

乡村振兴视域下农村电子商务高质量发展的路径研究

蒙 瑶

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月7日; 录用日期: 2025年2月18日; 发布日期: 2025年3月12日

摘 要

本文在乡村振兴战略的宏观背景下, 深入分析了农村电子商务的发展现状、面临的挑战及高质量发展的路径探索。随着网络电子信息技术的高速发展, 中国农村电子商务展现出强劲的增长势头, 成为推动乡村振兴的重要力量。农村电商规模持续扩大, 农村网民数量不断增加, 物流体系也日益健全, 为农村经济发展注入了新活力。然而, 农村电商在高质量发展过程中仍面临物流成本高、配送效率低、人才短缺及品牌化发展难等现实困境。为破解这些难题, 本文提出了多项路径探索: 一是加强基础设施建设; 二是提升人才培养和引进; 三是强化品牌建设; 四是创新营销模式。旨在为农村电商的可持续高质量发展提供理论支持和实践指导, 助力乡村振兴战略的实施。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 高质量发展, 路径探索

Research on the Path of High-Quality Development of Rural E-Commerce from the Perspective of Rural Revitalization

Yao Meng

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 7th, 2025; accepted: Feb. 18th, 2025; published: Mar. 12th, 2025

Abstract

Under the macro background of rural revitalization strategy, this paper analyzes in depth the development status quo of rural e-commerce, the challenges it faces and the exploration of the path of high-

quality development. With the rapid development of network electronic information technology, China's rural e-commerce has shown strong growth momentum and become an important force to promote rural revitalization. The scale of rural e-commerce continues to expand, the number of rural Internet users continues to increase, and the logistics system has become increasingly sound, injecting new vitality into rural economic development. However, rural e-commerce in the process of high-quality development is still facing the reality of high logistics costs, low distribution efficiency, talent shortage and branding development difficulties and other dilemmas. In order to crack these difficulties, this paper proposes a number of paths to explore: firstly, strengthening infrastructure construction; secondly, enhancing talent training and introduction; thirdly, strengthening branding; and fourthly, innovating marketing models. It aims to provide theoretical support and practical guidance for the sustainable and high-quality development of rural e-commerce and help the implementation of rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, High-Quality Development, Path Exploration

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

随着网络电子信息技术日新月异的进步，中国在改革开放的壮阔征程中，秉持着坚韧不拔的精神，积极融合市场经济的发展脉络，创造性地探索并构建了独具中国特色的电子商务经济模式。这一模式不仅促进了电子商务行业的蓬勃兴起，还致力于推动其向高质量发展阶段稳步迈进。在此过程中，中国农村产业展现出强劲的创收能力，乡村振兴战略得以深入实施，脱贫攻坚战亦取得了全面胜利。这一系列重大成就，极大地激发了乡村地区民众对于电子商务发展的信心与热情，他们开始认识到电子商务在促进农产品上行、拓宽销售渠道、增加农民收入等方面所蕴含的巨大潜力与机遇。在此背景下，农村电子商务作为时代进步的产物，应运而生并迅速发展壮大。它不仅成为连接农村与城市、农民与市场的桥梁，还促进了农村产业结构的优化升级，为乡村振兴战略的实施注入了新的活力与动力。总书记指出：“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。”而“全面推进乡村振兴，全面建设社会主义现代化国家，最艰巨的任务仍然在农村。”[1]乡村振兴战略，作为新时代引领中国农村全面进步与繁荣的核心战略，农村电子商务作为推动乡村振兴的重要力量，近年来取得了显著进展，但仍面临诸多挑战。本文旨在为农村电商的持续健康发展提供科学指导与实践参考，助力乡村振兴战略目标的全面实现。

2. 乡村振兴视域下农村电子商务发展现状分析

2.1. 农村电商规模持续扩大

近年来，农村电子商务领域展现出了强劲的增长势头，这一蓬勃发展的现象不仅成为了乡村振兴战略实施过程中的重要里程碑，也极大地激发了企业与个体创业者的兴趣，促使他们纷纷投身于这一充满机遇与挑战的新兴经济形态之中[2]。根据商务部统计数据，2023年度全国农村地区的网络零售额实现了显著增长，总额攀升至2.49万亿元人民币，与上一年度相比，这一数字增长了12.9%，彰显了农村电商市场的强劲活力与巨大潜力，农村电商已成为农民增收的重要渠道，也为农产品的流通和消费提供了便利。

