

数字经济背景下农村电商发展的挑战与现实路径

王小敏

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年4月9日; 录用日期: 2025年4月23日; 发布日期: 2025年5月23日

摘要

数字经济的快速发展为农村电商发展提供了良好的契机, 使其成为驱动乡村振兴的重要引擎。然而, 我国农村地区的数字经济发展尚不充分, 制约着农村电商的发展。当前, 农村电商生态建设仍面临着农村电商专业型人才缺失、产品同质化导致品牌竞争力薄弱、农产品交易市场信息不对称以及农村物流基础设施不完善的挑战。基于此, 本文从构建农村电商人才培育与引进体系、推动农村产业结构升级与品牌建设、加强农村信息化与智能技术应用和完善农村物流基础设施建设这四方面提出相对应建议。

关键词

数字经济, 农村电商, 挑战, 现实路径

The Challenges and Practical Ways of Rural E-Commerce Development in the Digital Economy Context

Xiaomin Wang

School of Marxism of Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 23rd, 2025

Abstract

The rapid development of the digital economy has provided a favorable opportunity for the growth of rural e-commerce, making it a key drive of rural revitalization. However, the development of the digital economy in rural areas in China remains insufficient, and the construction of the rural e-commerce ecosystem still faces several challenges, including the lack of specialized talent in rural

e-commerce, the homogeneity of products leading to limited brand competitiveness, information asymmetry in agricultural product markets, and inadequate rural logistics infrastructure. In light of these issues, this paper proposes corresponding recommendations in four key areas: the establishment of a talent cultivation and recruitment system for rural e-commerce, the promotion of rural industrial structure upgrading and brand development, the enhancement of rural informatization and the application of intelligent technologies, and the improvement of rural logistics infrastructure.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Challenges, Practical Ways

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, 中央一号文件及《数字乡村发展战略纲要》均强调了乡村振兴战略推进中要深度挖掘数字化与信息化的潜能, 倡导利用数字技术为农村传统产业注入新活力, 以全面促进农村电子商务的蓬勃发展[1]。随着数字技术的快速发展, 实体经济与数字经济进行着深度融合, 以数字产业化和产业数字化为主线的农业数字化发展给各领域经济增长带来了新动力, 数字经济也日益成为引领推动农村经济发展的核心引擎[2]。

2. 数字经济背景下农村电商发展的价值意蕴

数字经济正在重塑着中国乡村的经济生态, 农村电商作为数字技术与农业农村深度融合的典型载体, 通过重构生产要素组合方式, 为乡村振兴注入新动能。其在激发农村创新创业活力、优化资源配置以及推动农业农村社会治理现代化等方面的作用日益凸显。

2.1. 激发农村创新创业活力, 拓宽农民增收渠道

随着数字经济的快速发展, 农村电商作为一种新兴业态, 正成为激发农村创新创业活力、拓宽农民增收渠道的重要力量。一方面, 农村电商降低了农村创业门槛。在数字经济的背景下, 农村电商平台、快手和抖音直播等新兴媒介打破了传统的时空限制, 有效降低了创业门槛。农民不需要大规模投资建设实体店铺, 仅借助智能手机与电脑, 便能将自家农产品推向全国乃至国际市场。这种低成本的经营模式使得更多农民敢于尝试。另一方面, 乡村就业结构也在电子商务的影响下发生着改变。电商运营、直播带货、物流配送等岗位提供了大量就业岗位, 吸纳农村劳动力。不仅如此, 在电商的影响下, 农产品分拣包装、冷链物流、品牌设计等配套产业快速发展, 同样也提供了大量就业岗位。不仅如此, 农村电商的兴起还促进了农村旅游、餐饮等相关产业的繁荣, 为农民提供了更多就业渠道与收入来源。一些农村地区成功打造特色农产品品牌, 吸引了大量游客前来观光旅游, 农民可以通过经营农家乐、销售特色手工艺品等方式增加收入。所以可以说在数字经济背景下, 农村电商以其独特的优势, 激发了农村创新创业活力, 拓宽了农民增收渠道。

