

乡村振兴背景下农村电子商务发展存在的问题及对策分析

蒋雅文

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8日; 录用日期: 2025年4月23日; 发布日期: 2025年5月27日

摘要

在我国的乡村建设的宏伟蓝图中, 强化乡村各领域与环节的便利性占据着举足轻重的地位, 提升电子商务在乡村地区的普及程度成为了这一进程中的核心焦点。随着互联网技术的迅猛进步与广泛渗透, 我国各领域均迎来了崭新的发展契机。近年来, 电子商务展现出蓬勃的发展态势, 成为推动农村经济增长的新动能。消费者能够依托电子商务平台轻松实现线上商品的浏览、选购及支付, 这一过程显著节省了宝贵的时间。在乡村振兴的过程中, 如何加强农村基础设施建设就成为其中的重点。鉴于此背景, 本文首先探讨了乡村振兴战略下农村电子商务发展的积极作用, 揭示当前农村电子商务面临的一系列挑战, 诸如农村物流配送成本居高不下、专业电商人才匮乏、农产品市场竞争力较弱等问题。最后, 文章针对性地提出了乡村振兴背景下农村电子商务发展的具体对策, 以期更有效地推动乡村经济繁荣, 推动农村电商模式创新, 提高农村农民的生活幸福感和满足感, 加速实现乡村振兴的伟大目标。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 对策

Analysis of Problems and Countermeasures in the Development of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Yawen Jiang

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

Received: Apr. 8th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 27th, 2025

文章引用: 蒋雅文. 乡村振兴背景下农村电子商务发展存在的问题及对策分析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2291-2296. DOI: 10.12677/ec.2025.1451523

Abstract

In the grand blueprint of rural construction in our country, strengthening the convenience of various fields and links in rural areas plays a crucial role, and enhancing the popularity of e-commerce in rural areas has become the core focus of this process. With the rapid progress and wide penetration of Internet technology, all fields in China have ushered in new development opportunities. In recent years, e-commerce has shown a vigorous development trend and become a new driving force for promoting rural economic growth. Consumers can easily browse, purchase, and pay for online products through e-commerce platforms, which significantly saves valuable time. In the process of rural revitalization, how to strengthen rural infrastructure construction has become a key focus. Given this background, this article first explores the positive role of rural e-commerce development under the strategy of rural revitalization, revealing a series of challenges currently faced by rural e-commerce, such as high logistics and distribution costs, lack of professional e-commerce talents, and weak competitiveness in the agricultural product market. Finally, the article proposes specific strategies for the development of rural e-commerce under the background of rural revitalization, in order to more effectively promote rural economic prosperity, innovate rural e-commerce models, improve the happiness and satisfaction of rural farmers, and accelerate the realization of the great goal of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Countermeasures

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

互联网的普及和电子商务的迅猛发展,使得农村电子商务逐渐成为推动农村经济转型升级的重要力量,更好地帮助农户销售农产品,带动农村经济发展有效实现农村经济的多元化发展。乡村振兴战略的实施,为农村电子商务的发展提供了广阔的空间和机遇。通过电子商务的普及,旨在打破地域限制,拉近城乡距离,为乡村居民带来更加便捷、高效的生活体验,同时也为乡村经济的多元化发展注入强劲动力。这一举措不仅关乎乡村居民生活质量的提升,更是推动乡村振兴战略深入实施、实现乡村全面振兴的关键一环。但是由于农村地区的特殊性和复杂性,农村电子商务在发展过程中也面临着诸多问题和挑战。因此,本文旨在剖析当前农村电子商务发展的现状,找出存在的问题,并提出相应的对策建议,这对于推动农村电子商务的持续健康发展具有重要意义。

2. 乡村振兴背景下发展农村电子商务的作用

2.1. 推动农村产业升级

农村电商的发展打破了传统销售模式的地域限制,促使农民更加注重农产品的品质和品牌建设,使农产品能够直接进入更广阔的市场。通过电商平台,农产品可以接触到全国乃至全球的消费者,这不仅扩大了销售范围,还提高了农产品的知名度和品牌影响力。同时,电商平台上的价格透明化机制,有助于农民获得更合理的市场价格,从而增加农产品的附加值。电商平台还能通过智能推荐系统和精准营销

手段,引导消费者实现消费升级,进一步提高农产品的市场竞争力。农村电子商务的发展为农村产业升级提供了新的机遇和动力。通过拓展销售渠道、提高产品附加值、促进产业链条的协同发展、推动企业技术创新以及管理提升等方式,农村电商促进了农村产业的升级和转型[1]。

