

乡村振兴背景下农村电子商务发展存在的问题与策略性建议研究

谢明君

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年1月22日; 录用日期: 2025年2月13日; 发布日期: 2025年3月10日

摘要

在全面推进乡村振兴的进程中, 农村电子商务不仅为农业经济注入了新活力, 还极大地提高农民的生活质量, 因此成为实现乡村振兴的重要抓手。然而, 正如所有新兴事物一样, 电商助农存在农产品同质化、政策资金扶持力度不足、电商专业人才梯队建设滞后等众多发展短板。本文通过对农村电子商务发展现状与问题的分析, 提出策略性建议, 旨在推动农村电商的长远发展。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 问题, 对策

Research on the Problems and Strategic Suggestions for the Development of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Mingjun Xie

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 22nd, 2025; accepted: Feb. 13th, 2025; published: Mar. 10th, 2025

Abstract

In the process of comprehensively promoting rural revitalization, rural e-commerce not only injects new vitality into the agricultural economy but also significantly improves the quality of life for

farmers, thus becoming an important means to achieve rural revitalization. However, like all emerging things, e-commerce assistance for agriculture has many development shortcomings, such as the homogeneity of agricultural products, insufficient policy and financial support, and the lagging construction of professional e-commerce talent teams. This article analyzes the current situation and problems of rural e-commerce development and puts forward strategic suggestions, aiming to promote the long-term development of rural e-commerce.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Question, Countermeasure

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

关于全面推进乡村振兴，国家提出了很多措施，如“强化农业科学与技术装备支持”“推动农村特色产业，扩大农民增加收入途径”“建设新型农业经营模式和社会化服务”[1]。电子商务由于其独特的优势，对提升农村经济，人民幸福感具有积极作用，是实施乡村振兴战略的重要载体。目前，虽然农村互联网电商的前景一片光明，但是还存在着很多困难，有待进一步解决。

2. 农村电子商务的内涵

《中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》明确提出：“推进中国式现代化，必须坚持不懈夯实农业基础，推进乡村全面振兴。”[2]政策文件强调了“三农”问题的核心地位，力求全面推进乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴和农基组织振兴。这一定位体现了乡村振兴战略的精髓，即通过解决“三农”问题，推动农村全面发展。

而电子商务凭借无地域、时间限制，可通过在线平台快速完成交易的高效便捷特点，成为推动乡村振兴战略的主要途径。所谓农村电子商务，正是通过电子商务网络平台，整合各种农村资源的改善服务，拓展农村信息服务行业的广度和深度，“使之兼而成为遍布县、镇、村的‘三农’信息服务站。”[3]

3. 乡村振兴战略背景下发展农村电子商务的意义

3.1. 提供新型就业岗位，推动农村产业结构调整

传统农村经济主要以农业生产和销售为主。但有限的土地与单一的销售渠道，导致从事农业生产的村民经济收入低下。而农村电商的兴起不仅拓宽了农业产品交易的渠道，瓦解了原有的价格垄断，进而促进了农村物流、包装、设计等相关领域的繁荣，为乡村居民创造了新型就业机会。

这些就业岗位进一步促进了农村产业结构的改善和提升。虽然农村电商实现了生产者与消费者的有效对接，但如何将物品交到消费者手中也是一大难题。电商是一个集物流运输、包装设计等多个环节为一体的综合性行业。农村电子商务的蓬勃发展得益于快递配送、低温物流运输等服务的进步，这些服务为农村电商提供了更加高效可靠的配送路径和保障措施，有效解决了农产品运输和保存的难题。在此背景下，电子商务的蓬勃发展离不开诸多关键环节，如商品摄影、文字阐述以及售后服务等。电子商务与相关产业的蓬勃发展，为农村经济多元化提供了坚实基础，并促进了农村产业结构的优化升级。

3.2. 促进乡村人才振兴，推动乡村文化建设

人才作为推动乡村发展的关键因素，是实现乡村振兴的重要推动力。随着农村电子商务的兴起，尤其是农业电子商务的快速发展与特色经营模式，为乡村人才提供了新的就业机会和创业平台。这吸引了一批有知识、有技能的年轻人从城市回到乡村。他们通过所学知识，推动传统农业向现代化、信息化转型，有效缓解了乡村人才流失的问题，打破了人才瓶颈。

