

乡村振兴视域下农村电商高质量发展的瓶颈与突破路径

张金龙

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年8月13日; 录用日期: 2025年8月25日; 发布日期: 2025年9月12日

摘要

在乡村振兴战略背景下, 电商作为推动农村经济发展的重要力量, 其高质量发展意义重大。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, 是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手。然而, 当前农村电商发展仍面临诸多瓶颈, 如部分农村地区网络、交通等基础设施相对落后, 电商人才短缺, 农产品质量不稳定、标准化程度低, 农产品物流配送体系有待完善等, 这些问题制约着农村电商的进一步发展。为实现农村电商的高质量发展, 应从完善基础设施建设、加强人才培养、提升农产品质量与标准化水平、优化物流配送体系等方面着手, 采取针对性的突破路径。如加大财政投入提升农村网络和交通基础设施水平, 加强对返乡农民工等的电商技能培训, 加强农产品质量监管并推动标准化生产, 推进农产品物流配送体系建设以降低配送成本等。通过这些举措, 构建协同、创新、高效的农村电商生态圈, 畅通城乡经济循环, 为乡村振兴提供有力支撑。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 路径

Bottlenecks and Breakthrough Paths for High-Quality Development of Rural E-Commerce from the Perspective of Rural Revitalization

Jinlong Zhang

School of Marxism of Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Aug. 13th, 2025; accepted: Aug. 25th, 2025; published: Sep. 12th, 2025

Abstract

In the context of the rural revitalization strategy, e-commerce, as a crucial force driving rural economic development, holds significant importance for its high-quality growth. The development of rural e-commerce stands as a pivotal measure to innovate business models and establish a modern rural circulation system. It also serves as an effective lever to transform agricultural development patterns and boost farmers' income. However, the current development of rural e-commerce still faces numerous bottlenecks, such as relatively underdeveloped infrastructure like networks and transportation in certain rural areas, a shortage of e-commerce talents, inconsistent quality and low standardization of agricultural products, and an undeveloped logistics and distribution system for agricultural products. These issues hinder the further advancement of rural e-commerce. To achieve high-quality development of rural e-commerce, targeted breakthrough paths should be embarked upon, including improving infrastructure, strengthening talent cultivation, enhancing the quality and standardization of agricultural products, and optimizing the logistics and distribution system. Measures such as increasing fiscal investment to elevate the level of rural networks and transportation infrastructure, enhancing e-commerce skills training for returning migrant workers, strengthening quality supervision and promoting standardized production of agricultural products, and advancing the construction of the logistics and distribution system for agricultural products to reduce distribution costs can be taken. Through these initiatives, a collaborative, innovative, and efficient rural e-commerce ecosystem can be established, smoothing the urban-rural economic cycle and providing robust support for rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, 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

在全面推进乡村振兴的时代浪潮中，数字技术的蓬勃发展为农村经济转型带来了新契机，农村电商高质量发展，是推动乡村振兴的重要抓手，也是带动农民增收、实现农民共同富裕的有效举措。农村电商凭借其突破时空限制、整合资源要素的优势，成为激活乡村发展潜能、缩小城乡发展差距的关键力量。从田间地头的特色农产品通过直播带货走向全国餐桌，到乡村手工艺人借助网络平台打造个性化品牌，农村电商正以创新的商业模式重塑传统农业产业链，推动农业增效、农民增收和农村繁荣。近年来我国农村网络零售额持续攀升，农产品上行与工业品下行双向流通格局逐步形成，农村电商在助力脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接中发挥了重要作用。

然而，当我们深入审视农村电商的发展现状，不难发现繁荣表象之下，仍存在诸多制约其高质量发展的深层矛盾。在广袤的农村地区，部分偏远乡村网络信号不稳定、交通物流体系不完善，阻碍了农产品的高效流通；专业电商人才的匮乏，使得农村电商在运营管理、品牌打造、营销推广等环节力不从心；农产品标准化程度低、品牌竞争力弱、供应链体系不健全等问题，导致优质农产品难以实现溢价销售。此外，农村电商市场秩序尚待规范，数字化基础设施与服务体系建设滞后等问题，也在一定程度上制约了农村电商的进一步发展。破解这些发展瓶颈，构建更加完善、可持续的农村电商发展体系，推动农村

电商与乡村振兴战略深度融合，不仅关乎农村电商产业的长远发展，更是实现农业农村现代化、促进共同富裕的必然要求。

2. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展的瓶颈分析

2.1. 网络与物流基建短板突出

物流体系是支撑农村电商高质量发展的重要环节，直接影响农村电商高质量发展水平[1]。在网络基础设施层面，尽管我国农村地区网络覆盖取得显著进展，但仍存在网络质量参差不齐的问题。部分偏远山区网络信号弱、带宽不足，难以满足直播带货、高清视频传输等新兴电商业务需求。以农产品直播为例，频繁卡顿的网络会严重影响消费者观看体验，导致客户流失。同时，农村地区网络资费相对较高，在一定程度上抑制了农民使用电商平台的积极性。

