

乡村振兴背景下农村电子商务发展路径研究

石玉兰

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月21日; 录用日期: 2025年10月13日; 发布日期: 2025年11月6日

摘要

在乡村振兴战略全面推进的进程中, 农村电商扮演着贯通农村生产端与城市消费端的重要载体角色, 其发展对提高农村就业创业效率、优化农村产业结构、优化乡村资源配置、促进农民增收具有重要意义。然而, 当前农村电商在发展过程中面临着政策扶持、数字技术支撑以及消费市场扩大的机遇的同时, 还面临着基础设施薄弱、专业人才匮乏、品牌塑造与营销能力不足和电商模式不完善等现实挑战。因此, 本文基于乡村振兴战略要求以及分析当前农村电商发展面临的挑战, 从基础设施建设、人才培养、品牌建设与营销创新、完善农村电商模式四个维度提出针对性的优化发展路径。

关键词

乡村振兴, 农村, 电商经济, 发展路径

Research on Development Pathways for Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalization

Yulan Shi

College of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 21, 2025; accepted: October 13, 2025; published: November 6, 2025

Abstract

Against the backdrop of the comprehensive advancement of the rural revitalization strategy, the rural e-commerce economy serves as a vital link connecting rural production with urban consumption. Its development holds significant importance for enhancing the efficiency of rural employment and entrepreneurship, optimizing the rural industrial structure, improving the allocation of rural resources, boosting farmers' incomes, and achieving effective integration between consolidating

and expanding the achievements of poverty alleviation and rural revitalization. However, while rural e-commerce currently faces opportunities such as policy support, digital technology backing, and expanding consumer markets, it also confronts practical challenges including weak infrastructure, a shortage of specialized talent, insufficient brand-building and marketing capabilities, and imperfect e-commerce models. Therefore, based on the requirements of the rural revitalization strategy and an analysis of the challenges facing rural e-commerce development, this paper proposes targeted optimization pathways across four dimensions: infrastructure development, talent cultivation, brand building and marketing innovation, and refinement of rural e-commerce models.

Keywords

Rural Revitalization, Rural Areas, E-Commerce Economy, Development Pathways

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

党的二十大报告中明确指出：“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。”

[1]乡村振兴作为国家重要战略部署，为新时代农村发展注入了全新动能。随着数字技术深入应用与城乡消费市场扩容，农村电子商务作为连接城乡的重要纽带，既面临促进农产品上行、带动农民增收的机遇，也遭遇着一系列现实挑战。这些问题不仅制约电商经济对乡村产业升级的推动作用，更影响脱贫攻坚成果与乡村振兴的有效衔接。基于此，本文聚焦乡村振兴战略下农村电商发展的痛点，分析其发展机遇与现实挑战，并从基础设施完善、人才培育、品牌营销创新及商业模式优化四个方面提出针对性路径，为农村电商高质量发展提供理论参考与实践策略。

2. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的意义

《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》明确指出，发展农村电商是促进农产品流通的关键途径，也是提升农业现代化水平、推动农村产业融合的重要动力[2]。发展农村电子商务能够有力提高农村就业创业效率、推动农村产业结构升级以及可持续增加农民经济收入。

2.1. 吸引农村年轻人口回流，提高农村就业创业效率

城乡长期非均衡发展促使农村青年劳动力持续外流，引发农村“空心化”，抑制了经济增长。与此同时，农村电商借助线上交易平台突破地理边界，在运营、物流、包装等环节衍生出新的就业需求，为本地劳动力回流与产业结构升级提供了支点。同时，电商创业门槛相对较低，且能够充分依托农村本地的农产品资源，为农村青年提供了返乡创业机会。农村电子商务的迅猛发展，可有力推动青年群体返乡开展创业活动，促进农村优质人才资源的回流，有效打破人才单向流失的局面，进而突破农村发展面临的人才瓶颈制约[3]。例如，部分农村青年通过开设网店、开展农产品直播带货等方式实现自主创业，不仅促使个人价值得以彰显，而且带动了周边农户实现就业，进而有效遏制了农村劳动力流失的趋势，为农村发展注入了全新的活力，提升了农村就业创业的整体成效。

