

农林院校大学生电商助力乡村经济发展路径探究

郭 冉

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年9月5日; 录用日期: 2025年9月19日; 发布日期: 2025年10月17日

摘 要

在乡村振兴战略全面推进的背景下, 电商已成为激活乡村经济活力、拓宽农产品销售渠道的关键引擎。农林院校大学生作为兼具农业专业知识与电商运营思维的特殊群体, 在助力乡村电商发展、推动乡村经济转型中具有天然优势, 但也面临自身实践能力不足、乡村环境制约及市场竞争压力等现实困境。本文将从困境三方面提出相应路径对策, 为乡村经济高质量发展提供人才支撑与实践范式, 同时也为农林院校人才培养模式改革与乡村电商人才队伍建设提供理论参考。

关键词

农林院校, 电商平台, 乡村经济

An Exploration of the Path for Agricultural and Forestry College Students' E-Commerce to Boost Rural Economic Development

Ran Guo

College of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: September 5, 2025; accepted: September 19, 2025; published: October 17, 2025

Abstract

Against the backdrop of the comprehensive implementation of the rural revitalization strategy, e-commerce has become a key engine for invigorating the rural economy and expanding the sales channels for agricultural products. College students from agricultural and forestry universities, as a special

group with both agricultural professional knowledge and e-commerce operation thinking, have natural advantages in promoting the development of rural e-commerce and driving the transformation of the rural economy. However, they also face practical difficulties such as insufficient practical ability, constraints from the rural environment, and market competition pressure. This article will propose corresponding paths and countermeasures from three aspects of predicaments, providing talent support and practical models for the high-quality development of rural economies. At the same time, it will also offer theoretical references for the reform of talent cultivation models in agricultural and forestry colleges and universities and the construction of rural e-commerce talent teams.

Keywords

Agricultural and Forestry Colleges and Universities, E-Commerce Platforms, Rural Economy

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

近年来,随着乡村振兴战略的深入实施,大学生电商创业助农逐渐成为该领域的一个新的经济增长点,并取得诸多有效成果。当前,关于高校助力乡村振兴的研究文献及研究成果颇多,但基于农林高校电商助力乡村振兴的研究相对较少,而农林院校作为培养农业专门人才的摇篮,其学校学生会更加熟悉农业类知识,能更好地将电商技能与专业素养相结合。这有助于高校学生对口式发展自身技能,投身乡村产业实践,精准对接农村需求,为乡村产业高质量发展开辟新路径,对于加速农业农村现代化进程也具有重要意义[1]。

2. 农林院校大学生电商助力乡村经济发展的优势

2.1. 专业知识优势

农林院校作为专注于农业和林业领域教育与研究的高等学府,在相关专业知识的教学方面具有深厚的底蕴和丰富的资源。因此,农林院校学生将农业专业知识与电商专业知识相结合,在助力乡村经济发展中能够展现出独特的技能优势。

农林院校涵盖农学、园艺、植保、畜牧兽医、林学等众多专业,大学生系统学习农作物栽培、畜禽养殖、病虫害防治、农产品加工等知识[2]。使学生们能够准确判断农产品的品种特性、质量状况,为农产品的生产和选择提供专业的建议。另外,在农产品的选品环节,学生们可以凭借对农业知识的掌握,挑选出品质优良、具有市场潜力的特色农产品,为农产品的精准定位提供依据。其次,在电商专业知识教学上,农林院校也在不断紧跟时代发展步伐,更新教学内容和方法。高校设置了电子商务概论、网络营销、电商运营、物流管理、数据分析等课程,使学生全面掌握电商运营的各个环节,培养学生的电商实战能力,让其熟练掌握电商平台的搭建与运营技巧,能够运用数据分析工具了解市场需求和消费者行为,制定精准的营销策略。

