

乡村振兴背景下农村电商的发展困境与对策研究

晋丽娜

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年7月1日; 录用日期: 2025年7月18日; 发布日期: 2025年8月28日

摘要

在乡村振兴战略的推动下, 农村电商成为推动农业增效、农民增收和农村繁荣的新兴力量。然而, 当前农村电商发展仍面临诸多困境: 金融支持不足, 导致中小微电商融资困难, 数字技术应用深度不足制约了电商运营水平的提升, 区域发展不平衡, 偏远地区电商生态薄弱, 导致电商发展相对滞后, 基础设施不足也影响了电商发展的基础条件。基于此, 本文针对性地提出对策建议: 探索金融支持创新举措, 构建数字化协同平台, 推动各地区协调发展, 以及加大对农村地区网络通信等基础设施的投入。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 困境, 对策建议

Research on the Development Dilemma and Countermeasures of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Lina Jin

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

Received: Jul. 1st, 2025; accepted: Jul. 18th, 2025; published: Aug. 28th, 2025

Abstract

Under the implementation of the strategy of comprehensive revitalization of the countryside, rural

e-commerce has emerged as a new force driving agricultural efficiency, farmers' income growth, and rural prosperity. However, the current development of rural e-commerce still faces many challenges: insufficient financial support makes it difficult for small and medium-sized e-commerce businesses to obtain financing; the insufficient depth of digital technology application restricts the improvement of e-commerce operation levels; unbalanced regional development and the weak e-commerce ecosystem in remote areas lead to relatively lagging e-commerce development; and inadequate infrastructure also affects the basic conditions for e-commerce development. Based on this, this article proposes targeted countermeasures and suggestions: exploring innovative financial support measures, building a digital collaborative platform, promoting coordinated development in all regions, and increasing investment in infrastructure such as network communication in rural areas.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Challenges, Countermeasures

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

党的十九大报告提出实施乡村振兴战略，为新时代“三农”工作指明了方向。在这一背景下，农村电子商务作为数字经济与传统农业深度融合的产物，日益成为推动农业增效、农民增收和农村繁荣的新兴力量。农村电商正成为乡村振兴的重要引擎，为农村发展带来了新的机遇和活力[1]。

然而，在看到农村电商取得显著成绩的同时，我们也必须清醒地认识到，当前农村电商的发展仍面临诸多现实困境和挑战。首先，金融支持不足，导致中小微电商融资困难，制约农村电商发展。其次，数字技术应用深度不足成为制约农村电商发展的突出瓶颈。前沿技术仅停留在销售展示层面，未能深入产业全链条。再次，区域发展不平衡，偏远地区电商生态薄弱，农村电商整体效能难以充分发挥。最后，基础设施不足也在一定程度上影响了电商发展的基础条件。这些基础设施短板在一定程度上削弱了农村电商发展的后劲。

针对上述问题，学术界已经开展了大量研究和实践探索。一些学者强调应从政策支持层面入手，完善农村电商发展的顶层设计和配套措施。在实践层面，各地也涌现出许多成功案例和经验做法。然而，总体来看，目前对于农村电商发展困境的系统性分析和对策研究仍有待进一步深化。通过本文的研究，希望能够为政府部门制定农村电商扶持政策、为企业和农民合作社开展电商业务提供有益的借鉴，从而助力乡村振兴战略的顺利实施。

2. 农村电商发展的总体态势

2.1. 拓宽农产品销售渠道，促进农民增收致富

农村电商为农产品打开了广阔的线上市场，让过去销路受限的土特产走向全国甚至全球[2]。在传统模式下，由于销售渠道单一、信息不对称，农产品经常滞销或贱卖。而借助电商平台，农民可以直接对接海量消费者，实现产销直连。近年来，我国农村网络零售额实现了跨越式增长，据商务大数据监测，2023年，全国农村网络零售额达2.5万亿元，比2014年增长近13倍；全国农产品网络零售额达5870.3亿元，同比增长12.5%。这些实例表明，农村电商让农民能够分享更多的收益，拓宽了增收渠道。农村电

