

# 以电商高质量发展赋能乡村全面振兴

彭志文

浙江理工大学经济管理学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年10月30日; 录用日期: 2025年11月17日; 发布日期: 2025年12月9日

## 摘要

在数字化背景下, 农村电商作为数字经济与乡村发展深度融合的新业态, 已成为激发农村经济活力、推动农业农村现代化及促进乡村全面振兴的重要引擎。本文通过对当前农村电商发展现状分析发现了现存的一系列问题与挑战, 如专业人才短缺、交通与物流基础设施建设不完善、农产品标准化与品牌化程度低及市场监管不足等。接着从“产业、人才、文化、生态、组织”五个方面深入论述了农村电商发展赋能乡村全面振兴的具体路径。最后, 针对进一步促进农村电商高质量发展提出一些切实可行的对策建议。

## 关键词

农村电商, 高质量发展, 乡村振兴

# Empowering Comprehensive Rural Revitalization through High-Quality E-Commerce Development

Zhiwen Peng

School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: October 30, 2025; accepted: November 17, 2025; published: December 9, 2025

## Abstract

In the digital era, rural e-commerce—as a new business model deeply integrating the digital economy with rural development—has become a vital engine for invigorating the rural economy, advancing agricultural and rural modernization, and promoting comprehensive rural revitalization. This paper analyzes the current state of rural e-commerce development and identifies a series of existing problems and challenges, such as a shortage of specialized talent, inadequate transportation and logistics infrastructure, low levels of standardization and branding for agricultural prod-

ucts, and insufficient market regulation. It then delves into specific pathways for rural e-commerce to empower comprehensive rural revitalization from five dimensions: industry, talent, culture, ecology, and organization. Finally, it proposes practical and feasible policy recommendations to further promote the high-quality development of rural e-commerce.

## Keywords

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

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

党的十九大报告首次提出乡村振兴重大战略，并且《乡村全面振兴规划(2024~2027)》明确指出应始终遵循“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”这二十字方针的总体要求稳步推进乡村振兴。乡村振兴战略把农业农村现代化建设提升至国家战略层面，将“经济、政治、文化、社会和生态文明”进行有机整合，实现了“五位一体”总体布局在农村地区的实践。该战略不仅进一步深化与扩展了美丽乡村建设的内涵，更成为开展“三农”工作的总抓手，对推动农村产业振兴、实现城乡融合发展、加快农业农村现代化发展进程与实现民族复兴具有重要意义[1]。

近年来，在数字经济快速发展与数字乡村建设的双重推动下，农村地区的数字基础设施建设水平实现了质的飞跃，这也为全面乡村振兴带来了新的机遇。作为数字化时代中最具活力与创新力的组成部分，农村电子商务凭借其在打破地理限制、降低交易成本、减少信息不对称等方面的优势已成为我国农业农村转型的重要驱动力。我国自2014年开始实施“电子商务进农村综合示范县”项目且成效显著。截至目前，我国各类涉农电商平台规模超3万家，农村地区网络零售总额已经突破2万亿元[2]。农村电商的快速发展在改变产业结构、推动农村多维度转型、增加农民收入与促进农村经济增长等方面发挥了重要作用。然而，农村电子商务快速发展的背后依然存在诸多问题与不足，例如专业化人才供给短缺、农产品物流体系建设不完善、产品知名度与竞争力不足以及市场秩序混乱等等[3]。目前农村电商的发展重心已经从“有没有”转向“优不优”，传统电商模式难以满足新发展目标的需要，所以亟待加快农村电商实现进一步高质量发展的步伐。

因此，为推动农村电子商务由传统以规模扩张为主的量变阶段加快转向以高质量发展为主的质变阶段，本文首先分析目前农村电子商务发展中存在的具体问题与挑战，接着深入探讨电商赋能乡村全面振兴的具体作用路径，最后为进一步实现农村电商高质量发展提出相应的对策建议。

## 2. 农村电子商务发展中的现存问题与挑战

### 2.1. 专业化电商人才短缺

人才是发展的第一动力，更是农村电商持续高质量发展的内在创新力与驱动力，但人才匮乏已成为广大农村地区面临的普遍问题，目前农村电商人才缺口高达68.4万人[4]。首先，由于长期存在的城乡二元结构造成的位势差异，农村地区受到城市化“虹吸效应”的影响最为严重，大量拥有高学历背景、数字素养水平高的青壮年劳动力持续流向城市，造成农村地区人才基础更加薄弱[5]；其次，当前的农村电商从业者往往对农业生产经营较为了解而对于直播带货和网络营销只是略微熟悉或者根本不懂，极度缺

