

乡村振兴战略下农村电商的高质量发展路径探索

李梦晗

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年10月30日; 录用日期: 2025年11月14日; 发布日期: 2025年12月11日

摘要

乡村振兴战略背景下, 农村电商作为数字经济赋能乡村产业发展的关键载体, 在拓宽农产品流通渠道、激活乡村经济活力等方面发挥着重要作用。当前, 我国农村电商呈现市场规模稳步扩张的发展态势, 但同时也面临众多现实问题, 包括农产品供给与市场需求的结构脱节, 专业人才的缺乏, 政策上产业引导的缺失, 物流效能低下等。本文基于农村电商发展实际, 梳理其发展现状, 剖析核心问题, 发现应当从需求导向优化生产布局、分层培育专业人才、强化政策协同支持、升级物流基建体系四个维度探索农村电商高质量发展路径, 为其更好助力乡村振兴战略落地提供实践参考。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 高质量发展

Exploration of the High-Quality Development Path of Rural E-Commerce within the Rural Revitalization Strategy

Menghan Li

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: October 30, 2025; accepted: November 14, 2025; published: December 11, 2025

Abstract

In the context of the Rural Revitalization Strategy, rural e-commerce, as a key carrier for the digital economy to empower the development of rural industries, plays an important role in broadening the circulation channels of agricultural products and activating the vitality of the rural economy. At

present, China's rural e-commerce is showing a development trend of steady expansion of the market scale, but at the same time it is also facing many practical problems, including the structural disconnection between the supply of agricultural products and market demand, the lack of professional talents, the absence of industrial guidance in policies, and low logistics efficiency. Based on the actual development of rural e-commerce, this paper systematically combs through its development status, analyzes core issues, and finds that high-quality rural e-commerce should be explored from four dimensions: demand-oriented optimization of production layout, hierarchical cultivation of professional talents, strengthening policy coordination support, and upgrading of logistics infrastructure system. This development path provides a practical reference for it to better help the implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, 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. 问题的提出

党的十九大以来,为推动新时代“三农”工作高质量发展,全面建成小康社会,乡村振兴战略扮演着重要角色,在农村经济、农民收入提高、农村环境综合整治等方面取得了巨大收获。随着近年来科技的飞速发展,农村电商出现在人们的视野,作为高效、快速的线上零售平台,是农村经济发展的关键形态,是乡村振兴的重要法宝。在拓宽农产品流通渠道、缩小城乡发展差距等方面发挥着重要支撑作用,当前我国农村电商市场规模持续扩张,在政策引导与市场驱动下取得阶段性发展成效,但实践中仍面临诸多现实阻碍,包括农产品供给与市场需求的结构性脱节、专业运营与技术人才匮乏、政策配套保障滞后、物流短板、区域发展不平衡等问题既限制了农村电商的可持续发展,也在一定程度上影响其对乡村振兴战略的支撑效能,基于此,本文立足农村电商发展实际,梳理发展现状,系统剖析核心问题,探索适配乡村振兴需求的高质量发展路径,助力农村电商更好对接乡村振兴战略目标,激发农村经济发展活力。

在此之前,学界关于农村电商的研究共识主要有三方面,一是沙彤彤(2025) [1]与余花(2025) [2]共同提到,政策、人才、物流是制约农村电商高质量发展的核心要素,二是宋长鸣(2025) [3]等人进一步提出农村电商可通过数字技术打破信息壁垒,破解传统农产品“产销错配”难题,三是向雪(2025) [4]等人则补充强调,数字技术本身也是农村电商的重要赋能工具,与宋长鸣(2025) [3]等人的观点形成呼应。与此同时,学界也存在两方面分歧:在供需错配根源上,有学者归因于农村信息渠道单一[2],有学者则认为核心是生产端标准化程度不足[4];在发展路径优先级上,部分学者主张以技术赋能为优先[4],有些学者侧重政策协同的基础作用[1],还有部分学者则聚焦人才引留这一关键短板[5]。

