

乡村振兴下农村电商助力乡村全面振兴的路径探究

张光耀

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

随着数字经济的迅速发展,农村电商在乡村振兴战略中发挥着至关重要的作用。近年来,迅速发展的电商技术逐渐应用于乡村全面振兴过程中,为促进乡村经济的发展做出了巨大贡献。农村电商是电子商务的重要领域,担负着推动乡村振兴的重要职责,然而农村电商在助力乡村振兴过程中仍然面临着基础设施不完善、专业人才匮乏、品牌建设薄弱、市场竞争力不足等一系列问题。基于此,本文通过探讨农村电商在乡村全面振兴过程中的当代价值,进一步分析农村电商在助力乡村全面振兴过程中的现实困境,在此基础上提出解决问题的发展路径,激活农村经济活力,助力乡村全面振兴。

关键词

乡村振兴,农村电商,发展路径

Research on the Path of Rural E-Commerce to Help Rural Comprehensive Revitalization under Rural Revitalization

Guangyao Zhang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

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

Abstract

With the rapid development of digital economy, rural e-commerce plays a vital role in rural revitalization strategy. In recent years, the rapidly developing e-commerce technology has been gradually applied to the comprehensive revitalization of rural areas, which has made great contributions to

the development of rural economy. Rural e-commerce is an important field of e-commerce and takes the important responsibility of promoting rural revitalization. However, rural e-commerce still faces a series of problems, such as imperfect infrastructure, lack of professionals, weak brand construction, and lack of market competitiveness in the process of helping rural revitalization. Based on this, this paper discusses the contemporary value of rural e-commerce in the process of rural comprehensive revitalization, and further analyzes the realistic difficulties in the process of rural e-commerce in helping rural comprehensive revitalization. On this basis, the development path to solve the problem is proposed to activate the vitality of rural economy and help rural comprehensive revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Path of Development

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

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，是新时代全面推进乡村振兴、促进城乡融合发展的重要抓手。为进一步落实该文件部署并响应党的二十大精神，推进农村电子商务高质量发展，成为新时期农村地区经济建设的重要举措。乡村振兴战略下，农村电商已成为推动乡村全面振兴的重要引擎[1]。近年来，农村电子商务虽然发展迅速并取得了一定成就，但存在的问题也制约了农村的经济建设进程，弱化了电子商务赋能乡村振兴的预期效应。基于此，在进一步明确农村电子商务发展意义的前提下，深入分析农村电商发展所面临的现实困境，并提出切实可行的纾解困境与创新之策，为推动农村电商高质量发展、实现乡村振兴目标提供理论价值与实践支持。

2. 农村电商助力乡村全面振兴的当代价值

党的二十大报告中强调：“加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。”[2]无论是在产业类别、经济发展和人才培养等领域，还是在生态环境、文化民俗等领域，农村电商在推动乡村振兴的过程中都有着极其重要的经济、社会与文化价值。

2.1. 农村电商助力乡村全面振兴的作用机制

2.1.1. 经济：助力乡村产业振兴

产业振兴是乡村振兴的本质，电子商务也为农村产业的转型升级提供了动力。农村电商在助力乡村产业振兴方面发挥着重要作用，通过扩展农产品销售渠道、降低销售成本、提升农产品附加值等方式，推动着乡村产业的转型升级。一方面，农村电商展现出强大的技术赋能与模式创新能力，有力地促进了农业与加工包装等其他产业的协同发展。另一方面，农村电商还带动了相关产业链的延伸与升级，比如深加工提升附加值、建立健全物流配送体系、数字技术的应用以及电商人才的培育，实现乡村产业链的增值，助力乡村产业振兴。

2.1.2. 社会：助力乡村人才振兴

人才是乡村振兴的关键要素，在实施乡村振兴战略的过程中，人力资源的培育与利用显得尤为关键

[3]。农村电商发展对乡村人才振兴的助力作用显著，其通过创造就业机会、吸引人才回流、提升技能水平、激发创业活力等路径，为乡村构建了“引才、育才、留才”的良性生态。电子商务与农村地区产业的融合发展，也吸引了大量专业人才和地方村民参与到乡村产业发展中，为农村地区提供了大量就业岗位和创业机会，并以此保留了更多的人才资源，助力乡村人才振兴。

