

# 电商推动农村经济发展的路径探索

孙国胜, 项德源

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年6月6日; 录用日期: 2025年6月20日; 发布日期: 2025年7月14日

## 摘要

在乡村振兴战略背景下, 农村电商已成为推动农村经济发展的关键力量之一。本论文通过深入剖析“淘宝村”这一典型项目, 分析了电商在拓展农产品销售渠道、提升农民收入、带动产业协同发展等方面的作用和效果。然而, 当前农村电商发展仍面临很多挑战, 如物流配送体系不完善, 农产品标准化程度低, 电商人才短缺以及品牌建设滞后等。为有效解决这些问题, 提出了一系列针对性策略, 包括完善物流配送网络, 推广“共享物流”与冷链物流; 提升农产品标准化水平, 强化品牌建设; 构建多层次电商人才培养体系, 吸引人才回流; 以及创新电商发展模式, 如发展直播电商、社交电商等。通过实施这些策略, 有望进一步释放电商潜力, 推动农村经济实现高质量、可持续发展, 助力乡村振兴目标的达成。

## 关键词

农村电商, 经济发展, 策略探索

# Exploration of Paths for E-Commerce to Promote Rural Economic Development

Guosheng Sun, Deyuan Xiang

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Jun. 6<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 20<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 14<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Against the backdrop of the rural revitalization strategy, rural e-commerce has emerged as one of the key drivers for rural economic development. This paper provides an in-depth analysis of the typical “Taobao Village” project to examine the roles and effects of e-commerce in expanding agricultural product sales channels, increasing farmers’ income, and driving industrial coordinated development. However, the current development of rural e-commerce still faces numerous challenges, such as an underdeveloped logistics and distribution system, low standardization of agricultural

products, a shortage of e-commerce talent, and lagging brand development. To effectively address these issues, a series of targeted strategies are proposed, including improving logistics and distribution networks by promoting “shared logistics” and cold-chain logistics; enhancing the standardization level of agricultural products and strengthening brand building; constructing a multi-tiered e-commerce talent training system to attract talent backflow; and innovating e-commerce development models, such as live-streaming e-commerce and social commerce. Through the implementation of these strategies, it is expected to further unleash the potential of e-commerce, promote high-quality and sustainable development of the rural economy, and facilitate the achievement of rural revitalization goals.

## Keywords

Rural E-Commerce, Economic Development, Strategic Exploration

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

长期以来,农村地区因交通不便、信息闭塞、市场渠道狭窄等因素,面临农产品滞销、产业发展滞后等困境。国家统计局数据显示,在电商扶贫大规模开展前,部分偏远农村地区农产品损耗率高达30%~40%,农民收入增长缓慢。而随着互联网技术的普及,农村电商展现出巨大潜力。根据中国互联网络信息中心2025年1月17日发布的《第55次中国互联网络发展状况统计报告》,截至2024年12月,我国农村网民规模达3.13亿人,占网民整体的28.2%,农村互联网普及率达65.6% [1]。在乡村振兴战略的大背景下,农村电商作为推动农村经济发展的重要力量,受到了广泛关注,其为农产品销售提供了新渠道,还有望带动农村产业升级,促进农民增收致富。然而,目前农村电商在发展过程中仍面临诸多挑战,如何充分发挥电商对农村经济的推动作用,探索出适合农村发展的电商路径,是当前亟待解决的问题。本文将通过分析农村电商发展的现存挑战,剖析“淘宝村”成功案例,探讨电商推动农村经济发展的有效策略,以期为促进农村经济高质量发展提供参考。

