

电商经济赋能农村家庭创业的现状与对策研究

赵 点

南京邮电大学管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月26日; 录用日期: 2025年7月10日; 发布日期: 2025年8月5日

摘 要

电商经济作为数字经济的重要组成部分, 为农村家庭创业提供了新的机遇和平台。近年来, 我国农村电商发展迅速, 已成为推动乡村经济增长与家庭创业活力的核心引擎。然而, 在基础设施、人才储备、品牌建设以及政策落实等方面, 农村电商仍面临着诸多现实困境。这些困境不仅制约了农村家庭创业的进一步发展, 也影响了其在乡村振兴战略中的作用发挥。本文系统梳理了电商经济赋能农村家庭创业的重要意义、发展现状以及现实困境, 并基于此提出了针对性的优化策略, 旨在为推动农村电商高质量发展、助力乡村振兴提供理论支持与实践参考。

关键词

农村电商, 电商经济, 电商下乡, 家庭创业

Research on the Current Situation and Countermeasures of Empowering Rural Family Entrepreneurship by E-Commerce Economy

Dian Zhao

School of Management, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 26th, 2025; accepted: Jul. 10th, 2025; published: Aug. 5th, 2025

Abstract

As an important part of the digital economy, the e-commerce economy provides new opportunities and platforms for rural family entrepreneurship. In recent years, China's rural e-commerce has developed rapidly and has become the core engine to promote rural economic growth and the vitality of family entrepreneurship. However, rural e-commerce still faces many practical difficulties in

infrastructure, talent reserve, brand building, and policy implementation. These difficulties not only restrict the further development of rural family entrepreneurship, but also affect its role in the rural revitalization strategy. This paper systematically combs the significance, development status, and realistic dilemma of e-commerce economy empowering rural family entrepreneurship, and based on this, puts forward targeted optimization strategies, aiming at providing theoretical support and practical reference for promoting the high-quality development of rural e-commerce and helping rural revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, E-Commerce Economy, E-Commerce Goes to the Countryside, Family Entrepreneurship

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“数字中国”建设和乡村振兴战略的双重推动下，中国农村电商产业呈现显著增长态势，其快速发展已成为驱动乡村经济增长和激发家庭创业活力的关键力量。农村电商经济不仅为乡村地区拓展了市场渠道，为农村家庭提供了门槛较低、形式多样的创业途径，如网店经营、直播带货、社区团购等，还通过深度融入产业链、重塑价值分配模式，有效促进了传统产业的数字化转型、标准化改造与价值链提升，加速了农村产业结构向高附加值、品牌化、融合化方向升级。据商务部数据，2023 年全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，同比增长 12.9%，较 2014 年增长约 13 倍¹，凸显了电商赋能乡村发展的巨大潜力。通过突破地理限制、重构产销链路，电商经济为农村家庭创业注入了新动能。然而，在推动农村家庭创业过程中，电商经济仍面临基础设施不完善、专业人才短缺、品牌建设不足以及政策执行偏差等挑战。因此，系统分析电商经济赋能农村家庭创业的意义，准确把握其发展现状，并针对性破解关键制约因素，对于释放农村创新创业潜力、巩固脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴具有重要现实意义。

2. 电商经济助力农村家庭创业的重要意义

2.1. 经济层面：拓展市场空间与构建产业生态

电商经济通过突破传统销售的地域壁垒，为农村家庭创业活动开辟广阔的市场空间，显著提升其产品的市场可达性与潜在收益。一方面，电商平台直接赋能农村家庭创业者，通过减少中间流通环节有效降低了其流通成本与市场进入门槛。同时，借助平台提供的精准营销工具与品牌化运营策略，农村家庭创业主体能够提升产品的价值捕获能力与溢价水平，从而直接驱动其经营性收入的实质性增长。另一方面，电商经济驱动了服务于家庭创业的区域产业链协同与生态构建。农村家庭电商创业的蓬勃发展，直接拉动了本地物流、仓储、包装、设计等配套服务业的兴起，促进了第一、二、三产业的深度融合[1]。这种以电商需求为牵引、围绕家庭创业单元形成的区域产业链条与配套服务体系，有效降低了农村家庭创业的综合运营成本与风险，为其提供了更为稳定、多元化的产业生态位，显著增强了创业韧性与可持续发展能力。

