

乡村振兴背景下浙江农村电商发展策略研究

马传敏

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年6月4日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月23日

摘要

农村电商作为推进乡村振兴的重要力量, 为农村经济发展注入了新的活力。浙江作为经济大省, 在乡村振兴的探索道路上, 勇当先行者、谱写新篇章, 积极发展农村电商, 进一步激活农村经济, 拓宽增收渠道; 完善基础设施, 优化公共服务; 助力文化建设, 重塑文化自信, 乡村振兴取得显著成就。但与此同时也面临许多现实困境和挑战, 导致农村电商的发展受到阻碍。结合当前其发展现状与问题, 本文提出了相应的发展策略, 以推动浙江农村电商进一步深入发展, 切实推进乡村振兴。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 发展策略

Research on the Development Strategy of Rural E-Commerce in Zhejiang Province under the Background of Rural Revitalization

Chuanmin Ma

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jun. 4th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 23rd, 2025

Abstract

Rural e-commerce, as a vital force in promoting rural revitalization, has injected new vitality into rural economic development. As an economic powerhouse, Zhejiang has taken the lead in exploring the path of rural revitalization, actively developing rural e-commerce to further invigorate the rural economy and broaden income channels; improving infrastructure and optimizing public services;

文章引用: 马传敏. 乡村振兴背景下浙江农村电商发展策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1872-1877.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1472381

and facilitating cultural construction to restore cultural confidence. Rural revitalization in Zhejiang has achieved remarkable results. However, it also faces many practical difficulties and challenges, which have hindered the development of rural e-commerce. Based on the current development status and problems, this paper proposes corresponding development strategies to promote the further in-depth development of rural e-commerce in Zhejiang and effectively advance rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development Strategy

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

“重农务本，国之大纲。”2020年习近平总书记在中央农村工作会议上，从实现中华民族伟大复兴战略全局的高度提出，“民族要复兴，乡村必振兴。”要把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，举全党全社会之力推动乡村振兴，促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足^[1]。自党的十九大提出乡村振兴战略以来，浙江省在乡村振兴的探索道路上，勇当先行者、谱写新篇章，坚持和深化新时代“千万工程”，打造乡村全面振兴新样板，为全面推进乡村振兴战略提供成功经验与先进理念。

在乡村振兴背景下，伴随着互联网技术的飞速发展，浙江农村电商发展呈现蓬勃态势，乡村振兴取得显著成就，但同时也面临着一系列的问题和挑战，如何推动浙江农村电商持续健康发展、乡村振兴一路行稳致远成为一个重要课题。因此，本文在乡村振兴背景下，深入剖析浙江农村电商发展中存在的问题，并提出具有针对性的发展策略，以期能够推动浙江农村电商的进一步发展。

2. 乡村振兴背景下发展农村电商的重要意义

2.1. 激活农村经济，拓宽增收渠道

农村电商的蓬勃发展，为农村经济发展注入数字活力。通过“互联网 + 农业”模式，进一步助推农村产业转型升级，将农业生产、信息服务和农产品销售等环节有机结合，并助力特色农产品突破地域限制，直接对接全国乃至全球市场，扩大销售市场；同时为农村经济发展注入人才活力，电商发展吸引越来越多的年轻人回乡创业，带来资金和技术的支持、新颖的思维方式和经营模式；农村电商的蓬勃发展，还为实现共同富裕注入强大动力，为农民提供了更多的就业岗位，拓宽农民收入渠道，提升农民收入水平，扎实推动全体人民稳步迈向共同富裕。

2.2. 完善基础设施，优化公共服务

农村电商的蓬勃发展，正在成为推动农村基础设施升级和公共服务优化的重要引擎。随着电商向乡村地区深度渗透，其对网络通信、交通物流、仓储配送等基础设施的需求日益增长，倒逼农村地区加快补齐短板、提升现代化水平。在网络通信领域，浙江加快宽带网络建设和融合应用，培育和壮大宽带产业链，“宽带浙江”发展取得显著成效。在交通物流方面，浙江全力推进“四好农村路”建设，完善现代化农村交通运输体系，农村公路不断向老百姓家门口延伸；在仓储配送环节，浙江着力打造城乡一体、

