

农村电商促进乡村振兴的实现路径

王毅凡

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月25日; 录用日期: 2025年4月14日; 发布日期: 2025年5月14日

摘要

随着数字经济时代的到来,农村电商成为推动乡村振兴的重要引擎。本文基于乡村振兴战略背景,系统分析农村电商助力乡村发展的价值所在,包括市场渠道拓展、流通成本降低、市场反馈即时化及防返贫机制构建等核心作用。本文经研究发现,当前农村电商面临专业人才短缺、区域发展失衡、产品质量参差不齐及物流体系薄弱等现实困境。这些困境对于乡村振兴起阻碍作用。对此,本文提出了相应的解决方案:国家层面需完善农产品质量标准与认证体系;地方层面应优化物流网络与智慧技术应用;微观层面需健全差异化人才引进与培养机制,并结合区域资源禀赋制定适应性策略。研究结论为农村电商的可持续发展提供理论支撑与实践参考,助力乡村振兴战略目标的实现。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 质量标准, 人才引进

The Realization Path of Rural E-Commerce Promoting Rural Revitalization

Yifan Wang

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 25th, 2025; accepted: Apr. 14th, 2025; published: May 14th, 2025

Abstract

With the advent of the digital economy era, rural e-commerce has become an important engine for promoting rural revitalization. Based on the background of the rural revitalization strategy, this paper systematically analyzes the value of rural e-commerce in promoting rural development, including the expansion of market channels, the reduction of circulation costs, the instant feedback of the market, and the construction of a mechanism to prevent poverty recurrence. Through research, this paper finds that rural e-commerce currently faces practical difficulties such as a shortage of professional

talents, unbalanced regional development, uneven product quality, and a weak logistics system. These difficulties pose obstacles to rural revitalization. In response, this paper proposes corresponding solutions: at the national level, it is necessary to improve the quality standards and certification system for agricultural products; at the local level, the logistics network and the application of smart technologies should be optimized; at the micro level, a differentiated talent introduction and training mechanism should be established, and adaptive strategies should be formulated in combination with regional resource endowments. The research conclusions provide theoretical support and practical references for the sustainable development of rural e-commerce and contribute to the realization of the rural revitalization strategy goals.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Quality Standards, Talent Recruitment

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

2023 年中央一号文件联合《数字乡村发展战略纲要》明确指出,推进乡村振兴战略需深度开发数字化与信息化的创新动能。通过数字技术深度融入传统涉农产业体系,有效驱动农村电商全域发展。当前农产品流通领域呈现显著变革,电子商务的蓬勃发展为农副产品开辟了云端交易新维度,不仅重构了产销对接模式,更成为助农增收的关键引擎,对加速农业农村现代化进程、推动城乡协同发展具有战略性支撑作用。

对于乡村振兴,陈锡文指出,乡村振兴战略是基于对中国经济社会发展新形势的深入理解和科学分析而提出的,是顺应我国国情的必然选择[1]。张海鹏、郜亮亮、闫坤指出乡村振兴战略是在新时代背景下,对“三农”问题的新认知与需求,其目的在于促进农村的全面发展及农业的现代化[2]。

对于发展农村电商的意义,丛亮和褚志亮通过案例分析指出,电商平台显著推动了农产品品牌的打造和市场推广,显著提高了产品的知名度和市场认可度[3]。王绘娟的研究表明,电商平台使农产品生产者能够直接与消费者沟通,详细介绍产品的特点和优势,这不仅加深了消费者对产品的理解,还显著提高了他们的购买意愿,从而促进了销量增长[4]。夏伟认为,电子商务通过拓宽农产品销售渠道、降低交易成本、提高农民收入等方式,有效促进了农村经济的发展。同时,他也指出了电子商务在农村发展中的挑战和障碍,如农民电商意识不强、电子商务服务体系不完善等[5]。

综合来看,学界对农村电商助力乡村振兴持肯定态度,但学者也指出在实践过程中农村电商存在着一些问题。乡村振兴战略是新时代解决“三农”问题的核心抓手,而农村电商作为数字技术与农业经济融合的产物,为乡村产业升级、农民增收和城乡资源互通提供了新路径。乡村振兴背景下农村电商直播有其独到的价值,例如拓宽市场渠道,降低交易成本,提供就业岗位。在乡村振兴战略的引领下,农村电商将继续为我国农业农村发展注入新活力,但农村电商发展区别于普通电商,受地域化影响严重,各地区农村电商发展现状并不相同,发展速度也不一致。当前许多地区的农村电商发展仍面临多重瓶颈如:农村电商缺少专业人才,农村电商产品质量不一致,农村地区的物流配送系统不完善。这些难题是乡村振兴道路上的绊脚石,只有解决好这些存在已久的问题,提出促进农村电商稳定发展的策略,才能刺激乡村经济,助力乡村振兴。

