

乡村振兴背景下农产品电商发展策略研究

牛梦雪

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年4月1日; 录用日期: 2025年4月15日; 发布日期: 2025年5月19日

摘要

近年来, 随着互联网的普及, 农产品电商在乡村振兴战略的推动下快速发展, 农产品电商交易规模不断增长, 发展态势良好, 但仍然还面临着一系列的现实问题。因此, 本文基于乡村振兴背景下农产品电商发展的现实困境, 在完善农村基础设施; 培养农产品电商人才; 提高农产品质量, 打造特色品牌; 以旅游业带动农产品发展等方面提出了具体的解决措施, 致力于更好地发展农产品电商, 助力乡村振兴战略的实施。

关键词

农产品, 电子商务, 乡村振兴

Research on the Development Strategies of Agricultural Products E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Mengxue Niu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Apr. 1st, 2025; accepted: Apr. 15th, 2025; published: May 19th, 2025

Abstract

In recent years, with the popularization of the Internet, agricultural product e-commerce has developed rapidly under the impetus of the rural revitalization strategy. The transaction scale of agricultural product e-commerce has been continuously expanding, and the development trend is good. However, it still faces a series of practical problems. Therefore, based on the practical predicaments of the development of agricultural product e-commerce in the context of rural revitalization, this paper proposes specific solutions in aspects such as improving rural infrastructure, cultivating

talents for agricultural product e-commerce, enhancing the quality of agricultural products and creating characteristic brands, and promoting the development of agricultural products through tourism, aiming to better develop agricultural product e-commerce and contribute to the implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Agricultural Products, E-Commerce, Rural Revitalization

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

随着互联网的快速普及，我国数字经济蓬勃发展，农村电子商务迅速崛起，已成为拉动农村经济的新引擎[1]。习近平总书记在党的二十大会议上明确提及“发展乡村特色产业，拓宽农民增收致富渠道”[2]。开展农产品电商已经成为了农民增收的重要方式，对推动乡村振兴战略实施具有重要意义。

农产品电商不仅涵盖生鲜果蔬、肉类、禽蛋等传统农产品的销售，也包括深加工产品，如：农产品礼盒、有机食品等的在线交易[3]。农产品电商的发展是一个复杂的系统性的过程，涉及市场、物流、技术、政策、供应商等多种维度的相互作用。农产品电商的本质则是通过数字化的手段实现农业价值链的重构。同时农产品电商的发展也要采取因地制宜的方法，不同地区要具体问题具体分析。

2. 乡村振兴背景下农产品电商发展现状及意义

2.1. 乡村振兴背景下农产品电商发展现状

2.1.1. 农产品电商的交易规模不断增长

随着乡村振兴战略的深入实施，各地都在因地制宜地大力发展农业，推动乡村产业的发展。根据国家统计局的数据，2023 年农产品电商销售额超过了 7300 亿元，超过 100 万农户通过网络销售农产品，农村网络零售额达到 2.49 万亿元。随着农村电商的发展，电商平台成为农产品销售的重要渠道，我国农产品电商销售规模持续增长，主要依托快手、抖音、小红书等短视频平台进行直播销售。越来越多的消费者更加青睐于通过线上或者直播这些便捷的方式去购买农产品。此外，随着网络全球化的发展，还可以通过跨境电商的方式，推动农产品的出口，增加农业收入，为农民提供更多、更便捷的农产品销售方式，助力乡村振兴。未来，我国将继续加大对农产品电商的支持，推动农产品网络零售市场的进一步发展。

2.1.2. 农产品电商销售形式多样

目前农产品电商销售形式主要分为三种，主要是图文模式、短视频模式、直播模式。图文模式，主要是结合图片和文字，商家拍摄农产品的照片，然后用文字介绍农产品的品种、产地、特点等。这种模式多应用在淘宝、拼多多、京东等购物平台。短视频模式主要是商家通过拍摄视频的方式来介绍农产品，可以让消费者更直观地看到商品的外观，有些则是在农产品种植地拍摄，可以让消费者直接看到农产品的生长环境，采摘过程。直播是目前非常流行的一种电商销售模式，主要分为两种，一种由商家自己直播销售，另一种是通过明星来直播带货。直播模式最能直观地体现农产品的特点，主播可以非常迅速地