服务普惠、便捷高效的县域农村物流服务体系，农村物流数字化专业化水平显著提升，服务能力和质量走在全国前列[2]。

2.3. 助力文化建设，重塑文化自信

农村电商的蓬勃发展，使电商平台成为展示乡村特色文化的窗口。通过电商平台，展示乡村别具一格的文化内涵、产品特色和品牌故事，将乡村的传统文化、手工艺品、特色农产品等推向全国乃至全球市场，为乡村特色文化的挖掘、活化和传播提供了全新路径，形成“商业赋能文化传承，文化反哺商业价值”的良性循环，文化与经济的双向赋能。通过展示乡村文化魅力，助力乡村文化建设，打造乡村特色品牌，让乡村文化被看见、被认可，农民不仅成为文化的传承者，更升级为文化的定义者和传播者，重塑乡村文化自信。

3. 浙江农村电商发展现状及存在的问题

3.1. 浙江农村电商发展现状

自 2013 年浙江实施“电子商务进万村工程”以来，电子商务进农村综合示范、“互联网+”农产品出村进城等工作深入推进，浙江农村电子商务呈现迅猛发展态势，农村网络零售和农产品上行规模不断扩大，农村消费潜力进一步释放，农村商业线上线下融合加快。发展农村电商已成为浙江省全面推动乡村振兴，高质量发展建设共同富裕示范区的重要举措。

2024 年，浙江全省农村网络零售额 9528.6 亿元，占全省网络零售额 38.8%。农村电商发展区域集聚效应、规模效应和协同效应明显[3]。2024 年 11 月，浙江深化落实“电商兴农”工程，提出用 5 年时间，基本建成设施健全、主体活跃、产业融合、流通顺畅、服务高效、生态完善的农村电商高质量发展先行省，打造农村电商“全国新高地”。在这一目标实现过程中，浙江农村电商发展仍面临着仍面临诸多挑战与困难，机遇和挑战并存，推动浙江农村电商持续健康发展、乡村振兴一路行稳致远是一个重要课题。

3.2. 浙江农村电商发展存在的问题

3.2.1. 人才供给不足困境

人是生产力中最活跃的因素，在乡村振兴等战略政策的推动下，传统商业正加速向电商领域转型，这一趋势预示着农村电商行业对专业人才的需求将急剧增长[4]。农村电商作为连接城乡市场、推动农业现代化的重要引擎，其发展离不开一支专业化、本土化的电子商务人才队伍。这些人才既是新技术的应用者，也是新模式的探索者，更是新理念的传播者。专业人才能够有效解决标准化生产、品牌建设、营销推广、物流配送等关键环节的痛点问题，推动农村电商从简单的买卖平台向综合服务体系升级。

目前，浙江电子商务人才需求急剧增长，但农村电商人才供应与人才需求不相匹配。相较于城市，农村教育和医疗资源相对薄弱，薪资待遇偏低，就业环境较差，种种原因使得许多有知识有技能的电商人才选择在城市发展，导致农村电商人才匮乏。村中农民习惯于传统的交易模式，电商意识薄弱，运营技能缺乏，人才缺口短板导致农村电商发展受到阻碍。

3.2.2. 物流“最后一公里”瓶颈

物流保障是农村电商发展的必要条件，是拓展市场的重要保证。在浙江这个“七山一水二分田”的地理环境下，完善的物流保障对于打通城乡双向流通渠道、缩小城乡发展差距具有关键性作用。浙江农村地区盛产各类特色农产品，如安吉的土鸡蛋、冬笋、土鸡等，衢州的猕猴桃，龙游的大米等。这些农产品需要通过高效的物流体系快速送达全国各地消费者手中。没有可靠的物流保障，农产品就会面临销售容易，出货困难的窘境，导致农民增收渠道受限，农村电商发展受阻。

浙江虽然经济发达,但部分农村地区特别是山区县的地理条件复杂,物流网络建设面临诸多挑战,基础设施薄弱、覆盖不足,成为制约“最后一公里”配送的首要瓶颈。而且农村地区人口分散、配送路线长,单位配送成本远高于城市。农村物流的高成本直接压缩了电商利润空间,降低了农村电商的市场竞争力。且农村冷链物流短板明显,生鲜农产品难以远距离销售,许多高附加值但易腐的农产品无法通过电商渠道销售,制约了农民增收空间和农产品电商的品类拓展。

3.2.3. 农产品品牌化建设短板

浙江省政府连续五年将“三强一制造”写入省政府工作报告,出台《关于打造“浙江制造”品牌的意见》等一系列政策,推动地理标志商标助力强企富农。农产品品牌化已成为现代农业发展的核心战略,对于提升农产品附加值、增强市场竞争力、促进农民增收具有不可替代的作用。在浙江“七山一水二分田”的资源禀赋条件下,品牌化建设更是突破土地资源约束、实现农业高质量发展的必由之路。

