

“互联网+”背景下农村电子商务赋能乡村振兴发展的优化路径研究

刘雨欣

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年6月23日; 录用日期: 2025年7月7日; 发布日期: 2025年8月7日

摘要

随着全球科技革命的开展, 互联网与电子商务的融合成为了电商行业发展的应有之义。我国坚持推进“互联网+”发展, 推动农村电商在实现乡村振兴中发挥重要作用, 实现促进拓宽农产品销售范围, 推动农业产业链整合、创新农村治理模式, 构建数字化乡村治理体系、农文旅融合发展, 传承与创新乡村文明。当前, 我国农村电商在此背景下赋能乡村振兴既取得了一定成就, 也面临着缺乏专业化人才、缺乏品牌意识、配套设施薄弱等问题, 需要采取针对性措施加以解决, 才能实现农村电商的高质量发展与前进。

关键词

互联网+, 农村电子商务, 乡村振兴, 优化路径

Research on the Optimization Path of Rural E-Commerce Enabling Rural Revitalization and Development under the Background of “Internet Plus”

Yuxin Liu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 23rd, 2025; accepted: Jul. 7th, 2025; published: Aug. 7th, 2025

Abstract

With the development of the global technological revolution, the integration of the Internet and e-commerce has become an essential aspect of the e-commerce industry's development. China per-

sists in promoting the development of “Internet plus”, facilitating the important role of rural e-commerce in achieving rural revitalization, promoting the expansion of agricultural product sales, promoting the integration of the agricultural industry chain, innovating rural governance models, constructing a digital rural governance system, integrating agricultural, cultural, and tourism development, and inheriting and innovating rural civilization. Currently, China’s rural e-commerce has achieved certain accomplishments in empowering rural revitalization under this background, but it also faces issues such as a lack of professional talent, a lack of brand awareness, and weak supporting facilities. Targeted measures need to be taken to address these issues in order to achieve high-quality development and progress of rural e-commerce.

Keywords

Internet Plus, Rural E-Commerce, Rural Revitalization Optimized 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

在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，成为了无法阻挡的时代潮流。信息时代，互联网高速发展，鉴于此，我国党中央和国务院提出了“互联网+”政策，即利用互联网平台，推动互联网的创新成果同其他行业深度融合，从而推动生产力的不断进步。近年来，我国坚持推进“互联网+”深入发展，利用互联网优势构建电子商务产业发展新动能，最终实现经济发展提质增效。另外，党的二十大报告明确指出：“全面推进乡村振兴。全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动。加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。”^[1]而农村电子商务的高质量发展对于实现乡村振兴具有重要意义。鉴于此，研究在“互联网+”的时代大潮中，农村电子商务赋能乡村振兴的发展路径，成为了推动农业农村现代化、全面推进乡村振兴的必由之路。

2. “互联网+”背景下农村电子商务发展的意义

2.1. 拓宽农产品销售范围，促进农业产业链整合

“互联网+”背景下，农村电商突破传统农业产销模式桎梏，依托互联网信息技术打破地理约束，构建线上线下融合的全渠道营销网络。一方面，农村电商可以通过智能推荐算法等技术，精准匹配区域性特色农产品与全国消费需求，实现“产地直连餐桌”的产品供应；另一方面，直播电商、社区团购等新模式催生更是能够使偏远地区农产品得以突破“最后一公里”，打破地域限制，使农产品能够触达各地市场。从产业链整合视角看，互联网技术可以促进实现农业产业链的优化升级。在生产环节，利用物联网设备，实现产品生产标准化，提高产品质量；在流通环节，采用智慧物流系统，通过动态路由规划、冷链共享仓等创新，降低生鲜产品损耗率，提高农产品运输效率；在服务环节，农村网商银行向农户提供无抵押贷款，破解了融资难题，最终实现产业链的不断发展完善。