2.2. 优化资源配置, 提高农业生产效率

农村电子商务通过重塑传统农业产业链的方式, 能够有效优化资源配置, 提高农业生产效率。具体

而言,在数字经济背景下,农村电商平台作为连接农户与市场的桥梁,不仅能够帮助农户及时获取市场需求信息,还促进了农业生产资料的有效供给。在此基础上,农户能够依据市场需求灵活调整作物种植结构,有效避免了生产的盲目性,增强农产品的市场竞争力和农民收入的稳定性。根据农业农村部发布的数据,接入电商平台的县域土地流转效率提升了37.5%,农机闲置率从28%降至12% [3]。另外,农村电商能够推动优化农村产业链。在数字经济的赋能下,农村电商凭借其快捷性、高效性和普惠性,有效优化了资源配置,提高农业生产效率,进而推动农村产业升级。传统农业因地理空间限制和信息不对称,往往面临生产成本高、利润低的问题,而电商平台能够实现农户与市场的精准对接,削减中间环节,降低生产和交易成本。这一模式突破了要素流动的地域壁垒,使土地、劳动力、资本等生产要素实现跨区域优化配置。展望未来,随着数字技术的持续迭代与农村电商模式的不断创新,农村电商在优化资源配置、提高农业生产效率方面的潜力将进一步释放,为乡村振兴战略的深入实施提供更强劲的支撑。

2.3. 农村社会治理现代化, 增强乡村治理能力

农村电子商务助力乡村治理体系的现代化转型。电商平台催生的新型合作社、电商协会等组织形态,形成了政府、企业、农户三方协同的治理共同体。电商生态形成的透明化监督机制与即时反馈系统,有效破解了传统乡村治理中的“信息不对称”的问题,体现了数字技术对传统治理模式的深刻改造。另一方面,农村电商正在推动城乡治理体系的融合创新。乡村居民通过农民电商平台学习先进的经营理念,拓宽发展思路,将其运用到农村生活中。同时,农村电商为年轻劳动力创造了丰富的就业机会,吸引他们返乡创业、就业,为乡村治理注入了新的活力与智慧。农村电商推动的农村治理现代化本质上是数字技术对传统乡村社会系统的结构性重塑。这种重塑打破了既有治理体系的路径依赖,构建起更具包容性与创新性的现代化治理框架,为乡村治理的可持续发展奠定了坚实基础。

3. 数字经济背景下农村电商发展的现实困境

3.1. 农村电商专业型人才缺失

专业化人才作为农村电商的核心生产要素,其供给质量直接影响着农村电商效能。然而,当前农村电商领域正陷入结构性人才短缺的困境:其一,农村本地具备数字化技能的劳动力储备不足。受城乡经济文化差异及城镇化进程加速的双重影响,农村青壮年劳动力呈现持续性外流态势,而留守劳动力普遍受教育程度较低,难以胜任电商运营、市场数据分析、品牌战略规划等专业岗位对复合型技能的要求。其二,具备专业技能的高素质人才返乡意愿薄弱,其背后原因在于城乡发展鸿沟。相较于城市企业提供更好的薪资水平,以及城市所具备优质生活配套条件,农村电商领域不仅存在明显的待遇落差,更缺乏长效激励机制,如股权分配、成果转化收益共享等制度尚未完善,导致人才吸引力不强。形成“引不进、留不住”的恶性循环。其三,电商人才培养体系与农村实际需求存在系统性错位。相关研究显示,农村电商从业者存在显著的、“三低一高”特征:数字工具应用能力低、市场分析能力低、品牌运营能力低。高校电商课程设计偏重理论灌输与平台操作,存在知识更新滞后与实践脱节等问题。并且面向农村的技能培训多局限于基础操作层面,未能构建涵盖电商运营、数据分析、直播电商的全链条人才培养生态。

3.2. 农村电商产品同质化, 缺乏品牌竞争效力

一方面,农村产品同质化严重,产业结构单一。现阶段,农村电商产品大多仍处于对农产品物理形态的简单转化阶段,即通过采摘、分拣、包装等基础工序完成商品化转换,缺乏深加工环节。这种初级产品形态使得农村电商产品附加值较低。同质化供给加剧了市场饱和,形成“供给过剩-价格竞争-利润压缩”的恶性循环。更为深层次的问题是,初级产品的易复制特性削弱了竞争壁垒,使得市场进入者

普遍采取模仿策略而非创新策略,进而强化整个产业的低端锁定状态。在此情形下,农村电商经营者为争夺市场份额,不得不采用低价竞争手段,进而压缩了利润空间。另一方面,农村电商产品缺乏品牌竞争效力。消费者在购物时易受品牌效应的影响,品牌通常代表着产品的质量和信誉。然而,农村电商普遍存在品牌认知窄化现象,将品牌建设简单等同于商标注册与包装设计。这导致产品难以建立差异化辨识度,在消费者决策过程中沦为价格比较的商品。并且,缺乏品牌信用背书的商品易受市场波动冲击,其抗风险能力明显弱于品牌化产品。尤其在新兴社交电商领域,内容创作与社群运营能力已成为品牌溢价的核心要素,而农村电商团队普遍存在的技能断层,难以运用短视频营销、KOL 合作等新型推广方式,这进一步加剧市场竞争力的代际落差。

