

# 乡村振兴视域下农村电商的核心效能及创新发展路径研究

谢佳佳

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25日; 录用日期: 2025年5月12日; 发布日期: 2025年6月11日

## 摘要

自改革开放以来,我国国民经济实现跨越式发展的同时,城乡区域发展不平衡的结构性矛盾日益凸显,乡村发展要素持续外流现象亟待破解。党的十九大将乡村振兴上升为国家战略,为新时代农业农村现代化指明方向。在此背景下,电子商务作为新业态呈现出爆发式增长态势,产业规模持续扩张并推动形成融合发展新范式。这一变革对乡村地区来说不仅重构了农产品流通体系,更催生了直播带货、物流配送等新职业形态。系统探究数字经济时代电子商务与乡村振兴的耦合机制,重点剖析其在产业升级和治理创新中的关键作用,为构建农村电商高质量发展新格局提供理论支撑和实践路径,助力实现乡村全面发展的战略目标。

## 关键词

农村, 电子商务, 乡村振兴

# Research on the Key Role and Development Strategy of Rural E-Commerce in Rural Revitalisation

Jiajia Xie

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

Received: Apr. 25<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 12<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 11<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Since the reform and opening up, China's national economy has achieved leapfrog development,

while the structural contradiction of the imbalance between urban and rural regional development has become increasingly prominent, and the phenomenon of continuous outflow of factors for rural development urgently needs to be cracked. The 19th Party Congress has elevated rural revitalisation to a national strategy, pointing out the direction of agricultural and rural modernisation in the new era. In this context, e-commerce as a new industry has shown explosive growth, and the scale of the industry continues to expand and promote the formation of a new paradigm of integrated development. This change has not only reconfigured the distribution system of agricultural products in rural areas, but also spawned new occupations, such as live broadcasting, logistics and distribution. We systematically explore the coupling mechanism between e-commerce and rural revitalisation in the digital economy era, focusing on its key role in industrial upgrading and governance innovation, to provide theoretical support and practical paths for the construction of a new pattern of high-quality development of rural e-commerce, and to help achieve the strategic goal of comprehensive revitalisation of the countryside.

## Keywords

Rural, E-Commerce, Rural Revitalisation

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

乡村振兴战略是中国当前经济发展的重要战略方向，旨在推动农村地区实现经济社会的全面发展和农民生活水平的提升[1]。随着数字技术的迭代升级与互联网的深度普及，农村电商已成为新时代乡村治理体系中不可或缺的关键环节。这一新业态不仅重塑了传统农业的产销模式，更为农村经济转型、产业结构优化和农民生活质量提升注入了强大动能。然而，乡村产业振兴是一项系统性与长期性工程，农村电商在助力乡村振兴进程中仍然面临着产品供需失衡、同质化竞争、专业人才匮乏、基础设施薄弱、品牌建设不足等多维度挑战。站在数字经济蓬勃发展的时代潮头，如何将农村电商的发展优势转化为乡村振兴的持久动能，已成为亟待破解的时代课题。我们需要思考的是如何能将农村电商的优势与效能最大化，从而长期、稳定的促进农民收入的提高，使农村居民在数字经济快速发展的时代背景下切实获得益处。

## 2. 农村电商赋能乡村经济发展现状分析

### 2.1. 电商行业多元发展态势及格局

截止至 2025 年 3 月，在政策环境持续向好、技术不断迭代创新以及消费结构逐步升级等多维度因素的有力驱动下，我国电子商务行业展现出多元共生、智能升级以及全球拓展的鲜明特征。市场规模稳步扩大，消费升级的趋势愈发明显，品质化与个性化的需求成为新的发展导向。由商务部积极推动的“品质电商培育行动”有效地促使智能产品和在线服务成为新的消费增长点。产业电商借助“电商平台 + 产业带”的模式，显著增强了供应链的韧性。技术层面，人工智能大模型的融入，使供需适配机制得到优化，进而实现了柔性定制生产模式的创新突破。AI 与大数据深度融合智能客服、物流管理及用户行为分析领域，提升运营效能，物联网技术以其对供应链各环节的实时数据联通，强化了供应链透明度。农村地区电子商务利用互联网、计算机等现代信息技术，为涉农领域的生产经营主体提供在线交易的平台与

