

数字经济背景下农村电商发展的现实困境与对策

罗欣昱

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月18日; 录用日期: 2025年10月9日; 发布日期: 2025年11月6日

摘要

随着数字经济的兴起与蓬勃发展以及不断出台的惠农政策为农村电商带来了发展契机与条件, 电商在农村经济转型升级与助力乡村振兴中成为关键力量。然而, 农村电商经济仍面临着诸多困境, 如基础配套设施不完善、高素质电商人才短缺、智能化物流体系不够健全等方面问题。基于此, 本文通过剖析以上困境, 针对性地提出应对策略, 包括加大农村数字基础设施投入、优化多元主体参与培育引进高素质复合型电商人才、构建城乡双向物流网络, 为推动农村电商发展提供理论和现实路径, 以期可以促进我国农村电商产业的可持续发展。

关键词

数字经济, 农村电商产业, 发展困境, 应对策略

The Real Dilemmas and Countermeasures of Rural E-Commerce Development in the Context of Digital Economy

Xinyu Luo

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 18, 2025; accepted: October 9, 2025; published: November 6, 2025

Abstract

With the rise and vigorous development of the digital economy and the continuous introduction of pro-agriculture policies, rural e-commerce has been presented with development opportunities and conditions. E-commerce has become a key force in the transformation and upgrading of the rural

economy and in promoting rural revitalization. However, rural e-commerce still faces many difficulties, such as incomplete basic supporting facilities, shortage of high-quality e-commerce talents, and an insufficiently developed intelligent logistics system. Based on this, this paper analyzes the above-mentioned difficulties and proposes targeted strategies, including increasing investment in rural digital infrastructure, optimizing the participation of multiple subjects to cultivate and introduce high-quality and compound e-commerce talents, and building a two-way logistics network between urban and rural areas. This provides theoretical and practical paths for promoting the development of rural e-commerce, with the aim of promoting the sustainable development of China's rural e-commerce industry.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce Industry, Development Predicament, Coping Strategies

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

数字经济的快速发展为农村电商提供了重要发展契机，后者作为数字经济与农村经济体系的重要交汇点，通过搭建全球化的网络销售平台，突破了传统地域边界对市场拓展的限制，实现生产者与消费者直接对接，优化流通环节、降低成本、提升农民收入，叠加产品溯源功能增强消费信任、重塑价值链，成为推动农业现代化、促进农村产业结构升级及助力乡村振兴的重要力量。国家层面颁布的《乡村振兴战略规划(2018~2022 年)》与 2023 年中央一号文件均将农村电商基础设施建设列为重点推进任务，明确提出深入推进“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程的战略决策，从战略规划维度为农村电商发展指明了方向。但当前农村电商仍面临多重制约：数字基础设施薄弱、物流配送体系不完善、农产品品牌同质化严重且缺乏溢价能力、营销模式创新不足、复合型数字人才匮乏及农民数字化技能偏低，严重影响高质量发展。对此，需从品牌建设、渠道拓展、物流优化、人才培养四维度构建系统性应对框架，以破解发展瓶颈，提升农村市场竞争力，推动经济数字化转型，最终助力乡村振兴。

2. 数字经济背景下农村电商发展的现实价值

2.1. 促进农村产品流通

传统农业生产受季节更替和地理条件双重制约，进一步阻碍了其经济价值的效益最大化。在当前农产品市场流通体系尚不完善的背景下，数字经济的蓬勃发展为破解这些难题提供了全新路径，数字化网络催生的智能化电商平台不仅突破了传统农产品交易中的时空限制，构建起生产者与消费者直接对接的交易通道，使区域性特色农产品得以跨越地理边界进入全球市场，大幅提升了流通效率；通过实时采集与反馈市场数据，农业生产主体得以精准识别市场需求动态，进而科学优化种植结构与生产规模配置，有效缓解因产销信息不对称引致的营销渠道单一化问题。

2.2. 推动农村产业升级

当前我国农业生产面临农产品流通体系不健全的核心困境，流通各环节衔接不畅、市场化引导机制缺失等问题突出，农户处于被动等待市场选择的状态，难以主动对接需求、引领市场，与现代市场经济要求存在明显差距。而农村电商的高质量发展恰恰为破解这一矛盾提供了关键路径：这一模式依托数字

