

乡村振兴背景下农村电商发展的路径探析

谢晓洁

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年3月14日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月29日

摘要

本文深入探讨了乡村振兴背景下农村电商的发展情况。首先阐述了乡村振兴战略的背景与意义, 以及农村电商在乡村振兴中的重要角色, 明确研究目的是为农村电商可持续发展提供理论与实践支持。接着分析二者关系, 梳理农村电商发展现状、面临的挑战与机遇, 最后针对性地提出发展路径, 旨在推动农村电商在乡村振兴中发挥更大作用。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 发展路径, 机遇与挑战

Exploration of the Path of Rural E-Commerce Development in the Context of Rural Revitalization

Xiaojie Xie

College of Marxism Studies, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 14th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 29th, 2025

Abstract

This article delves into the development of rural e-commerce in the context of rural revitalization. The paper first discusses the background and significance of the Rural Revitalization Strategy, as well as the important role that rural e-commerce plays in this strategy, clarifying that the research aims to provide theoretical and practical support for the sustainable development of rural e-commerce. It then analyzes the relationship between the two, reviews the current development status of rural e-commerce, identifies the challenges and opportunities it faces, and finally proposes targeted development paths, with the goal of enabling rural e-commerce to play a greater role in rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development Path, Opportunities and Challenges

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

乡村振兴战略作为推动农村经济、社会与生态全面协调发展的关键举措，在经济领域，借助特色农业、农产品加工业和农村电商等产业，有力推动农村经济结构转型，增加农民收入。在此背景下，本研究系统剖析农村电商发展现状与问题，搭建理论分析框架，旨在识别电商发展中基础设施薄弱、人才短缺和政策协同不足等核心难题，并提出针对性建议，助力农村电商实现高质量发展，推动农业农村现代化。

近年来，农村电商在乡村振兴中的作用备受关注，诸多学者从不同维度开展研究。李晓夏和赵秀凤(2020) [1]指出直播助农是乡村振兴与网络扶贫融合的电商新模式，突出直播在农产品销售的创新作用，但对其在不同地区的适应性和可持续性研究欠缺。谢天成和施祖麟(2016) [2]对农村电子商务发展现状、问题及对策的分析，为后续研究筑牢了基础，不过理论深度和实证研究有待深化。郭凯凯和高启杰(2022) [3]探讨农村电商高质量发展的机遇、挑战与对策时，对不同类型农村电商的针对性研究存在不足。张硕等人(2022) [4]梳理了农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状与展望，却在理论与实践结合上有待提升。吴迪(2022) [5]分析数字经济背景下农村电商发展困境与对策，但缺乏实证数据支撑。

张俊和张丹(2025) [6]从生产和消费双重视角研究农村电商物流对农村市场活力的影响，表明高效物流体系能降低农产品物流成本、提升流通效率，丰富农村居民消费选择，但当前农村物流配送基础设施薄弱、成本高，为后续研究电商基础设施建设指明方向。陈家欢等人(2025) [7]研究数字乡村建设对乡村振兴的影响，提出数字技术对农村电商发展意义重大，然而在数字技术与农村电商深度融合的路径和实践效果方面的研究尚不完善。李小银(2025) [8]探讨农村要素市场化配置对农民共同富裕的作用，农村电商发展离不开要素合理配置，但目前对电商发展中要素市场化配置协同机制的研究较少。

郭馨梅和郭金阳(2025) [9]运用面板数据实证检验农村电商对乡村产业振兴的影响及作用机制，证实农村电商对乡村产业振兴有促进作用，且通过提升创业就业活跃度实现，城乡融合发展起正向调节作用。但不同区域农村电商对乡村产业振兴的影响差异及针对性区域发展策略研究有待深入。宋长鸣等人(2025) [10]强调深化农村电商可促进乡村产业振兴，却在根据不同地区、类型制定差异化电商发展路径方面研究不够细致。

综上所述，当前关于农村电商在乡村振兴中作用的研究，在理论深度、实证研究、针对性研究以及研究视野拓展等方面存在提升空间。本研究将聚焦上述不足，通过构建理论分析框架，探索农村电商发展中存在的问题，提出针对性的电商发展路径，以期为推动农村电商高质量发展提供理论支撑与实践参考。