回答消费者的疑问，与消费者进行积极的互动，增强消费者的购物体验感。有些商家还会把直播地点选择在户外，在田间地头或是种植基地进行宣传，跟随主播通过镜头可以非常清楚地看到农产品的生长条件、采摘过程以及打包运输方式等，增强消费者的购物体验，让消费者吃得放心，买得安心。利用明星直播带货，可以通过明星效应，收获大批的粉丝支持，从而快速地增加销售额。后两种农产品销售模式多应用在抖音、快手、小红书等短视频平台。

2.2. 农产品电商发展对促进乡村振兴战略实施的重要意义

2.2.1. 促进农村地区农产品的对外销售

之前囿于农村地区网络、物流等方面不够发达，导致农村地区的农产品销售困难，只能在临近地区进行售卖，或者通过长途汽车进行运输，这种销售方式非常影响农村地区农产品的销售。而如今，随着农村电商的发展，为农产品网络零售市场注入了源源不断的活力。在农村地区大力发展农产品电子商务，可以有效拓宽农产品销售渠道，促进农产品销售数量的增长[4]。除了国内地区农产品电商销售平台，还可以通过跨境电商平台和国外市场进行对接，突破时间和空间的限制，减少中间环节，进一步提高销售额。通过电商平台的推广和物流配送的支持，农产品的销售额得以提升，农民获得更高的收益，进一步推动了农村经济的发展[5]。

2.2.2. 促进农村地区经济发展，缩小城乡差距

农村电商的快速发展与推广，对推动农村地区经济发展，缩小城乡差距起着重要作用。农村电商的发展有助于推动农产品供给侧改革。农民可以通过电商平台获取更多的市场动态，根据市场的需要，提高自身的竞争力，推广适合城市居民的农产品。同时，城市居民也可以通过农产品电商平台买到农村优质、新鲜的特色农产品，享受到更加便捷的购买方式。农村电商的发展，也推动了农村基础设施的完善，包括交通、物流、网络等方面都有了较大的改变，便捷的物流运输体系和完善的网络体系提高了农产品的配送效率和范围，进一步加强了城市与农村的联系，缩小城乡差距。

2.2.3. 拓宽农民增收渠道，提高农民生活水平

农产品电商相比之前传统的农产品销售模式，可以突破时空的限制，降本增效。农民可以将自己种植的农产品挂到电商平台，省去了中间商赚取差价，能够以更高的价格售出，甚至可以通过跨境电商将农产品送到全球消费者的手中，扩大了销售范围。此外，还可以对农产品进行深加工，推动产业转型升级，满足不同消费者的需求，例如发展有机的农产品、带有地理标志的农产品等，提升溢价空间，从而获得更高的收入。在农产品电商发展的过程中，还会增加许多种植、分类、打包、运输、销售的工作，为当地农民创造更多的就业机会[1]。

3. 乡村振兴背景下农产品电商发展面临的主要问题

我国幅员辽阔，不同地区农产品电商发展也面临着不同的挑战。在我国东部地区，物流体系和基础设施比较完善，消费市场成熟，数字化水平较高，农产品的生产成本较高。西部地区，受地形和经济条件影响，交通不便，基础设施不够完善，农产品种类丰富，物流成本高，消费市场较为分散。中部地区劳动力密集，农产品的产量多，但产品的同质化较为严重，缺乏品牌影响力。东北地区是我国大宗农产品的主要产区，冬季物流受限，产品过度依赖初加工，深加工薄弱。总结主要有如下几个方面的问题。

3.1. 基础设施有待加强，物流体系不完善

当前，我国西部地区，尤其是偏远的农村，交通、物流和通信网络等方面都不够完善，这对农产品的电商销售造成了很多不利的影响，严重影响了农村电商的发展。农村的交通运输对农产品的销售有着