3.3. 农产品交易市场信息不对称

在数字经济蓬勃发展的时代背景下,农产品市场交易理应借助先进的信息技术实现高效对接与精准匹配,但是受农产品生产规模有限、农户运营电商平台能力不足等因素限制,我国农产品大多仍需依赖中间商统一收购后流入农产品市场,导致生产者与销售者难以直接沟通[4],在这一模式下,中间商凭借其在流通环节的优势地位,掌控着农产品的收购、运输、储存和销售等多个环节。生产端的农民因缺乏有效的市场信息获取渠道和议价能力,往往只能被动接受中间商给出的低价。他们难以了解终端市场的真实需求和价格动态,无法根据市场变化及时调整生产策略。而消费端则因中间环节的层层加价,承受着较高的价格溢价压力。这种价格信息不对称不仅损害了农民和消费者的利益,也扭曲了农产品市场的价格形成机制,阻碍了市场资源的优化配置。

3.4. 农村物流基础设施不完善

农村物流基础设施在农村电商的发展过程中发挥着基础性作用。当前,农村电商基础设施建设仍然比较薄弱,制约着农村电商的发展。首先,农产品本身具有易腐性、季节性等特征,这对物流的时效性、温控条件及包装标准提出了更为严苛的要求。新鲜农产品需要在短时间内从产地运输到市场,以保持其品质和新鲜度。但现阶段农村物流基础设施的落后状况,使得这一需求难以得到满足。一方面,部分乡村道路狭窄、路况复杂,增加了运输的时间和成本。另一方面,仓储设施匮乏,缺乏现代化的冷库和保鲜设备,导致农产品在储存和运输过程中的损耗率高,这增加了农产品的销售成本,削弱其竞争力。其次,从数字化发展角度看,农村物流的数字化进程滞后于城市地区。物联网、大数据等先进技术在物流中的应用尚未形成规模效应。第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2024 年 6 月,我国城镇地区互联网普及率为 85.3%,较 2023 年 12 月提升 1.9 个百分点;农村地区互联网普及率为 63.8%,较 2023 年 12 月下降 2.7 个百分点[5]。智能仓储管理系统、路径优化算法等技术的缺失,导致物流作业效率低下。此外,“最后一公里”配送问题也值得关注,县乡村三级物流服务设施存在布局不平衡、不充分的问题。具体来说,物流服务网点、配送中心的覆盖面不够全面,社会化服务体系不够完善,企业之间缺乏协作,物流资源等设施无法实现共享,这导致统一仓储共同配送的物流服务模式难以推广。这一系列问题导致农村物流成本居高不下,进一步制约农村电商的发展[6]。

4. 数字经济背景下农村电商发展的优化路径

4.1. 构建农村电商人才培育与引进体系

构建科学合理的农村电商人才培育与引进体系,是推动农村电商发展的核心动力。具体而言,应从以下三方面着手:一是建立“政府主导 + 企业协同 + 院校支撑”的三位一体人才培育机制。政府需充分发挥政策引导职能,设立专项培训基金,支持职业院校开设农村电商专业,并依据实际需求开发教学

课程体系,以适应时代发展。同时,鼓励电商平台企业、行业协会参与课程设计,将实战案例融入教学,形成“理论+实践”的立体化培养模式。二是针对农村电商从业者文化层次差异大的特点,应采用分层分类培训策略。对于具备数字化基础的返乡青年、退伍军人等潜力群体,重点开展运营、数据分析等系统培训;对于传统农户,开发图文操作指南和短视频教学,侧重移动支付等基础技能。三是完善农村电商人才评价与激励机制。将带货量、店铺运营等量化指标纳入评价体系,对考核优秀者给予技术职称评定优先、创业孵化场地免租等实质性奖励。构建集聚发展平台旨在为农村青年创业者提供数字化创业培训、指导、咨询等服务,同时吸引电商创业团队入驻,推动其资源共享、合作共赢[7]。