服务，也在政策推动与技术赋能的多重驱动下呈现出蓬勃发展态势。农村电商在总体上可以归类为农产品电商、农村生活电商、农村服务电商与农村创新电商，涵盖生活的方方面面，为农村地区人民生活质量的提升保驾护航。作为推动减贫增收的创新实践载体，农村电商在“十三五”期间深度融入国家脱贫攻坚战略，助力多个贫困地区实现精准脱贫，成为定点扶贫工作中的重要攻坚力量。互联网时代，电商扶贫作为精准扶贫的重要创新模式，通过对贫困地区赋能，为扶贫开发开辟了新路径，是经济欠发达地区实现弯道超车的有效途径[2]。未来农村地区的电商行业发展将面临更好的机遇，越来越多的科学技术创新在农业产业中得到了大范围的普及，各地区应根据本地实际情况形成有针对性的发展模式，从而实现农村电商与农民增收协同发展的宏伟目标。

## 2.2. 农村电商助力乡村振兴面临的挑战

在助力乡村振兴过程中，农村电商仍然面临着多重挑战。首先，存在农产品结构性过剩且与市场需求脱节的问题。我国农业资源极为丰富，全年农产品总体呈现出供大于求的态势。虽然短期内农产品市场需求相对稳定，然而电商平台的广泛普及，使得农产品供给端在短时间内急剧增长，大量商品集中涌入市场，导致市场竞争愈发激烈，价格不断下滑，甚至出现农产品滞销的状况。其次，在农产品领域同质化程度高、进入门槛低的行业常面临激烈的市场竞争，压低产业链各市场主体的利润，甚至导致亏损[3]。电商平台的开放性与营销的趋同性，进一步加剧了农产品同质化竞争，电商的透明化特性使该问题更加容易暴露。不过，电商的多维度展示功能与大数据分析能力，也为农产品实现差异化竞争、塑造特色品牌提供了新可能。人才短缺同样制约着农村电商发展。当前，农村青壮年劳动力外流严重，留守居民受教育程度普遍偏低，现有从业人员难以满足电商运营的专业需求。加之农村基础设施薄弱，物流、网络等配套条件不足，难以吸引和留住专业电商人才，成为农村电商发展的关键瓶颈。此外，农村电商还面临基础设施滞后、物流配送体系不完善、品牌建设与标准化程度低、供应链整合能力不足等问题，抵御市场风险的能力较弱。唯有从多个维度协同发力、系统施策，才能推动农村电商从“卖得出”向“卖得好”跨越升级，真正成为乡村振兴的强劲动力。

## 3. 农村电商助力乡村振兴的作用机制

### 3.1. 激活乡村经济发展新动能

国家格外重视农村电商的发展，给予了农村电商众多政策扶持，在农村电商发展的政策及平台的支持下，数字红利也在源源不断地释放出来。农村电商在农村经济发展中扮演着重要角色，最直接的表现就是拓宽了农业产品销售渠道，不断为农民创造收入。据商务部研究院公布的数据显示，2023年我国农村网络零售额达2.49万亿元，其中农产品网络零售额5870.3亿元，增长12.5%。此外，2023年我国农村居民人均可支配收入21,691元，增长7.7% [4]。农村电商的链条涉及众多环节与主体，打破了传统的地域市场。以往的农产品受限于交通与信息壁垒只能在本地流通，农村电商彻底改变了单一的销售格局，通过数字化平台搭建起全国性供需网络，把优质的农产品送到千家万户，实现了供需双方的平衡与互利共赢。农村电商还串联起生产、加工和销售等多个环节，带动了其他各行各业的发展，使农村地区的社会生活不再局限于农业和农产品，而是衍生出许多新职业和新模式，为农村社会吸纳了更多的剩余劳动力，一定程度上解决了农村地区人口外流导致的“空心化”困境。村民无需远走他乡在当地也能找到合适满意的岗位，获得稳定的收入来源，为农村人口的回流和乡村可持续发展提供了坚实支撑。不仅如此，农村电商还促进了乡村旅游的发展和农业产业链的延伸。随着生活质量的提高，休闲度假的旅游理念也日趋新颖，人们不再局限于常规的城市旅游项目，对回归自然田园的乡村游也愈发地兴趣盎然。借助互联网和农村电商的兴起，特色的乡村游玩攻略被广泛传播，乡村旅游业发展迎来了新的契机。例如，由

