

乡村振兴视角下农村电子商务的发展路径与策略研究

葛 谱

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29日; 录用日期: 2025年4月14日; 发布日期: 2025年5月19日

摘 要

乡村振兴战略是当前我国农村经济发展的重要指导方针, 也是加快推进社会主义新农村建设的重要指导方针。农村电子商务的发展是实现乡村振兴战略的重要基础。随着互联网和信息技术的不断进步, 农村的信息化建设也取得了相应的发展, 农村中生产经营方式和农民的生活发生了显著的变化, 农村电子商务也因此在农村迅速兴起并蓬勃发展。作为数字经济与农村经济深度融合的产物, 农村电子商务正逐步成为乡村振兴的重要引擎。本文旨在探讨乡村振兴视角下农村电子商务的兴起背景、发展路径及策略, 以为农村电商的可持续发展提供理论支撑和实践指导。

关键词

乡村振兴, 农村, 电子商务, 发展

Research on the Development Paths and Strategies of Rural E-Commerce from the Perspective of Rural Revitalization

Pu Ge

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

Received: Mar. 29th, 2025; accepted: Apr. 14th, 2025; published: May 19th, 2025

Abstract

The rural revitalization strategy is an important guiding principle for the development of China's rural economy at present, and it is also an important guiding principle for accelerating the construction of a new socialist countryside. The development of rural e-commerce is an important foundation for realizing the rural revitalization strategy. With the continuous progress of the Internet and

information technology, the informatization construction in rural areas has also achieved corresponding development. Significant changes have taken place in the production and operation modes in rural areas and the lives of farmers, and rural e-commerce has thus rapidly emerged and developed vigorously in rural areas. As a product of the deep integration of the digital economy and the rural economy, rural e-commerce is gradually becoming an important engine for rural revitalization. This paper aims to explore the rising background, development paths and strategies of rural e-commerce from the perspective of rural revitalization, in order to provide theoretical support and practical guidance for the sustainable development of rural e-commerce.

Keywords

Rural Revitalization, Rural, E-Commerce, Development

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 21 世纪的新时代，互联网与信息技术的迅猛发展正以前所未有的方式改变着各行各业，而农业作为国民经济的基础，促进其现代化转型尤为关键。乡村振兴战略，作为新时代解决“三农”问题、推动农业农村现代化的重大举措，正引领着中国农村走向全面振兴的新征程。在此背景下，农村电子商务的兴起与发展，无疑为乡村振兴注入了强劲的新动能。

农村电子商务，作为互联网技术与农业传统产业的深度融合，通过依托互联网技术、打造全方位电子商务平台以及高效便捷的物流运输体系，打破了传统农产品销售的地域限制，为农产品提供了更广阔的线上市场，使得农业农村经济迎来全新发展格局[1]。它不仅能够促进农产品的快速流通，提高农民的收入水平，还能够带动农村物流、金融、信息服务等相关产业的协同发展。同时，农村电子商务的发展还有助于推动农村数字化基础设施的完善，缩小城乡数字鸿沟，提升农村社会的整体发展水平。

因此，深入探索乡村振兴视角下农村电子商务的兴起、发展路径与策略，对于推动农村电商的持续健康发展、助力乡村振兴战略的深入实施具有重要意义。本文将从国家实施乡村振兴战略的背景出发，探讨农村电子商务的兴起，并分析其发展现状及面临的挑战，进而提出针对性的发展路径与策略建议，以为农村电商的未来发展提供有益参考，推动乡村振兴战略的全面落地。

2. 乡村振兴视角下农村电子商务的兴起背景

农村电子商务，简称农村电商，是指利用互联网、计算机等现代信息技术手段，为农业及相关领域的生产经营主体提供在线销售产品、购买服务和进行电子支付等商业交易活动的过程。

