

乡村振兴战略下农村电商未来可持续发展路径探析

陈思维

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月10日; 录用日期: 2025年3月26日; 发布日期: 2025年4月22日

摘要

本文聚焦乡村振兴战略背景,深入剖析农村电商发展路径。通过阐述农村电商对乡村振兴的多方面作用,包括拓展农产品销售、推动产业升级、带动相关产业及吸引人才回流等,揭示其作为乡村振兴新引擎的重要地位。同时,基于当前农村电商发展面临的物流、人才、信誉等困境,结合政策导向与实际案例,从基础设施建设、人才培育、品牌打造、模式创新等维度提出对于未来农村电商的针对性发展路径,旨在为农村电商在乡村振兴中持续赋能提供理论支撑与实践指导。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 发展路径

Analysis of the Future Sustainable Development Path of Rural E-Commerce under the Rural Revitalization Strategy

Siwei Chen

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

Received: Mar. 10th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 22nd, 2025

Abstract

This article focuses on the background of the rural revitalization strategy and conducts an in-depth analysis of the development path of rural e-commerce. By elaborating on the multi-faceted roles of rural e-commerce in rural revitalization, including expanding the sales of agricultural products, promoting industrial upgrading, driving related industries, and attracting the return of talents, it

reveals its important position as a new engine for rural revitalization. At the same time, based on the current dilemmas faced by the development of rural e-commerce, such as logistics, talent shortage, and credibility issues, and in combination with policy orientations and practical cases, targeted development paths for future rural e-commerce are proposed from the dimensions of infrastructure construction, talent cultivation, brand building, and model innovation. The aim is to provide theoretical support and practical guidance for rural e-commerce to continuously empower rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development Path

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

在乡村振兴战略全面推进的时代背景下，农村经济发展迎来全新机遇与挑战。农村电商作为信息技术与农村经济深度融合的创新业态，正逐渐成为推动乡村振兴的重要力量。从政策层面来看，国家高度重视农村电商发展，“互联网+”战略的提出，以及一系列财政补贴、税收优惠政策的出台，彰显了政府推动农村电商发展、挖掘农村经济潜力的决心。2024年中央一号文件更是明确指出要“实施农村电商高质量发展工程”，加强县域电商直播基地建设，推动乡村特色产品网络销售，为农村电商发展指明方向。

从现实发展状况而言，农村电商市场规模持续扩大，成为农村经济增长的新亮点。据商务部研究院发布的《中国电子商务区域发展大数据分析报告》显示，2023年全国农村网络零售额高达2.49万亿元，农产品网络零售额达0.59万亿元，相较于2014年增长近13倍。2024年上半年，中国农村和农产品网络零售额分别同比增长9.4%、21.7%，展现出了强劲的发展势头。农村电商通过搭建线上销售平台，打破了农产品销售的地域限制，实现了农产品与城市消费者的高效对接，既满足了城市居民对优质农产品的需求，又为农民拓宽了增收渠道。同时，农村电商的发展带动了农村产业结构优化升级，促进了农村相关产业的协同发展，为乡村振兴注入了新活力。深入研究农村电商发展路径，对于充分发挥农村电商在乡村振兴中的作用，推动农村经济高质量发展具有重要的理论与现实意义。

此前很多学者就对农村电商的多个维度展开了研究。比如，在政策支持方面，学者们探讨了政府出台的各项政策对农村电商发展的推动作用，如财政补贴、税收优惠等政策有助于降低农村电商企业的运营成本，促进其发展壮大[1]。另外在农村电商发展模式方面，研究提出了多种创新模式，如“电商+合作社+农户”模式，通过合作社组织农户生产，电商平台负责销售，实现了产供销一体化[2]。在农村电商面临的挑战与对策方面，学者们也指出农村电商在发展过程中存在物流配送不畅、人才短缺、品牌建设不足等问题，并针对性地提出加强基础设施建设、培育专业人才、打造农产品品牌等解决对策[3]。综合来看，国内外研究为农村电商发展提供了丰富的理论基础和实践经验，但在乡村振兴战略背景下，如何进一步优化农村电商可持续性发展路径上，仍需深入研究。

本文旨在紧密围绕乡村振兴战略背景，全面且深入地探讨农村电商发展路径。不仅分析农村电商对乡村振兴的多方面作用，还从多个维度提出发展路径，尤其在人才培育方面，从长期的新农科建设和短期的职业技术技能培训两个层面进行规划，具有较强的创新性与实践指导意义。同时，在品牌打造方面，

