

# 乡村振兴战略背景下农村电商产业发展中基层政府行为研究

何嘉祺

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月12日; 录用日期: 2025年9月23日; 发布日期: 2025年10月31日

## 摘要

农业强则国家强, 农民强则国家富。随着乡村振兴战略的深入实施, 农村电子商务正经历着从“面朝黄土”到“面向屏幕”, 已成为农村数字经济发展和农业农村现代化的重要载体, 正在改变中国农业的生产方式, 为乡村振兴和民族复兴注入持久动力。本文研究基于乡村振兴战略大背景, 以基层政府为主体, 分析农村电子商务的发展所面临的现实困境, 揭示农村电商发展中基层政府行为的意义, 并提出基层政府推动电子商务发展的营销策略, 助力培养造就一支懂农业、爱农村、爱农民的“三农”工作队伍, 助力解决农业、农村、农民“三农”问题, 拓宽农民增收致富渠道, 让广大农民群众在乡村振兴中有更多获得感、幸福感、安全感。

## 关键词

乡村振兴, 农村, 电子商务, 对策

## Research on the Behavior of Grassroots Governments in the Development of Rural E-Commerce Industry under the Background of Rural Revitalization Strategy

Jiaqi He

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 12, 2025; accepted: September 23, 2025; published: October 31, 2025

## Abstract

A strong agriculture makes a strong country, and prosperous farmers make a prosperous nation. With the in-depth implementation of the rural revitalization strategy, rural e-commerce is undergoing a transformation from “facing the loess” to “facing the screen”. It has become a crucial vehicle for the development of the rural digital economy and the modernization of agriculture and rural areas, is changing the production mode of China’s agriculture, and injecting sustained impetus into rural revitalization and national rejuvenation. Based on the context of the rural revitalization strategy, this study takes grassroots governments as the main body. It analyzes the practical dilemmas faced by the development of rural e-commerce, reveals the significance of grassroots governments’ actions in the development of rural e-commerce, and puts forward marketing strategies for grassroots governments to promote the development of e-commerce. These efforts aim to help cultivate a team of “three rural issues” (agriculture, rural areas, and farmers) workers who understand agriculture, care about rural areas, and love farmers, assist in solving the “three rural issues”, expand channels for farmers to increase their income and achieve prosperity, and ensure that the broad masses of farmers have a stronger sense of gain, happiness, and security in the process of rural revitalization.

## Keywords

Rural Revitalization Rural, E-Commerce, 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

民族要复兴，乡村必振兴，农业必强基，政府必引导。党的二十大报告明确指出“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”，明确要求“全面推进乡村振兴”“建设宜居宜业和美乡村”[1]。乡村振兴战略作为新时代“三农”工作的总抓手，为农村电商产业发展提供了重要政策机遇。办好农村的事情，实现乡村全面振兴，关键在人。习近平总书记高度重视人才培养，将人才振兴作为乡村振兴的基础。近年来，我国农村电商呈现快速发展态势，基层政府作为政策执行的关键主体，其行为直接影响着农村电商的发展质量。县乡两级政府既是农村电商发展的推动者，也是服务者。当前，各地基层政府通过出台扶持政策、完善基础设施、提供公共服务等方式，积极支持农村电商发展。但同时，也存在政策落实不到位、服务能力不足等问题，需要进一步研究和改进。本文重点探讨乡村振兴背景下，基层政府如何更好推动农村电商发展。通过分析基层政府的行为特点和作用机制，研究优化政府服务的有效路径，为推动农村电商健康可持续发展提供参考建议。

## 2. 农村电商产业发展中的基层政府行为的研究意义

### 2.1. 有利于总结经验做法，为基层政府提供决策参考

基层政府是电商扶贫的核心推动力，农村电商的成功离不开政府的引导和支持，政府行为直接影响电商扶贫的可持续性。通过总结典型地区的成功经验，可以为其他地区的基层政府制定政策提供借鉴。当前，各地基层政府在推动农村电商发展实践中进行了大量探索，形成了诸如“政府搭台、企业运营、农户受益”、“区域公共品牌打造”、“直播电商赋能”等多种模式。研究农村电子商务发展中基层政府

