

数字经济背景下农村电商发展的困境及应对策略

辜紫薇

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月11日; 发布日期: 2025年7月9日

摘要

在数字经济浪潮的强劲推动下, 农村电商正逐步崛起, 成为驱动农村经济转型升级、助力乡村振兴的核心力量。然而, 其发展之路并非坦途, 面临着基础设施滞后、人才匮乏、资金短缺、品牌建设薄弱以及物流配送难题等多重困境。为助力农村电商突破瓶颈、实现可持续发展, 本文深入剖析了这些困境, 并针对性地提出了强化基础设施建设、完善人才培养与引进机制、创新融资模式、打造特色品牌以及优化物流配送体系等应对策略, 旨在为农村电商的发展提供坚实的理论支撑与实践指导。

关键词

数字经济, 农村电商, 发展困境, 应对策略

Dilemmas and Coping Strategies of Rural E-Commerce Development in the Context of Digital Economy

Ziwei Gu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 11th, 2025; published: Jul. 9th, 2025

Abstract

Under the strong impetus of the wave of digital economy, rural e-commerce is gradually emerging as a core force driving the transformation and upgrading of the rural economy and helping rural revitalization. However, its development path is not a straight road, facing multiple difficulties such as lagging infrastructure, lack of talent, lack of funds, weak brand building and logistics and

distribution problems. In order to help rural e-commerce break through the bottlenecks and achieve sustainable development, this paper analyzes these dilemmas in depth and puts forward strategies to strengthen the infrastructure construction, improve the talent training and introduction mechanism, innovate the financing model, create a special brand, and optimize the logistics and distribution system, aiming to provide solid theoretical support and practical guidance for the development of rural e-commerce.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Development Dilemma, Coping 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

在数字经济迅猛发展的时代背景下，农村电商成为驱动农村经济转型升级、助力乡村振兴的核心力量。2024 年中央一号文件强调，发展农村电商是创新商业模式、建设农村现代流通体系的重要举措，也是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手。随着数字技术的迅猛发展，数字经济已渗透到社会各个领域，为农村电商带来全新的发展契机。农村电商打破传统时空限制，拓宽农产品销售渠道，提升农业产业附加值，有力推动农村经济结构调整与发展模式创新，但在实践进程中，农村电商遭遇诸多制约因素。因此，探究数字经济背景下农村电商发展困境及应对策略意义重大，深入研究并有效解决这些问题，为政府决策制定提供依据，对农村经济高质量发展意义深远。

2. 数字经济背景下农村电商的发展现状

2.1. 政策大力扶持

国家持续推出一系列政策，从多维度为农村电商发展筑牢坚实的政策根基。党中央和国务院高度重视乡村的建设与发展，不断出台有利于农村电商发展的相关政策，且政策力度持续加大，每年国家层面都会对我国农村电商发展作出细致部署，为农村电商的进一步发展指明方向[1]。在资金投入方面，专门设立专项资金，用于电商平台建设、企业培育以及人才培养补贴等。在税收政策上，给予农村电商企业税收减免优惠，切实减轻企业经营负担，提升其市场竞争力。在人才政策领域，鼓励高校开设相关专业课程、组织专项培训活动，并积极吸引人才投身农村电商领域。在资金扶持、政策引导和人才培养等多重推动下，农村地区的互联网普及率正以较为显著的速度逐步提升，农村地区信息化进程也在有条不紊地逐渐加快。

2.2. 规模持续扩张

乡村振兴战略实施以来，国家对农村信息化建设的重视和投入增加，农村地区的互联网普及率正在逐步提升，农村地区信息化进程也在逐渐加快[2]。伴随互联网普及与物流体系完善，农村电商交易规模稳步增长。农村互联网基建成效显著，网络覆盖与质量提升，众多农民借此投身电商创业。物流企业加大农村布局，完善物流体系，冷链物流保障农产品运输储存。农民借电商平台拓宽农产品销路、提升附加值，特色品牌与直播带货增强竞争力。农产品上行与工业品下行流通顺畅，农村消费市场被激活，农村电商成农村经济新增长点，推动产业升级与乡村振兴。农村电商的兴起，打破了传统农产品销售的时