2.2. 带动农村产业升级，加快农业现代化进程

科技进步是推动产业结构升级的核心动力。当下数字技术蓬勃发展，在此背景下，电子商务凭借数

字技术支撑,能有效助力乡村产业发展,加速农村农业现代化进程[4]。传统农业生产模式以分散的小农经营为主,存在生产标准化程度低、产业链短、附加值低等问题,难以适应现代市场需求。农村电商在市场体系中的不断拓展与深化,改变了传统农业的市场格局与运行逻辑,这种变化反向要求农业生产在生产方式上向标准化、规模化靠拢,在产品塑造上向品牌化迈进,以适应新的市场环境。一方面,电商平台对农产品的质量、规格、包装等提出了更高要求,促使农户改变传统种植养殖方式,采用标准化生产技术,提升农产品品质;另一方面,农村电商推动了农产品产业链的延伸,从单一的农产品销售向产前的生产资料供应、产中的技术指导以及产后的加工、包装、物流配送等环节拓展,形成了“生产 + 加工 + 销售 + 服务”的完整产业链,提高了农业产业的整体附加值,加快了农业现代化的推进步伐。

2.3. 优化乡村资源配置,激发电商发展内生动力

农村地区存在大量闲置资源,如闲置土地、零散劳动力、特色自然资源等,这些资源在传统模式下难以有效盘活。农村电商通过数字化手段,能够整合分散的生产要素,例如将分散农户的农产品集中起来,通过电商平台实现规模化销售,让闲置土地转化为特色种植基地,零散劳动力参与到电商配套的包装、分拣、客服等环节,实现资源高效利用。同时,电商带来的市场反馈与盈利空间,能激发农民主动参与电商经营的积极性,从“被动接受帮扶”转向“主动探索发展”,形成“发展 - 盈利 - 再投入”的良性循环,为农村电商的可持续发展注入强劲动力。

2.4. 增加农民经济收入

传统农产品流通模式存在中间环节多、流通成本高、信息不对称等问题,导致农民在农产品销售中议价能力弱,大部分利润被中间商获取。农村电商构建起农户与消费者之间的线上直通桥梁,有效削减了农产品流通环节中的中间环节。这一变革直接降低了农产品在流转过程中的成本损耗,让农民得以直接获取更为丰厚的销售利润。与此同时,电商平台凭借其强大的资源整合与传播能力,助力农产品冲破地域壁垒,极大地拓展了销售范围。地方特色农产品借此得以进入全国乃至全球市场,市场销量的提升与价格的优化,进一步推动了农民收入的稳步增长。此外,对于曾经的贫困地区而言,农村电商为当地特色农产品提供了稳定的销售渠道,帮助贫困农户实现持续增收,有效巩固了脱贫攻坚成果。由此可见,数字经济以强大的渗透力和影响力,重构了农村商业生态体系。它不仅开辟了多元的农民增收路径,使农民能够借助数字技术的力量搭乘“数字快车”,朝着共同富裕的目标稳步迈进,更为乡村全面振兴战略的推进注入了强劲且持久的新动能[5]。

3. 乡村振兴背景下农村电商发展面临的机遇

3.1. 乡村振兴战略下的政策支持

政府扶持与引导对农村电商发展起到了重要的推动作用[6]。乡村振兴战略将农村电商纳入“产业兴旺”重点推进领域,构建了“国家统筹 + 地方落实”的多层级政策支持体系。国家层面出台《农村电商高质量发展专项行动方案》等文件,明确农村电商在农产品上行、乡村服务数字化中的核心地位,通过中央财政专项资金、税收减免、信贷优惠等政策,直接支持农村电商主体(如村级电商服务站、合作社电商项目)发展;地方政府则结合区域特色推进“农村电商示范县”“电商强镇”建设,例如为电商创业者提供免费场地、品牌注册补贴、物流费用减免等,同时搭建公共服务平台,提供政策咨询、合规指导等一站式服务。这种政策红利有效降低了农村电商的创业门槛,为其从“小散弱”向“规模化、规范化”发展提供了直接保障。

3.2. 数字技术的支撑

数字技术的不断迭代升级,给农村电商突破发展中的限制条件提供了关键性的支持。在这一进程中,“数字乡村”建设发挥了重要推动作用,它带动农村数字基础设施得到明显改善。当下,农村 5G 网络覆盖率已经超过 80%。光纤宽带实现行政村全覆盖,移动智能终端在农户中的普及率持续提升,解决了农村电商“上网难、网速慢”的基础障碍;另一方面,大数据、人工智能、直播技术与农村电商深度融合:通过大数据分析城市消费偏好,可指导农户调整农产品种植品种与上市时间,实现“按需生”;借助直播电商、短视频营销,农户可直观展示田间生产场景,增强产品可信度,显著提升农产品转化率;物联网技术的应用则实现了农产品“从田间到餐桌”[7]的全程溯源,进一步强化消费者信任,为农村电商高质量发展注入技术动能。