2. 乡村振兴背景下农村电商的价值

2.1. 农村电商可以拓宽市场渠道

传统的农村交易主要采用面对面的方式，多为一手交钱，一手交货的现货交易，市场形态级别低，交易市场分散，规模小，且受到时间、地域的限制，导致交易的效能偏低[6]。但是农村电商通过网络，将产品展示在更广泛的平台上，使得来自不同地区的消费者都能够轻松找到并购买这些产品。无论是偏远山区的有机农产品，还是乡村的特色手工艺品，都能借助电商走入千家万户。同时通过电商渠道，农民能够触及到更多的潜在客户，这直接导致了一些产品销量的提升。许多农民通过电商平台发现，原本销售缓慢的产品能通过专业营销和精准推广，吸引到不同的消费者群体。在更大的市场中，营销策略和定价方式也可以更加灵活，提升销售的机会。

2.2. 农村电商可以降低交易成本

根据威廉姆森的交易成本理论。事前交易费用和事后交易费用两个部分。事前的交易费用包括协议的起草、谈判的费用和保障协议执行所需要的费用[7]。在传统农业生产模式中，农民往往很难获取准确的市场信息，这导致他们在制定生产决策时缺乏依据，从而也使得农业生产效益不高。然而，电商平台因其信息透明和实时性，为农民提供了丰富的市场数据。这使得农民能够及时了解市场动态和消费者需求，从而优化他们的农业生产决策，灵活调整生产结构。传统农业到农村电商的转变降低了起草成本。传统的农产品销售往往需要经过多个中间商，如批发商、零售商等，他们在整个链条中增加了交易成本，压缩了农民的利润空间。而通过电商，农民可以直接与消费者互动，省去了多个中间环节，降低了谈判成本。这样的方式使得农民能够以更直接的方式销售产品，减少不必要的流通成本，从而提高了盈利能力。

2.3. 农村电商可以提供就业岗位

有效防止大规模返贫。我国在 2020 年实现了农村贫困人口脱贫的首个百年奋斗目标，当前正朝着 2050 年乡村全面振兴的新目标迈进。在乡村振兴战略推进过程中，农业产业转型升级获得政策倾斜与资源投入，催生了新型就业空间，带动部分外出务工群体返乡择业。值得注意的是，农业现代化进程中的机械化普及与科技渗透，使传统体力劳动岗位持续收缩，而技术型、研发型岗位需求与农村现有人才储备的结构性落差，导致“岗能适配”矛盾显现。数字经济时代农村电商产业的发展，极大激活了农村经济，带动上下游产业协同发展，为农村剩余劳动力安置提供了有力渠道[8]。具体而言，其促进就业的机制呈现三重优势：其一，相较于需专业资质的智慧农业领域，电商直播技术准入门槛相对较低，从业适应性更强，且工作形态具有较强灵活性；其二，该业态在直播运营、内容创作、供应链管理、物流配送等环节形成涵盖前端引流、中端运营、后端服务的全链条就业矩阵，有效拓展岗位多样性；其三，其数字化、年轻化的行业特质形成新生代职业吸引力，近年来涌现的“新农人主播”创业群体，不仅为乡村留住青年人才，更通过流量经济反哺农业产业链升级，形成“人才回流 - 产业振兴 - 就业扩容”的良性循环。这种就业创造与产业升级的协同效应，正持续激活农村发展内生动力，对优化乡村人口结构、重塑产业生态产生深远影响。

3. 农村电商助力乡村振兴中的问题

3.1. 农村电商缺少专业人才

农村电商直播的目标是推动农产品销售，促进农业产业的发展，从而实现乡村振兴。然而，农村电

商直播的各个环节和流程较为复杂，需要大量专业人才的支持。可是目前，乡村电商人才缺口是阻碍农村电商持续稳定健康发展的关键因素之一[9]。因为农村基础设施，待遇条件不如城市。农村地区往往面临人才外流的问题，很多年轻人更乐意选择去大城市寻找更好的发展机会。而留在农村的主要是退伍军人、年长农民或对电商不熟悉的人群，导致当前农村电商直播领域的人才瓶颈已成为制约其发展的关键掣肘。从实践层面审视，其结构性矛盾呈现两个方面：其一，农村当地主播群体存在多维能力断层，集中表现在直播节奏把控、突发状况应对、产品价值阐释及消费转化效能等核心能力缺失。这种专业素养的不足直接导致农产品价值实现受阻，具体表现为产品价值阐释不充分，场景化营销氛围营造不足，最终造成用户留存率与转化率的双降；其二，行业生态存在全链条专业支撑体系缺位，除前端主播外，技术保障团队、内容创意团队、流量运维团队等中后端专业力量的匮乏，致使直播全流程运作呈现“木桶效应”。这种人才生态的系统性失衡，使得电商直播的流量转化效能与商业价值实现度长期处于低位运行状态。