物流基础设施建设同样不容乐观。农村地域广阔、居住分散，导致物流配送存在“最后一公里”难题。一方面，农村物流网点少且分布不均，许多村庄缺乏固定的快递代收点，村民收发快递需前往较远的乡镇，极大降低了物流时效性与便利性；另一方面，冷链物流设施严重匮乏，生鲜农产品在运输、储存过程中损耗率较高。此外，农村物流运输车辆、仓储设施等硬件条件落后，且缺乏专业化的物流管理系统，使得物流成本居高不下，农产品上行竞争力被削弱。

2.2. 专业人才供给严重不足

农村电商专业人才短缺已成为制约其高质量发展的关键因素。农村发展电商的主要群体是返乡青年，但农村对电商创业人员的培训不足，导致专业人才缺乏[2]。从人才结构来看，农村地区现有电商从业者多为本地农民或返乡创业者，他们虽对本地农产品与风土人情较为熟悉，但普遍缺乏系统的电商知识与专业技能培训。在店铺运营方面，许多从业者不了解平台规则、营销推广策略及数据分析方法，难以制定科学的运营方案；在直播带货环节，缺乏专业的主播团队与运营人员，导致直播内容同质化严重、转化率较低。

此外，农村地区对电商人才的吸引力不足。相比城市，农村的工作环境、生活配套设施以及职业发展空间都存在较大差距，难以留住具有电商运营、设计、营销等专业技能的高素质人才。即便部分高校开设了农村电商相关专业，但毕业生更倾向于留在城市发展，返乡投身农村电商事业的人数较少。同时，农村缺乏完善的人才培养体系与激励机制，现有从业者难以获得持续的技能提升机会，进一步加剧了人才短缺问题。

2.3. 品牌与标准化建设滞后

在品牌建设方面，农村电商普遍存在品牌意识淡薄的问题。众多农产品以散装形式销售，缺乏独特的品牌标识与文化内涵，难以形成差异化竞争优势。即便部分地区拥有特色农产品，但由于缺乏品牌策划与推广，品牌知名度与美誉度较低，无法在市场上获得较高的溢价。此外，农村电商品牌建设缺乏系统性规划，存在品牌定位模糊、品牌形象不统一等问题，难以形成品牌合力。

标准化建设滞后也是农村电商发展的一大痛点。农产品生产过程缺乏统一的质量标准与操作规范，不同农户种植或养殖的产品在品质、规格上存在较大差异，导致产品质量不稳定。在包装、分级等环节，同样缺乏标准化流程，使得农产品难以满足电商平台的销售要求。例如，水果类农产品因缺乏统一的大小、甜度分级标准，无法实现精准定价，也影响了消费者的购买体验。同时，农产品质量追溯体系不完善，消费者难以获取产品的产地、生产过程等关键信息，降低了消费者对农产品的信任度。

2.4. 区域发展失衡加剧

农村电商区域发展失衡问题在乡村振兴推进过程中愈发显著，呈现出东强西弱、平原优于山区的空间分布特征。东部沿海地区凭借发达的交通网络、完善的产业配套和活跃的市场氛围，农村电商发展起步早、规模大。以浙江、江苏等地为例，通过建设电商产业园、培育直播基地等方式，形成了义乌小商品、海宁皮革、临安山核桃等一批具有全国影响力的农村电商产业集群。

区域间资源投入与政策支持力度的不均衡，进一步加剧了发展鸿沟。东部省份在农村电商领域的财政补贴、项目扶持资金投入远超中西部地区，能够为电商企业提供场地租金减免、物流补贴、人才培养等全方位支持。同时，东部地区的农村普遍拥有较好的互联网、电力等基础设施，为电商发展提供了坚实保障；而中西部偏远山区，受制于财政实力薄弱，在网络建设、冷链物流、仓储设施等方面投入不足，难以吸引电商企业入驻。

此外，区域间产业基础与市场发育程度的差异，也导致农村电商发展两极分化。东部农村地区依托制造业集群优势，形成“前店后厂”的产销模式，电商与实体产业深度融合；而中西部多数农村以传统农业为主，缺乏加工、包装、设计等配套产业，农产品附加值低，难以形成规模化、品牌化的电商产品。这种区域发展失衡不仅削弱了全国农村电商发展的整体效能，还可能加剧城乡、区域间发展差距，与乡村振兴战略中促进区域协调发展的目标相悖。

3. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展的突破路径

3.1. 推进基础设施数字化升级

基础设施是农村电商发展的根基，需以数字化、智能化为导向，加快补齐网络与物流短板。在网络建设方面，政府应加大财政投入，实施农村网络“提速降费”工程，联合通信运营商在偏远山区增设基站、升级光纤网络，确保 4G 网络全覆盖，逐步推进 5G 网络试点应用。同时，通过政府补贴、税收优惠等政策，鼓励通信企业降低农村地区网络资费，提升农民网络使用积极性。

