

# 农村电商发展对农村经济结构的影响及优化策略

刘颖

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月10日; 录用日期: 2025年2月28日; 发布日期: 2025年3月24日

## 摘要

本文分析了农村电商发展对中国农村经济结构的深刻影响及其潜在问题。伴随着互联网和物流技术的发展, 农村电商崛起, 成为推动乡村经济现代化的重要引擎。研究发现, 农村电商通过供需对接优化、延长农业产业链、推动多产业协同发展, 不仅提升了农产品市场价值, 还促进了农村产业结构的调整和升级。电商平台直接连接农民与消费者, 实现了流通成本降低和收入渠道多元化, 显著改善了农民收入水平。同时, 农村电商带来了就业机会的增加和职业技能的提升, 吸引大量年轻人返乡创业。然而, 农村电商发展也面临诸多挑战, 为解决这些问题, 研究建议优化政策支持、加强技术赋能、健全物流基础设施和促进品牌建设。本文结论指出, 农村电商在政策与科技的推动下, 将持续优化乡村经济结构, 为实现乡村振兴目标提供重要支撑。

## 关键词

农村电商, 农村经济, 经济结构, 影响

# Impact of Rural E-Commerce Development on Rural Economic Structure and Optimization Strategy

Ying Liu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 10<sup>th</sup>, 2025; accepted: Feb. 28<sup>th</sup>, 2025; published: Mar. 24<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

This article discusses the influence of electronic commerce on rural economy structure, and puts

forward the optimal strategy. Through the introduction of electronic commerce, the relationship between supply and demand in the rural economy has been greatly improved, which is conducive to the transformation and upgrading of traditional agriculture, raising the income of farmers and creating more employment opportunities. Additionally, the tertiary sector (such as logistics, services, and rural tourism) has experienced rapid growth. But in the process of rapid development, the rural electronic commerce is confronted with the lack of the logistics infrastructure, the high operating cost, the lack of the electronic commerce personnel, and the lack of the brand. Therefore, the author suggests that the development of rural electronic commerce should be promoted through the improvement of the basic infrastructure, the provision of e-business training and operation support, and the fostering of brand development.

## Keywords

Rural E-Commerce, Rural Economy, Economy Structure, Influence

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/>



## 1. 问题的形成与背景

中国是一个农业大国，农业的健康发展关系到国家的粮食安全和农村居民的生计。在过去的几十年中，随着工业化和城市化的加速，农村经济的传统结构逐渐发生变化，但农业经济的基础地位始终未曾动摇。结合目前的社会发展情况来看，发展农业经济已成为农村发展的首要任务，尤其是在城乡差距较大的背景下，通过农业经济的发展带动农村全面振兴，更是重中之重。在这一背景下，如何有效地促进农业经济发展？这是一个复杂而关键的问题。一方面，农村地区的资源禀赋有限，传统农业面临着收益低、抗风险能力弱的问题；另一方面，城市化与工业化的不断发展导致人口人才流失从而降低了农村发展的活力。此外，农业产品的销售渠道单一、市场信息不对称等问题也在一定程度上限制了农业经济的潜力。这些因素使得农业经济的发展亟需注入新的动能和创新机制。

农村电商作为一种将农业生产与现代信息技术相结合的新型经济模式，为农业经济的发展提供了全新的可能性。农村电商作为电子商务模式的分支应用，依托现代信息技术与物流体系构建双向流通渠道，既将工业制品引入乡村消费市场，又将特色农产品输送到城市市场，为区域经济注入创新发展契机。该模式的规模化发展不仅突破了传统农业经济的封闭性特征，更通过产业链整合推动乡村产业结构的优化重组，进而形成具有现代性特征的经济生态系统重构效应[1]。在表面上，电商平台突破了时空的局限，使得农产品可以更方便地进入广大的市场；更深层来说，农村电商的崛起，不但重构了农产品流通体制，而且促进了乡村产业结构的优化和发展，增强了乡村经济的活力。

农村电商的兴起正深刻重构乡村经济生态，其价值创造已突破单纯增收维度。在数字基础设施与政策红利的叠加效应下，这一新兴业态促使农业生产体系发生链式变革。借助实时数据交互系统，生产者可精准捕捉消费端需求波动，动态优化种植结构与加工品类，使传统“经验驱动型”生产转向“数据决策型”运营。据农业农村部数据显示，2022年农产品网络零售额达5313.6亿元，同比增长8.8%，印证了市场响应机制优化的实际成效。