为了满足消费者的需求,农民需要不断提高农产品的品质和标准化程度,这推动了农村产业向高端化、绿色化、智能化方向发展。一方面,电商平台对农产品的品质要求较高,这促使农民在生产过程中更加注重农产品的质量和安全,推动农业生产的标准化和规范化。另一方面,电商平台上的消费者需求多样化,这促使农民根据市场需求调整结构,推动农村产业的多元化发展。

2.2. 调动农民群体参与乡村建设的积极性

农村电商的发展使农产品能够直接面向更广阔的市场。农民通过电商平台,可以将自家的农产品销往全国乃至全球市场,极大地拓宽了销售渠道。这不仅提高了农产品的销售量,还使得农民能够获得更高的收益,从而增强了他们的生产积极性和参与乡村建设的动力。同时,为农民提供了展示自我、实现价值的舞台。通过电商平台,农民可以展示自己的农产品和手工艺品,吸引更多消费者的关注和购买。这种成功的体验不仅增强了农民的自信心和自豪感,还激发了他们参与乡村建设的积极性和创造性。农民在参与电商产业链的过程中,逐渐认识到自己的价值和潜力,从而更加主动地投入到乡村建设中来。

农村电商的兴起带动了乡村经济的整体发展。随着电商平台的建立和完善,物流、仓储、客服等相关产业也在农村地区得到了快速发展。这不仅为农民提供了更多的就业机会,还吸引了大量年轻人返乡创业,为乡村发展注入了新的活力。农民在参与电商产业链的过程中,不仅提高了自身收入,还增强了对乡村未来的信心和归属感。

2.3. 促进城乡产业协同发展

农村电子商务的发展拉近了城乡之间的经济联系,促进了城乡之间的融合发展。通过电商平台,城乡之间的信息交流更加便捷,资源配置更加合理。城市消费者可以方便地购买到乡村的农产品,而乡村也能通过电商平台获取到城市的市场信息和先进技术,从而实现优势互补、共同发展。农村电子商务通过构建互联网平台,打破了传统农产品销售的地域限制。这使得乡村的优质农产品能够直接对接到全国乃至全球的市场,极大地拓宽了销售渠道。同时,城市消费者也能通过电商平台轻松购买到来自乡村的新鲜农产品,加强了城乡之间的经济联系和资源流动。这种双向流动不仅促进了农产品的销售,还带动了乡村特色产业的发展,为城乡产业协同发展提供了坚实基础。

3. 当前农村电子商务发展存在的问题

3.1. 农村电商人才短缺

随着农村电商的快速发展,对电商人才的需求急剧增加。然而,由于农村地区经济相对落后、生活条件有限以及职业发展机会相对较少等因素,导致高素质、复合型电商人才难以聚集到农村地区。现有的农村电商人才数量远远不能满足行业发展的需求,人才缺口较大。农村电商领域不仅需要具备电商基础操作技能的人才,更需要具备战略规划、市场营销、数据分析等高端能力的人才。然而,现有的农村电商人才结构中,大部分仅具备基础的电商操作技能,高端人才匮乏。这种人才结构的不合理限制了农村电商的创新能力和市场竞争力。农村电商培训体系的不完善也是导致人才短缺的重要原因之一。局限性的想法与观念,进一步限制了农村电商企业的发展与扩张,也让许多准备打开农村电商市场的销售人员及投资人员承担了大部分的风险[2]。一方面,针对农村电商人才的培训资源分散,缺乏统一规划和有效整合,导致培训效果参差不齐。另一方面,培训内容单一,主要集中在电商基础知识、平台操作

等方面，缺乏针对农村电商特点的实战培训和案例分析，难以满足农村电商人才多元化、深层次的学习需求。

3.2. 农村物流配送不畅且成本高

农村地区的交通网络相对滞后，道路建设不完善，导致物流配送车辆难以顺利通行。仓储设施不足，难以满足大量农产品的储存需求，特别是在收获季节，农产品积压现象严重。大多数物流企业主要在城市布局物流网络，而在农村地区的站点较少，配送范围有限。部分偏远农村地区甚至无法享受到物流配送服务，导致电商商品无法及时送达。同时，农村地区地域广阔，配送距离较远，增加了运输成本和时间成本。特别是在山区、丘陵等复杂地形地区，配送难度和成本进一步加大。农产品对保鲜要求较高，需要冷链物流进行配送，而冷链物流成本相对较高。农村地区冷链物流设施不足，难以满足大量农产品的保鲜需求。农村地区劳动力相对匮乏，特别是具备物流配送专业技能的人才更少。为了吸引和留住配送人员，企业需要支付较高的薪酬和福利，增加了人力成本。物流配送不畅和成本高导致电商商品无法及时、有效地送达消费者手中，降低了消费者的购物体验。限制了农村电商市场的拓展和农产品的销售渠道。基于农村电子商务的业务要求，农产品物流在包装、运输方面应制定标准化的措施，从而实现农产品物流服务的标准化和规范化[3]。

