

数商兴农背景下农村电商发展困境与优化路径研究

沈青青

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月23日; 录用日期: 2025年5月8日; 发布日期: 2025年6月9日

摘要

作为有效推动农产品上行、促进乡村发展的新引擎, 农村电商对于数字乡村建设不可或缺。在“数商兴农”的大背景下, 大力发展农村电商对于增加农村就业岗位、拓展农产品销售场域、重塑乡村经济生态都具有极其重要的意义。但随着外部环境的不断变化, 农村电商发展也逐渐面临专业人才缺口加大、物流配送服务体系建设相对落后、售前售后服务质量有待提升等种种困境。对此, 本文以数字技术为切入点, 提出“加强本地人才培养, 完善人才引进机制”、“扩大物流网络覆盖面, 完善物流配送体系”、“构建专业服务团队, 助力服务质量提升”等三条优化路径。以期突破农村电商发展的现实困境, 助力其高质量发展。

关键词

数商兴农, 农村电商, 发展困境, 优化路径

Research on the Development Dilemma and Optimization Path of Rural E-Commerce under the Background of Digital Commerce Promoting Agriculture

Qingqing Shen

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 23rd, 2025; accepted: May 8th, 2025; published: Jun. 9th, 2025

Abstract

As a new engine to effectively promote the upward movement of agricultural products and promote rural development, rural e-commerce is indispensable for the construction of digital countryside. Under the background of “digital commerce promoting agriculture”, vigorously developing rural e-commerce is of great significance for increasing rural employment, expanding agricultural product sales fields, and reshaping rural economic ecology. However, with the constant changes in the external environment, the development of rural e-commerce has gradually faced various difficulties, such as the increasing gap of professional talents, the relatively backward construction of logistics and distribution service system, and the quality of pre-sales and after-sales service to be improved. In this regard, the paper takes digital technology as the starting point, and puts forward three optimization paths, such as “strengthening local talent training, improving talent introduction mechanism”, “expanding the coverage of logistics network, improving the logistics distribution system”, and “building a professional service team to help improve service quality”, in order to break through the realistic dilemma of rural e-commerce development and help its high-quality development.

Keywords

Digital Commerce Promoting Agriculture, Rural E-Commerce, Development Dilemma, Optimized Path

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

近年来,随着数字时代的发展,数字信息与人工智能等尖端技术正深刻驱动着传统乡村进行数字化转型与升级。与此同时,作为能有效利用数字技术以切实推进产业振兴的电子商务也逐渐落地乡村。农村电商也因此逐渐成为能有效链接乡村与外部世界的桥梁。农村电商的出现与发展,一方面在乡村内部创设了诸多就业岗位,从而推动了乡村产业的振兴。另一方面,它为具有乡土特色的农产品和农业加工品拓宽了输出渠道,进而提升了特色乡村的知名度和声誉。在国家大力推动数商兴农的背景之下,乡村产业振兴与数字乡村建设均面临着新形势、新任务、新要求。作为与全球对接的重要数字窗口,农村电商的高质量发展恰能有效助力上述二者的行稳致远[1]。但乡村内部的既存短板及因其不适配于数字时代而引发的种种问题却始终桎梏着农村电商的长远发展。对此,有必要深入探讨数商兴农背景之下大力发展农村电商的意义。并就农村电商发展的现实阻力与困境进行探析,再从可行性角度出发提出对应的优化路径。以推动数商兴农大背景下农村电商的系统化、规范化、长远化运行。

2. 数商兴农背景下发展农村电商的意义

2.1. 增加农村就业岗位

近年来,电子商务逐渐落地并深耕乡村。农村电商的日益兴起在乡村衍生出一种新型就业模式——“家门口就业”。该模式为农村劳动力或直接或间接地提供了多层次就业机会。

一方面,农村电商自身的建设发展以大量劳动力为基础,这就直接在农村增设了诸多就业岗位。同

时,电商产业链覆盖从网店运营、直播带货到物流配送、产品包装等环节,直接吸纳了大量农村劳动力。以山东曹县为例,当地依托汉服电商产业,围绕汉服设计、生产、销售等方面,新设了许多就业岗位。这不仅有效解决了当地农村劳动力就业问题,还吸引相当比例的青壮年劳动力返乡建设。此外,随着网络技术的迭代发展,农村电商门类下的农村直播电商已大力普及,并催生了“新农人主播”群体。农村直播带货成为农村劳动力的另一就业渠道。