## 2. 电商推动农村经济发展的现存挑战

### 2.1. 物流配送体系不完善

农村地区地广人稀,人口分布相对分散,这给物流配送带来了极大的困难。与城市密集的人口分布不同,农村地区的物流网点难以像城市那样高密度布局。许多偏远乡村甚至缺乏基本的快递服务站点,导致农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”问题突出。相关数据显示,目前仍有超过15%的农村行政村未能实现快递直达,农产品从农户手中运输到物流网点往往需要耗费大量时间和精力。而且,由于农村订单量相对较少,物流企业难以形成规模效应,车辆空载率较高,这直接导致单位物流成本大幅增加。高昂的物流成本严重压缩了农产品的利润空间,使得许多优质农产品在电商平台上因价格缺乏竞争力而难以打开市场[2]。同时,物流配送时效性差也是一个问题,在城市,消费者下单后通常能在1~2天内收到商品,但在农村,尤其是一些偏远地区,快递配送时间可能长达3~7天,甚至更久。对于一些易腐坏的农产品,如水果、肉类等,过长的配送时间严重影响了产品的新鲜度和品质,导致消费者投诉率上升,进而影响农村电商的口碑和可持续发展。

从公共资源角度看,农村交通等基础设施建设相对滞后,政府在交通规划与建设投入上,对农村偏远地区覆盖不足。而从市场策略层面分析,物流企业基于成本与收益考量,不愿在农村大规模布局网点,即便有布局也难以实现高效运营。这需要公共资源在基础设施建设上加大力度,同时市场策略上鼓励物流企业创新运营模式,以解决农村物流难题。

## 2.2. 农产品标准化程度低

由于农村生产经营以分散的小农户为主,缺乏统一的生产标准和规范,不同农户生产的同一种农产品在外观、口感、规格、质量等方面存在较大差异。以苹果为例,有的农户种植的苹果大小不一、色泽不均,在甜度、酸度等口感指标上也参差不齐,这使得农产品在电商平台上难以形成统一的产品形象和稳定的品质保障。而且一些农产品采用简易的塑料袋或编织袋包装,在运输过程中容易受到损坏,影响产品品质。而且,简陋的包装无法突出农产品的特色和优势,不利于在电商平台上吸引消费者的关注。在公共资源协调方面,农业技术推广部门未能有效将标准化生产技术普及到广大农户,缺乏统一的质量检测与监管机制。从市场策略看,农产品加工企业、电商平台等缺乏引导农户进行标准化生产的激励措施,没有形成从生产到销售全链条的标准化运作模式。

## 2.3. 电商人才短缺

公共资源协调上,教育资源在农村电商人才培养方面倾斜不足,高校及职业院校相关专业设置与农村电商需求适配度低。从市场策略看,农村电商企业、平台对人才培养投入积极性不高,没有建立起与人才利益共享的长效机制,难以吸引和留住人才。与城市相比,农村地区在生活配套设施、教育医疗资源、职业发展空间等方面存在较大差距,导致许多电商专业人才更倾向于在城市就业。即使是农村本地培养的电商人才,毕业后也大多选择留在城市发展,人才流失现象严重。目前,针对农村电商人才培养的专业培训机构和课程相对较少,且培训内容往往与农村实际需求脱节。许多培训课程侧重于理论知识传授,缺乏实际操作技能培训,导致农民参加培训后难以将所学知识应用到实际电商运营中。此外,农村电商人才培养缺乏持续性,一次性的培训难以满足电商行业快速发展对人才不断更新知识和技能的需求。当前,参与农村电商的主体主要是农民,他们大多文化程度较低,缺乏系统的电商知识和运营经验[3]。虽然部分农民通过自学或参加短期培训掌握了一些基本的电商操作技能,但在店铺运营、产品营销、客户服务等方面仍存在较大不足。例如,许多农民在电商平台上开店后,不懂得如何进行店铺装修、产品推广,导致店铺流量低、订单量少。

## 3. 电商如何推动农村经济发展——“淘宝村”项目分析

淘宝村,依据阿里研究院的权威认定标准,是指经营场所所在农村地区,具体以行政村为单元,电子商务年交易额达到1000万元以上,且本村活跃网店数大于100家,或者活跃网店数量达到当地家庭户数10%以上的村庄。