云南省政府和腾讯主导发起的“一部手机游云南”项目，利用互联网、云计算、大数据及人工智能技术，构建云南智慧文旅新生态[5]。该项目不仅催生出“云导游”“智慧停车场”等20余项数字服务场景，更是流量赋能形成显著经济带动效应的生动体现。

### 3.2. 重构乡村社会发展要素体系

农村电商以技术创新与模式变革为双轮驱动，通过系统性重构产业、技术、治理等核心要素体系，为乡村发展注入全新动能。在农村产业发展维度，农村电商打破传统农业单一生产模式的桎梏，构建起“农产品上行”与“工业品下行”的双向流通体系，推动产业结构的深度调整与升级。一方面，借助电商平台突破地域限制，拓宽农产品销售渠道，将特色农产品推向全国乃至国际市场，有效提升农产品附加值与市场竞争力。以贵州威宁苹果产业为例，农村电商通过直播带货、社群营销等创新形式开展精准营销，销量实现大幅增长，显著提升了农户收入水平。另一方面，农村电商畅通“工业品下行”通道，将丰富多样的商品和便捷的服务引入乡村，有效激活农村消费市场。为农村产业结构转型注入强劲动力，推动传统农业逐步向现代化商业服务业迈进。在数字基础设施方面，电商平台促进了智能手机和网络平台大数据等信息设备的下沉和农村市场的下沉，数字鸿沟进一步缩小，农民可以通过电商平台掌握各种农产品供需信息、消费信息以及价格波动，进而根据市场反馈优化种植与养殖结构，从“跟着感觉生产”到“跟着数据生产”，从“经验生产”转向“数据决策”。该举措不仅为农产品种植精准指明市场导向，还有效降低了供需错配的市场风险。在治理创新层面，农村电商的发展推动农村治理模式革新。为保障农产品质量和消费体验，众多农村电商企业与当地村政府协同合作，共同构建起覆盖农产品生产全流程的监管体系。运用数字化手段实现“田头到餐桌”的透明化追溯，这一转变不仅让消费者农产品质量更放心，也促使政务服务从“粗放式”管理向“精细化”治理升级。农村电商通过对社会发展各要素的多维重构，构建起多方协同的现代化治理体系，形成产业发展、技术赋能、治理创新的良性互动循环。这种创新实践为实现产业兴旺、治理有效、生活富裕的乡村振兴目标，提供了可复制、可推广的成功范式，为乡村社会的可持续健康发展开拓了新的增长空间和广阔前景。