2.2. 创新思维活力

大学生作为年轻的一代,思维活跃,充满创新精神,对新事物具有强烈的好奇心和接受能力,这种

创新思维和活力能够为乡村电商的发展注入新的活力和发展动力。

在农林院校的学习和生活中，学生们可以接触到前沿的学术研究成果、先进的技术理念和多元化的文化氛围，从而进一步激发他们的创新思维，还不受传统观念和模式的束缚，敢于突破常规，提出新颖的想法和解决方案。以福建农林大学为例，除本科毕业实习和毕业论文外，实践教学环节还包括综合实验、野外实习、创新创业实践、专业实践基本技能考核和科研训练等[3]。因此，在乡村振兴领域，农林高校学生能够得到较为专业的农业知识培训与农业场地实践，从而激发其对农林等产业的兴趣和新颖的创新思维。另外，还有一些学生积极利用短视频平台，通过制作生动有趣的农产品短视频，展示农产品的生长环境、种植过程和特色优势，吸引了大量消费者的关注，从而开创了农产品营销的新途径。他们还将电商与乡村旅游相结合，推出“农产品 + 乡村旅游”的融合发展模式，通过线上宣传乡村旅游资源，吸引游客到乡村体验农事活动、品尝农家美食，同时销售当地的农产品，实现了农产品销售和乡村旅游的相互促进。因为大学生是年轻一代，其思维更加充满活力，行动力强，在电商运营中更注重个性化和差异化。最重要的是，大学生的创新活力还吸引了更多的人才关注乡村电商，为乡村电商的发展营造了良好的创新氛围。

2.3. 政策支持与资源倾斜

随着时代的发展，大学生返乡创业，是新时代乡村振兴战略实施的重要抓手，随着更多大学生返乡创业，将真正意义上实现高校人才的培养目标，在偏远的农村贡献自己的力量，改变当地人们的生活现状，体现自己的人生价值[4]。所以，国家和地方政府日益重视乡村振兴和农村电商的发展，出台了一系列政策支持农林院校学生开展电商创业，农林院校也积极为学生提供资源和平台，支持他们参与电商助力乡村经济发展。

一方面，国家对从事农产品电商销售的企业，减免增值税、所得税等相关税费，提高企业的盈利能力；在创业补贴方面，设立专项创业补贴资金，对符合条件的农林院校学生电商创业项目给予资金支持；一些地区对初次创业的学生给予一次性创业补贴，对创业项目运营良好的学生给予持续的补贴支持，鼓励学生积极创业。另一方面，一些农林学校还建设了电商创业孵化基地，为学生提供免费的办公场地、设备设施和技术支持。孵化基地配备了专业的导师团队，为学生提供创业指导、项目评估、市场分析等服务，帮助学生解决创业过程中遇到的问题。另外，学校还积极与企业合作，建立了实习实训基地，为学生提供实践机会。这在很大程度上也为大学生通过电商助力乡村经济发展搭建了桥梁。

3. 农林院校大学生电商助力乡村经济发展的困境

3.1. 自身能力局限

农林院校大学生虽然在专业知识和创新思维上具有一定优势，但在电商助力乡村经济发展过程中，仍面临自身能力方面的局限。

一方面，大学生普遍缺乏实际的电商运营经验。导致返乡创业大学生难以有效把握市场趋势和消费者行为，加上对电商平台规则了解不够全面，使之不能开展有效的营销策略[5]。而学校的课程设置往往侧重于理论知识的传授，实践教学环节相对薄弱，学生在课堂上学习了电商运营的理论知识，但很少有机会参与实际的电商项目运营，导致他们在面对实际问题时缺乏应对能力。在营销推广方面，虽然大学生了解各种营销手段，但在实际运用中，如何根据农产品的特点和目标客户群体，制定精准的营销策略，选择合适的营销渠道，他们往往感到困惑。另一方面，专业技能与农村电商实际需求存在脱节现象。例如，云南高等农林院校一方面市场对专业技术人才需求存在缺口，另一方面农林院校毕业生却面临着逐年增加的就业困难。造成这一问题的主要原因在于实践技能培养的缺失和与市场需求