2.2. 农村网民数量持续增加

农村网民规模的扩展程度，作为评估农村电商普及状况的一个关键间接参数，其数值大小深刻反映了农村电商产业根基的稳固性。具体而言，庞大的农村网民群体不仅是推动农村电商市场增长的潜在力量，更是该产业能否实现可持续发展、深入渗透到农村经济社会各层面的重要基石[3]。随着互联网基础设施的建设和普及，农村地区的网络覆盖和接入能力不断提高。截至 2023 年底，我国农村地区网民数量已接近 3 亿大关，占据了全国网民总数的近三分之一，这一庞大的用户群体为农村电子商务的蓬勃发展奠定了坚实的基础，并为其持续扩张提供了强有力的动力源泉。

2.3. 农村物流体系更加健全

在农村电商市场持续扩张的进程中，产品的运输与储存环节日益成为支撑行业高效运作的关键要素。这一转变不仅根植于传统农业产品销售模式的深刻变革，更得益于网络信息技术的深度融合，共同推动了乡村产品储藏与物流体系的全面升级。为了促进农村电商的繁荣与农村经济的振兴，国家和地方政府显著加大了对农村物流领域的投资与扶持力度，积极推动该领域的转型升级与创新发展。据最新统计，目前全国范围内已有 98% 的乡镇实现了品牌快递服务的直接通达[4]，超过 80% 的行政村也享受到了快递服务的直接覆盖，这一系列举措标志着我国农村物流体系已经变得更加完善与高效。而且，在此背景下，顺丰、京东等国内领先的物流巨头纷纷将目光投向农村电商领域，通过精准布局和科学规划，为乡村农产品的运输提供了强有力的支持。这些企业不仅投入大量资源优化运输路线，还针对乡村农产品的特性制定了精细化的分配与管理制度，有效保障了产品的新鲜度与安全性，极大地满足了农村电商产业日益增长的运输需求。

3. 乡村振兴视域下农村电子商务高质量发展的现实困境

3.1. 物流成本高、配送效率低

据中国物流与采购联合会这一权威机构发布的数据，我国现行的物流体系在成本控制效率上与发达国家相比存在明显劣势。具体而言，我国物流成本占产品总成本的比例普遍落在 30% 至 40% 的区间内，这一比例显著高于发达国家通常保持的低于 15% 的水平[5]。这一现状不仅反映了我国物流行业在成本控制上的不足，也凸显了农村电商在物流环节所面临的严峻挑战。而且，在农村地区不仅存在物流成本高这一问题，还存在配送效率低问题，这也是制约农村电商发展的重要因素。由于农村地区物流体系的不完善，配送时间往往较长，且配送过程中容易出现延误、错配等问题，影响了消费者的购物体验 and 满意度。这不仅限制了农村电商市场的拓展，也影响了农产品的上行渠道和农民的增收致富。这在乡村振兴背景下严重制约农村电商的发展。

3.2. 人才短缺

在农村电子商务的高质量发展的进程中，其核心驱动力之一在于电商人才队伍的构建与壮大。然而，当前我国农村电商领域面临的人才培育滞后于产业快速发展的严峻挑战，这一现状显著制约了行业的持续繁荣与深化。具体而言，人才短缺问题可从数量、质量两个维度进行深入剖析[6]。首先，农村电商领域的人才储备严重不足，其规模远未达到支撑行业快速发展的基本要求。这一现状直接限制了农村电商在市场拓展、技术创新及运营管理等方面的潜力释放，难以满足日益增长的市场需求。其次，在人才质量层面，农村电商行业亟需的是既精通电商运营与管理理论，又具备丰富实操经验的复合型人才。然而，当前教育体系在培养此类人才方面面临诸多困难，如理论与实践脱节、跨学科知识融合不足等，导致毕业生难以迅速适应并贡献于农村电商的复杂运营环境。

3.3. 电商品牌化发展难

在探讨电商品牌化发展时，我们不可避免地遭遇了一系列由农村地理环境的特殊性所衍生的挑战。尽管农村交通条件较以往有所改善，但其分散的地理布局仍显著增加了市县级别以外区域的物流时效性障碍，进而制约了高销量产品向规模化、专业化生产的转型步伐。这一过程中，尝试跨越多村落协作时，地域间的广阔跨度不仅加剧了物流成本的上升，还使得项目执行中的协调与沟通变得尤为复杂与耗时，单一村落的资源与能力难以支撑起全面的品牌化建设需求。

除此之外，一些农特产品有季节性特征，为电商品牌化之路增添了另一层不确定性。面对农特产品产量的季节性波动，现有的精准匹配能力仍显不足。多方参与主体在信息共享与决策制定过程中，往往因信息不对称而产生“信息差”，这不仅影响了供应链的高效运作，还导致电商产业呈现出显著的季节性瓶颈问题。具体而言，在旺季时，电商平台能够充分发挥其市场潜力，促进产品销售；然而，一旦进入淡季，这些平台往往面临资源闲置、效能下降的困境，难以维持持续稳定的运营状态[7]。