这种数字化转型不仅体现为流通环节的增效，更催生了“云上农业”的新型产业形态。直播电商的社群化运营重构了农产品价值传递路径，区块链溯源技术则构建起产销信任机制，两者共同推动区域特

色品牌溢价提升。在《数字乡村发展行动计划(2022~2025年)》框架下,电商大数据正反向赋能生产端,通过智能算法预测市场趋势,形成“需求洞察-精准供给-价值增值”的闭环系统。这种技术嵌入既缓解了信息不对称带来的资源错配,也为农业碳中和提供了创新路径。据测算,电商直连模式较传统流通环节可减少约30%的碳排放。当前演变趋势表明,数字技术正从工具属性升维为驱动农业现代化的核心生产要素。同时,电商的普及使农村地区逐渐融入全国乃至全球的经济网络,这种互联互通极大地拓宽了农村经济发展的空间。许多地方通过发展电商,推动了特色农产品的品牌化和规模化经营,从而实现了农业的增值增效。农村电商的兴起对社会产生了多维度影响。首先,它推动了农村就业本地化,为返乡创业创造了有利条件。其次,电商平台搭建了生产者与消费者直接沟通的桥梁,减少了中间环节,提高了产业链效率。这种变革不仅优化了资源配置,还促进了供需双方的信息对称,使农业生产更加贴近市场需求。而在乡村治理层面,电商发展也为构建和谐农村经济环境和社会环境提供了新的抓手。

农村整体经济结构的变化,尤其是在电商迅速发展的背景下,对农村居民的收入水平和经济发展水平产生了直接而深远的影响。作为一种新兴的经济发展模式,农村电商的崛起打破了传统的生产和销售方式,为农产品进入更广阔的市场提供了新的渠道。这种模式通过将互联网技术与农业经济相结合,极大地提高了农产品的市场流通效率,同时为农民创造了更多增收的机会。近年来,各类电商平台不断下沉至农村地区,如淘宝、京东等大型平台,以及诸多地方性的特色农产品平台,逐步建立起了覆盖全国的物流网络,使偏远地区的农产品也能以合理的价格快速到达消费者手中。此外,直播带货、短视频销售等新兴形式的普及,进一步拓展了农民与消费者互动的渠道,激发了农村经济的活力。它的持续发展为解决社会发展中出现的诸多新问题提供了对策。但是,在发展农村电商的过程中,还存在很多问题。比如,在一些地方,电子商务的基础建设比较薄弱,物流运输的费用比较高;农户对电子商务的经营技巧、品牌认知程度较低;同时,我国地方特色农产品在市场上的竞争能力也受到了限制。因此,农村电商如何更好地融入整体经济结构,并在实践中实现对农村经济的可持续促进,仍是一个值得深入探讨的课题。因此,如何更好地支持农村电商发展,使其成为推动农村经济可持续发展的重要支柱,是当前需要深入研究和解决的核心问题。

## 2. 文献综述

近几年,中国的农村电子商务得到了快速发展,并已成为促进乡村经济发展、促进产业结构调整的一支重要力量。电子商务平台的兴起,不但改善了我国乡村物流的效率,也推动了我国乡村产业结构的调整和升级[1]。2015年,国家出台了“互联网+”的政策,明确了我国农村电商发展的方向,同时也为我国农村电商的发展指明了道路[1]。此后,多个部门相继推出了诸如农业农村部的“农产品上行”政策和商务部的“电子商务进农村”政策,为农村电商的发展提供了强有力的支持。在探讨农村电商发展对农村经济结构的影响时,学者们从农业发展、物流效率、区域经济转型等多个视角展开了深入研究,形成了一系列具有启发性的观点,他们的看法对研究和开发这种经济模式都有很大的帮助。

约翰逊·大卫·加尔在《经济发展中的农业、农村、农民问题》一书中提出,农业是我国经济发展的根本,而农村电子商务则是打破城乡市场的壁垒,实现农业现代化的重要机遇[2]。他认为,乡村电商不但促进了农产品的市场化,而且也促进了农业产业链的延伸,并提高了其价值,从而有助于改善农业内部的生产效率和资源配置,最终带动整个农村经济的发展。电子商务平台可以使农产品在市场上直接流通,降低中间商,增强其在市场上的讨价还价能力。此外,农产品在互联网平台上的曝光度增加,农民得以根据市场反馈调整生产内容与方式,从而提升农业生产效率和收益。这种“产销对接”模式不仅推动了农业结构优化,也促进了农副产品加工业、冷链物流等相关行业的发展,形成了较为完善的农业产业链体系。也有部分学者从区域经济转换的视角分析,如冯小娅和唐小平的研究以贵州省为例,从乡

