

乡村振兴背景下农村电商优化路径探析

马荣荣

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年4月14日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年6月6日

摘要

乡村振兴战略承载的核心价值在于积极回应人们对更美好生活的向往与发展不均衡性之间的问题, 农村电商的发展是赋能乡村振兴、拉动农村经济和破解城乡二元结构难题的重要力量。2024年, 中央一号文件明确提出了“实施农村电商高质量发展工程”的战略目标, 为进一步落实该文件部署并响应党的二十大精神, 推进农村电商高质量发展, 成为新时期农村地区经济建设的重要举措。随着互联网的快速发展, 电商凭借其独特优势, 正逐渐融入社会经济的各个层面, 成为驱动产业升级与转型的核心动力, 农村电商作为农村经济融合信息技术的产物, 已经成为乡村振兴的全新引擎, 以乡村振兴为导向, 发展农村电商具有重大意义。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 经济发展, 路径探析

Exploring the Optimization Paths of Rural E-Commerce under the Context of Rural Revitalization

Rongrong Ma

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Apr. 14th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: Jun. 6th, 2025

Abstract

The core value of the rural revitalization strategy lies in actively responding to the problem between people's yearning for a better life and the imbalance of development. The development of rural e-commerce is an important force to empower rural revitalization, pull the rural economy and solve the problem of urban-rural dual structure. In 2024, the Central No. 1 document clearly put

forward the strategic goal of “implementing the high-quality development project of rural e-commerce”. In order to further implement the document and respond to the spirit of the 20th National Congress of the Communist Party of China, it has become an important measure for the economic construction of rural areas in the new era. With the rapid development of the Internet, e-commerce, with its unique advantages, is gradually integrating into all levels of social economy and has become the core driving force for industrial upgrading and transformation. As a product of rural economic integration information technology, rural e-commerce has become a new engine for rural revitalization. With rural revitalization as the orientation, rural development E-commerce is of great significance.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Economic Development, Path Analysis

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

乡村振兴战略是习近平总书记在党的十九大报告中提出的重要战略。全面建设社会主义现代化国家，其根基在于农村，挑战与重任亦多集中于农村。要建成农业强国，必须坚定走符合中国国情的乡村振兴之路，全力推进乡村振兴战略，确保乡村振兴全面展开。“实施乡村振兴战略，农业农村现代化是总目标，坚持农业农村优先发展是总方针，产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕是总要求，建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系是制度保障。”[1]随着我国乡村振兴战略的不断深入，农村经济迎来了难得的发展契机。2020年12月，习近平总书记在农村工作会议上做出了重要指示，设立5年过渡期，以通过保持帮扶政策来巩固脱贫攻坚成果，这无疑是助力乡村振兴、破除城乡发展不平衡的治本之策[2]。农村电商作为连接城乡市场、推动农村产业融合与经济发展的关键力量，逐渐成为乡村振兴的重要抓手。近年来，互联网技术的普及和应用为农村电商的发展奠定了坚实基础，众多电商平台积极布局农产品供应链领域。然而，当前农村电商的发展仍面临诸多挑战，如基础设施不完善、专业人才短缺、品牌建设滞后、农产品标准化程度低、物流配送不健全等。在这样的背景下，深入探讨乡村振兴背景下农村电商的发展创新路径，对于充分发挥农村电商在促进农村经济发展、推动乡村全面振兴具有非常重要的意义。“农村电子商务作为一种以现代信息技术为核心的新经济形态，在中国市场开辟了一条农产品生产销售的新渠道，为农产品的生产和销售带来了新的便利。”[3]

2. 乡村振兴背景下农村电商发展的界定

“农村电商主要在农村地区开展，以农产品为主要销售产品，利用互联网进行的商业活动，是电子商务活动发展到农业、农村相关产业所衍生的新的商务领域。”[4]“在中国农村发展政策的影响下，农村电子商务的概念变得更为精确，一般指以农业、农村、农民为服务目标的电子商务业态。”[5]农村电商的发展离不开一系列支撑体系，包括物流配送、电子支付、网络通信、大数据、云计算等。物流配送确保商品能够及时、准确地送达消费者手中，电子支付为交易提供便捷的结算方式，网络通信是信息传输的基础，大数据、云计算等技术则有助于分析市场需求、优化供应链管理等。农村电商的产品往往具有鲜明的地域特色和乡土特色，随着农村经济的发展和互联网的普及，农村居民的消费能力不断提升，同

时城市居民对优质农产品和农村特色产品的需求也日益增长，为农村电商提供了广阔的市场空间，农村电商可以结合农村的自然风光、民俗文化等资源，采用直播带货、社群营销、乡村旅游与电商融合等多种创新营销方式，提升产品的知名度和销售额。农村电商的发展促进农村一二三产业融合发展，打通产业流通环节，拓展产业链长度，提升产业附加值，创新产业发展模式。

