

农村电商助力乡村全面振兴的现实困境与实践策略

郝嘉琪

江苏大学马克思主义学院，江苏 镇江

收稿日期：2025年2月20日；录用日期：2025年2月28日；发布日期：2025年3月26日

摘要

随着数字经济的蓬勃发展，农村电商已成为推动乡村全面振兴的关键力量。然而，农村电商在助力乡村振兴的过程中仍面临诸多现实困境，如基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设不足、市场竞争力弱等，这些问题制约了农村电商对乡村振兴的助力作用。本文通过深入分析农村电商在助力乡村全面振兴过程中面临的现实困境，提出针对性的实践策略，以期为农村电商的高质量发展和乡村全面振兴提供理论支持和实践指导。

关键词

乡村全面振兴，农村电商，数字经济

The Realistic Dilemma and Practical Strategy of Rural E-Commerce to Help Rural Comprehensive Revitalization

Jiaqi Hao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Feb. 20th, 2025; accepted: Feb. 28th, 2025; published: Mar. 26th, 2025

Abstract

With the vigorous development of the digital economy, rural e-commerce has become a key force to promote the overall revitalization of rural areas. However, rural e-commerce still faces many practical difficulties in the process of promoting rural revitalization, such as weak infrastructure, shortage of talents, insufficient brand building and weak market competitiveness. These problems

restrict the role of rural e-commerce in promoting rural revitalization. Through in-depth analysis of the practical difficulties faced by rural e-commerce in the process of promoting the overall revitalization of rural areas, this paper puts forward targeted practical strategies, in order to provide theoretical support and practical guidance for the high-quality development of rural e-commerce and the overall revitalization of rural areas.

Keywords

Rural Comprehensive Revitalization, Rural E-Commerce, Digital Economy

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

乡村全面振兴是实现农业农村现代化的重要战略目标，涵盖产业、人才、文化、生态和组织等多方面的振兴。农村电商作为数字经济与农村经济深度融合的产物，为乡村产业振兴、农民增收和农村社会发展提供了新的机遇和动力。近年来，我国农村电商发展迅速，市场规模不断扩大，但在发展过程中仍面临诸多现实困境，制约了其对乡村全面振兴的助力作用。基于此，深入分析农村电商发展所面临的现实困境，并提出切实可行的解决方案，对于推动农村电商高质量发展、实现乡村振兴目标具有至关重要的理论价值和实践意义。解决这些困境不仅需要政府在政策上提供更多支持，如加大对基础设施的投资、完善人才培养机制和优化行业监管等，还需要电商企业积极创新，拓展市场渠道、提升产品品质与品牌影响力，加强供应链管理等。通过综合措施，农村电商将在助力乡村产业振兴、提高农民收入和促进农村社会发展的过程中发挥更加重要的作用，进一步推动乡村振兴战略的落实和农业农村现代化的进程。

2. 农村电商助力乡村全面振兴的理论基础与作用机制

2.1. 理论基础

2.1.1. 新经济地理学视角

新经济地理学强调产业集聚与区域发展的相互作用。农村电商通过整合农村地区的生产要素和市场资源，促进了农村产业的集聚发展，优化了农村经济的空间布局，为乡村全面振兴提供了新的动力机制[1]。农村电商打破了地理空间的限制，使农村地区的农产品能够更便捷地进入全国乃至全球市场，促进了农村产业的规模化和专业化发展，进而推动了乡村经济的繁荣。

2.1.2. 产业融合理论

产业融合理论的核心观点是不同产业之间的边界逐渐模糊，产业间的协同发展成为经济增长的新动力[2]。农村电商不仅推动了农村第一产业的发展，还通过“互联网+”模式，促进了农村一二三产业的深度融合，形成了完整的产业链条，提升了农村产业的整体竞争力。例如，农村电商可以将农产品加工、乡村旅游、农村物流等产业有机结合起来，实现产业间的协同发展，为乡村全面振兴提供了多元化的产业支撑。

