

新时代背景下农村电商高质量发展的逻辑必然、现实困境与优化路径研究

魏笑月

江苏科技大学马克思主义学院，江苏 镇江

收稿日期：2025年9月29日；录用日期：2025年10月22日；发布日期：2025年11月19日

摘要

进入新时代以来，数字经济与乡村振兴战略深度融合，农村电商经济作为数字经济的重要组成部分，在激活农村资源优势、拓宽经济发展边界、助力共同富裕领域发挥关键作用，因此其高质量发展成为必然选择。推动农村电商高质量发展，需以新发展理念为评价体系，深入且精准分析农村电商高质量发展在专业人才短缺与营销模式同质化、产业联动不足与城乡发展失调、绿色生产缺失与包污共耗严重、品牌建设滞后与政策有待优化、“数字鸿沟”加剧与利益分配不均的现实困境，进而对标难点、痛点提出具有针对性且有效的优化路径。

关键词

农村电商，高质量发展，现实困境，优化路径

Exploration of the Logical Necessity, Practical Dilemmas, and Optimization Paths for the High-Quality Development of Rural E-Commerce in the New Era Context

Xiaoyue Wei

College of Marxism, Jiangsu University of Science and Technology, Zhenjiang Jiangsu

Received: September 29, 2025; accepted: October 22, 2025; published: November 19, 2025

Abstract

Since entering the new era, the digital economy has been deeply integrated with the rural revitalization

文章引用：魏笑月. 新时代背景下农村电商高质量发展的逻辑必然、现实困境与优化路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 1355-1361. DOI: 10.12677/ec.2025.14113570

strategy. As a vital component of the digital economy, rural e-commerce plays a key role in activating rural resource advantages, expanding economic development boundaries, and promoting common prosperity. Therefore, its high-quality development has become an inevitable choice. Promoting the high-quality development of rural e-commerce requires adopting a new development philosophy as the evaluation framework. It involves conducting in-depth and precise analyses of the practical challenges faced in this endeavor, including: shortages of professional talent and homogenized marketing models, insufficient industrial synergy and imbalanced urban-rural development, lack of green production and pollution coexisting with severe consumption, lagging brand building and suboptimal policies, as well as the widening “digital divide” and uneven distribution of benefits. Based on these identified difficulties and pain points, targeted and effective optimization pathways should be proposed.

Keywords

Rural E-Commerce, High-Quality Development, Realistic Dilemma, Optimization Path

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

自 2014 年中央一号文件提出关于农村电子商务发展问题以来，该问题持续受到关注。2024 年中央一号文件明确提出“实施农村电商高质量发展工程”，为新时代背景下农村电商指明未来发展方向。2025 年中央一号文件不仅提到“推动农村电商高质量发展”，还提出具有借鉴意义的创新措施。农村电商作为助力农业发展、推动乡村振兴的有效方式，借助人工智能、大数据和互联网技术的加持，在促进农民增收、农业增产、农村富裕方面优势显著，成为推动农村社会发展的主要作用力。新时代背景下，全面深化改革更加彻底，各领域发展的深层次问题逐渐显露，农村电商发展的痛点、难点不可回避。因此保持农村电商可持续发展的关键是抓住发展机遇，推进农村电商的高质量发展，实现其在创新、协调、绿色、开放、共享方面的发展优势。

2. 新时代背景下农村电商高质量发展的逻辑必然

2.1. 促进数据资源“下沉”，激活农村资源优势

数字经济以数据驱动为核心，以数字平台为支撑，强调不同产业之间的融合发展，具有时效性强和突破时空界限的特征，是促进产业发展的重要引擎。而农村地区因基础设施尤其是通信和交通便利度不够、青年人才外流导致具有数字化使用能力的人口极致短缺、缺乏集体经营的规模优势与标准化优势一度成为数字经济的“洼地”，致使农村地区所蕴含的资源优势无法被激活、发展空间大大受限。电商经济的迅猛发展让农村地区搭上了依靠数字经济发展的“快车”，农村电商高质量发展以新发展理念为核心，在深入挖掘农村地区生产资源的同时极力创新各具特色的发展方式，旨在盘活和系统化农村地区的资源优势，激发农村地区发展的内生可持续动力。