村振兴的视角分析了农村电商对农村经济的促进作用[3]。他们认为,农村电商是实现农村产业结构升级的重要抓手,通过促进农产品流通、提升农民收入和创造新的就业机会,农村经济正在向多元化、现代化转型。他们的研究还强调,政府政策支持、基础设施建设和区域电商平台的推广是关键推动力。同时,一些地区利用电商平台推广农村旅游资源,吸引了大量游客,有效发展了乡村旅游业,提升了农村第三产业的经济比重和收入水平。而韩永彩,张金山等人则从农村居民的消费结构入手,表示农村电商的普及为农村居民提供了新的增收途径[4]。通过淘宝、拼多多等电商平台,农村个体经营者和小微企业能够直接参与市场竞争,扩大了农村居民收入来源。此外,电商平台使得更多优质商品和服务可以进入农村市场,逐渐改变了农村居民的消费习惯,推动了农村消费升级。

但还有另外一部分学者对此持消极态度,认为农村电商的发展与当前中国农村基本发展情况不符,在一定程度上会对农村经济起反作用。如赵芳在研究中指出农村电商的发展受到技术和资金的限制[5]。农村地区的互联网普及率和电子支付使用率虽然逐渐上升,但相对于城市仍有较大差距。由于一些农户对电子商务平台的使用还不够熟练,缺乏信息化等原因,这些都是影响电子商务发展的一个重要因素。与此同时,部分乡村由于缺少资金的支撑,在基础设施建设、品牌塑造等方面存在困难,成为制约乡村电商长远发展的瓶颈。无独有偶,吴娜与赵本纲通过实证研究发现,农村地区的物流配送成本高、效率低,尤其在偏远地区,存在“最后一公里”配送难题[6]。此外,农村地区的冷链物流体系相对薄弱,导致部分生鲜农产品在运输过程中损耗严重,影响了农产品上行效率和收益。另外,刘德武与刘昱岗在研究中发现,大部分农村电商企业的产品都存在着一些问题,例如大部分的乡村电商公司都没有品牌意识,产品同质化严重,市场竞争力不强[7]。乡村农产品虽然有其独特之处,但是由于缺少有效的品牌包装与市场战略,很难建立起自己的品牌形象,导致产品的价格竞争十分激烈,附加值较低,很难达到可持续发展的目的。

总之,农村电商对促进乡村经济结构优化、产业升级起到了积极的促进作用,但是也面临着物流、技术、品牌等问题。在政策扶持与科技进步的不断推动下,我国农村电商将迎来一个光明的未来。在此基础上,本项目还将深入探讨利用数字化技术对农村电商供应链进行优化,提高农产品品牌价值,促进乡村经济结构不断优化,最终达到乡村振兴的目的。基于此,本课题拟从乡村电商与乡村经济结构的关联视角,剖析乡村电商的发展对乡村经济结构的冲击,并提出相应的对策。

### 3. 农村电商的基本情况

#### 3.1. 农村电商的定义与发展情况

农村电商是一种基于电子商务,利用互联网和移动互联网技术,利用乡村的特色和资源,把市场和信息资源扩展到乡村,以线上和线下相结合的形式,为乡村地区提供商品销售、物流配送、金融支付、信息交换和社交娱乐等一体化服务[8]。农村电商的目标就是利用网络技术来解决农村信息不对称,物流成本高,经济落后的问题。农村电子商务是一种新型的电子商务平台,它为农户提供了一个方便快捷的购物途径,对推动农村经济发展、提高农民生活水平具有重要意义。

我国农村电商兴起的历史可以追溯到上个世纪九十年代末期到二十一世纪初,这一时期恰是中国农村经济深化改革的时期[9]。在全面推行家庭联产承包责任制和农业市场化改革的深入推动下,我国农民的收入得到了明显提高,农村居民的消费能力也在逐步提高。但是,由于流通体制的限制,农产品流通过程中存在着流通链条长,损耗率高,信息传递不畅等问题。根据农业部统计,那时候,农产品在流通领域的损失率达到了25%到30%,远远超过了发达国家的5%。为了解决这个问题,我国于2004年开始实施“乡村信息化建设工程”,通过建立乡村信息服务站点,培训信息服务人员,建立农业信息资源库等一系列措施,初步建立起了一个覆盖县、乡、村三级的信息服务系统。