2.1.3. 乡村发展理论

在这一理论下，农村地区的可持续发展需要综合考虑经济增长、社会进步和环境保护等多个方面[3]。

农村电商为农村地区提供了新的市场渠道和经济增长点，通过提升农村居民的收入水平和生活质量，促进了农村社会的全面进步。农村电商为农村地区提供了新的市场渠道和经济增长点，通过提升农村居民的收入水平和生活质量，促进了农村社会的全面进步，符合农村发展理论的核心要义。农村电商的发展不仅有助于解决农村地区的经济问题，还能带动农村教育、文化、卫生等社会事业的发展，推动农村社会的全面进步，为乡村全面振兴奠定坚实基础。

2.2. 作用机制

2.2.1. 产业振兴方面

农村电商通过拓展农产品销售渠道、降低交易成本、提高农产品附加值等方式，推动了农村产业的升级和转型。一方面，农村电商打破了传统农产品销售的地域限制，使农产品能够更广泛地进入市场，提高了农产品的销售量和价格；另一方面，农村电商促进了农产品的品牌化和标准化建设，提升了农产品的市场竞争力，推动了农村产业的高质量发展，为乡村产业振兴提供了有力支撑[4]。

2.2.2. 人才振兴方面

农村电商的发展为农村地区创造了大量的就业机会和创业空间，吸引了大量人才回流农村。一方面，农村电商的运营、管理、物流配送等环节需要大量的专业人才，为农村居民提供了就近就业的机会；另一方面，农村电商的发展也为返乡创业人员提供了广阔的创业空间，吸引了大量高素质人才回流农村，为乡村人才振兴注入了新的活力。

2.2.3. 文化振兴方面

农村电商通过传播农村文化、促进农村文化产业的发展等方式，推动了农村文化的传承与创新。一方面，农村电商为农村文化的传播提供了新的平台，通过网络直播、短视频等形式，将农村的民俗文化、传统技艺等传播到更广泛的地区，增强了农村文化影响力；另一方面，农村电商促进了农村文化产业的发展，推动了农村文化与旅游、文创等产业的融合，为乡村文化振兴提供了新的动力。

2.2.4. 生态振兴方面

农村电商的发展促进了农村生态环境的改善和可持续发展。一方面，农村电商推动了农村产业结构的优化升级，减少了农村地区对传统农业的过度依赖，降低了农业生产对生态环境的压力；另一方面，农村电商的发展带动了农村基础设施建设和公共服务水平的提升，改善了农村居民的生活条件，促进了农村生态环境的改善，为乡村生态振兴提供了有力保障。

2.2.5. 组织振兴方面

农村电商的发展促进了农村社会组织的建设和发展，提升了农村治理水平。一方面，农村电商的发展需要农村社会组织的参与和支持，如农村合作社、行业协会等，这些社会组织在农村电商的发展过程中发挥了重要的组织协调作用；另一方面，农村电商的发展也为农村社会组织的建设和发展提供了新的机遇和平台，提升了农村社会组织的治理能力和水平，为乡村组织振兴提供了新的支撑[5]。

3. 农村电商助力乡村全面振兴的现实困境

3.1. 基础设施薄弱

尽管我国互联网基础设施建设取得了显著进展，但部分偏远农村地区仍存在网络覆盖不足、信号不稳定的问题，制约了农村电商的发展。网络信号的不稳定会导致农村电商的交易过程出现中断或延迟，影响消费者的购物体验，降低农村电商的市场竞争力。此外，部分农村地区物流配送网络不完善，配送

成本高、效率低，导致农产品难以及时、高效地运达市场。农村地区的物流基础设施相对薄弱，物流网点分布不均衡，物流配送的“最后一公里”问题尚未得到有效解决，这不仅增加了农产品的物流成本，还降低了农产品的新鲜度和品质，影响了农村电商的发展。

3.2. 人才短缺

农村电商的发展需要既懂农业又懂电商的复合型人才，但目前农村地区这类人才严重不足。农村电商的运营涉及多个领域，如网络营销、电商运营、物流配送、数据分析等，需要具备专业知识和技能的人才来支撑其发展，而农村地区由于教育资源相对匮乏、就业机会有限等原因，难以培养和留住这类专业人才^[6]。

