

乡村振兴背景下农村电商发展的现状以及优化路径研究

王紫藤

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月6日; 录用日期: 2025年2月17日; 发布日期: 2025年3月7日

摘要

本文主要探讨了乡村振兴战略背景下农村电商发展的内涵、现状、面临的主要问题及其应对策略。通过分析农村电商在推动农村经济发展、拓宽农产品销售渠道、提升就业机会等方面的作用, 指出农村电商在农村基础设施、物流配送、品牌建设和人才培养等方面的优势及挑战。针对当前农村电商存在的流通环节繁多、冷链物流薄弱、品牌化不足、人才短缺等问题, 提出了包括建立数字物流链路、推动农产品精品化发展、开展多形式的人才培养及吸引电商人才下乡等对策建议。本文旨在为促进农村电商的可持续发展, 推动乡村振兴战略的实施提供理论支持和实践指导。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 农村产业

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

Ziteng Wang

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

Received: Feb. 6th, 2025; accepted: Feb. 17th, 2025; published: Mar. 7th, 2025

Abstract

This paper primarily explores the connotations, current situation, major issues, and countermeasures

for the development of rural e-commerce under the background of the rural revitalization strategy. By analyzing the role of rural e-commerce in promoting rural economic development, expanding agricultural product sales channels, and increasing employment opportunities, it highlights both the advantages and challenges of rural e-commerce in areas such as rural infrastructure, logistics, brand building, and talent development. In response to the current problems of rural e-commerce, such as multiple circulation links, weak cold chain logistics, lack of branding, and talent shortages, the paper proposes countermeasures including establishing a digital logistics network, promoting the boutique development of agricultural products, implementing various forms of talent cultivation, and attracting e-commerce professionals to work in rural areas. This paper aims to provide theoretical support and practical guidance for promoting the sustainable development of rural e-commerce and advancing the implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Rural Industry

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

乡村振兴战略的核心目标在于应对农村地区发展不充分的挑战，全面加速农业农村的现代化进程。该战略聚焦于五大方面：产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效及生活富裕，旨在通过这些途径，最终实现农村经济的全面振兴、农村文化的传承发展以及农村居民生活质量的显著提升。在这一战略实施过程中，农村电商发挥着至关重要的推动作用¹。近年来，伴随着短视频及直播行业的蓬勃兴起，我国农村电商领域取得了显著成就。它不仅有力促进了农村基础设施的完善和升级，还极大拓宽了农产品的销售渠道，使得农产品能够更便捷地走向市场。同时，农村电商的发展也推动了农村产业结构的优化和升级，为农村居民创造了更多元化的就业机会，提高了他们的收入水平。此外，农村电商还在传播和弘扬农村文化方面扮演了重要角色。通过电商平台，农村的文化特色、传统手工艺等得以更广泛地展示和传播，增强了农村文化的影响力和吸引力。发展农村电商对于促进乡村振兴、巩固脱贫攻坚成果具有十分重要的意义。它不仅为农村经济注入了新的活力，还为农村文化的传承和发展提供了有力支撑。

2. 乡村振兴背景下发展农村电商的内涵以及现状分析

2.1. 农村电商的内涵

农村电商，即农村电子商务的简称，是指利用互联网、计算机等现代信息技术手段，为农村地区提供网上贸易、电子支付、物流配送等电子商务服务的商业模式。它将电子商务的便捷性和高效性引入农村，使农民能够通过网络平台进行商品的买卖、交易等经济活动。农村电商不仅涵盖了农产品的线上销售，还包括了农村手工艺品、乡村旅游等多个细分领域。通过电商平台，农产品可以销往全国各地，甚至走向世界，大大拓宽了销售渠道。同时，农村电商还为农民提供了更多的就业机会和收入来源，推动了农村经济的繁荣发展。