另一方面,农村电商的发展势必会与农产品种植与加工、冷链物流等上下游产业以及乡村旅游等附加产业形成关联效应。当地便可通过推动农村电商的发展,带动种植、粗细加工、文旅等产业协同发展,由此创造对应的就业岗位。即,在助力地方经济发展的同时,还可有效缓解当地劳动力的就业压力。并形成“一业兴、百业旺”的乡村发展格局。

此外,在国家政策的大力支持下,诸如拼多多、抖音等优质平台推出了针对农业创作者的帮扶计划。旨在通过流量扶持、技能培训、电商赋能、资源对接对农民个体、返乡青年、农业企业与合作社、乡村文旅从业者等进行定向帮扶,降低其创业门槛,促进劳动力转化为农村电商创业者。而农村电商创业者又能在一定程度上带动周边人群的创业与就业。由此形成“一人创业、多人就业”的倍增效应。

2.2. 拓展农产品销售场域

在数商兴农战略的推进下,农村电商凭借其数字化、网络化、智能化优势,从空间、时间两维度出发,助力破解乡村农产品销售困境。农村电商不仅打破了传统农业“产供销”的物理空间限制,推动传统农村商业交易模式进行现代化变革。还有效利用数字网络的实时性与便捷性等特点,助力实现产品的错峰销售,有效降低了乡村特色农产品的滞销风险。

传统的农村商业交易模式受到场域地理位置极大地限制,主要采取乡村经纪人代收、个体在农贸市场进行零售、集中货品至批发市场整售等模式[2]。传统模式下,农村所处地理位置的局限增加了农业产品的运输成本、桎梏了农业产品销售的辐射范围。加之市场信息的天然匮乏与部分农产品不易保存的特性,农村传统商业交易的范围与所涉金额通常十分有限。而农村电商的出现与蓬勃发展则突破了地理空间的限制,推动了农村商业交易模式的更新迭代,农业产品的销售场域也因此得到极大拓展。

与此同时,在迅猛发展的数字技术支持下,乡村农产品借由农村电商这一形式将乡村农产品销售重心由线下转为线上,其所面向服务的客户也同步扩充至全国乃至国外市场。农村电商的发展为乡村农产品销售开辟了新的市场,线上平台则促使农产品交易释放更大活力。具体而言,农村电商凭借冷链仓储与预售模式,普遍拉长了乡村农产品的销售周期。尤其是诸多地方特色农产品,如陕西洛川苹果、广西百色芒果等,更是通过“季产年销”模式,实现全年不间断供应。此外,商家还可充分利用农村电商的数字化优势。即借助平台销售数据的分析优化下一季度的种植计划,有效降低农产品滞销风险。

2.3. 重塑乡村经济生态

乡村传统的经济生态通常由农业生产所主导,并以与市场联系有限的小规模经营为基础[3]。同时,乡村内部产业结构较为单一,劳动力流失形势严峻。也正因此,其内部生产效率较低,市场竞争力也相对较弱。在国家大力推动现代化建设的趋势下,上述这种传统的乡村经济生态极难与常变常新的现代社会相适配。而农村电商的出现则为乡村注入了新的发展与革新动力。

具体而言,农村电商通过激活就业“存量”与拓展市场“增量”,正在重塑乡村经济生态。但是其价值却不仅仅体现在增加农村就业岗位与拓展农产品销售渠道这两方面,而更在于推动农民身份从“生产者”向“经营者”的转换,以及借助相关技术与平台使个体农户与现代农业间得以有效衔接。

就前者而言,农村电商的介入为农民自身带来的诸多机遇。随着电子商务逐步深耕农村,智能技术

与相关平台也渐渐为农民所用。智能技术的入驻让农民从繁重的农业生产中解脱，农民不再只是单纯的“生产者”。而相关平台的存在与使用则为农民身份从“生产者”向“经营者”的转变提供了充足动力。就后者而言，在以往的乡村经济生态下，个体农户未能与现代农业实现有机衔接的关键在于信息差。信息差的存在严重阻碍了乡村农产品市场供需关系的优化。换言之，农户并不清楚各类农产品的总体市场需求大小与季节性市场需求差异。因此农户的种植计划与市场需求间存在错位。而沟通渠道则是破除既有信息差的关键。农村电商的出现恰恰为个体农户提供了一个实时便捷沟通渠道，使得农户不再囿于脚力辐射范围，而是直接与来自国内外的消费者进行对接。如此，个体农户便有机衔接于现代农业，而乡村经济生态也就此被重塑。