2008年,商务部发布了《2006~2010年农村信息化发展规划》,提出要大力发展农村电商,并在此基础上实施了“信息下乡”计划。2011年,阿里巴巴集团启动了“农村淘宝”计划。本工程以县为单位,以乡镇为单位,在农村建设了“工业品”和“农产品进村”的双向流通通道。到2015年年底,“农村淘宝”已经在全国29个省份、700多个乡镇和30,000多个乡镇实现了覆盖,为10万多人提供了直接就业机会[9]。同时,4G的普及和智能手机的普及,使得农村的互联网普及率由2010年的18.5%提高到2020年的55.9%,而移动支付的用户数已经超过了3亿,这些都为农村电商的快速发展提供了强大的技术支持。

在多种因素的共同作用下,农村电商不断繁荣发展。数据显示,2021年,我国农村网上销售总额突破两万亿元,其中,农产品销售达到4221亿元,为2亿8千万农民增加了收入[9]。农村电商不仅显著提升了农产品的流通效率,还催生了诸如“直播带货”等新型销售模式,这些模式不仅造就了一大批农村网络红人,还成功培育了一系列具有鲜明地域特色的农产品品牌。展望未来,随着5G、物联网等前沿技术的不断应用,农村电商将在推动农业数字化转型、促进城乡一体化发展方面扮演更加重要的角色,为乡村振兴战略的深入实施提供源源不断地发展动力。

### 3.2. 农村电商的运营特点

农村电商的运作特征是:市场需求多元化,渠道多样化,服务本地化,物流和供应链区域化,这与城市电商有很大的不同。

首先是市场需求多样化。我们认为,我国农村电商具有明显的多元化特征,其产品类型与消费需求也呈现出明显的多元化特征。农民的消费倾向与城镇居民有很大的区别,他们更关注价格,更注重实用。另外,农村电商不仅仅是为了满足人们对生活必需品的需要,它还包括了农业生产资料、农机和生产工具等,而这类商品在传统电商中所占的比重很小。为满足这种多元化的消费需求,电商平台通常会根据不同的地域特点,设计相应的产品目录、推广计划,从而吸引更多的农村顾客。其次便是渠道多元化,在农村电商运营中,线上与线下渠道的结合是其重要特点之一。由于农村地区互联网普及率提升较晚,许多农村消费者并不熟悉纯线上的购物流程。所以,“网上订货,线下服务”是农村电商发展的必然趋势。“农村淘宝”等电商平台已在全国范围内建立了村级服务站,这些服务站不仅起到了宣传的作用,同时也起到了帮助农户购买农产品、解决农产品售后服务等作用的作用。这一模式不但改善了消费者的购物体验,而且也扩展了电子商务的市场覆盖范围,使得电子商务向农村地区的普及更加深入。另外,在服务本地化方面,农村电商也在经营过程中注意服务的本地化。鉴于农村消费人群对新科技的接受度不高,很多电商平台都采用了本土化的运营方式,为农村用户提供了更符合本地需求的服务。比如,有些网络购物平台会根据当地的节日特点,推出适合当地节日的促销活动。同时,通过对农户进行本土化的广告宣传、入户促销,使农民逐渐认识到网购的便利。而农村电商由于其特有的经营方式灵活多变,尤其是在推广与运作模式方面,更适合乡村的现实。比如,农村电商主要是依靠当地的社区或者乡村服务站来进行推广,这样做比在城市投放更便宜,而且能够更好地到达乡村地区。此外,农村电商的运营人员大多是本地人,能够快速适应当地市场变化,灵活调整销售策略,以适应不同季节、节庆和生产周期的需求。这种灵活性使得农村电商能够在较低成本下实现高效运营。

## 4. 农村电商发展对农村经济结构的影响

### 4.1. 农村电商发展促进供需对接,助力农村经济转型升级

农村电商的发展在促进供需对接、推动农村经济转型升级方面发挥了重要作用。传统的农村经济中,农产品销售渠道受限,农民缺乏有效的市场信息,导致供需不平衡和销售困难。伴随着“乡村电商”的

