

农村电商赋能乡村振兴：现实困境、实践模式与优化路径

周 莲

贵州大学马克思主义学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年10月21日；录用日期：2025年11月5日；发布日期：2025年12月9日

摘 要

乡村振兴关乎中华民族伟大复兴。农村电商作为数字技术与乡村产业深度融合的产物，已成为推动乡村振兴的重要引擎。本文聚焦农村电商赋能乡村振兴这一核心议题，系统分析其面临的五大现实困境：专业人才储备不足、产品同质化严重、基础设施建设薄弱、配套服务体系滞后及违法乱象频发；深入剖析了五种代表性实践模式，以揭示不同地区农村电商发展的内在机理；最后从人才培养、品牌建设、基础设施、服务生态和市场监管五个维度，提出系统性优化路径，以期为破解农村电商发展瓶颈、助力乡村振兴提供理论参考和实践指南。

关键词

农村电商，乡村振兴，现实困境，实践模式，优化路径

Rural E-Commerce Empowering Rural Revitalization: Realistic Dilemmas, Practical Models, and Optimization Paths

Lian Zhou

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 21, 2025; accepted: November 5, 2025; published: December 9, 2025

Abstract

Rural revitalization is crucial for the great rejuvenation of the Chinese nation. As a product of the deep integration of digital technology and rural industries, rural e-commerce has become a significant

文章引用：周莲. 农村电商赋能乡村振兴：现实困境、实践模式与优化路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 1110-1119.
DOI: 10.12677/ecl.2025.14123965

engine driving rural revitalization. This paper focuses on the core issue of how rural e-commerce empowers rural revitalization, systematically analyzing five major practical challenges: insufficient professional talent, severe product homogenization, weak infrastructure development, lagging supporting service systems, and frequent illegal activities. It further examines five representative practice models to reveal the underlying mechanisms of rural e-commerce development in different regions. Finally, systematic optimization pathways are proposed from five dimensions: talent cultivation, brand building, infrastructure, service ecosystem, and market supervision, aiming to provide theoretical reference and practical guidance for overcoming the bottlenecks in rural e-commerce development and supporting rural revitalization.

Keywords

E-Commerce, Rural Revitalization, Realistic Dilemmas, Practical Models, Optimization Paths

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

乡村振兴是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务。党的十九大首次提出乡村振兴战略，将其列为决胜全面建成小康社会的七大战略之一，系统阐释了“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”[1]的乡村振兴总要求，为我国乡村发展指明了方向。在此战略指引下，农村电商作为数字技术与乡村产业深度融合的产物，已成为推动乡村振兴的重要引擎。2024年3月，商务部等9部门发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，强调“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]。

学界对农村电商赋能乡村振兴已展开多维度探讨。现有研究既肯定了其在拓宽农民增收渠道、推动农村治理数字化转型方面的积极作用，也剖析了其面临的基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设滞后等共性困境。然而，多数研究对困境成因的剖析仍停留在现象描述，缺乏对深层机理的剖析，导致所提出的优化路径系统性不足。本文旨在采用系统性的分析视角，将人才、产品、设施、服务、监管五大维度视为一个有机整体，剖析其内在联系，并深入解读五种典型实践模式中资源整合、流程优化与系统协同的具体机制，为破解农村电商发展瓶颈、助力乡村振兴提供更具整合性与操作性的参考。

2. 农村电商赋能乡村振兴的现实困境

2.1. 农村电商专业人才储备不足，迟滞产业创新发展进程

农村电商作为数字经济与实体经济深度融合的新兴业态，其高质量发展离不开专业化、复合型人才队伍的支撑。然而，“农村电商人才培养滞后仍然是制约我国农村电商发展的主要因素，特别是既懂得农产品生产，又懂得农村电商业务的复合型、综合型人才更加缺乏”[3]，这一现状严重制约了产业的创新发展。

当前农村电商人才队伍建设面临着多重挑战。从人才供给规模看，农村电商领域存在显著的人才供给不足问题。2020年6月，“中国农业大学智慧电商研究院发布的《2020中国农村电商人才现状与发展报告》预计，2025年，农产品上行电商人才需求缺口将达350万”[4]。该数据充分表明，当前人才培养

