

电商经济助力乡村振兴的作用机理、挑战瓶颈及应对路径

郑翕月

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年4月21日; 录用日期: 2025年5月6日; 发布日期: 2025年6月11日

摘要

数字经济背景下, 电商经济以其独特的优势, 为乡村振兴注入了新的活力。农村电商赋能乡村振兴的作用机理体现在拓宽农产品销售渠道, 增加农民收入; 吸引人才回流; 驱动农村相关产业融合发展, 促进农村经济多元化。但在现实中, 电商经济赋能乡村振兴面临着农村基础设施建设相对落后、农产品质量把控与品牌塑造难题、电商人才储备不足等困境。鉴于此, 可通过全力推进农村基础设施建设、提升农产品质量强化品牌建设、加强电商人才培养与引进来优化电商经济赋能乡村振兴的实践。

关键词

电商经济, 乡村振兴, 应对路径

The Mechanism, Challenges and Countermeasures of the E-Commerce Economy in Promoting Rural Revitalization

Xiyue Zheng

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Apr. 21st, 2025; accepted: May 6th, 2025; published: Jun. 11th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the digital economy, the e-commerce economy, with its unique advantages, has injected new vitality into rural revitalization. The mechanism of how rural e-commerce empowers rural revitalization is reflected in broadening the sales channels of agricultural products, increasing farmers' income, attracting the return of talents, driving the integrated development of

related rural industries, and promoting the diversification of the rural economy. However, in reality, the e-commerce economy's empowerment of rural revitalization faces dilemmas such as the relatively backward construction of rural infrastructure, the challenges of quality control and brand building of agricultural products, and the shortage of e-commerce talent reserves. In view of this, the practice of the e-commerce economy empowering rural revitalization can be optimized by fully promoting the construction of rural infrastructure, improving the quality of agricultural products and strengthening brand building, and strengthening the cultivation and introduction of e-commerce talents.

Keywords

E-Commerce Economy, Rural Revitalization, 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

2021年2月21日,中央一号文件《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》发布,文件明确提出要全面促进农村消费,改造提升农村物流基础设施,深入推进农村电子商务发展,加速农产品进城,进而有效推动城乡生产与消费对接的若干发展政策。

近年来,互联网信息技术蓬勃兴起,数字经济迅猛发展,为农村地区与城市之间要素、资源的高效流动以及农村电商经济的腾飞筑牢根基。在技术革新与经济转型的双重驱动下,城乡之间原本存在的地域壁垒逐渐被打破,资金、人才、信息等关键要素得以加速流通,为农村电商经济的繁荣发展创造了有利条件。与此同时,农村电商经济的发展面临诸多挑战,包括基础设施建设的相对迟缓、农产品质量及品牌建设难题、专业人才队伍的匮乏等挑战瓶颈。为进一步推动电商经济助力乡村振兴,需着重实施一系列核心策略,例如推进农村基础设施建设、提升农产品质量强化品牌建设、加强电商人才培养与引进等。

2. 电商经济助力乡村振兴的作用机理

2.1. 农产品销售渠道拓宽,农民收入增加

传统农产品流通体系受地域限制,形成局部市场的供需格局,而电商凭借互联网无边界的特性,运用网络外部性原理,将分散的局部市场整合为全国乃至全球统一大市场。随着参与网络交易的消费者和商家数量不断增加,每个参与者获得的价值呈指数级增长,农产品销售的市场规模得以几何式扩张。以淘宝、京东等综合性电商平台为例,这些平台依托网络基础设施与数字化运营,汇聚了海量消费者。各地特色农产品借此突破地域限制,在全国乃至全球市场展示销售。消费者通过网络终端简单操作,就能购买到偏远山区的农产品,充分展现了电商平台在拓宽农产品销售渠道上的巨大效能。

在传统农产品销售范式中,农产品自农户流向消费者需历经多重中间环节,涵盖批发商、各级零售商等。在这一冗长的供应链条中,各环节主体基于自身利益诉求参与利润分配,农民所获收益极为有限。依托电商平台,农民得以与消费者实现直接对接。电商平台通过构建直接的产销对接机制,遵循科斯定理中关于降低交易成本的逻辑,减少了中间环节的资源消耗和利润截留。农户直接面向消费者销售,能够及时获取市场需求信息,精准调整生产,避免资源浪费,提高资源配置效率。一方面,减少了中间环

