

乡村振兴战略下农村电商高质量发展的现实困境与突破路径研究

张乃文

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月2日; 录用日期: 2025年4月21日; 发布日期: 2025年5月28日

摘要

乡村振兴作为国家推动农业农村现代化的重要战略部署, 农村电子商务的高质量发展在其中发挥着关键支撑作用。通过数字技术与农业农村经济深度融合, 农村电商已发展成为驱动产业升级、拓宽增收就业渠道和创新治理模式的重要引擎。但当前发展过程中仍面临三重矛盾: 基础设施存在“数字鸿沟”、人力资本呈现“空心化”、产业生态面临“品牌困境”。在此基础上, 提出赋能农村电商发展的高质量对策, 即“数字基建-人才振兴-品牌升级”三维协同发展策略, 助力乡村产业升级和农民增收, 构建城乡融合发展新格局, 为全面推进乡村振兴提供可持续动能。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 困境, 突破路径

Research on the Realistic Dilemmas and Breakthrough Paths of High-Quality Development of Rural E-Commerce under the Rural Revitalization Strategy

Naiwen Zhang

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 2nd, 2025; accepted: Apr. 21st, 2025; published: May 28th, 2025

Abstract

Rural revitalization is an important strategic deployment of the country to promote the modernization

文章引用: 张乃文. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展的现实困境与突破路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2370-2376. DOI: 10.12677/ecl.2025.1451534

of agriculture and rural areas, the high-quality development of rural e-commerce plays a key role in it. Through the deep integration of digital technology with the rural and agricultural economy, rural e-commerce has developed into an important engine driving industrial upgrading, broadening income and employment channels, and innovating governance models. However, there are still three major contradictions in the current development process: the “digital divide” of infrastructure, the “hollowing out” of human capital and the “brand predicament” of the industrial ecosystem. Based on this, this study proposes high-quality countermeasures to empower the development of rural e-commerce, namely the three-dimensional coordinated development strategy of “digital infrastructure - talent revitalization - brand upgrading”, to assist in the upgrading of rural industries, increase farmers’ income, and ultimately build a new pattern of integrated urban-rural development, providing sustainable impetus for the comprehensive promotion of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Dilemmas, Breakthrough Paths

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

民族要复兴，乡村必振兴。党的二十大报告明确强调，“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。”[1]报告明确指出，要全面推进乡村振兴战略，实施“数商兴农”工程，推动农村电商产业发展。可见，全面推进乡村振兴战略与农村电商发展深度耦合，具有重大现实意义。作为破解城乡发展不平衡、激活乡村振兴内生动力的关键抓手，农村电商通过数字技术与实体经济融合，正从“农产品销售渠道”升级为“乡村产业振兴的战略引擎”，在驱动产业升级、拓宽增收渠道、创新治理模式中发挥关键支撑作用。

当前学界对农村电商的研究多聚焦单一区域案例，缺乏对东中西部差异化发展基础与多元模式的宏观系统性分析。现有研究虽构建“理论政策－现实困境－突破路径”分析框架，但实践中农村电商仍面临三重深层矛盾：一是基础设施存在“数字鸿沟”，物流成本高企、冷链网络覆盖率不足；二是人力资本呈现“空心化”，专业化人才缺口大且数字素养滞后；三是产业生态面临“品牌困境”，农产品标准化率低、区域公用品牌溢价能力弱，叠加东中西部数字鸿沟，制约可持续发展。尽管学界已提出“县镇村三级物流体系”、“农村电商带头人计划”等对策，但对电商短期增收效应与长期生态效益的平衡机制、高质量发展评价体系构建等议题仍待深化。

在此背景下，本研究突破区域研究局限，从宏观层面剖析农村电商高质量发展的现实困境，探索电商发展与文化振兴、生态保护的协同机制，旨在为缩小城乡数字鸿沟、构建城乡融合新格局提供“政策协同－技术赋能－产业融合”的多维实践路径，夯实农业农村现代化的可持续动能。

2. 乡村振兴战略下农村电商发展的价值

2.1. 驱动产业升级，赋能经济结构转型

《国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见》明确指出，产业兴旺是乡村振兴的重要基础，是解决农村一切问题的前提。在这一政策导向下，近年来移动互联网技术的飞速发展，为乡村产业注入了新的活力，其中乡村电商规模的持续增长尤为瞩目，成为乡村产业发展的新动能[2]。农村电商作为一种高效、