3.2. 农村电商产品质量不一致

农产品标准化进程的滞后与品牌建设的薄弱性，是当前农村电商领域发展的显著瓶颈[10]。由于我国农产品生产的分散性以及地域差异，许多农民各自为政，缺乏统一的生产标准。这种情况直接导致了农产品质量的参差不齐，给消费者带来了诸多困扰。消费者在电商平台上购物时，常常面临选择不同来源的农产品，却无法确定这些产品的质量安全性和可靠性。这种不一致不仅影响了消费者的购买体验，还削弱了他们对农村电商整体的信任感。标准缺失还导致了监管难度的加大。在缺乏统一质量标准的情况下，市场上出现了大量不合格产品，但由于缺乏良好的监管机制，这些产品往往难以被及时发现和清理。消费者一旦购买到劣质产品，不仅造成了经济损失，还可能影响他们的身体健康，这种风险进一步加剧了消费者对农村电商品牌的不信任感。

3.3. 农村地区的物流配送系统不完善

长期以来，消费品进入村庄的“最后一公里”以及农产品流通的“最初一公里”一直是农村物流面临的障碍。交通运输等基础设施短板已成为农村电子商务发展的疑难杂症，限制了物流网络的延伸[11]。其不仅影响了农民的生活质量，也制约了农村经济的发展。在农村，消费品的配送通常面临许多挑战。由于交通基础设施不完善，很多偏远地区的道路条件较差，导致物流公司不愿意承担高昂的运输成本。此外，城乡之间的物流服务体系差距较大，许多物流企业在农村地区缺乏足够的投放和服务能力，导致农民无法及时获得所需的商品。这个“最后一公里”不仅关乎物资的配送效率，也涉及农民的日常便利，影响了他们的消费体验和生活品质。另一方面，农产品从农村到市场的“最初一公里”同样存在诸多问题。许多农民缺乏现代的种植和管理技术，导致农产品产量和质量难以满足市场需求。而在运输过程中，由于缺乏适当的冷链物流设施和专业的运输工具，农产品很容易在运输途中受到损坏，造成损失。这些物流瓶颈不仅限制了农村消费市场的繁荣，也阻碍了农村经济的整体发展。由于物流不畅，农民收成的农产品难以顺利销售，导致一些农民面临“卖难”问题。同时，居民对消费品的需求未能及时满足，影响了生活质量和消费意愿。这种双重困境使得农村经济整体活力下降，发展潜力未能充分释放。

4. 农村电商助力乡村振兴的实现路径

4.1. 差异化、本土化培训电商人才

由于不同发展阶段的电商面临着各自独特的问题，因此，网上培训应在原有内容的基础上，根据店

铺的不同级别进行适当的差异化调整。同时,定期邀请专业讲师提供针对不同层次和侧重点的培训课程。此外,可以请经验丰富、在本地经营高级别店铺的电商分享他们的成功案例和经验,以指导后来的创业者。通过各种形式,加强成功电商与村中创业者之间的交流是十分重要的。利用这些成功者的实际经历、心路历程以及经验与教训,能够激励和鼓舞创业者,同时传授实用的方法和技巧。这样的差异化培训不仅能有效提升创业者的能力,也能为他们的业务发展提供宝贵的指导。

农村应更加注重对本土化直播人才的培养工作,这是因为本土化直播人才更加了解当地农村市场和文化特色[12]。首先,农村可以建立档案系统,登记本地高校的学生信息,以便更好地组织观光、学习交流和假期实践等活动,吸引这些本土化人才回归,服务于地方发展。例如,可以定期举办高校生返乡活动,让他们深入了解当地的农业产业和市场需求,培养他们对家乡的认同感和责任感,鼓励他们所学知识技能应用于本地发展。

其次,农村可以自主开设与电商直播相关的免费培训课程,支持当地农民和农村青年积极参与。这些课程可以涵盖直播技巧、销售策略、市场营销以及技术素养等方面,帮助他们提升直播能力和销售技巧。通过系统的培训,农村居民不仅能够掌握电商直播的基本技能,还能学会如何利用这些技能来推广当地的特色农产品,从而提高销售额和收入水平。