提出基于地域特色、产品品质和目标市场明确品牌定位的策略，为农村电商品牌建设提供了新的思路。

2. 农村电商在乡村振兴中的重要作用

2.1. 拓宽农产品销售渠道，增加农民收入

传统农产品销售模式依赖线下实体渠道，受地域限制明显，信息不对称问题严重，导致农产品销售范围狭窄，价格波动大，农民收益难以保障。而农村电商的兴起，则有利于打破这一困境，构建了线上线下融合的销售模式。电商平台凭借互联网的开放性与全球性，突破地理空间限制，将农产品直接推向全国乃至全球市场。

更加具体地来说，首先，电商平台的大数据分析功能，能够帮助农民精准掌握市场需求，根据消费者偏好调整种植养殖品种与规模，实现农产品供需精准匹配，降低库存积压风险，提高销售效率。其次，直播带货、社群团购等新兴电商营销方式，增强了消费者与农产品的互动性，提升了农产品的曝光度与销售转化率。农民通过电商平台直接面向消费者销售农产品，减少中间环节，降低流通成本，农产品附加值得以提升，农民能够获得更高的销售利润。另外，农村电商的蓬勃发展更是为农民创造了新的就业机会，如电商客服、运营、物流配送等岗位，部分农民实现了在家门口就业，增加了劳务收入。还有一些农民借助电商平台开展创业活动，成为农村电商创业者，通过销售本地特色农产品实现增收致富，带动周边农户共同发展。尤其是近年来，部分年轻人开始利用农村电商直播带货，为乡村振兴提供动能，这对于农村产业，乃至农村整体的发展都大有裨益[4]。

2.2. 推动农村产业转型升级，提升农产品品质和竞争力

随着互联网络的多元化发展，农村电商的发展也促使农村产业结构从单一的农业生产向“农业 + 加工 + 销售”一体化转变。农民借助电商平台反馈的市场信息，调整农业生产结构，发展高附加值的特色农业、生态农业、休闲农业等。例如，部分地区在电商的带动下，从传统的粮食种植向特色水果、蔬菜、花卉种植以及畜禽养殖转变，满足了市场多样化需求，提高了农业生产效益，尤其是在推动农产品加工业发展方面，有效延长了农业产业链。为适应电商销售需求，农产品在采摘后需进行分级、包装、保鲜等初加工以及深加工，生产出果汁、果脯、罐头、预制菜等产品，提升了农产品附加值，增强了市场竞争力。抖音电商 2024 年底发布的报告显示，在抖音电商“产业成长计划”推动下，2024 年来自全国产业带地区的 1.7 亿款商品，在抖音电商售出 154 亿单，全国 332 个产业带的抖音订单量过千万单，830 个产业带的抖音销售额过亿元。电商产业带的形成，也促进了农村地区相关产业的集聚和规模化发展，推动了产业的转型升级，提高了产业的竞争力[5]。同时，电商平台对农产品品质的严格要求，倒逼农民采用标准化生产技术，从种子、化肥、农药使用到农产品采摘、储存、运输等环节，都遵循统一标准，确保农产品质量安全。一些地区通过建立农产品质量追溯体系，利用区块链等技术，实现农产品生产全过程信息可查，消费者扫描产品二维码即可获取农产品的产地、种植方式、施肥用药、采摘时间、检测报告等详细信息，增强了消费者对农产品的信任度。更重要的是，农村电商还在一定程度上促进了农业与旅游、文化等产业深度融合，催生了乡村旅游、农事体验、农村电商文化节等新业态。2024 年，文化和旅游部推动 1000 多个全国乡村旅游重点村镇上线百度地图，打造乡村全景展示沉浸式“云旅游”；协同高德地图推出“乡村四时好风光”精品线路专属导航地图。互联网社交平台推出“乡村漫游”公益计划，相关话题浏览量超 7 亿次，“乡村咖啡厅”“乡村博物馆”“大地艺术”等乡村文旅融合新业态内容新发文数量近 6 万篇，点赞收藏量超 770 万次[6]。游客通过电商平台了解乡村旅游资源，预订乡村民宿、体验农事活动，在游玩过程中购买特色农产品，实现了一、二、三产业协同发展，进一步优化农村产业结构。