¹人民日报海外版：推动农村电商高质量发展实施意见出台——为农村电商发展再加把劲。

https://www.gov.cn/zhengce/202403/content_6939868.htm

2.2. 社会层面：优化人才结构与提升数字素养

电子商务的蓬勃发展显著拓宽了农村家庭的创业空间与就业渠道，有效吸引并促进了外出务工青年返乡创业与就业，为农村家庭创业注入了关键的人力资本和创新活力。返乡青年引入的供应链优化、数据驱动营销等先进技术与管理模式，直接赋能于家庭作坊、小微电商等农村家庭创业单元，成为推动其经营模式升级与价值创造能力提升的关键动力[2]。不仅有效缓解了农村家庭因劳动力外流导致的空心化压力，更激活了以家庭为单位的乡村内生发展动能。同时，电子商务的深度渗透加速农村信息化进程，显著提升农村家庭成员的数字素养，通过系统化的电子商务运营、数字营销等针对性技能培训，农村家庭成员有效提升了从事电商创业与经营所需的复合型能力，增强农村家庭创业者的市场适应性与经营韧性，为其创业项目的可持续发展奠定了坚实的能力基础。

2.3. 文化层面：激活文化传承与创新表达机制

电子商务经济通过数字化渠道网络，显著降低农村特色文化产品的市场信息搜寻与交易成本，有效突破了传统地域限制，极大提升了其市场可见度，为农村家庭依托本地文化资源开展创业活动创造了关键条件[3]。市场需求的直接反馈(如点击、关注、购买等行为)为从事文化产品生产的农村家庭创业者提供了精准的价格信号与需求信息，优化其生产决策与资源配置，降低了创业初期的市场风险。此外，电子商务催生的市场需求，激励农村创业家庭在产品功能、设计及内容形式方面进行创新，推动了传统文化元素与现代数字技术和市场偏好的深度融合，进一步降低文化产品的传播与交易成本，提升家庭作坊或小微文化企业的运作效率[4]。在此基础上，农村家庭创业者对文化产品的内涵表达与形式得以丰富和活化，显著增强了其创业项目的市场适应性与竞争力，拓宽了增收渠道，实现了文化价值与经济收益的双重提升。

3. 电商经济赋能农村家庭创业的发展现状

3.1. 市场规模拓展夯实创业基础

近年来，我国农村电子商务市场规模呈现高速扩张态势，已成为驱动乡村经济增长的关键引擎，并为农村家庭创业奠定了坚实的市场基础。2023 年，抖音电商在 2023 年助销农特产达 47.3 亿单，日均发货量达 1300 万单²，凸显农村电商市场的强劲增长动能及其为创业主体提供的广阔空间。电商经济的蓬勃发展，深刻重构了农产品流通体系与价值链分配格局。电商平台通过消除地理阻隔与信息不对称，打通了农产品流向全国市场的渠道，并释放了城市消费者对优质农产品的需求。以农产品电商为例，2023 年全国农产品网络零售额突破 5000 亿元，同比增长率高达 20%³。这种“产地直连餐桌”的模式，显著压缩了传统多层分销体系中的流通损耗与中间环节溢价，提升了农产品生产者的市场议价能力，并直接转化为参与电商创业的农村家庭可支配收入的实质性增长，体现了电商赋能创业增收的直接效应。

3.2. 模式创新多元拓宽创业路径

伴随互联网技术迭代与消费需求分化，农村电子商务模式呈现出显著的创新性与多元化发展趋势，为农村家庭创业提供了多样化的路径选择，其形态已从传统平台交易扩展至直播营销、社交电商等新兴业态。直播营销通过短视频与实时互动技术，直观呈现农产品的生产流程与地域文化特征，显著提升产

²人民网北京频道：抖音电商助农数据：超 2.4 万个农货商家年销售额破百万元。

<http://bj.people.com.cn/n2/2023/0921/c14540-40579563.html#:~:text=%E6%8A%A5%E5%91%8A%E6%98%BE%E7%A4%BA>