¹<http://www.chinairm.com>

2.2. 目前农村电商发展的现状分析

2.2.1. 互联网普及率与农村网民规模的提升

根据《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国农村地区的互联网普及率已达到 66.5%。相比于 2019 年的 52.8%，这一数据大幅提升，表明越来越多的农村居民已接入互联网，为农村电商的发展提供了广泛的用户基础。同时，2023 年我国农村网民数量已达到 3.5 亿，占全国网民总数的 34.5%²。这一庞大的网民基数，使得农村电商在市场竞争中拥有了更加坚实的用户基础，且随着智能手机和网络设施的进一步普及，农村电商将迎来更大的发展空间。

2.2.2. 短视频和直播行业的崛起

近年来，短视频和直播平台迅速兴起，为农村电商带来了新的发展动力。通过这些平台，农民和小商户能够更直观、生动地展示农产品及农村生活。直播带货作为一个典型的电商创新方式，不仅提高了农产品的市场曝光率，也优化了商品展示方式，使得消费者能够实时看到产品的外观、质地和使用效果，增强了消费者的购买欲望。此外，直播互动功能使得卖家能够直接与消费者交流，及时解答疑问，从而提高了成交率。通过互动，消费者可以获得更个性化的购物体验，建立了更加紧密的客户关系。

2.2.3. 降低创业门槛，提供平等机会

直播带货的兴起也为农村居民和创业者提供了更多的机会，尤其是降低了创业门槛。传统的电商模式需要一定的技术基础和市场知识，而直播电商通过简单易用的操作流程和直观的传播方式，使得即使是技术水平较低的农村创业者也能参与其中。农村电商平台为这些创业者提供了更加平等的机会，尤其是通过直播和短视频，农民不仅能够直接接触到全国乃至全球的消费者，还能借助这些平台的流量和资源，提升自身品牌的影响力。

2.2.4. 农村电商的快速增长

根据商务部统计，2022 年全国农村网商数量已达 1730.3 万家，同比增长 6.2%。其中，直播电商网店数量为 573.2 万家，占比 33.1%。2023 年，随着数字化技术的进一步发展，农村电商的市场规模持续扩张。数据显示，2023 年农村电商交易额预计突破 6 万亿元，同比增长 13%。这一增长速度展示了农村电商巨大的发展潜力和市场空间。同时，直播带货的普及使得农村电商模式逐渐从单一产品销售向多元化发展转型，包括农产品的品牌化、定制化、差异化销售等^[1]。

3. 当前农村电商发展面临的主要问题

3.1. 农村电商流通环节复杂与冷链物流基础设施薄弱导致成本增加

当前农村电商面临的一个显著问题是流通环节过多，直接导致了运营成本的增加。农产品从生产者到消费者手中，通常需要经过多个中间环节，包括产地收购、批发商、销地市场、零售商等，每个环节都会增加运输费、仓储费、人工费和税费等额外成本。同时，由于农村地区广阔且人口分散，物流配送成本较高，尤其是“最后一公里”配送的难度大大推高了成本，这限制了农产品的市场竞争力，阻碍了农村电商的发展潜力。与此相关的冷链物流问题也不容忽视。农村地区的冷库建设相对滞后，无法满足生鲜农产品对低温储存的需求，导致产品品质下降和损耗增加。此外，冷藏车辆数量不足，也使得农产品在运输过程中难以保持其新鲜度和品质。更为严重的是，许多农村地区缺乏有效的预冷和保鲜设施，影响了农产品的保鲜期和竞争力。冷链物流信息化程度低，难以实现全程监控和追溯，使得产品流通过程中存在较大的质量风险和安全隐患。这些问题不仅增加了农村电商的成本，也限制了行业的可持续

