

基于数字经济的农村电商发展路径探索

吴 甜

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月28日; 录用日期: 2025年5月16日; 发布日期: 2025年6月13日

摘 要

在移动互联网技术迅猛发展的时代浪潮下, 线上购物已然成为当下主流的消费渠道之一。在此环境下, 电商行业得以实现突飞猛进的发展。近年来, 我国农村电子商务发展势头迅猛, 已形成一定规模, 成为推动农村经济发展的重要动力源泉, 展现出极为广阔的发展前景。作为数字经济的关键组成部分, 农村电子商务正绽放出强大的活力与潜力, 它为农村经济发展开辟了新的机遇之路, 也为乡村振兴注入了源源不断的崭新动力。本文探究了农村电商的发展现状, 分析了农村电商发展过程中面临的挑战, 并提出了基于数字经济背景的农村电商发展的具体路径, 以期为农村电商未来的发展提供有益借鉴。

关键词

数字经济, 农村电商, 发展路径

Exploration of the Development Path of Rural E-Commerce Based on Digital Economy

Tian Wu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 28th, 2025; accepted: May 16th, 2025; published: Jun. 13th, 2025

Abstract

With the rapid development of mobile Internet technology, online shopping has become one of the mainstream consumption channels. In this environment, the e-commerce industry has been able to develop by leaps and bounds. In recent years, China's rural e-commerce has developed rapidly, has formed a certain scale, and has become an important source of power to promote the development of rural economy, showing extremely broad development prospects. As a key component of the

digital economy, rural e-commerce is blooming with strong vitality and potential, opening up new opportunities for rural economic development and injecting a steady stream of new impetus into rural revitalization. This paper explores the development status of rural e-commerce, analyzes the challenges faced in the development of rural e-commerce, and proposes a specific path for the development of rural e-commerce based on the background of digital economy, in order to provide useful reference for the future development of rural e-commerce.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Development 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

伴随着数字时代进程加速，信息化、智能化、网络化等前沿技术正重塑传统农业发展范式，深度赋能农业数字化转型，为我国农业农村现代化建设注入蓬勃动力，为破解“三农”困局提供新型解法。国务院发布的《“十四五”数字经济发展规划》提出，需加快构建数字城乡融合发展体系，统筹推进智慧城市建设与数字乡村布局，优化城乡公共服务资源配置。在新型智慧城市建设中，应同步强化农村数字基建覆盖，提升农村信息化服务水平，打造城乡协同、共建共享的数字一体化发展格局[1]。在数字经济蓬勃发展的当下，农村电商迎来了新的发展机遇。农村电商作为数字经济与农村经济深度融合的关键环节，是解决农村经济发展缓慢等难题的有效途径。把握这一全新机遇，农村电商将成为驱动农村产业结构现代化升级、引领农业领域经济蓬勃发展的核心引擎。在数字经济的背景下，虽然农村电商取得了一定的发展，但是目前仍存在问题，本文通过分析数字经济时代农村电商的发展现状和面临困境，提出了相应对策建议，对促进农村电商发展，带动农村经济繁荣有重要意义。

2. 文献综述

电子商务进入中国的时间并不长，农村电子商务的发展历程则更为短暂。我国针对电子商务的研究与探讨可追溯至 20 世纪末，而通过文献检索可知，国内关于农村电子商务的最早研究始于 2007 年，郑亚琴(2007) [2]、李玲芳(2013) [3]对农村电子商务发展历程以及现状等方面内容进行研究。而农村电商的蓬勃发展始于 2014 年在国家执行电子商务进农村综合示范县政策之后，王红(2014) [4]在其研究中指出，农村电商的发展对缓解农产品流通难题、带动第三产业快速崛起、拓宽就业创业渠道、加速农村经济建设具有重要意义，成为破解“三农”问题的关键途径。朱海波和熊雪(2020) [5]指出，应该构建以农村电商企业为核心的第三产业生态系统，促进产业形态的可持续、稳健发展，为农村地区的脱贫攻坚进程贡献力量。李志平和吴凡夫(2021) [6]通过运用中介变量法发现农村电商在推动农村发展和减贫方面具有明显的促进作用，并且这种促进作用是通过乡村振兴来间接实现的。黄雨婷和潘建伟(2022) [7]以电商示范县为研究对象，探讨电商下乡对县域经济增长的深层次影响，并发现电商下乡推动县域第一产业和第二产业的发展，对县域经济增长具有显著的促进作用。侯杰和李定珍(2023) [8]以国家级电子商务综合示范县作为研究对象，研究脱贫地区的县域经济增长的途径，发现电商示范县的经济增长主要是通过基础设施效应、正向产业多样化效应、以及金融支撑效应共同作用推动的。综上所述，虽然我国农村电子商务起步相对滞后，但在互联网技术的飞速革新与数字经济的强劲驱动下，农村电商已收获长足发展，逐步