节的运营成本与加价空间；另一方面，农户得以获取更为完整的产品销售利润，进而实现收入水平的显著提升，有力推动了农业经济效益与农民福祉的增进。

2.2. 增加就业机会，为乡村振兴注入新活力

“受城乡二元化发展影响，乡村贫穷落后的刻板印象限制了资金、人才、信息等资源流入乡村，造成乡村发展动力不足，不利于乡村振兴战略的实施。” [1]

“农村电商发展减少农民外出就业，表明农村电商发展能留住农民，壮大乡村振兴的主力军。” [2] 在市场经济运行机制下，资本的逐利本性促使其向生产效率高、利润回报丰厚的产业部门集聚。伴随资本的集中投入，这些产业对劳动力的筛选标准不断提高，倾向于招聘具备专业技能、知识素养的产业工人。农村边缘劳动力由于受教育程度有限、缺乏专业培训，在就业市场中难以满足这类产业的用人需求，逐渐被主流就业领域边缘化。而政府通过一系列政策干预扭转了这一局面。为扶持农村电商经济发展，政府推出土地流转政策，将分散的土地资源整合，为涉农电商企业扩大生产经营规模提供空间；实施税收优惠政策，减免企业运营过程中的税费负担，增强企业市场竞争力等。这些政策举措改善了农村电商产业的发展环境，吸引资本向农村和农业领域流动，推动涉农电商产业快速发展。随着电商经济在农村的蓬勃兴起，农产品分拣、包装、线上销售、物流配送等环节催生出大量就业岗位，这些岗位对劳动力技能要求相对较低，为农村边缘劳动力提供了就业机会，实现了政府政策投入与农户收益增长的良性循环[3]。

2.3. 驱动农村相关产业融合发展，促进农村经济多元化

传统的农村经济长期高度依赖种植业、畜牧业等传统产业，传统农村经济依赖单一产业，资源利用效率低，而电商通过互联网打破信息壁垒，依据比较优势原理，挖掘各地特色资源，实现资源重新整合与高效配置。例如，将农产品资源与旅游资源结合，让农业生产与旅游服务相互赋能，产生协同效应，创造出“1+1>2”的经济效益。随着互联网技术的广泛普及与应用，发展农村电商经济成为破解农村经济发展困境的重要途径。通过因地制宜的策略，整合各地区独特的优势资源，将农产品与旅游资源进行科学合理地适配，能够有效激发乡村旅游业的活力，推动农业与旅游业的协同发展，进而实现农村经济的多元化增长，极大地提升乡村经济的潜在效益。

电商平台功能多元，不仅能够承担农产品的销售重任，还能成为乡村旅游资源以及文化创意产品的宣传推广阵地。部分乡村借助电商平台，全方位展示当地的旖旎自然风光、深厚民俗文化，成功吸引大量游客前来观光游览。与此同时，利用电商平台售卖乡村手工艺品、特色民俗文化产品等，有力带动了乡村文化创意产业的兴起与发展，为农村经济多元化注入新动力。

3. 电商经济助力乡村振兴的挑战瓶颈

3.1. 农村基础设施建设相对落后

农村电商经济的发展与网络、物流等基础设施紧密相关。在经济发达农村地区，完善的网络设施和发达的物流体系，有力支撑了农村电商的蓬勃发展，电商经济水平普遍较高。而欠发达农村地区，虽网络初步覆盖，但信号差、速度慢，且农村专属信息网站和数据平台匮乏，难以提供充足数据与信息服务，严重制约农村电商经济的拓展，成为其发展的阻碍。“第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2023 年 12 月，我国农村地区互联网普及率为 66.5%” [4]。尽管近年来农村地区互联网普及率呈稳步上升态势，但相关数据显示，仍存在大量农村区域未能实现互联网的全面覆盖。在此情形下，农民获取网络信息的渠道受阻，难以高效、便捷地获取市场动态、产品资讯等关键信息。信息流通的不

畅，无疑对农村电商产业的发展形成了明显掣肘，限制了农村电商在市场拓展、产品推广、供应链优化等多方面的推进，成为农村电商产业蓬勃发展道路上的一大障碍。

3.2. 农产品面临质量把控与品牌塑造难题

首先就是农产品质量参差不齐的问题。农产品的生产缺乏一套系统且统一的生产标准，且质量监管体系存在漏洞，致使部分农户在农产品生产过程中，会出现农药、化肥过度使用等不当行为，进而严重影响了农产品质量的稳定性。从市场实际情况来看，即便为同一品类的农产品，因出自不同农户之手，在外观形态、口感风味以及内在品质等多个维度均呈现出较大的差异性，这无疑大大地降低了消费者的购买体验，同时也对农产品市场口碑与销售前景产生了负面效应。

