

农村电商赋能乡村振兴：作用机理、现实堵点及实践进路

董週棋，朱丽颖

扬州大学马克思主义学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年2月10日；录用日期：2025年2月24日；发布日期：2025年3月18日

摘要

农村电商作为数字经济时代语境下生发出的新业态新模式，对助力产业转型升级、带动当地农民增收致富、促进农村乡村治理具有重要意义，已经成为赋能乡村振兴的重要助推力。本文聚焦农村电商赋能乡村振兴的现实图景，归纳分析出制度保障力度不足、人才队伍建设亟待加强、品牌竞争力有待提升三个方面的堵点问题，并从三个维度进一步提出具有针对性、实效性的实践进路：强化政府统筹引领，完善治理体系；构建人才培育体系、强化队伍建设；打造特色电商品牌，提升市场竞争力，以期促进农村电商高质量、可持续发展，充分激发农村经济发展活力，助力实现乡村全面振兴。

关键词

农村电商，乡村振兴，内在机理，实践进路

Rural E-Commerce Facilitating Rural Revitalization: Mechanisms, Challenges and Practical Strategies

Zhouqi Dong, Liying Zhu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Feb. 10th, 2025; accepted: Feb. 24th, 2025; published: Mar. 18th, 2025

Abstract

Rural e-commerce, emerging as a novel business model within the digital economy era, plays a pivotal role in facilitating industrial transformation and upgrading, enhancing farmers' income, promoting

rural governance, and serving as a critical driver for rural revitalization. This paper delineates the realistic landscape of rural revitalization empowered by e-commerce, identifies and analyzes three key challenges: inadequate institutional support, urgent need for talent team development, and necessity to enhance brand competitiveness. It further proposes targeted and effective strategies from three dimensions: strengthening governmental guidance and improving the governance system; establishing a talent cultivation framework and reinforcing team building; and creating distinctive e-commerce brands to boost market competitiveness. These approaches aim to promote high-quality and sustainable development of rural e-commerce, fully stimulate rural economic vitality, and advance the comprehensive revitalization of China's rural areas.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Intrinsic Mechanism, Practical Approach

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

近年来,国家高度重视农村电商的高质量发展。早在2014年,中央一号文件就正式提出要加强农产品电子商务平台建设。2014~2024年,中央一号文件连续十一年对农村电商进行全面部署。2024年1月1日《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》明确指出要推动农村流通高质量发展,“实施农村电商高质量发展工程,推进县域电商直播基地建设,发展乡村土特产网络销售”[1]。同年4月,商务部印发《数字商务三年行动计划(2024~2026年)》,进一步作出具体谋划,指出要“实施农村电商高质量发展工程,培育一批农村电商直播基地和县域数字流通龙头企业,组织开展农村直播电商相关活动,推动农产品产业链数字化转型”[2]。

在政府政策支持与行业内驱发展的协同助力之下,农村电商发展势头强劲,成效显著,对于助力实现乡村全面振兴,形成更加均衡的收入分配结构具有重要意义。一方面,农村电商规模持续扩大。

《2024~2029年中国农村电商行业市场供需及重点企业投资评估研究分析报告》数据显示,截至2024年,中国农村电商市场规模将突破5760亿元人民币,并从2025年开始至2030年,这一市场的复合年均增长率(CAGR)预计将维持在18%左右。全国农村电商交易额已经超过4万亿元,涉及农村电商企业达到200万家[3]。另一方面,消费群体数量日渐庞大。2025年1月17日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第55次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,我国农村网民规模达3.13亿人,占网民整体的28.2%[4]。

随着电商行业的快速发展,国内学界聚焦“农村电商”展开了相关的理论研究,主要聚焦于以下两个方面:一是关注农村电商自身的优化发展。王丽、滕慧君[5](2024)基于“数商兴农”背景,对农村电商的高质量发展路径进行探究;游雅娟[6](2024)在数字经济背景下系统研究农村电商的发展现状、困境及完善路径。许思凡[7](2024)以农村电商人才培育为小切口,探讨新媒体时代电商人才从“助力”转向“赋能”的策略研究。二是剖析农村电商的影响作用。张添洋等[8](2024)展开定量分析,实证检验农村电商通过以要素流动为传导渠道对城乡一体化发展的作用机制。田野等[9](2024)针对浙江省这一典型区域,分析农村电商对于共同富裕的重要意义。综上,当今学界较少聚焦乡村地域,深入剖析农村电商对于乡村振兴的作用机理。少数涉及乡村振兴及农村电商的研究,大多也只是将乡村振兴作为农村电