2.2. 推动不同产业融合发展，拓宽经济发展边界

与以往电商发展背后的产业链条单一化特征有所不同，农村电商高质量发展更强调协调性，既有纵向上的产业链融合又有横向上的产业跨界融合。从纵向视角透视农村电商高质量发展，分析发现其能够

实现第一、第二、第三产业的融合发展，农村电商能够利用数字经济的优势精准定位消费者需求，为第一产业农作物的种植提供市场导向；在中端，农产品的加工可倒逼第二产业生产的标准化和高端化，延长产业链，增加附加值；在末端，农村电商带动了服务业、运输业的发展。从横向上看，电商平台成为农村更多资源和特色被看见的流量窗口，为展示当地特色文化和独特风情提供契机，促进旅游业和文创行业的发展，体现跨界融合，打破了农业发展局限于第一产业的弊端，拓宽经济发展边界，将经济发展的蛋糕“越做越大”。

2.3. 赋能“三农”问题解决，助力共同富裕

农村电商高质量发展在推动社会主义市场经济发展的同时，还服务于国家重大战略需求，具有深远的社会价值。我国是一个人口大国、农业大国，“三农”问题直接影响中国式现代化的有效推进，如何解决农业、农村、农民的发展问题，是摆在我们面前的时代课题。农村电商高质量发展主要体现在加强产业融合、创新生产方式、促进产业结构优化升级，对标农业发展模式传统、产业结构单一等问题；主要体现在完善农村基础设施建设、实现资源共享，对标农村发展基础设施落后、资源获得的普惠性与可得性有限；主要体现在强化人员技术能力培训、提供就业机会，对标农民高科技应用能力不足、人才外流等缺陷，为解决“三农”问题，实现农业增产、农村繁荣、农民增收助力。同时电商的时空延展和时空融合特性，实现了城乡融合发展、突破了跨地区发展的高成本，为共同富裕的实现提供支撑。

3. 新时代背景下农村电商高质量发展的现实困境

3.1. 专业人才短缺与营销模式同质化

创新是发展的第一动力，农村电商是否能够实现创新发展的关键在于是否拥有具备创新能力的专业人才以及独具创新性的营销方式。缺乏拥有创新能力的专业人才、不具备创新特质的营销模式都无法成为促进农村电商高质量发展的内驱力。

人才是推动农村电商行业持续创新、优化用户体验、提升市场竞争力的关键力量[1]，一批既具备电商行业所需的专业知识与技能又熟悉农业发展与农产品特性的专业人才是推动农村电商高质量发展的主力军。这类复合型的专业人才在对农村电商发展的整体性规划和系统化管理以及熟悉农产品特性基础上进行营销策略创新与利用卖点制造话题度方面具有显著优势。然而，农村地理位置、基础设施和发展前景的天然劣势使其无法对专业人才产生吸引力。因此，专业人才缺乏导致的创新内生动力不足致使农村电商在激烈的市场竞争中难以处于优势地位。

新时代的消费者在追求产品质量的同时，更注重购买过程中的独特体验感。目前，农村电商发展多采取 B2C 模式，即企业或农户通过网络平台将产品售卖给消费者[2]。这种方式在因交易突破时空界限获得便利的同时，由于销售方式的单向性使其无法根据消费者需求定制个性化服务进而打造“独特卖点”，以增强用户粘性。在农村电商直播中较为常见的是以农场为背景介绍和售卖产品，这种方式在强调产品新鲜无公害的同时，同质化的方式无法在众多直播中脱颖而出获得流量加持，甚至会因为部分直播场景被打假而遭受连带责任。

3.2. 产业联动不足与城乡发展失调

农村电商实现高质量发展理念中的协调发展在农村电商的应用，不仅体现在产业上下游链条的协调，还体现在城乡基础设施发展的协调上。上下游产业联动不足，协商不到位；城乡基础设施发展不协调都是制约农村电商实现协调发展的阻力，也成为影响其高质量发展的短板。