3. 数商兴农背景下农村电商发展的现实困境

3.1. 人才流失严峻，人才缺口加大

在数字经济时代下，农村电商已经成为能有效链接城乡、推动农村经济转型升级的关键力量。但人才紧缺这一结构性问题却始终桎梏着农村电商的长远发展。

一方面，农村地区相较于城市本身就缺乏相关专业人才，加之严重的人才流失问题，使得农村地区的人才储备更加捉襟见肘。具体而言，农村电商的发展有赖于一定的技术人才与管理人才储备。前者可从智能技术、网络营销、数据分析等维度提供技术支撑。后者则能运用现代化管理理念在产品运营、市场拓展、品牌建设等方面实现突破。在先进技术的大力支持与先进经验的高效指导下，农村电商自然能行稳致远。然而农村地区都普遍匮乏上述两类人才，农村电商也相应地并不具备良好的发展基础。同时，基于城乡在生活条件与教育医疗水平方面的较大差距，以及农村企业普遍较小的经营规模与有限的职业发展空间。农村地区对优质人才的吸引力与挽留力不足，于是人才流失形势愈发严峻。

另一方面，农村地区在专业人才的内生培养机制和外部引进政策方面均存在不足，这导致农村电商发展的动力源泉无法得到有效补充和增强。总体来看，农村地区缺乏对应的电商教育培训资源。现有的培训体系常常面临培训内容与实际需求不匹配的问题。同时，高校、科研院所与企业之间在人才培养和技术创新方面缺乏有效的衔接，造成了产学研的脱节。因此，农村电商难以从内部培养体系中获得高质量的人才资源补充。此外，地方政府在人才引进政策上的支持力度和激励措施尚需加强。同时，当前人才评价体系过于侧重于学历、从业经验和职称等硬性指标，形成了评价的定势。这种状况导致农村地区对优秀人才的吸引力不足，并且不利于激发人才的创新创造潜力。

3.2. 物流配送服务体系建设相对落后

在“数商兴农”的大潮中，电子商务的进驻为农村地区经济生态注入了新的活力。然而，农村地区的物流配送服务体系建设尚不健全，这不仅为用户带来不佳的消费体验，还极大地制约了农村电商的持续发展。具体来看，农村地区的物流配送服务体系主要在以下两方面有待优化。

其一，农村地区的基础设施与服务网络发展相对滞后。农村公路等基础设施的完善，对于促进农村电商的高质量发展至关重要。尽管在“十四五”规划期内，“四好农村路”建设项目取得了显著成效，但农村交通条件的差异仍然显著，这不仅影响了物流配送的效率，也增加了物流运输成本。同时，仓储、分拣等物流基础设施的不足，严重制约了农村电商物流服务网络的建设。这些基础设施的落后状况，对农村电商物流服务的规模和质量产生了不利影响，使得物流企业在农村地区的配送服务效率低下。此外，农产品，尤其是生鲜类产品，对储存和运输条件有严格要求。然而，农村地区的仓储设施不仅落后，而且缺乏必要的冷链物流设施，这进一步加剧了物流服务的难题[4]。

其二，农村地区尚未形成健全的物流配送体系。由于农村人口分布和居住点较为分散，相较于城市，

现有的物流配送成本更为昂贵。这导致农村电商在前期需要更高的投入，为了确保盈利，商品销售价格不得不上调。同时，许多乡镇和村庄的物流网点稀疏，配送范围受限，难以建立起一个完整的物流网络，物流配送的规模效应也难以实现。结果是，消费者通过农村电商平台购物时，往往会面临商品价格高于其他平台、物流周期更长的问题，这无疑影响了他们的购物体验和对农村电商的整体印象。