的脱节,传统的课堂教育难以满足市场对专业技术人才的要求,部分农林院校本科教学中存在实践教学只是完成校内教学任务,校外实习走过场,学生参与度较低的问题,导致毕业生缺乏专业实操能力,就业时出现眼高手低、“技”不能支的尴尬局面[6]。另外,随着农村电商的快速发展,对人才的需求日益多元化和专业化,除了电商运营和营销推广技能外,还需要具备农产品质量把控、供应链管理、数据分析等多方面的能力。然而,农林院校的专业课程设置往往没有及时跟上农村电商发展的步伐,导致学生所学的专业技能与实际需求不匹配。例如,在农产品质量把控方面,虽然农林院校学生具备一定的农业专业知识,但对于如何制定农产品的质量标准和进行农产品的质量检测和认证等实际操作,缺乏系统的学习和培训。

3.2. 乡村环境制约

乡村地区的客观环境因素也对农林院校大学生电商助力乡村经济发展形成了一定的制约。主要体现在网络通信和道路交通两方面。

一方面,在网络通信方面,虽然近年来农村地区的网络覆盖率有所提高,但仍存在网络信号不稳定、网速较慢等问题。在一些偏远山区,甚至存在网络覆盖不到的情况,这使得大学生在进行电商运营、直播带货等活动时,经常出现卡顿、掉线等问题,影响了用户体验和业务的正常开展。

另一方面,与城市相比,城乡间在基础设施方面存在的重大差异与共同富裕目标相差甚远,而基础设施与人民生产、生活息息相关,从根本上决定着人们的生活状态及生活质量。即使当前我国在道路交通方面,各地区乡村道路交通较之前相比已有长足进步,但在西部地区、偏远山区等位置受制于地形地势影响和经济因素制约仍存在道路交通不便问题,乡村道路交通网结构规划不合理的状况时有发生,甚至存在道路交通路面质量差、运输等级低等现象,阻碍着乡村的现代化建设和高质量发展[7]。并且,农村地区地域广阔,人口分散,物流配送成本高,配送效率低。许多农村地区没有完善的物流配送体系,快递网点覆盖不足,导致农产品的发货和配送时间长,无法满足消费者对时效性的要求。特别是一些农产品由于物流配送时间过长,出现了腐烂、变质等问题,给农民和电商从业者带来了经济损失,这样不仅影响了客户满意度,还可能导致了大量的退货和换货,增加了运营成本,不利于该产业的可持续发展。

3.3. 市场竞争压力

在当前的电商市场环境下,农林院校大学生电商助力乡村经济发展正面临着激烈的市场竞争压力,以及作为农产品电商发展关键环节的品牌建设,对于农林院校大学生而言,也阻力多多。

电商市场竞争异常激烈,各类电商平台和商家众多,农产品电商领域也不例外。虽然在抖音平台已产生若干以农村生产为创作内容的知名主播,但大部分农村电子商务企业主要依靠平台分配流量,市场拓展和品牌建设能力不足,企业在国内知名度不高,对农村地区电商和产业发展带动作用有限[8]。另外,当前的大型电商企业凭借其强大的资金实力、技术优势和品牌影响力,在市场中已占据了主导地位。以至于,农林院校大学生创办的电商企业或参与的电商项目,往往规模较小,资金有限,在市场竞争中处于劣势。更重要的是,消费者对农产品的信任度是影响农产品电商销售的重要因素。由于农产品的质量和安全问题备受关注,消费者在购买农产品时往往更加谨慎,对产品的品质和来源有着较高的要求。并且,农村道路状况不佳,大型物流车辆难以通行,配送站点覆盖范围有限,导致物流运输效率低下,也极大地限制了农产品电商产业的蓬勃发展[9]。而农林院校大学生电商团队在销售农产品时,由于缺乏完善的质量检测和认证体系,难以向消费者提供充分的质量保证和信息透明度,导致消费者对其产品的信任度较低。一些消费者担心通过电商购买的农产品存在质量问题,或者对农产品的产地、种植方式等信息不了解,从而选择传统的购买渠道。

