

乡村振兴背景下农村电商的困境及优化策略研究

郑中婷

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年4月8日; 录用日期: 2025年4月21日; 发布日期: 2025年5月21日

摘要

本文聚焦乡村振兴战略下农村电商的发展, 分析其在乡村振兴中的关键作用, 深入探讨面临的困境, 如农户与市场对接困难、发展活力不足、产业融合不充分、综合服务体系滞后以及农产品品牌建设薄弱等问题。为突破这些困境, 文章从创新销售模式、强化人才培养与引进、促进产业融合、完善服务体系以及推进品牌建设和标准化种植等方面提出针对性策略, 旨在为农村电商的可持续发展提供思路, 为实现乡村振兴目标提供参考。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 发展困境

Study on the Dilemma and Optimization Strategy of Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalization

Zhongting Zheng

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Apr. 8th, 2025; accepted: Apr. 21st, 2025; published: May 21st, 2025

Abstract

This article focuses on the development of rural e-commerce under the strategy of rural revitalization, analyzes its key role in rural revitalization, and discusses in-depth the dilemmas it faces, such as the difficulties in docking between farmers and the market, the lack of vitality in development, the insufficient integration of industries, the lagging of the comprehensive service system, as well

as the weakness of the brand building of agricultural products. In order to break through these dilemmas, the article puts forward targeted strategies from the aspects of innovative sales model, strengthening talent training and introduction, promoting industrial integration, perfecting the service system, and promoting brand building and standardized cultivation, aiming at providing ideas for the sustainable development of rural e-commerce and providing references for realizing the goal of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development Dilemma

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

在新时代背景下,乡村振兴战略成为推动我国农村经济社会发展的重要指引,是解决新时代“三农”问题的关键举措。农村电商作为数字经济与农业农村深度融合的新兴业态,正逐渐成为推动乡村振兴的重要力量。《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》强调,发展农村电商是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手,是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑[1]。因此,对农村电商如何有效赋能乡村振兴进行深度探索,不仅契合当前农村发展的迫切需求,更承载着重要的学术研究价值,对于推动我国农业农村现代化进程具有深远意义。

2. 农村电商在乡村振兴中的作用

2.1. 畅通农产品销售路径,提升农民收入水平

农村电商借助互联网的力量,突破了传统农产品销售的时空限制,构建起直接连接农户与消费者的销售渠道。通过电商平台,农民能够将自家种植或养殖的特色农产品推向全国乃至全球市场,有效解决了农产品滞销和价格波动大的问题。以赣南脐橙为例,当地农户通过电商平台,将脐橙直接销售给消费者,从2018年至2022年期间,赣南脐橙通过电商渠道的销量占比呈现出显著的增长态势,从起初的21.35%提升至35.07%,尤其在2020~2022这三年间,电商销售金额持续保持高位,每年均超过80亿元[2],极大地增加了农民的收入。同时,据中国农科院信息所数据监测,2023年农村网络零售额2.49万亿元,农产品网络零售额0.59万亿元[3],充分彰显了农村电商在拓宽农产品销售渠道、提升农民收入方面的重要作用。

2.2. 驱动农村产业升级,优化产业结构

农村电商的发展促使农业生产向规模化、标准化、品牌化方向转变。首先,电商平台对农产品品质和规格的要求,推动了农业生产标准化的实施,提高了农产品的质量和竞争力。其次,为了在电商市场中脱颖而出,农户和农业企业更加注重品牌建设,通过挖掘农产品的地域特色和文化内涵,打造具有市场影响力的农产品品牌,提升了农产品的附加值。同时,大数据分析在电商领域的应用,帮助农民精准把握市场需求,合理调整种植或养殖结构,实现精准生产,进一步优化了农村产业结构。如陕西“洛川苹果”,随着“洛川苹果”品牌知名度的不断提升推动区域苹果产业向科技化、信息化、标准化、智慧化、品牌化发展,促进了农村产业的升级[4]。