## 4. 电子商务推动乡村振兴的策略建议

### 4.1. 完善农村电商基础设施建设

发展农村电商，首先要完善物流基础设施建设，优化立体交通网络，加强农村公路、铁路、水路等交通基础设施的投入和维修。乡村全面振兴背景下的农村电商要具备高效的物流网络[6]。物流网络是农村电商的“血脉”，在交通便利、人口密集的平原地区，通过共建配送中心、共享末端网点，实现农产品48小时直达全国主要消费市场。而在地形复杂的山区、边疆地区，则需探索无人机、冷链车、接力配送相结合的特色模式。以中国邮政为例，在众多偏远农村地区建立的邮政网点和配送网络，使物流配送网络覆盖全部农村地区，有效解决了农产品上楼和工业品下乡的双重困境。数字基础设施是农村电商的“神经中枢”。互联网普及率较高的东部沿海农村，可重点推进物联网与云计算技术应用，搭建区域性物流信息共享平台。而在中西部偏远地区，应优先解决网络覆盖“最后一公里”问题，通过政府补贴降低通信资费，推广适配老年群体的简易智能终端。公共服务设施是农村电商的“保障网”。经济发达地区可探索电商公共服务中心与产业园区相结合模式，提供产品检测、品牌策划、金融支持等一站式服务。欠发达地区则需夯实基础服务，重点建设村级电商服务站，配备物流代收代发、网络代购、技术咨询等基础功能。三大基础设施间存在协同效应，交通网络完善需物流信息化系统提升调度效率，政策补贴可降低硬件建设与运营成本。只有统筹推进各类设施建设，才能构成“产、供、销、服”全链条的支撑，彻底打通农村电商“有产品无渠道、有渠道无效率”这一堵点，为乡村振兴奠定基石。

## 4.2. 加强农村电商人才培养

农民是农村电商发展的主体，农村的发展主要依靠的是农民[7]。目前，乡村电商人才仍然存在较大的缺口，已成为阻碍农村电商持续稳定健康发展的关键因素之一。由于农民的受教育水平有限，对新兴事物具有排斥心理，转变农民的传统观念、带动农民整体素质的提高需要多方面主体的共同努力。在东部经济发达地区，基于其完善的产业生态、雄厚的经济基础和先进的数字设施，地方政府应充分发挥统筹协调作用，积极联合各电商平台共同开发高级电商运营研修课程体系。与此同时，强化职业教育与产业发展的深度融合，支持地方职业院校与当地电商龙头企业共建产教融合实训基地。在实训基地内开设智慧供应链管理、电商视觉设计等实战课程，并引入企业真实项目开展教学，使学员在真实商业环境中掌握电商运营全流程技能，有效解决人才培养与产业需求脱节问题。在中西部农业主产区，鉴于其丰富的农产品资源与相对薄弱的电商人才基础，应构建以中央财政引导、政企协同推进、农民广泛参与为核心的本土人才孵化工程。依托中央财政专项补贴资金，农业农村部门联合各大短视频平台，系统开发涵盖短视频内容创作、农产品品牌塑造、电商平台运营等领域的标准化课程体系。为契合农时特点，充分利用农闲时段开展巡回培训。在县域层面统筹建设电商创业园，打造集培训教学、实践操作、创业孵化于一体的综合性服务平台。同时，可以建立电商实训基地，提供实践操作的机会，帮助农民更好地掌握电商技能[8]。充分调动经济欠发达地区农民参与本土人才培育的积极性，以此激活农村电商内生动力，推动产业链各环节深度融合与高质量发展，实现农村电商的可持续繁荣。