构建起系统化的体系。

3. 基于数字经济的农村电商发展现状

数字经济是以数字化的知识和信息为核心生产要素，以现代信息网络为主要载体，以高效利用信息通信技术为驱动，以提高效率、优化经济结构为重要动力的一种经济行为[9]。农村电商，作为农村经济的重要形态，是以农户作为主要的参与者和经营者，以销售农产品为核心开展的经济活动。在数字经济背景下，乡村信息传播愈发快速，城乡之间的社会联系愈发紧密，乡村产业优化升级速度加快，农产品流通体系不断完善。而分析数字经济背景下农村电商的发展现状，可以帮助我们更深入地了解数字经济赋能农村电商的作用，促进乡村经济的快速发展。

(一) 电商规模持续扩大，成果明显

数字经济的蓬勃发展，给农村电商行业注入了澎湃动力，使其快速成长。随着互联网的持续发展，农村经济发展步伐加快，农村电商行业也随之迅速发展。在过去几年间，我国农村电商行业的零售额持续攀升。随着农村电商产业的不断扩张，其市场规模也在持续扩大，农村消费市场的潜力逐步被释放，农村电商已然成为农村居民实现增收的关键渠道。据农村电商发展报告统计，截至 2022 年底，我国农村网络零售额高达 2.17 万亿元[10]。这一庞大的农村电商市场正在深度挖掘农村地区的消费潜能。以农村电商平台为基石，打造出相对完整的农业产业链，让原本处于传统农业经济体系末端的个体农村居民融入新经济体系的发展浪潮，实现农村地区剩余劳动力的充分就业。

(二) 电商平台多元化发展，网民与网店数量剧增

农村电子商务的运营与管理平台，目前呈现出多层次、多样化的布局。众多电商平台纷纷布局农村市场，涵盖了农产品供应端和消费端，其中较具影响力的大型综合电商平台包括阿里巴巴、京东、拼多多等[11]。这些平台响应国家乡村振兴战略和电商产业扶持政策，积极向乡村基层延伸业务，助力农村经济发展。而其他各类特色平台则互为补充，共同构成了多元化的农村电商生态体系，为农村电子商务的持续繁荣提供了有力支撑。

随着互联网在农村地区的广泛普及，农村网民数量及网店规模呈现持续增长态势。据我国互联网信息中心发布的报告显示，截至 2022 年底，我国农村网民规模突破 3 亿大关，约占全国网民总数的 1/3 [12]。在互联网蓬勃发展的大环境下，农民逐渐树立起了互联网思维，农村网店如雨后春笋般涌现，这不仅有效增加了农户的经济收入，还在很大程度上缓解了就业压力。就目前来看，农村电子商务市场的发展潜力巨大，距离市场饱和还有较大空间。

4. 基于数字经济的农村电商发展困境

(一) 政策支持力度较弱，农村电商资金保障不足

近年来，政府部门陆续出台了多项鼓励农村电商发展的政策文件。这些政策虽对农村青年创业有激励作用，但也存在一些问题。一方面，部分政策在落地时因部门协调不畅而执行困难，造成资源浪费，影响农村电商的可持续发展；另一方面，各乡镇执行标准不一，导致电商农产品利润微薄，削弱了创业者的积极性。此外，农村电商在一些地区刚起步，相关法律法规不完善，致使部分运营主体为谋私利而违法，甚至破坏生态环境，给农村电商的长期健康发展带来隐患。而且虽然政策对农村电商的发展有各种补贴，但农村微小型电商的规模小、数量多，且行业门槛普遍较低。在资金筹措方面，存在方式欠合理、来源渠道单一、经营稳定性差等问题。农村微小型电商企业所获利润，大多用于后续经营活动的投入，很少涉足其他领域的投资，进而导致资金利用率偏低[13]。虽有政府扶持政策，但补贴力度有限，加之部分规模较小的电商企业因信贷记录和信用证明不足，难以获得银行贷款。同时，民间资本对农村市