2.3. 完善农村基础设施，推动乡村现代化建设

为了满足农村电商发展的需求，政府加大了对农村交通、网络、物流等基础设施的投入力度。像是农村道路的硬化改善了农产品的运输条件，降低了物流成本；宽带网络的普及为农村电商的发展提供了信息支撑，使得农民能够便捷地获取市场信息和开展线上销售活动；物流配送体系的不断完善，打通了农产品上行的“最后一公里”，确保农产品能够及时、新鲜地送到消费者手中，提升了消费者的购物体验，提高了农产品的流通效率等等。这些基础设施的改善，不仅为农村电商的发展奠定了坚实的基础，也极大地改善了农村居民的生产生活条件，推动了乡村现代化建设的进程。

3. 农村电商助力乡村振兴面临的困境

3.1. 农户市场对接不畅，信息获取与议价难

在农村电商的发展过程中，农户与市场之间的对接存在诸多困难。小规模农户由于生产规模小、信息获取渠道有限，在市场交易中往往处于弱势地位，缺乏定价权和市场话语权[5]。传统销售模式下，中间商的层层加价和信息不对称，使得农户难以获得合理的收益。同时，由于缺乏有效的市场预测和分析能力，农户在生产决策上存在盲目性，容易导致农产品供需失衡，价格波动较大。此外，虽然一些地区尝试了“订单式”生产等合作模式，但由于利益分配机制不完善，合同执行不规范，农户的利益难以得到有效保障，影响了农户参与电商的积极性。

3.2. 发展活力不足，人才短缺问题突出

农村电商的发展面临着严重的人才短缺问题。随着城镇化进程的加快，大量农村青壮年劳动力流向城市，农村地区人口老龄化和空心化现象严重，导致农村电商发展缺乏年轻的创新力量[6]。留守农村的人员大多文化水平较低，对电商的认知和操作能力有限，难以适应农村电商发展的需求。同时，由于农村地区的工作环境和待遇相对较差，难以吸引和留住具备电商专业知识和技能的人才。此外，现有的电商培训体系存在针对性不强、培训内容与实际需求脱节等问题，导致培训效果不佳，无法有效提升农民的电商技能水平，进一步制约了农村电商的发展活力。

3.3. 产业融合深度不够，协同效应难以发挥

当前，农村电商与农业、加工业、服务业等产业的融合程度还不够深，产业链条较短，协同效应难以充分发挥。许多农户对产业融合的认识不足，仍然局限于传统的农业生产模式，农产品加工大多停留在初级阶段，缺乏深加工和精加工，产品附加值较低。电商与实体产业之间的联系不够紧密，上下游企业之间的合作不够顺畅，在产品研发、生产、销售等环节缺乏有效的协同机制，导致资源配置效率低下，无法形成完整的产业生态链。此外，农村电商的发展还存在同质化竞争严重的问题，许多电商项目缺乏特色和创新，过度依赖价格竞争，不仅影响了电商企业的盈利能力，也制约了农村电商产业的健康发展。

3.4. 综合服务体系建设滞后，制约电商发展

农村电商综合服务体系建设相对滞后，无法满足农村电商快速发展的需求。在基础设施建设方面，农村地区存在显著的发展短板，尤其是在道路交通、电力供应以及网络设施等领域[7]。道路交通不便增加了农产品运输成本与损耗；电力供应不稳定影响电商设备正常运行；网络设施不佳，网络速度慢、信号不稳定，阻碍电商交易顺畅进行，也限制了线上业务拓展。在政务支持方面，虽然政府出台了一系列扶持农村电商发展的政策，但在政策落实和执行过程中还存在一些问题，政策的精准性和实效性有待提高。农业技术支持不足，农民在农产品种植、养殖和加工过程中缺乏专业的技术指导，影响了农产品的