2.1.3. 文化：助力乡村文化振兴

习近平总书记指出：“中华文明根植于农耕文明。”[4]农村电商的发展为乡村地区优秀传统文化的继承与弘扬提供了契机，将乡土文化转化为可传播、可持续的经济资源，实现文化价值与市场价值的有效结合。农村电商发展对乡村文化振兴的助力不仅在于经济价值的挖掘，更在于通过数字化手段激活乡土文化基因、重塑乡村文化自信，并推动传统文化与现代文明的有机融合，为乡村文化振兴提供了新路径，助力乡村文化振兴。

2.2. 农村电商助力乡村全面振兴的时代意义

农村电子商务的发展是赋能乡村全面振兴的重要实践，对驱动农村经济高质量发展具有至关重要的作用[5]。农村电商作为数字经济与乡村振兴战略的交汇点，深刻重构了传统农业的生产、流通和消费模式，为乡村经济发展注入了新动能，对于推进乡村全面振兴具有重大意义。农村电商的规模不断扩大，促进了农村经济发展。农村电商打破了市场的地域限制，扩大了农村经济活动的范围，增加了面向更多消费者的可能性。传统的农村经济活动范围小，市场活力有限，农村电商成功打破了距离限制，使交易范围和对象不再受限，即便是地处偏远的小村庄，也能通过电商平台将产品销往全国各地，甚至国际市场。农村电商的发展也创新了新的营销模式，如线上线下相结合的销售模式，这些模式缩短了销售环节，降低了销售成本，增强了产品的市场竞争力。

此外，农村电商还带动了相关产业链的整合与升级，如物流配送体系的优化、数字技术的应用以及电商人才的培育，均为农村电商的持续发展提供了有力支撑。农村电商的发展为乡村文化传播提供了新的平台，使乡村文化也能够产生经济价值，从而激发农民对地方特色文化保护和传承的重视，当文化遗产能够带来经济价值时，能让更多人了解乡村文化并且投入更多资源进行保护。农村电商的快速发展不仅重塑了农村经济形态，还深刻影响着农村社会结构和文化传统，形成了多层次的互动关系。

3. 农村电商助力乡村全面振兴的现实困境

农村电商发展的本质，是围绕“人、货、场”三要素的数字化重构与深度融合，通过打破传统农业经济中的时空限制和资源错配，实现从生产端到消费端的价值跃迁。但是，农村电商的发展过程中仍然面临着基础设施不完善、专业人才匮乏、品牌建设薄弱、市场竞争力不足等一系列问题。农村电商助力乡村全面振兴，并非简单的“技术替代传统”，而是与既有的社会文化结构互动，既要利用技术突破传统束缚，又要尊重地方文化逻辑，在创新中实现乡村长足发展。

3.1. 基础设施有待完善

农村电商与其他电商的场景不同，其发展场景具有显著的特殊性，本身起点较低，加之各地地理条件的差异较大，所以发展难度相对较大。农村电商基础设施薄弱是制约其发展的核心瓶颈，具体表现为物流体系与网络覆盖。部分农村地区物流配送网络不完善，绝大多数的物流网点都分布在乡镇地区，物流配送成本仍处于高水平、低效率，导致农产品不能够及时、高效的运达市场。农村地区的物流基础设施、交通设施依然不够完善，物流网点分布不均衡，农户无论是收件还是发件，还需要面对“最后一公里”的障碍。尤其是农产品营销，更需要“最初一公里”的冷链运输，需要较高的物流条件，但大部分农

村地区的经济发展整体落后，不具备先进的物流条件，这不仅增加了农产品的物流成本，还降低了农产品的新鲜度与质量，弱化了农户想要参与农村电商创业的热情。

此外，依据数字鸿沟理论，农村电商的普及依赖于互联网基础设施的覆盖和农民对新技术的接受度，通过网络基础设施建设缩小城乡数字鸿沟。农村地区尤其是偏远山区，5G网络覆盖不足、信号不稳定，制约了农村电商的发展。物流订单、仓储、运输数据也对网络设备等基础设施产生一定要求，而网络覆盖率低且速度慢，进一步限制电商发展。网络信号的不稳定会导致物流订单信息交易过程中出现中断或延迟，影响了消费者在购物过程中的体验与满意度，进而降低了农村电商在市场中的竞争力。农村电商的网络困境还在于农民数字素养低，农户对于线上购物、电子支付接受度低，传统消费观念根深蒂固，使农户想要参与电子商务创业存在较大困难，农村地区的电商环境亟待进一步优化。