通过了解淘宝村的发展历程,发现自2009年阿里研究院首次发现以来,其数量呈现出爆发式增长态势。2009年,全国仅有寥寥3个淘宝村,如星星之火般散落在各地。到了2013年,数量攀升至20个,展现出初步的发展活力。随后,淘宝村的发展如同雨后春笋,一发不可收拾。2021年,中国淘宝村数量成功突破7000大关,达到7023个。截至2023年,这一数字更是突破8000个,其发展速度令人惊叹。在地域分布上,淘宝村从最初主要集中于浙江、广东、江苏等东部沿海经济发达省份,逐渐向中西部地区拓展,如今已遍布全国近30个省市,形成了一张广泛而密集的农村电商网络<sup>1</sup>。

<sup>1</sup><https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202409/P020240908376506774369.pdf>

淘宝村能够取得成功, 其实背后是很多因素共同作用的结果。比如, 近年来, 国家高度重视农村电商发展, 将其视为推动乡村振兴、促进农村经济增长和农民增收的重要举措。为此, 相继出台了一系列力度空前的扶持政策。例如, 《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》从多个维度为农村电商发展指明方向, 各地政府也纷纷响应, 结合本地实际情况, 制定了一系列配套政策, 从项目审批、土地使用到人才培养等方面, 为淘宝村发展提供全方位支持, 营造了良好的政策环境。并且, 随着移动互联网、大数据、云计算等现代信息技术的飞速发展与广泛普及, 农村电商的运营模式和服务质量也得到了提升, 同时, 在电商产业兴起之前, 大量农村年轻劳动力为寻求更好的发展机会, 纷纷背井离乡前往城市打工, 导致农村人才流失严重, 发展活力不足。随着淘宝村的出现和电商产业在农村的蓬勃发展, 越来越多的年轻人看到了家乡的发展机遇, 选择回到家乡创业就业。这些返乡青年接受过良好的教育, 具有开阔的视野和先进的经营理念, 他们带回了城市的新技术、新思维和新观念, 也让农村的经济发展有了“源头活水”。

以山东曹县大集镇为例, 曾经这只是一个以传统农业为主、经济发展滞后的普通小镇。在当地政府的积极引导和大力支持下, 抓住电商发展机遇, 依托本地特色产业基础, 村民们纷纷投身演出服加工产业, 并借助淘宝平台开启线上销售之路。经过多年的发展, 大集镇发生了翻天覆地的变化。如今, 它已成为全国最大的儿童演出服生产基地之一, 全镇 90% 以上农户参与演出服生产销售, 年交易额超 50 亿元, 人均年收入增长超 5 倍。大量外出务工人员返乡创业就业, 曾经冷清的小镇变得热闹非凡, 充满生机与活力, 大集镇也成功跻身“淘宝镇”行列, 成为淘宝村(镇)发展的成功典范, 生动诠释了电商对农村经济发展的强大推动作用<sup>2</sup>。

#### 4. 电商推动农村经济发展的机制与内在逻辑

电商之所以能推动农村经济发展, 其核心在于打破了传统农村经济发展中的诸多限制, 重构了农村产业生态和市场格局。

##### 4.1. 拓宽销售渠道与优化资源配置

电商平台打破了地域限制, 将农村产品直接推向全国乃至全球市场, 极大地拓宽了农产品销售渠道。不同类型的电商平台运作模式各异, 对农产品销售的影响也有所不同。例如, B2C 模式(如天猫、京东等平台型 B2C 以及我买网等垂直型 B2C), 能让农产品直接从生产者或经纪人手中到达消费者手中, 减少中间环节, 提高利润空间。C2B/C2F 模式则是根据消费者订单定制生产, 可有效降低库存风险, 实现农产品精准销售[4]。这些模式使得农村的农产品资源能更高效地与市场需求对接, 优化了农村经济中的资源配置。

##### 4.2. 带动产业协同发展

电商的发展促进了农产品销售, 还能带动农村相关产业协同发展。以“淘宝村”为例, 电商的兴起促使农村地区围绕特色产品形成了集生产、加工、包装、物流、营销等为一体的产业链。如山东曹县大集镇, 因电商发展成为全国最大的儿童演出服生产基地之一, 带动了当地布料采购、服装加工、物流配送等多个产业环节的发展, 吸引了大量劳动力就业, 形成了产业集聚效应, 推动了农村工业化和城镇化进程。