农业生产主体的品牌意识不足是农产品品牌化建设的一大短板。浙江农村电商发展中,大量农户和小型农业经营主体仍停留在初级农产品销售阶段,缺乏品牌建设的主动性和长远规划,存在品牌认知局限、同质化竞争严重以及短期行为普遍等问题,且缺乏统一标准和质量控制体系,农产品品种、质量、供给、品牌定位等参差不齐,同一地区农产品品牌建设与推广也未做统筹规划,极大程度上影响了后期整体品牌的推广效果[5]。品牌建设短板还体现在品牌保护不力上,假冒产品层出不穷,损害整体品牌形象。

3.2.4. 农产品品质把控难题

随着消费升级趋势的深化和市场竞争的加剧,品质管控不仅关系到消费者的健康权益和购物体验,更是农村电商能否实现可持续发展的关键因素。与传统线下销售不同,电商模式具有“时空分离”的特性,消费者无法直接触摸、嗅闻或品尝产品,只能通过图片、视频和文字描述来判断品质。这种特性使得电商农产品的品质承诺与实际交付之间的差距更容易引发消费纠纷,农产品直播带货中的“所见非所得”问题尤为突出,成为消费者投诉的重灾区。

相较于工业品,农产品具有易腐、易损、保质期短等特性,对仓储、运输条件要求极高。流通环节的保鲜与损耗挑战是浙江农村电商品质把控面临的技术性难题,直接影响到消费者的收货体验和复购率。在浙江部分偏远农村地区,冷链设施覆盖尤为薄弱,导致许多优质农产品因无法妥善保鲜而难以进入电商渠道。且目前浙江虽在农产品质量安全追溯体系建设上走在全国前列,但小规模农户和新兴电商主体的参与度仍然有限。在“助农”“兴农”等主题下,部分主播还利用滞销、亏本等卖惨营销的短视行为扰乱市场秩序,以虚假宣传欺骗消费者,这类行为不仅损害消费者权益,也破坏了正规农产品电商的市场环境。

4. 乡村振兴背景下浙江农村电商发展策略

4.1. 吸引人才更要留住人才、用好人才

为更好解决浙江农村电商发展人才不足问题,进一步吸引人才、留住人才和用好人才,政府要加大政策扶持力度,吸引更多人才返乡入乡创业,对符合条件的返乡入乡创业青年,提供税费减免、降低落户门槛、提供购房补贴等优惠政策。同时,充分发挥典型案例的示范引领作用,多开展优秀创业带头人的案例宣传和分享活动,带动更多年轻人返乡下乡创新创业。此外,为更好地留住人才,可以为人才在落户、配偶就业、子女入学、医疗、出入境、创业扶持等方面提供更优惠、更便利服务,为人才生活和工作创造良好的条件。同时建立健全人才激励机制,建立以创新能力、质量、实效、贡献为导向的人才评价体系,树立人才评价正确导向,让回报体现实际贡献,更好激发人才内在动力[6],真正实现事业留人、

待遇留人、制度留人。吸引人才、留住人才后更要用好人才，要定期对电商从业人员开展针对性的教育和培训，提升其业务水平和能力，充分发挥其带头作用。同时积极为人才松绑，完善人才管理制度，坚持人尽其才、才尽其用、用有所成，让各类人才进得来、留得住、用得好。

4.2. 突破物流“最后一公里”瓶颈

为更好突破物流“最后一公里”瓶颈，政府应加强相关管理和政策扶持，加快完善县乡村三级农村物流体系，实现县级枢纽升级、乡镇节点全覆盖和村级末端下沉，改造提升农村寄递物流基础设施，全面提升农村地区交通通达深度和服务广度，加强农村电商物流服务行业的监管，扶持优秀物流企业品牌建设。持续释放政策红利，加快乡村智慧物流建设，试点建设智能无人驿站、村级基站、低空索道线路等，打造商贸流通新平台、新业态、新模式。同时要优化乡村物流末端服务定点的数量和类型，综合考虑地理环境、人口分布、产业特点、快递量等多种因素，构建科学合理的乡村物流网络体系。农村物流“最后一公里”的可持续运营，也离不开人才的支撑。要充分发挥人才的积极作用，开展精准化物流技能培训，提升农村基层物流从业人员的素质和村级网点运营能力，鼓励返乡青年、大学生创业参与农村物流建设，实现村村有网点、网点有能人、能人带产业的良性循环。