³新民网：2024 中国农产品电商发展报告：我国成全球最大农产品电商国 拼多多等将引领中国农产品数字化转型。

<https://news.xinmin.cn/2024/03/19/32611915.html>

品信息透明度与信任度,有效刺激消费意愿与转化率。2023年,快手电商依托“短视频+直播”融合模式,助销农特产品订单量达13.6亿单⁴,充分展示了该模式在拓展农产品上行通道、激活消费市场方面的高效性。社交电商则深度依托社交网络的用户连接与信息扩散属性,构建基于社群信任的分销网络,不仅拓宽了销售渠道覆盖面,更凭借其低成本的精准触达与用户裂变机制,显著降低了农村家庭创业主体的营销门槛与获客成本,提升了整体运营效率[5]。这些模式创新极大丰富了农村家庭的创业选择并降低了技术门槛。

3.3. 政策红利激活优化创业生态

国家层面密集出台的支持性政策,为农村电商经济赋能家庭创业提供了强有力的制度保障与生态支撑。政策体系聚焦关键领域,包括强化农村信息通信基础设施、构建高效普惠的物流网络、实施规模化数字技能培训、提供针对性创业孵化支持等。中央一号文件多次明确要求加速发展农村电子商务,推进“互联网+”与现代农业深度融合,并鼓励电商平台与农村新型经营主体(如合作社、家庭农场)建立紧密合作机制,以拓宽农产品上行通道。地方政府积极响应,通过设立电商产业集聚区、提供财政补贴与税收减免等多元化扶持措施,助力本土电商企业成长及家庭创业。政策实施的直接成效在于显著优化了农村电商发展生态,有效降低了农村家庭创业的初始门槛与持续性运营成本,从而激发了广大农村居民的创业意愿与市场参与活力。

4. 农村家庭电商创业实践的多维困境

4.1. 基础设施与终端环节瓶颈

电子商务在乡村的深入发展对配套基础设施提出了较高标准,而当前农村地区在基础支撑体系,尤其是末端冷链物流环节,存在显著短板,构成制约农产品上行效能与农村家庭创业可持续发展的关键瓶颈。一方面,末端冷链物流体系薄弱是农产品上行的核心掣肘。中国物流学会数据显示,我国农产品冷链物流覆盖率仅为19%,致使生鲜农产品在流通过程中的损耗率高达25%,导致生鲜农产品在“最初一公里”集货、中长途运输及“最后一公里”配送环节均面临严峻挑战[6]。冷链匮乏限制生鲜农产品上行及市场拓展,因保鲜不足使优质农产品被排除在主流市场之外,同时增加损耗与保鲜成本,推高物流成本,阻断农村创业者实现价值增值与收益最大化的路径。另一方面,网络基础设施的覆盖不均衡与质量缺陷限制了电商业态创新与应用深度。尽管“宽带乡村”等工程取得阶段性成效,但部分偏远及欠发达农村区域仍普遍面临网络覆盖盲区多、接入速率低、信号稳定性差及网络延迟高等问题。数字接入鸿沟阻碍农村电商引流与营销,限制业态升级创新,削弱农村创业者融入数字经济能力,加剧城乡电商发展差距。

4.2. 数字技能与创业能力缺失

电子商务虽为农村家庭创业开辟了广阔空间,但创业者群体普遍面临数字技能水平不足与创业综合能力欠缺的严峻挑战,构成其深度参与市场竞争的关键掣肘。一方面,数字技能与创业能力的结构性失衡问题突出。农村家庭创业者虽普遍掌握基础操作能力,但在驱动业务增长的高阶能力维度存在显著短板[7]。据中国社会科学院(2023)调研,约68%的经营者仅能胜任基础任务,而在营销策划、数据决策、品牌管理、供应链协同等核心创业能力方面则系统性缺失[8]。这种技能断层导致其运营长期处于低效粗放状态,难以应对复杂迭代的市场竞争,严重制约了创业项目的市场适应性、盈利可持续性与核心竞争力

