

农村电商高质量发展面临的问题及优化路径研究

张博悦

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

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29日

摘要

农村电商作为数字经济时代的新型商业模式,正在深刻改变农村经济形态,为乡村振兴注入发展新动能。本文围绕农村电商高质量发展展开研究,在对农村电商进行概念界定的基础上,阐述其对乡村振兴的重要意义。通过深入分析当前我国农村电商发展面临的问题,从多维度提出其高质量发展的优化路径,涵盖优化基础设施建设、加强农产品深加工和品牌建设、强化供给保障能力建设以及健全专业电商人才的引进和培养机制等措施,以期为农村电商高质量发展提供理论参考与实践指导。

关键词

农村电商, 高质量发展, 优化路径

Research on the Problems and Optimization Path of High-Quality Development of Rural E-Commerce

Boyue Zhang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 10th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 29th, 2025

Abstract

As a new business model in the era of digital economy, rural e-commerce is profoundly changing the rural economic form and injecting new momentum for rural revitalization. This paper focuses on the high-quality development of rural e-commerce, and expounds its significance to rural revitalization on the basis of defining the concept of rural e-commerce. Through in-depth analysis of the

current problems faced by the development of rural e-commerce in our country, this paper puts forward the optimization path of its high-quality development from multiple dimensions, it includes optimizing infrastructure construction, strengthening the deep processing and brand building of agricultural products, strengthening the construction of supply guarantee capacity, and improving the introduction and training mechanism of professional e-commerce talents, in order to provide theoretical reference and practical guidance for the high-quality development of rural e-commerce.

Keywords

Rural E-Commerce, High-Quality Development, Optimization 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

随着新时代互联网技术和数字经济的蓬勃发展,电子商务在推动经济增长方面的关键作用逐渐显现,特别是在促进乡村振兴方面展现出了巨大潜力。2024年中央1号文件首次提出,实施农村电商高质量发展工程,发展乡村土特产网络销售,缩小城乡“数字鸿沟”。按照国家相关统计数据,近些年来农村电商销售额一直保持强劲增长态势,2020年全国农村网络零售额达1.79万亿元,同比增长8.9%;2021年全国农村网络零售额达2.05万亿元,同比增长11.3%;2022年全国农村网络零售额2.17万亿元,同比增长3.6%;2023年全国农村网络零售额达2.5万亿元,同比增长12.9%;2024年前三季度全国农村网络零售额达1.7万亿元,增长12.2% [1]。农村电商的快速发展不仅为农产品销售提供了新渠道,也为农村消费市场注入了新活力。

2. 农村电商和高质量发展的概念界定

农村电商是农村电子商务的简称,不同学者针对“农村电商”这一概念从不同方面提出了自己的观念和理解。唐艺等将农村电商概括为“互联网+农业”的农村生产经营模式,指出农村电商高效利用政策、资金、技术、人才等资源助推农村地区各个方面的蓬勃发展[2];洪勇认为农村电商是与“三农”相关联的,推动农产品上行和工业品下行的双向流通的电子商务[3];赵丹玉提出农村电商是指依托互联网平台,聚集农村资源,在农村市场打通电商渠道,进而形成线上线下相互结合的流通渠道[4]。笔者认为农村电商是指在互联网技术支持下,以农村地区为空间载体,以农产品、农业生产资料和农村消费品为主要交易对象,通过电子化手段实现商品和服务交易的商业模式。农村电商的主体主要包括农村地区的农户、农业合作社、农村企业以及相关服务机构等。农民作为农产品的生产者,通过电商平台直接或间接向消费者销售农产品,打破传统销售模式下地域与渠道的限制。农业合作社和农村企业则凭借组织化优势,通过整合农产品资源和提升产品标准化程度来拓展市场份额。相关服务机构则为农村电商的运营提供技术支持、物流配送、营销推广、支付结算等全方位服务,保障农村电商交易的顺畅进行。虽然农村电商的空间范围主要集中在农村地区,但其商业活动的辐射范围可以延伸至城市乃至全球市场。

党的二十大报告指出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。高质量发展并非一个孤立的经济增长概念,而是涵盖经济、社会、环境等多维度协调共进的综合性发展模式。从经济层面来看,高质量发展意味着经济结构的持续优化,不再单纯追求规模扩张,而是注重产业结构向高端化、

智能化、绿色化迈进。在社会维度，高质量发展致力于提升民生福祉，注重工作岗位的稳定性、薪资待遇以及劳动者权益保障；教育、医疗等公共服务更加公平且优质；先进医疗技术与设备广泛应用，提升全民健康水平。环境方面，高质量发展秉持绿色发展理念，强调经济发展与生态环境保护的协同共生。农村电商高质量发展是高质量发展理念在农村经济领域的具体体现，旨在通过电子商务推动农村经济的转型升级，实现农村经济的可持续发展。