3.2. 专业人才匮乏

电子商务进入农村地区，对于乡村振兴而言既是机会，又是挑战。农村电商的发展需要既熟悉农产品又懂电商技术的复合型人才，相比于城市，农村地区本就没有人才优势。农村地区经济基础薄弱、基础设施落后，导致外来人才不愿留下。农村现有从业者多为农民或者返乡青年，普遍缺乏电商运营、数据分析、品牌营销、物流配送等专业技能。这些专业技能又是农村电商运营所涉及到的几个重点领域，需要具备专业知识与技能的人才来支撑发展，而农村地区的经济基础薄弱、就业机会有限等原因，难以培育和留存这些专业人才。

同时，城市对电商人才的高需求形成虹吸效应，进一步加剧了农村“引才难、留才难”问题[6]。城市提供更高的薪资、更完善的职业发展路径，吸引人才持续外流。农村缺乏职业晋升空间与相应福利，导致人才“引不进、留不住”。农村电商的快速发展对专业人才的需求日益迫切，但当前人才供给与需求之间存在显著缺口，成为制约行业可持续发展的关键瓶颈。据中国农业大学发布的《农村电商人才现状与发展报告》预测，2025年农村电商人才缺口将达350万，尤其是运营推广、美工设计等高技术岗位需求突出。这一缺口主要源于农产品电商的爆发式增长与人才培养体系滞后之间的矛盾。尽管近些年来农村电商的发展为部分乡村创造了新的就业机会，吸引了电商运营、物流配送、网络营销等方面的年轻人就业，但高技术人才的增长速度难以跟上农产品电商的爆发式增长速度。随着5G、AI等技术应用，数字化服务或将成为突破人才瓶颈的关键。

3.3. 品牌建设薄弱

当前，许多农村地区对品牌建设的重要性认识尚显不足，缺乏相应的品牌营销意识和品牌管理能力。农民生产观念较为陈旧，部分农产品的生产者认为他们的产品只要产品好就能卖得好，无须进行品牌化操作，在对电商的经营过程中，更看重产品的生产和销售，忽视了品牌形象塑造和品牌价值提升在市場中的重要作用。与一些知名品牌相比，农产品生产者在广告投放、市场宣传等方面投入不足，品牌推广渠道较为单一，难以在市場中形成品牌影响力。同时，缺乏品牌故事和文化内涵，品牌形象塑造不够鲜明，无法在消费者心中留下深刻印象，导致消费者对品牌的认可度较低。而当今的市場消费者，对于产品的需求是越来越高，对精细、绿色和高端农产品的要求也趋于多元化。在市場的农产品更加丰富的状态下，绝大多数消费者会更倾向于有品牌知名度的农产品。农村电商在快速发展的同时，品牌建设薄弱的问题确实成为制约其可持续增长的重要因素。

3.4. 市场竞争力不足

农村电商市場中，多数农村地区产品主要集中在初级农产品领域，在精细、绿色和高端农产品方面

深加工不足,缺乏差异化竞争优势,农产品种类的同质化现象较为严重。各地大米、水果等农产品在品质、包装、营销上几乎没有明显的差异,缺乏创新和品牌化运营,这导致部分农户在市场中难以脱颖而出,面临着较大的竞争压力。交易成本理论认为,降低交易成本是推动市场扩展的关键。但是,随着市场参与者的增多,消费者在面对众多选择时,通常只能依据商品价格做出选择,这种情况迫使卖家参与到价格竞争中,导致整个行业陷入了低价竞争的恶性循环中,从而增加了交易成本。产品和服务同质化、低端化的现象仍然存在,产业的生命周期较短。不仅压缩了产品的利润空间,还影响了企业的长期发展潜力。此外,农村电商的供应链体系仍然不够完善,进一步加剧了其所面临的挑战。部分农产品受到产品运输时间和运输距离的限制,导致其销量增长和更新换代的速度相对缓慢,在一定程度上影响了消费者的购物体验。尽管农产品在生产规模上不断扩大,但从生产到销售的多个环节仍然存在许多瓶颈,没有重视对产品的质量、种类和售后服务方面的优化,因而从根本上忽略了农村电商推动乡村发展的长期性。