此外，农村电商还为乡村的文化建设注入了新活力。一方面，电商的普及促进了乡村信息化，提升了农民的信息素养，使得他们能够更好地接触和吸收现代文化。另一方面，电商创造的就业机会吸引了更多的年轻人回乡创业，他们带回的新思想，推动了乡村文化的创新与繁荣。在这一过程中，乡村文化与现代经济相互促进，共同塑造了一个充满活力、开放包容的乡村文化新生态。

3.3. 完善基础设施建设，提升村民生活水平

大部分农村地广人稀，由于通信设备的相对落后，农民的生产活动和日常交流受到了限制。但是随着农村电商的发展，政府加强了对农村网络基础设施的投资，拓宽了网络的覆盖面积。截至 2023 年 12 月末，我国农村地区互联网覆盖率达到 66.5%，比去年同期增加了 4.6 个百分点[4]。与此同时，为了保障电子商务平台商品的配送效率，我国政府加大了对农村交通基础设施建设的投入，构建了更多道路及交通枢纽，从而缩短了农产品物流时间和降低了成本。这一举措有助于提升农产品在市场上的竞争力以及经济价值。

电商的快速发展除了在基础设施层面上为村民提供更便捷的出行，还提供了更高效、多样化的物流和售后服务。截至 2024 年 7 月底，全国已经建立了 1990 个县级快递配送中心，5.3 万个乡镇快递站点，33.78 万个村级寄递物流综合服务站，覆盖了超 95% 的乡村，已建成较为完善的快递进村物流体系[5]。通过一件件快递，村民不仅实现了与外界的连通，还能享受优质的售后服务。这些都为改善农村居民的生活质量，提高居民的幸福指数做出了有力贡献。

4. 农村电子商务发展存在的问题

4.1. 农产品同质化

随着生活水平的不断提高，广大人民不再局限于吃得饱，而是要吃得好，居民消费需求从单一走向多元，“由单纯的数量要求准变为质量与数量的协同。”[6]然无论是电商平台的运营者，还是农民，均未针对需求转变做出及时调整。于前者，在电子商务平台建设和农产品销售的过程中，许多农产品电子商务企业使用相似的技术设备和软件，采用千篇一律的销售模式和竞争策略，导致市场上的农产品在品质、价格、供应、包装等方面存在高度一致，进而引发了服务和产品的同质化现象。在这一背景下，消费者的选择变少，电商的营收也会随之减少，从而影响农村电商经济的发展。

于后者，大量农民生产者并未对市场进行充分分析，难以准确判断市场需求，导致生产决策的盲目性，进而造成农产品供给同质化严重，农产品相对过剩。当农产品无法售出，农户之间往往会在价格上展开新的竞争，最终往往以微薄的收益甚至亏本的方式，将剩余产品售出。这一做法不仅损害了农户的经济利益，也影响了农产品的质量和新鲜度。拿到这一批农产品的消费者，由于产品质量没有得到充分保障，便会直接影响商家的经营，不利于农村电商经济的营收。长此以往，这种恶性循环不仅损害了农户的利益，也制约了农村电商经济的健康发展。

4.2. 扶持政策、资金力度不足

截至 2024 年，各级政府机构已实施多项策略以推动农村电子商务的繁荣，并取得了突出成效。《中

国农村电子商务发展情况》(2021~2022)指出,农村电子商业已进入稳定发展阶段,2021年全国农村互联网购物总额为2.05万亿元,农村快递配送系统及冷链物流基础设施建设也取得新的突破,为农村电商的发展提供了坚实的基础。尽管如此,在政策和资金方面,相关部门提供了充足的支持与补贴。然而,“政府更多的是关注大规模的电商园,对于零散的农村电子商务缺乏关注。”[7]而这样的偏向会造成资源配置不公,小型农村电商企业由于规模小、分布散,难以获得足够的政策支持和资金补贴,使得它们在市场竞争中处于不利地位。同时,对于大多数仍处于创业起步阶段的电商来说,电商前期资金投入大,收益周期长,这使得它们的盈利能力在短期内难以显现,进而影响到金融机构对这些企业的信心和支持意愿,导致农村电商部分企业存在资金链断裂的发展问题。