4.3. 品牌先行，将“土特产”升级为“品牌商品”

品牌建设是一项系统工程，需要长期投入和持续经营。为更好补齐浙江农产品品牌化建设短板，要进一步加强政府引导和政策激励，设立专项品牌建设扶持资金，对创建区域公用品牌、企业自主品牌的农户和合作社给予直接补贴，并将品牌建设纳入考核指标，对品牌运营良好的主体在用地、融资、税收等方面给予倾斜，形成正向激励机制。同时，要加强标杆示范和经验推广，打造品牌建设示范点，通过组织观摩学习、案例分享、结对帮扶等形式，让农户亲眼见证品牌带来的价值提升，真正提升农民品牌建设主体意识，找到自己独特的品牌路径，避免过度同质化竞争。而且浙江作为科技大省，应鼓励农业企业与高校、科研院所合作，如浙江大学、浙江农林大学等，共同攻关农产品品质提升和加工技术创新，为品牌差异化提供坚实的技术支撑。品牌建设除了前期的培育和推广，更需要加强后期的保护和维护。有效的品牌保护机制是确保品牌长期健康发展的制度保障，要积极构建包括法律保护、技术防护、行业自律和消费者参与在内的全方位品牌保护体系，严厉打击侵害农产品区域公用品牌权益、破坏市场运行的现象。

4.4. 质量兴农，提升农产品品质

农产品品质与品牌建设息息相关，建设的核心在于信任，而信任的基础是稳定可靠的产品质量。为进一步突破提升农产品品质把控难题，除了要改善基础的仓储、运输条件外，还要注重解决水产品、菌菇等易腐农产品的冷链短板，构建覆盖全链条、多层次的冷链物流基础设施网络，为农产品质量安全提供硬件保障。同时要落实生产经营主体责任，强化农产品生产经营者的质量安全第一责任人意识，推动质量安全要求转化为自觉行动，实现生产经营主体质量意识的根本转变，并对质量管控严格、市场信誉良好的生产经营主体给予表彰和奖励。将质量安全与各类农业补贴、项目支持挂钩，形成“优质多得、优胜劣汰”的政策导向，营造良好的市场经营环境。在制度方面，要完善农产品生产标准体系和质量监督体系，使农业生产有标可依、有规可循，赢得消费者的长期信任，实现产业可持续发展。此外，针对部分主播利用滞销、亏本等卖惨营销的短视行为扰乱市场秩序，虚假宣传欺骗消费者的行为要严厉打击，加大监督管理力度，形成对虚假卖惨视频的长效治理机制，提高违法成本，规范网络直播和带货营销秩序，营造清朗安全有序的电商环境。

5. 结语

总而言之，在乡村振兴背景下，浙江农村电商的发展对于激活农村经济，拓宽增收渠道；完善基础设施，优化公共服务；助力文化建设，重塑文化自信等发挥着重要的作用，但也面临许多现实困境和阻碍，为推动其进一步发展，要进一步吸引人才更要留住人才、用好人才；突破物流“最后一公里”瓶颈；品牌先行，将“土特产”升级为“品牌商品”；质量兴农，提升农产品品质，从而推动农村电商发展进一步行稳致远，激发农村经济发展活力，扎实推进乡村振兴建设。

参考文献

- [1] 习近平在中央农村工作会议上强调坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重 促进农业高质高效乡村宜居宜业农民富裕富足[N]. 人民日报, 2020-12-30(001).
- [2] 浙江省交通运输厅. 促进农村客货邮融合推进农村物流高质量发展助力共同富裕示范区建设专项行动[EB/OL]. https://www.zj.gov.cn/art/2022/9/1/art_1229530743_2422790.html, 2016-02-03.
- [3] 曾海英. 浙江农村电商奔向新高地[N]. 浙江在线, 2024-12-17(006).
- [4] 郝新军, 沈朝阳. 农村电商赋能乡村振兴成效评价与障碍因素分析[J]. 西安财经大学学报, 2022, 35(5): 40-52.
- [5] 颜颖. 乡村振兴背景下浙江农村电商高质量发展的新路径[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2023(6): 26-28.
- [6] 孙宗鹤. 形成灵活有效的人才激励机制[N]. 光明日报, 2025-04-13(007).