乏电商上下游供应链整合与管理知识，真正既懂农业又懂电商的复合型人才少之又少，人才能力断层现象严重。同时由于现有大多数从业者知识体系落后，导致其难以跟上电商发展模式快速迭代更新的步伐，这使得许多电商主体售卖水平还停留在较低层面，难以提高产品的知名度与品牌力，造成产品在市场缺乏比较优势与竞争力。

再次，农村电商直播人才培养体系尚待完善，许多培训仅注重提升从业者的平台功能操作与直播话术技能，而忽视了分析、整合与策划等专业素质的培育[6]。同时教学内容与实际应用脱节、对学员缺乏系统性了解，无法针对不同类型学员提供差异化、个性化的培育模式；最后，人才“引进来”虽艰，但“留下来”更难。农村电商主播收入普遍低于城镇，并且收入不确定性高，缺乏稳定的薪酬保障和福利待遇。同时农村对于从业者来说没有清晰明确的晋升路径和职业发展前景，这使得他们缺乏扎根基层的定力。

## 2.2. 基础设施与物流体系建设不完善

电子商务的高质量发展离不开完善的基础设施与物流配送体系，但在农村地区这方面短板仍十分突出。在基础设施方面，首先，尽管我国数字乡村建设已经取得了显著的成绩，缓解了城乡之间的数字不平等现象，一定程度上缩小了数字鸿沟，但在部分地区特别是偏远地区数字化转型程度仍不高，数字技术的应用渗透率有待提升。同时在网络已覆盖区域也可能存在网络使用质量不高、网络连接的稳定性不强以及网络基站及配套设施缺乏日常维护等问题，这都直接影响了电商运营过程中网络体验感，甚至使一些先进的电商技术难以应用于农村地区；其次，农村地区的交通条件通常难以满足电商发展的内在高要求，部分地区的公路等级较低，路况较差且路面维护保养不及时，尤其是在极端恶劣天气情况下会给路面通行造成极大障碍，这不仅延长了运输时间，也加剧了农产品在运输过程中的损耗风险[4]。

在物流体系方面，首先，农村居民居住分散、交通设施不完善以及配送距离较大，这都大大增加了物流运输成本并导致运输效率低下，所以快递企业为节约成本通常在农村地区设点较少，并且通常仅提供自取服务。这不仅造成农村物流配送网点覆盖不足，也大大增加了农户的时间与交通成本[7]。同时农村地区快递运输的末端揽收成本远高于城市，物流运输“最后一公里”甚至“最后几公里”问题难以得到有效解决；其次，农产品特别是生鲜农产品对物流运输的冷链保鲜技术要求极高，否则无法保证农产品离田后的鲜度与品质，而大部分农村地区经济相对落后，缺乏建设现代物流冷链体系的条件，并且现有的冷链运输服务往往只覆盖城市，难以触及到广大农村地区。因此，大量农产品在运输过程中只能采取传统办法进行保鲜，这使得物流配送条件无法满足电商发展需要，农产品在运输途中损耗率居高不下，对农产品的品质与营销产生了极大影响。

## 2.3. 产品标准化与品牌化建设亟待加强

标准化和品牌化是农产品是否具有核心竞争力的关键支撑，而目前我国农产品质量认证体系覆盖率不足 40%，电商退货率高至 15.8% [8]。在标准化建设方面，由于农产品的天然属性及生产端的分散化与小农化，农产品生产过程中缺乏统一的种植规范与采收标准，并且农村地区缺乏现代化的产品集散中心与加工包装车间，这就导致不同地区、不同批次、不同农户生产的农产品在口感、大小、甜度、色泽、包装等方面存在较大差异，缺乏统一的标准与规范。其次消费者对同一产品的购买体验可能不一致，无法形成对产品的稳定消费预期，从而逐渐丧失对该产品的忠诚度；最后，农产品定价标准的不一致也进一步加剧了产品销售市场秩序的混乱。

在品牌建设方面，农产品品牌建设不足，同质化情况严重，许多农户缺乏品牌意识[9]。首先，虽然很多地区都在积极地创建本土产品品牌，但由于缺乏对品牌进行维护与持续管理，真正享有市场知名度