快速的零售终端模式，在农产品流通领域发挥着关键作用，是农产品出村进城的重要渠道和平台，堪称乡村产业振兴的关键环节。乡村振兴战略背景下，农村电商作为数字化技术与农业农村经济深度融合的创新业态，正通过重构产业链重构、资源配置优化和生产模式革新三重路径驱动产业升级，加速农村经济结构转型。其核心价值在于打通农产品全产业链闭环，推动传统农业向现代复合型产业体系演进。在产业链层面，电商平台通过数字化管理实现了产供销体系的重构，推动农业生产向标准化、规模化、品牌化跃升。在资源配置层面，电商平台打破城乡要素分割，实现土地、资本、技术的智能匹配与跨区域流动。生产模式层面，数据驱动的决策机制促进电商平台实时掌握市场动态和消费者需求，进一步优化生产决策，从而灵活调整农业生产结构。这种立体化变革使农村电商超越传统渠道功能，不仅为产业结构的高质量升级提供技术支撑，更为农村经济发展注入源源不断的新活力。

2.2. 激活人力资本，拓宽增收就业渠道

农村电子商务通过创造就业机会、培养新职业技能和发展电商人才，有效推动了农村的就业增长，为农业经济增添了强劲活力。新型电商生态为大学生创业与就业提供了更为广阔的空间，在政策引导和技术支持下，大学生们依托淘宝、抖音、京东等电商渠道开展特色农产品营销，不仅实现了个体职业发展，更成为激活县域经济的重要推手。此外，电商与传统农业的深度融合催生了多维创新模式，涵盖生产组织方式、企业培育机制及乡村服务体系的全面革新，创造了包括平台运营、直播营销、智慧物流、供应链管理在内的新型职业集群，为农村居民开辟了多元化的就业渠道。这些新兴岗位不仅改善了农民的生活状况，更激发了低收入群体的就业与创业潜能。同时，伴随着高素质人才与创业资源的持续集聚，农村电商逐渐形成“人才-产业-效益”的良性循环，有效促进城乡人力资源的逆向流动，进一步推动了农村经济的快速增长，为农民创造了更多元的就业机遇[3]。

2.3. 创新治理模式，助推农村治理现代化

在数字经济与乡村振兴深度融合的背景下，农村电子商务正以技术赋能的独特方式重构乡村治理格局。这种新型治理模式突破传统行政主导的单一架构，构建起政府、市场、社会协同共治的现代化治理体系，为破解乡村治理难题提供了创新路径。首先，治理主体实现从单一到多元的范式转变。农村电商平台使原本分散的农户、合作社、物流企业等市场主体转化为治理网络的有机节点，有效激发了村民参与公共事务的内生动力。其次，电商发展助推农村治理方式实现数字化跃迁，广泛普及的数字化资源与精确流通的大数据资讯，不断拓宽农村产业的生产边界，促使生产结构中的要素配置经历重大调整与升级，引领现代农业系统向更高阶段进化发展。更重要的是，农村电商实践正在重塑乡村文化生态。短视频直播带货不仅传播农耕文化，更培育了契约精神与法治意识，这种文化浸润使现代化的治理理念在乡土社会生根发芽。由此可见，农村电商不仅架起了农产品出山的“数字桥梁”，更构建起乡村治理现代化的“四梁八柱”，为乡村振兴注入了可持续发展的治理动能。

3. 乡村振兴下农村电商发展的现实梗阻

3.1. 基建滞后掣肘，物流网络亟待完善

基础设施作为农村电商发展的基石，其完善与否直接决定了农村电商的运营效率和成本，进而影响整体竞争力。但当前农村电商在基础设施方面仍显落后，主要表现为网络覆盖不全、传输质量低下、数字应用断层三重困境。特别是在地形复杂的偏远区域，宽带覆盖率低、网速慢，直接影响电商平台的推广和运营。尽管截至2023年底全国农村宽带用户总数达1.92亿户，但地形复杂的偏远区域仍存在网络覆盖率低、传输质量差等问题。以西部地区为例，部分农村网络运行质量差、电信费用高，偏远山区甚