在当今中国，党的十九大提出的乡村振兴战略已成为推动农业农村现代化的关键举措。这一战略的实施，不仅旨在提升农业生产效率，改善农村生活环境，还着眼于促进农村经济结构的优化与升级。在此背景下，借助于信息技术的发展，农村电子商务也迅速兴起，助力乡村振兴战略的实施，主要从生产和消费两个方面，推动农村的整体进步与发展，成为推动乡村振兴和农村经济发展的重要力量。其兴起背景主要体现在以下几个方面：

2.1. 互联网技术的飞速发展及普及

随着互联网技术的不断进步和普及，农村地区也逐渐享受到互联网带来的便利。宽带网络、移动互联网等基础设施的完善，使得农民能够更便捷地接入互联网，了解市场信息，在销售自产产品以及购买

所需物资两个方面，进行在线交易。互联网为农村电子商务的发展提供了重要的基础条件技术支持，使得农产品能够跨越地域限制，实现更为广泛的交易与流通[2]。

2.2. 国家政策的支持与推动

近年来，国家高度重视农村电子商务的发展，国务院先后出台了一系列政策措施，旨在促进农业与互联网的深度融合，推动农产品上行，支持发展农村电子商务。这些政策不仅为农村电商创造了有利的外部环境，还通过税收优惠、资金扶持等方式，激发了各类市场主体参与农村电商的热情。此外，政府还积极推动农村电商孵化基地的建设，为农村电商的发展提供平台支持，推动其快速发展[3]。

2.3. 农村经济发展的内在需求

乡村振兴战略的实施，要求农村经济实现多元化、可持续的发展。农村电子商务的兴起，正是农村经济转型升级的重要体现。通过电商平台，农产品能够直接对接消费者，减少中间环节，提高销售效率。同时，农村电商还带动了农村物流、金融、信息服务等相关产业的发展，形成了农村经济的多元化增长极。

2.4. 居民消费观念的转变

随着收入和生活水平的提高，消费者对农产品的需求也呈现出多样化的趋势。越来越多的城市消费者倾向于购买绿色、健康、原生态的农产品。农村电子商务恰好满足了这一市场需求，通过电商平台，优质农产品能够直接从田间地头送达消费者餐桌，保证了农产品的品质和新颖度。

3. 乡村振兴视角下农村电子商务发展现状

3.1. 市场规模持续扩大

近年来，农村电商发展不断加快，市场规模迅速扩大。中国政府网于 2024 年 4 月 2 日发布的《构建高质量农村电商生态圈》中的数据显示，中国农村网络零售额呈现逐年上涨态势，从 2019 的 1.7 万亿元上涨至 2023 年的 2.49 万亿元，增长近 13 倍。农产品网络零售额也连续多年保持较快增长，2023 年全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5%。这一增长趋势表明，农村电商正逐步成为推动农村经济发展的重要力量。

3.2. 电商平台积极布局

各大电商平台如京东、淘宝、拼多多等纷纷布局农村市场，通过提供市场需求信息，引导农民合理种植和养殖，提高农产品的产量和质量。这些平台利用自身的技术和资源优势，为农产品提供更加便捷、高效的销售渠道。同时，电商平台还通过直播带货、线上营销等创新模式，助力农产品品牌建设和市场推广。

3.3. 政策支持力度加大

政府高度重视农村电商的发展，出台了一系列政策措施，为农村电商的发展提供了坚实的政策保障。这些政策包括财政补贴、税收优惠、电商培训、物流配送体系建设等多个方面，旨在降低农村电商的运营成本，提高其市场竞争力。此外，政府还积极推动电子商务进农村综合示范项目，支持县级电商公共服务中心、物流配送中心和村级电商服务站点的建设，进一步完善农村电商的服务体系。