⁴新华网:“快手直播助农”助力乡村振兴新发展 2023年快手农产品订单量超13.6亿。
<http://www.yn.xinhuanet.com/20240517/b149fc0668624519af5d3418a9369e8f/c.html>

构建。另一方面，专业化电商培训资源的供给不足与效能低下，加剧了农村家庭创业者的能力鸿沟[9]。供给层面存在总量不足、区域失衡的结构性问题，且缺乏高阶数字技能与实战型创业能力的优质系统化项目。效能层面，培训内容滞后于市场动态，重理论轻实践，缺乏本地化与个性化。供需结构性脱节与内容方式双重失效，导致知识转化率低下，难以提升运营能力与经营绩效，进而固化市场竞争弱势，阻碍创业能力升级与层次跃迁。

4.3. 产品同质与品牌建设滞后

在电商赋能农村家庭创业的进程中，普遍面临着产品高度同质化与品牌化建设滞后的双重现实困境。一方面，产品同质化问题尤为突出。大量农村家庭创业主体受限于资源禀赋、信息渠道及创新能力，往往倾向于选择生产技术成熟、市场认知度高的优选农产品品类进行线上销售[10]。这种经营策略的高度趋同，直接导致了市场供给结构的单一化与同质化，引发了市场层面的过度竞争，经营者被迫陷入低水平的价格战恶性循环，最终显著压缩了经营利润空间，严重制约了家庭创业的可持续性与发展性。另一方面，品牌化建设滞后构成关键性障碍。农村家庭创业主体普遍缺乏系统的品牌意识与专业的品牌构建能力(包括品牌核心价值提炼、市场定位与推广策略等)[11]。品牌建设的缺位不仅抑制农产品附加值的有效提升，使其难以摆脱初级原料或低附加值产品的市场定位，还削弱了消费者的质量感知、信任度与品牌忠诚度[12]。在信息不对称的线上环境中，消费者难以有效识别和信赖缺乏品牌背书的产品，致使创业主体无法依托差异化品牌战略建立稳固的市场壁垒，难以实现经济收益的稳定增长与抗风险能力的提升。

4.4. 政策执行偏差与效能不足

尽管中央及地方政府为促进农村电商发展制定了系列政策措施，但政策落地环节仍普遍存在执行偏差与效能衰减问题，显著削弱了其对农村家庭创业的赋能效能。首先，政策工具与创业需求的适配性不足构成基础性障碍。部分县域电商培训项目内容脱离创业实践、形式单一化，政策设计过程中缺乏创业主体的参与反馈机制，导致其难以精准识别并响应创业主体在电商运营中面临的多元化、动态化核心诉求，政策措施缺乏针对性与实效性，最终制约了创业效率与质量的实质性提升。其次，政策制定与执行前对区域电商生态的深度诊断缺位，引致供给与需求的结构性错配。对县域特色产业禀赋及市场竞争态势等关键维度的系统评估不足，使得政策供给方向难以精准锚定区域发展的真实瓶颈与迫切需求，进而导致资源投放偏离靶心，弱化了政策干预的精准性与杠杆效应[13]。最后，政策执行链条中的效能衰减构成系统性梗阻。从顶层设计到基层落实的纵向传导过程中，普遍存在信息失真、资源耗散与监督缺位现象。基层执行单元的专业能力、资源承载力与激励机制不足，进一步加剧了执行偏差，导致政策目标达成度受限，公共资源配置效率低下，政策红利在“最后一公里”被显著稀释。

5. 赋能农村家庭电商创业的优化策略

5.1. 强化基础设施体系建设，畅通物流与信息网络建设

破解农村家庭电商创业的物理瓶颈，关键在于系统性提升物流与信息网络的覆盖广度与运行效能。第一，完善冷链物流体系，降低生鲜创业损耗。加大政府财政投入并配套税收优惠、用地保障等政策，引导社会资本共同建设产地预冷库、区域分拨中心等关键节点，提升主要农产品产区的冷链服务覆盖率，降低生鲜类农村家庭创业产品的流通损耗，保障品质并拓展市场半径[14]。第二，升级信息通信基础设施，支撑新业态发展。着力推进高速宽带与移动通信网络在农村地区的深度覆盖与质量提升，重点保障网络带宽与稳定性，满足农村家庭创业者开展电商直播、高清产品展示等新业态对高速稳定网络连接的