商发展的时代背景。因此, 本文分析农村电商赋能乡村振兴的作用机理, 总结其在推进乡村振兴过程中的一系列的难点、堵点问题并提出相应的改进策略, 以期激发乡村经济发展活力, 助力乡村振兴战略顺利推进。

2. 农村电商赋能乡村振兴的作用机理

2.1. 助力产业转型升级, 激发经济发展新动能

作为数字经济与农业生产深度融合的产物, 农村电商赋能农村产业结构的优化升级, 为农村经济的可持续发展提供了重要动力。一方面, 农村农业生产领域产业升级有助于加快构建现代农业生产体系。在以过度依赖经验、缺乏市场信息为特征的传统生产模式下, 农业生产抗风险能力弱, 经济效益不高。而随着中国数字经济发展, 农村电商应运而生, 展现出强大优势。其作用机制主要表现为以下两点: 一是推动产业链重组。农村电商充分应用数字技术改变传统农业的经营形态, 通过整合农业生产、加工、物流与销售等环节打破传统农业的线性产业链模式, 促进产业链各主体和要素的重组, 实现农业产业的深度升级。二是助力产业链延伸。农村电商通过整合农业生产、加工、物流与销售等环节资源, 推动农产品从种植养殖到精深加工、再到线上销售的产业链延伸, 同时借助电商平台的信息技术支持促进农产品加工、乡村旅游等产业的协同发展, 实现了农业产业的深度融合。另一方面, 产业升级带来就业岗位增多, 推动青年群体返乡创业就业。农村电商的快速崛起, 为农村地区带来了众多的就业机会以及多元化的就业选择, 例如农作物的种植、储存与运输, 农村电商平台的技术开发、农产品的线上销售与线下管理等。在就业机会多元化、返乡创业吸引力增加等多重因素的共同作用下, 大量青壮年劳动力回流农村, 投身于农业生产、经营、运输和销售等环节的全链条作业中。这一新生力量的注入, 也为农业产业的转型升级注入了新的活力。

2.2. 拓宽产品销售渠道, 带动当地农民增收致富

我国脱贫攻坚战取得了重要成就, 区域性贫困问题得到有效解决。但在巩固脱贫攻坚成果、推进乡村振兴的过程中, 部分地区仍面临诸多挑战, 存在规模性返贫的风险。而作为农村电商重要组成部分的农产品电商, 通过拓展时空维度进一步拓宽了产品的销售渠道, 进而全面提升了农民的收入水平, 为乡村振兴提供了重要支撑。一方面, 农村电商通过搭建网络销售平台, 连接农产品产地与城市消费市场, 将原本滞销的农产品推向更广阔的销售空间。在时间维度上, 消费者不再受制于固定的营业时间, 只需通过网络平台即可随时下单购买所需的农产品, 享受即时配送服务。这种“全天候”的销售模式极大减少了农产品在销售环节的滞留时间, 降低了损耗; 在空间维度上, 传统农产品销售主要依赖本地市场, 销售范围受限于交通、物流等条件。而电商平台突破了原有的地域局限, 使农产品的销售渠道从本地拓展至全国乃至全球, 为农村和农民创造了更多的经济机遇[10]。另一方面, 农村电商的兴起有利于带动农民就业特别是非农业产业的就业, 增加其经营性收入与工资性收入, 帮助更多农户脱贫致富。此外, 农村电商为农产品上行提供了销售渠道, 推动了城乡之间的经济交流和互动, 在增加农户收入的基础上进一步缩小城乡收入差距。综上, 农村电商不仅有效提高了农村居民的收入水平, 还在一定程度上缓解了农户内部以及城乡之间的收入不均衡状况。

2.3. 促进农村乡村治理, 加强农村社会化建设

农村电商作为乡村振兴的重要抓手, 不断创新商业模式, 深度融合数字技术, 为乡村治理模式的优化创新、公共服务的提质升级提供了新的方法策略, 为建设乡风文明、治理有效、生活富裕的乡村环境奠定了坚实基础。第一, 新兴思想加速传播, 推动村民思想观念更新。电商平台通过直播、短视频等形