3. 农村电商高质量发展对于乡村振兴的重要意义

3.1. 推动农村经济发展，提高农民收入

传统的农产品销售模式主要依托线下的农贸市场与批发商，存在明显的地域限制和信息流通不畅的问题，农产品销售局限于周边区域和市场需求难以充分挖掘使得农产品滞销现象频发。这不仅限制了农村经济的发展，也严重影响着农民的收入水平。相比之下，农村电商借助互联网搭建起覆盖全国乃至全球的销售网络，为农村经济发展提供了全新的思路和路径。农民借助淘宝、抖音、拼多多等各类电商平台，能够将农产品的信息精准传递给更多消费者，打破了地理距离造成的交易障碍。同时农村电商通过构建生产者与消费者直接对接的交易模式，大幅减少了中间环节的层层盘剥，使农民能够以更接近终端市场的价格出售农产品，极大地提升了农民从农产品销售中获得的收益，让农民切实享受到农产品价值增值带来的红利。

3.2. 促进农村产业融合发展，增强综合实力

农村电商通过打破产业边界、优化资源配置、拓展产业功能等多方面作用，为农村地区带来了前所未有的发展机遇。为满足电商销售对产品标准化、多样化和高附加值的需求，农产品加工制造业在农村地区蓬勃发展，大量农村加工企业应运而生。农产品通过电商平台销售出去后，电商平台提供的市场反馈信息倒逼农产品加工企业优化产品种类与生产工艺，实现农业与加工制造业在生产、销售环节的紧密结合，促进了产业融合发展。此外，农村电商在线上销售产品和服务的同时，可借机推广当地特色的自然资源和生态环境[5]。借助电商平台，农村丰富的旅游资源和文化资源得以广泛传播。各地农村积极开发乡村旅游项目，并通过电商平台进行宣传推广与预订服务。游客在旅游过程中不仅能够亲身体验乡村生活，还可以购买当地特色农产品和文化产品。这种农业、电商业、旅游业发展的深度融合既丰富了农村产业业态，也提升了农村产业的整体价值。

3.3. 推动城乡区域协调发展，缩小城乡差距

城乡区域协调发展是实现经济社会高质量发展的重要目标，而农村电商的兴起为缩小城乡差距、促进城乡融合发展提供了新动力。农村电商发展通过打破传统的物理地理限制，极大地扩展了农村消费者的商品选择范围[6]。传统农村消费市场受地域和商业布局的限制，商品种类匮乏。而农村电商能够使农村消费者简单、快捷地浏览和选购来自城市的商品，极大地丰富了农村消费市场。农村电商还为农村消费者提供了更多高端、个性化的商品和服务选择，推动了农村消费升级。在传统农村消费观的影响下，农民的消费往往更注重商品的实用性和价格，对商品的品质、品牌和时尚感关注较少。农村电商通过不断向农村消费者传递新的消费理念和潮流信息，丰富了农村居民的生活体验，进一步促进了农村消费文化向多元化、现代化方向发展，拉近了城乡消费文化的距离。

4. 当前我国农村电商发展面临的问题

4.1. 现代化设施覆盖率低

农村网络基础设施、物流配送设施等方面建设的不足严重影响了农村电商的运营效率。近年来，我

国在提升农村地区互联网接入能力方面取得了进步，但在很多农村地区互联网基础设施仍不足[7]。我国部分偏远农村地区，尤其是山区、牧区等地，网络基站建设难度大，网络覆盖存在诸多盲区。这些区域的农村居民难以接入网络，更无法开展电商业务，致使他们即便拥有高品质的山货，如野生菌、土蜂蜜等，也无法通过电商平台销售。即便在已覆盖网络的农村地区，网络速度慢也是普遍问题。农村电商从业者在进行商品信息上传、店铺运营管理、与客户沟通等操作时，常因网络卡顿而耗费大量时间与精力。此外农村地区的物流网点覆盖率远低于城市，许多偏远乡村缺乏快递代收点，快递配送需要耗费大量人力、物力深入乡村腹地，配送成本大幅增加。而物流企业为控制成本，往往减少对农村地区的配送频次，延长配送时间，这不仅严重影响了农村电商交易的时效性，还使得农村电商在与城市电商竞争中处于劣势，抑制了农村电商市场的拓展。在农产品运输过程中，由于农村地区缺乏合适的包装与保鲜设备，农产品损耗率高，导致资源浪费的同时还影响了消费者对农村电商产品的信任度。