其次就是农产品的品牌效应问题。“农村电商产业要想实现长期发展，就必须科学正确地规划行业品牌效应和产业结构。然而，目前农村电商仅限于简单的辅助包装商品，没有深入进行产品开发设计和规模化产品生产。”^[5]在当前农村电商发展阶段，针对农村产品的处理方式较为初级，仅停留在简单的采摘与包装层面，严重缺乏对产品的深度加工及创新性设计，未能有效衍生出关联产品，亦未构建起具备较大规模效应的产业链条。这种情况不仅致使农户农产品收益低，还易让消费者对相关产品的热情与兴趣大幅减退。一方面，农户高度依赖本地特色农产品开展经营活动，未能根据地方环境优势，因地制宜，引入多样化产品。这一单一的产业结构模式，使得农产品生产极易受到经济形势起伏和市场规划调整的双重冲击，抗风险韧性严重不足，成为农村电商经济发展进程中的一大阻碍。另一方面，线上消费场景中，品牌效应对消费者决策有着不可忽视的影响力。国内大多数农产品生产者却尚未重视品牌建设，致使农村产品在中缺乏辨识度与吸引力，消费者大量流失，农村产品的市场竞争力也随之下降。

3.3. 电商领域专业人才处于匮乏状态

农村电商人才培养机制存在缺陷。当下，农村电商人才培养机制存在显著弊端。一方面，培训内容与农村电商实际需求严重脱节，培训方式过于单一，既缺失系统性规划，又缺乏精准的针对性。多数培训活动仅侧重于电商基础知识的讲解，却对实际操作技能以及市场运营能力的培养有所忽视。这致使农民在参与培训后，难以将所学知识有效转化并应用于实际的电商经营活动之中，无法切实满足农村电商发展对专业人才的能力要求。

农村电商从业者专业素养亟待提升。现存的农村电商从业者群体，大多以农民为主。尽管他们对农产品具备一定程度的认知与了解，但在电商运营、营销推广、客户服务等关键专业技能领域，存在明显不足。例如，部分农村电商从业者产品拍摄技术欠佳，无法通过优质图片展现农产品特色；数据分析能力薄弱，难以依据市场数据制定科学的经营策略等。这些专业技能短板严重制约了农村电商业务的拓展与发展水平的提升，亟待通过强化培训与自我提升加以改善。

4. 电商经济助力乡村振兴的应对路径

4.1. 全力推进农村基础设施建设

一方面，要加大网络基础设施建设投入。在数字化浪潮席卷全球的当下，构建坚实且完备的数字基础设施，对于推动农村产业与数字经济深度且高效的融合而言，无疑是极为关键的一环。另一方面，完善农村物流配送体系同样刻不容缓。在此过程中，政府、企业以及社会各界力量应当积极凝聚共识，强化协作联动，携手共建农村物流配送中心。

在我国农村地区，网络基础设施与物流配送体系的建设情况在不同区域呈现出显著差异，相应的需求也各有侧重。

东部及沿海发达地区的农村地区网络基础设施完善，高速宽带与 4G/5G 广泛覆盖，网速快且稳定；物流配送成熟，网点密集、效率高，冷链物流可满足农产品运输需求。新业态发展促使网络需更高带宽与稳定性，以适配直播带货、农业大数据分析；物流要提升冷链精细化水平，优化信息化管理实现全程追溯。需要加大网络升级，推进 5G 深度覆盖与千兆光纤入户；鼓励建设智能化仓储中心，引入先进冷链技术设备，加强物流与电商数据对接，提升配送效率。

中部地区多数农村通宽带和 4G 网络，但偏远乡村覆盖薄弱，网速与稳定性有待提升；县城及主要乡镇物流网点较多，偏远农村延伸不足，冷链物流滞后。中部地区农村急需加强偏远乡村网络覆盖，提升整体网络质量；完善农村物流配送网络，解决“最后一公里”问题，发展冷链物流。政府应联合通信运营商开展网络覆盖攻坚，争取资金加强基站建设与优化；鼓励物流企业与农村组织、电商合作共建服务站点；设立专项基金，引导资本投入冷链物流设施建设。