式将先进的农业技术和管理经验直观地展示给农民,在帮助其更新生产观念的同时,也使得更多新思想观念随着农村电商新业态的蓬勃发展逐渐渗入乡土社会。同时,在政府引导、企业支持以及农户主导的电商行业环境中,农民主体参与意识不断增强,从被动的参与者逐渐转变为积极的建设者。这一转变不仅提升了村民在乡村治理中的获得感、幸福感和参与感,也为乡村治理模式的创新提供了重要动力。第二,公共基础设施优化升级,整体提升乡村治理效能。农村电商的发展对乡村基础设施提出了更高要求。如农村电商的蓬勃发展带动了乡村物流设施建设,加强了县级物流配送中心、乡镇综合服务站和村级服务点的建设,显著提高了乡镇快递网点覆盖率。此外,网络通信设施的升级也给电商运营提供了稳定的网络环境。这些基础设施的改善有利于乡村治理资源的调配与人员流动,能够有效提高治理工作的效率与响应速度,保障乡村公共服务的正常运行。第三,多主体间协同发展,提高乡村整体治理效率。政府通过政策支持、财政补贴和税费减免等措施,降低平台企业成本与建设周期,为新业态发展奠定基础;平台企业在完善农村电商产业链的同时,与政府合作开展农户培训,提升其自主经营能力;农户在搭建好的舞台上充分施展才能,积极参与农村电商的实际运作过程。三方主体各司其职、协作发展、共同治理,有效提高了乡村的整体发展效率。

3. 农村电商赋能乡村振兴的现实堵点

3.1. 制度保障力度不足,政策支持体系尚待健全

长期以来,各级政府始终将农村电商发展置于重要位置,持续发挥自身核心引领作用以带动农村电商实现可持续发展。尽管促进农村电商产业发展的政策措施不断涌现,但在落实过程中仍暴露出一些共性问题:第一,农村电商新业态的发展缺乏常态化、长效化的制度保障。虽然扶持政策层出不穷,但在实际执行中缺乏长期有效的监督与评估机制,致使政策执行效果与预期目标存在偏差,难以充分发挥政策支持体系的作用[11]。第二,政策扶持力度不均衡,区域发展差距明显。特别是,不同地区政策对农村电商基础设施的扶持力度存在显著差异,难以匹配各区域的实际需求。如对中西部地区的基础设施建设的扶持力度尚且不足。当前,中西部地区农村基础设施还存在网络覆盖不足、物流配送效率低、仓储冷链设施缺乏等问题。这些问题不仅增加了电商运营成本,还影响了农产品的流通效率和品质,严重制约了农村电商的可持续发展,进一步扩大了区域发展差距。第三,保障农村电商高质量发展的法律法规体系尚有待完善。例如,对知识产权保护不足。农村电商中普遍存在着较为突出的假冒伪劣产品、侵权盗版等问题,尤其是农产品品牌和手工艺品领域。部分电商主体为追求暴利,做出违背法律法规的不当行为,不仅阻碍了新业态的可持续和高质量发展,扰乱了市场秩序,还削弱了其对乡村振兴的支撑作用。而现行的《商标法》《著作权法》等法律法规虽然对知识产权保护有明确规定,但在农村电商的特殊场景下,执法力度和监管手段仍然相对薄弱。

3.2. 思想桎梏难以突破,人才队伍建设亟待加强

数字经济的本质是人才经济。农村电商借助数字经济的强劲动力持续发展,因此其成功的关键在于拥有一支适应数字经济发展的高素质人才队伍。然而,《2023年数字乡村发展工作要点》指出,当前农村电商从业者多为中等文化程度,初高中文凭占比超八成[12]。这在一定程度上反映出农村电商领域专业性、复合性人才匮乏,当下农村电商可持续与高质量发展所需人才与当前电商人才培养现状之间存在一定的张力,具体表现为以下两个方面:一方面,就业人员对基层农村电商的现行发展前景存在顾虑,忽视了农村电商的未来潜力和发展趋势。虽然农村电商市场规模不断扩大,同比增长显著,但农村电商行业目前的收入水平和职业发展前景仍存在不确定性。例如部分地区基础设施的匮乏使得从业者个人交通运输和物流配送成本大幅增加,致使电商运营成本整体上升,在一定程度上影响了从业者的收入水平。

另一方面, 农村地区对于行业人才的吸引能力较弱。与城市相比, 农村地区的基础设施、生活条件和职业发展机会相对不足, 导致许多具有高等学历和电商专业技能的人才更倾向于流向经济发达、机遇更多的城市。据中国农业大学智慧电商研究院发布的《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》预测, 到 2025 年中国农村电商领域的人才缺口将高达 350 万人。究其根源, 部分高校电商专业人才毕业后的首选职业方向并非基层农村电商领域^[13]。这种人才流失现象不仅限制了农村电商的进一步发展, 也使得农村地区难以形成良好的电商产业生态。