此外,培训课程还可以邀请成功的电商直播主播和行业专家进行分享和指导,帮助学员了解市场动态和行业趋势,激发他们的创业热情和创新意识。通过这样的培养和支持,本土化直播人才将能够在农村电商领域发挥更大的作用,推动乡村振兴和经济发展。

4.2. 推动国家层面制定统一的农产品质量标准

提升农产品网销竞争力,必须要依托农产品的标准化和品牌化[13]。这一标准不仅应涵盖主要农产品的基本要求,还应考虑不同地区的特性和需求,根据当地的自然条件、气候、土壤和市场消费习惯,设立相应的地方标准。这样的细分标准能够更好地适应当地的生产条件和消费需求,促进地方特色农业的发展,使农民能够在保障质量的同时,提高生产效益。标准化的实施不应仅限于生产环节,还需涵盖农产品的整个产业链,包括加工、包装、储存和运输等环节。这意味着每个环节都需要明确的质量要求,以确保农产品从生产到消费者手中都能保持安全和优质。此外,建立多元化认证体系至关重要。鼓励农产品获取各种认证,如有机认证、无公害认证和地理标志产品认证等,可以极大地提高消费者的认知度和信任度。这些认证不仅是对产品质量的背书,也是产品市场竞争中的一大优势。消费者在购买产品时,能够通过这些认证标识,直观地判断产品的质量,从而增加其对品牌的忠诚度和购买意愿。为了确保认证的有效性和公平性,必须完善监管机制。建立有效的监督和执法机制包括定期对市场上已认证的产品进行抽检,确保认证过程的透明和可信。

4.3. 提高农村地区的物流效率

为提高农村地区的物流效率,建设“三级节点”网络至关重要。这一网络由“县中心仓-镇中转站-村服务点”构成,形成一个覆盖广泛、响应迅速的物流体系。首先,要加强农村电商服务站的建设,合理规划“三级”区域内的物流集散中心与服务站布局。在乡镇地区设立物流服务中心,在村庄设立电商服务站,对尚未布局的区域填补空白,对已有的服务站点进行整合、优化,形成县乡村全覆盖的网格状布局[14]。服务站应配备专职人员,为当地电商创业者提供支持,并负责该区域内的收件和派件工作。

同时建议采用公私合营模式,引入私营部门的创新能力和资金,与公共部门的稳定政策支持相结合,共同推进农村物流基础设施项目[15]。具体来说,当私营企业参与到农村物流基础设施的建设和运营中时,可以通过引入先进的管理理念和技术手段,提高物流效率,降低配送成本。同时,公共部门可以通过政

策引导和资金补贴,帮助私营企业克服初期投资高、风险大的挑战,从而形成互利共赢的局面。此外,双方的合作能够确保物流项目的可持续性,有助于提升农村地区的经济活力和居民的生活质量,为农村经济的全面振兴奠定良好基础。

参考文献

- [1] 陈锡文. 实施乡村振兴战略 推进农业农村现代化[J]. 中国农业大学学报, 2018, 35(1): 5-12.
- [2] 张海鹏, 邵亮亮, 闫坤. 乡村振兴战略思想的理论渊源、主要创新和实现路径[J]. 中国农村经济, 2018(11): 2-16.
- [3] 丛亮, 褚志亮. 我国农产品电商渠道的发展趋势、问题与实现路径[J]. 商业经济研究, 2023(24): 142-145.
- [4] 王绘娟. 农产品直播互动性、消费者心理体验与购买意愿[J]. 商业经济研究, 2023(22): 80-83.
- [5] 夏伟, 郭友. 电子商务对农村经济发展的作用及实现路径研究[J]. 商展经济, 2022(17): 57-59.
- [6] 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.
- [7] 郭红梅. 对威廉姆森交易费用理论的研究综述——行为假设和交易性质方面[J]. 思想战线, 2011, 37(S1): 86-88.
- [8] 申姝红, 郭晶. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(8): 122-125.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] 王鹤霏. 农村电商扶贫发展存在的主要问题及对策研究[J]. 经济纵横, 2018(5): 102-106.
- [12] 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.
- [13] 刘岩. 数字乡村建设背景下辽宁农村电商高质量发展探析[J]. 农业经济, 2022(6): 134-135.
- [14] 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.
- [15] 周文超, 李英毅. 乡村振兴背景下农村电商对农产品供应链整合的影响[J]. 商业经济研究, 2024(17): 91-94.