质量和产量。物流配送体系也不完善，农村地区物流成本高、配送效率低，冷链物流设施严重不足，无法满足生鲜农产品的运输和保鲜需求，导致农产品损耗增加，销售范围受限。金融服务方面同样存在困境，农村电商企业和农户面临融资难、融资贵的问题，金融机构对农村电商的支持力度不够，缺乏针对性的金融产品和服务，制约了农村电商企业的规模扩张与业务创新。

3.5. 农产品品牌建设滞后，市场竞争力较弱

农村地区对农产品品牌建设重视程度普遍不足，缺乏系统的品牌规划与推广意识。许多农产品在品牌定位时，未深入挖掘地域特色、文化内涵与产品优势，导致定位模糊，难以展现独特价值。比如部分地方的特色水果，品牌形象设计简单，缺乏鲜明特色，难以与其他同类产品区分开来，无法形成差异化竞争优势。

在品牌宣传推广上，农村地区投入严重不足。受限于资金和专业人才匮乏，宣传手段单一，难以借助各类线上线下渠道扩大品牌影响力。像一些品质优良的农产品，因宣传不力，仅在当地小范围知晓，在全国市场上知名度低，市场认可度不高，导致销售价格和销量受限，无法实现应有的价值。此外，农产品质量不稳定、标准化程度低，也进一步影响了品牌口碑与市场竞争力。

4. 农村电商助力乡村电商的优化策略

4.1. 创新销售模式，拓展农产品销售渠道

积极探索创新农村电商销售模式，充分利用社交媒体和新媒体平台的优势，拓展农产品销售渠道。推广社交电商模式，鼓励农户和电商企业通过微信、微博、抖音等社交平台，建立农产品销售社群和直播账号，开展农产品的宣传推广和销售活动。通过社群营销和直播带货，能够增强消费者与农户之间的互动和信任，提高农产品的销售转化率。同时，利用短视频平台展示农产品的生产过程、特色和优势，吸引消费者的关注和购买。例如，一些农户通过拍摄农产品种植、养殖的短视频，展示农产品的绿色、生态、有机的生产方式，受到了消费者的青睐，农产品销量大幅提升。此外，还可以探索发展农产品定制化销售模式，根据消费者的个性化需求，提供定制化的农产品和服务，满足不同消费者的需求，提高农产品的附加值。

4.2. 强化人才培养与引进，激发农村电商发展活力

加强农村电商人才培养和引进，为农村电商的发展提供人才保障。一方面，加大对农村电商人才的培养力度，建立健全农村电商培训体系。政府、企业和社会机构应加强合作，针对不同群体开展有针对性的电商培训课程，如针对农民的电商基础知识和操作技能培训，针对返乡创业青年的电商创业培训，针对电商企业管理人员的电商运营和管理培训等。同时，创新培训方式，采用线上线下相结合、理论与实践相结合的培训模式，提高培训的效果和质量。另一方面，制定优惠政策，吸引电商专业人才到农村地区创业和就业。政府可以通过提供创业补贴、住房补贴、税收优惠等政策，鼓励电商人才返乡创业；企业可以通过提高薪酬待遇、提供良好的发展空间等方式，吸引电商人才到农村电商企业工作。还可以建立农村电商人才激励机制，对在农村电商发展中做出突出贡献的人才给予表彰和奖励，激发人才的积极性和创造性。此外，完善保障机制，优化农村电商发展环境，提供良好的公共服务和发展机会，解决人才的后顾之忧，增强人才稳定性[8]。

4.3. 推动产业融合发展，构建农村电商产业生态链

加强农村电商与农业、加工业、服务业等产业的深度融合，构建完整的农村电商产业生态链。鼓励

农户和农业企业发展农产品深加工和精加工,提高农产品的附加值。通过电商平台,将农产品加工企业与农户紧密连接起来,实现农产品从生产、加工到销售的一体化发展。同时,推动农村电商与乡村旅游、文化创意等产业的融合发展,打造具有地域特色的农村电商品牌。例如,一些农村地区将农产品销售与乡村旅游相结合,推出了农产品采摘、农事体验、乡村美食等旅游项目,吸引了大量游客前来观光旅游,不仅促进了农产品的销售,还带动了当地旅游业的发展。此外,加强电商企业与上下游企业之间的合作,建立产业联盟或合作协会,通过资源共享、信息互通、技术交流等方式,实现产业链各环节的协同发展,提高产业整体竞争力。