技术的深度应用，不仅重构了农产品流通体系，拓展了农村市场的辐射范围，还推动了农业与制造业、服务业的深度融合，催生出农产品电商、智慧农业、乡村旅游等新业态，促进产业链条延伸与价值提升，为乡村产业结构的优化升级注入了强劲动能，使传统农业在数字化赋能下焕发新生。此外，将数字技术融入农业生产中，大大提高了农业的生产效率，为现代农业生产体系的构建提供了有力支撑[1]。

2.3. 助力资本效能提升

电子商务，本质上是借助互联网进行商品、服务或信息的买卖、交换与配送的过程[2]。农村电子商务作为新型经济形态，以数字平台赋能为核心，聚焦提升资本效能，尤其在促进农村社区整合与社会资本积累方面发挥关键作用。电商平台构建的双向沟通机制，一方面推动农村生产、加工、销售等全链条信息高效传播至外部市场，扩大价值增长空间；另一方面让消费者反馈直接触达农户与生产企业，形成精准需求传导。这种互动强化了产销精准对接，为产品质量迭代与服务优化提供数据支撑，推动信息资源向实际生产力转化。电商活动促进了农村产供销环节协作网络的深度发展。农户通过经验传递实现知识资本共享增值，通过联合利用生产资料与技术支持推动资源集约化配置。这种协作模式不仅提升了农村社区社会资本存量，更通过集体行动增强了抗风险能力，为乡村振兴提供长效资本保障，进而实现资本效能的整体性跃升。

3. 数字经济背景下农村电商直播的发展瓶颈

3.1. 数字基础配套设施滞后

农村电商直播的核心优势在于通过实时需求反馈、生产动态监控与消费画像分析，构建“以销定产”的订单农业模式，重构“农户-平台-消费者”的数字化协同关系，然而当前农村数字化基础设施短板突出，成为制约其高质量发展的关键瓶颈：生产端数字化基础薄弱，农业农村部《2023 全国县域数字农业农村发展水平评价报告》显示，农村生产端数字化改造率不足 35%，多数农户仍依赖传统经验种植，无法及时获取消费需求数据，导致产销精准对接受阻，且农产品多以初级加工形态为主，缺乏统一品质分级标准，叠加平台算法对消费需求精准匹配能力不足，进一步拉低流通效率，影响线上销售质量并引发售后问题；流通端数字化能力不足，平台推流机制适配快消品特性，与农产品季节性供应、品质不稳定的特征不匹配，物流数据与平台库存信息共享不畅，造成“预售订单”与“冷链运力”错配，损耗成本转嫁农户，挤压利润空间；消费端品牌化支撑乏力，初级加工农产品仅通过简单包装难以提升附加值，品牌化进程缓慢，数字化基础设施的全链路滞后，严重制约农村电商高质量发展。

3.2. 专业化人才的结构性短缺

当前农村电商发展最大的制约瓶颈在于专业人才严重匮乏，这一短板在电商直播领域尤为突出。由于农村青壮年劳动力大量外流、老龄化问题严峻，导致电商运营核心岗位长期缺员，加之农村基础设施和生活配套与城市存在显著差距，即便出台扶持政策也难以留住高素质专业人才。更关键的是，电商直播对选品策略、脚本策划、数据运营等环节的专业性要求极高，而农民群体普遍缺乏直播运营、数字营销等核心技能，仅靠自身能力难以支撑高质量直播需求。尽管部分地区尝试通过培训弥补缺口，但因师资力量薄弱、课程体系脱离实际，培训效果不佳，无法有效提升从业人员专业水平，导致农村电商直播始终面临“有人干、不会干”的结构性矛盾，阻碍了农产品产业向高质量发展迈进。

3.3. 农产品品牌化进程缓慢

当前农村电商的品牌化进程呈现缓慢态势，该问题已演变为阻碍其高质量发展的核心限制性因素；

在数字经济时代消费需求不断升级的背景下,品牌化实践能够有效识别并强化农产品特有的差异化优势。虽政策明确要求培育特色品牌,但当前农村产品仍存在“有品无牌”“品牌弱杂”问题——区域特色不突出、与城市产品同质化严重,且因传统种植观念趋同、品牌认证标准不一,品牌影响力难以提升。具体体现在农村电商品牌建设严重滞后、商家普遍缺乏品牌意识、产品精深加工与特色开发不足等,故难以形成溢价能力,也易引发消费倦怠,品牌影响力难以提升。