兴起，“三农”问题逐渐凸现出来，不少针对于此的政策方针发布出来，我国“三农”问题和“三农”问题处理得很好[10]，是我国改革开放以来最大的问题。从产业结构理论的角度来看，发展农村电商既是一种新型的信息技术和农业经济相结合的创新实践，也是促进“传统型”乡村经济结构向“现代型”转型的一个重要发动机[11]。2022年，我国农产品网上销售总额将达5900亿元，较上年同期增长11.0%。2024年上半年，这一数字继续保持增长趋势，同比提升21.7%，显示出农村电商市场的巨大潜力[12]。由于农产品销售渠道的单一和市场信息的不对称，使得传统的乡村经济一直处于供求不平衡和滞销的两难境地。然而，农村电商通过构建数字化供需对接平台，打通了农产品从生产到消费的流通链条，有效提升了农业生产的市场导向性。借助网络平台，农户可以及时掌握市场动态，进行合理的生产调度，避免以往出现的农产品滞销、生产过剩等问题。诸如拼多多等平台，通过零佣金和补贴政策大力扶持优质农产品。例如，通过平台举办的“科技小院”项目，特色农产品如褚橙、丹棱桔橙等成功实现了规模化、品牌化销售，带动了相关地区农民收入的持续提升借助大数据分析，电商平台可以帮助农民预测市场需求，合理安排种植规模，甚至提供个性化种植方案，以满足特定的市场需求。这种供需对接的优化，不仅提高了农民收入，还增强了农业生产的市场导向性，为农村经济结构调整提供了坚实基础。

此外，产业结构理论认为，经济发展的核心在于一、二、三产业的优化与互动融合。农村电商的崛起通过延长农业产业链，显著促进了农副产品加工、仓储物流、冷链运输等二、三产业的发展。一方面，农产品在电商平台的销售减少了中间流通环节，降低了交易成本并提升了附加值，使农户直接受益；另一方面，围绕电商需求而建设的物流基础设施(如分仓、配货站点和冷链运输)为农村地区提供了高效的流通环境，改善了传统物流效率低下的问题。一方面提升了农产品与城市商品相比的竞争力，另一方面也为农村创造了大量就业机会。这种产业链的延伸和融合，使得农村地区从单一的农业生产转向了农业生产、加工和销售的一体化经济结构，推动了农村经济向多元化和现代化的方向发展。同时，随着电子商务的兴起，对现代物流业提出了更高的要求。很多电商平台都在乡村地区建立了“分仓”、“配货”站点，有效地缓解了“最后一公里”的问题，提高了配送效率。这一举措在提高农民生活水平的同时，也将更多的外来商户引入到农村，促进消费升级，提高乡村第三产业的比重[8]。

总之，农村电商以其高效供需对接能力和多产业联动效应，在改善农业生产效率、推动农村三产业协同发展方面发挥了核心作用，为农村经济向多样化、现代化转型奠定了坚实基础。

#### 4.2. 农村电商平台改善农民的收入和就业机会

从区域经济学理论的视角，农村电商不仅是信息技术在农业经济中的创新应用，更是区域要素流动优化与乡村资源配置再平衡的重要工具[13]。传统的农村经济以单一的农业生产为主，农民收入高度依赖农业产出，容易受到自然条件和市场波动的制约，导致收入来源不稳定。然而，电商平台的兴起通过优化区域经济资源配置，改变了这种结构性困境，为农民开辟了多元化的收入来源和就业机会。国家和省级商务主管部门制定了免费的农村电商培训教材，覆盖直播带货、电商运营等新兴技能，有助于农民实现技能增值和收入增长。现在，很多乡村都利用电子商务平台，把自己的特产品销往全国乃至世界各地，农民的收入来源也从单一的地方转移到了更多的地方。

首先，电商平台通过缩短农产品供应链，直接连通农户与消费者，打破了传统经济模式中因信息不对称和流通环节过多而造成的价值损失。借助电商平台，农户可借助电商平台实现与市场的精准对接，实现农产品远销海内外。这一“去中介化”方式极大地减少了流通过程中的费用，提升了农产品的市价，使农户增收明显。例如，数据显示，2024年上半年农产品网络零售额同比增长21.7%，农民通过参与数字经济实现了收入渠道的多元化[14]。淘宝和拼多多等平台帮助农民实现了农产品从田间地头到消费者手中的直接传递，不仅提升了销售效率，还增强了农民的议价能力和市场主导权，从而推动了区域经济效益的提升。

其次，农村电商的发展也为农村地区创造了大量新的就业机会。为了实现电商的有效运作，许多农村地区的电商平台和企业设立了服务站、分拣中心和仓储配送中心，形成了覆盖广泛的电商服务网络[15]。各大电商平台如阿里巴巴、京东等，纷纷在农村地区开展“电商下乡”项目，在许多乡村建立了电商服务站点。这些站点不仅为当地居民提供了购物、物流等便利服务，还需要大量的本地人员参与运营、管理和配送工作。这样一来，农村居民不仅能在家门口找到工作，也能够通过参与电商产业链获取收入，增加了就业机会。截至 2023 年底，中国农村电商直接带动农民就业超过 1300 万人，其中包括超过 12.6 万名返乡创业的 95 后“新新农人”，且每位返乡创业者能带动 5 至 10 位农村青年就业[15]。

