

乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径研究

余 想

南京林业大学人文社会科学学院，江苏 南京

收稿日期：2025年11月14日；录用日期：2025年11月26日；发布日期：2025年12月25日

摘要

在乡村振兴战略深入推进与数字经济蓬勃发展的双重驱动下，农村电商已从最初的农产品流通补充渠道，成长为激活农村资源要素、推动县域经济增长、促进农民增收的核心引擎。本文在梳理当前农村电商发展现状的基础上，深入剖析了其迈向高质量发展过程中所面临的基础设施短板、品牌与供应链困境、人才瓶颈及监管与服务滞后等核心问题。进而，从夯实基础设施、构建现代化供应链体系、强化人才支撑、优化政策与服务环境四个维度，系统性地提出了推动农村电商高质量发展的实施路径，以期为乡村振兴背景下农村电商可持续发展提供理论参考与实践借鉴。

关键词

乡村振兴，农村电商，高质量发展，供应链，数字赋能

Research on the High-Quality Development Pathways of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Xiang Yu

School of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: November 14, 2025; accepted: November 26, 2025; published: December 25, 2025

Abstract

Driven by the deepening implementation of the rural revitalization strategy and the robust development of the digital economy, rural e-commerce has evolved from a supplementary channel for agricultural product distribution into a pivotal engine for activating rural resource elements, driving county-level economic growth, and increasing farmers' incomes. Based on an overview of the current development status of rural e-commerce, this paper conducts an in-depth analysis of the core

challenges it faces in transitioning towards high-quality development, including infrastructure deficiencies, brand development and supply chain difficulties, talent shortages, and lagging regulation and services. Furthermore, it systematically proposes implementation pathways to promote the high-quality development of rural e-commerce from four dimensions: strengthening infrastructure, building a modern supply chain system, enhancing talent support, and optimizing the policy and service environment. The aim is to provide theoretical insights and practical guidance for the sustainable development of rural e-commerce in the context of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, High-Quality Development, Supply Chain, Digital Empowerment

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

2025 年中央一号文件提出“加快构建农产品和农资现代流通网络，支持各类主体协同共建供应链。推动农村电商高质量发展，进一步凸显了农村电商在乡村振兴中的战略地位。”“实施数字乡村强农惠农富农专项行动。”乡村振兴战略的核心目标是实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕，而农村电商作为数字经济与乡村产业融合的重要载体，在打破城乡市场壁垒、优化农业资源配置、拓宽农民增收渠道等方面发挥着不可替代的作用。随着数字经济的纵深发展，农村电商突破了时空限制，打通了“工业品下乡、农产品进城”的双向流通渠道，极大地激活了农村市场的内生动力。它不仅是简单的买卖行为，更是重构农村产业体系、促进城乡融合、推动农业农村现代化的重要抓手。农村电商一方面可以为从事农业生产领域的经营主体提供虚拟市场交易场所，以实现产品或服务的网络化交易；另一方面还可以作为一个信息服务平台，将网络平台信息服务于乡镇和村范围内的资源，促进农村经济发展[1]。

近年来，我国农村电商规模持续扩大，据艾媒咨询《2024 年中国乡村数字经济发展专题研究报告》数据，2023 年全国农村电商交易总额达到 24,900 亿元，比上年度增长了 14.7 个百分点；全国农产品电商销售额达到 5900 亿元，较上年度增长了 11 个百分点[2]。农村地区电子商务发展水平在不断提升，截至 2024 年，全国已建成 1489 个示范县，覆盖 832 个脱贫县，建成全国县级电商公共服务中心与物流配送中心超 2600 个，乡村电商及快递服务站点建设多达 15 万个[3]。从河南“豫农优品”到陕西“武功苹果”，从浙江遂昌木制玩具到江西赣南脐橙，各地农村电商模式不断创新，形成了各具特色的发展样本。然而，在经历了早期的爆发式增长后，我国农村电商开始进入从“铺摊子”到“上台阶”、从“扩规模”到“提质量”的转型关键期。单纯追求交易额增长的粗放模式已难以为继，如何实现以创新、协调、绿色、开放、共享为核心的高质量发展，成为当前亟待破解的课题。因此，本文立足于乡村振兴的宏大背景，旨在系统审视农村电商的发展现状与深层矛盾，并探索出一条可持续、高效率、高效益的高质量发展路径。