西部地区及偏远山区的农村网络基础设施滞后，部分地区覆盖差、有盲区，接入成本高；物流配送体系薄弱，网点少、路线长、成本高，冷链物流空白。需要突破网络从无到有，降低使用成本；构建基础物流配送网络，引入冷链物流，打通农产品流通通道。政府应强化政策支持，完善补偿机制吸引网络建设投入；科学规划网络布局，多手段补充覆盖；地方政府主导建设物流配送中心，以政策鼓励企业设点，投入资金建设冷链基础设施。

4.2. 提升农产品质量，强化品牌建设

一方面，要构建完善的农产品质量标准体系。品质是品牌的前提和基础，农产品标准化和信息化生产是提高农产品质量和安全，提升农产品品牌价值的重要基础条件。农产品品牌经营主体以新型农业经营主体为主，但农产品生产在标准化和信息化层面仍存在明显短板。为突破这一发展瓶颈，各地政府和农业农村部门亟需加大农业数字化产业投资，重点聚焦传统基础设施数字化升级与信息服务基础设施建设两大领域。在传统基础设施数字化升级进程中，水利、交通、农业生产及物流等关键领域的改造刻不容缓。通过对水利设施的智能化改造，实现水资源的精准调配与高效利用；推进交通设施的数字化建设，优化农产品运输路径，降低物流成本；升级农业生产设施，实现生产过程的自动化与精细化管理；完善物流基础设施的数字化转型，提升农产品流通效率，全方位为农产品标准化、信息化生产筑牢根基[6]。

在农产品生产阶段，应强化监管力度，严格把控农药、化肥等农业投入品的使用量，通过制定明确的使用规范和定期巡查，确保农户科学用药、用肥，从源头上降低农产品的化学残留风险。同步建立起专业、高效的农产品质量检测体系。针对即将上市的农产品，运用先进的检测技术与设备，开展严格细致的质量检测工作，涵盖农药残留、重金属含量、微生物指标等多个关键维度，只有经检测合格的农产品方可流入市场，以此切实保障农产品质量安全对于符合既定质量标准的农产品，权威部门应及时颁发质量认证标志，凭借认证标志的公信力，有效提升消费者对农产品质量的信任度，增强市场竞争力。

另一方面，要大力推进农产品品牌培育与推广。积极引导农村地区深入挖掘地域文化特色，将独特的地域文化与农产品自身特点紧密结合，开展精准的品牌定位与富有创意的品牌设计。例如，部分地区拥有悠久的农耕文化、独特的民俗风情，可将这些元素融入农产品品牌内涵，塑造别具一格的品牌形象。充分借助电商平台庞大的用户流量、社交媒体强大的传播影响力以及农产品展销会的集中展示优势，多管齐下加强农产品品牌宣传推广。在电商平台，通过优化产品页面展示、开展直播带货等方式，生动呈现农产品的特色与优势；利用社交媒体的图文、视频分享功能，讲述农产品背后的故事，引发消费者情感共鸣；在农产品展销会上，设置特色展位，以实物展示、现场品鉴等形式吸引采购商与消费者关注。鼓励电商企业与优质农产品品牌深度合作，电商企业凭借专业的营销团队与丰富的市场经验，为农产品品牌量身定制营销策略，通过品牌营销全方位提升农产品的市场知名度与美誉度，助力农产品走出乡村，

走向更广阔的市场。

4.3. 加强电商人才培养与引进

“农村电商高质量人才却极度短缺，对于农村电商的发展进程造成了较大阻碍。培养高质量的电子商务的相关人才是解决农村电商人才稀缺的重要措施。” [7]