空限制,让农民们可以直接将农产品销售到全国各地乃至全世界,拓宽了销售渠道,规模持续扩张面向更大的市场。

2.3. 基础设施加速完善

随着农村电商基础设施加速完善,越来越多农村地区实现了网络的覆盖,让农民们可以享受到互联网普及带来的红利,为农民们的生活带来了诸多便利性,进一步弥合了城乡之间的数字鸿沟[3]。唐宇(2023)[4]认为道路交通、网络通讯等基础设施的完善程度对农村电商发展和农民增收至关重要,良好的基础设施有助于疏通农产品上行障碍,促进快递物流站点布局合理化。现在物流设施的完善,给物流配送体系提供强有力的支持,使农产品运输更加快捷和便利,这种新型农业销售模式给农村电商带来更大的发展机遇,推动农村电商转型升级。

2.4. 交易模式不断创新

从交易模式看,电商直播等新兴模式不断涌现,为农产品销售提供了更直观、高效的渠道。模式创新方面,如“电商平台+主播培育”等模式在各地不断实践(林善传,2023)[5]。电商直播借助短视频平台和新媒体迅速发展,对促进农民增收、带动农村人员劳动就业、推动“三农”经济发展起到积极作用(沈玉清等,2022)[6]。数字经济与农村电商的融合将更加紧密,一方面,技术创新将持续推动农村电商模式升级,如虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术可能应用于农产品展示和销售;另一方面,大数据分析将助力精准营销,更好地满足消费者需求,进一步拓展市场空间(侯怡,2020)[7]。

3. 数字经济背景下农村电商的发展困境

3.1. 基础设施建设滞后

尽管农村网络通信设施取得了一定改善,然而部分偏远地区的网络覆盖依旧不稳定,网速也难以满足需求,这极大地制约了农村电商业务的高效开展。同时,仓储物流设施存在较大缺口,冷链物流体系不够完善,使得生鲜农产品在存储与运输环节损耗严重。农村地区地广人稀,交通基础设施相对薄弱,物流配送线路长、运费高,严重阻碍了农产品电商的发展[8]。

3.2. 专业人才短缺

农村地区受区位偏远、经济发展机会有限等多方面因素制约,在吸引和留住电商专业人才方面面临着重重困难。一方面,偏远的地理位置使得农村地区在交通、生活配套设施等方面与城市存在较大差距,电商专业人才往往更倾向于选择发展机会更多、生活条件更优越的城市地区就业,导致农村地区难以吸引到优秀的电商人才。另一方面,农村地区的电商行业发展相对滞后,职业发展空间有限,薪资待遇也难以与城市相媲美,这使得即便有部分人才愿意投身农村电商,也容易因为发展受限和待遇问题而选择离开。农村电商专业人才缺乏,制约农村电商实现创新型发展[9]。

3.3. 资金保障困难重重

电商在农村的蓬勃的发展离不开资金的支持。具体而言,要在农村建立一个电商交易平台,需要涉及电商技术、信息化建设、物流配送等诸多方面的投入,而这些都需要大量可持续的资金支持,因此资金缺乏是农村电商发展面临的一个重要挑战[10]。农村电商企业普遍规模较小,多为中小微企业,这类企业往往面临抵押物不足、信用评级不高的困境,导致其从银行获取贷款的难度显著增加。与此同时,政府提供的补贴不仅额度有限,而且分布较为分散,难以满足企业实现规模化发展所需的资金量。此外,风险投资和股权融资等多元化融资渠道对农村电商领域的关注度较低,资金短缺问题使得企业在技术升

级、市场拓展以及品牌建设等关键环节上受到严重阻碍。

3.4. 农产品品牌化程度低

在农村电商发展中，农民品牌意识淡薄，长期专注于种植生产，忽视品牌建设，未意识到品牌对提升农产品附加值和市场竞争力的重要性。农产品生产分散，小规模、分散化经营难以实现规模化生产，品质参差不齐，无法形成统一标准，规模效益和品牌影响力受限。同时，生产分散导致品质管控标准不一，缺乏统一检测认证体系，部分农户过度使用化肥农药，影响农产品品质 and 安全性，降低消费者信任度，不利于品牌塑造推广。此外，农民品牌策划和营销知识不足，推广手段局限于传统方式，缺乏利用现代营销手段的能力，导致农产品辨识度和竞争力弱，附加值低，利润微薄，制约农村电商产业可持续发展。