此外,“部分惠农政策损害了农民的利益。”[8]比如,部分地区政府用低于市场标准的价格从农民手中租赁土地,并与企业联手对这些土地进行开发。但由于开发过度,致使土地肥力下降,农民在尝试恢复这些土地进行农业耕作时,面临越来越多的障碍。尽管电子商务的兴起为农村地区的经济增长带来了新的可能性,但在通过电商推动农村经济发展的过程中,各地区仍然面临各自的挑战,尤其是缺乏对未来发展的战略规划,这一问题显得尤为突出,值得各地政府深思熟虑。

4.3. 电商专业人才梯队建设滞后

农村电子商务的迅猛发展带动了对此领域专业人才需求的持续上升,“但是目前中国农村电子商务人才和农村信息化建设人才培养具有很大的滞后性。”[7]原因的根源可以从人才的内部和外部两个方面得到阐释。

从内部来说,农村电商的专业人才可能来自本地和回流人群两种。于前者,当前农村电商人才培训机制不健全,导致本地人才孵化缓慢。农村电商是一个汇聚多种产业为一体的综合商业集合体,需要与之相匹配的复合型人才。而农村电商的培训机制可能存在内容与实际需求脱节、缺乏专业培训师资、培训资源分布不均等问题。这些问题导致培训效果不佳,无法有效提升本地电商从业者的运营能力,进而影响了农村电商的发展与农产品的销售。对于后者,当前对回流人才的激励措施不足,导致其在农村电商领域的创业热情不高。回流人才带着城市工作经验和市场观念返回农村,期望能利用所学推动当地发展,但缺乏政策、资金、技术和认可,面临资源短缺、市场开拓难等问题,挫败了创业热情。此外,缺少职业发展路径和晋升空间也让人才感受不到合理回报,影响了他们对农村电商的长期投入。

从外部来说,农村电商的专业人才储备来源之一是通过政策引入的人才。然而由于农村电商基础设施的不完善,导致引进人才难以发挥其专业优势。“目前农村电子商务发展过程中存在基础设施薄弱的问题,严重制约着农村电子商务的发展。”[3]首先,一些偏远乡村地区的网络覆盖率相对较低,而整体网络品质也不好,存在网络服务延迟等现象。其次,在物流体系的末端服务方面,存在明显不足,尤其是在生鲜农产品电子商务领域。由于缺乏稳定的冷链运输和配送机制,这一问题严重阻碍了农村电子商务的规模化发展和突破。这些问题不但提高了农产品的物流成本,也限制了引进人才在提升农村电商效率和质量方面的专业能力发挥。

5. 农村电子商务的推动乡村振兴的策略性建议

5.1. 完善农村电商基础设施建设,建立复合型电商产业,提升农村电商竞争力

完善农村电商基础设施建设是提升农村电商竞争力的基石。首先,需要加强农村地区的网络基础设施,确保宽带网络和4G/5G信号全覆盖,为电商活动提供稳定的网络支持。其次,加强农村智慧物流基础设施的建设,以此提高物流服务质量。第一,建设农村物流信息系统,把现代网络技术引入物流管理中,通过大数据的运用来减少里程和费用,缩短配送时间,同时实现物流信息在广大农村电商领域的互

通有无，促进各方利益的最大化。第二，改善物流配送体系，兴建冷链仓库和物流枢纽，提高农产品的储存和运输效率，确保新鲜农产品能够快速到达消费者手中。第三，不断强化智能物流基础设施的建设，引入人工智能技术至配送流程之中，以此提升配送效率。

在此基础上，建立复合型电商产业是提升竞争力的关键。通过促进农村电商与地方特色产业的协同发展，例如发展“电商 + 乡村旅游”等模式，充分挖掘乡村在生产、生活、生态方面的独特价值。通过革新电子商务模式，深入融合数字化技术与乡村经济体系，由此拓宽农民增收渠道，激发乡村经济活力，不断提升农业品牌的核心竞争力。

基础设施为电商产业提供了必要的物理和技术条件，而复合型电商产业的发展则依赖于这些基础设施的有效支撑。基础设施的完善能够降低物流成本、提高配送效率，为复合型电商产业的发展提供坚实的基础。同时，复合型电商产业的发展能够带动基础设施的进一步升级和完善，形成良性循环，共同推动农村电商竞争力的提升。