3.4. 智能化物流体系匮乏

尽管网络覆盖范围处于持续扩张阶段,农村电商直播的准入标准仍居高不下,且运营成本的较高水平对多数农民群体形成可及性障碍;另外,农产品在仓储保鲜与物流运输方面具有高度专业化的要求,而数字技术赋能的冷链物流及智能仓储解决方案的覆盖广度尚未充分满足需求。2024年我国农产品流通腐损率高达20%~30%,冷链物流的渗透率仅为20%左右[3],若冷链物流体系不完善,易导致运输途中产品变质损坏,进而引发高频售后问题。农村地区地广人稀,交通基础设施相对薄弱,物流配送线路长、运费高,严重阻碍了农产品电商的发展[4];由于物流网点覆盖不足,生产端、仓储端、运输端等环节存在信息孤岛,县域智慧物流调度平台建设滞后,物流配送“最后一公里”难题突出,这些综合因素共同制约了农产品直播销售的运行效率与消费者满意度,成为影响直播电商信誉度的主要瓶颈。

4. 数字经济赋能农村电商直播高质量发展的路径优化

4.1. 加大农村数字基础设施投入力度

推进农村数字基础设施建设,需政府统筹规划,立足农村电商需求特别是偏远地区实际,科学制定数字化蓝图,整合资源系统布局数字信息网络,推动技术普及,确保农村共享数字经济红利。同时,构建长效支撑机制,针对设备操作难题,组建专业团队开展“手把手”培训,培育“每户参与”的数字化生态,结合地域特色形成差异化模式。并依托数字基建搭建政企数字桥梁,通过云平台、政务App等拓宽沟通渠道,推进政务公开透明,打破信息壁垒,激发市场活力。

农村电商高质量发展,核心在于聚焦网络通信与仓储物流两大领域精准发力。网络通信方面,着力破解覆盖与带宽瓶颈,科学规划5G基站布局,实现全域覆盖,使农产品直播清晰流畅,消费者能清晰观察细节。仓储物流方面,从仓储中心与冷链节点双向突破,政企协同建设冷链节点,确保蔬菜“从农田到餐桌”品质稳定。补强网络通信与仓储物流短板,筑牢农村电商发展底层支撑,为乡村振兴注入强劲数字动能。

4.2. 完善数字新农人培养与引进机制

推动农村电商高质量发展,关键在于构建“培养+引进”双轮驱动的人才机制,系统破解专业人才短缺问题。

在培养端,需打造“多元协同、产教融合”的培养体系。一方面,通过设立农村电商培训中心或学院,联动高校、企业深入调研产业需求,聚焦电商运营基础、网络营销技巧、农产品供应链管理三大核心模块,针对性开发定制化培训课程,面向农民及从业者开展电商技能培训,重点强化运营实操能力。与此同时,利用广播、电视、短视频等媒体定期推送电商知识与成功案例,引导农民参与实战运营,推动理论知识向实践转化。

在引进端,需强化政策精准引才,通过“住房+补贴+税收”组合包增强岗位吸引力。地方政府可借鉴江苏睢宁经验,建设低价人才公寓解决居住需求,对本科及以上学历人才发放生活与购房补贴;对创业人才实施税收返还,吸引设计、运营等专业人才扎根农村。此类政策不仅有效缓解了睢宁家具电

商领域的人才资源约束问题,更进一步推动了产品创新升级进程,显著提升了品牌市场影响力与市场份额占比,从而加速了产业集群向高端化方向的转型升级进程。构建集聚发展平台旨在为农村青年创业者提供数字化创业培训、指导、咨询等服务,同时吸引电商创业团队入驻,推动其资源共享、合作共赢[5]。

4.3. 提升农产品品牌建设强度

在数字经济的视域下,应加大农村电商品牌建设,加强品牌推广及传播,从而打造出易于辨识的、质量可靠的、市场占有率高的农产品品牌[6]。提升特色农产品品牌强度,夯实农村电商发展基础,需从标准化生产、品牌塑造、质量管控三方面协同发力。市场监管部门应联合相关单位制定覆盖包装、口感、成分等维度的统一质量标准,使农产品符合网络市场流通标准,既提升市场占有率与消费者品牌认知,也为地方品牌培育奠定基础。针对部分农村虽产高品质农产品但品牌意识薄弱、市场收益不佳的问题,需通过标准化生产与品牌化运作破解困局。