与既有研究相比,本文提出“需求优化-人才培育-政策协同-物流升级”的系统路径:既通过“需求优化”回应供需错配根源分歧,又以多维度协同化解路径优先级争议,最终为农村电商的区域差异化发展提供实践支撑。

2. 农村电商与乡村振兴

2.1. 农村电商的内涵与发展历程

农村电商 2014 年首次被写入中央一号文件,成为推动农业农村经济发展的重要举措。农村电商是以

三农为服务目标的电子商务平台，数字经济背景下互联网技术与农村经济深度融合的产物，凭借网络资源的整合拓展农业农村信息服务，完成线上交易、支付以及售后服务，使农产品广泛流通，农民收入提高，同时，独特的农产品和乡村文化增强了消费者与农民之间的链接，开辟出电商发展路上一道独特的风景线。

农村电商大致经历了三个发展阶段：萌芽探索期、快速成长期以及蓬勃发展期。萌芽阶段，以“金农工程”和集诚现货网为起点，多由政府主导推动，企业、农民自发参与度低，发展比较滞后。伴随着互联网技术普及，生鲜电商平台逐渐发展并且在我国范围内出现了大量的淘宝村，农户自主经营，农村电商进入了快速成长期。近十年来，农村电商迎来了蓬勃发展期，国务院及多部门为了加大对农村电商的工作部署，出台多个有利于电子商务发展的政策，2022年、2023年中央一号文件分别针对“数商兴农”工程的实施提出相应意见，强调各地区应加强对数据资源以及数字技术的开发，赋能农村电商，提升农村电商智能化、数字化水平[5]。随着多起政策的落地，农村电商工作也呈现出光明的未来。

2.2. 乡村振兴战略的政策概念

马克思主义中国化成果是中国共产党将马克思主义基本原理同中国具体实际情况相结合的产物，其中习近平新时代中国特色社会主义思想立足于新时代社会主要矛盾变化，提出“乡村振兴战略”，强调“农业农村优先发展”。针对农村经济建设方面，提出“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”总要求，并将农村经济发展纳入“五位一体”总体布局[1]。乡村振兴战略是推动“三农”工作的重要抓手，致力于通过促进农村经济发展，提升农村居民生活质量与民生福祉，实现农村社会的全面发展。乡村振兴的根本目的不在于“物化”乡村社会发展，而在于把人塑造成综合素质好、社会关系丰富的“自由解放”的个体。归根到底是要解决好“人”的问题，共享乡村现代化发展成果，促进广大乡村个体实现全面发展[6]。

3. 农村电商发展现状

3.1. 发展规模：市场体量与增长态势

当前，我国农村电商呈现出市场规模持续扩张的良好态势，农村网络零售已成为满足农民需要、拉动乡村产业发展的重要力量。农业农村部数据显示，2023年，我国农村网络零售额达2.49万亿元，比2022年的2.17万亿元上涨了14.75%。2014~2023年，农村网络零售额一直保持较快增长态势，年均复合增长率达30%[4]。相较于城市发展水平，农村电商的市场覆盖率仍处低位，从发展前景来看，伴随农村基础设施的持续优化与农民对电商平台认知的提高，农村电商领域市场潜力巨大。

3.2. 发展模式：多元化创新发展

从发展模式上来看，社交电商模式、社区团购模式出现在大众视野，打破了传统单一的电商模式，农产品销售路径呈现多元化。社交电商模式就是通过微信视频号、快手、抖音等社交平台进行直播带货或者社群团购，而社区团购模式是指用美团优选、多多买菜等平台，以社区邻里关系为桥梁，搭建农产品销售渠道，不仅方便消费者购买，且大大降低了成本。

3.3. 发展环境：持续优化电商环境

自农村电商兴起以来，政府不断对有利于农村电商发展的政策进行更新迭代，持续优化农村电商发展环境。比如中央1号文件几年来均提出农村电商发展的文件：2020年指出扩大电子商务进农村覆盖面；2021年提出深入推进电子商务进农村和农产品出村进城；2022年指出重点发展农产品加工、乡村休闲旅