3.3. 市场主体同质化严重, 品牌竞争力有待提升

市场主体同质化已成为制约农村电商转型升级的重要瓶颈。这种同质化特征主要表现为以下三个层面: 一是产品结构的趋同化。从农业生产特性来看, 农产品往往具有明显的地域性和季节性特征, 种类相对集中, 同品类之间在外观、营养成分、性状、口感等方面也高度趋同。同时, 多数农村电商的经营主体往往缺乏足够的市场细分和产品差异化策略, 他们对于产品的开发大多停留在外观形态的初步改造阶段, 未能通过技术创新或文化赋能实现产品附加值的深层提升。这种路径依赖导致区域特色产品陷入“有品类无品牌”的困境, 同类产品在不同电商平台呈现高度同质化特征, 难以形成差异化的市场竞争优势。二是服务模式的单一化, 主要体现为电商服务体系的低水平复制。多数市场主体将电商服务简单等同于线上代销, 在销售方式、售后服务等环节缺乏创新性的服务供给。这种服务形态的趋同化不仅造成资源配置效率大幅降低, 更使得农村电商生态系统陷入低水平的不均衡状态。当电商经营者普遍采用相似的运营策略时, 市场竞争就会从价值创造转向价格竞争, 进而引发市场乱象。三是市场定位的模糊化。市场定位的模糊是市场主体同质化的根源。部分农村电商主体在发展规划层面缺乏对目标市场的精准定位, 既未建立基于消费场景的产品矩阵, 也未形成清晰的品牌价值理念。这种定位缺失进一步导致了营销策略的泛化与传播效能的耗散, 未能建构起产品的核心竞争力, 进而使得消费者难以形成稳定的品牌认知。

4. 农村电商赋能乡村振兴的实践进路

4.1. 强化政府统筹引领, 完善治理体系

政府支持和政策激励对农村电商发展至关重要, 强化政府对于农村电商新业态发展的统筹和引领作用, 是农村电商赋能乡村振兴的重要实践进路。一是要充分发挥政府“有形手”的作用, 以财政、金融等多元化手段引导技术和资本要素有序流向农村地区, 促进有为政府与有效市场的结合。例如, 可以设立专项基金支持农村电商发展, 提供优惠贷款和税收减免等政策措施, 降低企业在农村地区的投资和运营成本。二是要建立常态化、长效化的管理机制, 为政策落地保驾护航。例如, 设立“农村电商政策评估小组”, 定期开展政策执行情况的评估工作, 依据评估结果及时对政策进行调整与完善, 确保政策的精准性和实效性。同时, 建立专门的监督机构, 加强对农村电商项目的资金使用、项目进展和运营效果的监督, 防止资金浪费和项目停滞, 保障政策的顺利实施。三是要构建并完善与农村电商相关的法律法规体系。通过严密的法律明确各方权利义务, 强化执法力度, 为农村电商可持续和高质量发展提供坚实的法律保障。例如, 制定例如《农村电商促进法》等专门性的行业法律文件, 明确政府、企业、从业者、消费者各方的权利与义务, 通过打击假冒伪劣行为, 达到有效规范市场秩序的目的, 用最有力的手段保护电商新业态创业和从业者的知识产权。在科学立法的同时还需严格执法, 为此应该加强执法队伍建设, 提高执法效率, 确保相关法律法规的有效实施。具体而言, 首先, 要聚焦电商行业当前存在的现实乱象、实际案例、整治重点等问题加强对执法人员的专业培训, 提升其执法水平和业务能力。其次, 要建立健全行业执法监督机制, 确保执法过程的公正性和透明度, 防止执法不公或滥用职权现象的发生。最后, 要充分利用现代信息技术构建电商行业监管反馈平台, 实现信息的快速传递和共享, 从而有效提高执法