场的渗透不足,使得农村电商行业普遍面临融资难题,资金保障体系仍有待完善。

(二) 农村数字基础设施欠缺,城乡物流差距明显

农村电商的稳健发展离不开完善的数字基础设施。不过,当前多数农村地区的数字基础设施建设仍停滞不前,即便是少数经济条件稍好的农村,相关建设也只是刚刚起步。由于数字基础设施建设滞后,农民接触和学习数字技术的机会有限,信息技能普遍不足,这无疑加剧了城乡数字鸿沟,成为农村电商崛起与发展的重大阻碍。电商的蓬勃发展离不开现代物流体系的有力支撑,然而,农村物流体系建设存在明显缺陷。一方面,农村物流网络布局失衡,建设成本高、运营难度大,导致物流企业更倾向于在城市布局核心业务,农村地区物流基础设施建设滞后。另一方面,农村供应链体系不够成熟,农产品流通过程中需多次转运,货损率高,削弱了农产品市场竞争力,也损害了消费者体验。此外,农村电商资源整合不足、产业规模有限,进一步制约了农村电商的可持续发展。

(三) 缺乏电商专业人才,营销模式单一

农村电商的运营、维护及客服等工作,依赖专业电商人才的支撑。然而,在许多农村地区,高学历青年多向往大城市,愿扎根农村者寥寥,精通数字技术的人才更是稀缺。农村数字人才结构失衡,青年大学生中电商专业者比例低,多数为计算机、信息技术或文科专业,复合型农村电商人才供不应求。据预测,到2025年,农村电商人才缺口将达350万,其中技术类人才缺口超80%,物流仓储、运营推广、美工设计和客服等领域人才短缺问题尤为突出。农村电商数字人才培养受传统观念影响,农村大学生多选择养殖、种植等专业,相关培训也多集中于这些领域,而数字电商培训则相对匮乏,成为制约农村电商人才发展的关键短板[14]。农村电商营销方面的人才稀缺,导致目前营销模式单一。当前农村电商营销模式主要分为两类:开设网店和直播带货。开设网店相对简单,农户只需在电商平台注册账号即可开店经营,这一模式适合个体农户,但宣传效果有限,销量易受制约。直播带货则更为普遍,它既适用于个体农户,也适用于合作社及政府主导的宣传等多元模式。然而,直播带货的内容形式较为单一,大多围绕农产品的种植、产量和价格等基本信息展开。从长远发展来看,这种模式对消费者的吸引力将逐渐减弱,特别是同质化竞争不仅会阻碍农产品销量的增长,也会对农产品品牌的推广产生不利影响。

(四) 品牌意识欠缺,缺乏核心竞争力

我国农村电商在品牌建设方面存在明显短板,多数农产品仍处于分散经营状态,农户普遍缺乏品牌意识。一方面,许多农户习惯于传统的统购统销模式,对品牌建设的重要性认识不足。另一方面,当前农村电商平台对入驻商家的品牌建设引导不够,过于注重流量与销量,导致平台内产品同质化严重。此外,我国农产品品牌大多局限于地域品牌,缺乏全国性知名度,在市场竞争中难以脱颖而出[15]。当前农产品市场充斥着大量缺乏核心竞争力的同质化产品。这些农产品无论是在安全品质、加工包装、市场定位,还是售后服务层面,皆缺乏差异化亮点与创新。这不仅难以有效吸引消费者,还引发了激烈的价格战,商家被迫降价以提升销量,导致利润空间被严重压缩。同时,农产品的市场推广和宣传工作存在明显不足,缺乏有效的推广渠道和策略。另外,供应链管理也是农产品核心竞争力的关键影响因素。农村电商如果缺乏稳定的农产品供应链以及从生产到售后的全程管理,将导致产品质量和交付时间的不确定性,损害消费者信任和忠诚度。这些问题使得消费者更倾向于选择知名品牌产品,忽视其他农产品,导致普通农产品难以突破品牌壁垒,严重制约了农村电商的长期发展和农产品核心竞争力的形成。

5. 基于数字经济的农村电商发展路径

(一) 加大政策支持力度,优化农村电商融资模式

政策激励与政府支持是持续推进农村电商发展的前提条件。特别在数字经济的背景下,地方政府部门要结合乡村振兴战略、产业融合发展、经济高质量发展等战略部署,优化政策条款,强化政策支持。