同时，农村地区的经济发展相对滞后，生活条件和就业环境较为落后，导致很难吸引和留住高素质的人才。尽管近年来农村电商的发展为部分乡村带来了新的就业机会，尤其是吸引了大量年轻人参与电商运营、物流配送、网络营销等工作，但整体上，农村地区的经济基础和社会服务设施远不及城市，导致很多高素质人才选择留在城市就业和发展。尤其是在教育、医疗、公共服务等方面，城市的优势更加明显，这些因素使得许多人对于长期扎根农村缺乏足够的动力和吸引力。此外，虽然农村电商企业能够提供一定的薪酬和职业发展机会，但由于农村电商行业的技术含量和创新水平普遍较低，很多电商企业并没有足够的资源或平台来支持人才的深度培养和职业晋升，这使得一些有潜力的年轻人逐渐选择离开农村，前往大城市寻求更广阔的职业发展空间和更丰富的生活体验。

3.3. 品牌建设不足

部分农村电商从业者对品牌建设的重要性认识不足，缺乏品牌营销和品牌管理的能力。一些农村电商从业者认为只要产品好就能卖得好，忽视了品牌建设在市场竞争中的重要作用，导致农村电商品牌意识淡薄，品牌建设滞后。而农村电商品牌推广渠道也十分有限，推广成本高，难以在短时间内形成品牌影响力。农村电商的品牌推广主要依赖于电商平台的搜索排名、广告投放等方式，这些推广方式不仅成本较高，而且效果有限。此外，农村电商的品牌形象塑造和品牌文化传播也相对薄弱，难以在消费者心中留下深刻的印象，影响了农村电商品牌的市场竞争力^[7]。

3.4. 市场竞争力不足

农村电商的产品主要集中在初级农产品领域，尽管这些产品在数量上有着较大的市场需求，但由于缺乏差异化竞争优势，产品的同质化现象显得尤为突出。大多数农村电商企业依赖于传统的农产品销售模式，缺乏创新和品牌化运营，这使得相同类别的产品之间几乎没有明显的区分度。随着市场参与者的增多，价格战成为常态，导致整个行业陷入了低价竞争的恶性循环中。这种同质化竞争不仅压低了产品的利润空间，而且还影响了企业的长期发展潜力，阻碍了其在市场中实现差异化竞争的可能性^[8]。此外，农村电商的供应链体系仍然不够完善，进一步加剧了其面临的挑战。尽管农产品的生产环节在一定程度上得到了发展，但从生产到销售的多个环节仍然存在许多瓶颈。农村地区的基础设施相对薄弱，导致物流配送效率低下，尤其是在偏远的农村地区，产品的运输和分发往往需要更长的时间，影响了消费者的购物体验和满意度。同时，由于技术水平的局限，农产品加工环节的标准化和精细化管理相对滞后，造成了部分农产品的质量不稳定，甚至出现腐烂变质等问题，这些都直接影响了消费者的信任度和复购率。

3.5. 政策支持与监管不足

尽管国家和地方政府已经出台了多项政策措施，以促进农村电商的发展，但在政策的精准性和实际

落实效果上仍存在一些亟待解决的问题。部分政策缺乏针对性和可操作性，难以满足农村电商发展的实际需求。例如，一些地方的农村电商扶持政策主要集中在对电商平台的补贴上，而对于农村电商的基础设施建设、人才培养、品牌建设等关键环节的支持力度不够，导致政策的扶持效果不明显。与此同时，农村电商的监管体系尚不完善，市场秩序有待规范。农村电商的快速发展给市场监管带来了新的挑战，由于农村电商的交易主体复杂、交易方式多样等原因，市场监管难度较大。目前，农村电商的监管体系在法律法规、监管机制、执法力度等方面仍存在不足，导致农村电商市场存在一些乱象，如假冒伪劣产品、虚假宣传、价格欺诈等问题，影响了农村电商的市场信誉和消费者权益。

4. 农村电商助力乡村全面振兴的实践策略

通过对农村电商现实困境的深入分析，可以发现基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设不足等问题是制约其助力乡村全面振兴的关键因素。要突破这些瓶颈，必须从多方面入手，提出系统性的实践策略。