游和农村电商等产业；2023年提出深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式；2024年指出实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售[3]。其他各类相关支持文件也纷纷发布，助力农村电商高质量发展。

4. 农村电商发展的核心问题剖析

4.1. 供需错配之困：农产品供给与市场需求的结构性脱节

农产品供给与市场需求的结构性脱节，是当前农村电商高质量发展面临的核心问题之一。农村电商近年来虽一直快速发展，但农户们对市场需求不敏感，缺乏消费者对农产品需求的数据调研，导致部分农产品滞销，一定程度上阻碍农村电商高质量发展。一方面，农户们基于传统种植经验，缺乏与现代消费者需求的结合思维，农产品打不出差异化、特色化，在电商平台上呈现效果不佳，缺乏核心竞争力，因此常常出现“丰产不丰收”的情况；另一方面，随着社会发展，消费者对高品质有机产品、品牌化农产品的需求持续增长，而农户往往不能精准研判这一点，且不具备相应的打造标准化特色化农产品能力，导致供给不足，难以满足市场需求。信息不对称是导致供需错配的重要原因。农村地区信息传播渠道相对单一，农户们难以通过有效途径获取市场实时需求信息、消费偏好变化等关键数据，导致生产决策具有盲目性。以赣南脐橙这一典型的国家地理标志产品为例，2023年末国内柑橘类农产品供给大于需求，该品类产品整体供给规模远超市场消化能力，导致赣南脐橙出现区域性滞销难题，从事脐橙种植的农户因产品变现受阻，面临一定的经济损失。

4.2. 人才支撑之弱：专业人才匮乏与引留环境短板

专业化的电商人才是农村电商持续发展的重要基础。但与城市相比，农村年轻人基数偏少，整体教育水平相对较低，既缺乏系统的电商专业知识培训，电商审美素养也有待提升；同时，农村电商专业从业人员数量不足，专业技术能力亦存在短板，尤其在后台数据的分析、管理与运营等核心环节能力欠缺。统计数据表明，截至2023年6月，农村网民中至少掌握一种中级数字技能的比例仅为39.5%，后者主要指能够使用数字化工具制作、加工、处理数字化资源的技能[7]。这些问题叠加，导致农村电商人才供给难以满足产业发展的实际需求，限制农村电商高质量发展。结合近年相关报告与统计数据，当前农产品电商从业者以中等文化水平为主，初中及高中文化程度占比超八成，但多数具备高等学历、掌握电商专业技能的人才，不愿投身基层农村电商发展，一是因为农村地理位置太过偏僻，发展前景不理想，二是因为农村整体经济发展相较城市而言缓慢，三是农村整体教育、医疗、娱乐等环境落后，达不到引进电商人才的目的。

4.3. 政策支持不足：配套保障落地滞后与产业引导缺失

政策支持不足是农村电商发展面临的重要制约因素。一是政策支持存在精准性不足与落地滞后双重问题。我国农村的产业基础、农产品特色及经济发展水平存在显著差异，但现有农村电商扶持政策多以宏观引领为主，缺乏对不同区域、不同经营主体的差异化适配，导致扶持针对性不强；农村电商发展需要网络基础设施、物流配送、金融服务等多方面的配套支持，但在现实执行中存在流程繁琐等一系列问题，配套保障落地缓慢。例如，农村网络基础设施虽然实现了全覆盖，但部分偏远地区网络速度慢、稳定性差，难以满足电商运营的需求。二是在产业引导方面，政策缺乏对农村电商产业集聚的有效引导。当前农村电商产业布局分散，缺乏规模化的农村电商产业园、产业集群和龙头企业带动，导致资源配置效率低下。部分地方政府在制定农村电商发展政策时，缺乏因地制宜的规划思维，每个地区差异较大，却推进部分重复性项目发展，导致政策缺乏针对性和可操作性，难以实现农村电商差异化、特色化的发

