

乡村振兴战略视域下农村电商高质量发展路径研究

张 婷

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年9月26日; 录用日期: 2025年10月13日; 发布日期: 2025年11月11日

摘 要

在乡村振兴战略深入推进的背景下, 农村电商作为推动农业农村现代化、促进农民增收与产业升级的重要抓手, 正迎来前所未有的发展机遇。本文从乡村振兴的视角出发, 系统分析了农村电商在优化产业结构、带动经济增长、推动农业现代化和助力绿色发展等方面的重要意义, 并深入剖析了当前农村电商在发展过程中面临的监管薄弱、人才匮乏、品牌建设不足、物流体系滞后等突出问题。在此基础上, 提出了完善法律法规、加强人才培养、打造品牌产品、优化物流体系等推动农村电商高质量发展的路径建议, 以为农村电商的健康可持续发展提供理论参考与实践指导。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 农村经济, 高质量发展

Research on the Pathways for High-Quality Development of Rural E-Commerce from the Perspective of Rural Revitalization Strategy

Ting Zhang

College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: September 26, 2025; accepted: October 13, 2025; published: November 11, 2025

Abstract

Against the backdrop of the deepening implementation of the Rural Revitalization Strategy, rural e-commerce, as a crucial driver for advancing agricultural and rural modernization, increasing

文章引用: 张婷. 乡村振兴战略视域下农村电商高质量发展路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 359-363.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14113444

farmers' income, and promoting industrial upgrading, is encountering unprecedented development opportunities. From the perspective of rural revitalization, this paper systematically analyzes the significant role of rural e-commerce in optimizing industrial structure, stimulating economic growth, advancing agricultural modernization, and supporting green development. It also delves into prominent issues currently hindering its progress, such as inadequate regulatory frameworks, a shortage of skilled talent, insufficient brand building, and lagging logistics systems. On this basis, the study proposes pathways to promote the high-quality development of rural e-commerce, including improving laws and regulations, strengthening talent cultivation, building branded products, and optimizing logistics systems, with the aim of providing theoretical reference and practical guidance for the healthy and sustainable development of rural e-commerce.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Rural Economy, High-Quality Development

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

实现中国式现代化，必须加快推进乡村全面振兴。乡村振兴战略的全面实施，为农村注入了强大的政策动力与发展活力，数字经济的发展重塑了传统农产品生产与流通模式，农村电子商务(以下简称“农村电商”)作为新型业态正成为推动乡村振兴的重要引擎[1]。2025 年中央一号文件明确提出“推动农村电商高质量发展”，并将其作为推进乡村振兴的重要举措。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，是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑。

2. 乡村振兴背景下农村电商产业发展的重要意义

(一) 优化农村产业结构，促进经济转型升级

在传统的农村产业结构中，农业占据主导地位，非农产业相对薄弱。且农业生产通常根据农户各自的喜好或收成情况来种植常见作物，基本实现自给自足往往是生产什么卖什么，但是随着农村电商的兴起极大地拓展了农村产业的边界，推动一二三产业深度融合。初级农产品直接售卖往往价值有限，而电商需求刺激了产地初加工和精深加工的发展，电商重构了产业组织形态。强化龙头企业与合作社作用，提升供应链的稳定性、规模化和标准化，由龙头企业或合作社统一标准、统一收购、统一包装、统一运营，形成了高效的分工协作网络。且电商本身就是一个庞大的服务业态，它带动了一系列配套服务产业的诞生和聚集促进经济转型升级，优化农村产业结构，推动了农村经济的多元化发展。

(二) 带动农村经济增长，增加农民收入来源

农村电商的发展对农村经济增长和农民增收的作用是直接、多元的。它不仅是一个销售渠道，更是一个重塑农村经济生态、激活内生动力的核心引擎。农村电商为当地农民创造了多种全新的收入渠道。例如经营收入，工资收入及财产性收入，且电商生态催生了大量上下游就业岗位，为无法或不愿自己开店的人提供了灵活的工作机会。实现了“足不出户，就地增收”。农村电商不仅卖货，更通过市场机制推动农产品价值提升，不管是农产品品牌的溢价还是加工环节大幅延长了产业链，把增值部分留在了农村，利润也更高。农村电商的活力会外溢到其他行业，产生强大的乘数效应，整体拉动农村经济增长，增加