3.3. 消费市场的扩大

城乡消费市场的双向扩容为农村电商开辟了广阔空间。从“农产品上行”维度看,城市消费升级推动“绿色化、品质化、特色化”农产品需求激增。有机蔬菜、地理标志农产品、乡村手工艺品等通过电商平台直达城市消费者,规避了传统流通环节的多层加价与损耗,既满足城市居民对健康食材的需求,也让农户获得更高收益;从“工业品下行”维度看,随着农村居民收入水平提升,其对家电、智能家居、母婴用品等高品质工业品的需求持续增长,同时农村养老、教育、医疗等服务类消费需求崛起,推动农村电商从“实物销售”向“生活服务电商”(如农村生鲜配送、家电维修预约)拓展;此外,预制菜、社区团购等新消费场景的兴起,进一步拓宽了农产品电商的市场边界,为农村电商提供了多元需求支撑。

4. 乡村振兴背景下农村电商发展面临的挑战

4.1. 农村基础设施薄弱

从农村电商的运行机制来看,其正常运转与网络通信、物流配送、仓储保鲜等基础设施紧密相连、高度依赖。但审视我国农村发展的现状,不难发现,在部分农村地区,尤其是地处偏远的山区,基础设施建设尚未达到理想水平,仍存在明显的短板问题。我国农村地区已基本达成通讯网络的全面连通,这一成果为电子商务在农村地区的拓展与深入发展筑牢了根基。然而,相较于城镇居民,农村居民所配备的网络通讯设施在完备程度和性能水平上仍存在一定差距,尚有进一步完善和提升的空间[8]。目前,农村网络通信仍然存在网络带宽不足、信号不稳定的问题,难以满足电商运营过程中大数据传输、视频直播等对网络质量的需求。在物流配送方面,农村地区物流网点覆盖率低、配送成本高、配送时效慢的问题较为突出,部分农村地区甚至处于物流配送的“最后一公里”盲区,导致农产品运输过程中损耗率高,难以保障新鲜农产品的及时送达;在仓储保鲜方面,农村地区专业的农产品仓储设施和保鲜技术不足,无法满足生鲜农产品的存储需求,影响农产品品质和销售周期,制约了农村电商的高效发展。

4.2. 农村缺乏电商专业人才

电子商务在城市能够实现快速渗透与蓬勃发展,这一现象背后存在多重关键因素。一方面,城市消费者具备较高的认知能力,且消费需求呈现出旺盛的态势,为电子商务的拓展提供了广阔的市场空间;另一方面,城市在相关领域专业人才方面的供给相对充裕,为电子商务的运营、创新与发展提供了坚实的人才保障[9]。农村电商的持续健康发展,迫切需要一批既熟知农业生产规律与流程,又精通电商运营技术的复合型专业人才作为支撑。然而,当下农村地区电商人才短缺的问题极为凸显。一方面,农村地区整体教育水平相对滞后,大部分农户未能接受系统全面的电商知识培训,缺乏必要的电商技能,这导致他们难以独立承担并开展有效的电商运营活动。另一方面,由于农村地区的生活环境、就业机会、薪

资待遇等与城市存在差距，具备电商专业技能的人才往往更倾向于在城市就业，不愿前往农村发展，导致农村电商人才“引不来、留不住”。电商人才的缺乏使得许多农村电商项目难以有效推进，部分农村网店存在运营管理不善、产品推广不力等问题，严重阻碍了农村电商的发展进程。

4.3. 品牌塑造与营销困境

当下，农村电商在品牌塑造与营销推广这两个关键领域存在显著短板，农产品在市场中的辨识度与吸引力不足，进而导致其市场竞争力相对薄弱。在品牌塑造方面，大部分农村地区的农产品以初级产品为主，缺乏统一的品牌标识，且产品同质化现象严重，难以形成差异化竞争优势[10]。许多农户对品牌建设的重要性认识不足，缺乏品牌培育意识，即使部分地区拥有特色农产品，也因缺乏品牌包装和推广，难以被消费者认知和认可；在营销方面，农村电商的营销手段较为单一，大多仍以传统的网店销售、简单的社交媒体推广为主，缺乏对大数据分析、精准营销、内容营销、直播电商等新型营销方式的运用。同时，由于缺乏专业的营销团队，农村电商在市场定位、消费者需求分析、产品推广策略制定等方面能力不足，难以有效拓展市场，限制了农村电商的市场竞争力和发展空间。