3. 农村电商发展存在的问题

3.1. 农村基础设施不完善

“基础设施薄弱，增加了农产品的流通成本，且物流效率低下，所产生的经济效益低，严重影响了农民对电子商务的认知和参与积极性。” [6]首先，农村道路质量差，部分农村地区的道路仍为土路或砂石路，路面坑洼不平，晴天尘土飞扬，雨天泥泞不堪，严重影响车辆通行和行人出行安全。即使一些村庄通了水泥路或柏油路，但由于建设标准低、使用年限长以及缺乏维护，道路破损严重，出现裂缝、坑洞等问题，给交通运输带来不便。其次，农村地区的交通网络布局不够合理，连接村庄与城镇、村庄与村庄之间的道路较少，存在许多交通死角，导致农产品运输成本高，物流配送效率低下，限制了农村与外界的经济交流和发展。最后，在一些偏远农村地区，4G 网络覆盖不完全，甚至没有信号，5G 网络的覆盖更是有限，这使得农村居民无法顺畅地进行线上购物、直播带货、远程学习等活动，即使在有网络覆盖的农村地区，网络速度也往往较慢，网页加载缓慢，视频卡顿，影响信息的传递和获取效率，对于依赖网络进行生产经营和学习娱乐的农村居民来说，是一个较大的困扰，也阻碍了农村电商、智慧农业等新兴产业的发展。

3.2. 电商人才短缺

农村地区经济发展水平相对较低，就业机会少，薪资待遇不高，生活条件和基础设施与城市存在差距。“电子商务涉及的环节较多，属于综合性较强的产业。” [7]因此，许多有知识、有技能的农村青年选择到城市求学和就业，导致农村本地人才大量流失，城市拥有完善的电商产业链、丰富的资源和广阔的发展空间，而农村电商往往面临着物流不便、市场规模小、配套服务不完善等问题，使得外部电商人才不愿到农村发展。农村电商涉及网络技术、数据分析、美工设计等多个专业领域，然而，农村地区缺乏具备这些专业技能的人才，导致在电商平台建设、运营推广、页面设计等方面存在不足，影响了农村电商的发展质量和竞争力。现有的农村电商培训存在内容针对性不强、培训方式单一、缺乏后续跟踪服务等问题，培训内容往往不能根据农村实际情况和从业者需求进行个性化设计，培训方式多以理论授课为主，实践操作不足，导致培训效果不理想，难以满足农村电商发展对人才的需求。

3.3. 农产品标准化程度低

在农产品种植和养殖过程中，农户往往根据自身经验和习惯选择品种，缺乏统一的规划和指导，导致同一地区种植或养殖的农产品品种繁多、品质参差不齐。例如，苹果种植中，不同品种的苹果在口感、色泽、大小等方面存在较大差异，即使是同一品种，由于种植环境和管理技术的不同，也会导致品质不一，难以形成稳定的市场竞争力。农户的种植养殖技术水平参差不齐，且缺乏标准化的技术规范，一些农户可能过度依赖化肥、农药来提高产量，忽视了农产品的品质和安全；而另一些农户则可能因技术不足，无法有效防治病虫害，导致农产品产量低、质量差。以蔬菜种植为例，不同农户在施肥、浇水、病虫害防治等方面的操作不同，会使蔬菜的营养成分、外观品质和农药残留量等存在差异，难以满足市场对农产品质量一致性的要求。农产品加工企业在加工、包装方面缺乏统一标准，包装规格的不统一增加了物流成本和仓储难度，也不利于产品的标准化陈列和销售。同时，包装材质的选择不当可能导致农产品

在运输和储存过程中受到损坏或变质。此外，标识不规范、信息不完整，如缺少产品名称、产地、生产日期、保质期、营养成分等关键信息，会影响消费者对产品的了解和信任。农产品质量检测标准还不够完善，部分农产品缺乏明确的质量检测指标和方法。对于一些新兴的农产品品种或特色农产品，检测标准的制定相对滞后，导致在质量检测和监管方面存在空白，无法准确判断其质量是否合格。