速度远远跟不上产业发展需求，人才短缺问题日益凸显。从人才素质结构分析，现有从业人员的整体受教育程度亟待提升。调查显示，当前农产品上行电商从业者中，初中及以下文化程度者占比达 51%，高中文化程度占 32.5%，而大学文化程度仅占 16.5%。这种学历结构分布反映出农村电商领域高素质人才严重匮乏的现状，难以支撑产业向高质量、创新型方向发展。从人才能力构成看，复合型人才尤为稀缺。农村电商不仅需要具备电子商务专业技能的人才，更需要既懂技术又了解农业产业特性的复合型人才。然而，当前人才培养体系往往偏重单一的电商技能培训，缺乏对农业知识的系统传授，导致人才的知识结构难以满足实际需求。从人才流动趋势看，高素质人才向农村电商领域集聚的态势尚未形成。据第五十六次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2025 年 6 月，我国农村网民规模达 3.22 亿人，农村地区互联网普及率为 69.2% [5]。然而，大部分高校电子商务专业毕业生仍将城市地区作为就业首选，基层农村电商领域难以吸引和留住高素质人才。人才从农村向城市流动的“虹吸效应”，进一步加剧了农村电商领域的人才困境。

农村电商人才储备不足的现状对农村电商创新发展形成明显制约。其一，专业人才的缺乏导致电商运营水平难以提升，多数从业者仅能从事基础网店维护工作，缺乏数据分析、品牌打造等深度运营能力。其二，复合型人才缺失阻碍了农产品向标准化网货的价值转化，影响产品上行效率与市场竞争力。其三，创新人才不足限制了直播电商、社交电商、跨境电商等新业态的培育与拓展，使产业难以突破既有发展瓶颈。由此可见，农村电商人才问题不仅是数量上的短缺，更是结构上的错配与能力上的断层，难以支撑农村电商实现从“有”到“优”的转型升级，制约其在乡村振兴中的赋能作用。

2.2. 农村电商产品同质化现象严重，削弱乡村产业经济效益

农村电商作为推动乡村产业振兴的重要力量，其健康发展直接关系到农民增收和农业现代化进程。然而，“同质化程度高、进入门槛低的行业常面临激烈的市场竞争……这在农产品领域体现得尤为明显” [6]，这一现象在农村电商中已演变为制约产业提质增效的突出瓶颈。

当前，农村电商的同质化问题主要体现在两大方面。在产品结构上，各地电商销售的农产品品类较为单一，初级农产品仍占据主导地位，而具有地方特色与文化内涵的深加工、高附加值产品供给明显不足。在经营模式上，不同区域电商主体往往沿用相似的营销策略、视觉包装与推广渠道，缺乏基于本地资源禀赋的差异化定位，导致区域间产业形态趋同。

同质化竞争不仅使农村电商陷入“低水平重复”的发展困境，更从多方面拉低了乡村产业的经济效益。其一，制约价值提升。优质农产品难以通过差异化塑造来实现品牌增值，影响农民持续增收。其二，抑制创新动力。企业在同质低价竞争中往往缺乏投入研发、提升品质与探索新业态的内在激励，致使产业停滞不前。其三，加剧市场波动。在缺乏核心竞争力的背景下，同质化产业抗风险能力较弱，易受外部市场环境变化的冲击。从宏观层面看，产品同质化不仅拉低了农村电商的整体盈利水平，更从深层次阻碍了乡村产业从“规模扩张”向“质量兴农”的转型进程。

2.3. 农村电商基础设施建设薄弱，阻滞农产品流通效率

农村电商的可持续发展依赖于完善的基础设施支撑，“电商平台要想得到快速发展，必须有相对完整的配套网络设施和足以支撑的物流配送网络” [7]。

当前，农村电商基础设施的薄弱环节主要体现在以下三方面。一是交通基础设施建设落后，部分农村地区尤其是偏远山村道路等级偏低，大型运输车辆通行困难，直接影响农产品出村的时效与经济性。二是网络覆盖质量不高，尽管互联网接入范围持续扩大，但部分村落的网络传输速度与稳定性仍有待提升，限制了直播带货等实时营销模式的应用。三是物流配送体系不完善，快递服务未实现行政村全面覆