5.2. 培育农产品品牌化发展，构建差异化竞争优势，增强农产品市场吸引力

5.2.1. 以品牌为引领，深化品牌价值认知

电商平台应推动农产品品牌化和差异化。根据《2024 中国农产品电商发展报告》，农产品电商的发展趋势需要从同质化竞争向品牌化、差异化转变。平台需细致分析具体情况，激励农户培养品牌意识，塑造各自产品的独特卖点。同时，通过提供品牌注册、营销方案设计等服务，帮助农产品打造独特的品牌形象，讲好产品故事，提高产品的市场知名度和美誉度。这些措施有效缓解了同性质农产品滞销的情况。

5.2.2. 以质量为核心，健全品牌标准化生产

品牌建设的基础是产品的质量，因此电商平台可以鼓励农产品生产者发展绿色、有机、地理标志产品，实施质量驱动农业发展、绿色农业提升和品牌农业建设战略，促进农产品质量全面优化，以满足消费者对高端农产品的追求。同时，通过提高科技创新、标准引导和人才培养，不断提升农业品牌的核心竞争力。

5.2.3. 以区域品牌为主体，建立品牌联动机制

把区域品牌作为核心，构建一个品牌合作的架构。利用这些品牌的领导力量，执行一系列品牌强化措施，同时促进企业在品牌建设、市场定位、产品质量和诚信经营方面的认识。主动进行地区品牌的管理和运作，尝试开发一个复合型经营策略。通过这些努力，打造一系列在国内外市场上具有高辨识度、高声誉和强大成长潜力的顶尖品牌。

5.2.4. 以品牌宣传为引领，提升知名度与影响力

在数字化传播的当下，电子商务平台需要充分利用品牌推广活动等营销途径，并且主动利用各种在线媒体资源。通过新闻发布会、专题报道、特色栏目、在线农业展览等多元化方式，增强品牌宣传和市场推广的强度，以此来提升质量上乘、产品特色明显、以诚信为本经营的企业品牌的影响力。

5.2.5. 以市场开拓为导向，构建批判营销体系

持续强化并扩大特色高端农产品的市场影响力，增强与主要批发市场和农业企业之间的联系，并积极拓展进入欧美、日本和韩国等海外市场的渠道。同时，采取线上线下双管齐下的策略，重点推动水果电子商务、直接销售和社区新型零售等创新营销方式，并且积极主动尝试网络直播销售，充分发挥电子商务平台的优势，实现企业运营与消费者需求之间的紧密衔接。

5.3. 完善农村电商人才培育体系，创新多元化人才培养模式，提高农村互联网商业内生动力

首先，优化农村电商人才培养体系。农村电商人才的培养效果受到电商教育机构教学水平的直接制约。因此，相关政府部门需对各类电子商务培训机构实施授权认证及评估审查，以确保这些机构具备优质资质，进一步提升教育品质，从而为学员提供更高效的培训服务。同时，培养项目应与农村电子商务的实际情况密切结合，注重实用技术的训练，让学生能够达到知行合一的程度。通过对实际案例的分析，加强培训内容与行业需求的匹配度。同时，借助互联网技术跨地区的特点，开发网络培训课程，惠及更多地区的电商从业者，让他们接受高质量的培训。在线教育平台不仅可以实现资源共享，还能确保优质的教育资源覆盖到更广泛的地区，进一步缩小电商在城乡之间的发展差距。

其次，需要探索创新的农村电商人才培养方式。高校是培养农村电子商务人才的源头之一，在创办电子商务课程的时候，不仅要打造具备物流、管理、信息技术等专业知识的人才，还需进一步强化其对农村环境的认知与理解。这包括将农村地区的文化、风俗习惯以及农业特色等元素整合入课程体系中，从而优化农村电商人才的培育方向。在此，我们提出一种观点：高等教育机构应与农村电子商务企业建立互惠互利的学习与合作机制[9]。通过将一些规模较大的乡村电商企业作为实践教学平台，为即将踏入职场的毕业生提供与专业领域相关的实习机会。还可以邀请公司的杰出创业人士来到教室，和同学们分享实际案例，加强对理论知识的掌握。