##### 4.3. 促进信息流通与农业现代化

电商平台是信息流通的重要载体, 通过平台, 农民能及时了解市场需求、价格动态、新技术等信息,

<sup>2</sup>[https://www.sdnews.com.cn/sd/yw/202105/t20210513\\_2905161.htm](https://www.sdnews.com.cn/sd/yw/202105/t20210513_2905161.htm)

有助于调整生产结构, 采用先进的种植养殖技术, 推动农业现代化发展。同时, 电商还能吸引外出务工人员返乡创业就业, 带回城市的新技术、新思维和新观念, 为农村经济发展注入新活力。

## 5. 电商助推农村经济发展的策略

### 5.1. 完善农村物流配送体系

在公共资源协调方面, 政府应加大对农村交通基础设施的投入, 拓宽和修缮农村道路, 提高道路通行能力, 同时, 鼓励和引导物流企业在农村增设物流网点, 提高物流服务的覆盖率。例如, 可以通过政策扶持, 对在农村偏远地区设立物流站点的企业给予一定的资金补贴或税收优惠。

从市场策略角度, 为降低物流成本, 可大力推广“共享物流”模式。整合邮政、供销社、快递企业等多方资源, 实现仓储、运输等物流设施的共享共用。在农产品集中产区和物流需求较大的乡镇, 建设区域性物流中心, 集中处理货物的分拣、配送等环节, 形成规模效应, 降低单位物流成本。引入智能物流技术, 利用大数据分析优化配送路线, 根据订单分布和交通状况, 规划最合理的配送路径, 减少车辆空驶里程, 提高配送效率。

对于网络基础设施较差的农村地区, 可先通过改善网络环境, 为物流信息化管理奠定基础。例如, 政府可以与通信运营商合作, 加大对农村网络建设的投入, 提高网络覆盖范围和质量。在一些地形相对平坦、交通条件较好的农村地区, 可试点应用无人机、自动驾驶车辆等先进技术进行物流配送, 解决偏远地区配送难题。针对农产品易腐坏的特性, 政府可设立专项基金, 支持农村地区建设冷链仓储、冷链运输车辆购置等项目。鼓励大型电商企业和物流企业在农村投资建设冷链物流中心, 构建从田间地头到消费者餐桌的全程冷链物流体系, 让农产品在运输和储存过程中的品质不受影响, 降低农产品损耗率, 提升农产品的市场竞争力。

### 5.2. 提升农产品标准化与品牌建设水平

在公共资源协调上, 政府相关部门应制定统一的农产品生产标准, 并通过举办培训班、发放宣传资料、现场指导等多种方式, 向农民普及农产品标准化生产知识, 引导农民按照标准进行生产。同时, 对进入电商销售渠道的农产品进行严格的质量检测, 建立农产品质量追溯体系, 利用物联网、区块链等技术, 为每一批农产品赋予唯一的“身份证”, 消费者通过扫描二维码等方式, 即可查询农产品的产地、种植养殖过程、施肥用药情况、采摘时间、检测结果等详细信息, 实现农产品从农田到餐桌的全程追溯, 增强消费者对农产品质量的信任[5]。

从市场策略层面, 深入挖掘农产品的地域文化、历史传承、独特品质等特色元素, 打造具有鲜明地域特色和文化内涵的农产品品牌。例如, “赣南脐橙”借助赣南地区独特的地理环境和红色文化, 打造出具有广泛影响力的品牌。加大品牌宣传推广力度, 充分利用电商平台、社交媒体、直播带货、农产品展销会等多种渠道, 讲述品牌故事, 展示农产品的特色和优势, 提高品牌知名度和美誉度。与知名电商主播、网红合作, 进行农产品品牌推广, 提升品牌曝光度, 扩大品牌影响力。

### 5.3. 强化电商人才培养与引进

建立多层次、多渠道的电商人才培养体系, 鼓励高校和职业院校开设农村电商相关专业或课程, 培养具有扎实电商知识和农业背景的专业人才。同时, 利用互联网平台, 开展线上电商培训课程, 打破地域限制, 让更多农民能够便捷地学习电商知识。线下则通过举办电商培训班、工作坊、实训基地实习等方式, 为农民提供实践操作机会, 提高他们的实际电商运营能力。