盖，“最后一公里”配送成本高、效率低。同时，冷链物流设施严重缺失，导致生鲜农产品损耗率高，极大限制了其销售半径与市场拓展空间。

上述薄弱环节共同制约了农产品的整体流通效率。交通不畅导致运输时间延长与成本抬升；网络质量不高影响线上交易体验与营销创新；物流体系不健全则直接造成流通环节增多、损耗加大，尤其制约了高附加值生鲜产品的发展。这些因素共同形成了农产品上行的系统性障碍，削弱了农村电商的市场连接能力与价值创造潜力。

2.4. 农村电商配套服务体系滞后，阻碍产业可持续发展

农村电商的持续健康发展，离不开完善的配套服务体系作为支撑。当前，农村电商配套服务体系的整体滞后已成为制约产业迈向专业化、规模化的又一重要障碍。

农村电商在配套服务方面的短板主要体现在以下几个方面。一是金融服务存在供给不足问题，中小经营者普遍面临融资约束。“农村电商为了扩大经营和生产需要融资，但是由于加工厂无房无地，加工设备价值不高，因此很难通过抵押的形式得到贷款”，加之“配套的融资方案和信用评估体系建设还没有建立”[8]，导致经营者难以支撑其规模扩张与能力提升。二是技术支持体系薄弱，缺乏专业的运营指导与数字化工具，制约电商业务向精细化方向发展。三是信用体系不健全，信息不对称加剧了交易不确定性，推高了市场信任成本。

这些服务短板的叠加，从多维度制约了农村电商的可持续发展。金融服务供给不足限制了产业规模的扩大和商业模式的创新，使经营者难以突破发展瓶颈；技术支持服务的缺失降低了运营效率，阻碍了产业的专业化升级进程；信用体系的缺位增加了交易成本和违约风险，影响了市场的健康运行。这些因素相互交织，形成了制约农村电商可持续发展的系统性障碍，亟需通过完善服务体系来突破发展困境。

2.5. 农村电商违法乱象频发，扰乱健康有序市场环境

农村电商的规范发展需要健全的法律环境与良好的市场秩序作为保障。“农村电商从业者普遍法律意识薄弱，违约、侵权等现象情况较为普遍”[9]，反映出该领域在法治化建设中仍存在明显短板。

农村电商中出现的违法乱象同样呈现多样态势。在产品宣传方面，部分经营者通过夸大产品功效、使用绝对化宣传用语等方式进行虚假宣传，误导消费者决策。在知识产权领域，擅自使用他人注册商标、盗用产品图片、抄袭商品描述等侵权行为时有发生。在交易环节，部分经营者存在随意取消订单、拖延发货、不履行售后服务承诺等违约行为。在产品质量管控方面，以次充好、销售不符合安全标准农产品等现象仍然存在。此类违法乱象的滋生，既归因于部分从业者法律素养欠缺，也与农村电商监管体系不完善密切相关。

各类违法乱象严重扰乱了市场秩序，阻碍了农村电商的有序健康发展。违约行为直接侵害了消费者合法权益，降低了市场交易效率；侵权行为挫伤了创新主体的积极性，阻碍了产业良性发展；虚假宣传和质量问题则严重损害了农村电商的整体信誉，削弱了消费者对线上购买农产品的信任度。违法乱象若不能得到有效治理，不仅会制约农村电商的可持续发展，更会影响乡村振兴战略的扎实推进。

上述五大现实困境，清晰地揭示了农村电商在赋能乡村振兴过程中所面临的系统性挑战。为破解这些共性难题，全国各地农村电商结合自身禀赋，展开了卓有成效的实践探索，形成了多种富有启示的典型模式。

3. 农村电商赋能乡村振兴的实践模式

2023年8月，市场监管总局网监司印发的《发挥示范引领促进农村电商高质量发展的指引》[10]，

标志着我国农村电商从自发探索阶段迈入规范化、系统化推广的新阶段。《指引》通过系统总结全国东中西部地区的十种典型模式，为各地提供了多元化、可复制的路径参考，集中体现了“因地制宜、分类指导”的科学发展理念。以下选取其中五种全国展播的典型模式展开剖析，以揭示农村电商赋能乡村振兴的内在机理。