效率。

4.2. 构建人才培养体系, 强化队伍建设

人才问题是促进农村电商发展和实施乡村振兴战略的重要堵点。深化农村电商发展, 亟需加快构建新型人才培养机制, 强化人才队伍建设, 为农村电商产业提供坚实的人才支撑。首先, 聚焦数字技能展开人才培养。应积极构建涵盖电子商务基础理论、大数据分析、设备操作指南等必备技能的系统化课程体系, 提升农村电商人才的数字技能和理论素养。同时, 结合现行乡村振兴战略, 融入农业知识与技能课程, 帮助人才更好地理解农村电商的特殊需求。其次, 聚焦人才需求展开精准吸引。通过深入调研农村电商发展的现状与趋势, 精准分析不同地区、不同环节对电商人才的技能要求和素质标准, 形成与地方实际相契合的人才需求清单。在此基础上, 动态调整人才培养方案, 提供具有竞争力的薪酬待遇、良好的职业发展空间和舒适的工作生活环境, 精准吸引电商专业人才投身农村电商领域。再次, 聚焦人才留存展开长效保障。通过提供公租房或购房补贴、建立子女入学绿色通道等方式完善人才服务保障体系, 解决住房、子女教育、医疗等方面的后顾之忧, 从而让电商专业高素质人才在农村电商领域扎根发展, 为乡村振兴注入重要推动力。例如, 应当设立农村电商人才专项奖励基金, 对于做出行业突出贡献的人才给予物质和精神奖励, 提高其获得感和归属感。最后, 聚焦人才共建开展实践培训。开设如电商运营、直播带货、数据分析等针对性强的培训课程, 培养学员的实战能力, 为农村电商发展储备专业性强、复合化程度高的后备人才。在此基础上, 利用机构和企业的资源优势, 为学员提供实习和就业机会, 实现人才培养与市场需求的无缝对接, 确保学员毕业后能够迅速融入农村电商产业, 为乡村振兴提供坚实的人才保障。

4.3. 打造特色电商品牌, 提升市场竞争力

破解农村电商同质化困境、培育差异化竞争优势, 需要构建以品牌价值创造为核心的发展体系, 通过系统性品牌战略重塑农产品价值链, 推动农村电商从低水平“价格”竞争向高质量“价值”发展的跃迁。首先, 针对性地制定产品的差异化发展策略。农村电商主体需突破传统的农产品开发思维, 形成“技术创新 + 文化赋能”的双轮驱动模式。农村电商应深入挖掘当地的历史故事、民俗传统、地理风貌等文化资源, 将这些元素巧妙地融入产品设计与品牌传播中, 形成具有独特文化内涵的品牌形象, 打造具有文化记忆点的产品形态, 以进一步增强品牌的吸引力, 提升产品的附加值。这种差异化策略有助于打破同质化竞争, 提升品牌的市场认知度和竞争力。再次, 构建多元化的服务模式。农村电商主体应摆脱线上代销的单一服务模式, 积极探索创新性的服务供给, 如定制化服务、体验式营销、社区团购等。通过提供多样化的服务选择, 满足消费者的个性化需求, 提升品牌的市场响应速度和用户体验。同时, 加强电商服务体系的资源整合与优化配置, 提高资源配置效率, 促进农村电商生态系统的均衡发展。最后, 注重品牌宣传与营销策略的创新。一方面, 在传播渠道创新上, 要依托社交媒体与短视频平台的圈层穿透力, 实施分众化传播策略。通过大数据画像技术识别目标客群的消费特征, 定向投放兼具地域文化特色与现代审美的视觉化内容。另一方面, 在传播内容的建构维度上, 需从单向信息输出转向双向价值共创, 通过加强与消费者的互动与沟通, 将消费者转化为品牌叙事参与者, 以建立稳定的客户关系, 提升品牌的忠诚度和复购率。

参考文献

- [1] 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]. https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11186/202402/content_6934551.html, 2024-01-01.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府. 商务部关于印发《数字商务三年行动计划(2024-2026)》的通知[EB/OL]. 2024-04-

-
26. http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202404/content_6948104.htm, 2024-09-01.
- [3] 中研普华产业院研究院. 2024-2029 年中国农村电商行业市场供需及重点企业投资评估研究分析报告[EB/OL]. <https://www.chinairm.com/report/20240111/140739944.html>, 2025-01-18.
- [4] 中国互联网络信息中心. 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. 2025-01-17. <https://cnnic.cn/n4/2025/0117/c208-11228.html>, 2025-01-17.
- [5] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [6] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [7] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [8] 张添洋, 张颖, 张坤. 农村电商、要素流动与城乡一体化发展[J]. 商业经济研究, 2024(5): 117-121.
- [9] 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.
- [10] 常晋. 基于乡村振兴背景的电商下沉对农村经济的影响研究[J]. 农业经济, 2024(2): 127-130.
- [11] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [12] 中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、国家乡村振兴局. 2023 年数字乡村发展工作重点[EB/OL]. 2023-04-13. http://www.scs.moa.gov.cn/zcjd/202304/t20230413_6425294.htm, 2025-01-18.
- [13] 中国农业大学智慧电商研究院. 2020 中国农村电商人才现状与发展报告[EB/OL]. 2020-06-10. <https://www.100ec.cn/detail--6559345.html>, 2025-01-18.