²<http://www.mofcom.gov.cn/>

发展[2]。

3.2. 未能深入开展农产品的品牌化和规模化发展

当前农村电商发展面临品牌化和规模化不足的问题，尤其在农产品的附加值和市场认同度方面显得尤为突出。绝大多数农业产品仍停留在低附加值的初级农产品阶段，缺乏精细化加工，导致其市场竞争力较弱。这种情况不仅削弱了农产品在消费者心中的品牌认同，也使得市场的活跃度受到影响。农村电商大多数局限于简单的商品包装和辅助销售，缺少对市场需求的精准分析和产品创新，尤其在品牌建设上表现不足，难以吸引消费者的持续关注。此外，由于很多农村电商经营主体为个体商户，缺乏足够的抗风险能力，他们的经济抗压能力不足，容易在市场波动中面临破产风险[3]。这种情况不仅影响了商家的生存，也影响了整个行业的可持续发展。而消费者往往倾向于选择有保障的知名品牌，这使得没有品牌影响力的农村电商产品处于竞争劣势。同时，部分农户将劣质产品与优质产品混合出售，进一步降低了农产品的市场信誉，导致消费者对农产品的质量产生负面印象。因此，缺乏品牌化和精细化加工的农产品，不仅降低了其市场附加值，也严重限制了农村电商在农业领域的长期发展潜力。

3.3. 专业人才短缺

一方面，农村人口普遍受教育程度较低，许多人对网络的使用了解有限，难以在短时间内掌握网络操作和应用，从而无法充分发挥互联网的潜力。另一方面，农村地区在教育、卫生和就业等方面的不足，使得本地专业人才难以留住，导致大量人才流失[4]。城乡之间的经济、文化和基础设施差距较大，同时，城市化进程推动了大量中青年劳动力向城市迁移，导致农村地区严重缺乏劳动力和高素质人才。这也是为什么目前许多农村电商平台由中老年人主导的原因之一。由于中老年人受教育程度和文化水平的限制，他们对电子商务技术的理解和接受能力相对较弱，而参与农村电商的人不仅需要掌握一定的信息技术，还需具备专业的农业知识和管理技能。当前，随着数字经济的发展，这些技能的需求变得越来越高。农村地区在吸引和留住人才方面存在明显劣势，缺乏高质量的专业人才。

3.4. 技术和数据应用不足

许多农村电商商家缺乏数据分析能力，未能通过市场数据洞察来精准调整产品结构和营销策略，导致整体运营效率低下。由于缺乏有效的技术支持，商家常依赖传统经验进行决策，无法充分挖掘数据价值，导致市场需求预测不准确，库存和营销策略不匹配，从而影响了销售表现和利润空间[5]。此外，由于农村地区互联网基础设施较弱且商家技术水平相对较低，很多商家对现代化技术缺乏了解或应用能力，阻碍了电商业务的技术化转型。这种技术短板使得农村电商难以提升运营效率、优化供应链、降低成本，从而处于竞争劣势。

4. 农村电商发展助力乡村振兴的对策建议

4.1. 建设数字物流链路

推动农村快递物流基础设施建设，打造一个集运输、电商、快递为一体的县域物流体系。重点要优化物流中心的布局和仓储设施建设，选址时应优先考虑交通便利、区位优势的区域。同时，应引进自动化仓储设备和智能仓库管理系统，实现物流运作的高效化。提升物流的数字化水平，需要广泛应用信息技术，包括建设物流信息系统和进行物流数据的收集与分析。物流信息系统将用于管理订单、调度运输和跟踪货物等，全面提高物流管理效率[6]。同时，应对大量物流数据进行分析，及时识别农村电商物流中的难点和痛点，进而找到优化方案，提升用户体验。

4.2. 走农产品精品化发展道路

首先，农业产品应在生产过程中实现绿色转型，确保化肥和农药的使用量在合理范围内，并严格控制产品质量，将消费者的健康置于企业发展的首位。其次，要重视农业产品的精细加工和外观设计，以满足消费者日益提高的物质需求，提升产品的市场认同感。最后，电商企业应着力打造品牌效应，创建具有独特特色的产品系列，吸引消费者长期购买，并稳步提升产品的市场份额。此外，农村电商企业还需制定严格的产品标准和奖惩机制，避免农民将劣质产品掺入优质商品中，防止出现影响信誉和发展的风险[7]。在农产品的品牌打造过程中，建立合适的消费者反馈和评价机制，提高消费者满意度从而增强消费者粘性。