的行为有利于总结经验做法，为其他地区的基层政府提供决策参考。

在对贵州民族地区基层政府行为的研究中，总结了贵州民族地区农村电子商务发展中对于基层政府的建议。其一，我们需要科学定位基层政府的职能，树立“有为”政府理念，强化电商协调服务，将商务、市场、交通、财政等多个部门协调联动起来指导开展工作，推动农村地区电子商务发展。其二，基层政府需要更加重视电子商务的发展。电子商务作为推动农村经济实现高质量发展的重要因素，要充分认识到电子商务是一个复杂的系统工程。基层政府应把电子商务作为推动农村经济发展重要的资源要素，从而更好地推动农村经济增长、农民增收致富、农业转型升级，助力乡村振兴战略的实现。其三，基层政府需要优化农村电子商务发展的环境，推动电商市场监管体系和服务体系建设，提升电商服务水平，推动农业农村经济发展[2]。总之，基层政府的执行能力深刻影响着农村电商扶贫成果的巩固和乡村振兴战略的全面实施。对电子商务发展中基层政府行为的研究有利于从丰富的实践中提炼出可执行的方法论，探索出一条符合本地实际、能够充分激发农村农民内生动力的农村电商高质量发展道路，从而为巩固脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴贡献基层治理智慧。

## 2.2. 有利于农村产业转型升级，推动城乡融合发展

在乡村振兴战略的深入实施和数字经济蓬勃发展的背景下，农村电商已成为推动传统农业转型与乡村发展方式深刻变革的重要力量。基层政府通过改变农村原有的生产方式和生活方式，不断推动着农业农村现代化的产业转移和产业升级，从而推动了乡村经济的快速发展。国家出台相关政策吸引青年人才返乡创业，他们利用互联网技术进行专业的电商经济运营，开展专业化、市场化的运营实践，不仅积累了丰富的农业生产和销售的经验，也带动农产品生产者依托实时市场数据灵活调整生产结构，逐步推进农业供给体系的优化与现代化转型，重塑了农产品的供应链和价值链，实现了农业农村的高质量发展。

农村电商作为信息技术与农村经济发展深度融合的关键力量，逐渐打破城乡二元结构，促进城乡融合发展。农村电商的蓬勃发展缩小了城乡公共服务的差距。首先，改善了农村物流和网络等基础设施，加强了基础设施建设。其次，提升了农村农民的生活质量和消费质量，推动农民增收致富，最后，通过电商平台传播农村的特色与文化，吸引城市居民到农村旅游，感受民族传统习俗与文化。总的来说，农村电商不仅重构了传统农业经济的产销模式，更成为推动城乡要素双向流动、服务均等化和价值共融的重要引擎。未来，应进一步强化政策支持、完善基础设施、培育本土数字人才，使农村电商在促进共同富裕和实现乡村振兴中发挥更大作用。

## 2.3. 有利于基层政府职能转变，提升乡村治理效能

通过研究农村电商发展中基层政府行为，可以为基层政府职能转变提供实践指导，提升乡村治理效能，推动乡村治理现代化。电子商务的发展推动了基层政府由管理者向服务者转变。农村电商的蓬勃发展要求基层政府的工作重心由传统管控型转向现代化治理模式，更加注重公共服务建设。农村电商的发展要求基层政府加强农村网络覆盖、物流体系、电商园区等基础设施建设，同时对农产品生产者提供技能培训、资金投入、法律咨询等配套服务，这一转变使政府更精准地响应市场和社会需求，这不仅打破了地域限制，还极大提升了乡村居民的生活质量，增强了他们的幸福感和获得感。同时，电子商务发展过程中模式融合数字化和信息化的互联网技术，对于提升乡村治理的现代化水平具有重大意义。互联网技术为乡村资源配置提供了科学手段，通过精准的数据分析，能够使得基层政府更高效地调配乡村资源，确保资源使用的合理性，从而显著提升乡村治理效能。此外，基层干部亲自参与农产品电商推广并与群众互动频繁，拉近了与群众的距离，使群众更加信任和支持基层政府的工作，不仅调动了政府干部的工作积极性，而且还提升了政府的公信力和治理效能，为乡村社会和谐稳定奠定基础。