2. 乡村振兴背景下农村电商发展现状

近年来，在政策红利持续释放、市场需求持续扩容与数字技术深度赋能的多重因素叠加作用下，我国农村电商摆脱了初期的探索试探阶段，呈现出规模快速扩张、模式不断创新、效能持续提升的蓬勃发展态势。国家层面，从电子商务进农村综合示范工程到县域商业体系建设专项行动，再到中央一号文件

连续多年对农村电商发展的重点部署，形成了全方位、多层次的政策支持体系。市场端，城乡消费升级催生了对优质特色农产品的旺盛需求，下沉市场潜力持续释放，为农村电商提供了广阔空间。同时，5G、大数据、直播技术与冷链物流的深度应用，破解了农产品上行的时空限制与保鲜难题，推动农村电商从单一产品销售向“电商+产业+服务”的多元融合模式转型，成为激活乡村产业活力、促进农民增收、助力乡村振兴的核心引擎。

2.1. 政策支持体系持续完善，发展环境不断优化

“十四五”时期，我国持续推进数字乡村发展行动，大力推进农村电子商务高质量发展，“数字乡村”“农村电子商务”已连续多年写入中央一号文件。从中央到地方，各级政府也密集出台了一系列支持农村电商发展的政策文件。2023年8月14日，商务部、农业农村部等9部门印发《县域商业三年行动计划(2023~2025年)》，基于农副产品上行，农民增收、提高消费质量的乡村振兴目标，通过优化和创新农村电商发展模式，实现农村电商的高质量发展[4]。2018年中央一号文件关于“乡村振兴”鼓励支持“各类市场主体创新发展基于互联网的新型农业产业链模式，深入实施电子商务进农村的综合示范”的内容，进一步为我国农村电商发展、释放电商红利指明方向[5]。如“数商兴农”工程、电子商务进农村综合示范项目等，在财政补贴、土地审批、税收优惠、金融支持等方面给予了大力倾斜。这些政策有力地引导了社会资本、技术和服务向农村地区聚集，为农村电商的起步与发展营造了优越的政策环境。

2.2. 产业规模迅速扩张，成为乡村经济新增长极

农村电商的持续发展对于乡村产业振兴具有重要意义，其改善了电商平台的供需匹配能力，拓宽了农林牧渔产品的销售渠道，提升了农产品流通效率。电商发展也会促进对外交流，吸引外部资本进入乡村市场，为乡村产业发展提供资金支持，进而对乡村产业结构的优化升级产生一定的正向作用[6]。我国农村网络零售额连年攀升，已成为农产品销售的重要渠道和农民增收的主要来源。直播电商、社交电商、社区团购等新模式、新业态在农村地区迅速普及，涌现出一大批“淘宝村”“直播村”。农村电商从单一的交易功能，向生产、加工、仓储、物流、营销等全产业链延伸，催生了“电商+旅游”“电商+文创”等融合型新业态，显著提升了乡村产业的附加值。

2.3. 市场主体日益多元，生态体系初步构建

在乡村振兴战略背景下，要充分发挥农村电商发展的效果，需要政府、企业、电商、农民多方共同努力。目前农村电商发展的几种模式有“农户+电商”“农户+合作社+电商”“农户+电商+龙头企业”[7]。农村电商的参与主体已从最初的少数“新农人”和创业青年，扩展至普通农户、专业合作社、农业产业化龙头企业、大型电商平台等多元化主体。以阿里巴巴、京东、拼多多为代表的平台型企业深度下沉，构建了包括县级服务中心、村级服务站点、乡村快递物流等在内的服务网络。一个由平台、商家、服务商、消费者共同构成的农村电商生态体系正在逐步形成。

2.4. 数字技术深度融合，赋能效应初步显现

大数据、人工智能、云计算等技术开始应用于农产品溯源、智能仓储管理、精准营销和消费趋势预测等领域。数字建设的不断强化也催生了农村电商销售新模式新业态，电商直播、社区团购、网红带货等花样营销方式层出不穷，在给农产品带来销量的同时，也在一定程度上推动了数字乡村建设，农村电商数字建设不断强化，农村经济大放异彩[8]。直播、短视频等内容形式，极大地丰富了农产品信息的呈现方式，增强了消费者信任，解决了农产品“触网”初期的信任难题。据网经社电商研究中心《2025中国农产品电商发展报告》，全国农产品2024年电商销售额达到了6797.8亿元，比上年度增长了15.8%。