至未实现网络覆盖[4]。这种信息传输通道的滞后性不仅造成农产品供应链信息协同效率低下，更使得众多农户难以实现产销数据实时交互，在市场竞争中处于被动地位，最终形成制约农村数字经济高质量发展的基础性障碍。同时，农村地区物流建设也面临困境，受制于村落空间分布广域性和复杂地形条件，特别是山区地貌对路网建设的天然屏障效应，导致物流网络覆盖率较城市存在显著差距，同时存在显著的“双端梗阻”问题，即消费品下乡“最后一公里”和农产品上行“最初一公里”，这两大症结共同制约着农村电商运行效率并影响消费者的购物体验。其次，农村电商物流网络尚未全面延伸至村级和组级，且现有设施配置普遍不足，配送终端稀缺，突出表现为冷链物流车及冷藏仓储设施的短缺，制约了生鲜农产品的有效流通[5]。农业农村部《中国农产品产地冷链物流发展报告(2024)》显示，2023年农产品产地低温处理率仅为32%，冷链设施缺口达40% [6]。最后，电子支付应用短板仍需补齐，尽管近年来我国电子支付技术突飞猛进，但部分偏远乡村依然受制于网络基础设施薄弱，电子支付普及率较低[7]。

3.2. 人才储备断层，专业能力亟待强化

农村电商产业发展面临的人才结构性短缺已成为制约行业转型升级的关键瓶颈，直接影响了电商产业的整体运营效率。从人力资本理论视角看，农村电商的人才困境实质上是人力资本积累不足与知识溢出效应受阻的双重叠加。首先，人力资本投资不足导致核心技能断层。从业者需掌握数字化营销、供应链协同及数据分析等复合能力，然而农村地区教育体系与产业需求存在显著错位。农村地区培训内容多聚焦基础操作技能，缺乏对平台治理机制、消费需求演变等战略能力的系统培养，这种“重理论、轻实践”的培训模式，导致人力资本的专用性投资难以转化为生产力。其次，城乡知识溢出通道梗阻加剧人才空间失衡。城市作为知识密集型区域，通过人才流动向农村扩散技术与管理经验，但城乡资源配置失衡导致这一机制失效。大量电商专业人才集中于城市或发达地区，而农村地区因基础设施落后、职业发展空间有限，难以吸引人才，这使得农村陷入低水平人力资本陷阱：一方面，本地劳动力缺乏系统性知识输入，难以突破传统经营思维；另一方面，外部人才因激励机制缺失不愿下沉，导致农村电商在物流、客户服务等环节长期依赖低效经验主义，难以实现从“产品输出”到“品牌赋能”的跃迁。这种多维度的能力缺口不仅削弱了农村电商的市场竞争力，更严重阻碍了乡村产业生态系统的延伸拓展。

3.3. 标准体系缺位，品牌建设陷入瓶颈

当前农村生产仍以中小农户的分散化经营为主，供应链中普遍存在质量追溯体系缺失、品控标准不统一等问题，导致电商渠道的农产品经常出现规格混乱、品质波动等硬伤。与此同时，消费者因缺乏鉴别手段，难以采取科学合理的方式对农产品质量进行评价，导致部分消费者放弃农村电商购买渠道，这种供需信息不对称加剧了消费风险，使得农村电商的可持续性发展遭遇梗阻。

同时，当前乡村电商企业与涉农经营主体在品牌建设层面普遍面临战略缺位的现实挑战。多数经营者尚未形成清晰的品牌发展框架，他们更注重短期收益，这种短视行为直接导致消费者难以形成稳定的品牌记忆与价值认同。相较于城市企业，农村电商在资金储备、技术应用及渠道网络等维度也存在明显落差，这使得他们既无力承担传统媒体的推广成本，也难以有效渗透社交平台与新兴电商生态进行传播。从营销策略来看，当前农村电商在营销方式上单一且落后，众多农户延续着传统的线下分销模式，缺乏对数字化工具的应用，这种技术脱节大大削弱了品牌传播的效率和效果。除此之外，乡村电商的品牌塑造还受到产品同质化的制约，众多农产品及传统手工艺品陷入“千品一面”的困境，由于缺乏特色化创新与差异化定位，这些产品难以在竞争激烈的市场中建立辨识度，也未能形成具有竞争力的品牌价值体系，最终导致目标客群认知模糊与市场定位失焦的双重困境。