4.3. 多种形式培养农村电商人才、吸引电商人才下乡

(1) 根据各村情况制定不同的培训方案；由于不同阶段的农村电商从业者面临的挑战各异，因此，网上培训应根据店铺的不同级别在原有内容的基础上进行差异化调整。可以定期邀请专业讲师进行针对性培训，针对不同层次和需求开展课程[8]。此外，还可以邀请本地有经验的、经营高级店铺的网商分享经验，进行现场指导。通过多种形式促进成功网商与农村创业者之间的交流，利用成功者的亲身经历、成长过程、经验和教训，激励和鼓舞创业者，并传授实用的操作方法和技巧。

(2) 实行校企合作的形式；学校应根据当地电商从业者的需求，定制化并批量培养电商人才。通过与高校的深入合作，鼓励大学生到农村创业，并定期为创业者对接各大平台资源，积极引进外部智力支持，进一步增强农村电商团队的整体竞争力。同时，可以与职业中专学校建立校企合作关系，设立教育实习基地等长效机制。通过建设职业技术学校，设立专业的培训教室和系统的教学内容，开展专题培训，形成具有特色的实战型电商人才培养体系。

(3) 搭建多种形式的交流模式；通过向先进企业和县市学习，进行实地考察和互动交流，针对性地解决实际问题。此外，网商可以自发参加各种电商研讨会，参观交流，向名校请教名师，开展多种形式的学习和讨论[9]。政府和企业应采取激励政策，吸引外地高端电商人才的加入。通过引进专业和高端人才，推动客服外包、美工设计、店铺装修、品牌设计等服务的提升，从而促进农村电商行业的规模化和标准化发展。

4.4. 提升农户技术应用和数据分析能力

各大电商平台应简化技术的操作流程，推出更加直观易用的工具，让商家能够在没有深厚技术背景的情况下，也能高效分析销售数据和消费者需求，进而优化产品和营销策略。政府和企业应加强对农村电商的政策扶持，引导企业在技术投入和网络建设上加大力度，推动农村电商向数字化转型。电商平台可以与技术公司合作，为农村电商商家提供量身定制的解决方案，帮助他们实现供应链的智能化管理[10]。通过先进的技术手段，商家可以准确预测市场需求、调节库存，避免过剩和缺货现象，提升整体运营效率，增强市场竞争力。

5. 总结

随着乡村振兴战略的实施，农村电商已成为推动农业现代化和农村经济发展的关键力量。本文系统分析了农村电商的发展现状及其在促进农村基础设施建设、农产品销售、文化传承等方面的作用。然而，农村电商仍面临诸多挑战，如物流体系不完善、品牌化不足、专业人才短缺等问题，这些都制约了其进一步发展。为此，本文提出了针对性的对策建议，包括建设数字化物流体系、推动农产品精品化、加强品牌建设、开展差异化的人才培训等。这些措施能够帮助农村电商提升整体竞争力，实现可持续发展，

并为乡村振兴战略的成功实施提供强有力的支持。

参考文献

- [1] 张硕, 乔晗, 张迎晨, 等. 农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J]. 管理学报, 2022, 19(4): 624-632.
- [2] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [3] 李志平, 吴凡夫. 农村电商对减贫与乡村振兴影响的实证研究[J]. 统计与决策, 2021, 37(6): 15-19.
- [4] 王志和. “直播 + 电商”如何助力乡村振兴[J]. 人民论坛, 2020(15): 98-99.
- [5] 庞爱玲. 乡村振兴战略下农村电商产业发展困境与路径[J]. 农业经济, 2019(7): 123-124.
- [6] 刘承昊. 乡村振兴: 电商赋能与地方政府外部供给的困境与对策[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2019, 19(4): 122-130.
- [7] 王鹤霏. 农村电商扶贫发展存在的主要问题及对策研究[J]. 经济纵横, 2018(5): 102-106.
- [8] 任晓聪, 和军. 我国农村电子商务的发展态势、问题与对策路径[J]. 现代经济探讨, 2017(3): 45-49.
- [9] 李丽, 李勇坚. 中国农村电子商务发展: 现状与趋势[J]. 经济研究参考, 2017(10): 52-60.
- [10] 谢天成, 施祖麟. 农村电子商务发展现状、存在问题与对策[J]. 现代经济探讨, 2016(11): 40-44.