

农村电商发展的现状、困境与破局之路

——基于SWOT分析

李 静

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月12日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月24日

摘 要

本文以SWOT模型为基础, 分析乡村振兴背景下农村电商的发展状况。根据内外部竞争环境和竞争条件下的态势分析, 提出以下发展策略: 一是强化人才培育、二是要推进农产品标准化与品牌建设、三是完善物流配送体系、四是提升市场竞争力、五是健全法律法规、六是加大资金投入。希望助推农村电商的可持续发展, 为乡村振兴提供坚实有力的支撑。

关键词

乡村振兴, 农村电商发展, SWOT分析

Development Status, Dilemmas and Breakthrough Paths of Rural E-Commerce

—Based on SWOT Analysis

Jing Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 12th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 24th, 2025

Abstract

Based on the SWOT model, this paper analyzes the development status of rural e-commerce under the background of rural revitalization. According to the analysis of the internal and external competitive environment and competitive conditions, the following development strategies are proposed: first, strengthen talent cultivation; second, promote the standardization and brand building of agricultural products; third, improve the logistics and distribution system; fourth, enhance market competitiveness; fifth, improve laws and regulations; sixth, increase capital investment. It is

hoped that these strategies will boost the sustainable development of rural e-commerce and provide solid support for rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Development of Rural E-Commerce, SWOT Analysis

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

中共十九大以来，作为中国新时代“三农”工作的总抓手和重要依据，乡村振兴战略科学有序地推动乡村产业、人才、组织等领域全方位振兴，既是顺应现代化建设规律，也是更好地满足农民群众对美好生活的向往[1]。在乡村振兴战略的强劲驱动下，农村电商已经成为推进农业供给侧改革、农村创新发展和农民增收就业的重要力量，为脱贫攻坚做出了重要贡献，为世界扶贫事业提供了中国范式[2]。它宛如一座坚实的桥梁，为农产品拓展了全新的销售渠道，使优质农产品得以突破地域桎梏，进军更为广阔的市场，实现其价值的最大化；与此同时，也极大地丰富了农村居民的消费选择，使其能够享受到更为多样、便捷的商品与服务，提升生活品质。农村电商的迅猛发展，有力地推动了农村产业的转型升级，促进了农业与其他产业的深度融合，催生了众多新的业态和模式，为农村经济注入了强大的活力。此外，它还农民增收致富提供了重要契机，通过拓宽农产品销售渠道、降低交易成本、提高农产品附加值等途径，助力农民拓宽收入来源，提升收入水平，在乡村振兴的征程上迈出坚实的步伐。

然而，当前农村电商在发展进程中并非一帆风顺，而是遭遇了诸多困境。人才匮乏问题尤为严峻，宛如一道难以逾越的鸿沟，严重阻碍了农村电商的创新与发展。农村电商亟需既深谙农业又精通电商的复合型人才，然而目前农村地区人才外流现象严重，难以吸引和留住优秀人才，致使农村电商在运营管理、市场营销、数据分析等方面存在诸多不足。物流配送难题亦十分突出，仿若瓶颈一般，极大地制约了农产品的流通效率。农村地区物流基础设施薄弱，配送成本高昂、时效缓慢，冷链物流发展滞后，影响了农产品的新鲜度和品质，增加了运营成本和风险。农产品标准化程度低下，恰似一块沉重的绊脚石，严重影响了农村电商的市场竞争力。农产品生产分散，缺乏统一的标准和规范，质量参差不齐，难以满足消费者的需求，亦不利于品牌的建设和推广。

这些困境不仅给农村电商的发展带来了严峻挑战，也使其在实现可持续发展的道路上步履维艰。如何突破这些困境，实现农村电商的可持续发展，已然成为亟待解决的重要课题。此课题关乎农村经济的繁荣发展，关乎农民的切身利益，更关乎乡村振兴战略的全面实施。农村电商的健康发展对于推动农村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕具有至关重要的意义。本文将结合 SWOT 分析，深入剖析农村电商发展的现状、困境及破局之路，以期为农村电商的未来发展提供具有参考价值的建议和策略，助力农村电商在乡村振兴的浪潮中破浪前行，实现可持续发展。