4.4. 完善综合服务体系,优化农村电商发展环境

加强农村电商综合服务体系,优化农村电商发展环境。政府应加大对农村电商发展的政策支持力度,完善政策体系,提高政策的精准性和实效性。加强农业技术支持,建立农业技术服务平台,为农民提供在线技术咨询和指导服务,帮助农民解决生产过程中遇到的技术难题。加快农村物流配送体系建设,整合物流资源,降低物流成本,提高配送效率。鼓励物流企业在农村地区建立配送网点,发展共同配送和集中配送模式,加强冷链物流设施建设,满足生鲜农产品的运输和保鲜需求。提升电信服务质量,加大对农村地区网络基础设施的投入,提高网络覆盖范围和网络速度。加强金融服务支持,鼓励金融机构创新金融产品和服务,为农村电商企业和农户提供小额信贷、供应链金融等金融支持,解决融资难、融资贵的问题。

4.5. 推进品牌建设与标准化种植,提升农产品竞争力

推进农产品品牌建设和标准化种植,提升农产品的市场竞争力。政府和企业应加强合作,挖掘农产品的地域特色和文化内涵,打造具有市场影响力的农产品品牌。通过品牌策划、品牌宣传和品牌保护等措施,提高农产品品牌的知名度和美誉度。同时,建立健全农产品标准化生产体系,制定农产品生产、加工、包装、运输等环节的标准和规范,引导农民按照标准进行生产,确保农产品的质量和安全。加强农产品质量检测和监管,建立农产品质量追溯体系,让消费者能够放心购买农产品。例如,五常大米通过品牌建设和标准化生产,成为了全国知名的农产品品牌,产品价格和市场份额大幅提升。此外,利用大数据、物联网等技术,对农产品的生产过程进行实时监测和管理,实现精准种植和养殖,提高农产品的产量和质量。

5. 结论

农村电商作为推动乡村振兴的重要力量,在促进农产品销售、推动产业升级、完善基础设施等方面发挥了重要作用。然而,当前农村电商在助力乡村振兴过程中仍面临着诸多困境,需要政府、企业、社会和农民共同努力,采取有效措施加以解决。通过创新销售模式、强化人才培养、推动产业融合、完善服务体系和推进品牌建设标准化种植等策略的实施,能够有效提升农村电商的发展水平,激发农村经济发展的内生动力,为乡村振兴战略的实施提供有力支撑。未来,随着数字技术的不断发展和应用,农村电商将迎来更大的发展机遇,在乡村振兴中发挥更加重要的作用。

参考文献

- [1] 商务部网站. 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm, 2025-04-01.
- [2] 欧阳春香, 张韵. 丰收年遇滞销电商直播带火赣南脐橙[N]. 中国证券报, 2024-02-19(A04).
- [3] 培育乡村新产业新业态[N]. 经济日报, 2024-10-12(010).

-
- [4] 胡明宝. 陕西洛川: 电商平台赋能苹果产业提质升级[EB/OL].
http://f.china.com.cn/2022-06/17/content_78275451.htm, 2025-04-03.
- [5] 安霖, 白美娇, 董正阳, 等. 农村电商助力邯郸乡村振兴的困境及策略[J]. 农村科学实验, 2025(4): 12-14.
- [6] 罗志珍. 农村电商赋能乡村振兴的作用机制、现实困境及优化路径[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 1312-1316.
- [7] 李颜豪. 农村电商赋能乡村产业振兴的影响机制和路径研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2024.
- [8] 卢迪, 唐金武. 困境与纾解: 乡村振兴背景下农村电商人才队伍建设探赜[J]. 贵阳市委党校学报, 2025(1): 40-46.