3.3. 售前、售后服务质量有待提升

在“数商兴农”的大趋势下，农村电商展现出了广阔的发展潜力。然而，作为服务业的一部分，服务质量是其生存和发展的根本。尽管农村电商已经取得了一定的成绩，但在商品销售和售后服务的两个关键环节，其服务质量仍需进一步优化和提升。

在商品销售过程中，商品信息的准确度、商品质量、销售服务水平、商品购买的便捷度等因素都会对农村电商的竞争力产生直接影响。首先，农村电商经营者往往不具备专业的电商运营知识，这导致在商品销售页面的信息描述，以及直播带货时的商品讲解中，普遍存在信息不全、过度宣传乃至虚假宣传的问题。这些问题不仅增加了消费者获取真实、全面商品信息的难度，也使得消费者对农村电商的专业性和信誉度产生了质疑。其次，农村电商的商品来源渠道多样，但由于经营者缺乏专业培训和运营经验，他们很难有效地统一和管理来自不同渠道的农产品质量。因此，农村电商的商品质量控制风险显著增加。商品质量的参差不齐不仅会损害消费者的购物体验，还可能对农村电商的品牌信誉和形象造成负面影响。

再次，农村电商经营者通常没有接受过专业而系统的培训，导致他们在服务意识、服务质量和响应速度方面整体落后于城市电商。这种情况不仅降低了消费者对农村电商的好感，还容易让消费者形成对农村电商的负面印象，这对提升农村电商的市场竞争力十分不利。最后，面对技术人才短缺的现实问题，农村电商平台在网站设计、操作流程以及支付系统等方面相较于城市电商显得稍逊一筹。这不仅影响了商品的前期包装和推广，还直接减少了消费者在浏览商品、搜索以及购买支付等环节的体验感，从而降低了消费者的购买欲望和对农村电商的信任度。

4. 数商兴农背景下农村电商发展的优化路径

4.1. 加强本地人才培养，完善人才引进机制

根据抖音电商发布的统计数据，2022 年全国共有 28.3 亿笔农产品订单通过抖音平台销售，覆盖了 8 个省份的 146 个县市[5]。随着农村电商的快速普及，农村地区的专业电商人才缺口逐步扩大。专业的技术人才与管理人才是决定农村电商能否实现高质量发展的关键引擎。针对目前农村电商人才引不来、留不住、难培养的现状，可尝试采取内生培育与人才外引并行的方式进行缓解。

其一，深入挖掘并系统地培养本地潜在的人才资源。农村电商可以与当地的职业院校和培训机构建立对口合作关系，共同开设面向学生和农村电商从业者的一系列技能培训课程。此外，双方合作还可以致力于打造一个完善的人才培养与输送机制，使得经过这些院校和机构培训并合格的人才，能够绕过人才市场的中间环节，直接与农村电商平台实现对接。

其二，显著增强人才引进政策和外来人才激励措施。地方政府应积极响应党中央和国家的要求，支持数商兴农工程的有效实施和持续发展。具体来说，可以通过推出一系列优惠政策，如住房补贴、税收减免、解决子女义务教育阶段的入学问题等，来吸引技术和管理人才加入农村电商领域。同时，为了激励外出务工的农村青年返乡创业，还可以提供创业资金支持、银行免息贷款、场地租赁优惠以及购买政策支持等多方面的帮助。

其三，建立专门的农村电商人才引进平台。首先，我们可以尝试创建一个专门的招聘平台，专注于农村电商领域的人才招聘，并定期举办招聘会、行业论坛等活动，以便从高校和行业内直接吸引人才加

入农村电商企业。其次，可以探索与高校及研究机构建立外部专家引入机制，通过短期聘请或派驻专家的方式，让电商领域的专业人士入驻农村，为当地农村电商企业提供技术指导和经验分享。

4.2. 扩大物流网络覆盖面，完善物流配送体系

农村电商现有物流服务网络与配送体系尚未完善的关键在于诸多电商相关基础设施建设尚未完全，以致物流配送覆盖范围与配送能力有限。对此，可从两方面进行优化提升。

一方面，政府可加大对相关领域的政策支持与资金投入力度。如通过为农村电商企业提供专项财政补贴等方式，为企业前期投入加码，使其能在农村下属乡镇派驻更多物流服务点，以此助力企业构建覆盖面更广的物流服务网络。同时，地方政府还应持续响应中共中央、国务院对农村公路等基础设施建设的重要关切，持续关注所在地的农村基础设施建设情况，以改善农村电商物流配送条件。