3.1. 四川蒲江：“特色产业 + 农业社会化服务”模式

农村电商在发展过程中普遍面临产品标准化程度低、服务支撑不足与市场秩序不规范等共性问题。四川省蒲江县以茶叶、柑橘、猕猴桃三大特色产业为核心，探索构建了“特色产业 + 农业社会化服务”的农村电商发展模式，形成了一套系统化、可复制的解题路径。

该模式围绕四大关键环节构建起完整的运行体系。一是夯实产业与品牌根基。在产业端，采取“小农户、大园区”的方式集中连片发展，提升产业集中度。在标准与品牌端，制定《蒲江县地理标志保护管理办法》等区域性地方标准和内控标准，实现地标产品标准化生产管理全覆盖。此外，坚持塑造地标产品品牌，其打造的“蒲江雀舌”品牌成功入选首批受欧盟保护名单。二是培育专业服务组织。成立蒲江县农业社会化服务产业联合会，以整合服务资源、统一服务标准。同时，大力培育丑柑、猕猴桃、冷链商会等行业协会，以及农技、植保、农机、劳务等专业服务队，实现三大主导产业社会化服务全覆盖。三是创新监管机制。为规范电商发展，蒲江县一方面与北京 360 公司合作，对地标产品上市时间进行网上预警；另一方面则与杭州市余杭区签署协议，通过构建网络监管系统来推动跨区域协作监管。此外，率先开展电商领域“信用沙盒”监管试点，对纳入“沙盒”的企业实施包容审慎监管，并依据《蒲江县电子商务领域信用建设联合奖惩实施方案》，对损害品牌形象的主体实施联合惩戒。其四，构建高效物流体系。落地菜鸟数字农业中心、水果电商物流中心，形成逾 20 万吨的全冷链仓储配送能力。同时，建立起覆盖县乡村三级物流服务网络，保障“农产品进城”和“工业品下乡”的双向流通。

截至 2022 年，蒲江县电商经营主体达 6558 家，农产品网络零售额突破 30 亿元，电商产业链带动就业 3 万余人，占全县人口 11%，并通过分包劳务实现人均日增收近 300 元^[11]。该模式的成功实践表明，农村电商高质量发展必须依托坚实的产业基础、完备的服务支撑、精准的行业监管与畅通的物流体系，为同类地区提供了可复制的系统经验。

3.2. 江西安远：“数字 + 乡村”五位一体模式

在数字乡村与电子商务融合发展的背景下，如何系统推进数字技术融入乡村产业、物流与治理体系，已成为乡村振兴的重要命题。江西安远县依托数字乡村试点与电子商务进农村示范县政策优势，探索构建“智慧园区 + 智运快线 + 数字平台 + 村红村播 + 诚信规范”五位一体的“数字 + 乡村”发展模式，有效促进城乡要素对接，为赣南苏区振兴提供了新路径。

该模式围绕五个协同维度系统展开。一是建设智慧物流园区，夯实基础设施。安远县投资建设集电商快递物流园、智能分拣中心、冷链物流中心于一体的智慧园区，盘活镇村交通场站资源，布局乡镇分仓与村级基站，建设多功能的仓配物流网络，以优化社会供应链整体效率。二是创新应用“智运快线”，破解末端配送难题。通过近地低空索道与穿梭机器人构建绿色智慧物流通道，实现智能化、无人化运输，满足城乡物流“少批量、多批次”的运输需求。三是运营系列数字平台，构建商贸生态链。开发运营“智运商城”、“智运云店”等数字平台，推动“互联网+”农产品出村进城，实现从生产端到消费端的精准对接，进而有效降低销售成本，增加农民收入。四是实施“万名网红”计划，培育数字新农人。建立覆盖县、乡、村的培训体系，实施“村红村播”培养计划，培育专业、诚信、知法、守法的网红新农人，打造出一批本土直播带货达人。五是创建“诚信规范”园区，优化发展环境。为促进县域网络经济又好又快

发展,县市场监管与商务部门协同开展“诚信规范电商示范园”创建工作,通过推动“入园主体、经营管理、消费维权、诚信建设、商品管控、非公党建”六个方面的规范建设,以实现商品提质、交易放心与维权高效的目标。

安远县“五位一体”模式实现了数字技术与乡村发展的系统融合,有效促进了产业振兴、物流畅通与治理提升。该实践表明,农村电商的持续发展有赖于硬件设施、智慧物流、数字生态、人才队伍与诚信环境的协同共建,为同类地区推动数字赋能乡村振兴提供了可复制的系统解决方案。