超额完成了中央网信办和农业农村部等联合制定的《2024年数字乡村发展工作要点》中提出的年度目标：农产品电商销售额超6300亿元，这已经是连续三年超额完成计划目标[9]。数字技术正从工具层面，深刻变革着农村的生产、流通与消费方式。

3. 农村电商迈向高质量发展面临的主要问题

在农村电商蓬勃发展的繁荣表象背后，我们必须清醒地认识到，其发展仍面临一系列深层次的矛盾与结构性问题，这些问题相互交织、层层制约，成为阻碍农村电商向高质量阶段跃升的关键瓶颈。从产业链前端来看，小农户分散生产与电商规模化、标准化需求的适配性不足，导致农产品品质参差不齐；流通环节中，农村物流“最后一公里”覆盖不均、冷链设施短缺的问题依然突出，推高了流通成本与损耗率；人才供给上，兼具电商运营、数字营销与农业知识的复合型人才缺口巨大，本土人才培育滞后与外部人才引留困难并存。此外，品牌建设薄弱、区域发展失衡、金融配套服务不足等问题相互叠加，使得农村电商难以从“规模扩张”向“质量效益提升”转型，亟需系统性破解。

3.1. 基础设施“最后一公里”短板依然突出

农村地区，特别是偏远山区，人口分散、订单密度低，导致物流网络覆盖不足。“最初一公里”的农产品集散和“最后一公里”的配送成本居高不下，冷链物流设施严重短缺，当前多数物流网点仅延伸至乡镇层级，村级配送体系尚未健全，严重影响配送时效和成本。信息基础设施不均衡，农村5G基站覆盖率较低且道路质量参差不齐，物联网的容量速度以及物流站点的布局密度无法保证信息进村入户和产品出村进城零障碍。部分农产品受到物流仓储时间和运输距离的限制，导致其销量增长和更新换代的速度相对缓慢[9]。网络信号不稳定、带宽不足、资费偏高，制约了高清直播、大数据传输等高级电商应用场景的普及。

3.2. 产品与供应链体系仍处于初级阶段

一方面品牌化、标准化程度低，多数农产品仍以初级原料形式销售，缺乏精深加工和品牌包装。“有产品、无品牌”“有特色、无标准”的现象普遍存在，导致产品同质化竞争严重，溢价能力弱。另一方面供应链协同能力不足，生产端的小农户与销售端的电商平台之间缺乏有效衔接，产销信息不对称。产品质量不稳定、供应量时多时少，难以满足电商化销售对稳定性、规模化和标准化的要求。第三方面品控与溯源体系不完善，农产品质量安全是线上消费的生命线。但目前从田间到餐桌的全链条质量控制和可追溯体系尚未完全建立，消费者对农产品安全的信任度仍有待提升。

3.3. 专业化人才短缺问题亟待破解

“新农人”群体规模有限，既懂互联网技术、又懂市场营销和农业知识的复合型“新农人”严重短缺。农村青年劳动力外流导致本土人才储备不足。运营技能普遍薄弱，现有的农村电商从业者，多以“草根”创业为主，在店铺运营、视觉设计、内容创作、数据分析、品牌管理等专业化技能方面较为欠缺，制约了其市场竞争力的提升。人才引留机制不健全，农村在生活环境、职业发展空间、公共服务等方面与城市存在差距，对高端电商人才的吸引力不足，本土培养的人才也容易流失。

3.4. 监管与服务体系建设相对滞后

市场监管存在盲区，对网络销售农产品的质量、价格、售后服务等方面的监管难度较大，虚假宣传、以次充好、商标侵权等现象时有发生，影响了整体市场信誉。公共服务供给不足，针对农村电商的公共服务，如技能培训、法律咨询、金融信贷、风险保障等，尚不能满足快速发展的市场需求。公共服务多停

留在“建站点”的硬件层面，在“运营活”“服务优”的软件层面支撑不足。同质化竞争与可持续发展隐忧，部分地区在发展农村电商时存在“一哄而上”的现象，产业规划不清晰，区域特色不突出，导致内部低价恶性竞争，不利于产业的长期健康发展。

4. 推动农村电商高质量发展的对策建议

针对上述问题，必须坚持系统思维，从基础设施、产业生态、人才队伍和治理体系等多方面协同发力，构建农村电商高质量发展的新格局。

4.1. 夯实新型基础设施，打通高质量发展的“血脉”