鉴于发展农村电商涉及生产、加工、销售等多个环节[3]，因此产业联动不足成为制约农村电商高质

量发展的核心痛点。因对电商平台所反映的网民消费趋势不敏感以及数据分析能力不足,生产者对于农产品的种植无法较为精准地对接市场需求,导致产销脱节,同时果实生长情况不同导致产品质量无法达到标准化程度,电商销售与第一产业难以形成有效链接;农村电商以售卖初级产品为主,缺少针对电商销售特点的深加工产品,无法实现产品附加值,因此在与第二产业合作上存在价值链的断裂;基础设施不够完善,进而导致运输和配送效率较低,成为其与第三产业合作的短板。

农村电商高质量发展的协调能力不足,不仅体现在产业联动发展上,还体现在城乡基础设施的建设上。农村电商涉及产品的运输和配送,因此基础设施不够完善成为了制约农村电商发展的硬性条件。与城市相比,农村地区数字基础设施比较薄弱,网络覆盖的稳定性与宽带尚有不足[4],这不仅大大降低了农村电商的运行效率,还会因网络不稳定导致客户的流失;另外,因快递接收网点少且较为分散,导致快递配送服务未能延伸到“最后一公里”,多数地区无法实现快递直接到家,对于配送方来说会增加运输的时间成本,对于消费者来说收取快递不便利无法激发其电商购物的最大热情。

3.3. 绿色生产缺失与包污共耗严重

实现农村电商的绿色发展以推动其高质量发展,不仅要聚焦农村电商发展的生产环节还需关注商品的运输、包装环节是否符合绿色发展理念。生产环节以及包装、运输环节绿色发展理念的缺失,也将成为制约其实现高质量发展的重要因素。

消费者从“吃得饱”到“吃得好”消费理念的转变对农村电商高质量发展提出了新的要求。作为农村电商产品的提供者是否在生产环节践行绿色发展理念至关重要。从我国农业生产现状来看,目前尚未形成大规模的集体经营,大多为个体户分散经营,这便会出现个体户不具备足够的资金、技术等优势将环保技术应用于农业生产环节,如环保材料、低污染、低公害农药的使用等。同时,不乏为制造“供不应求”市场局面以抬高产品价格而对农产品进行催熟的生产者。因此,总体而言,农村电商所需要农产品的绿色生产无法被保证,绿色生产是严重缺失的,这是从根源上制约农村电商绿色发展的影响因素。

农村电商高质量发展的供应链环节主要涉及产品的包装和运输。为在众多产品中脱颖而出,打造独特性,不少商家将目光放在了产品的包装上,企图通过“外在形象优势”赢得消费者好感,但泡沫、塑料、胶带等包装材料的过度使用会产生大量的白色污染。不可否认,环保包装材料的使用会大幅度降低其对环境的污染程度,但易降解、可循环包装材料的价格使得不少商家望而却步。除此之外,农村电商大多涉及到初级农产品,因此在运输环节会涉及对冷链技术的应用,传统冷冻剂的大量使用以及传统能源汽车的使用也会造成环境污染。因此,农村电商产品包装和运输环节没有贯彻绿色发展理念。

3.4. 品牌建设滞后与政策有待优化

在跨境电商深度发展以及跨境贸易规模不断扩大的社会背景下,实现农村电商的开放发展,不仅需要拥有品牌建设能力以具备对外竞争优势,更需要具备支持农村电商开放发展的政策优势。因此,不具备品牌建设优势以在激烈的跨境发展中获得优势,不够完善的政策环境在运营成本、运行效率、风险防范等方面的缺陷都指向农村电商发展不具备开放发展的能力和条件,成为制约其高质量发展的障碍。