展格局。

4.4. 物流效能之滞：末端配送梗阻与设施技术短板

物流配送体系不完善是农村电商发展的重要短板。2023年，中国标准化研究院联合中国新食消费论坛召开专题会议，会议指出，现阶段我国虽然基本建成了相对快捷高效的农产品供应网络，但相关服务水平较低、管理能力较弱、标准化体系不健全等问题依然存在[2]。与城市相比，农村地区地域广阔、人口分散、交通不便，构建高效的物流配送网络难度大、成本高，导致农村电商物流存在“最后一公里”配送难题，物流效能低下。一方面，农村物流设施不成体系，主要是由一些小型公司或个体运输户进行运输配送，运输效率低且运输工具简陋，不具有长期稳定性，不能形成长期标准化、规模化，运输成本也是省不下来；另一方面，从农产品品类方面来说，部分农产品需依托冷链物流技术，冷链物流技术跟不上会导致农产品的损坏，价值降低，但部分农村地区仍然存在冷链物流技术滞后问题，农村电商优势被弱化。

5. 破局路径：农村电商发展的系统对策

5.1. 需求导向：依托电商平台构建农产品生产的精准布局体系

要想破解农产品供需错配问题，关键在于建立一个以市场需求为导向的农产品生产和销售体系，实现产销精准对接。电商的本质是互联网平台，可以有效容纳市场上的信息，利用数字信息技术进行整合传播，为农村地区的居民消费活动和生产过程提供有效参考，反之，在电商平台的供应端，企业也能及时捕获消费者的需求动态，进而制定符合市场供需的生产计划[4]。

5.1.1. 农村电商发展依托技术应用

首先解决信息不对称问题，应在农村电商发展过程中应用数据分析、物联网、AI等技术提升效率，让农户们不再只是发展“农业”，而是利用好互联网，让互联网和农业相结合，依托数据分析技术剖析消费者偏好，实现农产品供需平衡，让农户享受科技带来的便利，更好为农村电商高质量发展增添力量。

5.1.2. 打造品牌化、特色化农产品

除了以需求为导向生产和销售农产品外，还需在众多农产品中打出自身差异化、增加消费者粘性，比如苏州阳澄湖大闸蟹，通过明确自身定位与优势，设计品牌名称、标志以及包装，形成品牌化全链条，打造一个消费者信任、喜爱的高品质农产品品牌。可以依托抖音、快手、微信视频号等平台开展直播带货，同时结合多种渠道的品牌宣传，比如短视频宣传、农村网红代言等，宣传过程中着重讲解农产品的历史底蕴、文化价值、特色故事，增加与消费者之间的情感互动与情感链接，进而提升产品核心竞争力。

5.2. 人才赋能：分层分类培训与引留政策构建

5.2.1. 开展分层分类的电商技能培训

想要切实提高农村电商操作技能，不能只是停留在表面功夫，而是深度提高电商应用能力，从农户们掌握电商基础操作转变成电商技术成为赋能农户销售的工具。要坚持以人为本，根据个人的知识水平与优势开展个性化的培训计划，比如在农产品营销、农产品运营、农产品直播等方面开设不同的课程，加强个人自身优势领域的深耕与拓展，助力农村电商发展。

5.2.2. 构建人才吸引政策体系

想要切实提高农村电商操作技能，引进且留住部分专业人才也是重要举措。政府可多渠道宣传农村资源优势，多方面实施乡村基层干部招考招聘等措施，加大人才吸引政策力度，包括在基础的创业基金、