3.3. 农产品市场竞争力不强

在乡村振兴背景下，农村电子商务的发展虽然取得了显著进展，但农产品市场竞争力不强的问题依然突出，这背后蕴含着更为复杂的深层次机制。

一方面，农产品同质化严重，这一问题的根源在于农村地区普遍缺乏品牌塑造和差异化发展的长远规划。农村地区农产品种类繁多，但往往因为缺乏市场调研和品牌定位，导致产品缺乏独特的卖点和竞争优势。许多农产品在外观、口感、品质等方面高度相似，难以满足消费者日益多样化和个性化的需求。这种同质化不仅降低了农产品的附加值，还加剧了市场竞争的激烈程度。此外，农产品生产缺乏统一且适应现代市场需求的标准，也是导致同质化问题的关键。已然有不少标准已经不适用于当下的农产品生产，且制定的标准存在质量参差不齐等问题，农产品生产缺乏统一的标准，这也是导致农产品出现质量参差的原因之一[4]。现有标准可能已经过时或不适用于当前的生产环境，而新标准的制定和实施又面临诸多困难，如资金、技术和人力资源的匮乏。这些因素共同作用，使得农产品在电商平台上难以形成独特的品牌形象和市场地位。

此外，农村电商在营销策略上的单一性也是导致农产品市场竞争力不强的重要原因。许多农村电商企业过于依赖价格竞争和促销活动来吸引消费者，而忽视了品牌建设和市场推广的重要性。这种传统的营销方式不仅难以形成品牌忠诚度和消费者粘性，还容易导致价格战和恶性竞争。同时，由于缺乏有效的市场推广和品牌建设手段，农产品在电商平台上的曝光度和知名度有限，难以吸引更多潜在消费者。这背后反映出农村电商企业在营销策略和品牌建设方面的不足和短板。

综上所述，农产品市场竞争力不强的问题并非单纯由同质化严重、质量安全隐患和营销策略单一等原因所致，而是这些表面问题背后更深层次机制的综合体现。因此要提升农产品的市场竞争力，需要从品牌建设、质量监管、营销策略等多个方面入手，形成协同发展的合力。

4. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的对策

4.1. 加强人才培养与引进，提高专业技能

在乡村振兴战略的推动下，农村电子商务展现出广阔的发展前景，但同时也面临着诸多挑战。其中，

人才短缺和专业技能不足成为制约农村电商发展的关键因素之一。为了破解这一难题，加强人才培养与引进，提高专业技能显得尤为迫切和重要。

首先，加强人才培养应该设立专项培训项目和实训基地。政府和相关机构应设立针对农村电商的专项培训项目，内容涵盖电子商务基础知识、网络营销策略、电商平台操作等，旨在提升农民和乡村电商从业者的专业素养和技能水平。通过校企合作或政府引导，引入优质教育资源，如邀请行业专家、成功创业者等担任导师，为学员提供一对一指导和帮助。，鼓励农民和乡村电商从业者利用网络资源进行自主学习，如参加线上课程、阅读专业书籍等，不断提升自己的知识和技能。

其次，需要搭建交流平台并制定优惠政策。定期举办农村电商论坛、研讨会等活动，邀请行业专家、成功创业者等分享经验和心得，为农村电商从业者提供学习和交流的机会，吸引更多人才关注农村电商领域。同时政府应出台一系列优惠政策。吸引人才则主要靠政府的激励政策，政府应针对农村电商制定一系列人才激励政策，用薪资、奖励和荣誉等吸引更多的人才投入到农村电商发展中[5]。如税收减免、住房补贴等，吸引具有丰富电商经验和专业技能的人才到农村创业或就业。建立农村电商人才库，对符合条件的人才进行登记和跟踪，为他们提供职业发展指导和支持，确保人才资源的有效配置和利用。同时，积极推广国内外农村电商的成功经验和做法，引导从业者学习借鉴并结合本地实际进行创新和发展。

在品牌建设方面，政府应鼓励农村电商从业者注重品牌培育和保护，提升产品附加值和市场竞争力。可以通过举办品牌评选、宣传推广等活动，引导从业者树立品牌意识，加强品牌建设和管理。同时，加大对农村电商品牌的支持力度，如提供品牌策划、包装设计等咨询服务，帮助从业者打造具有地域特色的电商品牌。

综上所述，加强人才培养与引进、提升农村电商专业技能是推动农村电商持续健康发展的关键。通过实施定制化人才培养计划、制定差异化人才引进政策以及强化技术培训与品牌建设等措施，可以有效应对人才短缺和专业技能不足等挑战，为农村电商的繁荣发展奠定坚实基础。