对于文化程度较低的农民, 可设计针对性强、简单易懂的培训课程, 从基础的电商操作技能入手,

逐步提升其运营能力。鼓励返乡农民工、大学生、退伍军人等群体参与农村电商创业, 为他们提供创业指导、项目孵化、资金支持等一站式服务, 营造良好的创业环境。对在农村电商领域表现突出的人才, 给予表彰和奖励, 树立榜样, 激发人才的积极性和创造力。在培养和引进人才的同时, 注重人才的留存, 通过完善农村地区的生活配套设施、提升公共服务水平、提供广阔的职业发展空间等方式, 让人才愿意留在农村。

#### 5.4. 创新农村电商发展模式

紧跟电商发展趋势, 积极探索新型电商模式。大力发展直播电商, 鼓励农民、农村合作社负责人、返乡创业青年等成为“新农人主播”, 通过直播展示农产品的种植养殖过程、生长环境、采摘加工等环节, 让消费者更加直观地了解农产品, 增强消费者信任, 促进农产品销售。建设“田间直播间”, 将直播场景搬到农产品生产一线, 打造真实、自然的直播氛围, 提升直播的吸引力和可信度[6]。推动“村播学院”建设, 开展针对农民主播的培训课程, 提升他们的直播技巧、产品介绍能力和互动能力。利用微信、微博、抖音等社交平台, 建立“县域社群矩阵”, 通过社群营销、会员制、拼团、裂变营销等方式, 挖掘私域流量, 增强用户粘性。鼓励农村电商从业者在社交平台上分享农产品知识、农村生活趣事等内容, 打造个人品牌, 吸引粉丝关注, 进而转化为消费者。发展定制农业, 根据消费者的个性化需求, 提供农产品定制服务。例如, 消费者可以通过电商平台预订特定品种、特定种植方式、特定成熟时间的农产品, 农民按照订单进行生产, 实现从“产什么卖什么”到“要什么产什么”的转变, 提高农产品附加值, 同时降低农产品滞销风险[7]。推广“认养模式”, 如消费者可以认养果树、土地等, 参与农产品的种植过程, 收获自己认养的农产品, 增强消费者的参与感和体验感。

## 6. 结语

电商为农村经济发展带来了新的机遇与活力, 成为推动乡村振兴的重要力量。从“淘宝村”的成功实践可以看出, 电商在拓宽农产品销售渠道、提升农民收入、带动相关产业发展等方面发挥了显著作用。然而, 当前农村电商发展也面临着物流配送体系不完善、农产品标准化程度低、电商人才短缺、品牌建设滞后等诸多挑战。为了更好地发挥电商对农村经济的推动作用, 需要政府、企业、社会组织 and 农民等各方协同合作。随着5G、人工智能、物联网等新技术在农村电商领域的广泛应用, 农村电商将迎来更加广阔的发展空间。通过不断完善和优化电商发展环境, 创新发展模式, 加强人才培养和品牌建设, 农村电商必将在推动农村经济发展、实现乡村振兴的伟大征程中发挥更为重要的作用。

## 参考文献

- [1] 吴光双. 共享经济下农村电子商务模式发展研究[J]. 黑河学院学报, 2024, 15(10): 62-64.
- [2] 孙骄阳. 共享经济理论在农村电商发展中的应用[J]. 上海商业, 2019(10): 47-48.
- [3] 陈俊生. 乡村振兴视域下农村公共管理问题与对策[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(24): 208-211.
- [4] 王筠. 网络经济环境下京东农村电商推广问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连海洋大学, 2024.
- [5] 郑敏榕. 农村电商助力乡村振兴的路径探索[J]. 山西农经, 2025(9): 50-52.
- [6] 何舒婕. 农村电商对农村经济社会的多维度影响及创新发展路径[J]. 中国商界, 2025(9): 184-185.
- [7] 杨艳萍, 马付萍, 刘妍. 数字技术赋能农村经济高质量发展路径探析[J]. 今日财富, 2025(9): 19-21.