2.2. 创新农村治理模式，构建数字化乡村治理体系

“互联网+”背景下，农村电商的发展在优化资源配置，促进农村经济高质量发展的同时，对于农村社会治理也具有重要的积极影响。具体而言，电商的发展能够盘活农村资源，推动寄递物流综合服务站、

县级公共寄递配送中心的建设,提高农村物流效率,解决配送难题,促进公共服务供给质量提升。另外,农村电商的发展可以推动在线教育、远程医疗等公共服务覆盖乡村,使偏远地区学生共享优质教育资源,为农民提供多样化的资源与服务。部分地区还会将农村电商带头人培养为农村组织的带头人,培育数字治理新乡贤,让其发挥榜样带头作用,从而实现“能人治村”,在整个农村社会形成良好风气,激活社会治理内生动力。

2.3. 农文旅融合发展, 传承与创新乡村文明

“互联网+”背景下,农村电商的发展还能够实现农文旅融合发展,推进文化振兴,传承与创新乡村文明。在传播媒介层面,可以通过短视频、VR直播等技术构建沉浸式文化展厅,例如黎族织锦技艺通过抖音电商“非遗新造”计划,以“云上织娘”IP实现年销售额大幅增长[2]。同时,可以进行电商直播,通过用户画像精准匹配文化消费需求,展示农村的优秀传统文化、手工艺品,甚至对于部分农村还存在的非遗文化,可以转化成文化体验产品,从而吸引消费者,做到以文化赋能电商发展,增强文化附加值,提高电商知名度。也可以实行“电商+乡村旅游”模式,推广特色民宿、农事体验,吸引游客,实现真正的农文旅融合发展。再者,农村电商发展的良好前景可能推动青年返乡创业,从事新媒体运营、文创设计等工作,形成人才回流。这种减少电商创业家庭模式也能够促进减少留守儿童比例,推动家庭的和谐与社会的稳定,实现乡风文明的传承和创新。

3. “互联网+”背景下农村电子商务的发展现状

3.1. 数字基建下沉: 交易平台与物流网络覆盖扩展

在“互联网+”战略背景下,农村电子商务基础设施呈现梯度化完善特征。县域层面,电商公共服务中心与物流配送中心实现全域覆盖,形成县有园区、镇有站点、村有服务的三级服务体系。5G基站建设向重点乡镇延伸,为电商交易提供基础支撑。冷链物流设施突破传统局限,将保鲜半径扩展至县域外围,与传统模式相比,大大降低了生鲜农产品的损耗率。另外,电商平台布局呈现多元化特征。淘宝、京东等综合平台深化农村下沉市场渗透;拼多多等社交电商平台依托流量优势,构建产地直发的短链供应体系;地方特色平台则聚焦区域资源整合,形成差异化竞争格局。

3.2. 消费端激活: 农村居民网购行为与市场扩容

农村居民消费潜力释放成为促进电商增长的重要动力。当前,社区团购通过次日达履约能力与团长社区网络,降低流通成本,以美团优选、多多买菜为代表的平台在农村市场渗透率大幅提升,社区团购已成为农村消费市场的重要基础设施。另外,直播电商打破时空限制,抖音、快手平台孵化的农村主播,通过实地的农村场景直播,单场销售额屡破百万元。电商平台用户画像显示农村消费的双重特征,一方面,农村消费者往往更加关注性价比,对拼多多等平台使用频率较高;另一方面,农村消费者的品质消费需求也在逐渐提高,对品牌背书的信任度也在逐渐提升,倒逼供应链向柔性化、定制化转型。

3.3. 主体素质提升: 农民数字化素养与参与度提升

随着手机、电脑以及互联网等在农村的普及,农村网民群体已经由年轻人逐渐扩展到老年人,网民数量大幅增长,电子商务在农村的发展显现出广阔的成长空间,越来越多的村民重视农村电子商务的发展。农民数字化素养不断提升。其中,直播带货、短视频营销等新职业逐渐被接受,有不少退伍军人、农村妇女通过电商实现职业转型,成为了电商从业者。另外,不少村集体经济组织与电商平台合作,开发特色产品,吸引村民参与电商行业,掌握电商技能,提高个人素养,从而带动村集体增收,提高农村村民收入。