4. 农林院校大学生电商助力乡村经济发展的现实路径

4.1. 提升大学生电商实践能力

为进一步推进农林院校学生通过电商助力乡村经济发展，农林院校应优化课程体系，加强电商相关课程与农林专业课程的融合，以及增强实践教学，从而有效提升大学生电商实践的能力。

一方面，可以通过增加电商实践课程的比重，如电商运营实训、网络营销实战、农产品电商案例分析等，邀请电商企业的专业人士参与课程教学，分享实际工作中的经验和案例，使学生能够接触到行业的最新动态和实践需求。还可以通过设置直播间场景布置区域，让学生学习如何根据不同的农产品和直播主题，进行直播间的场景设计和布置，营造出吸引人的直播氛围[10]。通过开设农产品质量检测、供应链管理或与农村电商实际需求紧密相关的课程，能够有效培养学生的综合能力。还可以在农产品电商案例分析课程中，选取具有代表性的农产品电商成功案例和失败案例，组织学生进行深入分析和讨论，让学生从案例中学习电商运营的技巧、营销策略的制定以及应对各种问题的方法，提高学生的分析问题和解决问题的能力。另一方面，学校应与农村电商企业、合作社等建立紧密的合作关系，建立更多的实习实训基地，为学生提供更多的实践机会。学校还可以开展电商实践活动，如电商创业大赛、电商技能竞赛等，激发学生的学习兴趣和创新精神，提升学生的电商技能[11]。因为在竞赛过程中，学生需要运用所学的电商知识和技能，制定合理的运营策略，提高网店的流量和转化率，并且，学生还需要与团队成员密切合作，共同完成竞赛任务，这都能有效地培养学生的团队协作能力和沟通能力。

4.2. 改善乡村电商发展环境

为进一步加强农村电商经济发展，政府应加大对农村基础设施建设的投入，提高农村网络通信和物流配送水平。在网络通信方面，理应进一步加强农村地区的网络覆盖，提高网络信号的稳定性和网速，推进农村 5G 网络建设，为农村电商的发展提供更高速度、更稳定的网络支持。在物流配送方面，加强农村物流配送体系建设，鼓励物流企业在农村地区设立配送网点，提高物流配送的覆盖率和效率。同步构建“县-乡-村”三级智慧物流网络体系，整合升级现有仓储设施，配备智能分拣和冷链设备，并在关键节点部署边缘计算单元以降低延迟[12]。政府可以通过财政补贴、税收优惠等政策，引导物流企业加大对农村物流的投入。对在农村地区设立配送网点的物流企业给予一定的财政补贴，降低物流企业的运营成本，提高其在农村地区开展物流业务的积极性。

另外，还应加强对农民的宣传教育，提高农民对电商的认知和接受程度，增强农民的合作意识。具体可以通过组织开展电商培训活动，为农民提供电商基础知识、操作技能、营销技巧等方面的培训，帮助农民掌握电商运营的方法和技巧。农林院校大学生应引导农民成立合作社或联合起来，共同开展电商业务，实现资源共享、优势互补，提高市场竞争力，还可以把农林知识和电商知识向农民普及，激发农民参与电商的积极性。

4.3. 强化市场竞争力

强化市场竞争力对于提升农村电商经济发展至关重要，品牌建设是提升农产品市场竞争力的核心，以及拓展销售渠道是提高农产品销量和市场份额的重要途径。农林院校大学生在通过电商助力农村经济发展，强化其产品市场竞争力时要着重关注这两方面。

首先，农林院校大学生应深入挖掘农产品的特色和优势，结合市场需求和消费者心理，进行精准的品牌定位。在农产品电商品牌的建设中，既要注重农产品的品质标准，也要着力于讲好品牌故事，建立品牌自信[13]。特别是突出农产品的产地优势、品质特点、文化内涵等，打造具有独特个性和差异化的品