2. 理论基础

2.1. 信息不对称理论

信息不对称理论作为信息经济学的重要理论，产生于 20 世纪 70 年代，将信息视为合作效率的重要

影响因素[3]。信息不对称是指在市场经济活动中,当市场的一方无法监测和监督另一方行为或无法获知另一方行为的完全信息,抑或监测和监督的成本高昂时,交易双方掌握信息的不对称状态[4]。不同主体所掌握的信息存在客观差异性,掌握信息比较充分的主体往往会凭借自己所拥有的信息优势处于相对有利的地位,反之信息掌握不充分的主体则处于相对劣势的地位。随着我国经济的飞速发展、生活水平的显著提升,消费者的消费需求显著提升,特别是对名优特色农产品信息有着很强的需求,急需所要购买的农产品信息,用以全面、深入地洞悉农产品的生产过程、质量特性等关键信息,信息缺乏致使市场交易呈现低效率性与不公平性。而农村电商平台的应运而生,为打破这一信息不对称格局提供了契机。借由平台对农产品详细信息的展示、生产溯源的呈现以及用户评价的披露,消费者能够获取更为全面、精准的产品信息,从而增强购买决策的科学性与合理性,促进市场的高效运作。

2.2. 交易成本理论

交易成本理论为理解农村电商的经济优势提供了重要视角。交易成本是指市场中转让和保护财产所需要支付的成本[5]。科斯(Ronald H. Coase)认为,当交易成本为零,依靠自由市场即可实现资源配置效率的最优,其与初始的权利分配无关[6]。但由于不完全的市场机制,在交易价格定制等交易过程中出现的交易成本会导致市场效率的低下[7]。在传统的农产品交易过程中,众多中间环节衍生出高昂的搜寻成本、流程成本和沟通协商成本等,严重制约了市场效率。然而电子商务技术的飞速发展,尤其是农村电商平台的崛起为农产品交易的供给方和需求方提供了跨时空的交易平台,使得交易信息可以在淘宝、抖音等电商平台实现无障碍流动[8],不仅大幅拓宽了市场交易渠道,还生成了海量的电商大数据,使得农户及农业企业能够更迅速地获取消费者的反馈信息,从而显著降低了信息搜寻成本。此外,随着经济的快速发展,互联网基础设施建设的完备性和物流基础设施的完备性赋能农产品供应链,在有效降低了农产品流通中的运输成本的同时改善“前厂后店”的经营模式,实现了低成本、分散化的运营方式,有力控制了经营成本[9]。这一系列变革不仅提升了供应链的效率,还促进了农产品流通体系的整合与协同发展,从而增强了整个产业链的竞争力与可持续性。电商平台的引入不仅简化了农产品流通环节,还推动了流通渠道的整合与优化,促使渠道朝“扁平化”方向发展[10]。农户通过直接入驻电商平台,成为农业产品经营的主体,增加了市场交易主体的数量,极大缩短了流通环节,拓展了销售渠道并有效降低了渠道成本。这一系列变革显著提升了农产品流通效率,推动了农业资源的优化配置。因此,交易成本理论为理解农村电商的经济优势提供了深刻的理论支持,通过降低信息搜寻、沟通协商、物流配送等各类交易成本,农村电商不仅提升了农产品流通效率,也促进了农业产业的现代化与市场化进程。

2.3. SWOT 分析

SWOT 分析是全面评估农村电商发展态势的重要工具。通过对农村电商内部优势(Strengths)、劣势(Weaknesses)以及外部机会(Opportunities)和威胁(Threats)的系统剖析,能够清晰地洞察其发展现状与未来趋向[11]。优势分析有助于挖掘农村电商在资源、政策和市场潜力等方面的有利因素,为其发展奠定坚实的基石;劣势分析能够揭示其在人才、基础设施、品牌建设等方面的不足之处,为其改进和提升指明方向;机会分析能够助力把握消费升级、技术创新和政策支持等外部机遇,为其发展创造有利的条件;威胁分析则能够识别市场竞争、法律法规和农产品价格波动等潜在风险,为其提前制定应对策略提供依据,确保农村电商的稳健发展。