4.2. 完善物流配送体系

首先，加强基础设施建设，完善交通网络。加大对农村交通和物流基础设施的投入，提高农村地区的道路通行能力和物流配送效率。确保农村地区的网络覆盖率和网络质量，为电商物流配送提供坚实的通信基础。加强农村地区的交通基础设施建设，还包括修建和升级道路，提高物流配送的效率和可达性。特别是对于偏远山区，应优先解决交通瓶颈问题。根据农村地区的地理特征和经济发展需求，制定详细的交通基础设施投资计划，优先解决偏远山区和交通瓶颈地区的道路建设问题。

其次，优化物流配送网络，推广智能物流技术。在农村地区建立由县级物流中心、乡级配送站和村级服务点组成的多级物流配送体系，实现物流资源的有效整合和高效配送。同时，利用物联网、大数据等现代信息技术，提升物流配送的智能化水平。例如，通过智能调度系统优化配送路线，减少配送时间和成本。打造与建设数字化供应链，可以助力农村地区电子商务数字化、信息化转型发展，更好适应数字经济发展需求[6]。最后，加强政策支持和监督，出台扶持政策。政府应出台一系列扶持政策，如提供物流补贴、税收优惠等，降低农村物流配送企业的运营成本，提高其竞争力。同时，建立健全农村物流配送市场的监管机制，加强对违法违规行为的打击力度，维护市场的公平竞争和健康发展。

4.3. 构建农产品品牌，增强市场竞争力

首先，构建农产品品牌。在乡村振兴的浪潮中，构建农产品品牌是提升农村电商竞争力的关键。首先，需要对当地农产品进行深入调研，挖掘其独特性和市场潜力。通过科学的品牌定位，明确目标消费群体，打造具有地域特色的农产品品牌。同时，注重品牌形象的塑造，包括包装设计、产品宣传等，使农

产品市场中脱颖而出。

其次，提升产品的质量与安全。产品质量是品牌建设的基石。为确保农产品的市场竞争力，必须加强对农产品生产、加工、运输等环节的监管，确保产品质量安全。建立健全的质量溯源体系，让消费者能够清晰地了解农产品的来源、生产过程和质量信息，增强消费者的信任度和购买意愿。通过建立产业链协同发展机制，实现农产品的产、供、销一体化，让生产者、电商平台和消费者之间形成良性互动[7]。最后，加强营销推广。在品牌建设过程中，营销推广是不可或缺的一环。充分利用社交媒体、传统媒体等多种渠道，广泛宣传农产品的品牌和特色。通过线上线下相结合的方式，举办农产品展销会、品鉴会等活动，提升农产品的知名度和美誉度。同时，建立与消费者的良好互动关系，收集反馈意见，不断优化产品和服务。

5. 结语

在乡村振兴的大背景下，农村电子商务的发展无疑为农村经济注入了新的活力。然而，我们也必须清醒地认识到，当前农村电商仍面临着人才匮乏、基础设施不足、物流配送成本高以及农产品标准化程度低等一系列问题。本研究针对这些问题，提出综合性的措施，加强人才培养，提升农村电商的专业化水平；加大基础设施投入，改善农村电商的发展环境；优化物流配送体系，降低运营成本；同时，推动农产品标准化、品牌化进程，提升农产品的市场竞争力。农村电子商务在乡村振兴中将扮演越来越重要的角色。我们有理由相信，在政府、企业和社会各界的共同努力下，农村电商的发展必将迎来更加美好的明天。我们也应持续关注农村电商的动态变化，不断优化和调整相关策略，确保农村电商在乡村振兴中发挥更大的作用，为农村经济的繁荣发展贡献更多的力量。

参考文献

- [1] 程好, 孙伟. 农村电子商务发展与农村产业升级——基于生产和消费角度[J]. 商业经济研究, 2024(24): 100-104.
- [2] 阎卫峰. 农村电子商务发展中存在的问题及其对策探究[J]. 南方农业, 2021, 15(26): 79-80.
- [3] 周振鹏. 乡村振兴战略下的农村电子商务发展策略[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(23): 143-146.
- [4] 朱洪斌, 游芸佳. 乡村振兴战略下农村电子商务发展路径探析[J]. 现代商业, 2025(5): 60-63.
- [5] 王冬雪. 农村电子商务促进共同富裕发展的困境及对策[J]. 全国流通经济, 2024(19): 44-47.
- [6] 李昱昕. 大数据下农村电子商务发展方式解析[J]. 新农民, 2025(5): 31-33.
- [7] 曹芳玲. 农村电子商务发展的意义及其对乡村振兴的助力[J]. 河北农机, 2024(19): 148-150.