2. 乡村振兴战略与农村电商关系的理论分析

从产业经济学角度看，乡村振兴战略旨在推动农村产业结构优化升级，实现产业兴旺。农村电商作为农村新兴产业，是农村产业体系的重要组成部分。根据产业关联理论，农村电商的发展能够带动上下游相关产业的协同发展。例如，农产品的线上销售带动了农产品加工、包装、物流等产业的兴起，促进

了农村产业多元化发展，形成产业集聚效应，提高农村产业的整体竞争力，为乡村振兴提供坚实的产业支撑。

区域经济学强调区域发展的不平衡性和区域间的相互作用。乡村振兴战略致力于缩小城乡差距，促进区域协调发展。农村电商的发展在区域层面具有重要意义。对于经济发达、基础设施完善的东部地区农村，电商发展能够充分利用当地优势，实现资源的高效配置，进一步推动农村经济发展。而对于中西部地区农村，电商可以作为突破地理限制的有效手段，通过互联网打破区域壁垒，将特色农产品推向全国市场，促进区域间的经济交流与合作，逐步缩小区域发展差距，实现区域经济的协调发展。

信息经济学认为，信息不对称会影响市场效率。在农村电商发展过程中，信息经济学理论有着重要的应用价值。一方面，电商平台作为信息交流的重要渠道，能够有效减少农产品生产与销售过程中的信息不对称。农民通过电商平台获取市场需求、价格波动等信息，根据这些信息调整生产和销售策略，提高资源配置效率。另一方面，消费者也能通过电商平台获取农产品的详细信息，增强对农产品的信任度，促进农产品的销售，实现市场的有效运行，推动乡村振兴战略的实施。

综合上述理论，构建农村电商与乡村振兴关系的理论模型。以农村电商发展水平(包括电商销售额、电商企业数量等指标)为自变量，以乡村振兴各核心要素(产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕)为因变量，引入基础设施建设、人才储备、政策支持等作为控制变量。通过理论分析可知，农村电商发展水平的提高，在基础设施不断完善、人才充足以及政策支持有力的情况下，对乡村振兴各核心要素具有正向促进作用。例如，农村电商销售额的增长，能够带动相关产业发展，促进农民增收，进而推动生活富裕；电商发展促使农村加大基础设施建设投入，有利于实现生态宜居。

3. 乡村振兴战略与农村电商的关系

3.1. 乡村振兴战略的核心要素

乡村振兴战略包含产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕五个核心要素。产业兴旺是基础，只有农村产业繁荣发展，才能为农村经济增长提供持续动力。这不仅包括传统农业的现代化升级，提高农业生产效率和农产品质量，还包括发展农村特色产业，如农村电商、乡村旅游、农产品加工等，实现农村产业多元化发展。生态宜居是关键，关乎农村居民的生活质量和农村生态环境的可持续性。良好的生态环境是农村的宝贵财富，要加强农村生态环境保护，推进农村人居环境整治，打造美丽乡村，让农村成为人们向往的生活家园。

3.2. 农村电商对乡村振兴的推动作用

在产业兴旺方面，电商平台拓宽了农产品的销售渠道，使农产品能够卖出更好的价格，提高了附加值。电商平台的出现，让农民能够直接面向消费者销售农产品，减少了中间环节，提高了农产品的销售价格。同时，电商发展带动了相关产业的兴起，如农产品加工、包装、物流等，促进了农村产业多元化发展。

在生态宜居方面，电商发展促使农村加大对物流、网络等基础设施的建设投入，改善了农村的交通、通信等条件，进而优化了农村生活环境。为了保障电商业务的顺利开展，农村地区加强了道路建设，提高了道路的通行能力，方便了农产品的运输和村民的出行。

在乡风文明方面，电商的普及使农民接触到更多的信息和知识，提升了农民的素质和视野，促进了农村信息化的发展，有利于形成文明乡风。通过电商平台，农民可以了解到市场需求、行业动态、先进的农业技术等信息，拓宽了视野，更新了观念。