3.4. 品牌建设滞后

许多农户和农村电商企业对品牌建设的重要性认识不够，缺乏品牌战略眼光，他们往往更关注短期的销售利益，认为农产品只要能卖出去就行，忽视了品牌对产品附加值提升和市场竞争力增强的长期作用。“另外，当前各地农产品同质化问题比较严重，导致一些高质量产品难以卖出好的价格；农产品品牌培育力度不够，没有形成知名品牌，使得很多高品质的产品不具备高附加值，缺乏市场竞争力。”^[8]部分地方政府对农村电商品牌建设的重视程度和支持力度不足，没有制定系统的品牌建设和扶持政策。农村电商销售的农产品种类繁多，但很多品牌在定位时没有充分挖掘自身产品的特色和优势，无法形成独特的品牌形象，农村电商在品牌传播方面，往往依赖传统的线下渠道，如农产品展销会、批发商等，对线上新媒体渠道的运用不足。在互联网时代，这种单一的传播渠道很难让品牌获得广泛的曝光和知名度。例如，一些农产品品牌很少利用电商平台的广告位、社交媒体平台的推广功能等进行品牌宣传，错失了大量潜在客户。品牌推广需要一定的资金投入，农村电商企业和农户往往资金有限，难以承担高额广告费用和市场推广费用。这使得他们在品牌传播推广方面的力度不够，无法开展大规模、持续的宣传营销活动，限制了品牌影响力的扩大。

4. 乡村振兴背景下农村电商优化路径

4.1. 不断完善农村基础设施

加大对农村公路建设的投入，将水泥路、柏油路延伸到每个村庄。对于一些偏远山区，可以采用小型化、灵活化的道路建设方案，如修建适合小型车辆通行的硬化道路。拓宽现有农村道路，以适应大型物流配送车辆的通行。同时，加强道路的维护和管理，定期对道路进行检查和修缮，确保道路的全年畅通，特别是在农产品丰收季节和电商促销活动期间，要保证道路质量，避免因道路损坏而影响物流配送。在农村地区合理布局交通枢纽，物流中转站可以作为农村电商货物的集中地，将分散的农产品收集起来进行统一配送，同时也可以对进入农村的货物进行分拣和中转。加强农村与城市、农村与农村之间交通枢纽的衔接，可以通过开通专线物流班车，连接农村物流中转站和城市的物流园区，提高物流运输的效率。同时，也要考虑农村不同区域交通枢纽的联动，形成一个有机的交通网络，根据农村电商的实际需求，合理规划仓库的类型和规模，仓库的建设要考虑到地理位置的便利性，尽量靠近农产品产地和交通要道。加强农村地区的宽带网络和移动网络建设，实现 4G/5G 网络的全覆盖。通过建设基站、铺设光纤等方式，提高农村网络的速度和稳定性，针对农村电商集中的区域，如农产品电商产业园，可以优先进行网络优化，提供高速专用网络通道，满足电商企业和物流企业对网络带宽的高要求。提供多样化的通信服务，包括电商客服热线、物流信息查询热线等，提供多样化的通信服务，包括电商客服热线、物流信息查询热线等。

4.2. 创新人才培养模式，加强电商人才建设

农村电子商务的良好发展对人才的需求只会越来越高，是推动农村电商赋能乡村振兴的最根本保障。对农村本土人才进行全面梳理，发现有电商潜力的人员，如返乡青年、退伍军人、农村种植养殖大户等，针对这些人群，提供个性化的培训和支持，对于返乡青年，可以重点培养他们的电商创新思维和互联网

营销能力；对于种植养殖大户，可以侧重于农产品品牌建设和电商渠道拓展方面的培训。建立农村电商人才库，对经过培训的本土人才进行跟踪管理，根据他们的专业特长和发展需求，为他们提供更多的发展机会；并且，在农村电商企业招聘、农村电商项目合作等过程中，优先从人才库中选用人才。出台优惠政策吸引外部电商人才到农村工作。这些政策可以包括住房补贴、生活津贴、税收优惠等，营造良好的人才工作环境，在农村建设人才公寓，配备完善的生活设施；建立农村电商人才交流平台，让外来人才能够与本地人才充分交流，共同为农村电商发展出谋划策。同时，为外来人才提供广阔的发展空间，如让他们担任农村电商企业的重要职务，参与农村电商重大项目的决策等。“当前农村电子商务发展迟缓主要是缺少这方面的专业人才，对此，农村地区应开设更加专业的培训课程，提高农民的电商能力。” [9]