4.2. 农产品低端化、同质化严重

我国农村电商销售的农产品低端化现象较为突出，绝大部分农产品停留在初级农产品生产和初级加工的层次，高附加值的深加工比例偏低[8]。这些初级农产品在市场上往往只能以较低的价格销售，难以获得较高的利润，限制了农民和农村电商企业的收入增长。此外众多农村电商销售的农产品，无论是外观、口感，还是功能特性都极为相似。在水果电商领域，多数店铺均销售常见的橙子、苹果、香蕉等，且产品在品种、品质上难以区分，这使得消费者在选择时，往往只能依据价格因素进行决策。而农村电商商家为吸引消费者，不得不频繁降低价格，导致市场竞争陷入恶性循环。由于缺乏独特的产品优势和品牌建设，农村电商难以在激烈的市场竞争中脱颖而出，无法吸引到对品质和特色有更高要求的中高端消费群体，限制了农村电商的可持续发展。

4.3. 农产品供应链体系不健全

农产品供应链体系不健全主要体现在其生产规模小且分散以及农村电商市场缺乏流通标准两个方面。大多数情况下，农村电商产品由众多小农户分散生产，种植或养殖规模普遍较小，导致农村电商产品供应难以保持稳定。同时小农户受自然因素、市场波动等影响较大，在遭遇自然灾害时，农产品产量会大幅下降，使得电商平台在产品供应上面临较大压力。市场流通标准和质量检测体系的不完善导致农产品生产过程无章可循、消费者维权无法可依。农户在种植、养殖过程中，对于农药、化肥、饲料的使用量与使用时缺乏科学规范，可能导致农产品农药残留超标或品质下降。在农产品加工环节，由于没有明确的工艺流程标准，加工企业操作随意，可能出现卫生不达标、添加剂滥用等问题。而消费者购买到质量不合格的农产品后，由于缺乏有效的检测报告和清晰的责任追溯机制，无法确定是生产环节、运输环节还是仓储环节出现问题，难以获得合理赔偿。长期如此，消费者对农村电商产品望而却步，不利于农村电商行业的健康发展。

4.4. 专业人才短缺

无论是农村电商的数字化发展还是乡村振兴工作的推进，都离不开高学历、高水平、高素质人才的支撑[9]。但当前农村地区人才引进机制的不健全使得农村电商难以吸引到具备电商平台运营、店铺管理、数据分析等技能的专业人才。农村地区基础设施相对薄弱，生活条件和工作环境与城市存在较大差距，很难吸引高素质人才长期扎根。同时农村电商企业规模较小、资金有限，也无法提供与城市企业相媲美的薪酬待遇和发展空间。同时农村地区现有的人才培训多以短期、分散的形式开展，缺乏系统性和连贯性，存在培训内容单一、培训效果不佳等问题。农村电商培训内容多集中在基础操作技能上，如开店流

程、产品上架等，缺乏对电商运营、数据分析、品牌营销等高端技能的培训。这种单一的培训内容难以适应农村电商快速发展的需求，无法为从业者提供全面的能力提升。此外培训内容一般不会根据农村电商的实际需求和发展趋势进行动态调整，对从业者的指导和支持十分有限。

5. 农村电商高质量发展的优化路径探析

5.1. 优化农村电商基础设施建设

完善基础设施建设是促进农村电商经济发展的首要任务，其核心在于提升网络覆盖率、改善物流体系并加强冷链设施建设[10]。第一，应持续加大对农村网络通信基础设施建设的资金投入，制定偏远农村地区网络基站建设专项规划。对于山区、牧区等网络覆盖困难区域，给予通信企业更多政策优惠，鼓励其克服地理障碍，填补网络覆盖盲区。通信企业需将农村网络提速作为重点工作，升级网络设备，采用先进通信技术，逐步提升农村网络速度。第二，整合邮政、快递、供销社等资源构建县乡村三级物流配送体系，通过政府引导和市场化运作，优化物流网点布局。同时根据农村人口分布、村落位置等因素合理加密物流网点布局，在偏远乡村增设快递代收点，提高物流配送便利性，实现“最后一公里”配送，提升农村电商交易时效性。第三，在农产品主产区建设大型冷藏仓库，配备先进的制冷设备与仓储管理系统，实现农产品的集中冷藏保鲜。在乡镇一级合理布局小型冷藏配送点，完善冷链物流网络，确保易腐坏农产品在运输与储存过程中的品质不受影响。针对农产品运输研发和采用合适的包装与保鲜设备，如真空包装、泡沫保温箱等，降低农产品损耗率。