3.5. 物流配送难题突出

农村电商物流作为连接城乡消费市场的桥梁与纽带，其发展滞后成为制约农村电商迈向更高水平发展的关键因素[11]。农村地区交通基础设施发展滞后，物流配送路线漫长且成本高昂，“最后一公里”配送难题尤为突出，这使得物流企业布局农村市场的积极性受挫，进而导致配送时效性无法保障，服务质量也难以达到消费者期望，成为制约农村电商发展的关键因素。

4. 数字经济背景下农村电商发展的应对策略

4.1. 强化基础设施建设

4.1.1. 网络通信设施优化

网络通信设施堪称农村电商发展的核心支柱，其关键地位不言而喻。为冲破农村电商发展的网络桎梏，必须加大网络通信设施建设的投入力度。一方面，要大力推进 5G 网络在农村地区的全面覆盖。进一步优化农村网络通信基础设施布局，提升智能手机在农村的普及率，借助大数据技术精准规划建设网点，使其能够享受到便捷、高效的数字化服务[12]。这一举措能让农产品直播带货过程中，画面清晰度与流畅度得到质的飞跃，消费者得以更细致入微地观察农产品细节，主播与消费者之间的互动更加实时顺畅，交易效率大幅跃升，有力推动当地特色农产品迈向更广阔的市场天地。另一方面，要持续提高农村网络带宽。通过全方位升级改造现有网络线路，将传统铜缆更换为高速光纤，能显著提升网络传输效率。

4.1.2. 仓储物流设施完善

仓储物流设施的完善与否，对农村电商的运营效率与成本控制起着决定性作用。因此，必须科学规划、合理布局仓储物流设施。在农产品主产区以及交通枢纽节点，要加大区域性仓储中心的建设力度。同时，要加快冷链物流节点的建设，鉴于生鲜农产品易腐变质的特性，构建全程冷链物流体系显得尤为重要。产地预冷设施紧邻田间，蔬菜采摘后能立即进行预冷处理，有效降低了呼吸代谢带来的损耗。冷链运输车辆按照规划线路高效配送，全程温度严格监控且可追溯。终端冷藏销售设施则覆盖农贸市场、超市等，确保蔬菜品质从农田到餐桌全程稳定。

4.2. 完善人才培养与引进机制

4.2.1. 人才培养体系构建

数字经济时代，电商人才在乡村振兴中发挥着越来越重要的作用[13]。为提升农村电商从业人员的专业素养，构建一套系统、全面的人才培养体系显得尤为关键。在这一过程中，高校、职业院校以及专业培训机构应发挥核心引领作用，通过紧密合作，深入调研农村电商的实际需求，量身定制个性化的课程

体系。课程体系应涵盖电商运营基础、网络营销策略、农产品供应链管理、数据分析与应用等核心模块，确保学员能够全方位掌握电商运营所需的知识与技能。

4.2.2. 人才引进政策创新

制定富有吸引力的优惠政策，是吸引电商专业人才扎根农村的关键一招。地方政府可从住房保障、生活补贴、税收优惠等多个维度发力。以江苏睢宁为例，为引进电商人才，当地政府积极作为，开发了人才公寓，以优惠的租金提供给电商人才居住，让他们在农村也能有安稳的居住环境；给予本科及以上学历人才生活补贴和购房补贴，减轻他们在生活方面的压力；对于创业人才，在企业所得税方面，地方留存部分前三年全额返还、后两年减半征收，增值税地方留存部分三年内返还 50%。这些实实在在的优惠政策，如同磁石一般，吸引了大量专业人才。他们凭借专业知识和技能，推动产品不断创新升级，有力带动了当地就业与经济增长实现新的跨越。

4.3. 创新融资模式

4.3.1. 政府资金引导与增信

政府在农村电商融资体系中占据着举足轻重的地位，需持续加大财政资金的扶持力度，并拓展扶持范围。以福建安溪为例，为推动铁观音茶叶电商产业的升级发展，政府设立了规模达亿元的产业引导基金，专门用于精准投资茶产业电商领域的创新项目。这一举措有效地助力了茶企在仓储物流升级、新品研发以及销售渠道拓展等方面的进步，进而推动了一批茶企的崛起，使得茶叶电商销售额在短短三年内实现了翻番。与此同时，政府还设立了风险补偿基金，与银行携手合作，为中小茶企的贷款提供风险保障。某小型茶企在获得贷款后，成功改良了制茶工艺，提升了产品品质，从而在电商市场上占据了更大的份额，不仅促进了企业自身的成长，还带动了就业和茶农的增收，稳固了安溪茶叶电商产业集群的优势，增强了产业的抗风险能力和创新发展能力。