牌形象。注重品牌的传播和推广,通过多种渠道和方式,提高品牌的知名度和美誉度。还可以利用互联网、社交媒体、电商平台等进行品牌宣传,开展品牌营销活动,吸引消费者的关注和购买。其次,“如今网购平台越来越发达的形势下,线上平台保障与制度越来越完善,消费者对线上平台的信任度在不断提高”[14]。所以,除了传统的电商平台销售,农林院校大学生还应积极探索新的销售渠道。利用社交媒体平台开展社交电商,通过直播带货、社群营销等方式,直接与消费者进行互动和销售。与线下超市、农贸市场、餐饮企业等建立合作关系,实现农产品的线上线下融合销售。还可以利用短视频平台进行农产品的宣传和推广,制作生动有趣的短视频,展示农产品的生长过程、采摘场景、烹饪方法等,吸引消费者的关注和购买,增强消费者的购买信心。

5. 结语

总之,随着乡村振兴战略的深入实施和互联网技术的不断发展,农林院校大学生电商助力乡村经济发展具有广阔的前景。未来,农林院校也应进一步加强与政府、企业和乡村的合作,共同推动农村电商的发展,形成社会合力带动乡村电商经济的可持续发展。也希望更多的农林院校大学生能够积极投身于电商助力乡村经济发展的实践中,发挥自身优势,为乡村振兴贡献自己的智慧和力量。相信在各方的共同努力下,农村电商将迎来更加美好的发展前景,乡村经济将实现更加繁荣的发展!

参考文献

- [1] 曾玲. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径探讨[J]. 中国农业会计, 2023, 33(18): 112-114.
- [2] 茅欣媛, 任兆昌, 陈韦豪, 陈星宇. 农林院校大学生电商助力乡村产业高质量发展路径[J]. 山西农经, 2025(11): 156-158.
- [3] 孙小霞. 高等农林院校生态学专业产教融合实践教学模式探索[J]. 智慧农业导刊, 2025, 5(9): 127-130.
- [4] 李超, 徐国群, 郝倩. 乡村振兴战略背景下大学生农村电商创业模式、路径与配套政策研究[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(18): 246-249.
- [5] 邹立凯, 梁强, 宋丽红. 基于创业生态系统视角的农村电商创业涌现及机理研究: 以中国淘宝村为例[J]. 南方经济, 2024(1): 142-158.
- [6] 吴星杰, 李丽, 于跃. 乡村振兴背景下云南高等农林院校的人才培养路径探索研究[J]. 中国教育技术装备, 2025(6): 156-160.
- [7] 高立军. 共同富裕背景下乡村振兴的现实困境与创新路径研究[J]. 农业经济, 2025(6): 54-56.
- [8] 李霞, 王羽. 农产品原产地形象对网络品牌的影响研究: 基于电商直播视角下消费者心理距离和感知价值的分析[J]. 价格理论与实践, 2022(8): 124-127.
- [9] 陈治宇. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展面临的主要问题及对策[J]. 科学发展, 2024(1): 61-67.
- [10] 张金香, 管乐然. 农产品电商直播赋能乡村振兴实践的路径研究[J]. 广东开放大学学报, 2023, 32(2): 105-111.
- [11] 付伟. 乡村振兴视域下农产品直播电商人才培养路径研究——以网店运营与管理课程为例[J]. 智慧农业导刊, 2025, 5(12): 130-133.
- [12] 邵舒羽, 李亚铎, 李泽睿. 新一代人工智能技术赋能农村电商物流高质量发展研究[J]. 物流研究, 2025(3): 54-58.
- [13] 闫思敏, 潘文佳. 乡村振兴背景下临潼农产品电商品牌建设的发展路径[J]. 商场现代化, 2025(9): 36-38.
- [14] 卢亨宇, 庄贵军. 网购情境下消费者线下体验行为的扎根研究[J]. 管理评论, 2021(7): 190-202.