2.3. 带动农村相关产业的发展，促进农村经济多元化

不可否认的是，随着近些年农村电商的深入发展，互联网企业、电信运营商也随之加大了在农村地区的网络基础设施建设投入，提升农村网络覆盖率和网络速度，为农村电商发展提供了良好的网络环境。而大数据、云计算、人工智能等信息技术在农村电商领域的应用也在不断深化，为农产品精准营销、供应链管理、质量检测等提供了技术支持。另外，有交易就会物流，广大农村地区电商的发展带动了物流配送行业在农村地区的快速扩张。为满足农产品线上销售的配送需求，物流企业加大在农村地区的物流网点建设投入，优化物流配送路线，提高配送效率。许多快递公司在乡镇设立快递服务站，部分村庄也配备了快递代收点，实现了快递服务进村入户。物流行业的发展不仅为农产品上行提供了有力支撑，还促进了工业品下乡，丰富了农村市场商品种类，带动了农村消费市场的繁荣。同时，移动支付在农村地区的广泛应用，改变了农民传统的现金交易方式，提高了交易效率。总体来说，不管是对技术的准入还是对物流的优化，农村电商的确促进了农村经济多元化发展，提升了农村经济的抗风险能力。

2.4. 吸引人才回流，为乡村振兴注入新活力

随着农村电商呈现出的强劲势头，其蕴含的巨大发展潜力和创业机会吸引了大量在外务工的年轻人以及具备专业知识的人才回流。这些返乡人才带回了先进的理念、技术和资金，成为推动农村电商发展和乡村振兴的重要力量。他们往往熟悉互联网运营模式和市场需求，能够将城市的商业经验与农村的资源优势相结合，为农村电商发展注入新的活力。例如，清丰县的“网红达人”李勇强，返乡创立清丰县大地密码电商直播基地，成功打造“大地密码”“野人日记”两大自主电商品牌，日发货量达5万余单，年网络销售农产品超6亿元，荣获全国农村直播电商案例省内第一、全国前十。返乡人才利用电商平台，将当地的特色农产品进行精心包装和推广，打造具有地方特色的农产品品牌。他们注重产品品质和品牌形象塑造，通过讲故事、展示农产品生产过程等方式，赋予农产品文化内涵，提升农产品的市场竞争力。同时，返乡人才积极探索农村电商新模式，开展直播带货、社群营销、跨境电商等业务，拓展农产品销售渠道。他们在发展农村电商的过程中，带动了当地农民就业，通过培训和示范，提升了农民的电商技能和市场意识。与此同时，还积极参与农村公共事务，为乡村治理和发展建言献策，促进了乡村文明建设。这些人才的回流不仅优化了农村人才结构，还为乡村振兴提供了一定人才保障和智力支持。

3. 农村电商发展面临的现实困境

3.1. 供应链建设不足，物流配送问题凸显

商务数据显示，2024年1~6月，全国农村网络零售额同比增长9.4%；截至2024年6月，全国农村网商数达1853.2家，同比增长7.6%。但“农产品卖不出去”、“信息孤岛”等现象仍然存在，使农村物流尤其是冷链物流受阻^[7]。究其原因，一是农村地区地域广阔、人口分散、交通基础设施相对薄弱，导致物流配送网点难以全面覆盖，快递服务无法送达部分偏远村庄。并且与城市相比，农村地区物流配送路线长、配送密度低，物流企业运营成本高。据相关数据显示，农村地区物流成本比城市高出40%~60%。高昂的物流成本压缩了农产品利润空间，使得一些价格较低的农产品在电商销售中缺乏竞争力。二是农村物流配送缺乏专业的冷链物流设施，对于生鲜农产品的保鲜能力不足。在运输过程中，生鲜农产品容易出现腐烂变质现象，这会在很大程度上降低农产品品质，从而影响消费者购买体验，诸如配送时间长，包裹丢失、损坏等问题时有发生。一些农村地区快递配送不及时，消费者下单后需要等待较长时间才能收到商品，这也在一定程度上影响了消费者对农村电商的信任度。三是农村物流配送信息化水平本身就较低，物流信息跟踪难免会存在不及时、不准确的情况，消费者也很难实时了解到农产品的运输状态。再加上物流企业与电商平台之间信息共享不畅，导致物流配送与电商销售环节衔接不紧密，这些都会影

响农村电商的整体运营效率。

3.2. 人才储备赤字，短缺瓶颈待破

由于农村地区经济发展水平相对较低，工作环境和生活条件与城市存在差距，许多电商专业的大学毕业生更倾向于在城市就业，因此难以吸引和留住高水平电商人才。再加上农村电商发展时间不长，短时期内难以形成完整的人才培养体系。就算是存在一些职业院校和培训机构，但因为农民文化程度普遍较低，对电子商务知识和技术的接受能力较弱，学习电商运营技能存在困难。一些农民虽然有发展电商的意愿，但由于缺乏专业指导，难以开展电商业务。毕竟农村电商的发展需要既懂农业知识又熟悉电商运营、市场营销、信息技术等多领域知识的复合型人才。就目前来说，农村地区这类复合型人才严重短缺，制约了农村电商的创新发展。