4.4. 农村电子商务模式不完善

当下，农村电商发展进程中面临的挑战之一，在于其发展模式尚不够健全完善，难以形成对可持续发展的有力支撑。当前，农村电子商务发展态势不容乐观，多数农村地区电商发展未成体系，经营管理经验匮乏，且电商模式与农业销售模式难以有效融合[11]。多数农村电商仍停留在“简单代卖”“低价促销”的初级阶段，缺乏对产业链的深度整合能力：既未与本地种植养殖、加工生产环节建立紧密联动，无法通过电商平台收集的市场需求数据反向指导生产，导致农产品品种、产量与市场需求脱节，同质化竞争严重；又过度依赖外部电商平台的流量扶持，缺乏自主运营的品牌体系与销售渠道，一旦平台调整流量分配规则或提高推广成本，便面临客户流失、盈利下滑的困境。此外，部分模式缺乏对消费场景的拓展，仅局限于单一产品销售，未能结合农村特色资源延伸服务链条，进一步限制了发展空间。

5. 乡村振兴背景下农村电商发展的路径

5.1. 加强农村电商基础设施建设

完善农村信息基础设施，不仅是顺应农村电商发展趋势、推动其持续健康发展的必然诉求，更是落实乡村振兴战略、达成其目标任务的关键举措与重要支撑[12]。基础设施是农村电商发展的前提条件，需从网络通信、物流配送、仓储保鲜三个方面加大建设力度：在网络通信建设领域，政府需进一步强化对农村地区网络基础设施的资金投入力度。通过科学规划与合理布局，稳步推进 5G 网络在农村地区的全面覆盖，同时持续优化网络配置，提升农村网络带宽，增强信号稳定性，为农村电商开展直播带货、大数据分析等活动提供优质的网络支撑；在物流配送体系建设方面，应整合政府、企业、社会等多方资源，完善农村物流网点布局。为进一步优化农村物流生态，应积极鼓励物流企业将业务拓展至农村市场，着力构建“县-乡-村”三级物流配送体系。通过合理规划物流节点、整合物流资源，实现物流配送成本的降低与配送效率的提升，切实解决农村物流“最后一公里”的难题，为农村电商发展及乡村振兴提供坚实的物流保障；在仓储保鲜设施建设方面，应结合农村地区的产业特点，建设一批专业化的农产品仓储保鲜基地，配备先进的保鲜设备和技术，延长农产品的保鲜期和销售周期，减少农产品运输损耗，保障农产品品质。

5.2. 积极培育农村电商人才

一个地域的发展离不开人才的引导，任何一个企业、产业、文化都需要牵头[13]。人才作为农村电商

发展的核心驱动力,对于推动农村电商产业持续健康发展起着至关重要的作用。为构建完备的农村电子商务支撑体系,需成立专门的农村电商培训中心,通过系统化、专业化的培训模式,加速推进农村电商人才的培养与储备,为农村电商发展提供坚实的人才保障[8]。一方面,加强本土人才培养,针对农户、农村青年、村干部等不同群体,开展形式多样的电商技能培训,如举办电商培训班、开展线上教学、组织实地观摩学习等,内容涵盖网店开设、产品上架、营销推广、客户服务、数据分析等方面,提高农村本土人才素质与电商运营能力;另一方面,需制定针对性优惠政策以吸引外部人才投身农村电商发展,如提供住房补贴、创业扶持资金与税收优惠,改善农村就业生活环境,吸引专业人才返乡创业就业。同时,要构建完善的人才激励机制,对在农村电商发展中有突出贡献者予以表彰奖励,提升人才留存率,为农村电商提供稳定智力保障。

5.3. 加强品牌建设与销售创新

在品牌建设方面,应结合农村地区的资源禀赋,挖掘地方特色农产品的文化内涵和品质优势,着力打造区域公共品牌,涵盖“地理标志产品”“特色农产品区域公用品牌”等类别。通过统一品牌标识、质量标准与包装设计,增强农产品的品牌辨识度,提升其市场美誉度。同时,引导农户和电商企业增强品牌意识,为商品名称增加创意元素,加强品牌管理和维护,保障产品质量,树立良好的品牌形象;在营销创新方面,积极运用新型营销方式,如利用大数据分析消费者需求,开展精准营销。借助短视频、直播带货等形式,生动呈现农产品的生产流程与品质特性,增强消费者对绿色农产品品牌的信任度与购买意愿[14]。同时,运用社交电商、社区团购等新兴模式拓展销售渠道,提升农产品市场占有率。此外,加强与电商平台、大型企业的合作,借助其资源和渠道优势,推动农村特色农产品走向更广阔的市场,提升农村电商的整体市场竞争力。

