

数字乡村背景下农村电商发展的现状与策略研究

伏秋月

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

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

随着我国乡村数字建设的不断推进, 农村电商经济已然成为推动乡村振兴的重要引擎。农村电商有助于带动农村经济发展、推动农业转型升级、助力农特产品品牌建设。然而农村电商机制体制不健全、基础设施薄弱、专业人才储备不足、农产品标准化程度低都是当前数字乡村背景下农村电商的发展困境。因此, 本文提出注重建立健全农村电商制度保障体系、完善农村数字基础设施、加快孵化农村电商专业人才、推动农产品标准化与品牌化等路径推进农村电商经济高质量发展。

关键词

数字乡村, 农村电商, 发展困境, 优化路径

Research on the Current Status and Development Strategies of Rural E-Commerce in the Context of Digital Villages

Qiuyue Fu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

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

Abstract

With the continuous advancement of digital infrastructure development in China's rural areas, the

rural e-commerce economy has become a vital engine driving rural revitalisation. Rural e-commerce facilitates economic growth in rural areas, drives agricultural transformation and upgrading, and supports the branding of local agricultural products. However, the development of rural e-commerce within the current digital countryside context faces challenges including inadequate institutional mechanisms, weak infrastructure, insufficient reserves of specialised talent, and low standardisation levels for agricultural products. Therefore, this paper proposes pathways to advance the high-quality development of the rural e-commerce economy. These include focusing on establishing robust institutional safeguards for rural e-commerce, improving rural digital infrastructure, accelerating the incubation of specialised talent in rural e-commerce, and promoting the standardisation and branding of agricultural products.

Keywords

Digital Villages, Rural E-Commerce, Development Difficulties, Optimisation Pathways

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

2019年5月16日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《数字乡村发展战略纲要》[1]明确提出,要大力发展乡村数字经济,推动农村电商高质量发展。党的二十大报告强调,坚持农业农村优先发展,坚持城乡融合,畅通城乡要素流动,实现共同富裕,最艰巨最繁重的任务仍然在农村。2025年5月13日,中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部联合印发《2025年数字乡村发展工作要点》,要求深入贯彻落实习近平总书记关于“三农”工作的重要论述和重要指示精神,全面贯彻落实党的二十届三中全会精神和中央经济工作会议、中央农村工作会议精神。2025年10月23日,中国共产党第二十届中央委员会第四次全体会议审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》[2],《建议》明确指出,加快农业农村现代化,扎实推进乡村全面振兴。通过互联网技术赋能传统产业,有效打通了农产品上行渠道,提升了农村资源配置效率。同时,电商平台不断下沉,带动了农村消费市场升级,促进了城乡要素双向流动。然而,实践中仍存在农村电商机制体制不健全、基础设施薄弱、专业人才储备不足、农产品标准化程度低等问题,制约农村电商的可持续发展。

因此,在数字乡村的背景下,农村电商面临着前所未有的挑战与机遇,探索推动其发展的实践路径,是当前数字乡村建设的重要课题。

2. 数字乡村背景下农村电商发展的重要性

在数字乡村战略的推动下,发展农村电商能够通过数字技术的应用,提升农村经济和社会发展水平,其重要价值主要体现在带动农村经济发展、推动农业转型升级、助力农特产品品牌建设三个方面。

2.1. 数字乡村背景下农村电商有助于带动农村经济发展

2004年、2005年中央连续发出两个一号文件都是针对农村工作,而且进一步明确继续坚持把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。2012年,中央一号文件强调要充分利用现代信息技术推动农产品电子商务等现代交易的发展。在数字乡村建设为农村经济注入活力的背景下,农村电商绝非简单的“农产品上网销售”,而是通过重构整体流通体系、激活产业潜能、拓宽增收路径、助力区域协调,来成为带