3.3. 陕西武功：“买西北卖全国”集散模式

在构建全国统一大市场的战略背景下,如何依托区域节点优势整合分散的农产品资源并实现高效流通,成为农村电商发展的关键议题。陕西省武功县凭借连接西北与中东部的区位优势,创新打造“买西北卖全国”集散模式,为节点型县域发展农村电商提供了重要参考。

该模式围绕三大支柱系统构建。在基础支撑层面,系统构建了组织、政策、资金、人才与环境五位一体的保障体系。具体而言,设立专项领导机构与服务中心、出台配套扶持政策、投入专项资金、实施“新农人”培养与“青桃云客”计划等人才项目,建设运营中心、孵化基地与直播载体,夯实发展根基。在核心基层层面,重点实施了三大工程。一是建设整合物流企业的县镇村三级物流与服务体系;二是健全质量安全追溯体系并培育本土农产品电商品牌;三是搭建县级大数据平台并培育“雁阵式”发展的龙头企业集群。在服务保障层面,推行“服务型执法”,通过整合技术资源与编制服务清单,为电商企业提供全职能、全链条的“一站式”营商环境优化服务。此外,通过实地走访、检验检测、费用减免、技术支持和培训等方式,有力助推了农村电商发展。

2022年,武功县电商年销售额位居西部县域首位,成功打造了西北农产品电商企业聚集地和物流集散地。该模式表明,非资源原产地区域可通过发挥区位优势,构建完善的政策体系、物流网络与服务平台,成为区域性资源整合与流通枢纽,为类似县域发展农村电商提供了可行路径。

3.4. 山东梁山：“寄递 + 商贸 + 电商”模式

在全面推进乡村振兴的背景下,如何有效整合分散的乡村资源、打通工业品下乡与农产品进城的双向流通渠道,是亟待解决的现实问题。山东省济宁市梁山县通过统筹寄递、供销、商务、农业农村等多方资源,探索出“寄递 + 商贸 + 电商”三网融合服务模式,构建起多方共建共享的新机制,有力推进了乡村寄递物流业的高质量发展。

该模式通过顶层设计与基层创新相结合,系统推进三网融合。一是强化顶层设计与基础设施整合。建立“领导小组 + 工作专班”推进机制,出台专项实施方案,由邮政管理部门牵头协同多部门资源。此外,以“园区化”思路建设县级物流与供销集配中心,整合多家物流企业与数万商贸单品,推进自动化分拣与冷链体系建设。二是推动末端网点多功能化与双向引流。依托每日快递流量,将镇村站点改造为综合服务节点,建成配套的乡镇服务站与村级网点,形成集“快递收发 + 商超零售 + 电商服务 + 金融保险”于一体的8小时配送圈,实现了双向流通与网点自我造血。三是统筹电商网络与区域品牌建设。积极搭建线上云直播、众智优选等电商服务平台,建立直播基地,发展电商团长。同时,参与区域公用品牌“济宁礼食”建设,打造特色农产品品牌,并实现与县级公共物流配送中心及商贸流通企业的对接,使大量农产品得以线上销售,卖得更远更好。

梁山县通过“三网融合”,实现了信息流、商品流与资金流的系统集成,有效激活县域商业生态。该模式表明,破解乡村流通瓶颈需打破部门界限,以共建共享推动设施、流量与服务的深度融合,从而构建一个高效、普惠、具有内生活力的县域商业体系。

3.5. 福建永泰：“‘硬’实力 + ‘软’环境”模式

在农村电商成为推动县域经济重要抓手的背景下，如何通过完善基础设施与优化发展环境来激发产业活力，是许多县域面临的共同课题。福建省永泰县着力构建的“硬”实力与“软”环境相结合的模式，通过持续推进农村电商发展，推动大批优质特色农产品登上直播平台，为乡村产业转型升级提供了有效支撑。