商的崛起“盘活了乡村经济，不仅为农民提供了就业和增收的新渠道，提高农产品流通效率，也促进了农村经济的多元化发展”[3]。可以说，农村电商已成为农民增收致富的新引擎，为乡村脱贫攻坚和共同富裕注入了强劲动力。

2.2. 拓展国际市场，助力农产品出口

在乡村振兴和“一带一路”倡议推动下，农村电商开始成为农产品开拓国际市场、实现出口的重要途径[4]。借助跨境电商平台，偏远地区的特色农产品也能直接销售给全球消费者，大大降低了国际贸易的门槛。许多地方政府和企业积极利用电商“走出去”，取得了显著成效。据甘肃网报道，陇南市礼县通过发展跨境电商，将当地苹果、中药材等特色产品销往海外，2020年实现跨境电商销售额1.9亿元人民币。这一成功案例表明，内陆贫困地区也能依托电商打开国际市场，为农民增收开辟新渠道。又如中华网报道的山东德州的一位农村妇女杨女士在政府引导下尝试跨境电商，将家乡的手工艺品和农产品卖到欧洲，月销售额达到数万元，不仅自己致富还带动了周边村民就业。当前，各大电商平台也纷纷布局农村跨境业务，阿里巴巴的全球速卖通、拼多多的Temu等为农产品出口提供了便利通道。同时，政府部门加强与“一带一路”沿线国家的电商合作，支持建设海外仓、冷链物流等基础设施，为农产品出口创造更好条件。随着农村电商与跨境贸易的深度融合，越来越多“土特产品”正变成“全球商品”。这不仅拓宽了农产品销售市场，也提升了中国农产品在国际市场的知名度和竞争力，为乡村振兴注入了强劲动力。

2.3. 推动数字技术应用，赋能农业现代化

农村电商的发展离不开数字技术的支撑，同时也反过来推动了数字技术在农业农村的广泛应用，加速了农业现代化进程[5]。在生产环节，大数据、物联网等技术被用于指导农业生产和经营决策。例如，通过对电商平台上消费者搜索关键词、浏览商品和购买频率等数据的分析，企业可以准确把握市场需求趋势，如有机农产品、特色农产品的需求增长情况，从而指导农户调整种植结构和品种。一些地方建立了农业大数据平台，实时监测土壤、气候、作物长势等信息，帮助农民科学施肥灌溉，提高生产效率。在销售环节，人工智能和AR技术的应用提升了电商营销效果。AI算法可以根据消费者偏好进行商品智能推荐，帮助用户更快捷地找到所需农产品；AR技术则让消费者通过手机摄像头“预览”农产品的大小、外观，增强购物体验。在物流环节，区块链、物联网等技术用于农产品溯源和冷链监控，确保从田间到餐桌的全程可追溯和质量安全。例如，贵州湄潭县引入数字溯源系统，茶叶从采摘到销售各环节信息上链，消费者扫码即可查看产地和加工过程，提高了产品信誉和附加值。此外，云计算和智能仓储的应用提升了农村电商运营效率，无人机、无人车配送开始在一些地区试点，解决偏远乡村最后一公里配送难题。可以说，农村电商已成为数字技术落地农村的重要场景，数字技术的深度应用正为农业生产经营模式带来革命性变化，推动传统农业加速向现代农业转型。

3. 当前农村电商发展的困境

3.1. 农村金融支持不足，中小微电商融资困难

资金短缺也是制约农村电商发展的重要因素。农村电商企业大多是中小微企业甚至个体网店，普遍面临融资难、融资贵的问题[6]。由于缺乏足够的抵押资产和规范的财务报表，这些经营主体很难从传统金融机构获得贷款支持。即使有少量贷款，利率也较高，加重了经营负担。同时，农村电商的轻资产模式使金融机构放贷更加谨慎，担心风险难以控制。很多农民网商在扩大生产、备货、升级设备时往往只能依靠自有资金或民间借款，资金链紧张成为常态。这导致一些有潜力的农村电商项目因资金不足而搁浅，难以做大做强。虽然近年来政府和金融机构推出了一些针对农村电商的金融产品，如小额信用贷款、