3.4. 电商营销模式不成熟

尽管当前的电商平台为农产品销售开辟了一些新的途径，但农产品电商营销模式仍存在显著的不成熟之处。具体而言，第一，众多农产品经营者面临电商运营经验和专业知识的匮乏，这直接限制了他们有效利用电商平台进行产品推广和销售的能力。由于缺乏深入理解和实战经验，这些经营者往往难以最大化地发挥电商平台的潜力。第二，农产品电商平台上产品同质化现象普遍，缺乏独特的特色和品牌优势。这一现象导致消费者在浏览时难以在众多相似产品中做出选择，从而影响了农产品的吸引力和市场竞争力。第三，农产品电商的售后服务体系尚不完善，消费者在维权过程中常遭遇困难。这不仅削弱了消费者的购买信心，还可能引发负面口碑，进一步阻碍农产品电商的发展。第四，许多农产品电商经营者缺乏有效的营销推广手段，难以吸引足够的流量和提升销量。在激烈的市场竞争中，缺乏创新和针对性的营销策略往往导致产品被淹没在信息洪流中，难以实现预期的销售效果。总之，这些问题共同制约了农村电商的高质量发展。

4. 乡村振兴视域下农村电子商务高质量发展的路径探索

4.1. 加强基础设施建设

在乡村振兴战略的宏大背景下，探索农村电子商务高质量发展路径，首要且基础性的任务在于强化基础设施建设，以奠定坚实的数字化与智能化发展基石。这一策略不仅响应了国务院《“十四五”推进农业农村现代化规划》中关于“数商兴农”的战略部署，更是推动农村经济转型升级、促进农产品上行的重要抓手[8]。强化基础设施建设可以从两个方面入手，一是推进农村信息基础设施的全面覆盖与优化，包括宽带网络、移动通信网络的深度覆盖与速度提升。这不仅要求基础网络设施覆盖至每一村落，还需通过引入先进的信息技术，如5G、物联网等，实现网络的高效、稳定与智能化。此外，为了进一步增强农村电商的发展动力，我们正积极推动农村电子政务系统与电子商务平台实现深度融合，旨在构建一个集信息资讯、交易管理、物流配送等多功能于一体的综合性服务体系。这一举措将为农村电商的蓬勃发展提供坚实的信息技术支撑，助力其实现更加高效、便捷的运营与扩张。二是加速农村交通与物流网络的现代化改造，可以优化路网结构，提升道路等级，确保农产品能够快速、顺畅地运往各地。同时，完善农村物流网络布局，建立覆盖县、乡、村三级的物流服务体系，特别是要加强偏远地区的物流基础设施建设，缩小城乡物流差距。在此基础上，推动冷链物流体系的建设与升级，采用先进的冷链技术和管理模式，有效减少农产品在运输过程中的损耗，保障农产品的新鲜度与品质，提升市场竞争力。

4.2. 提升人才培养和引进

在推动农村电子商务高质量发展的进程中，构建完善的人才体系是不可或缺的一环，它直接关系到农村电商的创新能力和运营效率及可持续发展能力[9]。为提升农村电商从业人员的职业素养与技能水平，需构建系统化、多层次的人才培养体系。具体而言，首先，设立专业化培训课程，根据农村电商发展的实际需求，设计涵盖电商运营、市场营销、供应链管理、数据分析等多个领域的专业课程。还可以开展多样化的培训活动，除了传统的课堂教学外，还应组织实地考察、经验分享会、模拟演练等多样化的培训活动，增强学员的实践操作能力和问题解决能力。其次，加大农村电商人才引进力度，地方政府应采取积极措施，吸引外部专业人才加入农村电商队伍。最后，完善人才激励机制，建立健全的人才激励机制。比如：绩效奖励制度，根据人才的工作业绩和贡献度，给予相应的物质奖励和精神激励，如奖金、荣誉证书、晋升机会等。和股权激励，对于表现突出的电商企业或个人，可探索实施股权激励计划，将人才利益与企业发展紧密绑定，共同推动农村电商的快速发展。因此，地方政府应扮演关键角色，通过制定并实施一系列人才引进、培养与激励机制，为农村电商领域注入活力，助力农村经济转型升级。

4.3. 强化品牌建设

在乡村振兴的战略框架下，强化农产品品牌建设是推动农村电子商务高质量发展的关键一环。品牌建设不仅关乎农产品的市场竞争力，更是实现农业产业升级、提升产品附加值的重要途径。具体而言，应着重从以下几方面深化品牌建设策略：