一是构建智慧物流体系，整合邮政、供销、快递物流等资源，建设县域物流共配中心和乡镇物流枢纽，推广“统仓共配”“客货邮融合”等集约化模式，降低物流成本。重点补齐冷链物流短板，在农产品主产区建设预冷、贮藏、保鲜等冷链设施，支持发展“冷链干支仓配”一体化服务。二是升级信息网络设施，持续推进农村光纤和5G网络深度覆盖，降低网络使用成本。鼓励应用物联网、北斗导航等技术，建设智慧农田、智慧仓储，实现对农业生产流通全过程的数字化管理。

4.2. 构建现代化供应链体系，筑牢高质量发展的“根基”

引导和支持区域公共品牌、企业品牌和产品品牌协同发展。制定并推广主要农产品的电商分级、采后处理、包装配送等团体或行业标准，实现“按标生产、按标上市”。鼓励电商企业向上游延伸，通过“订单农业”“基地直采”等方式，与合作社、家庭农场建立紧密利益联结机制。向下游拓展，发展农产品精深加工，开发电商适销产品，提升附加值。利用区块链、大数据等技术，建立从生产、加工、流通到销售的全链条质量安全追溯体系。通过“一物一码”等方式，向消费者透明化展示产品信息，构建信任闭环。

4.3. 强化多层次人才支撑，激活高质量发展的“引擎”

联合高校、职业院校、电商平台，开展针对返乡青年、合作社骨干、家庭农场主的精准化、体系化培训，内容覆盖直播带货、短视频营销、店铺运营、供应链管理等实用技能。实施“农村电商引智计划”，通过项目合作、短期兼职、设立“首席技术官”等方式，吸引城市电商精英、大学生、退伍军人等返乡入乡创业。为其提供良好的创业环境、生活保障和荣誉激励。改善农村人居环境，提升教育、医疗等公共服务水平。搭建电商协会、产业联盟等交流平台，促进人才之间的互助与合作，形成“引得进、留得住、干得好”的人才发展环境。

4.4. 优化政策与服务环境，构筑高质量发展的“保障”

推行“互联网+监管”，利用技术手段实现对网络交易行为的在线监测和风险预警。建立跨部门协同监管机制和信用评价体系，对失信行为进行联合惩戒，维护公平诚信的市场秩序。推动县级电商公共服务中心从“物理载体”向“赋能平台”转型，提供市场信息、法律咨询、金融对接、创业孵化等一站式、专业化服务。鼓励发展市场化、专业化的第三方服务商。地方政府应科学规划，立足本地资源禀赋和产业基础，走特色化、差异化发展道路。避免低水平重复建设，鼓励发展绿色电商、循环包装，将生态优势转化为经济优势，实现经济效益、社会效益与生态效益的统一。

5. 结论

在乡村振兴的宏伟蓝图下，推动农村电商高质量发展是一项长期而复杂的系统工程。它已不再是简

单的线上卖货，而是涉及基础设施、产业组织、人才技术、治理体系等全方位的深刻变革。我们必须正视当前存在的短板与挑战，以新发展理念为引领，通过夯实基础设施、重塑供应链、壮大人才队伍、优化治理服务，系统性地构建起一个高效、协同、绿色、可持续的农村电商新生态。唯有如此，农村电商才能更好地担当起促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足的历史使命，为全面推进乡村振兴注入源源不断的强大动能。

参考文献

- [1] 杨永超. 供给侧改革背景下我国农村电商发展动态及创新发展研究[J]. 商业经济研究, 2017(5): 58-60.
- [2] 艾媒产业升级研究院. 2024 年中国乡村数字经济发展专题研究报告[R]. 2024.
- [3] 薛阳, 隋颖. 县域农村电商何以赋能农民持续稳定增收——基于电子商务进农村综合示范县的分析[J/OL]. 四川农业大学学报: 1-10. <https://doi.org/10.16036/j.issn.1000-2650.202504659>, 2025-11-20.
- [4] 邓敏慧, 薛晶晶. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径研究[J]. 边疆经济与文化, 2024(9): 38-41.
- [5] 郭馨梅, 郭金阳. 发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 34-38, 224.
- [6] 李开川, 李榕. 乡村振兴战略背景下农村电商发展路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 186-189.
- [7] 吴洁. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的问题及对策[J]. 广东蚕业, 2023, 57(2): 105-107.
- [8] 饶世语. 数字乡村背景下农村电商政策支持体系与上行路径优化探析[J]. 当代农村财经, 2025(11): 40-44.
- [9] 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.