电商创业担保贷款等，但覆盖面和力度仍显不足。此外，农村地区征信体系不完善，部分农民信用意识淡薄，也影响了金融机构放贷的积极性。总体来看，农村金融支持不足已成为农村电商发展的“短板”之一，需要通过创新金融服务、完善担保机制、发展普惠金融等手段加以缓解，为农村电商企业提供更有力的资金支撑。

3.2. 数字技术应用深度不足，农业转型升级困难

当前农村电商的技术应用呈现明显的结构性失衡。尽管直播带货遍地开花，但大数据、人工智能等前沿技术仅停留在销售展示层面，未能深入产业全链条[7]。在鄂西山区等农产品主产区，从种植规划到市场预判的关键环节，多数仍依赖农户的经验直觉。老农凭节气种地、看往年行情决定产量的传统模式依然普遍，导致丰产滞销与短缺涨价交替出现，供需错配风险持续累积。销售端技术过度集中。直播、短视频等工具被大量用于营销引流，但农产品品质管控、物流调度等核心环节却缺乏智能支撑。更深层的问题在于技术适配不足。现有数字工具多基于城市消费场景开发，与农业生产特性存在天然错位。当智慧农业系统要求实时监测土壤墒情时，山区网络覆盖不足却让传感器沦为摆设；当AI预测模型需要历年产销数据时，分散的小农经营导致基础数据支离破碎。这些矛盾暴露出农村电商发展中的关键瓶颈：数字技术尚未真正融入产业基因，仅在产业链末端镶了道“金边”，未能成为驱动农业转型升级的核心引擎。

3.3. 区域发展不平衡，偏远地区电商生态薄弱

我国农村电商发展还存在明显的区域不平衡问题，东部沿海地区与中西部偏远地区差距较大。东部经济发达地区农村基础设施好、产业基础强，电商起步早、发展快，涌现出大量“淘宝村”“电商镇”，形成了成熟的电商生态。而中西部一些偏远地区，由于经济基础薄弱、交通不便、观念保守，电商发展相对滞后，尚未形成良性的电商生态系统。这些地区的农村网络覆盖率、物流通达率仍低于全国平均水平，农民触网率和网购网销意识也较弱，电商在乡村经济中的渗透率不高。例如，有研究指出，在甘肃、贵州等西部山区，物流和信息基础设施的结构性不均衡仍是电商发展的首要障碍。即使在国家大力推进县乡村三级物流体系建设的背景下，这些地区的末端配送仍长期依赖“骑手 + 人工中转”的低效模式，“最后一公里”难题未能有效破解。同时，由于缺乏产业支撑和市场氛围，这些地区的农村电商往往难以形成产业集群和规模效应，抗风险能力较弱。区域发展的不平衡不仅导致农村电商整体效能难以充分发挥，也可能进一步拉大地区间的发展差距。对此，需要加大对欠发达地区的政策倾斜和扶持力度，在资金、技术、人才等方面予以重点支持，逐步改善这些地区的电商发展环境，缩小与发达地区的差距，推动农村电商在全国范围内均衡发展。

3.4. 基础设施不足，限制农村电商发展

首先，在“新基建”方面，尽管全国5G网络覆盖率已显著提升，但在一些偏远山区或地形复杂的村落，网络信号不稳定、网速慢的问题依然存在[8]。这直接影响了直播带货、高清视频展示、在线客服等应用的体验，限制了最高效的电商转化手段的普及。此外，村民对智能设备和网络支付工具的熟练度不高，这种“数字素养”的缺失，也是一种亟待补齐的“软基建”短板。

其次，在“旧基建”方面，仓储与冷链设施的缺失是农产品上行的“命门”。缺乏标准化的产地仓、预冷设备和冷链运输车辆，导致生鲜农产品在“最初一公里”的产后损耗率居高不下，品质难以保证。同时，产品分级、清洗、加工、包装等产后处理设施的匮乏，使得农产品难以实现标准化和商品化，无法满足主流电商平台对产品规格的严格要求。这些物理地基的不牢固，直接限制了农村电商的运营模式、增加了经营风险，并制约了其向现代农业产业链的转型升级。