一方面，全方位培育电商专业人才。首要任务便是大力加强电商人才培训工作。在本地人才培育上，要打造基础扎实、技能全面的电商运营人才，使其熟练掌握电商运营模式、交易流程和网络营销原理。在基础知识培训环节，务必深入且全面地向学员讲解电子商务的核心概念，涵盖电商运营模式、交易流程、网络营销原理等基础要点，确保学员构建起系统且扎实的电商知识框架。让他们清晰理解电子商务作为依托互联网技术开展商业活动的本质内涵，熟悉诸如 B2B、B2C、C2C 等常见电商模式的差异与运作逻辑。同时，针对主流电商平台，如淘宝、京东等，开展详细的平台操作培训，使学员能够熟练运用平台功能。其次，大力开展电商技能培训，聚焦电子支付环节，不仅要让学员掌握常见电子支付方式，如微信支付、支付宝支付的操作流程，更要深入讲解支付安全知识，包括如何防范支付风险、应对支付故障等。对于物流配送，涵盖从选择合适物流合作伙伴、规划物流线路，到货物包装、跟踪查询等全流程培训，确保学员能够高效协调物流环节，降低物流成本，提高配送效率。在售后服务上，培训内容包含客户咨询解答技巧、退换货流程处理、客户投诉应对策略等，旨在培养学员具备良好的服务意识与沟通能力，提升客户满意度。最后，积极举办电商技能竞赛。举办此类竞赛，旨在为电商从业人员精心搭建交流平台，在竞赛过程中，选手们相互切磋、交流经验，在激烈的竞争氛围中不断摸索电商技巧，例如如何精准定位目标客户群体、运用何种营销手段提升产品曝光度等，同时积累丰富的电商实战经验，从而整体提升农村电商人才队伍的专业素养与业务能力，为农村电商产业蓬勃发展提供坚实的人才支撑。

另一方面，在外部人才引进层面，地方政府应积极实施电商人才引进策略。地方政府可联合当地的农业农村部门、商务部门以及人力资源和社会保障部门，共同成立专项人才引进工作小组，深入调研农村电商发展现状与人才需求。重点吸纳电商运营专家，凭借其丰富经验优化店铺运营、提升销售业绩；引进数据分析能手，通过大数据挖掘市场需求、指导精准营销；招揽网络营销策划师，打造创意营销方案，提升农产品品牌影响力；引入专业客服管理人才，搭建高效客服体系，完善客户服务流程。通过内外结合的人才培养与引进策略，构建多元化农村电商人才队伍，为行业发展提供持续动力。通过提供包含高薪、绩效奖金、住房保障等在内的优厚待遇，以及解决落户、保障子女教育、开通就医绿色通道等地方福利，吸引电子商务人才落地。这些人才凭借专业优势，从店铺运营、营销模式创新等方面发力，强化农村电商人才队伍建设，助力农村电商产业长远发展。

5. 结语

本研究聚焦电商经济助力乡村振兴的作用机理、挑战瓶颈及应对路径三个大的方面。电商经济通过三大路径赋能乡村振兴：借助网络外部性打破地域限制，整合农产品市场，依据科斯定理削减中间环节成本，显著提升农民收益；依靠政府政策吸引资本投入农村电商，创造低技能就业岗位，激活乡村发展动力；利用比较优势推动农业与旅游、文创等产业融合，实现农村经济多元化。当前发展面临三重挑战：农村网络与物流等基础设施在欠发达地区薄弱，制约电商发展；农产品质量标准缺失、监管不足，品牌建设滞后，产业链条短，市场竞争力弱；电商人才培养体系与实际需求脱节，从业者专业技能匮乏，限制业务拓展。为此，针对性提出解决策略：按东、中、西部差异推进网络和物流设施建设；构建农产品质量标准体系，强化监管与品牌培育；内部系统培训、举办竞赛培育专业人才，外部以优厚政策吸引高端电商人才，完善人才队伍建设。

本研究仍存在短板：理论层面，对电商与乡村振兴融合的创新理论探索不足；方法上，视角局限于静态分析，忽视动态演变；同时，国际经验借鉴不够，限制研究视野。

未来应深化数字经济与乡村振兴融合的理论研究，构建创新理论模型；加强大数据等定量研究方法的运用，为政策制定提供精准数据；关注技术、政策等动态因素影响，探索发展规律；借鉴国外成功经验，结合国情创新乡村振兴路径。

参考文献

- [1] 蒋曼. 网络主播助力乡村振兴的优势、困境与推进路径[J]. 传媒, 2025(5): 72-75.
- [2] 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.
- [3] 李杨, 徐佳. 涉农电商对产业致富的作用及优化措施[J]. 商业经济研究, 2021(12): 140-142.
- [4] 中国互联网络信息中心. 第53次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. 2024-03-22.
<https://www.cnnic.cn/NMediaFile/2024/0325/MAIN1711355296414FIQ9XKZV63.pdf>, 2024-03-30.
- [5] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [6] 张晔. 数字化背景下农产品品牌价值提升路径研究[J]. 农业经济, 2025(3): 134-135.
- [7] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴：价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.