## 2.4. 有利于缓解农民就业问题，提高农民收入水平

习近平总书记指出：“农业农村工作，说一千、道一万，增加农民收入是关键。要加快构建促进农民持续较快增收的长效政策机制，让广大农民都尽快富裕起来。”[3]农产品电子商务打破传统销售模式地域限制，农产品可跨越地理界限，面向全国消费者。极大拓宽农产品销售渠道，增加农产品销售量，提高农民收入水平[4]。农村电子商务的发展为农民创造了前所未有的就业条件，其根本原因在于它重塑了农村的生产关系，使得农户更直接、更高效地与生产资料相结合，从而创造出了新的劳动形式和就业形态。在传统农业经济条件下，农民主要依靠农具与生产资料相结合，结合方式较为单一且就业渠道狭窄。传统的农产品销售主要依赖线下渠道，受地域、时间等因素的限制，价格波动较大，农民的收益难以得到保障。同时，农民所缺乏依赖现代商业知识的积累和运用，而电子商务恰好能够弥补农民在商业知识和人力资本上的不足，通过激活线下资产和互联网资本，助力农民增收致富[5]。

农村电子商务利用电商平台不仅给农民提供了更多更新颖的就业机会，而且使得农民通过电商平台直接面对消费者，打破时空限制，省掉了冗长的收购议价等中间环节，使得流通领域中的利润更多惠及农民自己。电商平台还为农民提供了更多的销售机会和选择，一些原本滞销的农产品，通过电商平台的推广和销售，实现了畅销，为农民带来了实实在在的收益。农村电子商务的发展不仅有效解决了农村剩余劳动力问题，而且还促进了人才回流。电子商务不仅直接催生了网店运营、直播销售、客服售后等新型数字职业，还带动了包装、物流等配套产业链的发展，形成本地化的就业生态，为不同技能水平的农民提供了丰富的就业选择。电商带来的经济效益和发展前景吸引大批高校毕业生、农民工等返乡创业就业，为农村发展注入新活力。这批具备互联网技能的新型农民，成为推动农业农村数字化转型的重要力量，为乡村振兴提供了坚实的人才支撑。

## 3. 乡村振兴战略背景下农村电商发展面临的现实挑战和现实困境

### 3.1. 政策执行力不足，服务能力有待提升

在乡村振兴战略深入实施背景下，农村电子商务的发展离不开基层政府的推动。基层政府发挥着主导作用，在对待电子商务发展过程中投入资金、政策完善、电商方案的制定、政策支持力度等方面起到支配效果，但在这一过程中确实面临着政策执行力不足，服务能力有待提升的现实困境。

政策执行力不足的具体表现为政策落地“最后一公里”受阻，部门协同配合与多种资源整合低效以及基层执行力量与任务不匹配等等。国家针对农村电商的政策通常是宏观导向，例如资金扶持、设施建设等。但农村地区实际情况具有独特性和多样性，基层政府在政策落实中常因“水土不服”导致政策落地出现偏差。同时农村电商的发展涉及到农村农业、商务、交通、财政等多个部门协同配合，基层政府的统筹协调机制不完善，易出现“各自为政”的模式。此外，多数乡镇基层政府专职负责农村电商的人员较少且身兼数职，这使得基层政府人员缺乏电商运营和政策解读的专业能力，导致政策执行力不足。基层政府服务能力有待提升具体体现在公共服务供给与农村电商需求脱节、基础设施有待完善等等。例如基层政府多采取统一的培训模式，未根据农村电商不同的参与主体进行差异化的细分，导致服务广而不精。同时，支撑农村电商发展的基础设施薄弱，不仅物流覆盖面不足，而且网络条件有待完善。