该模式围绕硬件支撑与软件服务两个维度协同发力。一是抓实硬件建设，畅通物流网络。永泰县扎实推进县乡村三级物流配送体系建设，作为核心环节的县级物流仓储配送中心大楼，目前已完成验收工作，即将正式投入运营，为电商发展提供了坚实的物理空间支撑。二是优化软件环境，赋能人才与降低成本。在服务端，永泰县持续向有电商从业意愿的群体提供涵盖直播技能培训、产品推介、资源对接等在内的一体化服务，并通过举办“永泰乡村网红大赛”等方式，着力培育本土电商创业带头人。在成本端，该县联合邮政公司构建了“农e邮”快递平台，推行“邮政优惠 + 电商补贴”方式，达成了快递首重一元直邮全国的成本优化目标，极大地降低了电商运营的物流成本。

通过“硬实力”与“软环境”的双轮驱动，永泰县农村电商产业呈现出火热的发展势头。截至2022年11月，仅“农e邮”平台就已完成寄件67.8万件，为当地节约物流成本约590万元^[12]。该模式表明，县域农村电商的可持续发展，既需要物流中心等硬件设施作为“骨骼”，也需要人才培养、成本补贴等优化服务的“血肉”来填充。

综合五大模式实践可见，农村电商赋能乡村振兴正从单一要素突破向系统集成演进。这一特征在各地差异化探索中尤为鲜明：四川蒲江聚焦特色产业、江西安远推动数字融合，陕西武功整合区位优势、山东梁山促进三网协同、福建永泰强化硬软双驱，各县均立足县域资源禀赋精准定位，不仅有效破解了产品标准化不足、流通不畅、成本过高等共性问题，更通过体制机制创新推动产业、物流、人才、监管等要素高效协同，为乡村振兴注入强劲动力。

4. 农村电商赋能乡村振兴的优化路径

针对当前农村电商发展面临的人才短缺、产品同质化、基础设施薄弱、服务体系不完善及市场秩序不规范等现实困境，亟需从系统性、整体性角度出发，构建科学的、全方位的优化路径体系，以充分发挥农村电商在乡村振兴中的赋能作用。

4.1. 构建多元化人才培养体系，强化产业创新人才支撑

为有效破解农村电商在人才规模、结构、能力等方面的系统性困境，亟需构建政府、高校、企业与社会多方协同，涵盖引进、培育、激励与配置全流程的多元化人才支撑体系，为农村电商的持续创新与高质量发展夯实人才基础。

一是建立政校企协同育人机制，培育复合型电商人才。构建“政府引导、高校育人、企业用人”的协同培养模式，可借鉴陕西武功县与省电商协会合作建立培训基地、与多所高校签署校政合作协议的经验，形成产学研用一体化的人才培养链条。具体而言，由地方政府牵头制定农村电商人才培养规划，职业院校开设农产品电商运营、农村品牌策划等实用课程，电商平台企业则提供实习实训基地，实现人才培养与产业需求的精准对接。

二是实施精准化人才引育工程，优化人才队伍结构。坚持引进与培育并重，着力扩大人才规模、提升人才质量。在引进方面，可参考福建永泰县通过举办网红大赛吸引人才的做法，完善人才回流与激励机制，通过创业扶持、住房保障等政策，吸引高校毕业生、返乡青年及城市电商人才下沉农村。在培育方面，借鉴江西安远县实施“万名网红”计划建立覆盖县乡村培训体系的经验，开展分层分类常态化培

训，系统性提升从业人员专业素养。

三是建设农村电商人才信息库，促进人才资源优化配置。建立涵盖电商运营、内容创作、营销推广等专业领域的人才数据库，实现人才信息的动态管理与精准匹配。可参考陕西武功县培育“雁阵式”发展企业集群的做法，完善以能力与绩效为导向的人才评价与激励机制，激发各类人才的创新活力，为农村电商创新突破与产业升级提供持续智力支持。

4.2. 实施差异化的品牌与品质提升战略，破解产品同质化困境

针对当前农村电商普遍存在的产品同质化、品牌辨识度低、价值链延伸不足等问题，应系统推进以特色化、优质化、品牌化为导向的转型升级，从源头破解低水平竞争困局，全面提升农村电商的产业附加值与发展韧性。

一是资源禀赋型地区应深耕地理标志品牌，强化原产地信任。以四川蒲江为例，此类地区应聚焦特色农产品的标准化与品牌化建设。首要任务是制定严格的区域标准和质量追溯体系，实现地标产品标准化生产管理全覆盖。在此基础上，着力打造具有影响力的区域公用品牌，通过跨区域协作严厉打击侵权行为，并利用绿色认证等提升产品附加值，实现从“卖原料”到“卖品牌”的转变。