重要的影响。有些农产品不易保存，长时间的运输非常容易腐烂，导致农产品不够新鲜。由于地区经济的限制，很多地方缺乏保鲜技术，导致农产品不能依靠保鲜技术来延长储存时间。农村地区网络不够稳定，使电商运营的效率较低。物流体系的不完善也会制约农产品电商的发展，农村物流作为连接城乡生产和消费的重要纽带，对促进乡村振兴具有重要意义。虽然目前中西部地区已经建设了许多县级物流配送中心、乡镇快递站及村级电商物流服务站，但在某些农村地区，由于道路条件较差、交通不便，仍缺乏大型仓储设施和良好的运输环境。

3.2. 农产品的质量有待提升，品牌建设滞后

随着我国经济水平的提高，消费者对农产品质量的要求也越来越高。尤其在城市地区，城市居民更加追求品牌化的农产品，对产品质量非常重视，要求具有绿色、健康、无公害等特征。我国中部地区农产品的同质化竞争较为严重，缺乏农产品的品牌建设，品牌溢价低，农产品的质量参差不齐。东北地区的农产品初级产品较多，深加工不足。此外，许多商家缺乏对农产品的分类，农产品的介绍都较为相似，农产品的特色不够明显，不能够满足不同消费群体的需要，造成了农产品市场竞争力低下的局面。因而，加快农产品品牌建设、提高农产品质量、打造特色农产品电商平台就显得格外重要。

3.3. 农产品电商营销专业人才缺乏

西部农村地区经济发展水平较低，许多接受过高等教育的年轻人毕业后不愿回乡村发展，导致农村地区的人才较少。教育资源相对有限，受教育水平低，农村以老年人居多[6]。大多数人对农产品电商的了解较少，对农产品电商的接受度也较低，阻碍了农产品电商的发展。另一方面，复合型电商人才较少，需要同时具备农产品知识、电商运营、品牌策划等核心技能，掌握数据分析与运营工具。大多数电商主播对农产品未能形成一个完整的认识，包括农产品种植、加工、销售等环节都需要进行深入的学习。在县级和乡镇地区对农产品电商人才培养方面也较为缺乏，也是影响农产品电商发展的因素之一。

4. 乡村振兴背景下不同地区农产品电商发展策略

4.1. 完善基础设施，强化农产品物流运输体系

西部地区(云南、贵州、四川、新疆、西藏等)农产品的电商销售，对物流运输、保鲜技术和配送服务的要求较高。对于生鲜类(水果、蔬菜等)，为确保农产品能够保持良好的新鲜度送到消费者手中，需要一个完善的冷链物流体系[7]。因此，快递公司和一些大型农产品企业要加强冷链物流体系的建设，提高农产品的保鲜技术，建立合理的仓储布局。在县城和县镇地区合理规划，建立更多、更便捷的快递站和物流服务中心，对快递人员加强学习和培训，从而减少农产品在物流运输途中的损坏。同时，加强物流企业之间的合作与协同，共享物流资源和信息，提高物流效率和服务质量[8]。东部沿海地区可增加更多的农产品跨境电商贸易，在完善当地基础设施的同时，还要强化海外仓储物流能力，扩大海外市场。

4.2. 提升农产品品质，打造特色农产品

人民生活水平提高，对农产品的质量也提出了更高的要求，越来越多的人追求有机、绿色的农产品。优质的农产品，更加健康，口感更加好，营养更加丰富，更容易受到消费者的青睐[9]，价格方面也要比普通农产品价格更高。商家可以根据电商平台消费者的偏好，为特定的群体打造不一样的农产品，满足不同群体的需要。此外，还可以打造特色的农产品品牌，要着重突出农产品的种植条件、品种、悠久的种植历史等特征。电商平台还可与地方政府、农业合作社等合作，共同推广农产品品牌。同时还可以推广一些高附加值的产品，延长产业链，对农产品进行深加工，推动转型升级。