4.1. 完善基础设施建设

第一，加强网络设施建设。加大对农村地区网络基础设施的投入，提高网络覆盖范围和信号质量，为农村电商发展提供坚实的技术支撑。政府应加大对偏远农村地区的网络基础设施建设的扶持力度，鼓励电信运营商加大对农村地区的网络覆盖和信号优化，提高农村地区的网络接入速度和稳定性，降低网络使用成本，为农村电商的发展创造良好的网络环境。第二，优化物流配送体系。智能化技术是提升物流配送效率的重要手段。在农村物流配送中，可以利用无人机进行偏远地区的物流配送，利用智能快递柜实现自助取件和寄件，利用大数据分析进行物流需求预测和运输路线规划。这些技术不仅可以提高配送效率，还能降低运营成本，提升物流配送的透明度和可追溯性。

4.2. 加强人才培养与引进

首先，开展多层次电商培训针对农村居民、返乡创业人员、农村合作社成员等不同群体，开展多层次、多形式的电商培训。培训内容应涵盖电商基础知识、平台运营、网络营销、直播带货、数据分析等实用技能，提升农村居民的电商应用能力。同时，建立长期的培训机制，定期组织培训课程和实践指导，帮助农村电商从业者不断更新知识和技能。其次，建立人才激励机制。通过政策引导和经济激励，吸引高素质人才回流农村。政府可以出台优惠政策，如创业补贴、税收优惠、住房保障等，为返乡创业人员提供良好的创业环境。同时，设立农村电商人才专项奖励基金，对在农村电商领域做出突出贡献的人才给予表彰和奖励，激发人才的积极性。最后，加强校企合作。推动高校、职业院校与农村电商企业之间的合作，建立人才培养基地和实习实训平台。高校可以开设农村电商相关专业课程，培养适应农村电商发展的专业人才。同时，通过校企合作项目，为学生提供实践机会，促进理论与实践的结合，为农村电商发展输送高素质人才。

4.3. 优化品牌建设

第一，提升品牌意识。为了增强农村电商的竞争力，提升品牌意识是关键的第一步。农村电商从业者往往集中在农业产品的生产和销售层面，对于品牌建设的认识较为薄弱。要改变这一现状，必须通过一系列培训和教育活动，帮助他们树立品牌意识。政府和行业协会可以组织专题讲座、品牌建设培训课程、经验分享会等多种形式，普及品牌知识，使从业者了解品牌对市场竞争的重要性，掌握品牌管理的基本原则和方法。这些培训不仅仅限于产品质量、包装设计等表面问题，更应包括品牌定位、消费者需求分析、品牌价值传播等战略层面的内容。通过这种全方位的品牌教育，帮助农村电商从业者明确品牌

建设的长远意义，提升他们的品牌管理能力和市场应对能力。第二，拓展品牌推广渠道。在品牌建设的基础上，如何有效地推广和传播品牌，进而提升品牌的市场知名度和影响力，成为农村电商发展的又一关键任务。传统的品牌推广手段往往受到成本和地域限制，而互联网和新媒体技术的迅速发展为农村电商提供了更多低成本、高效的品牌传播渠道。通过电商平台的官方推广和社交媒体营销，农村电商可以轻松地将品牌推向更广泛的消费者群体，突破地域限制，提升品牌的曝光度。

4.4. 提升市场竞争力

首先，推动产品差异化。鼓励农村电商从业者开发特色农产品和加工产品，提升产品附加值，形成差异化竞争优势。农村地区拥有丰富的自然资源和独特的文化资源，可以通过挖掘地方特色，开发具有地域文化特色的农产品和加工产品，满足消费者对高品质、个性化产品的需求。其次，完善供应链管理。加强农村电商供应链体系建设，提升产品质量和稳定性。农村电商企业应加强与农产品生产者的合作，建立稳定的农产品供应基地，确保产品质量。同时，引入先进的物流技术和管理经验，优化物流配送流程，提高物流配送效率。最后，加强质量监管与标准化建设。建立健全农村电商产品质量监管体系，加强对农产品的质量检测和认证，确保产品质量安全。同时，推动农产品标准化建设，制定农产品生产、加工、包装、运输等环节的标准规范，提升农产品的市场竞争力。