4. 发展农村电商的积极对策

4.1. 探索金融支持创新举措

东部农村电商发展水平较高，金融生态相对完善。可在东部率先探索供应链金融和数字金融创新，利用电商平台的数据优势，为上下游小微主体提供无抵押信用贷款[2]。

中西部农村电商基础薄弱，更需要政府和金融机构的倾斜支持。建议由中央财政和政策性银行牵头，在中西部设立农村电商专项扶持基金或低息贷款，重点支持贫困地区和革命老区的电商创业项目。例如，参考《西部电商发展报告 2021》的建议，将中西部农村电商企业贷款审批通过率提升至 60%以上，并提高单笔贷款额度。

东北地区农业资源丰富，但农村金融服务相对滞后。针对东北的特色农产品电商和粮食电商，应加大政策性金融支持力度。农业发展银行和农业银行等可在东北推出专项贷款，支持粮食、大豆、畜产品等大宗农产品的电商化经营，包括仓储设施建设、冷链物流投入等。

针对农产品生产周期长、资金回笼慢的特点，金融机构应创新信贷产品和服务，如推出季节性贷款、订单融资等，满足农户在种植、收购季节的资金需求。社会层面可引入风险投资和私募股权，成立农产品电商产业发展基金，投资于农产品加工、冷链物流等关键环节。

政府应制定专项扶持政策，如设立手工艺电商创业基金，为非遗传传承人、手工艺农户提供低息贷款或免息资助，帮助其购买原料、扩大生产。对吸纳贫困户就业的手工艺电商企业，可给予贷款贴息和税收减免等优惠，引导金融资源向手工艺产业倾斜。

4.2. 构建数字化协同平台

针对农村电商供应链各环节信息割裂的问题，应建立数字化供应链协同平台，打通生产、加工、流通、销售各环节的数据共享。鼓励大型电商企业和农业龙头企业牵头，搭建农产品供应链平台，为合作社、农户、经销商等提供统一的订单管理、库存监控、物流跟踪系统。

在东部电商发达地区，由政府牵头重点搭建智能供应链调度平台，整合区域内冷链物流企业和大型仓储资源，实现生鲜农产品从产地预冷到社区配送的全程温控可视化。比如为长三角特色水产设计动态路由系统，根据订单密度自动规划最优配送路径，降低中转损耗。同时构建跨境数字展销平台，接入海关电子报关和跨境支付功能，支持苏绣、红木家具等高端工艺品一键上架亚马逊、乐天等国际站点。

在中部地区，依托县级供销社建立应急集单平台，当监测到某地果蔬滞销风险时，自动向周边城市社区团购团长推送货源信息，重点解决小批量订单的集并运输难题。创建非遗工坊联营平台，为信阳陶艺、湘西银饰等小微作坊提供统一品控和众筹服务。

在西部欠发达地区，建立高原生态产品溯源平台，在种植基地部署物联网设备采集海拔、光照等环境数据，消费者扫码即可查看青稞、松茸的生长全程。可搭建移动化生产直播平台，为牧区毡匠、山地绣娘配备便携式卫星直播设备，支持在无网络区域开展制作过程直播。重点突破偏远地区实时互动瓶颈。通过数字化供应链协同，减少中间环节和信息不对称，降低库存和物流成本，提高农村电商供应链的整体竞争力[9]。

4.3. 推动各地区协调发展

推动东部农村电商高质量发展，鼓励东部地区率先探索数字技术与农业深度融合的新模式，如发展智慧农场直供电商、农产品直播电商基地等，提升农产品附加值。建立东部发达地区与中西部欠发达地区的结对帮扶机制，通过对口支援、电商平台合作等方式，将东部的资金、技术、经验引入西部农村。

加大对中部农村的基础设施投入，完善道路和物流网络，打通农产品出村进城的运输通道。中部地区应依托特色农业产业，打造电商产业集群。例如，湖北、湖南的茶叶、水产，河南的粮食和中药材等，都可通过电商扩大销路。