4. 乡村振兴视角下农村电子商务发展存在的问题

在乡村振兴战略全面推进的进程中，农村电子商务作为推动农村经济发展的重要力量，虽取得一定成效，但仍面临诸多发展瓶颈。

首先, 电商人才短缺与素质不高问题突出。农村电商发展亟需专业人才, 但当前农村地区电商人才储备严重不足, 现有从业者整体素质偏低。随着乡村振兴政策推动传统商业向电商转型, 人才需求愈发迫切。从原因来看, 农村教育资源薄弱、培养机制不完善, 导致从业者文化水平受限, 难以掌握复杂电商知识[4]; 与城市相比, 农村经济和生活条件较差, 且电商行业薪资、晋升体系不完善, 难以吸引高校电商专业人才; 同时, 农村经济滞后、产业结构单一, 促使青壮年劳动力外流, 加剧人才空心化。中国农业大学智慧电商研究院《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》估算, 未来五年我国农村电商人才缺口将达 350 万人。在人才素质方面, 现有从业者中, 小学文化占比 1%, 初中文化占比高达 50%, 高中文化占比 32.5%, 大学文化仅 16.5%, 这使得从业者在运用电商技术、营销策略时面临较大困难。

其次, 基础设施与物流体系存在显著短板。网络设施方面, 尽管农村网络覆盖率有所提升, 基本实现村村通, 但信号差、网速慢等问题在偏远地区尤为突出, 难以满足电商发展需求。交通与物流方面, 农村交通运输能力不足、物流体系不完善, 加之居住分散, 加重了物流负担, 致使农产品上行与工业品下行困难重重。冷链物流缺失导致农产品运输损耗严重, 生鲜农产品对冷藏运输要求高, 但冷链物流建设成本高昂, 难以广泛配置, 削弱了农产品的品质优势[5]。此外, 多数物流公司仅能实现市县配送, 农产品经营者需借助中间商与大型电商平台合作, 增加了交易成本[6]。数据显示, 乡镇农村三十公里内配送成本是城区的三倍, 六十公里内则达五倍, “最后一公里”问题严重制约农村电商发展。

再者, 农产品品牌建设与质量监管不足。农村电商在品牌建设和质量监管方面存在明显缺陷。一方面, 农产品品牌意识淡薄, 缺乏市场竞争力, 难以获得消费者信任[7]; 另一方面, 质量监管体系不完善, 农产品在质量监管、分级、包装等环节缺乏标准化, 影响产品品质与安全, 降低了消费者购买意愿。

另外, 农产品标准化程度亟待提升。受农户分散生产和农业产业化水平低的影响, 农产品在生产、包装、销售等环节缺乏统一标准, 难以实现标准化、产业化生产, 产品质量难以保障, 进而影响销售和市场接受度[8]。

最后, 农村电商区域发展不平衡。受地理位置、资源禀赋、经济基础等因素影响, 不同地区农村电商发展水平差异显著。2019 年数据显示, 全国农村网络零售额分布不均, 东部农村占比近八成, 中西部农村仅各占一成。东部地区凭借良好的经济基础、完善的设施和较强的人口消费生产能力, 电商发展迅速; 而中西部地区经济滞后, 网络、物流等基础设施薄弱, 人才匮乏, 人口消费与生产能力受限, 导致电商发展缓慢。这种区域差异不断扩大, 阻碍了农村电商的均衡发展[9]。

5. 乡村振兴视角下农村电子商务的发展策略

5.1. 加大农村电商人才培养与引进

农村电子商务的兴起与发展离不开专业人才的支撑。针对当前农村电商人才短缺的问题, 首先, 需要提高教育水平, 可通过政府加大对农村教育的投入、加强电子商务相关课程的建设, 通过宣传、培训等方式, 树立农民的相关观念, 增强他们的电商意识。其次, 可以建立相应的培训体系, 支持建立农村电商培训机构, 包括提供系统、规范的培训课程, 满足不同层次、不同需求的电商人才培养需求[10]。同时, 还应该鼓励企业参与农村电商人才培养, 通过校企合作、产教融合等方式, 实现人才培养与市场需求的无缝对接。最后, 注重优化人才环境, 可从优化发展环境、提高生活待遇两个方面入手, 为电商人才提供良好的生活和工作条件。当然, 建立健全的人才引进机制, 通过政策扶持、资金支持等方式, 更有利于吸引高层次、复合型的电商人才到农村发展, 助推农村电子商务的全面发展[11]。