为实现农村电商从“规模扩张”向“价值提升”的跃迁,必须深化农村产业结构升级与品牌建设。如何充分借助数字经济的优势助力农村电商产业化升级是当务之急。第一,推广“新型农业经营主体+数字平台”的协作模式,重点完善双重保障机制:一是构建“基础收益+增值共享”的弹性分配体系,在保底收购基础上增设二次返利条款,让农户能享受产业链延伸收益;二是借鉴山东寿光蔬菜产业转型经验,打造“数字化生产基地+标准化加工车间+智能物流网络”的全链条体系。政府可通过设立数字化转型专项扶持基金,支持新型合作社搭建电商平台,企业则提供技术培训与流量扶持。第二,依托区域特色资源,因地制宜地培育农产品电商产业集群,因地制宜地发展深化农业合作社和农产品跨境贸易公司的合作,实现“生产+流通”的一体化,利用产业集群提高产品的市场竞争力。同时重视品牌价值的塑造。充分利用电商平台的推广优势,地方政府应依托当地不同的特色资源,因地制宜地培育特色生态产业[8],提升绿色经济发展水平以在经济发展的同时保护生态环境。第三,运用数字技术提高农产品生产效率,构建“物联网+大数据”的智慧农业决策系统。通过环境传感器网络实现全生长周期实时监控,运用消费者画像分析预测市场需求,建立“需求预测-精准种植-动态调控”的响应机制。

4.2. 加强农村信息化建设

政府、电商平台、农业生产经营主体均为农村信息化建设的重要力量,推动农业生产经营信息化发展,促进信息流转,提升农业经营效率需要多方主体共同努力[4]。首先,农村经营者需突破传统生产思维,意识到在数字经济背景下,信息化是必然趋势。农业生产经营主体应强化数字素养培育,掌握智能设备操作与电商平台运营技能,主动对接市场资源,实现从被动接受到主动学习的转变。其次,基层政府应重视对信息平台在农村电商建设中的重要作用,充当好农户与信息平台的桥梁与纽带。通过政策引导、技术培训等公共服务优化数字基建布局,同时建立涵盖产品质量监管、诚信经营评价等维度的治理框架,保障市场秩序。最后,互联网平台应强化技术赋能,开发适配农户需求的简化操作系统,降低技术使用门槛。三者需通过“数字中台”实现数据互联互通,构建风险共担机制,政府提供政策托底,平台开放技术接口,农户专注品质生产,形成“政府引导-平台支撑-农户参与”的可持续生态闭环。

4.3. 完善农村物流基础设施建设

完善农村物流基础设施体系,是数字经济背景下推动农村电商高质量发展的基础支撑。首先,政府需发挥统筹作用,构建三级物流节点体系,按照“县域枢纽-乡镇中转-村级站点”的层级架构,科学规划交通网络布局。在县域层面建立集成冷链仓储、智能分拣及数据交换功能的物流核心枢纽,形成辐射全域的物流控制中心;乡镇节点需承担集散中转职能,通过基础设施的适度集约化配置,降低边际服务成本;村级站点则应强化“最后一公里”的触达能力,形成三级节点的梯度衔接。同时,加强农村电商服务中心的建设,为农民提供一站式、全方位的电商服务,包括商品展示、物流配送等,降低农民从事电商的门槛和成本[9]。其次,加强数字技术与人工智能在物流领域的融合应用。通过构建智能化协同调度系统,将分散的仓储节点、运输工具、人力资源等要素纳入统一决策框架,运用实时路径优化算法与

动态任务分配机制,实现物流系统的全局效率最优。最后,加快冷链物流体系建设。在空间布局上,应在农产品主产区密集配置具备预冷功能的移动冷库,在流通枢纽节点建设集分级加工、智能分拣、多温区存储于一体的区域冷链中心。配套体系建设需着重解决冷链物流“最先一公里”问题,研发轻量化、模块化的移动制冷设备,特别针对丘陵山区等特殊地形进行适配性设计。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [3] 中国数字乡村发展报告(2023 年) [R]. 北京: 中国信息通信研究院.
- [4] 杨玉新, 张妍. 数字经济引领农村电商生态建设的现实困境与推进策略[J]. 农业经济, 2024(9): 140-142.
- [5] 第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛, 2024, 7(17): 121.
- [6] 朱新英. 基于乡村全面振兴的农村电商物流发展问题探讨[J]. 商业经济研究, 2023(20): 102-104.
- [7] 王海龙, 韩佳宁, 代兴梅. 数字素养对农村青年电商创业行为的影响研究[J]. 农业经济与管理, 2024(5): 118-128.
- [8] 陈苏, 崔凯玲, 潘丹. 农村电商发展的“绿水青山”效应: 来自县域的证据[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 112-124.
- [9] 尚津, 叶紫琳. 数字经济背景下农村电商高质量发展研究[J]. 营销界, 2024(21): 8-10.