农村电商从业者在考虑发展前景和发展能力时多将着力点放在产品销售数量以及最大程度获取利润上,从某种程度上来讲,他们对于产品的品牌建设意识薄弱,同时也不具备品牌建设的能力。因此,在众多电商品牌中,定位不精准,无法根据产品特色形成个性化优势,难以打造高知名度,无法在消费者中获得高辨识度和认可度,也无法借助品牌效应实现产品溢价[5]。不进行品牌建设无法利用自身优势在跨境电商中脱颖而出,开放发展能力不足,因此就不具备融入世界市场的能力。

除此之外,农村电商进行跨境发展还需要具备支持农村电商开放发展的政策优势。从政策内容的制

定来看,整体来讲当前政策中涉及到农村电商跨境发展的内容较少,对农村电商跨境发展的关注度和覆盖面不够广泛。跨境发展涉及产品生产部门、产品销售部门以及交通运输部门等协同发展,当前政策中对于促进农村电商跨境发展中多部门之间合作的指示也较少,这无疑对农村电商跨境发展提高运行效率多有不利。与此同时跨境发展需要国与国之间的合作,各国之间的法律规章制度、物流结构、支付方式以及税收政策都有所不同,这些都会增加跨境贸易的风险和不确定性,农村电商跨境发展的政策不成熟无法带给从业者跨境发展的底气。

3.5. “数字鸿沟”加剧与利益分配不均

农村电商的共享发展旨在实现所有人能够共享发展机遇、共享发展成果,而信息分析能力不足、利益分配不均都会成为影响农村电商共享发展的阻力。

数字技术在为农村电商收发市场信息提供便利的同时,也会因从业者对信息技术的使用能力和信息收集能力的不同而加剧“数字鸿沟”,出现“信息壁垒”和“信息孤岛”。这就不可避免地出现部分从业者因具有较好的市场分析能力、信息技术应用能力和良好的运作模式在市场竞争中获得越来越多的竞争优势,而较为普通、弱势的小农户受能力限制,被排除在获利圈之外,逐渐被淘汰。因此,未能及时进行资源共享加剧“数字鸿沟”,共享发展也将成为“天方夜谭”。

不同主体之间的利益分配也会成为影响农村电商共享发展的重要因素。从经济发展的“微笑曲线”不难看出,在产业链中,经济价值的创造倾向于两端的产品研发、设计和销售环节,而处于“微笑曲线”最底端的生产环节则获利最少。放置农村电商高质量发展的情境中,生产者需承担自然灾害、病虫害等不可预测的风险,甚至面临市场价格波动以及恶意压价等行为,承担最大风险获取最低利润;而中间商不仅可以获取最大利润甚至会将其在平台流量等方面的投入转嫁到生产者和消费者身上,长期以来,不协调的利益分配机制会大大挫伤生产者的积极性,无法保持农村电商的健康发展。

4. 新时代背景下农村电商高质量发展的优化路径

4.1. 强化人才培养、创新营销模式

农村电商发展专业人才的缺乏,可以细分为了解农业发展但缺乏技术应用能力的人才和具备技术应用能力但不熟悉农业发展的人才。前者主要存在于地理位置较为偏远、对年轻人缺乏吸引力的地区,对于这类地区解决问题的快捷方式是加快人才的引进,主要是通过分析专业人才不愿“入驻”的深层次原因,有的放矢,出台相关优惠政策,制定有绝对竞争力的激励政策。后者主要存在于经济较为发达、科技人才聚焦的地区。两个地区要从根源上解决问题,都需要加强对人才的培养。一方面,可以对已有的人才进行综合培养,缺乏技术应用能力的地方可以加强技术应用能力与市场信息分析能力的培养;缺乏熟悉农业发展人才的地区可以通过实践加强农业发展的认知;另一方面,需要根据自身劣势与相关院校进行合作,对学生进行定向培养,获得稳定的人才供给。