4. 农村电商助力乡村全面振兴的发展路径

4.1. 完善基础设施建设,优化农村电商环境

第一,优化物流配送体系。物流运输体系是制约农村电子商务建设的重要因素,农村地区地处偏远经济落后,以物流为核心的电商环境质量较差,需要通过物流运输体系的进一步建设改善电商环境,助力乡村振兴。首先,建设现代物流体系,在农村地区建设更多物流网点,以此缩短物流距离,提高物流配送效率。例如重庆忠县构建三级物流体系,解决了农产品上行“最初一公里”与物流配送“最后一公里”的问题。其次,优化物流配送体系,搭建数字化、高效化的物流共配系统,降低农产品的流通成本,配合“快递进村”工程,全面普及数智物流平台,借助大数据、人工智能等先进技术分析物流数据,利用无人机进行偏远地区的物流配送,减少运输环节,降低物流成本。最后,完善冷链物流设施,做好冷链物流系统建设,注重农产品在运输、储存、配送等关键环节的保鲜,从而降低农产品的损耗,确保产品品质。

第二,加强网络设施建设。实现5G网络在农村地区的全覆盖,已成为农村电商基础设施升级改造的重要环节。利用网络技术提高物流信息化水平,为农村电商发展提供坚实的技术支撑。通过大数据、云计算、物联网等先进技术手段,对农产品物流信息进行实时采集、分析和处理,提高物流调度的精确性,减少农产品在流通环节中的损耗。政府应发挥对偏远农村地区的网络基础设施建设的统筹引领作用,全面升级传统信息基础设施,推动农村地区的网络覆盖和信号优化。例如浙江通过数字基建引领农村电商新高地。此外,加强对于农户的电子商务的基础知识培训,帮助农户了解线上购物、电子支付的相关消费方式,提高农民的数字素养,为农村电商的发展创造良好的网络环境。

4.2. 培养引进电商人才,提升电商发展质量

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[7]。第一,制定乡村人才振兴战略。人才振兴为乡村振兴提供智力支撑,全面贯彻落实国家关于推进农村电商发展及人才培养的相关政策和措施,为电商人才的培育提供良好的发展环境。与城市公共服务水平相比,乡村地区长期处于经济落后状态,应促使公共资源向农村地区倾斜,提升网络建设、教育质量,改善交通环境等,不断完善乡村地区的基础设施建设,吸引高素质人才进入乡村发展,为乡村地区电商发展引进高素质专业人才。第二,制定相应的人才引进政策。政府可以通过出台相应的优惠政策,如创业资金、社会保障、住房和子女教育等方面,为返乡创业就业人员提供良好的环境。例如安徽省淮南市凤台县通过出台《电商人才创业扶持办法》,对电商人才提供创业贷款、流量补贴、品牌推广等支持。企

业也可以通过提供具有吸引力的薪资福利、营造良好的工作氛围以及提供广阔的职业发展空间，吸引城市优秀人才投身农村电商领域。与此同时，也应重视推动农村经济的全面发展，完善电商人才培养制度，通过线上教学与线下实践相结合培育人才，创造更多就业岗位和创业机会，以保留更多的人才资源。第三，加强校企合作。推动高校、职业院校与农业企业、电商平台建立合作关系，建设电商直播等多种人才孵化基地，培养专业型、复合型电商人才，共同搭建人才培养平台，加强校企合作，实现资源共享和优势互补。农村电商人才培养必然离不开高校，高校在培养农村电子商务人才时，通过校企合作项目，为学生提供实践机会，促进理论与实践的结合，为农村电商的发展提供适配型精英人才。

4.3. 培育地方特色品牌，创新品牌推广模式

农产品地方特色品牌的培育，是推动地方经济发展、提升文化影响力的重要手段，是提高农村电子商务竞争力的重要保障。要想借电子商务推进乡村振兴，必须把重点放在培育地方特色农产品，通过品牌推广模式的创新，促进品牌影响力的持续提升。第一，提升品牌培育意识。结合农村各地区的实际情况，着力打造有知名度的区域电商品牌，挖掘农产品核心价值，打造差异化定位特色产品，例如包括柳州螺蛳粉、阳澄湖大闸蟹、五常大米、云南普洱茶和景德镇陶瓷等，发挥特色企业的优势，联合农户对这些特色农产品进行品牌包装，做好高质量选品、包装设计、物流和售后服务等各个环节，用产品的品牌换取市场的良好口碑。通过电商促进农村特色产业的集聚发展，形成规模效应。此外，政府和特色企业可以开展专题讲座、品牌建设培训会等多种方式，帮助农村电商从业者明确品牌建设的重要意义，提升他们的品牌管理与应用能力。第二，创新品牌推广方式。在特色品牌培育的基础上，如何创新品牌推广模式，从而提高品牌的市场影响力和知名度，是农村电商发展的又一重大难题。除了现有模式之外，可以搭建专门的农产品电商平台，集中展示和销售各类农产品，提高品牌曝光度，还可以运用“直播+融媒体”等线上方式引流，吸引更多农户和消费者参与其中，营造更加浓厚的电商品牌推广氛围。在品牌定位上，重视农产品包装设计，将地域特色融入品牌内核，全方位提升农产品品牌的知名度和影响力。