第一，强化品牌标识与注册保护。积极推动农产品的商标注册工作，确保品牌名称、标志等知识产权得到有效保护。通过法律手段确立品牌的唯一性和排他性，为品牌建设奠定坚实的法律基础。同时，加强品牌形象的统一设计与传播，确保品牌视觉识别系统在各类营销活动中的一致性，提升品牌辨识度。

第二，挖掘特色与文化内涵，塑造品牌故事。深入挖掘农产品的地域特色、历史文化及生产工艺等独特元素，构建富有情感共鸣的品牌故事。这些故事不仅能够增强消费者对产品的认同感，还能提升品牌的文化内涵和附加值。通过创意包装、故事讲述等方式，将农产品的特色与品牌文化紧密结合，形成独具特色的品牌形象。

第三，提升品牌美誉度与忠诚度。在品牌建设过程中，应注重提升品牌的美誉度和忠诚度。通过提供优质的产品和服务，建立消费者信任；通过持续的品牌营销和公关活动，提升品牌知名度和影响力。此外，建立完善的售后服务体系，及时解决消费者问题，增强消费者满意度和忠诚度，为品牌长远发展奠定坚实基础。

4.4. 创新营销模式

面对日益激烈的市场竞争和消费者需求的多元化，创新营销模式成为拓宽农产品销售渠道、提升销售效果的重要手段。农产品经营者应紧跟时代潮流，充分利用社交媒体、短视频平台、直播带货等新兴媒体与平台，构建多元化、立体化的营销体系。通过精准定位目标消费群体，制定个性化的营销策略，实现农产品的精准推广和销售。同时，积极与网红、博主等 KOL 合作，借助其影响力和粉丝基础，快速提升农产品的知名度和美誉度。还要积极参加国内外各类农产品展销会、博览会及电商促销活动，拓宽销售渠道和市场覆盖面。通过展会平台展示农产品的特色和优势，吸引更多潜在客户的关注和合作。同时，利用电商平台提供的流量支持和营销工具，开展线上促销活动，提升农产品的销售量和品牌影响力。充分利用社交媒体、直播带货等新兴营销方式，拓展农产品的销售渠道。通过与网红、博主合作，进行农产品的推广和销售，提高农产品的知名度和美誉度。同时，积极参加各类农产品展销会和电商活动，拓宽销售渠道。

5. 结语

在乡村振兴的宏伟蓝图中，农村电子商务作为一股不可忽视的强劲力量，正以前所未有的速度和规模蓬勃发展，为农村经济的转型升级和农业现代化进程注入了新的活力与动力。通过本文的深入分析，我们不难发现，农村电商在促进农产品上行、拓宽销售渠道、增加农民收入等方面展现出了巨大的潜力和广阔的前景。然而，在高质量发展的道路上，农村电商仍面临着物流成本高、配送效率低、人才短缺、电商品牌化发展难等现实困境。针对这些挑战，本文提出了加强基础设施建设、提升人才培养和引进、强化品牌建设、创新营销模式等多维度的发展路径。这些路径不仅着眼于解决当前存在的问题，更致力于构建农村电商可持续发展的长效机制。通过推进农村信息基础设施的全面覆盖与优化，加速农村交通与物流网络的现代化改造，可以有效降低物流成本，提高配送效率，为农村电商的快速发展奠定坚实基础。同时，构建系统化、多层次的人才培养体系，加大人才引进力度，完善人才激励机制，将有力提升农村电商从业人员的专业素养与技能水平，为行业创新注入源源不断的动力。我们相信未来，在政府、企业和社会各界的共同努力下，农村电商将迎来更加美好的发展未来。

参考文献

- [1] 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——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[J]. 创造, 2022, 30(11): 6-29.
- [2] 马玲娜. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的路径[J]. 全国流通经济, 2024(15): 52-55.
- [3] 彭小珈. 农村电商发展效率及影响因素研究[D]: [博士学位论文]. 长沙: 湖南农业大学, 2020.
- [4] 李伟达. 乡村振兴背景下农村电子商务高质量发展路径探究[J]. 延边党校学报, 2024, 40(3): 58-62.
- [5] 李容容, 彭康菊. “电子商务进农村综合示范项目”政策推进的现实困境与纾解路径[J]. 现代化农业, 2024(9): 74-78.
- [6] 张博影. 乡村振兴视域下阜阳市农村电子商务发展路径探赜[J]. 黑龙江粮食, 2024(6): 90-92.
- [7] 郭继双. 乡村振兴背景下数字技术助力农村电商品牌化发展的研究[J]. 商场现代化, 2023(16): 41-43.
- [8] 王小莉. 农村电商助推科技振兴乡村作用机制研究[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 166-169+204.
- [9] 赵乐乐, 郑皓然. 农村电商发展现状及对策探究[J]. 广东蚕业, 2022, 56(12): 92-94.