营销模式的创新不是空穴来风,而是基于自身优势,打造营销亮点,使消费者产生独特记忆点。对于文化特色型地区,可以结合当地特色,赋予产品超出实体本身的文化价值、社会价值,也可以利用具有正向能量的生产者或经营者的自身经历打造具有故事感和叙事性的直播,吸引消费者眼球。对于发展稳定且具有长远发展前景的企业来说,需要摒弃单一平台发展模式,推进多种方式并行,以此扩大影响力。例如,可以积极发展社交电商,利用微博发起话题讨论,提高关注度;利用微信及时发布产品信息,增强用户的粘性;利用小红书从不同维度分析产品特色,发布种草视频,扩大受众群体。

4.2. 促进产业融合、强化基础建设

促进产业融合发展是农村电商能够实现高质量发展的重要支撑。对于产业落户相对分散的地区,可

以深入挖掘不同产业的比较优势,对资源进行整合利用,打造“生产+加工+电商+物流”的一体化园区[6],通过资源共享、企业分工、区域协调形成多主体的高效联动模式,不仅能够发挥最大优势,降低企业单独运作的成本,还能促进城乡协调发展。对于产业分布相对集中的地区,要加强产业之间的信息互通,第一产业要根据电商销售所反馈的市场信息,动态调整种植方案;第二产业可以根据电商销售反馈的用户消费需求,进行产品的深加工,延长产业链、增加附加值;第三产业根据电商销售情况,调整售后、包装、运输等服务质量和水平。

新时代背景下农村电商的高质量发展离不开完善的基础设施的支持。当前农村电商发展对于基础设施的要求不同于以往的“要修路”,更多地是进行基础设施的数字化改造,扩大网络的覆盖面积、提高通信速度。通过与三大网络运营商进行深入合作,对基站建设、网络搭建方面要增加基金投入和后期保障,扩大农村地区网络覆盖范围,建立健全维护和保障制度,保证网速及其网络信号的稳定性[7]。其次,还需要构建起一体化的物流运输网络,实现“县-乡-村”三级覆盖,提升物流的下沉服务水平,将物流服务延伸到“最后一公里”,提高消费者的服务体验。

4.3. 优化生产方式、加速绿链循环

对于农村电商高质量发展而言,生产环节绿色发展理念应用缺失的主体大多为个体农户,解决问题的关键是让农户具备应用绿色生产技术和意识到绿色生产方式带来的长远优势。对于农户缺乏足够资金和技术支持,政府可通过政策支持、技术帮扶和优惠补贴等形式降低农户应用环保技术的成本,实现绿色生产方式在农业生产中的可实现性。为获得绿色生产所带来的经济和竞争优势,需要推动农户进行农产品的绿色认证,进而通过宣传营销手段,打造绿色品牌效应,提高消费者的购买欲望和认可度,由此可获得竞争优势和长远的经济效益[8]。

打造低碳供应链是解决包污共耗严重的有效方式。对于农村电商产品的销售商家来说,减少包装的过度使用、使用易降解和可循环的包装材料是从源头上遏制由包装带来的环境污染问题的关键。对于无环保意识的商家要加强绿色理念的宣传;对于无能力践行绿色发展理念的商家,政府可对相关材料的应用进行补贴,减少商家的成本顾虑,提高使用环保材料的积极性。关于由运输环节导致的环境污染问题严重,对于距离较近地区,主要可以采取使用新能源汽车的方式;而对于较远的地区,则还需考虑优化运输路线规划、精准冷链温度控制等方式减少对于能源的消耗,实现绿链循环,推动农村电商绿色发展。

4.4. 加强品牌建设、完善政策生态

品牌是农村电商企业发展的竞争优势之一,加强品牌建设,形成品牌效应是推动农村电商开放发展的主要驱动力。优质的口感和上乘的品质是农村电商打造品牌优势的首要前提,更深层次的竞争则聚焦品牌价值与文化内涵的塑造,商家应树立强烈的品牌意识,为农产品融入独特文化因素,构建专属优质品牌[9]。同时借助互联网等营销渠道展示品牌背后所蕴含的核心价值理念,引发情感共鸣,提升消费者的认可度,形成差异化竞争模式。最后是改变“重销售、轻服务”销售方式,通过良好的服务强化消费者的用户体验,增强消费者对品牌的推荐力度,借助其影响力在国内外竞争树立优势。