在治理有效方面，电商发展推动了农村治理模式的创新，例如利用大数据实现农产品销售管理和农

村资源调配,提高了治理效率。通过电商平台积累的大数据,政府可以了解农产品的销售情况、市场需求等信息,为农产品生产和销售提供决策依据。

在生活富裕方面,电商为农民提供了新的增收渠道,增加了农民的收入,促进了农村消费升级,使农民的生活更加富裕。农民的消费能力也得到了提升,农村地区的消费市场日益繁荣,农民的生活品质得到了显著提高。

3.3. 乡村振兴对农村电商的促进作用

乡村振兴战略的实施为农村电商发展创造了良好条件。政府出台了一系列扶持农村电商发展的政策,许多地方政府设立了农村电商发展专项资金,用于支持农村电商基础设施建设、电商人才培养、农产品品牌培育等。这些政策为农村电商的发展提供了资金保障,降低了电商从业者的经营成本,提高了他的积极性。

在基础设施改善上,乡村振兴推动了农村道路、水电、网络等基础设施的建设,为农村电商发展提供了硬件保障。随着农村道路建设的不断完善,农产品的运输成本降低,运输效率提高。水电供应的稳定,保障了农村电商企业的正常生产经营。网络通信设施的不断升级,提高了农村地区的网络覆盖范围和网络速度,为电商交易的顺畅进行提供了保障。良好的基础设施为农村电商的发展提供了坚实的硬件支撑,促进了农村电商的快速发展。

4. 乡村振兴背景下农村电商发展的现状

4.1. 农村电商的发展历程

农村电商的发展经历了从萌芽到逐步成熟的过程。早期主要以农产品网络销售为主,农民通过简单的网络平台尝试销售农产品,但规模较小且缺乏系统性。在这个阶段,农民对电商的认识还比较有限,只是将其作为一种辅助的销售手段,销售的农产品种类也比较单一,主要以一些易于保存和运输的农产品为主。

随着互联网技术的发展和电商平台的兴起,农村电商逐渐形成了较为完善的生态体系,涵盖了农产品销售、工业品下乡、电商服务等多个领域。电商平台不断优化升级,为农民提供了更加便捷的销售渠道和服务。例如,一些电商平台推出了专门针对农产品销售的板块,提供农产品溯源、质量检测等服务,增强了消费者对农产品的信任度;同时,电商平台还为农民提供了数据分析、营销推广等工具,帮助农民更好地经营店铺。

4.2. 农村电商的主要模式

农产品线上模式中,淘宝村、拼多多等平台发挥了重要作用。许多农村地区通过这些平台将本地特色农产品推向全国市场,实现了农产品的线上销售。在淘宝村,村民们通过开设网店,将自家种植或养殖的农产品进行包装、销售,形成了规模化的农产品电商产业链。拼多多则通过“拼团”模式,以低价吸引消费者,帮助农民销售了大量农产品。一些农民还通过直播带货的方式,向消费者展示农产品的种植、养殖过程,增加了消费者对农产品的信任度,提高了农产品的销售量。

农村电商服务模式不断完善,包括电商培训,帮助农民掌握电商运营技能;物流配送,解决农产品和工业品的运输问题;金融服务,为农村电商从业者提供资金支持。在物流配送方面,越来越多的物流企业农村设立配送网点,采用共同配送、集中配送等模式,降低物流成本,提高配送效率。金融机构也推出了针对农村电商从业者的小额贷款、创业贷款等金融产品,为他们提供资金支持。据研究,在物流配送便捷、网络质量高的地区,电商销售额明显更高,如东部某农村地区物流配送时间平均缩短1天,

电商销售额增长约 10%。

4.3. 农村电商发展的区域差异

目前，我国农村电商发展存在明显的区域差异。东部地区由于经济发达、基础设施完善、人才资源丰富，农村电商发展较为成熟，无论是在市场规模还是发展模式创新上都领先于中西部地区。东部地区的农村拥有良好的交通、通信等基础设施，物流配送体系完善，能够快速将农产品送到消费者手中。拥有专业电商人才的农村电商企业，在店铺运营、营销推广方面表现更优，销售额增长率比缺乏人才的企业高出 15% 左右，东部地区在人才方面的优势也促进了其农村电商的发展。