5.4. 区块链赋能农村电商产业发展，加大政策扶持力度，优化农村电商营商环境

5.4.1. 区块链赋能农村电子商务产业发展

区块链技术“可有效解决传统农产品供应链中心化管理流通效率低、信息数据容易被篡改等问题”[10]，利用“区块链技术的智能合约”[11]，实现一个由政府驱动，涵盖内外资的多元化投资体系，实现政府、企业、农户间的有效融资合作。这种合作模式不仅确保了合同的效力和可执行力，为企业提供了一个可靠的领导地位，同时还加强了农户参与融资的积极性。随着资金流动带来的收益，这将极大地促进农民的收入增加和企业的扩张，为农村电商的发展提供强有力的支持。

5.4.2. 政府加大对农村电商和引入人才的政策扶持力度

实施激励性政策和财政补助，激发农民、企业、人才在乡村地区投资发展电商业务。对于农民，政府可以通过设立专项基金和提供培训补贴，帮助农民提升电商技能，增强他们利用电商平台销售农产品的能力。对于公司，政府能够采取“提供租金补助、税收优惠等扶持政策”[12]，减少公司的经营费用，特别是对于新入驻的电子商务公司，可以给予一次性的创业资金奖励，鼓励企业开展新技术研发应用，创新发展模式。对于人才，政府可以为符合条件的专业人才提供个人所得税补贴，以及土地使用、住房落户、子女入学教育等方面的支持，为回流人才和引进人才提供政策和资金上的支持。

5.4.3. 优化农村电商营商环境

为维护农民的土地权益，优化农村电商营商环境，政府还需加强对土地流转市场的监管，确保市场的健康有序运行。首先，必须明确土地流转的法律法规，为农民提供清晰的指导和保护措施，确保他们在土地转让或许可过程里能够获得公正的回报。此外，政府还应建立一个透明的土地评估体系，以市场价值为基准，为土地定价提供科学依据，避免因价格低估而损害农民利益。同时，政府应对参与土地开发的企业实施严格的监管措施，确保其开发活动不会对土地资源造成不可逆转的伤害。

6. 结语

我国乡村振兴战略的宗旨在于推动农村地区持续繁荣，提升农民生活品质，并促进城乡协调发展。

在乡村振兴战略的激励下，电子商务助力农业发展不仅为农民提供了脱贫致富的途径，同时也促进了农村地区的经济增长。然而，在电子商务助力农业发展的过程中，也不可避免地出现了一系列问题和挑战。这就要求政府、农村电子商务企业、专业人才三方面的相互配合，针对具体问题进行分析，完善农村电子商务基础建设，培育农产品品牌发展，完善农村电商人才培养体系，加强政策、资金扶持力度，更好地推动农业电商的发展，从而助力乡村振兴战略的实现。

参考文献

- [1] 人民网. 习近平: 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[EB/OL]. <https://www.politics.people.com.cn/n1/2022/1026/c1024-32551597.html>, 2022-10-26.
- [2] 新华网. 中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. <http://www.news.cn/politics/zywj/20240203/3884e317f78c46749d5db9efb62df51f/c.html>, 2024-02-03.
- [3] 吴洁. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的问题及对策[J]. 广东蚕业, 2023, 57(2): 105-107.
- [4] 中国互联网络信息中心. 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>, 2023-08-16.
- [5] 人民网. 牛少杰、李平、胡林果: 中国快递业“跑”出加速度[EB/OL]. <https://www.paper.people.com.cn/rmrhwb/html>, 2024-08-27.
- [6] 张云云. 乡村振兴战略背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 农家参谋, 2022(16): 105-107.
- [7] 吴纪宁. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的问题与对策[J]. 南宁师范大学学报(哲学社会科学版), 2019, 40(6): 95-99.
- [8] 华霞, 唐庆超. 乡村振兴战略背景下电商助农存在的问题及对策[J]. 山东农业工程学院学报, 2022, 39(12): 44-48.
- [9] 钱俊. 乡村振兴战略视野下农村电商的发展与人才培养研究[J]. 农业经济, 2018(11): 108-110.
- [10] 卢奇, 吴洁, 王晶. 基于区块链的农产品供应链优化对策研究[J]. 商业经济研究, 2022(3): 141-144.
- [11] 郑福, 周祚山. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究[J]. 中国商论, 2024(7): 29-32.
- [12] 范冰玉. 乡村振兴战略背景下农村电商发展存在的问题及对策浅析[J]. 现代农业研究, 2024, 30(1): 68-71.