5.4. 不断完善农村电商发展模式

完善农村电商发展模式需从“产业链整合”与“多元化创新”双管齐下。一方面,构建“电商+合作社+基地”的一体化模式,推动电商主体与农村合作社、种植养殖基地深度合作,通过电商平台收集市场需求数据,反向指导基地调整品种、控制产量与提升品质,实现“以销定产”,减少产品滞销风险,同时由合作社统一标准、统一品控,解决农产品同质化问题;另一方面,探索多元化细分模式,针对不同农村资源特点,发展“直播电商+特色产业”模式,如组织农民直播采摘、制作过程,增强产品吸引力;发展“社群电商+精准需求”模式,通过社群积累稳定客户群体,提供定制化农产品服务;此外,鼓励农村电商从“销售产品”向“提供服务”延伸,如结合乡村旅游推出“电商+民宿预订+农产品自提”套餐,拓展盈利渠道,形成与本地资源适配的特色发展模式。

6. 结语

在乡村振兴战略全面推进的时代背景下,农村电商经济已成为驱动农村经济发展的关键新引擎,具有极为重要的现实意义。它既能吸引农村年轻人口回流,为农村发展注入新鲜血液;又能带动农村产业升级,优化产业结构和乡村资源配置,还能切实增加农民收入,为乡村振兴战略的深入实施提供坚实的支撑。当前,农村电商发展不仅有国家政策的扶持,还有数字技术的支撑和消费市场扩大这样的机遇。然而,农村电商在推进发展过程中,还面临着基础设施薄弱、专业人才匮乏、品牌塑造与营销面临困境和电商发展模式不够完善等问题。仍需通过加强基础设施建设、积极培育电商人才、加强品牌建设与营销创新和完善农村电商模式等路径加以解决。展望未来,伴随乡村振兴战略的持续深入推进以及农村电商发展环境的日益优化完善,农村电商经济势必踏上更高质量的发展征程,在加速农业现代化进程、推动城乡融合协同发展、助力乡村实现全面振兴的伟大事业中,发挥更为关键、更具战略性的作用。

参考文献

- [1] 余晋晶, 葛扬. 农业土地流转、农村产业融合与农民收入增长[J]. 山西财经大学报, 2023, 45(9): 78-93.
- [2] 杨亚姣. 农村电子商务助力乡村振兴发展对策研究[J]. 当代农机, 2025(8): 44-45.
- [3] 张云云. 乡村振兴战略背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 农家参谋, 2022(16): 105-107.
- [4] 张馨月. 数字经济赋能乡村产业振兴研究[J]. 南方农机, 2025, 56(6): 96-100.
- [5] 李晓君. 浅析乡村振兴背景下的农村电子商务发展[J]. 山西农经, 2025(10): 103-105.
- [6] 张硕, 乔晗, 张迎晨, 等. 农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J]. 管理学报, 2022, 19(4): 624-632.
- [7] 严博文. 乡村振兴视角下农业科技创新与产业融合研究[J]. 南方农机, 2025, 56(17): 92-94, 119.
- [8] 杜永红. 乡村振兴战略背景下网络扶贫与电子商务进农村研究[J]. 求实, 2019(3): 97-108, 112.
- [9] 徐丽艳, 郑艳霞. 农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021(2): 109-120.
- [10] 孔陇, 赵福昕. 双循环新发展格局背景下农村电子商务发展研究——以河南汝阳县为例[J]. 武汉商学院学报, 2022, 36(5): 28-34.
- [11] 王宣朝. 乡村振兴背景下山西省农产品跨境电商发展现状及策略研究[J]. 山西农经, 2021(16): 88-89.
- [12] 牟怡晓, 徐晟迪. 数字经济助力农村电子商务发展的路径探究[J]. 现代商业, 2025(12): 77-80.
- [13] 马逸宁. 乡村振兴战略背景下农村电商的传播策略研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州财经大学, 2022.
- [14] 陶陈凯, 杨宁芳. 乡村振兴视域下农村电商发展问题与对策探究[J]. 中国商论, 2022(11): 64-66.