4. 乡村振兴下农村电商发展的突破路径

4.1. 筑基：完善数字基建，畅通城乡流通网络

基础设施建设是农村电商平台连接卖家和买家的纽带，是农村电商供应链高效运转的关键前提。因此，加大农村地区的基础设施建设力度，是确保农村电商快速发展的重要措施，其核心在于提升网络覆盖率、改善物流体系并加强冷链设施建设。首先，要注重信息资源的建设，构建覆盖全产业链的数字化服务平台，实现生产端、流通端与消费端的数据贯通。其次，改善农村电商物流体系需要政府、企业和社会多方配合，通过加大投资、引入创新技术、制定支持政策等手段，逐步完善农产品电商的物流网络，优化农村电商物流服务体系。首要任务是建立覆盖生产端到消费端的物流服务标准，重点针对果蔬等生鲜农产品，做好采摘后保鲜技术衔接，大力推广农产品冷链物流技术，并投入实际应用。同时要加强互联网技术的应用，将数字化改造贯穿物流体系建设全过程，运用 5G、物联网技术对农村网点进行智慧升级，搭建农产品溯源系统和供需匹配平台，强化农村电商业务中各环节之间的沟通。此外，针对农村电商发展中的“首尾一公里”短板问题，既要完善“县乡村”三级物流体系，加强“三级”农村电商服务站建设，合理规划“三级”区域的物流集散中心、服务站布局，也要构建完整的冷链运输网络，形成互通互联的农村网络体系[8]。

4.2. 育才：创新培养机制，锻造数字新农人队伍

农村电商的可持续发展离不开专业化、复合型人才队伍的支撑。针对当前农村电商领域存在的人才短缺、技能断层等问题，需通过政策引导、产教融合、实践赋能等系统性策略，构建“引才 + 育才 + 留才”的全链条人才培养体系，为乡村振兴注入新动能。

首先，地方政府需发挥主导作用，通过“外引内育”双向发力激活人才资源。在“外引”方面，实施税收减免、住房补贴、创业基金等激励措施，吸引城市的高素质人才下乡，鼓励大学生返乡创业。例如对从事农村电商的企业，给予企业所得税地方留存部分 50%~70%的返还；对电商人才提供住房保障，每月发放住房补贴。在“内育”上，设立电商专项基金，激发当地青年农民的创业活力。同时，联合第三方专业机构建立农村电商人才库，制定电商技能认证标准，定期组织考核，以标准化的人才评价体系确保电商运营中的专业化需求。其次，“政校企”协同育人体系是提升人才专业素养的核心路径。在基础教育层面，教育部门应推动职业院校与县域特色农业产业对接，开设农村电商特色专业，如“农产品电商运营”“农村跨境电商”等，并与企业共同制定课程标准，实现专业与产业对接。在技能提升环节，由政府牵头，联合淘宝、拼多多等电商平台及当地电商行业协会，开展分层培训。最后，强化实践场景建设，巩固人才培养成果。其一，地方政府可通过土地划拨、财政补贴等方式，建设电商产业园区，为创业者提供直播基地、冷链仓储等基础设施，通过资源集聚降低运营成本。其二，定期组织常态化交流活动，邀请本地优秀电商从业者分享运营经验、案例，激发农村居民积极参与电商领域的交流研讨，通过相互借鉴，达成能力互补。其三，深化与头部电商平台合作，建立“人才实训基地”，由平台提供真实的电商运营项目，让学员参与店铺日常运营、促销活动策划等工作；同时，电商平台为学员提供技术指导和流量扶持，助力学员在实践中掌握选品、推广、数据分析等核心技能。

由此，破解农村电商人才困境，需突破单一培训思维，从政策环境优化、教育体系革新、产业生态构建三个维度协同推进，只有将外部人才引进与本土“新农人”培育相结合，将理论知识传授与商业实战锤炼相衔接，才能打造一支扎根乡村、引领创新的电商人才队伍，为农村经济数字化转型提供持久动力。

4.3. 铸品：推进标准建设，打造地域特色品牌

在农村电商发展过程中，农产品具有的标准化程度越高，消费者的满意程度就越高。在此基础上，

从多元化角度入手，确保农业的品牌效应得到充分发挥，不仅能够使农产品的销路更加多元，还能使农产品消费群体的规模进一步扩大[9]。为推进农产品质量升级与标准化建设，需建立健全农产品的质量标准化体系。首先，在标准化生产层面，政府部门可以统筹建立覆盖生产、加工、流通全过程的标准化框架，依托农业合作社、农产品企业等渠道开展培训和技术指导，将标准化种植规程、质量安全规范转化为可视化操作手册，提升农产品的整体质量。其次，建立农产品的质量追溯体系至关重要，利用物联网、区块链技术实时采集环境参数，确保农产品的每一个环节都可追溯和监管。各级政府应搭建质量追溯平台，打通生产档案、质检报告、物流信息等数据孤岛，为消费者提供详细的产品追溯数据。最后，建立农产品商品化处理标准体系，重点规范外观规格、重量区间、品质等级等指标，提升市场竞争力。农户和企业可以推行智能化分拣与包装作业，引入自动化检测设备和包装系统，以满足电商平台和消费者对标准化产品的需求。