此外,还需要立足本地特色产业打造“一县一业”品牌矩阵,挖掘历史文化与资源禀赋,形成差异化竞争优势,如某地依托特色农产品推出“xx果汁”“xx猕猴桃”等区域品牌。强化精细化包装设计策略,通过提升产品附加价值增强消费者购买意愿;同时,农产品质量安全保障构成品牌可持续发展的核心要素,为此电商平台需构建完善的信用评价体系,建立覆盖农药使用规范、生产加工流程等环节的全流程追溯及防伪机制为产品配备二维码,消费者扫码即可查看生产、运输等全环节信息,以透明化管理提升消费信任度,倒逼农户与商家严格把控产品品质,对质量不达标行为采取商家除名、罚款等惩戒措施,强化全链条质量责任意识,切实维护品牌信誉与市场口碑。

4.4. 构建高效畅通的农村电商物流运输体系

农村物流配送体系的完善是保障农产品品质、提升流通效率的关键环节[7]。

智能技术赋能上,构建全流程管理体系,依托GPS定位与物流信息平台建立运输实时监控网络,利用大数据整合产地、路况及配送需求数据,优化路径规划。城乡网络协同方面,通过改善道路条件、建设现代化枢纽优化节点布局,推广共同配送等集约模式并建立稳定合作,结合改进包装、信息化手段降本,加大政策扶持冷链物流,建设专业仓储与自动化分拣设施,完善城乡多级配送网络,重点解决偏远地区“最后一公里”难题。

农业产业链数字化转型依托“数据共享-智能决策-全链追溯”机制,以电商直播为关键推力重构协同关系。数字技术打破信息孤岛,推动供应链从线性串联转向网状并联,大数据、云计算与物联网提升上下游效率——农户通过物联网实时上传作物数据监测生产,电商平台基于数据优化库存与销售策略,实现“以需定产”缓解产销矛盾。流通环节通过智能调度系统整合物流、冷链及库存数据,算法优化运输路径与车辆配载,降低生鲜损耗与物流成本。区块链技术加密全环节信息上链,消费者扫码可追溯产品全流程,增强消费信任。

电商直播依托多平台账号矩阵突破地域限制,以即时互动缩短反馈链路、强化品牌传播,与智能供应链深度融合形成“生产-流通-消费”全程高效协同网络,实现降本增效、增量发展,全面激活农业产业链活力,推动农村电商物流体系与产业链数字化协同升级。

5. 结语

在乡村振兴与数字中国双重战略叠加的背景下,农村电商已成为激活乡村要素资源的关键力量[8],对特色农业产业发展的推动作用具有重要的理论与现实意义。针对当前农村电商发展中的突出问题,研究构建了涵盖品牌塑造、渠道拓展、物流升级与人才建设“四位一体”的系统化优化方案:通过精准市场调研与核心价值挖掘打造地域特色农产品品牌,提升产品附加值与市场认知度;构建线上线下融合的

全渠道营销网络，深化平台合作与跨界推广以扩大市场覆盖；完善智能化、集约化现代物流体系，以流程优化与设施升级保障农产品品质；建立政产学研协同育人机制，培育高素质电商专业人才。

方案实施需凝聚政府、企业与社会多元主体合力：政府强化政策引导与配套服务，企业聚焦产品创新与品质提升，社会力量营造良好发展氛围。伴随消费升级与技术革新双轮驱动，农村电商将迎来更广阔的发展前景。未来需持续深化数字技术应用，探索人工智能、大数据在精准营销中的实践路径，创新社交电商等新型业态模式，完善产业生态促进上下游协同发展。通过系统化、可持续的策略优化，不仅能够显著提升农村电商发展质量与市场竞争力，更能为乡村振兴战略落地和农业农村现代化进程提供坚实支撑。

参考文献

- [1] 段鹏飞. 数字经济背景下欠发达地区农村电商发展现状及完善路径[J]. 农村科学实验, 2024(18): 100-102.
- [2] 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.
- [3] 胡晓鹏. 统筹把握提振消费的关键之举[N]. 大众日报, 2025-04-08(007).
- [4] 郑彩云. 农村电商助力乡村振兴的机理、困境及对策探究[J]. 山西农经, 2025(10): 199-201.
- [5] 王海龙, 韩佳宁, 代兴梅. 数字素养对农村青年电商创业行为的影响研究[J]. 农业经济与管理, 2024(5): 118-128.
- [6] 戴丽君, 伽红凯. 供应链金融赋能农村电子商务发展研究[J]. 农业经济, 2022(3): 127-129.
- [7] 王艳威, 牛芳, 刘莹, 等. 大数据背景下农村电商物流配送优化路径分析[J]. 中国航务周刊, 2023(37): 49-51.
- [8] 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.