刚性需求。第三，创新资源集约模式，压缩上行物流成本。积极探索并推广“共享冷链”、“共同配送”等资源整合机制。通过整合分散的冷链仓储、运输资源并优化调度路径，实现设施设备的高效共享与循环利用，为农村家庭电商创业，特别是小微经营主体，提供更具成本效益的物流解决方案，夯实其可持续经营的物理基础。

5.2. 深化数字创业能力培育，构建多层次人才支撑体系

克服人才匮乏与能力短板，亟需构建覆盖广泛、层次清晰、内容精准的数字技能与创业能力提升体系。第一，实施分阶定制化培训，精准匹配创业需求。在普及电商基础操作技能的基础上，应紧密结合农村家庭创业实践中的核心痛点，强化市场营销策略、消费者行为分析、供应链管理等专业模块培训，并根据创业者所处阶段提供进阶式课程，切实提升其创业成功率与抗风险能力。第二，构建多元化协同培育平台，促进能力融合转化。建立健全融合线上线下资源的综合培育载体，整合远程学习平台、区域性实训基地、专家工作站及创业孵化空间等资源，形成“理论学习-实操演练-项目孵化”的深度融合机制，为农村家庭创业者提供沉浸式、全链条的能力提升环境，加速知识向经营能力的转化。第三，强化外部智力导入，构建长效赋能机制。通过深化产学研合作、组织专家对口支援与下乡指导、设立实习实践基地等形式，持续为农村地区输送前沿电商技术、管理经验及市场洞察，构建稳定、可持续的外部智力支持网络，为农村家庭创业主体提供源源不断的智力动能和创新引领。

5.3. 推进品牌化标准化战略，增强产品市场核心竞争力

提升产品附加值与市场辨识度，应着力实施以品牌化引领、标准化保障为双轮驱动的产品竞争力提升工程。第一，引导特色品牌塑造，挖掘地域差异化价值。重点引导与支持农村家庭创业者深度挖掘本地特色农产品资源禀赋、传统工艺及地域文化内涵，进行精准差异化定位，系统培育具有鲜明地域特色和文化底蕴的区域公用品牌及个体品牌，为创业产品注入独特价值内核。第二，构建低成本高效传播矩阵，放大品牌声量。充分利用电商平台流量分发机制以及社交媒体精准触达特性，实施整合营销传播策略，精心策划并讲述品牌故事，以较低成本有效提升农村家庭创业品牌的知名度与美誉度[15]。第三，健全品牌保护与质量保障体系，夯实核心竞争力基础。建立健全覆盖商标注册、使用规范、防伪溯源及质量认证的全链条品牌保护机制，严厉打击侵权行为，切实维护农村家庭创业品牌信誉与市场信任。同时，大力推动生产过程的标准化与规范化，通过稳定可靠的产品品质与安全性，为品牌价值提供核心支撑，从而显著增强其产品的市场议价能力与消费者忠诚度，直接提升家庭创业收益。

5.4. 优化政策传导执行机制，提升产业政策支持实效性

确保政策效能充分发挥，依赖于政策制定科学性与执行高效性的统一，需着力优化政策全流程管理机制。第一，强化需求导向型政策制定，精准匹配创业痛点。在政策设计阶段，应深入开展针对不同类型、不同发展阶段农村家庭创业主体的实地调研与需求评估，精准识别其在融资、技术、市场、物流等维度的核心诉求与实际困境，确保政策靶向精准、内容具体、操作性强，有效避免政策供给与家庭创业实际需求的错位。第二，完善跨部门协同执行机制，破除落地壁垒。明确相关职能部门在支持农村电商发展中的职责边界与协作流程，建立常态化联席会议制度，破除部门壁垒，形成政策合力，保障扶持措施顺畅衔接、高效落地，降低农村家庭创业者的制度性交易成本。第三，构建动态评估反馈闭环，实现政策持续迭代。建立科学的政策绩效评估指标体系，定期委托第三方机构开展独立评估。同时，畅通基层反馈渠道，收集农村创业者的政策感受与建议。根据评估结果和实际需求变化，及时动态调整政策工具、支持力度、覆盖范围及细则，确保政策精准地推动农村电商创业发展。