的品牌少之又少；其次，品牌背后故事的挖掘与价值的开发力度仍有待提高。许多农村电商品牌命名依旧停留在“地名 + 产品名”的初级阶段，品牌故事与产品的文化价值未能得到充分体现，未能将产品背后的自然环境、农耕文明以及种植技艺等特征融入品牌策划中去；最后，多样化、新颖化的品牌营销推广手段缺乏。消费者在多样化的市场中会更热衷于品牌知名度与美誉度高的产品，如果农产品品牌化程度低，不仅会影响其售价与核心竞争力，农村电商的可持续发展也会面临严峻考验。

## 2.4. 市场竞争激烈，监管有待加强

随着农村电商规模的快速扩大，越来越多的主体开始进入该领域。这导致市场的竞争日益激烈，并伴随低水平与同质化竞争的特征[4]。首先，一部分大企业或平台凭借着自身在人才、资源、技术等方面的优势，迅速占领市场形成规模效应。而那些小农户或中小平台处于弱势地位，无论是直播引流量还是产品销售额都比不上大平台，在激烈的市场竞争中面临巨大的生存压力；其次，由于产品的高度同质化，不少商家为了抢占市场份额不得不被迫卷入“价格战”的泥潭中去，这导致销售利润空间被不断压缩，部分商家不惜利用虚假宣传引流、销售假冒产品的方式谋求利益，这极大扰乱了市场正常秩序，不仅使得农户与消费者利益受损，而且加剧了电商领域“劣币驱逐良币”现象，严重阻碍了农村电商的长远发展；最后，由于电商新业态迭代更新迅速，传统的监管模式已难以实现有效监管，监管力度不足，部门间协作弱化、侵权现象频发与维权机制失效等问题普遍。

## 3. 农村电商赋能乡村全面振兴的作用路径

### 3.1. 产业赋能，促进乡村产业振兴

首先，电商的发展引导农业生产逆向变革，促进农村产业链不断延伸。以往的农业生产通常秉持“生产什么卖什么”的理念，这导致农业生产往往跟不上市场需求变化，农产品容易陷入滞销陷阱。而电商平台基于大数据支持，能够汇集海量的消费数据进行整理分析，精准把握市场需求并发挥“指南针”作用，促进农业生产向“市场需要什么就生产什么”转变。这种转变也进一步对农户和农业企业提出了更高的要求，促使其加快推动农业产业向标准化、精细化、商品化和品牌化发展。同时，农村电商的发展也带动了预处理、精加工、品牌包装和仓储物流等相关产业的发展，推动农村一、二、三产业深度融合[10]，使农村产业结构得以不断优化。

其次，电商的发展不断催生农村新业态的产生，例如像直播带货、乡村旅游、民宿、云端认养农业等。这打破了农村单一以售卖农产品为主的传统经济结构，使乡村“改头换面”，逐步成为集产品、服务、体验于一体的多元消费场地，在激发乡村产业活力的同时乡村产业的边界得到进一步拓展、产业附加值得以不断提升。

### 3.2. 人才赋能，促进乡村人才振兴

首先，由于城乡二元结构造成的位势差异长期存在，农村地区的经济发展水平长期落后于城镇，“虹吸效应”使得大量的年轻人流向城镇，进一步加剧了农村地区人才匮乏情况。而随着农村电商的发展，为人才回流乡村提供了契机。传统意义上的乡村产业结构单一、就业岗位稀少，并且发展空间受限，这对于广大的青年人才来说吸引力甚微，而随着农村电商的兴起，“互联网 + 商业”这一新兴模式开始出现在农村地区，这说明在乡村通过电商平台实现就业或创业进而取得可观的经济回报成为可能。大量青年人才由此看到了返乡发展的广阔前景，并且能将自身的知识与技能投入家乡的建设中去，为家乡发展注入新的理念与活力，从而实现个人价值与乡土情怀的有机融合。

其次，农村电商的发展业进一步培育了本土人才的发展。为了满足电商发展的高要求，本土人才也



需要不断提升自我素养与数字技能,实现自我价值不断增值,这种内驱力使得本土人才借助于电商平台,通过“实战化”与“体系化”相结合的方式,逐步成长为一名既懂农业又懂电商的新型职业农人。