4.4. 创新农村电商模式，加大政策扶持力度

创新农村电商营销模式，是推动农村经济转型升级、实现乡村振兴的重要动力[8]。随着数字技术的快速发展和消费需求的变化，传统农村电商模式面临着产品质量不一、同质化竞争、供应链效率低、市场覆盖不足等问题。通过模式创新，可以突破传统限制，激活农村资源潜力，推动农村电商的可持续发展。首先，强化产品核心竞争力。通过建立农产品质量标准体系，确保农产品标准化与品质提升，还可以通过深加工提升附加值，满足消费者对安全、新鲜、高品质、个性化产品的需求。其次，推动产品的差异化。农村地区有其独特的文化特色与旅游资源，可以通过挖掘地方特色与文化价值，结合地方文化、传统工艺，讲好产品故事。同时，将农产品与乡村旅游结合，开发丰富多样的文旅产品，例如“农产品+乡村旅游”。如重庆奉节立足本地优势旅游资源，着力打造特色采摘体验路线，将旅游业和脐橙产业紧密结合，推动乡村振兴。最后，优化供应链与产品多元化渠道布局。根据供应链管理理论，电商通过整合供应链各环节提升效率。推动稳定的农产品供应基地建设，确保产品质量。在城市中设立农村电商产品的线下体验店，展示并销售当地特色产品，消费者可以亲自体验产品的品质和特色，增强消费者互动，并且可以在线上平台完成购买，实现线下体验与线上购物相结合的营销模式。

此外，政府可以根据农村电商发展的不同情况与需求，精准制定扶持政策。政府应推出更多支持农村电商发展的政策措施，加强对农村电商发展薄弱环节的投入，比如基础设施建设、人才培养、物流运输等方面，给予精细化的帮扶措施。在政策支持的基础上，制定相关优待政策，为农村电商人才能够长期留在农村创造条件，持续为农村电商发展注入动力。另外，建立健全农村电商监管体系，通过加强农

产品的质量标准、物流配送标准、消费者权益保护等方面监管，规范市场秩序，营造公平竞争的市场环境。

5. 结语

在数字化浪潮中，农村电商成为乡村全面振兴的重要引擎。农村电子商务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，是助力乡村全面振兴的重要举措[9]。然而，农村电商发展的过程中仍面临诸多问题，如基础设施不完善、专业人才匮乏、品牌建设薄弱、市场竞争力不足等。因此，在乡村振兴背景下，有必要通过电商环境的优化、特色农产品品牌的培育、人才的培养、电商模式的创新和政策的支持，助力农村电子商务破茧成蝶，让乡村振兴真正成为内生驱动的可持续发展进程。在这一进程中，农村电商不仅可以解决自身发展中存在的问题，还能为乡村经济的多元化发展提供有力支撑，激活乡村经济活力，进而为实现乡村全面振兴贡献力量。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 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: 在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022: 10.
- [3] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [4] 中共中央党史和文献研究院. 习近平关于“三农”工作论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2019.
- [5] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022, 394(10): 161-168.
- [6] 郑旭刚, 周闯, 张抗私. 农村电商发展如何影响农民外出就业——来自中国乡村振兴调查数据的证据[J]. 山西财经大学学报, 2025, 47(2): 15-28.
- [7] 黄伟. 乡村振兴背景下广西农村电子商务创新发展策略探究[J]. 商场现代化, 2025(7): 29-31.
- [8] 张端民, 刘宏达. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴策略研究[J]. 投资与创业, 2025, 36(6): 194-196.
- [9] 刘东莉. 现代化乡村治理背景下农村电商发展路径研究[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(16): 92-95.