3.3. 产品质量堪忧，品牌意识淡薄

结合现实来看，当前农村地区农产品生产大部分还是以小农户分散经营为主，生产过程缺乏标准化管理，导致农产品质量参差不齐。并且不同农户种植养殖的同一种农产品在品种、规格、口感、外观等方面存在较大差异，难以满足电商平台对产品标准化的要求。还有部分农村电商企业和农户为降低成本，在农产品加工、包装环节不规范操作，如使用劣质包装材料、加工过程卫生条件不达标等，在一定程度上也影响了农产品的品质和安全性。再加上农村电商如今的市场监管体系有待完善，对农产品质量检测、认证以及电商企业经营行为的监管存在漏洞。一些不良商家销售假冒伪劣农产品，以次充好，损害消费者权益，破坏了农村电商的信誉。

而要想农村电商经济长远发展，在品牌建设上也要下功夫。农业产业发展既需要量产化，以保证产量能够满足市场需求，同时也需要特色化，借助品牌力量保证农村经济长盛不衰[8]。当前大部分农村电商规模较小，在资金、技术、人才等方面存在短板，经营者往往只会考虑到短期效益，完全忽视了品牌的潜在作用，联合打造品牌的意识不强；部分地区虽然已经建立了一些自有的农产品品牌，但缺乏品牌与品牌之间的整合与创新，导致整体的品牌竞争力不容乐观[9]。这些因素都在一定程度上导致农村农产品缺乏市场竞争力，制约了农村电商经济的整体发展。

4. 乡村振兴背景下农村电商可持续发展路径

4.1. 加强农村电商基础设施建设

政府应持续加大对农村网络通信基础设施的投入，推进农村光纤网络、4G/5G 网络覆盖，提高农村网络质量和稳定性，降低网络使用费用，为农村电商发展提供坚实的网络支撑。例如，在一些偏远山区，通过实施“电信普遍服务”工程，实现了网络信号全覆盖，为当地农民开展电商业务创造条件；鼓励和引导物流企业在农村地区建设物流配送中心、快递服务站等物流设施，完善县、乡、村三级物流配送体系。支持物流企业与农村电商企业、农民合作社等合作，开展共同配送、集中配送等业务模式，提高物流配送效率，降低物流成本；尤其是在冷链运输方面，需要加大对农村冷链物流设施建设的政策扶持和资金投入，鼓励企业建设冷藏库、冷冻库、冷链运输车辆等冷链物流设备，完善生鲜农产品冷链物流体系，保障生鲜农产品在运输过程中的品质。

但建立和完善只是第一步，在这之后政府还应加强对农村电商平台的建设和管理，引导电商平台优化服务功能，提高平台的稳定性和安全性；鼓励电商平台开发适合农村电商特点的应用程序和软件，为农民和农村电商企业提供便捷的交易、支付、物流查询等服务；加强农村电商平台与农业农村、市场监管等部门的数据共享和业务协同，实现对农产品质量安全、市场交易等信息的实时监测和管理。

另外，还需要考虑到不同地区在农村电商发展过程中的差异性，在产业基础和政策支持这两大方面入手，让经济发达、基础设施完善、互联网普及率高、物流配送体系发达、电商人才丰富东部地区提供充足的“软件资源”；让具备丰富的农产品资源和土地、交通优势的中西部地区守好最基本的“硬件资源”，扬长避短，以期实现区域性向整体性转变的重大突破。