平原地区相较于山区，在物流配送、网络覆盖等方面具有优势，电商发展也更为迅速。平原地区地势平坦，交通便利，物流企业可以更方便地建立配送网点，降低物流成本。网络覆盖也相对较好，能够满足电商发展对网络的需求。而山区由于地形复杂，交通不便，物流配送成本高，网络覆盖难度大，制约了农村电商的发展。一些山区的农产品由于物流配送不畅，无法及时销售出去，导致农产品积压，农民利益受损。这种区域差异制约了农村电商的整体均衡发展，需要采取措施加以解决。例如，四川青川作为山区县，虽然面临物流和网络的挑战，但通过发展特色农产品直播电商，利用网红效应和社交媒体传播，将当地的木耳、香菇等特色农产品推向全国市场，探索出了适合山区的电商发展模式。同时，政策落实情况对农村电商发展影响较大，在政策执行得力的地区，电商从业者的积极性更高，企业发展更具活力，如某地区政府简化了电商扶持政策的申请流程，使得获得资金补贴和税收优惠的企业数量增加了 30%，这些企业在后续发展中扩大了经营规模，创造了更多就业机会，这也侧面反映出不同地区政策落实差异对农村电商发展的影响。

5. 乡村振兴背景下农村电商发展面临的挑战

5.1. 基础设施不足

农村地区物流配送存在诸多问题，物流成本高、配送效率低是制约农村电商发展的重要因素。一些偏远农村地区，物流配送需要经过多次中转，配送时间长，而且容易出现货物损坏、丢失等问题。

部分地区网络覆盖不足，信号不稳定，影响了电商交易的正常进行，也限制了电商服务的拓展。在一些山区和偏远农村地区，网络信号弱，甚至存在网络盲区，无法满足电商直播、视频通话等对网络要求较高的业务需求。网络速度慢也导致电商平台加载缓慢，影响消费者购物体验，降低了电商交易的效率。

5.2. 人才短缺

农村电商人才匮乏是一个突出问题。运营管理、营销推广、数据分析等方面的专业人才在农村地区极为稀缺。一方面，农村地区缺乏吸引人才的优势，工资待遇相对较低，工作环境和生活条件相对艰苦，难以留住专业人才。许多电商专业人才更愿意选择在城市发展，享受更好的职业发展机会和生活资源。另一方面，农村本地人才的电商技能培训体系不完善，无法满足农村电商快速发展的需求。现有的电商培训内容和方式与农村实际需求脱节，培训效果不佳，导致农村本地人才的电商技能水平有限，难以适应农村电商发展的要求。

5.3. 供应链不完善

农产品标准化程度低，质量参差不齐，难以满足市场对高品质农产品的需求。在生产环节，缺乏标准化的种植、养殖规范，农户种植和养殖方式差异较大，导致农产品在外观、口感、品质等方面难以保

持一致。

5.4. 政策落实不到位

部分地区对农村电商的政策支持力度不足，或在政策执行过程中存在执行不力的情况。一些优惠政策未能真正惠及农村电商从业者，导致政策的激励作用无法有效发挥，影响了农村电商的发展积极性。有的地方虽然出台了扶持农村电商发展的政策，但在资金补贴、税收优惠等方面的落实过程中，手续繁琐、审核周期长，使得许多从业者难以顺利享受到政策红利。

6. 乡村振兴背景下农村电商发展的路径探析

6.1. 加强基础设施建设与人才培养

完善农村物流网络是农村电商发展的关键。政府应凭借政策引导与资金支持，激励大型物流企业向农村地区拓展服务网络，整合农村现有物流资源，构建县、乡、村三级物流配送体系。鼓励物流企业在农村设立配送网点，推广共同配送、集中配送模式，将多个电商订单集中运输和配送，提高车辆装载率，降低物流成本，提升配送效率。同时，持续加大对农村网络通信设施的投入，强化网络覆盖，尤其是偏远地区和山区，提升网络信号稳定性与传输速度，保障电商交易顺利进行。