与此同时，网络购物平台的推广与训练，也使广大农民掌握了新的职业技能。很多电子商务平台都会与政府部门合作，举办电子商务培训课程，让农户们学会如何在网上销售商品，比如商品的摆放，包装的设计，网络营销等，有些人还会教他们如何进行直播。经过系统的网络教育，不少农户成为了“新农人”，不仅可以自主进行网上销售，而且还可以创建自己的品牌。在这一模式中，电子商务不仅仅是一种销售平台，更是一种提高农民技能的赋能平台，让他们逐步由传统的农业生产者，变成掌握了现代营销技巧的电商从业者。这一技能的转换，不仅提高了农民的收入，也为乡村地区储备了一批专门的电商人才，为乡村经济的长期发展打下了坚实的人才基础。

此外，电商平台通过推动乡村产业链的延伸，为农民创造了更多增收机会。依托区域优势资源。农民能够将初级农产品加工为更高附加值的商品，如干果、果酱等，从而实现产业链的纵向延展。同时，电商物流需求的增长进一步带动了乡村仓储、配送等服务产业的发展，拓宽了农村经济的就业面。区域经济学中的外部性理论指出，这种产业链的延伸和区域内外资源流动的加速，不仅提高了乡村经济的整体产出，还促进了区域经济的整体优化。

在电子商务平台与政府政策的双重促进下，农村电商的发展既给农民带来了新的收入来源，又使一些乡村地区的就业问题得到了解决。通过电商，农民不仅实现了“足不出村”卖产品，还在家门口找到了工作，避免了传统外出打工带来的家庭分离问题。农村电商通过优化区域资源配置、缩短供应链、推动产业融合以及提升劳动力素质，显著改善了农民的收入结构和就业状况。通过将乡村经济嵌入全国乃至全球经济网络，农村电商成为推动区域经济协调发展和实现乡村振兴的重要力量。

## 5. 现存的问题与优化策略

### 5.1. 农村电商发展现存问题

#### 5.1.1. 物流体系不完善

虽然近几年来，我国农村电商建设取得了长足的进步，但是在发展过程中仍然存在着许多问题，制约着它对乡村经济的进一步发展。目前，制约农村电商发展的主要因素是物流体系的不完善。特别是在西藏和新疆这样的边远地区。同时，由于我国农村地区幅员辽阔，地形地貌复杂，使得配送成本较高，效率较低，使得“最后一公里”的配送问题显得尤为突出。这既制约了农产品的流通，又加重了农户的后勤负担。尽管一些电商平台在乡镇设立了配送站，但农村地区的仓储和冷链物流设施仍然较为匮乏，特别是对生鲜农产品的高效运输需求难以满足。这种不足导致了农产品在运输过程中的高损耗率，不仅影响产品质量，还削弱了其市场竞争力和销售收入。此外，冷链物流体系的滞后性也使得许多优质农产品无法远距离运输到需求旺盛的城市市场，从而制约了农村电商发展的潜力。因此，完善农村物流体系、提升配送效率和优化冷链设施建设是当前亟需解决的关键问题。

#### 5.1.2. 运营成本偏高

农村电商的运营成本依然偏高。许多农民在电商平台上销售农产品，但由于缺乏专业知识和技能，

难以实现产品的有效包装和推广，导致其在竞争激烈的电商市场中处于不利地位。此外，一些平台高昂的运营费用和推广费用也增加了农民的负担，使得小规模农户难以维持电商运营，甚至可能放弃线上销售渠道。通过调研发现，贵州省某偏远村庄的农民张大爷在电商平台上销售自家种植的辣椒。他起初对电商充满信心，希望通过这一渠道扩大销路。然而，由于缺乏专业的运营知识，他在产品包装上显得十分简单，无法吸引消费者；同时，他也不了解如何制定有效的推广策略。尽管平台提供了一些推广服务，但高昂的推广费用令他望而却步。加上平台每月的运营服务费、物流成本等支出，张大爷发现即使卖出了辣椒，利润也十分有限。相较于专业化程度较高的大型农产品商户，他的店铺在竞争中明显处于弱势。最终，张大爷因无法长期承担高额成本而放弃了线上销售渠道，重新依赖传统集市销售。由此可见，电商虽然为农民提供了新的销售路径，但若缺乏专业支持和成本分摊机制，小规模农户难以从中获益甚至面临退出风险[16]。与此同时，农村电商的品牌化程度较低也是一大阻碍，缺乏差异化和创新力。目前，许多农村电商产品以低价、初级农产品为主，产品同质化现象严重，无法形成品牌竞争力，难以吸引稳定的消费者群体。因此，农村电商在市场推广中常依赖短期的促销活动，缺乏长期品牌建设的策略，这不仅影响了产品附加值，也限制了农村电商的长远发展。