### 3.2. 品牌营销不足，产品质量参差不齐

在农村电子商务发展过程中，许多农产品缺乏强有力的品牌建设，主要体现在以下四个方面，即品牌意识淡薄、品牌定位不清晰、销售渠道单一、营销资金不足。农村电商从业者大多为农民或小型农村企业主，他们更注重产品的生产和销售数量，忽视了品牌建设的重要性。许多产品仅以初级农产品的形



式进行销售，没有形成具有影响力的品牌，难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。部分农村电商虽然尝试打造品牌，但在品牌定位上存在明显问题。大部分品牌定位过于宽泛，无法准确满足消费者的需求。农村电商在品牌营销过程中，营销渠道相对单一，主要依赖传统的电商平台(如淘宝、京东等)进行店铺推广，缺乏多元化的营销手段。对于社交媒体营销、直播带货等新兴的营销方式，农村电商从业者缺乏了解。品牌营销需要投入大量的资金，用于广告宣传、市场推广等。然而，农村电商企业大多规模较小，资金不足，难以承担高额的品牌营销费用。基层政府虽然在一定程度上提供了资金支持，但往往杯水车薪，无法满足农村电商品牌营销的实际需求。

农产品的质量安全问题是消费者最为关心的问题。在农村电子商务中，由于生产环节分散、监管体系不完善，农产品质量面临较大挑战。产品多来自小规模农户或家庭农场，生产分散，农户凭经验进行种植，无统一固定的标准，因此导致同品种产品口感有差异、质量不稳定。在供应链上，农村基础设施落后，冷链链不完善会影响生鲜运输，产品质量容易二次受损。

### 3.3. 基础设施老旧，物流配送体系有待完善

在乡村振兴战略推动电子商务发展的过程中，基层政府作为关键推动者，却在基础设施与物流配送体系方面面临着多重的现实困境，制约了农村电子商务的进一步发展。

对于基础设施老旧，在历史发展层面，建国初期，国家重点发展重工业，但对农村建设重视不足、投入资金有限，导致农村长期以来基础设施建设滞后。尽管近几年电商在农村有所发展，但因基础设施落后，极大地阻碍了电商经济的进一步发展。在电商发展与基础设施适配方面，农村电商发展不均衡，东西部之间、城市农村之间存在着数字鸿沟。偏远地区山路崎岖，网络覆盖不完全。网络信号弱、电线设施老旧，高峰时刻易出现断电、电压不稳等问题。同时，在电子商务发展过程中，物流配送体系不完善是制约其发展的重要影响因素。对于农产品来说，农产品的特征是储存困难、体积较大、容易损坏，尤其是瓜果蔬菜需要冷藏装置进行储存。而农村的物流配送体系是不完整的，冷藏物流的不完善，导致运输过程中会导致农产品损耗。要么是被迫选择更高成本的临时保鲜方案，如额外包装、加急运输等，直接导致农产品在运输中更加容易损耗、品质难以保障，最终使得农村电商发展停止落后，失去运营动力。

### 3.4. 专业人才短缺，农民数字化技能有待加强

在乡村振兴战略的背景下，电子商务作为现代化信息产业，面临着专业人才短缺的困境。一方面，电子商务作为现代化新兴产业，需要科技成果作为支撑，对高素质专业人才需求迫切。高素质专业人才承担着信息研究、数据分析、产品推广、创新出售的重任，而基层政府在人才的引入、培养及系统化管理上存在明显短板，且农村在人才、经济、科技、环境、政策等方面相较城市缺乏竞争力，难以满足产业发展需求。另一方面，农村人才竞争力薄弱，年轻人多外出务工求学，留守农民以中老年人为主，他们对电子新兴产业不熟悉，仍依赖传统销售方式，且在数字化技能上严重不足。他们既缺乏电商运营的专业知识，又难以掌握信息研究、数据分析等现代化工具，导致农村电商在人才方面陷入困境，极大限制了电子商务在乡村振兴背景下的发展。这种问题进一步引发连锁问题，使得农村电商在市场洞察、运营效率、品牌塑造等方面举步艰难，最终阻碍了农村电商推进乡村产业升级、农民增收致富的实际成果，成为乡村振兴背景下农村电子商务发展过程中不可忽视的阻碍之一。