6. 结语

电子商务经济的迅猛发展,为农村家庭创业开辟了广阔的发展空间,创造了前所未有的结构性机遇。然而,其发展进程仍受制于末端基础设施薄弱、数字技能与创业能力短缺、产品同质化与品牌建设滞后,以及政策执行偏差与效能衰减等多重现实挑战。为有效纾解当前困境,推动电商赋能农村家庭创业向高质量发展进阶,亟需采取完善基础设施建设、加强人才培养、推动品牌化建设以及促进区域协调发展等系统性对策。伴随数字经济的纵深演进与农村数字化基础设施的持续完善,电子商务经济有望在更深层次、更广维度赋能农村家庭创业,成为驱动乡村产业振兴、弥合城乡数字鸿沟、实现农业农村现代化的核心引擎,对全面推进乡村振兴战略具有深远的战略意义。

基金项目

国家社科基金一般项目“平台经济下‘长尾’消费的嬗变机制与提升路径研究”(24BJY034);江苏省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心、江苏省社科基金项目“完善扩大数字消费长效机制研究”(24ZXZA014);江苏省研究生科研与实践创新计划项目“‘银发’群体智能消费增长的激励机制研究”(KYCX25_1258)。

参考文献

- [1] 易法敏,古飞婷,刘晓风.平台资源编排、价值共创与农村电商生态系统演化[J].农业经济问题,2024(9):94-109.
- [2] 段海霞,易朝辉,苏晓华.创业拼凑、商业模式创新与家庭农场创业绩效关系——基于湖南省的典型案例分析[J].中国农村观察,2021(6):26-46.
- [3] 王文姬,张雅俊.数字经济缓解了文化消费不平等吗?——基于中国家庭的微观证据[J].社会科学战线,2023(11):86-96.
- [4] 秦芳,谢凯,王剑程.电子商务发展的创业效应:来自微观家庭数据的证据[J].财贸经济,2023,44(2):154-168.
- [5] 徐旭初,杨威.社交电商农产品规模化上行能力构建逻辑——基于扎根理论的案例研究[J].中国流通经济,2022,36(11):38-48.
- [6] 罗千峰,张利庠.农产品冷链物流高质量发展的理论阐释与实现路径[J].中国流通经济,2021,35(11):3-11.
- [7] 贺娜,陈建兵,阴鑫星.农业新质生产力赋能数字乡村建设:内在机理、现实困境与纾解路径[J/OL].西北农林科技大学学报(社会科学版),2025:1-7.<https://link.cnki.net/urlid/61.1376.c.20250513.1129.002>,2025-05-11.
- [8] 崔岩.数智时代青年群体数字素养对创业意愿的影响研究[J].中国青年社会科学,2024,43(4):118-129.
- [9] 黄院芳,张燕宇,赵廷锋,等.农村电商现状分析及发展策略研究[J].山西农经,2025(1):38-41.
- [10] 沈费伟,杜芳.数字乡村建设同质化的诱发机理与优化路径[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2025,25(2):20-32.
- [11] 张小允,鲍洁,许世卫.数字经济背景下中国农业品牌建设路径探索[J/OL].中国农业资源与区划,2025:1-12.<https://link.cnki.net/urlid/11.3513.S.20250313.1334.006>,2025-05-23.
- [12] 张琴,雷洁.“十四五”电子商务对促进区域现代服务业高质量发展关键因素研究[J].南方论刊,2022(1):30-31+71.
- [13] 吴雪毅.乡村振兴战略背景下清远市特色农产品品牌推广模式研究[J].全国流通经济,2024(5):36-39.
- [14] 王文姬,李勇坚.电商平台促进消费扩容提质的机理与对策建议[J].行政管理改革,2023(12):49-56.
- [15] 姜晓东.乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J].南方农机,2024,55(17):114-117.