4. “互联网+”背景下农村电子商务的现存问题

4.1. 农村电商缺乏专业化人才

农村电商的发展离不开专业化人才的支撑。但是，当前精通农村电商发展的人才相对较少。一方面，普通村民未经培训，对电商从业者需要具备的基本技能、基础知识并不了解，对互联网并不精通，且不具备电商的销售技能和销售思维。另外，当前农村地区老龄化现象日益严重，青壮年大多外出务工，留守的村民多数文化水平不高，导致电商行业发展缺乏专业人才。另一方面，相较于城市而言，农村对于人才的吸引力比较弱，很多年轻人不愿意返乡创业，不愿意留在农村。同时，值得强调的是，农村电商专业人才的培养机制也并不健全，即使开设了电商专业的相关课程，这类课程也往往流于形式，缺乏实践性教学，未能做到将理论与实践相结合，同时课程更新较慢，难以做到与时俱进，因此也就难以真正培养出掌握电商专业知识的人才。

4.2. 农村电商发展缺乏品牌意识

树立品牌意识是实现农村电商可持续发展的应有之义。但是我国农村地区基础设施相对落后，农产品在品控和运输等方面存在问题，建立品牌相对困难。农产品品牌化滞后直接导致市场溢价能力不足。在品质层面，大部分的农产品缺乏分级标准，导致优质不优价现象普遍，电商渠道售价较标准化产品品质降低。这就容易降低消费者对农产品品质的信任，进而对农产品品牌建设造成严重阻碍。再者，我国农村生产农产品的主体大部分是个体农户，而个体农户往往缺乏品牌意识。一方面是小规模经营模式难以支撑品牌建设成本，独立运营品牌成本过高，另外，代际差异导致品牌认知滞后，农村存在老龄化问题，50岁以上农户占比较高，其对品牌的认知还停留在商标注册层面，对于品牌故事、IP运营等知识不甚了解，品牌化建设落后。

4.3. 农村电子商务配套设施薄弱

农村电子商务配套设施的薄弱现状，已成为制约其高质量发展的关键瓶颈，这一困境在物流与网络建设两个方面上体现得尤为突出。在物流层面，终端配送的最后一公里难题长期未能得到解决，大量农村地区尚未实现物流网点全覆盖，村级配送能力严重不足。这种物流断层直接导致农产品上行受阻，尤其是对时效性要求极高的生鲜食品而言，运输过程中的损耗率居高不下。由于缺乏冷链物流、智能仓储等基础设施，农产品在流通环节的损耗率远高于城市地区，不仅增加了经营成本，更削弱了农村电商的市场竞争力。高昂的物流成本进一步压缩了利润空间，严重制约了产业的可持续发展[3]。在网络层面，尽管近年来我国农村信息化水平显著提升，但偏远地区的网络覆盖仍存在明显短板。部分农村地区，尤其是山区、边疆地带，网络信号不稳定、带宽不足的问题尚未根本解决。这种数字鸿沟直接导致农村电商在运营中面临技术障碍，严重影响了用户体验和交易效率。更为深远的影响在于，网络基础设施的滞后限制了农村电商的创新空间，使得大数据、云计算、物联网等新技术难以在农村落地生根，阻碍了产业向智能化、精准化方向的转型升级[4]。由此，物流与网络设施的薄弱，共同构成了农村电商高质量发展的现实障碍。要破解这一难题，亟需构建与农村电商发展需求相匹配的现代基础设施体系。

5. “互联网+”背景下农村电子商务赋能乡村振兴发展的优化路径

5.1. 加快农村电商专业化人才培养

加快农村电商专业化人才培养为“互联网+”背景下农村电子商务赋能乡村振兴发展提供了重要主体。在农村电商工作中，要注意对从事该行业的普通村民进行职业技能培养，学习基础的电商技能，包括网