4.5. 强化政策支持与监管

政府应根据农村电商发展的不同阶段和需求，精准制定扶持政策。第一，加大对关键环节的支持力度。政府应聚焦农村电商发展的关键环节，如基础设施建设、人才培养、品牌建设、物流配送等领域，实施精细化的扶持措施。例如，设立农村电商发展专项资金，对符合条件的农村电商企业提供补贴和奖励，用以支持其扩大生产、提升技术、改善服务等方面的投入。通过财政补贴，政府可以为企业减轻负担，帮助它们在资金紧张的情况下，继续创新和发展。此外，政府应加强对农村电商的基础设施建设投入，包括网络设施、仓储物流、冷链运输等方面。改善这些基础设施，不仅能提升农村电商的整体效率，也能降低物流成本，提高市场竞争力。第二，建立健全农村电商监管体系。随着农村电商的快速发展，市场秩序面临着新的挑战。政府应加强对农村电商市场的监管，制定和完善相关法律法规，明确电商平台及其经营者的责任和义务。具体来说，应根据市场的发展特点，针对性地制定相关法律条文，规范农产品的生产、加工、销售等环节，避免虚假宣传、价格欺诈、假冒伪劣产品等问题的发生，维护市场公平竞争。政府应通过加强执法力度，及时查处违法违规行为，确保市场秩序的稳定，提升消费者对农村电商的信任度^[9]。第三，推动农村电商行业的集体协作。政府还可以通过行业协会组织多种形式的培训、交流和合作活动，促进农村电商企业之间的合作与学习。例如，定期举办电商论坛、经验分享会、跨区域合作洽谈会等，帮助农村电商企业拓展市场，提升企业的竞争力。同时，政府还应支持行业协会搭建合作平台，鼓励农产品电商与地方政府、金融机构、物流企业等各方的协同合作，共同推动农村电商的发展。

5. 结语

农村电商作为推动乡村全面振兴的重要力量，其发展仍面临诸多现实困境，如基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设不足、市场竞争力弱等。通过完善基础设施、加强人才培养、优化品牌建设、提升市场竞争力、强化政策支持与监管等措施，能够有效推动农村电商高质量发展，进而助力乡村全面振兴。未来，应进一步加强政策支持和环境优化，推动农村电商与乡村振兴深度融合，为实现农业农村现代化提供有力支撑。

基金项目

江苏省社科基金重点项目“新质生产力赋能江苏农业现代化的逻辑理路与实践路向研究”（项目编号：24EYA001）。

参考文献

- [1] Boschma, R.A. and Frenken, K. (2006) Why Is Economic Geography Not an Evolutionary Science? Towards an Evolutionary Economic Geography. *Journal of Economic Geography*, **6**, 273-302. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbi022>
- [2] Freeman, C. and Soete, L. (1997) The Economics of Industrial Innovation. Psychology Press.
- [3] 闫宇, 汪江华, 张玉坤. 新内生式发展理论对我国乡村振兴的启示与拓展研究[J]. 城市发展研究, 2021, 28(7): 19-23.
- [4] 陈燕. 农业农村现代化与乡村振兴: 内在逻辑与机制建构[J]. 学习与探索, 2021(10): 114-121.
- [5] 赵秀玲. 乡村治理现代化瓶颈的破解之策[J]. 国家治理, 2020(16): 24-28.
- [6] 王奇, 晋晓妹. 农村电商特色产业创业与稳就业[J]. 产业经济评论, 2025(1): 108-123.
- [7] 陈苏, 崔凯玲, 潘丹. 农村电商发展的“绿水青山”效应: 来自县域的证据[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 112-124.
- [8] 汤龙, 唐跃桓, 杨其静. 农村电子商务、数字普惠金融与城乡共同富裕[J]. 经济社会体制比较, 2024(4): 95-110.
- [9] 曹增栋. 电子商务促进了农民农村共同富裕吗?——基于收入增长与差距缩小的双重视角[J]. 西部论坛, 2024, 34(3): 95-110.