完善政策生态是促进农村电商跨境发展的外在条件。政府应加强对农产品跨境发展领域的关注以及制定针对农产品跨境发展特性的政策条例,同时借助政策优势搭建起国与国之间的合作机制,打破经济发展的国际壁垒,推进贸易便利化等简化进出口的形式,减轻农村电商开放发展的负担。政策支持不仅体现在内容制定上,还体现在政策对实际运作的指导上,因此,不仅要落实不同部门之间合作的体系支撑,进而提高运输效率和降低成本,还要加强对于农村电商跨境发展的指导,为农村电商从业者了解国外市场提供便利。

4.5. 推动资源共享、优化利益分配

新媒体时代,能否打赢“信息战”是制胜的关键,加强信息交流,推动资源共享是克服“数字鸿沟”的重要途径。为确保技术的应用范围和服务面,政府可与多主体协商,探索政府、平台、从业者等多方协同机制,打造信息交流平台,促进信息的交流与分享。具有良好信息应用和分析能力的从业者可以对成功经验、市场发展趋势、销售热点预测等进行信息资源的共享;对于信息分析能力不足的从业者可以借此机会提升信息分析和处理能力,以此不断消弭“数字壁垒”,实现人人共享电商发展机遇。

优化利益分配,需要多主体的相互配合。对生产者群体而言,不仅要提高产品的生产能力,还需提高数字化能力,具备一定的市场信息和预测能力,以便在与平台或采购商进行价格谈判时占据优势,同时还需具备长远目光,延长“产业链”,积极参与到初级产品的加工、营销和品牌效应的打造中,获得更多的利润份额;对于产品的购买商而言,可以与生产者采用“保底收购+二次分红”的模式,既能保障生产者的基本利益,也能使其享受到市场增值的收益;农村电商离不开对于电商平台的运用,电商平台作为中间商收取较高利润,因此政府需与电商平台协调,制定普惠各方的规则,调整利益主体的分配比例,实现多主体利益共享。

5. 结语

新时代背景下实现农村电商高质量发展,必须直击痛点,破除阻碍其发展的体制机制障碍和深层次结构性难题。如何使农村电商在科技发展的洪流中实现可持续发展,还需根据数字技术发展更新自身知识体系和应用能力,不断探索具有地方特色的发展模式,形成不可替代性优势。

基金项目

江苏省社科基金一般项目“《资本论》及其手稿关于生产力问题的空间化阐释研究”(24MLB004);江苏高校哲学社会科学研究重大项目“国家治理现代化进程中的制度文化建设研究”(2024SJZD002)的阶段性成果。

参考文献

- [1] 张楠. 数字经济背景下电子商务业态高质量发展的策略[J]. 全国流通经济, 2025(10): 16-19.
- [2] 王丽丽, 耿钢. 数字经济背景下电子商务模式发展困境与对策研究[J]. 环渤海经济瞭望, 2022(6): 15-17.
- [3] 訾书克, 郭玲, 王艳威. 乡村振兴战略下农村电商发展的路径研究[J]. 山西农经, 2025(16): 17-19, 89.
- [4] 战燕娜. 数字经济背景下农村电商发展困境及应对策略[J]. 商展经济, 2025(15): 76-79.
- [5] 岳亮亮. 农村直播电商高质量发展策略研究[J]. 淮南职业技术学院学报, 2025, 25(3): 15-17.
- [6] 白洁. 乡村振兴背景下农村电商发展路径研究[J]. 农村经济与科技, 2022(20): 227-230.
- [7] 李萌萌. 新时代背景下农村电商高质量发展路径研究——以平顶山地区为例[J]. 农业开发与装备, 2025(8): 117-119.
- [8] 胡晓辉, 干雨含, 李富昌. 基于多主体参与的农村电子商务高质量发展驱动机制研究[J]. 商业经济研究, 2025(13): 105-110.
- [9] 丁慧鸽. 农村直播电商发展中存在的问题及对策分析[J]. 现代营销(经营版), 2020(13): 166-169.