3. 农村电商发展的现状分析

农村电商在乡村振兴背景下呈现出复杂的发展态势。

3.1. 优势

农村作为农产品主产地，拥有丰富多样且品质优良的农产品资源，为农村电商提供了充足货源，满足消费者对绿色健康原生态农产品的需求。政府高度重视，出台系列扶持政策，如电子商务进农村综合示范项目，支持建设电商服务站点和物流配送体系等，营造了良好政策环境。随着互联网普及和消费者需求增加，农村电商市场潜力巨大，既为工业品下乡提供渠道，又为农产品进城开辟市场。农村地区土地、劳动力等成本低，使农村电商运营成本具优势。

3.2. 劣势

部分农村地区网络覆盖不足，信号不稳定、网速慢甚至有盲区，严重影响电商发展。物流配送体系不完善，网点少、范围有限、时间长、成本高，偏远地区配送困难，制约农产品销售流通。人才短缺，缺乏既懂互联网技术又懂农业生产和市场营销的复合型人才，农村难吸引和留住优秀电商人才，从业人员专业知识和技能不足。品牌建设滞后，农产品品牌化程度低，附加值不高，市场竞争力弱。质量标准不统一，受自然环境和生产技术影响，农产品质量差异大，易引发质量纠纷，影响消费者购买信心。

3.3. 机会

消费升级使消费者对农产品品质、安全、健康要求提高，农村电商可通过搭建溯源体系、加强质量监管满足需求。新技术如大数据、人工智能、物联网不断发展应用，为农村电商带来机遇，如大数据分析可精准指导生产销售，物联网技术实现全程追溯提高质量安全水平。各大电商平台加大对农村市场开拓力度，推出扶持政策和服务项目，为农村电商提供广阔平台和渠道。乡村振兴战略实施，强调产业兴旺等，农村电商作为农村产业重要组成部分，为乡村振兴提供有力支撑。

3.4. 威胁

市场竞争激烈，越来越多企业进入农村市场，农村电商企业面临国内外竞争压力，且企业间同质化竞争严重，缺乏差异化产品和服务。法律法规不完善，作为新兴商业模式，缺乏有效监管和处罚机制，存在虚假宣传、假冒伪劣等违法违规行为，在土地流转、质量安全等方面也面临法律风险。农产品价格波动大，受市场供求、自然环境、政策等因素影响，增加农村电商经营风险。信息安全问题突出，电商交易涉及大量个人和交易信息，信息安全管理不到位易导致信息泄露、网络诈骗等问题。

4. 农村电商发展的困境

4.1. 内部困境

4.1.1. 人才短缺问题严峻

农村电商发展离不开兼具农业知识与电商运营技能的复合型人才，他们既要熟知农业生产规律，又要精通电商平台运作流程。然而，当前农村地区人才匮乏现象显著。在运营端，由于缺乏专业人才，众多农村电商店铺普遍存在页面设计粗糙、商品展示欠佳、营销手段匮乏的问题，导致店铺流量少、销售额难以提升。农产品上行环节，因缺少供应链管理人才，农产品在分拣、包装、仓储及物流配送过程中频繁出现损耗高、配送不及时等状况。从深层原因看，农村发展机会少，基础设施落后，与城市丰富的岗位相比，农村电商岗位少且晋升空间有限，薪资待遇远不及城市，教育资源不足，农民受教育程度普遍偏低，这使得农民在学习电商知识时面临诸多困难。在人才需求方面，电商运营人才负责店铺日常运营，直接影响流量与销售额，农产品供应链人才则保障农产品从生产到销售流程的高效顺畅，但农村电商企业因上述劣势，招聘高素质人才困难重重，小型企业培养人才更是艰难，高昂的培养成本极大地阻碍了企业发展。

4.1.2. 农产品标准化程度低

农村地区的农产品生产通常以小规模、分散化的方式进行，缺乏统一的规划和管理。这导致不同农户生产的农产品在品质、规格、包装等方面存在较大的差异，难以满足电商平台对产品标准化的要求。例如，同一种水果，可能会因为种植环境、种植技术等因素的不同，而在口感、色泽、大小等方面有所不同。此外，由于缺乏品牌意识和品牌建设，农村地区的农产品大多没有自己的品牌标识，难以在市场上形成品牌效应，从而导致农产品的附加值不高，市场竞争力较弱。