打造农村产业特色品牌是推动农产品走好电商市场的重要手段。党的二十大报告指出：“发展乡村特色产业，拓宽农民增收致富渠道”[10]。在乡村振兴战略的大背景下，农产品的品牌化建设是非常重要的一环，需聚焦品牌建设与营销创新双轮驱动。一方面，严格把控农产品质量，建立覆盖种植、加工、流通的全流程标准化管理体系，通过测土配方施肥、生物病虫害防治等技术手段实现农残控制与品质提升，重点培育有机、富硒等高附加值产品类别，夯实电商消费者对农产品安全健康的核心诉求。另一方面，注重挖掘农产品的地域特色和历史文化，将文化特征融入产品包装，以提高产品竞争力与产品价值[11]。在品牌建设中深度挖掘农产品的品牌价值，将生态优势、非遗技艺等文化基因注入品牌内核，借助数字化手段构建场景化营销生态，同时依托京东、天猫、抖音等主流平台搭建属于自己的品牌，实现从产品价值到品牌溢价的全链路升级。

5. 结语

在乡村振兴战略的宏大背景下，农村电商作为数字技术与农业农村深度融合的创新载体，已成为驱动乡村经济转型、社会进步与治理革新的重要引擎。其通过重构产业链条、激活要素流动、优化资源配置，为传统农业注入了数字化、智能化的新动能，推动乡村经济向现代化、集约化方向跃升。然而，基础设施薄弱、人才结构性短缺、产业标准滞后等现实困境仍制约着农村电商的高质量发展，亟需通过系统性突破路径实现破局。面向未来，唯有以基础设施建设筑牢发展根基，以人才培养机制激活创新活力，以标准建设与品牌塑造提升市场竞争力，才能充分释放农村电商的乘数效应。这需要政府、企业、社会多方协同联动，在政策供给、技术赋能、生态构建等方面形成合力，使农村电商真正成为衔接城乡要素、促进共同富裕的“数字桥梁”，为乡村振兴注入可持续的发展动能，谱写新时代农业农村现代化的崭新篇章。

基金项目

本文系 2024 年江苏省研究生科研与实践创新计划项目 Postgraduate Research & Practice Innovation Program of Jiangsu Province。“习近平生态文明思想融入大学生思想政治教育全过程研究”(项目号: KYCX24_1078)阶段性成果。

参考文献

- [1] 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[N]. 人民日报, 2022-10-26(1).
- [2] 马改艳, 杨秋鸾, 王恒波. 数字经济赋能乡村产业振兴的内在机制、现实挑战与突破之道[J]. 当代经济管理, 2023, 45(8): 33-38.

- [3] 庞熹微. 农村电商激发乡村振兴潜能[J]. 村委主任, 2024(21): 150-152.
- [4] 农讯网. 农村电商困境: 物流损耗达 30%配套服务滞后[EB/OL], 2024-12-01.
<https://www.fxwd.com/26351.html>, 2025-03-03.
- [5] 陈思思, 邹建国, 朱江, 等. 农村电商助力乡村产业振兴的现实困境与实现路径[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(23): 239-241.
- [6] 农业农村部. 中国农产品产地冷链物流发展报告(2024) [EB/OL], 2024-11-29.
https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202412/content_6990454.htm, 2025-03-02.
- [7] 孔德营. 乡村振兴战略下农村电商赋能产业发展模式研究[J]. 中国商论, 2024, 33(15): 49-52.
- [8] 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.
- [9] 张兴琳. 乡村振兴战略下农村电商扶贫困境与突围路径研究[J]. 市场周刊, 2022, 35(8): 92-95.
- [10] 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[N]. 人民日报, 2022-10-26(1).
- [11] 朱泳锴, 唐梦元, 刘琛, 等. 农村电商赋能乡村特色产业高质量发展: 以武威市农村电商为例[J]. 科技和产业, 2023, 23(18): 107-115.