住房交通补贴、医疗保障、子女入学等方面给予保障，在职务晋升、职称评定方面出台相应文件，并且做到切实落地，才能为农村电商引进专业人才。

5.3. 政策赋能：完善配套体系与构建产业集聚机制

5.3.1. 完善政策配套体系

完善政策配套体系是支撑农村电商发展的关键举措。政府需从宏观性政策引领转向针对不同区域、不同经营主体的差异化引领，着力提升政策体系的针对性与精准性。具体可通过两方面制定针对性措施：一方面，筑牢制度保障根基。重点完善农村电商产业链中生产对接、信息共享、物流配套、综合服务等环节的组织管理机制，建立稳定的治理制度与利益分配机制，为产业规范化发展提供制度支撑。另一方面，强化基础配套支持。加大农村网络基础设施投入，提升网络速度、稳定性与覆盖范围；同步完善物流配送网络与金融服务供给，补齐产业链关键环节的配套短板，为农村电商高质量发展夯实硬件与服务基础。

5.3.2. 构建产业集聚引导机制

当前，大部分农村地区存在产业分散化的问题，导致各产业间不能高效协同合作，导致生产时间成本和金钱成本增加，政府应根据当地产业资源优势和产业基础，科学规划农村电商产业布局，培育农村电商产业集群。一是建立农村电商产业集聚园，从而带动物流、培训机构等其他产业发展，形成一体化发展。二是重点培养农村电商龙头企业，通过龙头企业与初创企业、小型企业重组、合作的模式，扩大产业园规模，提高农村电商产业集聚园的整体发展水平。

5.4. 基建提效：构建高效协同的农村物流体系

5.4.1. 健全标准化农村物流配送体系

若想改善农村电商物流存在的“最后一公里”配送问题，首先需筑牢农村物流基础设施根基。政府需联动产业力量，通过财政拨款提供支持，先从实际出发开展实地调查，再科学规划农村物流站点布局，合理布设各物流点，避免出现站点重叠造成的资源浪费或布局过于分散的问题，进而提升资源利用率。

5.4.2. 构建科学的农村物流管理模式

基础设施配套后，如何管理成了农村物流高效运行的关键所在。一方面，物流服务商应完善相关硬件配置，分类管理不同品类的农产品，尤其是需要冷链技术处理的农产品，通过布设单独的冷链仓储中心，冷链机械分拣装置，进而提升农产品仓储保鲜和运输能力，以差异化策略提升精细化管理水平。另一方面，数字化农村物流管理也不可或缺。受物流体系不健全、物流站点缺失、基础设施配套滞后等问题影响，农村物流管理水平难以跟上发展需求。可依托大数据、物联网、AI等技术可实现农村物流信息化管理，推广应用物流智能设备，引入物流配送机器狗、无人配送车等适配农村场景的设备，实现物流信息实时查询、订单实时跟踪等功能，提升物流配送效率，补齐农村物流管理能力较弱短板。

6. 结语

农村电商的发展已经经历“从无到有”，现在正在经历“从有到优”的过程，这对实施乡村振兴战略至关重要，也在促进农民经济收入、缩小城乡差距等方面发挥着不可替代的作用。尽管在农产品产销平衡、电商人才供给、政策支持、农村物流建设等方面存在诸多问题，但通过政府和产业的共同努力，从需求导向优化生产布局、人才赋能强化支撑、政策协同完善保障、基建提效畅通物流四个维度构建全方位的发展路径，助力实现农村电商高质量发展。农村电商是一个动态发展过程，未来需要根据市场变化和社会发展不断优化农村电商高质量发展路径，持续提升农村电商的赋能效应。

参考文献

- [1] 沙彤彤, 段满江. 乡村振兴背景下农村电商产业的发展困境与突破路径[J]. 农业产业化, 2025(9): 16-19.
- [2] 余花, 李学卫. 乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2025(3): 136-137.
- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 赵娟. 农村电商高质量发展面临的挑战及对策研究[J]. 商场现代化, 2024(21): 56-58.
- [6] 徐守冀. 实施乡村振兴战略的哲学思考[J]. 马克思主义哲学, 2023(5): 90-97.
- [7] 国家图书馆研究院. 中国互联网络信息中心发布第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2023, 32(5): 13.