5.2. 完善农村电商基础设施和物流体系

在建设基础设施方面, 完善的基础设施是促进农村电商发展的基本条件和保证。要加强农村的基础

设施建设,加大对农村地区的网络覆盖、宽带提速、物流配送等基础设施的投入和改造,提高农村电商的可及性和便利性[12]。

在完善物流体系方面,物流是农村电子商务发展的关键环节,为农村电子商务的发展提供重要的技术和条件支撑。为完善农村电商物流体系,应采取以下措施:第一、构建物流网络。通过与大型电商物流企业合作,构建覆盖农村的快递物流网络。同时,要合理采取现代化的技术手段,实现创新型科学技术与物流配送的有效结合,着力消除农村电子商务“最后一公里”的问题[13]。第二、加强冷链物流建设。农产品的运输和销售对其新鲜度和品质有较高的要求,针对农产品保鲜冷链方面的不足,要加强冷链物流技术的研发,创建新型乡村农产品物流配送平台,确保物流配送的即时性和有效性。第三、优化物流配送制度。要充分利用好现代信息技术,如云计算、物联网等,打造智能化物流运输管理平台,提高物流效率,降低运营成本。

5.3. 打造农村电商本土特色品牌

品牌建设是提升农村电商竞争力的重要途径。为打造农村电商本土特色品牌,具体而言,在特色产品的培育方面,需要做到因地制宜,结合当地资源优势,培育特色的、优质的农产品,通过线上销售渠道和线下大型超市等渠道拓宽销售市场。在特色农产品的销售方面,利用网络平台推广,通过短视频、直播等平台展示特色产品,传播电商理念,提升农产品在互联网上的影响力。在特色农产品的品牌监管方面,要加强对农产品品质的检测和监管,确保产品质量可追溯,提升品牌的信誉度,同时还要学习已经打造成品牌优势的农产品的经验,结合农产品自身条件,树立自己品牌优势。

重庆市玉溪镇的杨林发现家乡土特产销售难题后,于是在 2014 年在淘宝网注册网店,走上特色农产品线上销售的发展道路。在发展初期,因品类繁杂、品质参差不齐、物流成本高等原因,产生亏损。随后,他和妻子调整策略,与邮政合作解决物流问题,与农户签订收购协议确保品质,统一包装并打造“阁蔬斋”品牌。该品牌将玉溪镇的红薯、苦藠等土特产销往香港、新疆等地,年销售额超 200 万元,真正实现农村电商创收致富。

5.4. 推动农村电商产品标准化生产

农产品标准化生产是促进农村电子商务发展的关键要素[14]。农村电商产品的标准化生产不仅在质量和数量上提供保证,而且也有利于实现对农产品进行品牌监管。所以,为推动农村电商产品标准化生产,应该采取的措施有:制定行业标准,推广标准化技术,建立质量追溯体系。通过以上三个方面,我们可以结合农村电商发展实际,制定农产品生产、加工、包装、运输等方面的行业标准;然后推广标准化技术,包括加强对农民的标准化技术培训、推广先进的农业生产技术和管理模式等,提高农产品的标准化水平;最后,针对农产品建立质量追溯体系,利用信息技术建立农产品质量追溯体系。同时,我们不应只仅仅局限于国内市场,要走向国际市场,引进国外先进的农业标准服务体系[15]。只有这样,才可以实现产品质量可追溯,保障消费者权益,吸引更多的市场。