### 5.1.3. 电商人才缺乏

农村电商人才缺乏问题突出。很多农户不太了解电子商务的运作方式，很难满足网上销售与推广的需要。尽管有一些地方的电商平台和政府开展了电商培训，但是因为人才流动性大、青年劳动力外流等问题，乡村地区的电商人才仍然比较缺乏，很难对电商行业的可持续发展起到支持作用。经调查，在某农村地区，尽管当地政府组织了多次电商培训，帮助农民学习网店运营和推广技能，但效果却不尽如人意。一方面，许多参训的农户年龄偏大，接受新知识的能力较弱，培训内容无法真正转化为实际应用能力。另一方面，村里许多年轻劳动力外出务工，留下的多是中老年人和儿童，这导致农村缺乏熟悉电商运作的核心群体。即使有少数青年参加了培训并掌握了相关技能，由于乡村基础设施薄弱、机会有限，他们很可能选择离开家乡到城市寻找更好的发展机会[17]。电商人才的流失和不足，直接影响了农村电商的长期发展，使得许多农户仍然无法完全依赖这一渠道拓展市场，电商行业的可持续性也因此面临挑战。

## 5.2. 优化策略

### 5.2.1. 建设“村村通”物流网络

针对农村电商发展中存在的物流问题，可以采取以下措施：首要的便是建设物流网络，打通“最后一公里”，即政府与企业要联合起来，加强村级公路的建设，提高农村交通的使用效率。可具体到将农村物流纳入国家重点基础设施建设规划，推进通村公路的升级改造，确保每个行政村实现硬化道路全覆盖，从而形成“村村通”的物流网络。本文提出了一种新的农村公路养护管理模式。另外，还可以对物流模式进行创新，比如鼓励电子商务平台和本地物流企业进行合作。在农村地区建设集中仓储、分拣配送中心，并积极开发冷链物流设施，确保生鲜农产品的保质、保量、高效、安全。利用共享配送、社区团购等创新方式，将物流费用分散开来，增强农村电商物流网络的覆盖范围和配送效率，进而减少农产品流通成本，提高农民的收入。

### 5.2.2. 构建“共享型”电商服务平台

针对成本偏高问题我们可以建立共享互助体系，中国农民不是单独的个体，而是凝聚在土地上的集体，只有将他们凝聚成一个利益共同体才能促成他们所得利益的最大化。而构建共享型电商服务平台，村级合作社或社会企业便可以整合资源，为农户提供统一的包装、仓储和物流服务，分摊运营成本，提高竞争力。同时，政府和电商平台应提供更加普惠的支持政策。通过设立专项补贴或减免推广费用，降

低农户的经营负担，尤其是对小规模农户，提供物流费用优惠和免佣服务，有助于其降低成本。我们也需要支持乡村电商品牌建设，提高产品附加值：为了解决产品同质化、品牌力匮乏等问题，相关部门以及农户自身应当通过区域标志，品牌故事，品质认证来提高产品的差异性和可信性，从而进入更广泛的市场。同时，平台也可以与农户进行长期的品牌宣传，利用电商直播和社交媒体进行宣传，提高消费者的认知度。支持一批高质量的农村电商品牌，既可以提高产品的附加值，又可以起到示范作用，让更多的农户参与到乡村电商的品牌化建设中来。

### 5.2.3. “政村联手”促进人才培养

对于人才缺失问题，我们可以采取相应措施进行人才培养，即重视基础技能培训，政府与电商平台联合举办面向农民的基础电商技能培训班，包括商品包装、网络销售、直播带货等内容。通过“电商技能进乡村”活动，普及基础技能，提高农户参与电商的能力。积极推行相关措施以提升农户专业技能，为农户提供电商培训和运营方面的支持，以减少农户的经营成本，政府与电商平台应该对他们进行有针对性的培训，让他们掌握产品包装、线上营销、直播带货等技巧。电子商务平台可以在前期的运作中给予一定的支持，减少平台的收费，降低推广的门槛。同时，引入专业的农村电商服务团队，为农户提供从产品设计、包装到推广的一站式服务，帮助小规模农户有效应对市场竞争。