络设备操作等。同时，政府部门应当积极组织当地的电子商务培训，鼓励村民学习电商技能，形成系统科学的人才培养体系。在培训过程中，要注意培训课程要做到把理论与实践紧密结合，添加电商实践环节，提高村民对电商行业的实践适应能力。还可以同高校合作，建立以农村培训为重点的合作伙伴关系，进一步保证培训效果，培养实践型人才[5]。除了对本村村民的培养之外，还可以吸引外来人才参与到农村电商的建设中，促进农村电商的发展。由此，相关部门可以出台人才优惠政策，丰富当地的专业化人才储备，为农村电商工作的开展提供科学指导[4]。

5.2. 树立农村电商发展品牌意识

树立农村电商发展品牌意识为“互联网+”背景下农村电子商务赋能乡村振兴发展提供了重要支撑。建立品牌化的农村电商对于农村电商发展的发展、农村经济的发展具有重要意义。具体而言，首先要加强电商主体的品牌意识，明确建立品牌对农村电商发展的重要作用。可以组织电商主体前往江苏沭阳等具有电商品牌建设示范经验的地区进行深入学习，了解其品牌构建和运营的方法，深刻理解品牌溢价背后的经济逻辑和文化价值。其次，必须加强农产品品牌建设，因地制宜挖掘特色点，打造农产品知名品牌，构建品牌故事，拓展市场空间[6]。可以依托农产品地理标志登记保护制度，挖掘品牌价值，或者结合当地的传统农耕智慧、农村传统文化等，进行品牌形象建设，打造群众喜闻乐见的、具有吸引力和当地特色的电商品牌。最后，必须强化品牌保护。农村电商从业者必须掌握相关的基础法律知识，从而实现对电商品牌的有力保护，防止其被仿冒盗用。农村电商应当建立好电商品牌保护网络，积累危机应对经验，做好舆情监测和应急处置机制，实现对电商品牌的全方位和高质量的保护。

5.3. 完善农村电商配套设施建设

完善农村电商配套设施建设为“互联网+”背景下农村电子商务赋能乡村振兴发展提供了必要条件。要完善配套设施，其一要强化物流体系建设。农产品面临的最初一公里难题，本质上暴露的是物流基础设施的短板。因此，应努力加强物流网点建设，提高网点覆盖率。也要加强仓储冷链建设，布局好智能化预冷库、气调库等温控设施，配套建设标准化分级包装中心，通过预冷处理、真空包装等技术手段，降低农产品损耗率。此外，可以创新配送模式，通过招标选择配送公司，规范化设立快递点，实现物流体系的高质量发展[7]。其二，必须加强农村网络设施建设。在数字经济时代，网络基础设施已成为农村电商发展的重要土壤。可以与运营商合作，通过定向流量扶持、套餐资费优惠等措施，降低村民的网络使用成本，并增强网速，提高村民的网络使用效率。加快建设网络覆盖工程，推动网络站点向村一级延伸，扩大农村地区网络覆盖面，提高农村网络信息技术发展水平。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022.
- [2] 中国海南省人民政府. 曾毓慧: 传统技艺“抖”出百万销售额[EB/OL]. <https://www.hainan.gov.cn/hainan/sxian/202007/c4685a8445a740db9d31386e9e812c9f.shtml>, 2020-07-31.
- [3] 成君. 乡村振兴背景下农村电子商务的发展探究——以江苏省为例[J]. 黑龙江粮食, 2021(5): 81-82.
- [4] 陈志辉. “互联网+”背景下农村电子商务发展路径探索[J]. 山西农经, 2021(16): 78-79.
- [5] 董佳慧. “互联网+”背景下农村电子商务发展对策研究[J]. 营销界, 2022(21): 54-56.
- [6] 李爱丽. “互联网+”背景下农村电子商务发展研究[J]. 办公自动化, 2022, 27(13): 24-26, 36.
- [7] 李鹤宇. “互联网+”背景下农村电子商务助推农业经济发展研究[J]. 甘肃农业, 2024(6): 61-65.