农民收入来源。

(三) 推动农业农村现代化, 改善农村生活品质

以农村电商的高质量发展赋能乡村振兴, 是推动乡村振兴的重要举措[2]。农业农村现代化的核心是用现代科技、管理方式和产业体系改造传统农业农村。农村电商正是这个过程的重要催化剂。电商平台提供的实时销量、用户评价和市场需求数据, 成为农业生产的“新农具”。农民不再盲目种植, 而是根据市场偏好决定种什么、种多少、怎么种, 极大减少了风险。另一方面线上消费者对产品品质、外观、安全的要求更高。这迫使农业生产者必须推行标准化生产流程, 从而大幅提升农产品的商品化率和现代化水平。互联网和电商不仅增加农民的收入, 电商发展对网络、道路、物流等提出了硬性要求, 促使政府和企业加速投入, 实现 4G/5G 网络覆盖、公路硬化、快递进村, 这些基础设施的改善惠及每一位村民, 优化当地的人居环境与公共服务。

(四) 助力绿色农业发展, 完善可持续发展模式

农村电商的高质量发展与绿色农业的发展相互促进, 共同构建了一种更具可持续性的农业发展模式。农村电商不只是绿色农产品的“销售渠道”, 更是其发展的推动者。绿色、有机、无公害的农产品在电商平台上通常能获得更高的售价和更稳定的客户群。这种明确的市场信号和经济效益, 给予了农民从传统种植模式转向绿色生产模式的强大内在动力。可持续发展不仅关乎生产环节, 也关乎减少浪费、降低能耗。电商优化了整条供应链减少产后损失, 传统的农产品流通环节多、链条长, 损耗巨大。电商通过预售、定制化生产等模式, 可以“以销定产大幅减少库存和滞销带来的浪费。同时, 电商对物流时效的要求推动了冷链物流的发展, 进一步降低了生鲜产品的损耗。一个成功的绿色农产品电商品牌, 可以带动整个产区甚至一个地区的农业转向绿色发展方向, 形成“绿色生产 - 电商溢价 - 品牌增效 - 产业升级 - 更绿色生产”的良性循环。

3. 乡村全面振兴背景下制约农村电商高质量发展的主要问题

(一) 农村电商监管薄弱, 营商环境有待优化

农村电商的发展, 拓宽了农产品的销售渠道, 增加农民多样化收入方式。但在其发展的过程中也慢慢显露出监管和营商环境方面的问题。缺乏统一的监管要求与相关法律法规依据, 对使用“官方”身份直播带货的行为缺乏规范, 在市场秩序与竞争中, 容易发生低价恶性竞争, 网络环境治理难度大。农产品质量安全监管挑战大, 部分产品未严格执行送检、留样程序, 需要专业监管力量和技术手段支持。在平台运维与能力方面部分自建平台运维能力不足, 需要持续的经营维护经费保障, 缺乏持续的资金和技术支持。消费者维权举证较为困难, 纠纷处理机制不够完善, 电子数据取证与保全专业性强, 但需要建立高效的多元化解机制。

(二) 农村专业人才缺乏, 资本储备不足

人才是推动经济, 文化以及科技发展的重要动力。然而农村地区人才的匮乏也是制约农村电商发展的重要因素。主要表现在农村地区处于“引不来、育不强、留不住”的恶性循环。农村地区在薪资待遇、职业发展空间、文化生活环境、教育资源等方面与城市存在巨大差距, 难以留住本土人才和吸引外部专业人才。且存在培育体系滞后, 在培训与实践的过程中, 理论教学多, 实战操练少很多政府或机构组织的培训停留在“如何开店”的初级阶段, 缺乏系统、深入、持续的运营技能提升课程。资本储备不足, 不仅表现为没钱更是钱的不正确使用。电商行业与其它行业的融资需求不同, 突出表现为额度小、频次高、周转快, 因而与传统的到期偿还本金的信贷模式存在很大的差异[3]。在资本储蓄方面, 农村电商主体普遍面临“融资难、融资贵”的问题。并且出现资金使用效率低下, 投资方向失衡。政府或企业的资金投入往往倾向于可见的基础设施建设, 但在人才培育上投入不足, 应对风险能力差, 没有足够的资本储备来