4.3.2. 金融产品与服务创新

金融机构应积极发挥其作用，不断创新并推出适配农村电商需求的金融产品与服务。以中国邮政储蓄银行在四川仁寿的实践为例，该行针对水果电商领域推出了“果 e 贷”这一特色金融产品。该产品依据水果的种植规模、预计产量以及电商销售数据来综合评定授信额度，无需传统的抵押物，具有额度灵活、利率优惠、随借随还等诸多优势。某果农在扩大线上水果销售规模时面临资金短缺问题，通过“果 e 贷”成功获得贷款后，增购了农资设备，优化了水果的包装与保鲜技术，从而实现了水果品质与销量的双重提升，电商利润更是增长了 40%。此外，银行还简化了贷款审批流程，积极运用大数据、区块链等先进技术进行线上审核评估，使得贷款最快可在 24 小时内到账，大大提升了融资的时效性，有力地支持了农村电商企业及时把握商机、实现稳健发展，进一步激发了农村电商市场的活力与创新动力。

4.4. 打造特色农产品品牌

4.4.1. 品牌定位与品质提升

精准挖掘地域文化与农产品特色以精准定位品牌，是提升农产品附加值与市场竞争力的关键。在“章丘大葱”品牌塑造初期，章丘农业农村部门联合科研院校与行业专家，深入分析大葱生长特性与本地生态环境的关联，制定了严格的生产标准。从选种到收获，各环节均严格把控，确保大葱品质。同时，引入物联网技术，全面布设智能监测设备，实时采集关键数据，为精准农事决策提供支撑。此外，还构建了全流程溯源系统，为每棵大葱赋予溯源码，消费者可获取其全生命周期信息。凭借清晰精准的品牌定位与卓越的品质保障，“章丘大葱”成功跻身高端农产品行列，市场单价高，年销售额突破亿元。

4.4.2. 新媒体品牌推广

新媒体与电商平台的深度融合，为农产品品牌推广带来了全新的契机。在新疆和田，这片红枣的甜蜜故乡，当地充分利用短视频与直播等新兴媒介，全方位展现了红枣种植的独特生态景观。在直播带货的过程中，枣农们化身为主播，与观众进行热情互动，实时展示红枣的丰硕成果与卓越品质，从外观到口感，全方位呈现红枣的魅力，极大地激发了消费者的购买欲望。同时，当地政府积极搭建电商节平台，邀请网红达人与明星共同助力公益助农活动，微博话题热度持续攀升，曝光量突破千万次，各大直播平台带货盛宴同步开启，创造了超千万元的销售佳绩。经过这一系列新媒体推广战略的强力推动，“和田红枣”品牌知名度和美誉度飙升，成功跻身全国一线知名农产品品牌行列，网络销量占比高达 80% 以上，为果农带来了丰厚的收入回报。

4.5. 优化物流配送体系

4.5.1. 交通基础设施改善

农村交通基础设施建设是保障物流畅通无阻的关键所在。在贵州，一场名为“村村通”的工程正深刻改变着农村的面貌，它致力于升级农村公路网络。以遵义湄潭为例，当地依据独特的地形条件，精心规划了“四好农村路”网络，不仅拓宽并硬化了村道，还构建了产业路，将茶园、果园与物流节点紧密相连。道路状况的显著改善，使得货车能够直接抵达田间地头，茶叶采摘后能迅速送往加工厂和仓储中心。这一变革使得运输效率提升了 60%，成本降低了 40%，茶叶保鲜效果更佳，上市时间更早，茶企因此增效，茶农也实现了增收。物流企业的运输意愿显著增强，服务网点不断延伸，农产品出村进城的速度加快，为农村电商与产业的融合发展奠定了坚实的交通基础，激活了乡村产业的内生动力，拓宽了农民的致富之路。