需要持续完善西部农村的信息通信和物流基础设施。在偏远山区加大 5G 网络覆盖和宽带建设投入，提高农村互联网普及率，缩小数字鸿沟[10]。西部各省应立足自身资源禀赋，选择具有市场竞争力的特色产品，集中力量打造区域公用品牌，通过电商打开全国市场。例如，甘肃陇南通过电商将花椒、核桃等特色农产品销往全国，带动当地脱贫，其经验可在西部其他地区推广。

发挥东北粮食和特色农产品优势，大力发展大宗农产品电商。支持粮食主产县与大型电商平台合作，建立东北农产品专区，推广黑龙江大米、吉林玉米、辽宁杂粮等优质粮食产品线上销售。利用东北老工业基地的优势，将适合农村市场的工业品通过电商渠道下沉，同时把农产品上行结合起来，形成城乡商品对流。

4.4. 加大对农村地区基础设施的投入

良好的信息通信基础设施是农村电商发展的前提条件。近年来我国农村地区信息网络建设取得长足进步，但城乡“数字鸿沟”依然存在。

针对东部地区发达农村，需聚焦智能化升级与冷链物流补短板。建设配备自动化分拣线、智能仓储管理系统的区域性智能物流枢纽。重点提升生鲜果蔬、水产品等高时效性产品的处理效率和预冷能力。确保行政村及主要农业生产区域 5G 网络和千兆光纤稳定覆盖，为直播电商、物联网农业应用提供可靠网络支撑。

政府应继续实施“宽带乡村”和“数字乡村”工程，加大对中西部偏远地区网络建设的投入，完善 4G 网络覆盖，积极部署 5G 试点[11]。在中部地区，着力构建区域物流枢纽与提升网络覆盖均衡性。提升乡镇级快递物流中转站的标准化水平，配备基本的分拣设备和一定面积的仓储空间。重点解决偏远行政村、自然村以及农业产业基地的网络信号弱或未覆盖问题。

在西部地区：优先打通物流“最后一公里”。大力推动“多站合一”，将电商服务、快递收寄、便民服务、普惠金融等功能整合到村级综合服务站。在交通极其不便的边远牧区、山区，探索卫星互联网等补充手段保障基本通信需求。通过这些措施，逐步缩小城乡“数字鸿沟”，为农村电商发展提供坚实的网络保障。

农村电商的健康发展对于促进乡村产业振兴、农民增收致富具有重要意义。针对当前存在的金融支持不足、数字技术应用不深入、区域发展不平衡、基础设施薄弱等突出问题，必须坚持因地制宜、分类指导的原则，精准施策。东部地区应发挥引领示范作用，率先实现农村电商的高质量升级；中西部和东北地区则需在政府扶持下补齐短板，激发内生动力。不同产业类型也应各有侧重：农产品电商要着力强化供应链和金融支撑，手工艺品电商要注重文化品牌和创意赋能，跨境电商要拓展国际视野和完善服务配套。通过以上差异化的对策建议，多管齐下、协同推进，逐步破解农村电商发展的瓶颈。

参考文献

- [1] 庞熹微. 农村电商激发乡村振兴潜能[J]. 村委主任, 2024(21): 150-152.
- [2] 陈思思, 邹建国, 朱江, 等. 农村电商助力乡村产业振兴的现实困境与实现路径[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(23): 239-241.
- [3] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [4] 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.

- [5] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.
- [6] 杨玉新, 张妍. 数字经济引领农村电商生态建设的现实困境与推进策略[J]. 农业经济, 2024(9): 140-142.
- [7] 陈雨苏. 农村电商产业集群发展的阻碍因素和应对策略[J]. 农业经济, 2024(5): 143-144.
- [8] 马改艳, 杨秋鸾, 王恒波. 数字经济赋能乡村产业振兴的内在机制、现实挑战与突破之道[J]. 当代经济管理, 2023, 45(8): 33-38.
- [9] 申姝红, 郭晶. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(8): 122-125.
- [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] 孔德营. 乡村振兴战略下农村电商赋能产业发展模式研究[J]. 中国商论, 2024, 33(15): 49-52.