应对市场价格波动、自然灾害、物流中断等突发风险，非常脆弱。

(三) 农产品品牌意识不强，辐射面不广

自全面建成小康社会以来，消费者更加注重产品的品质和品牌，而农村地区的农产品大多以散装、无品牌的形式销售，缺乏品牌意识和品牌建设能力，导致农产品的附加值较低，价格难以提升，市场竞争力较弱[4]。无法形成稳定的品牌体验。营销方式单一落后，重渠道、轻品牌，将大精力放在找平台、上架商品上，却不做任何品牌推广活动。只会打价格战，更没有资金反哺品牌建设。辐射力不强主要表现为，市场覆盖地域局限销售范围多局限于本省或周边地区，难以突破到全国市场。并且客户群体单一固定，未有破圈效应，复购率依赖少数人，缺乏拉新能力，客户池无法扩大，增长天花板明显，渠道渗透能力不足，平台单一。

(四) 电商物流体系老化，交易信息滞后

首先，农村电商物流体系还不完善且消费者从电商平台上获取的产品信息并不全面。农村物流问题不仅仅是慢，更是体系性的不足。具体体现为布局成本高，运输干线效率低、损耗大，中转环节多，投递难度大，集货效率低，缺乏统一的集货点和共配服务快递网点大多只到乡镇一级且仓储设施落后，缺乏现代化仓储，冷链物流不足等。交易信息滞后的具体体现为信息流不通畅，导致生产、销售、物流各环节无法高效协同。产销信息不对称农民主要根据上一年的价格或经验决定种植/养殖什么，而不是根据实时市场需求。“种什么”和“卖什么”严重脱节，容易导致“谷贱伤农”或短缺抢购的周期性波动。数据价值未被挖掘，即便电商平台产生了销售数据，但由于缺乏数据分析人才和能力，农户无法从销售数据中洞察消费趋势、区域偏好、复购率等关键信息，无法用于指导下一步的生产和营销决策且反馈链条断裂，消费者的评价和建议，很难系统地收集并反馈给生产端，产品迭代升级缓慢。

4. 乡村全面振兴背景下推动农村电商高质量发展的主要途径

(一) 完善相关法律法规，加大监管力度

农村电子商务是自发式发起、裂变式生长，但是，市场的力量并不是万能的，土地、资金等问题靠农民自己的能力往往无法解决[5]。完善乡村电商的法律法规和加大市场监管力度，是保障农村电商从野蛮生长走向健康规范发展的必然要求。当前的措施和未来的方向可以从以下几个层面系统性地展开(1) 完善法律法规体系，让所有市场主体有法可依、有章可循，明确主体资格与责任，确保监管全覆盖，无盲区。制定农产品网络销售标准，减少因标准不清产生的消费纠纷，规范数据使用与隐私保护，推行示范合同文本，减少口头协议带来的纠纷，保护农户和商家双方权益。(2) 加大监管执法力度实现“精准有效”提升监管能力，创新监管方式，对违法行为形成有力震慑，实施分类分级监管，对风险高的主体进行重点监管，实现“放管服”结合。(3) 构建社会共治格局：形成“多元协同”监管不能仅靠政府，需要调动各方力量。不仅要压实电商平台责任也要发挥行业组织作用，同时畅通消费者投诉渠道，加强宣传教育与赋能。