另一方面，在政府的大力帮扶下，农村电商自身也应进行持续反思与革新。首先，可有效利用乡镇物流集散中心，构建成体系的多级物流配送体系，以实现商品的快速分拣、配送。其次，可与第三方物流企业合作，借助其较为成熟的物流网络体系与高质量的物流配送能力以提升配送效率[6]。最后，还可尝试创新物流配送模式。如推广“邮政 + 物流”模式，充分发挥邮政服务网络覆盖面广与其余第三方物流配送速度快的优势，在确保物流服务面向各地消费者的同时又兼顾了配送速率。

此外，针对大多数农产品，尤其是生鲜类农产品不易保存的特性，农村电商有必要加强自身冷链服务建设。在前期投入资金有限的情况下，农村电商或可与当地农产品加工企业与合作，由电商企业出资引入先进的冷链技术与设备；由加工企业出资建设区域性冷链仓储设施与冷链物流中心；由双方共同出资培养本地冷链物流人才。如此一来，对于农村电商企业而言，其以相对较低的成本切实增强了自身冷链服务。对于加工企业而言，其在免费获得冷链技术支持的前提下，还与电商企业达成稳定的长久合作。二者就此实现共赢。

4.3. 构建专业服务团队，助力服务质量提升

服务质量是决定农村电商是否能实现持续化发展的关键因素。就目前农村电商的整体服务质量来看，较之城市电商，无论是在售前还是售后环节都存在一定差距[7]。为有效提升农村电商售前、售后服务质量，可以采取以下两类措施。

农村电商售前服务的痛点问题主要集中于因农村电商经营者缺乏相关运营知识与经验缺乏而导致的商品运营与商品质量把控失误。而这又不可避免会对消费者的购物体验与农村电商自身信度产生不利影响。对此，农村电商经营者有必要打造专业的售前服务团队，包括运营团队与品控团队。前者由熟悉产品知识和市场动态的专业人才构成，能够实现特色农产品的有效推广与品牌打造。后者的工作重心在于借助专业知识构建一套成体系的选品流程，包括产品标准的确立，产品输入渠道的合并与固定、产品质量的把控等。

提升农村电商售后服务质量可从三方面出发。其一，制定一套明确的售后服务规定，包括退换货流程、产品维修服务、消费者投诉意见处理。合理清晰且成体系的售后服务规则有利于提升消费者对农村电商的观感与信任。其二，设立专业的售后服务团队，可采取智能系统 + 人工的模式。前者对常见问题进行自动识别与反馈。后者的存在确保消费者的咨询与投诉能得到及时响应。如此，可直接提升农村电商售后服务质量。其三，充分发挥电子商务智能化的优势，利用农村电商平台对客户售后服务记录与消费后的评价反馈等数据进行收集。在此基础上建立客户数据库，用以针对性指导农村电商提升售后服务质量。

5. 结语

目前，数字化转型升级已成全球共识。随着国家政策的深刻关怀与数字技术的不断迭代，农村地区

融入这一时代发展大趋势变得愈发容易。作为一个能有效链接乡村与外部世界的数字化产物，农村电商日益深耕农村并实现高质量发展具有重要意义。尽管其目前仍面临人才、物流、服务等维度的发展困境。但值此数商兴农背景，农村电商发展兼具国家政策关怀与地方政府支持。因此，其在可预见的未来对既有发展局困境进行逐一突破指日可待。

致 谢

对于本文所引用的参考文献及借鉴的相关思想的所有者表示感谢。

参考文献

- [1] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [2] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展 促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65, 76.
- [3] 王爱武. 乡村振兴下农业经济发展的机遇及对策探讨[J]. 市场周刊, 2025, 38(10): 79-82.
- [4] 许淑颖. “互联网+”背景下的农村电商发展现状研究[J]. 商场现代化, 2023(9): 30-32.
- [5] 李锐. 数商兴农战略下农村电商人才培育策略[J]. 农业产业化, 2025(2): 133-135.
- [6] 高滢楠. 数字经济背景下农村电商发展困境及应对策略[J]. 农村科学实验, 2024(22): 190-192.
- [7] 马耕. 河南农村电商发展现状及策略探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(10): 107-109.