首先,构建差异化政策扶持机制是重中之重。政府部门需充分考量不同地域、不同业态农村电商的实际需求,制定更具针对性的帮扶措施,确保政策能精准“滴灌”到产业发展的关键环节。其次,要持续健全法律法规体系,通过修订和完善市场规范、消费者权益保护、公平竞争等相关法规,为农村电商营造健康有序的市场环境[16]。政府需加大财政支持,落实税收优惠,切实减轻农业生产者负担。在此基础上,充分利用县级电子商务公共服务中心的资源与优势,为电商运营企业和个体创业者提供全面且无偿的指导服务。从电商运营的基础理论到实际操作技巧,从市场趋势分析到营销策略制定,全方位助力其快速提升专业技能,进而有效提高创业转化率,使更多农村电商项目得以落地生根、蓬勃发展。通过普及金融理财知识、优化金融服务、强化电子支付监管、开发金融平台及产品等举措,全方位改善农村金融生态,推动农村电商发展。同时,充分发挥县级电子商务公共服务中心的引领作用,整合各方教育资源,鼓励开设系统、分层级、分阶段的电子商务精品课程。从电商入门知识到高级运营技巧,从理论学习到实践操作,构建全方位、多层次的人才培养体系,为农村电商产业的持续繁荣发展筑牢根基。

(二) 筑牢数字基础设施建设,构建现代化物流体系

在数字经济背景下,若想保障农村电商的持续发展,必须着手改善农村基层数字设施,并不断完善物流体系。作为电子商务正常运行的基础保障,数字基础设施在连接供需两端、促进交易达成中发挥着无可替代的作用,堪称维系买卖双方的关键枢纽。由于农村地区网络覆盖范围和网络传输速度长期低于城市水平,农村电商的发展步伐受到明显制约。因此,加大农村地区的互联网基础设施建设力度,是确保农村电商高效发展的重要措施。例如,可以通过政府投资、建立公私合作伙伴关系等多种途径,加大对农村宽带网络的建设力度,保证农村地区能够接入稳定且高速的互联网服务[17]。此外,要完善物流体系,首先需由政府部门引领,激励物流企业开拓乡村业务、建立物流网点。政府可运用财政补贴运费、提供税收减免等优惠政策,激发物流企业的积极性。其次,建立村级快递服务点。在政府的指导下,由村委会主导,在村内商店或村委会办公地点设立快递服务点,同时鼓励村民参与经营或到快递点工作,共同为农村物流体系建设出力,从而打通农村快递及农产品进出的“最后一公里”[11]。最后,建设仓储基地。仓储基地是现代化物流体系的关键中转枢纽。鉴于部分生鲜农产品保存难度大以及某些产品需要长期储存且对温湿度有特定要求,政府和企业应根据服务辐射范围、交易量等因素,共同选址建设满足需求的仓储基地,以延长农产品的保存期限。

(三) 构建人才培养体系,创新农村电商营销模式

在各个领域,人才都是推动行业进步的核心力量。对于农村电商而言,构建新型人才培育体系、着重培养新生力量,做好人才储备工作,是实现产业长远发展的关键所在。一方面,要强化经营实践培训。相关部门可定期组织农村居民投身电商经营实战,助力他们熟练掌握当下前沿的电商运营与服务技能。与此同时,建立新型人才培训机制也刻不容缓。相关部门应当积极鼓励农村居民参与电子商务交流活动,推动大家在经验分享、难题探讨中相互学习,共同提升农村电商从业者的综合素养与工作效能;还可聘请具备丰富电商实战经验的专业人士,对农村居民开展经营理念与电商技术培训。另一方面,搭建信息交流平台同样不可或缺。相关部门应助力农村电商搭建信息交互平台,及时收集整理国家产业政策、行业报告等重要资讯,使其成为农村电商发展的信息枢纽。此外,定期开展针对性培训,精准锚定农村电商培训方向,以此推动农村电商产业稳健前行[10]。

积极创新营销模式,探索多元化的宣传手段。直播仍是农村电商发展的关键举措,应创新直播形式、提升直播质量。例如,户外直播能让用户直观感受农产品生长环境,增强对产品质量的信任,同时激发观看兴趣;与乡村旅游结合,还能宣传乡村和产品品牌。要利用互联网在多平台、多渠道全方位宣传产品,如制作专题视频展示农产品生长全过程,观众可点击链接直接下单,拓宽销售渠道。还可在城市开设农村电商线下体验店或展示中心,顾客亲身体验产品品质后,通过线上平台购买,形成线下体验与线