(二) 加强人才培养与引进，夯实资本储备

人才和资本是制约农村电商高质量发展的两大核心瓶颈。需要采取系统性、多层次的措施以解决所面临的困境。(1) 加强人才培养与引进：打造“引育留用”全链条。构建一支涵盖本土新农人、返乡创业青年、外部专业人才的多元化、梯队化人才队伍。内部培育激活本土人才存量，实施精准化培训，进行分层培训，内容升级，实战教学和树立本土标杆，通过他们的成功案例激发乡亲们的创业热情，形成“一人带一村，一村带一片”的示范效应。外部引进，打造有吸引力的政策为外来大学生、电商专家提供财政补贴，福利保障和荣誉激励。同时优化环境营造人才发展生态，构建人才社群网络促进人才之间的交流与合作，避免“信息孤岛”，形成互帮互助的共同体。(2) 夯实资本储蓄，开拓“多条腿走路”的融资

渠道,构建一个包含政府财政、金融市场、社会资本在内的多元化、可持续的投融资体系。首先要发挥政府资金的“杠杆”和“引导”作用,创新财政支持方式并设立政府引导基金等。再次发挥金融资本的助推作用,创新农村金融产品,深化农村产权抵押贷款。然后,激发社会资本的“市场”力量,吸引风险投资和私募股权。最后要提升自身管理能力,强化内部资金管理,控制成本,提升资金使用效率。

(三) 打造品牌产品建设,发挥辐射作用

差异化策略是提高农产品竞争优势、获得利润和发展机会的常见市场化手段[6]。打造品牌产品和发挥辐射作用是农村电商从卖货走向卖品牌,从单一发展走向协同进步的关键升级。(1) 打造品牌产品的核心措施:从产品到品牌的蜕变需要系统性地从内到外进行塑造。首先夯实品牌根基,对农产品进行品质管控,建立标准确保产品品质稳定、可靠溯源可视化,挖掘独特卖点,为其注入独特灵魂。并设计品牌形象,进行视觉系统升级,同时讲好品牌故事,申请相关权威认证,使农产品颜值与内涵并存。最后创新农产品营销推广,使其内容与渠道双驱动,实现内容赋能,促进价值营销。(2) 发挥辐射作用的战略措施,从点到面地扩散,品牌成功后,要将其效应最大化,带动整个区域产业和经济的升级。在产业辐射方面构建协同发展的生态圈,打造区域公用品牌,以整体形象触及市场,降低单个主体的品牌建设成本。同时延伸产业链条,带动上下游产业发展,发挥市场辐射,突破地域边界,将电商品牌打造成当地最好的“名片”,吸引全国各地的消费者、经销商、游客因品牌而来到产地,进行深度旅游和体验消费,将线上流量转化为线下经济。

(四) 优化电商物流体系,构建产业集群

优化电商物流体系和构建产业集群是农村电商降本增效、提升竞争力的两大核心支柱。(1) 优化电商物流体系必须要解决“最初一公里”揽收和“最后一公里”配送的成本与效率难题。必须要推动物流资源整合与共同配送,实现“统一分拣、统一运输”,降低空载率和单件成本,避免重复建设,提升网点存活率和服务能力应用数字化智慧物流技术,并且建设农村物流信息平台,提升整体调度效率。同时要加强冷链物流基础设施建设,探索适合农村的低成本冷链解决方案。(2) 构建产业集群,改变分散、同质化的状态,形成区域规模优势和市场竞争力,规划建设农村电商产业园,打造物理聚集空间,提供一站式服务。同时培育优势单品,延伸产业链条,实施“一村一品一电商”战略,集中资源进行打造,避免内部同质化竞争。推动农产品精深加工,提高附加值、延长保质期,还能稳定供应,弱化季节性影响。构建产业协同网络,建立产业联盟或协会,创新产业组织模式,共同对接平台资源,形成发展合力,进行风险共担、利益共享的共同体。赋能全产业链数字化,用数据指导生产,实现“以销定产”,减少盲目性。

参考文献

- [1] 关昕,胡志全.农村电商持续赋能间接参与农户的增收机制[J].中国流通经济,2025,39(8): 50-61.
- [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] 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.
- [4] 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.
- [5] 洪勇.我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J].商业经济研究,2016(4): 169-171.
- [6] 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.