4.3. 提高农产品标准化程度

积极参照国家和行业已有的农产品质量标准，同时，考虑地方农产品的特色，制定补充性的地方标准。鼓励行业协会和企业参与标准制定，企业则可以根据自身品牌建设和市场定位，在国家标准和行业标准基础上，制定更严格的企业内部标准，以提高产品的竞争力。通过定期对农产品质量标准的实施效果进行评估，收集生产者、消费者和监管部门的反馈意见。利用现代信息技术对农产品生产过程进行监控，安装传感器、摄像头等设备，实现对种植养殖环境和过程的实时监测，例如，在果园中安装土壤湿度传感器和气象站，能够实时采集土壤湿度、温度、光照等数据，通过手机应用程序传输给果农，果农可以根据这些数据及时调整灌溉和施肥措施，确保水果的生长符合标准化要求。对于农产品加工企业，严格按照食品加工标准进行生产，建立农产品加工企业的质量追溯体系。通过记录农产品加工过程中的每一个环节，包括原料来源、加工时间、操作人员等信息，实现产品质量问题的追溯。设计统一规范的农产品包装，根据农产品的种类、特性和销售渠道，确定合适的包装材料、包装规格和包装标识；加强包装质量的监管，确保包装材料符合食品安全和环保要求，防止因包装材料质量问题导致农产品受到污染或损坏。对于农产品包装的塑料材料，要严格检测其是否含有有害物质，如重金属、塑化剂等；对于纸质包装材料，要检查其强度和防潮性能是否符合标准，以保证在运输和储存过程中能够有效保护农产品。“为了保障农村电子商务的健康发展，需要成立专门的食品安全质量检测部门，并且还要完善农产品加工制作包装系统流程，让农产品的生产、包装及最后的营销都变得更加有序、更加系统，从而更全面地促进农村电子商务的长远健康发展。” [10]

4.4. 树立品牌意识，加强农产品品牌建设

地域文化与农产品结合，每个农村地区都有其独特的地域文化，包括历史传说、民俗风情、地理环境等。将这些地域文化元素融入农产品品牌建设中，可以赋予农产品深厚的文化底蕴，突出农产品产地的自然优势。比如，新疆的瓜果品牌常常强调当地昼夜温差大、光照充足的气候条件，这些条件使得瓜果糖分积累多、口感好。通过这种方式，让消费者对农产品的品质有更直观的认识，并且将自然优势转化为品牌的竞争优势。品牌标识是农产品品牌形象的核心元素之一，设计要简洁明了、易于识别和记忆。可以采用农产品的形象、产地的象征物或农民形象等作为标识的主要元素，无论是在农产品包装、电商平台店铺页面还是线下推广活动中，品牌标识都要以相同的形式出现，增强品牌的辨识度。根据农产品的特性和品牌定位进行包装设计，对于高端农产品，可以采用精致、有质感的包装材料，如木质礼盒、精美的陶瓷罐等；对于日常消费的农产品，包装要注重实用性和便利性。利用各大电商平台的营销工具和资源，例如，在淘宝、京东等电商平台上，农产品品牌可以通过直通车、钻展等广告工具，提高品牌曝光度。同时，积极参与平台的促销活动，如“双十一”“618”等，通过优惠活动吸引消费者购买。此外，

还可以利用电商平台的直播功能,邀请网红、农业专家等进行直播带货,比如,一些海鲜品牌通过直播,向消费者展示海鲜的捕捞、加工过程,以及讲解海鲜的烹饪方法,这种直观的方式能够有效促进销售。

5. 结论

通过以上文章的综合分析,农村电商的发展可帮助农民增收,推动农村产业升级,带动周边产业发展并吸引人才回流,为农村地区经济水平的提升提供了广阔的空间,是助力乡村振兴的重要举措。但仍存在一些问题需要解决,在乡村振兴背景下,要加速推进基础设施的完善、加强专业人才建设、提高农产品标准化程度、加强品牌建设,为乡村全面振兴打下坚实的基础,推动农村经济高质量发展。

参考文献

- [1] 本书编写组. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论[M]. 北京: 高等教育出版社, 人民出版社, 2023: 131.
- [2] 李竣. 发展农村电商助力乡村振兴[N]. 河北经济日报, 2021-05-22(003).
- [3] 程辉. 乡村振兴背景下六安市农村电商发展现状与对策研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 中南民族大学, 2019.
- [4] 安雪娜. 乡村振兴战略背景下延吉市农村电子商务发展研究[D]: [硕士学位论文]. 延吉: 延边大学, 2021.
- [5] 孙礼光. 乡村振兴背景下农村电子商务发展现状及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽农业大学, 2022.
- [6] 闫哲杰, 王钰祺, 万璐. 新时代农村电商营销策略探究[J]. 全国流通经济, 2018(4): 8-10.
- [7] 赵一凡, 刘子玉. 电子商务发展对农村居民生活满意度的影响: 基于 2020 年中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J]. 经济与管理, 2024, 38(4): 9-18.
- [8] 陈荣贵. 农村电子商务高质量发展的问题与对策[J]. 广东蚕业, 2022, 56(8): 154-156.
- [9] 赵振君. 乡村振兴背景下电子商务专业人才培养的案例教学研究: 以农村电商课程为例[J]. 西昌学院学报(社会科学版), 2024, 36(2): 122-128.
- [10] 何阳, 杨年锦, 李成明. 农村电子商务、农民工返乡创业与乡村振兴: 基于中国家庭追踪调查(CFPS)的实证分析[J]. 农村金融研究, 2024(8): 56-68.