## 6. 结语

农村电商作为一种连接城乡市场、优化农村经济结构的新型经济模式，其发展现状、对农村经济结构的冲击及存在的问题备受关注。本文系统探讨了农村电商在推动农村经济转型升级中的作用、面临的挑战及优化路径。研究发现，农村电商通过优化供需对接、缩短农产品供应链、促进产业链延伸等方式，显著提升了农村经济的市场化水平和资源配置效率，为农民增收和就业创造了新机遇。同时，农村电商的发展也带动了农村物流、加工等第三产业的兴起，推动了农村经济结构的多元化和现代化。然而，农村电商的发展仍面临物流体系不完善、运营成本偏高、品牌化程度低及人才匮乏等问题，这些问题制约了其可持续发展。

本文虽然从理论和实践层面分析了农村电商对农村经济结构的影响机制，并提出了针对性的优化策略。然而，研究仍存在一些不足。首先，本文主要基于宏观视角分析农村电商的整体发展态势，缺乏对不同区域、不同类型农村电商的差异化研究。其次，对农村电商在微观层面的影响，如农户个体行为、消费者偏好等，尚未深入探讨。此外，本文提出的优化策略更多基于理论推导，缺乏实证数据的支持。

未来研究可从以下几个方面展开：第一，深入探讨农村电商在欠发达地区的特殊发展模式及其对区域经济的影响；第二，从微观层面分析农村电商对农户生产决策、消费行为及社会关系的影响；第三，结合大数据和人工智能技术，研究农村电商在农业供应链优化、市场预测等方面的应用效果；第四，探索农村电商与乡村振兴战略的深度融合路径，特别是在数字化乡村治理、绿色农业等领域的创新实践。通过多维度、多层次的研究，进一步丰富农村电商的理论体系，为政策制定和实践提供更有力的支持。

农村电商作为连接城乡市场、优化农村经济结构的重要力量，其发展潜力巨大。在政策支持、技术创新和市场需求的共同推动下，农村电商有望成为实现乡村振兴和农村经济高质量发展的重要引擎。未来，需持续总结实践经验，优化运营模式，推动农村电商迈向成熟与稳定，最终实现乡村经济的全面复兴与可持续发展。

## 参考文献

- [1] 刘金美, 王宣, 朱子越. 数字经济时代农村电商直播发展现状分析[J]. 智慧农业刊, 2023, 3(22): 1-4.
- [2] Johnson David Gale. 经济发展中的农业、农村、农民问题[M]. 北京: 商务印书馆, 2005.

- 
- [3] 冯小娅, 唐小平. 乡村振兴视角下农村电商发展对农村经济的影响研究——以贵州省为例[J]. 物流科技, 2021, 44(4): 85-87.
- [4] 韩永彩, 张金山. 农村居民消费结构优化路径研究——以四川、广西、贵州和云南四省区为例[J]. 税务与经济, 2024(6): 99-107.
- [5] 赵芳. 农村电商发展对农村经济的影响与作用[J]. 中国集体经济, 2024(11): 41-44.
- [6] 吴娜, 赵本纲. 物流效率提升对农村电商发展的影响研究——基于农村经济发展视角[J]. 商业经济研究, 2019(21): 124-126.
- [7] 刘德武, 刘昱岗. 物流效率提升对农村电商发展的影响——基于农村经济发展角度[J]. 商业经济研究, 2018(23): 117-119.
- [8] 李婷. 农村电商发展面临的技术与资金挑战及解决路径[J]. 经济研究导刊, 2019, 35(6): 23-27.
- [9] 聂振芳. 农村电商对农村经济转型的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西农业大学, 2022.
- [10] 朱红根, 席玮, 陈翩. 乡村振兴驱动城乡经济融合的理论机理与效应[J]. 安徽大学学报(哲学版), 2024, 48(4): 177-188.
- [11] 李博. 中国农村电商发展对农业经济增长的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 商务部国际贸易经济合作研究院, 2023.
- [12] 中国政府网. 国家统计局新闻发言人就 2024 年上半年国民经济运行情况答记者问[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/202407/content\\_6962960.htm](https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6962960.htm), 2024-09-18.
- [13] 王科云. 基于经济地理学角度对区域经济学理论体系的理解[J]. 大众投资指南, 2024(12): 85-87.
- [14] 中研网. 农产品电商行业现状及发展趋势分析 2024 [EB/OL]. <https://www.chinainm.com/scfx/20241025/172456846.shtml>, 2024-09-25.
- [15] 中国政府网. 农村电商推动农业转型升级[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/202403/content\\_6939868](https://www.gov.cn/zhengce/202403/content_6939868), 2024-09-20.
- [16] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.
- [17] 蔡闻祥. 数字经济视域下农村电商发展策略研究——以温州市为例[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(3): 254-257.