4.3. 培养专业的农产品电商直播人才

国家和政府可以通过鼓励措施,让更多的高校学生返乡创业,投入到农业现代化建设中,使更多电子商务专业的学生可以利用自己的专长为农产品电商行业做出贡献。乡镇地区也可以对当地的农民进行培训和技术指导,设立专门的农村电商课程,使他们掌握一定的自媒体运营知识[10],学习更多的电商直播技巧。改变以往传统的农产品销售方式,引导更多的人积极参与到农产品电商发展中。高校设置电子商务课程时,可以开设专门的农业相关的知识,将电商知识与农业知识结合起来,为农产品电商销售培养专门的人才。政府企业还可以和高校加强合作,到校园进行宣讲,组织招聘,让学生在在校期间去农业基地实习,开展农产品电商销售。东部沿海地区电商发展较为成熟,可利用帮扶政策,吸引更多东部地区人才去西部地区,推动农产品直播带货。

4.4. 以旅游产业带动农产品的发展

西部欠发达地区可充分利用当地的特色农产品和独特的旅游资源。随着旅游行业的大力开发,可以将农产品电商与旅游业相结合,依靠旅游业带动农产品销售。设计特色农产品与旅游业相融合的IP,打造一款独一无二的农产品电商品牌。以云南省为例,云南省有众多的古城等重要文化地标、少数民族文化和当地特殊的遗产,同时又具有鲜花、咖啡等特色的农产品。可以通过当地文旅局和自媒体的宣传推广,吸引更多的游客前来旅游,当游客被旅游文化吸引时,也会更加关注当地的特色产品。云南花卉产业前景广阔,当地鲜花种类多样,品质优,价格低。具有完备的鲜花生产、分级、包装、发货的产业链。将农产品电商与旅游业相结合,可以实现共赢的局面。另一方面推动产业转型升级显得尤为重要,重点要突出自身的特色,开发旅游服务的同时增强农产品的体验服务,从而吸引更多的消费者购买农产品。

5. 结语

农产品电商的可持续发展不仅关乎农民的增收、农业现代化的发展,更是促进我国农业发展的关键一环。农产品电商在发展中也遇到了许多的现实困境,通过国家、政府、企业和个人的积极参与,采取了许多具体的针对措施。在国家政策的支持下,要紧跟时代潮流,推动产业转型升级,朝着信息化时代化的方向发展,共同推动农产品电商的发展,加快我国农业现代化进程,并推动乡村振兴战略的实施。

参考文献

- [1] 吕巧霞,马列淼,温金童.乡村振兴战略背景下农村电商发展策略研究[J].电子商务评论,2024,13(4):14-20.
- [2] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2022:54.
- [3] 申雨琴.乡村振兴背景下农产品电商营销优化策略探究——以湖南特色农产品电商为例[J].商场现代化,2025(2):80-82.
- [4] 周晗,朱谦,孙晓然.扶贫助农视角下的农产品电子商务发展策略研究[J].农业经济,2024(5):140-142.
- [5] 陈琪.乡村振兴战略背景的农产品电商物流发展困境及策略[J].产业创新研究,2024(2):82-84.
- [6] 刘威,罗伟祎.“数商兴农”背景下农产品电商助力乡村振兴的策略研究[J].商展经济,2024(22):71-74.
- [7] 徐珊珊,杨霄.乡村振兴背景下农产品跨境电商发展现状分析[J].商场现代化,2025(1):76-78.
- [8] 王滢,顾福珍.乡村振兴背景下县域特色农产品电子商务发展策略研究——以米易县和德昌县为例[J].内蒙古科技与经济,2024(23):52-55.
- [9] 黄旋,陈希航,薛舒文.乡村振兴视域下特色农产品的电子商务营销策略研究[J].电子商务评论,2024,13(4):173-180.
- [10] 姜雪松,潘琳,刘文静.乡村振兴背景下农产品自媒体电商经营模式发展策略研究[J].商业经济,2024(5):104-106,136.