4.1.3. 物流配送体系不完善

农村地区的交通基础设施相对薄弱，道路状况不佳，物流配送成本高、效率低。许多乡村缺乏完善的物流配送站点，快递服务难以覆盖到这些地区，导致农产品无法及时送达消费者手中，影响了农产品的销售和消费者的购物体验。此外，农村物流配送还面临着冷链物流设施不足的问题，对于一些生鲜农产品来说，难以保证其在运输过程中的新鲜度和品质，这也限制了农村电商在生鲜农产品领域的发展。

4.2. 外部困境

4.2.1. 市场竞争激烈

随着农村电商市场的不断发展，越来越多的电商企业开始关注并进入这个领域，市场竞争日益激烈。一方面，大型电商平台凭借其强大的资金、技术和品牌优势，迅速占领农村市场，对农村本土电商企业造成了巨大的冲击。另一方面，农村电商企业之间也存在着同质化竞争的问题，许多企业的产品和服务相似，缺乏差异化和特色，难以吸引消费者的关注。在这种激烈的市场竞争中，农村电商企业面临着较大的生存压力，需要不断创新和提升自身的竞争力，才能在市场中立足。

4.2.2. 法律法规不完善

农村电商作为一种新兴的商业模式，相关的法律法规还不够完善。在电商交易中，存在着一些虚假宣传、假冒伪劣、侵犯知识产权等违法违规行为，这些行为不仅损害了消费者的合法权益，也破坏了市场秩序。由于缺乏有效的监管和处罚机制，这些违法违规行为难以得到及时的遏制和惩处。此外，农村电商在土地流转、农产品质量安全等方面也面临着一些法律风险，例如，土地流转过程中可能会出现合同纠纷、权益保障等问题，农产品质量安全方面可能会存在监管不到位、标准不统一等问题，这些都给农村电商的发展带来了一定的隐患。

4.2.3. 资金投入不足

农村电商的发展需要大量的资金投入，包括基础设施建设、人才培养、品牌推广、物流配送等方面。然而，目前农村电商企业和农户普遍面临着融资难、融资贵的问题，金融机构对农村电商的信贷支持力度不足。由于农村电商企业大多规模较小、资产抵押能力较弱，难以获得金融机构的信任和支持，导致资金短缺成为制约农村电商发展的重要因素。此外，政府对农村电商的资金扶持力度也相对有限，难以满足农村电商发展的实际需求。资金投入不足限制了农村电商的发展速度和规模，使得农村电商在市场竞争中处于劣势地位。

5. 农村电商发展的破局之路

5.1. 内部破局策略

5.1.1. 加强人才培养

政府与企业需携手加大农村电商人才培养力度，制定精准培训计划与课程体系。着重培养电商运营人才，负责店铺运营、营销推广与数据分析，提升农产品销量，以及农产品供应链人才，优化农产品从

生产到销售的全流程，保障品质与配送时效。在培养方式上，政府联合专业机构举办电商基础技能培训班，课程从基础操作延伸至直播带货等进阶技巧，理论结合实操；利用农村集市等开展知识普及活动，发放手册、举办讲座、播放视频；定期组织农民到电商发达地区实地考察，学习先进经验。为吸引电商人才，政府要出台政策，提供按当地房价一定比例补贴的购房补贴，设立经审核后为创业人才提供启动资金的创业资金专项基金，在一定期限内减免农村电商企业及人才所得税的税收优惠。同时，企业应与高校、职校合作共建产学研基地，院校依企业需求优化电商课程，引入真实案例教学，企业为学生提供实习岗位并安排专人指导，学生毕业后优先录用优秀者，实现三方共赢。

5.1.2. 推进农产品标准化和品牌建设

建立健全农产品质量标准体系和品牌标识制度，加强对农产品生产、加工、包装等环节的监管和指导。政府可以制定相关标准和规范，引导农户按照标准进行生产，确保农产品的质量和安全。同时，鼓励企业和农户加强品牌建设，打造具有地方特色的农产品品牌。通过品牌建设，可以提高农产品的附加值和市场竞争力，增加农民的收入。此外，还可以加强农产品的宣传和推广，提高品牌知名度和美誉度。例如，利用互联网、社交媒体、展会等渠道，进行品牌宣传和推广，让更多的消费者了解和认可农村电商品牌。