## 4. 乡村振兴背景下基层政府推动农村电子商务发展的对策

### 4.1. 加大政策扶持力度，优化政策精准性

在政策支持与制度创新的双重推动下，农业电商的快速发展为农民增收、农业产业结构调整、乡村

产业振兴提供了有力支撑[6]。在乡村振兴战略推进的过程中，基层政府可以从技术支持、品牌建设、经济投入三个方面加大政策的扶持力度，助力农村电子商务的增质提效。其一，要善于用互联网赋能产业升级，主动引入大数据、人工智能等现代化信息技术，为农村电商发展注入信息技术动能。其二，基层政府应大力推进农产品品牌建设，以品牌化建设提升农产品电商竞争力。一方面拓宽销售渠道，深化与主流电商品牌的合作。另一方面，着力培养特色农产品品牌，把握产品质量，夯实品牌基础。其三，基层政府应加强资金扶持力度，可以推出贴息贷款等政策，为农村电商发展缓解经济压力和提供资金保障。

对于政策精准性问题，基层政府可以从政策供给和组织引领两方面，为农村电商的发展筑牢政治基石。政策供给上，基层政府须结合当地实际，既按农村产业特色给予差异化的政策扶持，像农产品电商物流补贴、创业者低利息贷款等。也要简化电商创业申请流程，通过便捷的网络申报让农户快速享政策红利。组织引领上，基层政府要做好“桥梁”与“后盾”的角色。一方面找到资源对接的平台，整合货源、电商与物流资源，帮助分散农户结合形成整体的规模经营；另一方面可以联动专家办专题讲座，提高农户电商基本素质和能力，同时建立纠纷调解机制，为农村电商营造安全稳定的环境。

#### 4.2. 规范市场秩序，提升网络治理能力

在乡村振兴背景下推动农村电商发展，规范市场秩序是基础，提升网络治理能力是保障，两者结合构建良性发展环境。考虑到市场经济天然存在自发性、盲目性与滞后性，基层政府更需强化特色农产品市场监管力度，这是维护市场价格秩序的关键所在。

首先，基层政府可以建立协同监管机制，整治市场乱象。基层政府联合市场监管、农业农村等部门，建立定期监督巡查制度，重点检查农产品线上交易中的价格欺诈、虚假宣传、以次充好等问题。对违规商家依法处罚，比如罚款、下架商品，并在政务平台公示结果，让更多经营者引以为戒，维护公平的市场环境。其次，基层政府可以用信息技术辅助治理，保障交易透明。借助大数据、互联网等信息技术，搭建农产品公开的信息平台，把种植、加工、物流等环节信息上传至互联网平台，保证消费者可以看到透明公开全过程。这样既能让消费者放心，也能督促商家规范经营，避免因信息错误导致的价格不稳定和市场秩序混乱。其三，基层政府可以设立维权服务渠道，守护农民权益。基层政府可以在乡镇设立农村电商维权点，开通咨询热线，为农民提供纠纷调解、法律咨询等服务。同时，简化维权流程，让农民遇到订单纠纷、价格波动等问题时，能够快速找到帮助，增强他们参与电商经营的信心。

#### 4.3. 加强基础设施建设，创新服务模式

习近平总书记强调：“要积极发展农村电子商务和快递业务，拓宽农产品销售渠道，增加农民收入。”[7]基层政府推动电子商务的发展，必须以基础设施的建设为根基，以服务模式的创新为引擎，两者相互促进‘共同助力农村电商的发展。在基础设施的建设上，基层政府应积极吸引社会资本参与，形成政府主导、多方参与的建设机制，确保农村基础设施建设的可持续性[8]。首先要确保网络信号的畅通，将5G网络推进产业园区并实现全覆盖，确保网络流通，对于偏远地区可制定专项建设补贴。其次，基层政府应加快推进农村道路建设，通过基础设施建设可以组建村、镇、县连贯的快速路，以此提高农产品运输效率。最后，基层政府应大力完善物流配送体系，依托乡镇党群服务中心、农村超市设立快递收发站点，推进物流体系建设，降低物流成本，解决“最后一公里”难题。