二是交通枢纽型地区应打造平台型供应链品牌，突出集散价值。以陕西武功为例，此类地区应弱化农产品原产地局限，转而强调其作为区域集散中心的供应链整合与服务能力。核心策略是塑造具有市场认可度的平台型品牌，通过构建严格的质量安全追溯体系和完善的供应链服务标准，确保所整合产品的品质稳定性。品牌宣传上应侧重于高效物流、优选集散和品质保障，在消费者心中树立区域集散中心的认知。

三是推动产业链延伸与数字化溯源，全面提升产品附加值。支持各类地区的新型农业经营主体发展农产品精深加工，创新开发多元化产品。同时，建立健全从生产到销售的全链条质量追溯系统，实现农产品来源可查、去向可追、责任可究，为品牌建设奠定坚实的信任根基。

4.3. 完善基础设施体系建设，打通产品流通堵点

为破解农村电商在交通、物流与网络等基础设施方面存在的系统性短板，应着力构建贯通县乡村、覆盖线上线下、融合硬件软件的现代化基础设施体系，有效支撑农产品高效流通与电商业态持续创新。

一是构建高效协同的县乡村三级物流网络，畅通农产品流通渠道。建立以县级物流中心为枢纽、乡镇配送站为节点、村级服务点为终端的三级物流体系。在此过程中，“物流企业可以就农村电商的运输、收发和仓储设施以及线上系统的建设与投资企业和金融机构进行融资合作，以获得更多资金来完善硬件设施”[13]，从而有效解决“最后一公里”配送难题，系统性降低物流成本，提升整体流通效率。

二是加强冷链物流设施建设，保障生鲜产品品质。面对“冷链物流是生鲜农产品最需要也是最薄弱的环节”的现实，需要“增加冷链物流技术研发，建设与冷链物流相对应的仓储、包装以及配送等基础设施，提高冷链物流运输能力和水平”[14]，最大程度保障生鲜产品品质。

三是推进农村网络基础设施升级，夯实电商数字化基础。持续实施农村网络提升工程，重点提升网络带宽与传输稳定性，满足直播电商、社区团购等实时交互业态对高质量网络的需求。同步加强村级电商服务站点建设，整合网络接入、技术培训等功能，切实缩小城乡数字鸿沟，为农村电商创新发展提供基础支撑。

4.4. 健全社会化服务体系，优化产业发展生态

为有效破解农村电商在金融服务、运营支持与信用监管等方面的系统性短板，亟需构建覆盖全面、

响应高效的社会化服务体系，以良好产业生态支撑农村电商可持续发展。

一是创新农村电商金融服务，突破融资瓶颈。开发适应农村电商轻资产、小规模特征的专项信贷产品，完善政府性融资担保与风险补偿机制，切实降低融资门槛。同时，积极探索基于订单、仓单与供应链的金融模式，为电商主体提供覆盖生产、仓储、销售全链条的综合性金融服务，助力企业成长。

二是培育专业化电商服务商，提升运营效能。落实“以县域为中心，由商务部门牵头，逐步建立农村电商社会化服务体系，为区域农村电商从业者提供优惠的有偿服务”[15]的路径，积极引导电商营销策划、视觉设计等专业服务机构发展，为农村电商提供市场化、专业化的技术与管理支持。此外，同步建设县域电商公共服务平台，整合政策咨询、技能培训与业务指导等功能，构建一站式服务窗口，降低电商创业与运营成本。

三是构建信用评价与质量监管体系，筑牢发展根基。建立农村电商经营者信用档案与分级评价机制，强化守信激励与失信约束。在质量监管方面，推动农产品标准化生产与溯源体系建设，实现从生产源头到消费终端的全链条质量可控、责任可溯，为农村电商营造诚信、安全、有序的市场环境。

4.5. 强化市场监管与法治保障，营造优良营商环境

针对当前农村电商中存在的虚假宣传、侵权违约、质量失信等违法乱象，必须从监管与法治两端协同发力，系统构建稳定公平、透明可控的营商环境，为农村电商的健康有序发展提供制度与法治保障。