5.1.3. 完善物流配送体系

政府和企业应共同加大对农村物流配送体系的建设投入，加强基础设施建设，改善道路状况，提高物流配送效率。整合物流资源，建立健全农村物流配送网络，鼓励物流企业在农村地区设立配送站点，扩大物流配送覆盖范围。同时，加强冷链物流设施建设，提高生鲜农产品的保鲜能力和运输效率。政府可以出台相关政策，支持冷链物流企业的发展，给予资金补贴和税收优惠等。此外，还可以鼓励企业创新物流配送模式，采用共同配送、智能配送等方式，降低物流成本，提高物流配送效率。

5.2. 外部破局策略

5.2.1. 加强市场竞争能力

农村电商企业应加强市场调研，深入了解消费者的需求和市场趋势，根据市场需求开发差异化的产品和服务。注重产品品质和特色，提高产品的附加值和竞争力。同时，加强品牌建设和营销推广，提高企业的知名度和美誉度。通过品牌建设和营销推广，可以吸引更多的消费者关注和购买农村电商产品。此外，企业还可以通过合作、联盟等方式，整合资源，实现优势互补，提高市场竞争力。例如，与其他电商企业、农产品生产企业、物流企业等建立合作关系，共同打造农村电商产业链，实现互利共赢。

5.2.2. 完善法律法规

政府应加快制定和完善农村电商相关的法律法规，加强对电商交易的监管，规范市场秩序。建立健全电商信用体系，加强对虚假宣传、假冒伪劣、侵犯知识产权等违法违规行为的打击力度，保护消费者和企业的合法权益。同时，加强对农村电商在土地流转、农产品质量安全等方面的法律指导，明确各方的权利和义务，防范法律风险。此外，还可以加强对农村电商法律法规的宣传和普及，提高企业和农民的法律意识，引导他们依法经营和维权。

5.2.3. 加大资金投入

政府应加大对农村电商的资金扶持力度，设立农村电商发展专项资金，用于支持农村电商基础设施建设、人才培养、品牌推广、物流配送等方面。同时，鼓励金融机构创新金融产品和服务，加大对农村电商的信贷支持力度。例如，推出针对农村电商企业的专项贷款、小额信贷等金融产品，降低贷款门槛，

提高贷款额度。此外，农村电商企业也可以通过引进社会资本、开展股权融资等方式，拓宽融资渠道，解决资金短缺问题。同时，企业还应加强自身的财务管理和资金运营能力，提高资金使用效率，确保企业的可持续发展。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 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.
- [3] 黄科星, 莎薇, 刘敏颖, 段依竺, 罗军. 信息不对称理论视角下技术经纪人推动科技成果转化的耦合机制研究[J]. 科技管理研究, 2023, 43(17): 172-179.
- [4] 张善超, 李宝庆. 信息不对称理论视域下新高考改革的困境及突破[J]. 大学教育科学, 2021(4): 70-77.
- [5] 卢强, 邓扬, 宋华. 基于交易成本理论的中小企业数字化能力对供应链融资绩效的影响研究[J]. 管理学报, 2023, 20(11): 1696-1705.
- [6] Coase, R.H. (1960) The Problem of Social Cost. *The Journal of Law and Economics*, 3, 1-44. <https://doi.org/10.1086/466560>
- [7] 祝合良, 李晓婉, 王春娟. 统一大市场促进形成强大国内市场的机理与路径——基于交易成本的视角[J]. 财经理论与实践, 2024, 45(3): 100-108.
- [8] 涂勤, 曹增栋. 电子商务进农村能促进农户创业吗?——基于电子商务进农村综合示范政策的准自然实验[J]. 中国农村观察, 2022(6): 163-180.
- [9] 张玲雅. 农村电商物流网络对农产品供应链整合的影响——基于内循环发展视域[J]. 商业经济研究, 2023(1): 83-86.
- [10] 林婷. 数字乡村背景下农村电子商务发展对农产品流通效率的影响——基于交易成本和渠道整合的中介效应[J]. 商业经济研究, 2024(14): 76-79.
- [11] Paroli, P., Jajang Sugiati, and Suca Rusdian, (2023) Strategic Tech Horizons: A Comprehensive SWOT Analysis of Organizational Technology Integration. *Ambidextrous Journal of Innovation Efficiency and Technology in Organization*, 1, 18-24. <https://doi.org/10.61536/ambidextrous.v1i01.32>