4.5.2. 物流协同与共同配送

通过完善电商物流体系，构建农村电商产业集群，以此实现农村电商高质量发展^[14]。推动物流企业协同构建共同配送体系，是破解农村物流散、小、弱难题的有效途径。在河北清河羊绒产业集群，政府积极引导各物流企业整合资源，成立了“清河羊绒物流联盟”，并建成了集仓储、分拣、转运功能于一体的大型物流园区。园区依据订单量和目的地，对配送线路进行优化，整合车辆运力，实现了统一收发、集中配送。某小型羊绒电商企业原本日均发货成本高达 500 元，加入联盟后，成本降至 300 元，时效性提高了 2 天，客户满意度也提升了 20%。共同配送不仅降低了成本，提高了效率，还显著提升了清河羊绒电商的竞争力，增强了产业集聚的辐射力，带动了上下游产业的协同创新，以物流优化赋能乡村产业高质量发展，打造了农村产业融合升级的新引擎。

4.5.3. 末端配送模式创新

创新末端配送模式，为破解农村物流“最后一公里”难题、提升服务体验提供了有效路径。物流驿站深度融入乡村商业体系，不仅代销农产品和农资，还提供快递代收代发服务。例如，某驿站月均收发快递达 2000 件，代销农产品销售额达 5 万元，成为了信息交互和商品流通的重要节点，有力地促进了农民增收。此外，在部分偏远山区，无人机配送正成为新的选择。起飞重量达 10 公斤的无人机能够跨山越河，在半小时内将应急药品、高附加值农产品等送出山区，既降低了成本又提高了效率，同时保证了生鲜产品的品质。这一创新模式提升了农村物流配送的精准度和覆盖度，为乡村振兴插上了翅膀，缩小了城乡物流服务差距，进一步释放了农村消费潜力。

5. 结语

在数字经济浪潮的推动下，农村电商作为一股新兴力量，正引领着农村经济的转型升级，成为乡村

振兴不可或缺的关键驱动力。它不仅为农村经济注入了新的活力，激活了农村市场的巨大潜力，还深刻促进了农村产业结构的优化与升级。数字经济的蓬勃发展，为农村电商搭建了更加稳固的支撑平台，拓宽了其发展的广阔空间。展望未来，我们应坚定不移地深化农村电商与数字经济的融合进程，强化政策引导与扶持力度，完善服务体系与基础设施，提升农民的参与度与数字素养，让农村电商真正成为乡村振兴的强劲引擎，引领农村走向全面振兴的新时代。

参考文献

- [1] 邵文佳. 乡村振兴战略背景下农村电商的发展现状与路径[J]. 市场周刊, 2022, 35(1): 96-97, 138.
- [2] 闫鑫. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策分析[J]. 中国商论, 2023(7): 41-44.
- [3] 张长宝. 乡村振兴战略背景下农村电商发展现状及策略探析[J]. 山西农经, 2021(18): 175-176.
- [4] 唐宇. 农村电商赋能乡村产业振兴的机理、障碍与对策[J]. 南方农机, 2023, 54(9): 111-114.
- [5] 林善传. 农村电商赋能乡村振兴[J]. 农村工作通讯, 2023(9): 3.
- [6] 沈玉清, 穆哈拜提·帕热提. 新零售模式下农产品直播带货的问题及对策分析[J]. 中国商论, 2022(24): 10-13.
- [7] 侯怡. 三产融合背景下农村电商发展的现状、困境及对策研究[J]. 现代商业, 2020(30): 25-27.
- [8] 郑彩云. 农村电商助力乡村振兴的机理、困境及对策探究[J]. 山西农经, 2025(10): 199-201.
- [9] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [10] 常晋. 基于乡村振兴背景的电商下沉对农村经济的影响研究[J]. 农业经济, 2024(2): 127-130.
- [11] 毛怡萱. 乡村振兴战略下数字普惠金融服务农产品电商的困境与路径[J]. 农业经济, 2021(11): 112-114.
- [12] 山孟丹, 裴丽, 王贝贝. 农村电商物流的发展模式与瓶颈突破探究[J]. 商展经济, 2025(10): 19-22.
- [13] 李玉龙. 电商人才培养助力乡村振兴的可行性路径研究[J]. 农业经济, 2022(9): 111-112.
- [14] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.