一是完善电商监管体系，强化执法协同。“在通过法律规制手段对农村电子商务经济进行监管的同时，也不能忽略了政府的行政规制手段的监管方式”[16]。在法律层面，明确农村电商各环节的责任主体与行为边界；在行政层面，强化对行政执法人员的培训，提升对违法行为的发现与惩处效率，切实规范市场秩序。

二是加强法治宣传教育，提升从业者合规意识。针对农村电商从业者法律意识普遍薄弱的问题，应持续开展电子商务法、消费者权益保护法、农产品质量安全法等专项普法活动，增强其法治观念与契约精神。同时，健全电商纠纷多元化解机制，畅通投诉举报渠道，推动平台企业完善内部争议处理程序，切实保护消费者合法权益，营造诚信、公平的交易氛围。

三是建立健全行业标准体系，引导产业规范发展。加快制定适用于农村电商的产品质量、服务流程与数据安全等标准，完善市场准入与退出机制。此外，要积极发挥行业协会在自律管理、诚信评价与行业监督中的作用，引导经营者自觉守法、诚信经营，推动农村电商从粗放增长转向规范、专业的高质量发展阶段。

通过构建多元化人才培养体系、推动产品差异化发展与品牌建设、完善基础设施体系建设、健全社会化服务体系以及强化市场监管与法治保障等系统性措施，形成相互支撑、协同推进的优化路径体系，能有效破解农村电商发展困境，充分发挥其在乡村振兴中的赋能作用，推动乡村产业实现高质量发展。

5. 结语

农村电商是数字经济时代推动乡村振兴的重要力量，是一项涉及产业基础、服务体系、基础设施、人才支撑与治理机制等多维度的系统工程。本文系统剖析了农村电商面临的五大现实困境，总结了五种具有代表性的电商实践模式。这些模式的成功经验表明，农村电商的发展路径具有多样性，成功的关键在于立足本地资源禀赋，构建符合自身特点的发展生态。面向未来，推动农村电商高质量发展，需要坚持系统思维，通过构建多元化人才培养体系、推动产品差异化发展与品牌建设、完善现代物流基础设施、健全社会化服务体系、强化市场监管与法治保障，充分发挥农村电商在促进农业升级、带动农民增收、繁荣乡村经济中的赋能作用，为全面推进乡村振兴提供持续动力。

参考文献

- [1] 论“三农”工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2022: 277.
- [2] 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[J]. 财会学习, 2024(10): 1-2.
- [3] 钱俊. 乡村振兴战略视野下农村电商的发展与人才培养研究[J]. 农业经济, 2018(11): 108-110.
- [4] 2025 年人才缺口将达 350 万[N]. 人民邮电, 2020-06-12(007).
- [5] 金歆. 我国网民规模达 11.23 亿人[N]. 人民日报, 2025-07-22(001).
- [6] 陈雷. 农村电商发展的瓶颈与破局[J]. 人民论坛, 2020(10): 72-73.
- [7] 朱品文. 农村电商发展困境及对策分析[J]. 商业经济研究, 2016(10): 68-69.
- [8] 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.
- [9] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [10] 光明日报. 市场监管总局印发指引促进农村电商高质量发展[EB/OL].
https://www.samr.gov.cn/wljys/sjdt/art/2023/art_500cf9531a06416e92831af75cfb4187.html, 2023-08-25.
- [11] 市发改委. 蒲江县: 探索“特色产业 + 农业社会化服务”, 农村电商模式推动乡村振兴[EB/OL].
https://cddrc.chengdu.gov.cn/cdsfzgwg/gycs010/2024-09/14/content_c98c63dda3124a04a64019f36787c451.shtml, 2023-10-16.
- [12] 福州日报. 永泰农特产搭上“电商快车” [EB/OL].
https://www.yongtai.gov.cn/sjwz/shfgfgg/dxjy/202212/t20221227_4513637.htm, 2022-12-27.
- [13] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.
- [14] 路标. 农村电子商务推动乡村振兴的动力机制与发展路径研究[J]. 农业经济, 2019(12): 129-130.
- [15] 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.
- [16] 段莹, 张迪. 浅析互联网背景下农村电商法律风险防范对策[J]. 农业经济, 2024(11): 141-142.