物流体系建设则需构建“县-乡-村”三级物流网络。在县域层面，建设综合性物流仓储中心，整合快递、冷链、配送等功能；乡镇设立物流中转站，实现包裹集中分拣与配送；村级设置快递服务点，打通物流配送“最后一公里”。此外，加大冷链物流设施投入，支持企业在产地建设预冷、冷藏保鲜库，配备冷藏运输车辆，推广物联网技术实现温度、湿度等数据实时监控，降低农产品损耗率。通过引入智能仓储管理系统、无人配送设备，提升物流运营效率，降低物流成本。

3.2. 构建多层次人才培养体系

信息时代背景下，懂电商、会直播的“新农人”是乡村产业发展的关键[3]。解决人才短缺问题，需构建政府、高校、企业协同发力的多层次培育体系。政府层面，可设立农村电商人才培养专项资金，联合职业院校、行业协会开展“订单式”培训，针对农民、返乡创业者、基层干部等不同群体，开设电商运营、直播带货、数据分析等课程，培训内容注重实用性与可操作性。同时，建立农村电商人才认证体系，对考核合格者给予技能补贴或创业扶持。

高校应发挥学科与科研优势，开设农村电商相关专业或课程，培养兼具理论知识与实践能力的复合型人才。鼓励高校与农村电商企业共建实习实训基地，组织学生参与农产品上行项目，提升实践技能。此外，可通过“定向招生、定向培养、定向就业”模式，吸引大学生返乡投身农村电商事业。

企业作为市场主体，可建立内部培训机制，定期组织员工参加技能提升培训；通过股权激励、绩效奖金等方式，吸引城市电商人才下乡。同时，搭建人才交流平台，举办农村电商创业大赛、经验分享会

等活动，营造良好的人才发展环境，切实解决电商人才的所求所需，激发农村电商从业人员的积极性和创造力[4]。

3.3. 实施品牌与标准双提升工程

品牌与标准化建设是提升农村电商竞争力的核心。农业品牌化建设是提升农产品竞争力、推进农业供给侧结构性改革的有效途径[5]。在品牌打造方面，地方政府应结合区域特色，挖掘农产品文化内涵，制定品牌发展规划。支持企业注册地理标志商标、申请有机食品认证，打造区域公用品牌，通过统一品牌形象、包装设计、宣传推广，提升品牌辨识度。鼓励企业开展品牌营销，借助短视频、直播等新媒体平台，讲好品牌故事，塑造品牌美誉度。

标准化建设需从生产、加工、流通全链条发力。农业部门应牵头制定农产品生产技术规范与质量标准，推广标准化种植、养殖模式，建立质量追溯体系，实现产品从田间到餐桌的全程可追溯。在加工环节，规范农产品分级、包装、保鲜等流程，制定统一的规格与质量标准。推动企业采用国际通行的质量管理体系认证，提升农产品标准化水平与市场竞争力。同时，鼓励行业协会制定团体标准，引导企业自律，规范市场秩序。

3.4. 强化区域协同发展机制

为破解区域发展失衡难题，需建立跨区域协同发展机制。首先，推动东部发达地区与中西部欠发达地区建立结对帮扶关系，通过产业转移、技术输出、经验共享等方式，促进资源互补。东部地区可将部分电商运营、客服等业务向中西部转移，带动当地就业与产业发展；中西部则为东部提供优质农产品货源，实现产销对接。

其次，完善区域间利益分配机制，鼓励企业跨区域合作共建农村电商产业园、物流基地等项目，通过税收分成、股权合作等方式，保障各方利益。同时，加强区域间政策协同，建立统一的农村电商市场准入标准、数据共享平台，消除区域壁垒，促进农产品、人才、技术等要素自由流动。此外，通过举办区域性农村电商博览会、展销会等活动，搭建产品展示与交易平台，推动区域间合作共赢，实现农村电商均衡、可持续发展。

4. 结论

在乡村振兴战略持续深化的背景下，电商作为推动农业农村现代化的关键引擎，其高质量发展对缩小城乡差距、激活乡村内生动力意义深远。尽管当前农村电商面临基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设滞后及区域发展失衡等多重瓶颈，但通过推进基础设施数字化升级、构建多层次人才培养体系、实施品牌与标准双提升工程，以及强化区域协同发展机制等路径，可有效破解发展困局。未来，随着政策支持力度的不断加大与市场机制的持续完善，农村电商必将突破发展桎梏，深度融入乡村振兴的时代浪潮，为实现农业强、农村美、农民富的目标注入持久动能，成为畅通城乡经济循环、实现共同富裕的重要支撑。

参考文献

- [1] 余花, 李学卫. 乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2025(3): 136-137.
- [2] 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.
- [3] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展 促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.
- [4] 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.
- [5] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.