动农村经济从“传统粗放”向“数字高效”转型的核心引擎。在销售端，农村电商改变了农产品的销售困境，从市场范围与价值挖掘双维度激活增收活力。借助短视频平台等多元渠道，偏远地区的农产品得以突破地域限制，到达全国乃至全世界的消费市场。同时，直播带货、定制农业等新型销售模式的兴起，进一步拉近了产销距离，既提升了单品销量，又满足了消费者个性化需求，形成双重增收效应。在流通环节，产品流通效率低是农村经济的突出短板，农村电商通过数字技术对流通体系的系统性重构，成为了破解这一难题的核心抓手。它将传统农产品流通中的冗长路径，压缩为“农户、电商平台、消费者”的扁平化模式，从根源上减少中间商对农户收益的侵蚀。除此之外，电商平台的大数据分析打破了产销信息之间的壁垒。农户可以实时获取市场需求变化、价格波动等数据，适时调整生产计划，有效规避盲目种植带来的滞销风险，显著提升产销匹配效率。

2.2. 数字乡村背景下农村电商有助于推动农业转型升级

数字经济通过技术渗透与业态创新，推动乡村产业从单一农业向多元化业态转型升级。未转型前的传统农村，大多发展模式呈现出“粗放、封闭、脱节”的鲜明特征，与数字乡村背景下的现代化发展形态形成显著反差。乡村信息闭塞，网络基础设施薄弱，农户获取市场动态、技术指导、政策支持的渠道狭窄，思想观念相对保守，缺乏创新意识与市场经营能力。增收渠道单一，农户收入主要来源于农产品售卖与外出务工，收入稳定性差。而在数字背景下的农村电商则以市场需求为导向，借助平台大数据捕捉消费者偏好、市场趋势以及价格波动，为农业生产提供科学决策依据。农户可根据市场反馈调整种植、养殖结构，聚焦高需求、高附加值品类，实现农产品供给与市场需求的精准匹配，避免资源浪费。同时，电商对农产品品质、标准化、溯源性的要求，倒逼农户引入绿色生产技术、规范种植养殖流程，推动农业生产向标准化、优质化升级，提升农产品核心竞争力。中国部分乡村已在全国率先实现了农村电子商务全覆盖，并积极利用数字技术，发开建设多元的电商特色项目。在农村电商的发展下，农业产业链快速延伸与整合，打破传统农业“产销脱节”的局限。电商渠道不应是销售终端，更应带动农产品加工、包装、仓储、物流等配套产业的发展，推动农业从单一生产环节向全链条拓展。这种转型不仅提升了农业生产效率和综合效益，更推动现代化农业产业体系的发展，为乡村振兴注入持久动力。

2.3. 数字乡村背景下农村电商有助于助力农特产品品牌建设

在数字乡村背景下，全力推进农村电商的发展，是有助于农特产品品牌建设的。2023年中央一号文件提出“支持脱贫地区打造区域公用品牌”，农产品区域公用品牌是指在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域内，由相关组织所有、由若干农业生产经营者共同使用的农产品品牌。农产品区域公用品牌是促进乡村振兴的重要抓手，在数字乡村建设为农村产业注入“数字基因”的背景下，农村电商突破了传统农特产品品牌建设中“地域局限、传播乏力、信任难塑”的核心瓶颈，成为农特产品从“无名特产”向“知名品牌”升级的关键推手。传统模式下，多数农特产品因缺乏有效传播渠道，仅在本地或周边区域小范围流通，难以形成品牌认知。且受限于信息不对称，产品的地域特色、品质优势无法被广泛感知，更难建立稳定的消费信任。而农村电商通过多元平台矩阵与数字化工具，为农特产品品牌建设提供全链路支撑。一方面，它打破地域壁垒，借助综合电商直播等渠道，将农特产品推向全国乃至全球消费市场。另一方面，电商平台的溯源技术、评价体系与标准化要求，进一步夯实品牌信任根基。通过区块链溯源让消费者实时查看产品从田间到餐桌的过程，依托用户真实评价形成口碑，同时倒逼农户与合作社规范生产标准，让农特产品的“品质优势”转化为“品牌竞争力”。与此同时，电商大数据还能精准捕捉消费者对农特产品的偏好需求，助力品牌精准定位与迭代升级，推动农特产品从“单一售卖”转向“品牌化运营”，最终实现品牌价值提升与市场溢价，为乡村特色产业可持续发展注入源源不断的动力。