上购物结合的营销模式[18]。

(四) 打造特色 IP，加强品牌建设

要深度运用农村的资源条件与产业基础，依托地方特色，探寻当地文化，塑造特色产品，形成独特品牌。各地区基于自身的资源状况与竞争优势，科学定位，规划特色农业的发展路径。在此基础上，构建完善的产品检测与评价体系，全面检测和评定特色农产品的品质、口感及营养价值等要素。与此同时，要深入挖掘各类特色农产品背后的故事与文化内核，借助文字、图像、视频等媒介进行讲解、呈现与传播，着重强化特色农产品名称、标识等视觉形象的塑造与推广[19]。这样可以使特色农产品的内在价值变成可以识别和传播的特色之处，有助于打响品牌、扩大影响力。要打造包含直播带货、短视频抖音的新媒体矩阵，通过多样形式展现品牌文化。全方位地开展品牌宣传活动，讲述品牌故事，举办线上线下体验活动，创建品牌社区，增强品牌影响力。强化品牌监测与反馈机制，掌握消费者认知和评价，优化品牌战略。构建规范的农产品区域公用品牌体系，推动品牌管理的标准化与规范化。

6. 结语

数字经济的蓬勃发展为农村电商的发展提供了坚实支撑，目前，农村电商已成为驱动农村发展的重要引擎。本文探究了农村电商的发展现状，分析了农村电商在发展中面临的诸多挑战，这些挑战既影响了农村电商的高质量发展，又阻碍了农村经济的可持续发展。为此，本文提出了相应的发展路径，促使农村电商能够有效带动农村经济发展，助力乡村全面振兴。这不仅能够促进农村经济的全面提升，还将为农村社会开辟更广阔的发展空间，实现农业、农村与农民的协同发展。

参考文献

- [1] 万科, 曹鹏翥, 罗秋怡, 等. 数字经济赋能乡村振兴: 内在机理与实证检验[J]. 统计与决策, 2025, 41(4): 5-10.
- [2] 郑亚琴. 我国农村电子商务区域基础设施发展水平的主成分聚类分析[J]. 中国科技论坛, 2007, 24(1): 119-122.
- [3] 李玲芳, 徐思远, 洪占卿. 电子商务: 问题与对策[J]. 中共福建省委党校学报, 2013(5): 70-74.
- [4] 王红, 张瑞玉, 董晓刚. 电子商务与农村经济发展[J]. 经营与管理, 2014(2): 32-34.
- [5] 朱海波, 熊雪, 崔凯, 望三贵. 深度贫困地区农产品电商发展: 问题、趋势与对策[J]. 农村金融研究, 2020(10): 47-55.
- [6] 李志平, 吴凡夫. 农村电商对减贫与乡村振兴影响的实证研究[J]. 统计与决策, 2021(6): 15-19.
- [7] 黄雨婷, 潘建伟. 电商下乡促进了县域经济增长吗? [J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2022, 37(3): 48-59.
- [8] 侯杰, 李定珍, 倪莹. 电商示范县政策对脱贫地区经济增长的影响[J]. 统计与决策, 2023(6): 132-137.
- [9] 国家互联网信息办公室. 二十国集团数字经济发展与合作倡议[EB/OL]. 2016-09-29. https://www.cac.gov.cn/2016-09/29/c_1119648520.htm, 2025-04-11.
- [10] 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.
- [11] 颜振辉. 数字经济与农村电商融合发展策略研究[J]. 全国流通经济, 2024(6): 20-23.
- [12] 田光香. 数字经济背景下农村电商发展现状及路径探析[J]. 中国商论, 2023(15): 47-50.
- [13] 段金凤, 朱晓芳. 数字经济背景下农村电商发展现状及对策研究[J]. 科技经济市场, 2023(7): 28-30.
- [14] 李秋燕. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 182-185.
- [15] 文进爱, 邱伟芳. 数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J]. 农业经济, 2024(9): 137-139.
- [16] 王海杰. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径[J]. 中国集体经济, 2024(3): 10-13.
- [17] 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.
- [18] 刘璨. 数字经济时代农村电商发展困境与对策[J]. 中国农业会计, 2024, 34(3): 105-107.
- [19] 王圣斐. 数字经济时代农村电商发展问题及对策研究[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(3): 251-254.