响农村电商物流生态系统发展[7]。加大配套物流设施的建设，可以通过以下几个方面的措施来实现：

首先，加快建立村镇级的物流配送中心便于电商包裹的收发。需要重点发展的农村电商村落，要建立具备冷链运输服务的高级别物流站点，有冷链仓库和冷藏快递车等设施，满足储存需求和减少运输过程中的损耗。而那些新兴的农村电商村落要进行科学规划，并建立相应的农村片区的中心物流站。中心物流站可以采用“一管多”的方式，一个设施完备的物流站点分管多个村庄，在减少支出的同时为农产品的收发创造合适的条件。其次，物流的运输条件主要取决于周边农村的公路建设情况，政府和地方应加大对农村公路的建设和维护力度，对原先只能单向通行或者路况较差等路段进行改造，提高路况质量确保物流车辆通行顺利，这样不仅减少了物流运输的时间也降低了运输成本。再其次，大型物流企业所拥有的资源大都较为前沿和先进，可以由地方政府牵头引导大型物流企业与农村物流站点深入合作，共同构建农村电商的物流配送体系，提高物流配送的效率并实现资源和利益的共享。

5.2. 强化从业者的专业技能培训力度

从业者拥有专业技能是行业发展的重要推动力，农村电商从业者作为重要的参与和管理主体，他们掌握的专业技能程度能够直接影响农村电商的发展。现有农村电商从业者大部分都是照搬经验，自身对农村电商的认知不足，因此强化培训力度来培养从业人才显得十分关键。在乡村振兴大背景下，强化农村电商从业者专业技能培训的力度，可从多维度发力：

一方面，结合当地农村的特色，精细规划培训课程体系。培训要包括商品链接制作、购买数据分析和客服交流技巧这类实用技能，杜绝脱离实际的“花哨”内容，以便更好地贴合农村电商从业者日常所需。另一方面，优化培训团队的师资力量和培训方式。可以邀请成功的农村电商管理者、卓越的新农人和经验丰富的教授等，为从业者提供相关理论和实践经验的指导。培训方式也要力求多元化，除了采用单一的现场授课形式，可以组织从业者代表参观当地优秀的农村电商基地，在实地考察中吸收经验和知识。强化新型农业经营主体电商意识，使其成为农村电商创业主力军[8]。此外，可以打造网络平台开展有关农村电商内容的培训，不仅方便从业者利用闲暇时间进行学习，而且网络平台打破了时空的限制，各地的从业者都可以通过平台汲取知识和成功经验，切实提高农村电商从业者的专业素质和工作效率。

5.3. 加强产品的品牌建设和进行科学定位

产品的销量在一定程度上取决于品牌的影响力，很多消费者在购物时更愿意选择具有独立品牌的产品。在乡村振兴下，根据产品的特点和优势对产品科学定位并创建品牌，有利于凸显产品的优势赢得消

费者信任，为农村电商平台的产品销售开辟了新的市场。产品的品牌建设和科学定位是农村电商发展的关键，可从以下几个方面进行加强：

首先，根据产品特色建立科学定位。每个产品都有其独特之处，例如生长的地域优势、食用的口感以及产品的功效等。要想科学的对产品定位必须要立足于产品本身和消费市场的需求，重点突出特色和精准把控相应群体的消费偏好。其次，要严格控制产品的品质。任何产品想要在销售市场“屹立不倒”，品质都是最重要的。推动实现标准化生产与严格的质量检测，从源头把控产品的质量。还可以积极运用现有的科技技术实现产品溯源，让消费者更加清晰地了解产品的生产过程。同时，农村电商还应结合生态文明建设要求，积极发展高端生态化农业产业，实现新农村建设和农村城镇化[9]。再其次，将品牌建设与乡村文化等元素融入起来。这就要求地方和农村电商从业者协力，深度挖掘产品的文化内涵，打造具有地域文化的农产品品牌，产品的包装设计也要能展现出当地的特色文化内涵。在品牌建设的过程中能够实现情感的传递，拉近与消费者的距离实现情感共鸣，增加农村电商平台产品的销售量，促进农村电商的可持续发展，推动乡村实现全面振兴。

6. 结语

在乡村振兴的背景下，农村电商的应用成为推动农村地区经济发展的强大动力，帮助农民实现增收致富，促进农村经济持续增长。乡村振兴中的“产业兴旺”里包含了通过农村电商促进乡村振兴，直接反映出农村电商是推动乡村振兴的重要力量[10]。农村电商对乡村振兴战略的推进具有重要影响，当前现状呈现了市场规模不断扩大等优势，但仍存在一些问题亟需解决，需要多元主体积极探索相应的优化路径，进一步释放农村电商的潜力，更好地实现乡村振兴的宏伟目标。

参考文献

- [1] 崔凯, 冯献. 演化视角下农村电商“上下并行”的逻辑与趋势[J]. 中国农村经济, 2018(3): 29-44.
- [2] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [3] 中华人民共和国中央人民政府. 今年前三季度, 全国农村网络零售额达 1.7 万亿元, 增长 12.2% [EB/OL]. 人民日报. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202310/content_6912643.htm?sid_for_share=99125_3, 2023-10-30.
- [4] 郭红东, 曲江. 直播带货助农的可持续发展研究[J]. 人民论坛, 2020(20): 74-76.
- [5] 中华人民共和国商务部. 《中国电子商务报告(2021)》[EB/OL]. http://m.mofcom.gov.cn/article/bnjg/202211/20221103368045.shtml?sid_for_share=99125_3, 2022-11-16.
- [6] 陈雷. 农村电商发展的瓶颈与破局[J]. 人民论坛, 2020(10): 72-73.
- [7] 张诚, 张广胜, 王艳玲. 政府减贫的农村电商与农村物流协同演化及政策优化[J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2020, 19(1): 98-105.
- [8] 彭成圆, 赵建伟, 蒋和平, 等. 乡村振兴战略背景下农村电商创业的典型模式研究——以江苏省创业实践为例[J]. 农业经济与管理, 2019(6): 14-23.
- [9] 董坤祥, 侯文华, 丁慧平, 等. 创新导向的农村电商集群发展研究——基于遂昌模式和沙集模式的分析[J]. 农业经济问题, 2016, 37(10): 60-69+111.
- [10] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.