在服务模式的创新上，基层政府应从“管理者”向“服务者”进行转变。首先，为了提高农户的专业技能，基层政府可定期组织电商运营、直播带货等免费培训，邀请行业专家现场授课，提升农户的电商

运营能力。其次，基层政府可以组建专业团队进行电商运营，帮助特色农产品区域公共品牌，提升品牌效应。最后，基层政府可探索交叉行业的电商道路，如“电商 + 文旅”“电商 + 直播”等新业态服务，结合当地民俗文化、自然景观，通过短视频和电商平台进行推广，扩大农产品的知名度，激发农村电商的发展活力。

#### 4.4. 建设人才培养体系，提升干部专业化水平

为推动农村电子商务发展，可以通过强化人才支撑来助力乡村振兴。科学构建人才培养体系，能够有效提升人才对市场和电商的适应性，为农村电商可持续发展和乡村振兴提供坚实的人才保障[9]。电商人才振兴可以从能力提升、专业培养、模式创新三方面协同发力，通过政府、机构、院校等多方联动，构建一个整体协同的农村电商人才培养体系。如此一来既可以帮助农民掌握电商基本技能，又为行业产出专业人才，推进电子商务人才培养的可持续发展。

培育农村电子商务人才，完善人才保障机制可采取以下三种方法。其一，基层政府针对农民电商能力的提升，可开展针对性培训。政府可以联合电商平台、行业协会等，设计出涵盖电商平台操作、在线营销策略等较为基础与核心培训项目，同时采用线上与线下相结合的方式，让农民系统学习线上销售、网店运营和品牌推广等实用技能。其二，基层政府可以加强院校课程建设，培养专业电商人才。政府可通过政策引导与资金扶持，鼓励学校开设农村电子商务相关专业及课程，课程设置需确保学生通过系统学习与实践训练，掌握农村电商的专业知识与技能。同时，院校与农村电商企业进行合作，让学生深度参与实际运营，提升实践能力。其三，基层政府应构建多元化培训模式，整合相关资源形成强大合力。相关部门依托现有农业技术推广体系，整合政府、企业、高校等多方资源，搭建农村电商人才多元化培养平台，将理论教学与农村电商实践紧密结合，培养复合型、应用型人才，推动农村电商高质量发展，助力乡村振兴战略实施落地。

### 5. 结语

基层政府作为农村电商发展的核心推动力与乡村振兴战略的基层实践者，其行为贯穿农村电商从探索起步到高质量发展的全过程。对基层政府在农村电商发展中行为的研究，不仅能提炼出丰富的实践经验，为不同地区提供决策参考，更能从实践中总结出适配乡村实际的治理方法论，助力破解专业人才、基础设施、市场秩序等发展难题。未来，随着农村电商与乡村振兴的深入融合，基层政府需持续创新服务与治理模式，不断激发农村电商的内生动力，为全面推进乡村振兴注入持久的电商动能。

### 基金项目

贵州大学高等教育研究项目“贵州长征红色文化赋能高校‘大思政课’建设研究”(GDGJYJ2024018)之阶段性成果。

### 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: 31.
- [2] 谢明敏. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展分析[J]. 全国流通经济, 2025(2): 32-35.
- [3] 习近平. 论“三农”工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2022: 62.
- [4] 石庆硕. 贵州民族地区农村电子商务发展中的政府角色定位研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2024.
- [5] 汤龙等. 农村电子商务、数字普惠金融与城乡共同富裕[J]. 经济社会体制比较, 2024(7): 95-110.
- [6] 付梦汝. 乡村振兴战略背景下特色农产品电子商务发展研究[J]. 全国流通经济, 2024(14): 12-15.

- [7] 习近平. 论“三农”工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2022: 64.
- [8] 王松. 乡村振兴战略背景下“三农”经济发展问题对策研究[J]. 乡镇企业导报, 2025(1): 30-32.
- [9] 余勃. 乡村振兴战略下农村电商人才培养模式的创新与路径探索[J]. 农业与技术, 2025, 45(10): 126-129.