### 3.3. 文化赋能,促进乡村文化振兴

农村电商是乡村文化“活起来”并“走出去”的重要载体。首先,农村电商能够促进农村地区非物质文化遗产与传统手工艺的传承与变现。例如像剪纸、刺绣等传统手工艺和地方戏曲、民俗表演等文化遗产可以借助电商平台,突破物理地域的限制,实时生动地展示在众多消费者的眼前。这不仅能帮助提高电商直播的流量与人气,还能实现“文化产品变现”,从而为文化的持续传承提供经济支撑,增强文化传承者的文化自信与传承动力。例如,贵州省就通过“文化+电商”的协同机制,推动民族手工艺品实现产业化升级,并形成了“线上引流+线下体验-二次传播”的良性循环模式[11]。

其次,农村电商发展有助于重塑新时代乡村文化形象。通过直播、短视频以及图片等形式,可以将乡村真实的田园风光、民俗活动、乡风乡貌等场景呈现给消费者,以此重塑乡村在公众心中的刻板印象,传播乡土文化之美,提升乡村文化的吸引力。

### 3.4. 生态赋能,促进乡村生态振兴

农村电商可以通过市场化的机制,完美践行“绿水青山就是金山银山”的生态理念。首先,农村电商的发展可以倒逼农户的农业生产方式向绿色化生态化转型。当前,消费者对于绿色有机、无污染无公害的农产品的需求强烈,并愿意为此支付产品溢价。电商平台能够将最实时的消费需求传递给农户,而基于“市场需要什么就生产什么”的理念,农户会放弃传统粗放式的生产模式,减少化肥农药的投入,转向绿色生成、循环种养的生态模式,从而实现生态效益与经济效益的有机统一。

其次,农村电商发展有利于提升乡村环境治理的内在动力。为了维护农产品在消费者心中的“品牌形象”与“品质预期”,农村有强大的内生动力促使其改善村容村貌、处理生活垃圾、保护生态环境。整洁优美的乡村环境本就是电商农产品最具吸引力的名片与招牌。

### 3.5. 组织赋能,促进乡村组织振兴

“党建引领助农”是如今创新农村电商发展的新路径。通过“党支部+合作社+电商”的创新模式,由村党支部牵头,统一农产品标准、保障与品牌,破解“农户分散,品质不一”的痛点,突破农产品销售瓶颈。同时,电商要求农村基层党组织充分发挥组织优势、组织功能与组织力量,把党的组织优势转化为产业发展优势,把产业发展优势融入电商发展中去,从而不断增强基层党组织凝聚群众,服务农村经济发展的能力,为乡村振兴注入持久活力。

## 4. 关于促进农村电商高质量发展的对策建议。

### 4.1. 加大人才培养与引进力度

为破解农村电商高质量发展过程中的人才瓶颈,必须构建一个“外部引进”与“内部培育”相结合的双轨策略机制。在人才引进方面,应实施更加优惠、精准的人才政策,地方政府也可出台“电商人才专项引进计划”,通过提供安家补贴,创业扶持补贴、税收减免优惠等政策,精准吸引具备平台运营、数据分析、直播策划等专业技能的大学毕业生和电商人才返乡[8]。同时加强农村基础设施建设,增加公共服务供给,改善农村人居环境,不断增强农村对于人才的吸引力;在人才培育方面,推动地方职业院校,知名电商企业针对农村电商发展的现实需要,开设电商培训课程,提升农户的直播运营与策划能力。同时开展分层分类教学,精准满足不同群体的差异化、个性化学习需求。

## 4.2. 加快农村现代化物流体系建设

首先政府应主导规划建设集仓储、分拣、冷链、配送于一体的县级农村电商物流中心，整合各方资源，实现农产品统一入库、分拣与共同配送，大幅降低物流车辆空载率与配送成本。同时，必须解决农产品物流配送中的关键堵点——冷链物流服务。政府应通过财政补贴与政策支持，鼓励电商企业就近建设具有多功能的冷链仓储设施，同时积极完善从“最初一公里”到“最后一公里”的全过程冷链服务体系。最后，应大力推动物流体系的数字化升级，利用数字技术与大数据平台优化配送路径，实现物流信息的全程可视化跟踪，加快构建一个成本可控、效率最佳、服务可靠的农村现代物流网络。