4.2. 构建完善的农村电商人才培育体系

人是社会活动的主体，同时也是推进行业发展的主体。因此，农村电商的高质量发展离不开高水平、高素质的电商人才。基于此，可以从三方面着手。第一，有必要加强高等院校和职业院校的新农科建设，开设农村电商相关专业和课程，定向培养一批具备农业知识、电商运营、市场营销、信息技术等多方面知识和技能的复合型人才；同时鼓励高校与农村电商企业开展产学研合作，建立实习实训基地，为广大学生提供实践机会，提高学生的实际操作能力。第二，打造全面适用的培训资源，面向农村本身，通过整合农业农村、人社、商务等部门的培训资源，针对不同层次、不同需求的农民和农村电商从业者，开展多样化的电商培训。培训内容包括电商基础知识、店铺运营、网络营销、直播带货、物流配送等。采用线上线下相结合、集中授课与实地操作相结合的培训方式，提高培训的针对性和实效性。例如，开展“电商下乡”培训活动，组织专家和技术人员深入农村，为农民进行面对面的培训和指导。鼓励农村电商企业、农民合作社等与高校、培训机构合作，建立农村电商人才培养基地，开展订单式培养等。对于那些培训合格的学员，优先推荐到合作企业就业或提供创业扶持。第三，建立农村电商人才激励机制，提高农村电商人才的社会地位和待遇，吸引更多人才投身农村电商事业。尤其是要鼓励农村电商人才返乡创业，为返乡创业人才提供创业培训、项目扶持、资金支持等优惠政策，营造良好的创业环境，让年轻一代成为推动农村经济高质量发展的重要力量。

4.3. 强化农产品品牌建设的意识和水平

随着数字化时代的来临，品牌传播在农产品销售中扮演着异常重要的角色。能够增强消费者对产品的信任和持续购买。因此，农村电商离不开品牌营销的协同发展。具体来说，首先就需要深入挖掘农产品的地域特色、文化内涵、品质特点等，结合市场需求和目标消费群体，明确农产品品牌定位。例如，某地区的特色农产品具有悠久的历史文化底蕴，可以将文化元素融入品牌定位，打造具有文化特色的农产品品牌。其次，要建立健全农产品质量标准体系，从农产品种植养殖、加工、包装、储存、运输等环节制定严格的质量标准和操作规范，确保农产品质量安全；加强对农产品质量的检测和监管，建立农产品质量检测中心，配备专业的检测设备和人员，对农产品进行定期检测。对不符合质量标准的农产品，禁止进入市场销售，以此全面提升产品的市场竞争力。最后，品牌的建设是一个长久的过程，需要利用电商平台、社交媒体、直播带货、农产品展销会等多种渠道，加强农产品品牌宣传推广。讲述农产品的品牌故事，展示农产品生产过程和品质优势，提高品牌知名度和美誉度，从而有效提升农产品的附加值，拓宽销售渠道。

5. 结语

综上所述，农村电商正处于一个加速发展的阶段，作为推动乡村振兴的重要力量、作为推动农村农业产业升级、农民增收和农村经济发展具有不可替代的作用。然而，这其中也并非毫无隐忧。物流配送“最后一公里”难题仍制约着部分偏远地区的商品流通效率，人才匮乏、品牌建设不足等问题也限制了电商运营模式创新与长远发展。为让农村电商在乡村振兴中持续释放最大效能，政府应加大对农村物流基础设施建设的投入，构建高效物流网络；同时，通过政策倾斜吸引电商人才回流，开展针对性技能培

训，为农村电商注入智力源泉；以强劲的品牌“长尾效应”带动农村电商持续迸发新生机。

展望未来，随着5G、大数据等新兴技术在农村加速普及，农村电商有望拓展出直播带货、农产品溯源等多元业务形态，进一步深挖农业产业链价值，不仅让优质农产品走出乡村、走向世界，更将以点带面，全面激活乡村经济活力，真正成为乡村振兴战略稳步推进、行稳致远的强劲引擎。

参考文献

- [1] 梁强, 邹立凯, 杨学儒, 等. 政府支持对包容性创业的影响机制研究——基于揭阳军埔农村电商创业集群的案例分析[J]. 南方经济, 2016(1): 42-56.
- [2] 朱婷, 夏英. 农业数字化背景下小农户嵌入农产品电商供应链研究[J]. 现代经济探讨, 2022(8): 115-123.
- [3] 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.
- [4] 刘佳明. 乡村振兴背景下农村电商直播的价值、问题与进路[J]. 时代经贸, 2025, 22(2): 37-39.
- [5] 魏柏兴. 让数智化转型真正成为农民增收“加速器”[N]. 农民日报, 2025-02-28(003).
- [6] 黄高原. 乡村旅游数字提升行动成果丰富[N]. 中国旅游报, 2024-09-13(001).
- [7] 黄院芳, 张燕宇, 赵廷锋, 等. 农村电商现状分析及发展策略研究[J]. 山西农经, 2025(1): 38-41.
- [8] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农：乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
- [9] 董安洞. 农村电商助力乡村产业振兴的理论逻辑与现实考察[J]. 中国集体经济, 2025(6): 5-8.