5.2. 加强农产品深加工和品牌建设

在农村电商高质量发展的进程中，农产品深加工与品牌建设成为提升农村电商竞争力的核心驱动力。当前众多农村电商的农产品加工环节面临设备老化、技术滞后的困境，极大地限制了农产品深加工的拓展。政府可以制定专项扶持政策，激励企业与农户加大在农产品深加工技术研发以及设备更新方面的投入。例如，设立农产品深加工技术研发与设备更新专项补贴基金，根据企业和农户投入资金的一定比例给予补贴，最高补贴可达项目总投资的50%。同时针对积极投入技术研发与设备更新的主体，在税收方面给予优惠，如减免企业所得税10%~20%，或对农户的农产品加工相关税费进行部分减免。政府还可组织专家团队，定期深入农村，为企业和农户提供免费的技术咨询与设备选型指导，帮助他们精准选择适合自己需求的先进设备与技术看案。农村地区丰富的文化资源为农产品的品牌建设提供了得天独厚的地理优势。农村电商工作者可通过实地走访当地的文化研究机构、与年长村民交流等方式，深入挖掘当地的历史文化、民俗风情、自然景观等特色元素。比如若当地有古老的农耕传说，可将其融入农产品品牌故事中，塑造独特的品牌形象。在品牌定位时，邀请专业的品牌策划团队，结合挖掘出的特色元素，为农产品量身打造品牌定位。同时整合线上线下多种渠道资源，全方位加大品牌宣传推广力度。

5.3. 强化农村电商供给保障能力建设

加强产品生产产业化水平以及完善产品质量检测体系能够从源头到终端全方位提升农村电商的供给水平，满足市场多样化需求。为打破长期分散的小农户经营格局，政府及相关部门应大力培育农业合作社、农业企业等新型农业经营主体，借助土地流转政策鼓励农户以土地入股等合作形式，将分散的土地资源进行整合，从而实现规模化的种植与养殖。从种植养殖环境、农事操作规范到农产品收获，生产的各个环节都能得到有效把控，极大保障了农产品质量的稳定性。此外政府及相关部门还应加大对农村地区质量检测体系的投入，通过配备先进的检测设备和技术人员提升对多种农产品的检测能力，确保农产品的质量稳定性和一致性。利用现代信息技术，农村电商能够建立起农产品质量溯源系统，实现从生产

源头到销售终端的全程追溯，为每一件农产品赋予唯一的“身份证”。消费者可以通过扫码查询产品的生产、加工、运输等环节的信息，增强对产品的信任度。

5.4. 健全专业电商人才的引进和培养机制

乡村振兴战略背景下，要深入实施数商兴农、互联网 + 农产品等工程，而引进专业的电商人才，同时发展农户成为电商新农人，将持续推动农村电商的发展[11]。一方面，政府和农村电商应联合制定具有吸引力的优惠政策，通过提供优厚的薪资待遇、配套完善的福利待遇、提供广阔的职业发展空间等措施，吸引城市中的专业电商人才投身农村电商领域。另一方面，农村电商应与高校建立紧密合作关系，通过与高校开展实习基地建设、订单式人才培养等合作模式，将农村电商企业的实际需求与高校人才培养相结合。此外，针对农村电商从业者的不同需求和技能水平，应开展分层分类的针对性培训。对于初次接触电商的农民，重点开展电商基础知识培训，让其快速入门；对于有一定电商基础的从业者，进行进阶培训，提升其电商运营能力；对于农村电商企业管理人员，开展高端培训课程，提升其企业管理和战略决策能力。通过精准的培训内容设置，满足不同层次从业者的实际需求，全面提升农村电商人才素质。

6. 结语

农村电商作为推动乡村振兴的重要力量，在新时代经济发展格局中占据着关键地位。在未来的发展过程中，政府、企业、社会各方应协同合作，持续加大对农村电商的支持力度，不断探索其创新发展模式。随着科学技术的不断进步和市场体系的逐步完善，农村电商有望在促进农村经济增长、提升农民生活水平、缩小城乡差距等方面发挥更大的作用，成为实现乡村全面振兴和经济社会高质量发展的重要支撑。

参考文献

- [1] 田小育. 乡村振兴背景下农村电商法律保障理论与实践研究[J]. 商业经济, 2025(4): 110-113.
- [2] 唐艺, 刘昊, 徐建奎. 基于农村电商融资的创新思维模式研究——以江苏省沭阳县花木行业为例[J]. 农业经济问题, 2021(9): 97-105.
- [3] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.
- [4] 赵丹玉. 供给侧改革背景下农村电商产业融合模式研究——以甘肃省为例[J]. 商业经济, 2021(9): 131-132, 150.
- [5] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.
- [6] 温雪. 推进农村电商发展缩小城乡消费差距[J]. 宏观经济管理, 2024(8): 79-85, 92.
- [7] 金晓彤, 路越. 互联网基础设施建设与农村居民增收[J]. 当代经济管理, 2022, 44(1): 44-52.
- [8] 徐荣. 乡村振兴背景下农村电商产业发展策略研究[J]. 中国商论, 2024(9): 5-8.
- [9] 楚方元. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径探讨[J]. 中国集体经济, 2024(30): 17-20.
- [10] 马娟. 乡村振兴战略下农村电商经济发展的困境与对策[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(22): 262-264, 271.
- [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.