培养本土电商人才至关重要。开展多层次、多形式的电商培训，针对不同年龄段和文化水平的农民，制定个性化课程。培训内容不仅涵盖电商平台操作、店铺运营、营销推广等基础知识，还结合农村实际，传授农产品拍摄、文案撰写、质量管控等实用技能，采用线上线下相结合的方式，方便农民学习。此外，通过提供住房补贴、创业扶持等政策，吸引电商专业人才回流农村。建立人才激励机制，对优秀电商人才予以奖励，提升其工作积极性与归属感。

6.2. 推动农产品品牌化与供应链体系建设

深入挖掘地方特色农产品，融合当地文化和历史，打造具有地域特色的区域品牌。充分挖掘农产品的品种、口感、营养价值等特点并加以宣传，突出产品独特性。借助电商平台和新媒体渠道，如制作精美的短视频、图文并茂的宣传文案，展示农产品生产过程、特色优势，开展品牌推广活动，提升品牌知名度和美誉度。还可借助网红、明星等的影响力进行品牌代言，提高品牌曝光度。同时，加强品牌质量管控，维护品牌形象。

完善供应链体系是农村电商持续发展的保障。推动农产品标准化种植、养殖，制定严格质量标准 and 生产规范，提升产品质量。建立农产品质量追溯体系，全程监控农产品生产、加工、运输等环节，让消费者了解质量信息，增强信任度。发展农产品产地初加工和精深加工，建设加工企业，提高加工转化率，开发多样化加工产品，延长产业链，增加附加值。加强农产品质量监管，建立健全检测体系，对生产、加工、销售等环节严格检测，打击假冒伪劣产品，维护市场秩序。

6.3. 创新电商发展模式

积极探索创新电商发展模式。直播电商为农产品销售开辟了新渠道，鼓励农民、电商从业者与网红主播合作，通过直播展示农产品种植、养殖环境，现场品尝并介绍口感、营养价值等，与消费者实时互动，解答疑问，增强购买意愿。同时，借助社交媒体平台开展农产品社交营销，依靠用户分享和口碑传播，提高农产品销售量。

6.4. 加强政策支持与监管

在乡村振兴背景下，国家和地方政府出台了诸多支持农村电商发展的政策，如财政补贴、税收优惠、

金融支持等，设立专项发展资金用于基础设施建设、人才培养、品牌培育等项目，部分地方还对创业者给予补贴和税收减免，对物流配送体系建设企业给予资金支持。为确保这些政策落地生效，需建立政策执行跟踪机制，定期检查评估，及时解决执行中出现的问题。同时，加强对农村电商市场的监管，规范市场秩序，保障消费者权益，严厉打击虚假宣传、价格欺诈、销售假冒伪劣产品等违法行为，营造公平竞争的市场环境，促进农村电商健康发展。

7. 结语

乡村振兴背景下，农村电商发展取得了一定成就，但也面临着基础设施不足、人才短缺、品牌建设滞后等问题。同时，农村电商发展也迎来了政策支持、市场需求增长等机遇。通过加强基础设施建设、培养和引进人才、推动品牌化建设、完善供应链体系、创新发展模式以及加强政策支持与监管等路径，可以有效推动农村电商的可持续发展，助力乡村振兴战略的实施。农村电商的发展需要政府、企业、农民等多方共同努力，形成合力，才能实现农村电商与乡村振兴的协同发展。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 谢天成, 施祖麟. 农村电子商务发展现状、存在问题与对策[J]. 现代经济探讨, 2016(11): 40-44.
- [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] 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.
- [5] 吴迪. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(5): 101-104.
- [6] 张俊, 张丹. 农村电商物流对农村市场活力释放的影响研究——基于生产侧和消费侧的双重视角[J]. 商业经济研究, 2025(6): 122-125.
- [7] 陈家欢, 张洪宇, 李文龙, 等. 数字乡村建设赋能乡村振兴发展的影响研究[J]. 云南农业大学学报(社会科学), 2025, 19(2): 142-150.
- [8] 李小银. 农村要素市场化配置赋能农民共同富裕的机制效应研究[J]. 价格理论与实践, 2024(8): 12-17+101.
- [9] 郭馨梅, 郭金阳. 发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 34-38+224.
- [10] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.