## 4.3. 提升农产品电商竞争力

具有竞争力的商品可以为农产品店铺带来持续性增长的流量，使农产品电商整体绩效良性增长[9]。为构筑农村电商可持续发展的核心竞争力，需围绕标准化建设、品牌化塑造、供应链优化与营销模式创新四大维度系统发力。标准化是农产品走向电商市场的“通行证”，也是迈向广阔市场的必要前提。构建农村产业集群，适当推动农村电商规模化、集聚化发展有助于提高农产品在市场中的集体竞争力。政府与行业协会应制订农产品从田间到餐桌的质量标准，构建从生产到加工到流通领域的全程品控体系。不仅能够整合各方资源，实现优势互补，还能降低运营成本，形成强大的产业合力。品牌化是农产品品牌化的核心，乡村政府应牵头创建地方特色品牌，诸如“东北大米”“赣南脐橙”等成功范例声名远扬，在全国范围内广泛传播，它们的巨大成功为众多特色农产品的推广提供了宝贵的借鉴经验。只有把农产品与文化故事结合起来，进行具有当地特色的文化包装，从而提升农产品的附加值和市场竞争力，使其在激烈的市场竞争中脱颖而出。供应链效率是农产品电商产业实现降本增效的根本保障，需要全产业链的资源链接及规模化生产，这就需要乡村培育龙头企业。建设农产品供应链大数据平台，实现农产品生产、库存、销售数据一体化，实现以销定产。最后，农村电商要顺应消费升级趋势，建立多元化的营销矩阵。采取电子商务营销模式不仅有效的加快了营销的速度，满足了新时代的需要，还降低了运营过程中产生的成本，这种能让农产品获得更多利润的便捷方式对我国整个农产品行业都产生了影响[10]。运用大数据分析精准识别目标客群需求特征，通过个性化推荐算法实现营销内容的精准触达，动态优化营销策略，最终实现产业价值链的延伸与市场竞争力的全面提升。

## 5. 结语

在数字经济蓬勃发展的时代浪潮中，农村电商作为乡村振兴的关键驱动力，正以生产要素配置模式的创新性重构，深度重塑乡村经济社会的运行逻辑。不可忽视的是，农村电商在推动乡村振兴的过程中，遭遇农产品供需失衡、同质化竞争加剧、专业人才短缺、基础设施建设滞后等诸多难题。为突破这些发展瓶颈，促进农村电商的高质量发展，本研究围绕完善基础设施建设、强化人才培养、提升农产品电商

竞争力等维度,提出针对性的策略建议。尽管本研究对农村电商助力乡村振兴的内在机制与策略进行了较为系统的探究,但仍存在一定的局限性。一方面,针对农村电商领域涌现的新趋势、新问题,如电商直播虚假宣传、农产品电商绿色可持续发展等议题,研究的深度与广度有待拓展。另一方面,研究方法的运用上,以理论分析和案例研究为主,实证研究相对欠缺,缺少对农村电商与乡村振兴关系的量化剖析,致使难以精准评估农村电商在乡村振兴各环节的贡献度。未来的研究可从以下方向展开:一是紧跟农村电商发展动态,深入研究新现象、新问题,为行业健康发展提供更具前瞻性的指导。二是加强实证研究,运用大数据分析、计量模型等方法,准确量化农村电商在乡村振兴中的作用机制和影响程度,为政策制定提供更坚实的数据支撑。通过不断完善研究,推动农村电商更好地服务于乡村振兴战略,实现农业强、农村美、农民富的美好愿景。

## 参考文献

- [1] 周文超,李英毅.乡村振兴背景下农村电商对农产品供应链整合的影响[J].商业经济研究,2024(17):91-94.
- [2] 解梅娟.电商扶贫:“互联网+”时代扶贫模式的新探索[J].长春市委党校学报,2016(2):12-15.
- [3] 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.
- [4] 王倩妮.农村电商赋能下的乡村经济转型升级路径研究[J].山西农经,2025(7):71-73+152.
- [5] 李翔,宗祖盼.数字文化产业:一种乡村经济振兴的产业模式与路径[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2020,37(2):74-81.
- [6] 余花,李学卫.乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J].农业经济,2025(3):136-137.
- [7] 刘建民,柴子瞳,贾广宇.乡村振兴视域下农村电商的发展问题及对策研究[J].中国商论,2021(15):26-28.
- [8] 李熹微.乡村振兴背景下沈阳电商助农增收研究[D]:[硕士学位论文].大连:大连海洋大学,2024.
- [9] 彭小珈,范冬妮.网红经济与农产品电商绩效关系研究——基于选品竞争力的调节效应[J].价格理论与实践,2024(12):129-134.
- [10] 豪杰.基于农村电商的农产品营销效率提升研究[J].农业经济,2018(11):135-136.