5.5. 促进农村电商均衡发展

均衡发展是实现乡村振兴的重要目标。当前,不同地区、不同农村在政治、经济、文化等方面的发展都存在不同程度的差异。农村电子商务作为促进农村发展的有力抓手,我们要努力实现其均衡发展。为促进农村电商均衡发展,应采取以下策略:

1) 实施政策扶持:政府应出台相关支持和保护政策,一方面,对农村电商企业给予税收减免、资金补贴等扶持措施,提高市场竞争力。另一方面,应鼓励不同地区的各级政府,根据不同农村的具体条件,因地制宜的制定相关政策。政府政策的出台不仅能够为农村电商的发展提供有利条件,而且能够极大的提高社会各界对于农村电商的关心以及发展的信心。同时,政策实施不仅可以保护消费者,也可以对农

产品生产者的权利进行保护，所以在一定程度上可确保我国农村电子商务的合法化发展[16]。

2) 推动产业升级：结合当地产业特色，推动农产品加工业、乡村旅游业等产业升级发展，形成多元化的农村电商产业体系。

6. 结语

随着国家对乡村振兴战略的持续推动，农村电子商务的政策支持将不断加强。政府将继续完善农村电商的基础设施，如物流、网络等，为农村电商的发展提供更加坚实的基础。同时，一系列促进农村电商发展的政策措施将进一步落地实施，为农村电商的蓬勃发展提供有力保障。

展望未来，农村电商将继续保持快速增长态势，并在乡村振兴中发挥越来越重要的作用。随着农村基础设施的不断完善和农村居民消费观念的转变，农村电商市场将迎来更多的发展机遇。它将推动农村经济的转型升级和高质量发展，为农民提供更多的增收机会和更好的生活品质。同时，农村电商也将成为连接城乡、促进城乡融合发展的重要桥梁和纽带，为构建和谐社会和实现共同富裕目标贡献力量。

参考文献

- [1] 冯金凤. 农村电子商务发展的意义及其对乡村振兴的助力[J]. 棉花学报, 2023, 35(1): 79-80.
- [2] 李志刚. 扶植我国农村电子商务发展的条件及促进对策分析[J]. 中国科技论坛, 2007(1): 123-126.
- [3] 王沛栋. 我国农村电子商务发展的问题与对策[J]. 中州学刊, 2016(9): 43-47.
- [4] 李海平, 刘伟玲. 农村电子商务存在的问题与模式创新[J]. 陕西科技大学学报(自然科学版), 2011, 29(2): 189-191.
- [5] 任晓聪, 和军. 我国农村电子商务的发展态势、问题与对策路径[J]. 现代经济探讨, 2017(3): 45-49.
- [6] 张喜才. 电子商务进农村的现状、问题及对策[J]. 农业经济与管理, 2015(3): 71-80.
- [7] 徐丽艳, 郑艳霞. 农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021(2): 109-120.
- [8] 杜永红. 乡村振兴战略背景下网络扶贫与电子商务进农村研究[J]. 求实, 2019(3): 97-108, 112.
- [9] 韩业亮, 李绍华, 谢风媛. 基于电子商务的农村产业发展现状与展望[J]. 农业经济, 2024(1): 139-141.
- [10] 岳欣. 推进我国农村电子商务的发展[J]. 宏观经济管理, 2015(11): 66-67, 70.
- [11] 李玲芳, 徐思远, 洪占卿. 农村电子商务: 问题与对策[J]. 中共福建省委党校学报, 2013(5): 70-74.
- [12] 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.
- [13] 葛梅, 白丽, 曹君瑞. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J]. 农业经济, 2023(8): 118-121.
- [14] 乔煜新, 李宪宝. 农产品标准化、品牌效应与农村电子商务发展[J]. 商业经济研究, 2024(18): 111-114.
- [15] 杜文宏, 刘茜. 我国农村电子商务发展研究[J]. 商场现代化, 2008(4): 78-80.
- [16] 刘可. 农村电子商务发展探析[J]. 经济体制改革, 2008(6): 171-174.