## 4.3. 加快农产品标准化与品牌化建设

实现标准化与品牌化是农产品提升市场竞争力、实现价值增值的重要方式。首先，政府应当联合村集体、农户针对农产品的生产、采摘、加工、包装等环节制定统一的标准与规范，加强引导农户与企业执行相关标准，促使农产品向“商品化”、“标准化”转变。同时加强产品质量的监督检查工作，建立产品质量动态反馈机制，增强消费者对于产品质量的信心；其次，要深度挖掘农产品背后的风土人情与品牌故事，将其文化内涵与产品优势融入品牌建设，增强产品的地方特色与核心竞争力。同时利用多元化的网络渠道进行品牌营销，提升品牌知名度；最后，对于假冒或损害品牌形象的行为要予以坚决抵制，时刻牢记维护品牌声誉。

## 4.4. 加强市场监管，优化竞争环境

首先，政府可以建立农村电商主体信用评价体系<sup>[12]</sup>，利用大数据分析技术对电商销售过程中的虚假宣传、货不对板、恶意竞价等行为进行快速识别与处罚，并将处罚结果与信用评分挂钩，从而对商家行为形成信用约束；其次，相关部门可以通过政策引导要求电商平台加强对商家的资质审核与定期检查力度，并且应建立高效的消费投诉与纠纷解决机制，积极回应消费者诉求；最后，应当建立健全跨部门协同监管机制，打破部门间的信息壁垒，合力对农村电商领域的不正当竞争、食品安全、品牌侵权等行为进行综合治理，共同营造一个公平透明、诚信守法、合理竞争的市场环境，为农村电商实现进一步高质量发展保驾护航。

## 5. 结语

本文对数字化背景下农村电子商务发展过程中面临的问题与挑战进行了详细分析，并深入探讨了电子商务发展赋能乡村全面振兴的具体作用路径。在数字化浪潮的推动下，农村电子商务的兴起与发展对于加快推进农业农村现代化、缩小城乡收入差距、促进乡村全面振兴具有重要意义。尽管当前农村电商的发展仍面临着专业人才短缺、物流等基础设施薄弱、产品标准化与品牌化程度不高、市场竞争失序与监管滞后等诸多挑战。但通过政府、企业、社会、农户等多方共同协作努力，通过制定一系列切实可行的政策、补齐发展短板、突出产品优势，加强市场监管等手段，一定能够促进农村电子商务实现进一步高质量发展进而赋能乡村全面振兴，为绘就农业强、农村美、农民富的新图景做出新的更大的贡献。

## 参考文献

- [1] Yang, H. and Huang, X. (2025) Technological Finance Development, Rural Revitalization, and Green Total Factor Productivity. *Finance Research Letters*, **86**, Article ID: 108582. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.108582>
- [2] Wang, J., Kuang, X., Sun, W., Qiu, H. and Qiao, J. (2025) Can Capable Village Cadres Promote Rural Revitalization? An Empirical Study Based on 611 Village-Level Data from Shandong Province, China. *Habitat International*, **166**, Article ID: 103599. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2025.103599>

- 
- [3] 黄峻崑, 张坤. 互联网+背景下农村电商发展面临的挑战及对策[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(13): 242-245.
  - [4] 龙芳. 乡村振兴战略下农村电子商务的机制创新与路径优化[J]. 改革与战略, 2025, 41(2): 174-177.
  - [5] 杨文慧. 农村电商赋能乡村振兴: 发展现状、现实困境与发展路径[J]. 国际公关, 2025(13): 108-110.
  - [6] 王萧杭. 乡村振兴战略背景下电商产业融合发展路径研究[J]. 中国商论, 2024(4): 26-29.
  - [7] 黄伟. 乡村振兴背景下广西农村电子商务创新发展策略探究[J]. 商场现代化, 2025(7): 29-31.
  - [8] 梁骥. 农村电子商务在乡村振兴战略下的发展困境与优化策略[J]. 浙江工商职业技术学院学报, 2025, 24(1): 9-14, 27.
  - [9] 郑福, 周祚山. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究[J]. 中国商论, 2024(7): 29-32.
  - [10] 李秀凤. 农村电子商务助力农村产业融合发展的路径研究[J]. 新农民, 2025(15): 22-24.
  - [11] 张砚博, 王苏兰, 吴迪. 贵州省电子商务与民族文化产业融合发展研究[J]. 国际公关, 2025(13): 27-29.
  - [12] 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.