3. 数字乡村背景下农村电商的发展困境

近年来,虽然中国数字乡村建设发展趋势一路向好,但由于农村电商机制体制不健全、基础设施薄弱等制约因素,农村电商的发展仍面临诸多问题与挑战。

3.1. 农村电商机制体制不健全

首先,农民权益保障制度缺位。在数字乡村背景下农村电商的发展进程中,农民权益保障制度的缺位,成为制约农民公平分享电商红利的关键短板,具体体现在利益分配、合同履行、质量收益平衡及数据权益等多个环节的制度空白。在数字技术应用场景中,农民的生产数据、产地信息、销售记录等数据,常被电商平台或相关企业无偿采集与使用,用于优化供应链等增值活动。但目前农民数据权益保护制度的缺位,使得农民既无知情权、控制权,也无法分享数据产生的经济效益,进一步加剧了权益保障的失衡。其次,市场监管与规范机制缺失。农村电商的质量监管体系存在明显短板,例如,会出现农产品来源分散、小农户参与度高的问题。农产品缺乏统一的品控标准,抽检覆盖面有限,部分劣质、假冒产品流入市场。既损害消费者权益,也损害农特产品的市场声誉。同时,农特产品市场准入门槛低,对入驻商家资质审核与动态监管不足,违规商家处罚力度弱,难以形成“优胜劣汰”的良性市场秩序。再次,人才培育机制欠缺。当前农村电商人才培育多呈现“碎片化”的特征,政府、电商平台、职业院校等培育主体各自为战,缺乏统筹整合的协同机制,导致培训资源分散、内容重复或断层。同时,培育方式僵化,多以集中式理论授课为主,忽视农村地区交通不便、农民数字素养薄弱的现实问题。更关键的是,人才培育与留存激励机制脱节,导致人才“留不住、用不好”,最终形成“培育、流失、再培育”的恶性循环,加剧农村电商专业人才缺口,制约产业向高质量、精细化方向转型。

3.2. 农村电商发展基础设施薄弱

2025年2月,第十三个指导“三农”工作的中央一号文件《中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》[3](简称《意见》)发布,《意见》要求,推动基础设施向农村延伸,实施好新一轮农村公路提升行动,开展农村公路及桥梁隧道风险隐患排查和整治。《关于开展2021年电子商务进农村综合示范工作的通知》[4]中提出“要重点支持建立完善县、乡、村三级物流配送机制,支持县域电子商务公共服务中心和村级电子商务服务站点的建设改造”。据《中国数字乡村发展报告(2022年)》[5]数据显示,截至2022年6月底,我国农村地区互联网普及率为53.8%,约一半的农村地区还没有实现联网。农村电商的运转离不开坚实的基础设施支撑,而当前农村地区在网络通信、物流配送、仓储冷链等基础设施上的现状,已成为制约农村电商高质量发展的瓶颈。快递从生产者手中到达消费者手中往往需要花费较长时间,配送时间的延长加上运输成本的增加,使得部分农产品整体成本增加,即使有市场也难以销售,大大地降低了农民生产的积极性。在网络通信层面,尽管农村宽带普及率已显著提升,但部分偏远山区仍存在信号覆盖不均、网速稳定性差等问题,难以满足农村电商对大数据传输、在线客服等数字化场景的需求。据《第54次中国互联网络发展状况统计报告》来看,截至2024年底,我国农村宽带普及率虽达89.7%,但偏远山区4G信号覆盖率仅62.3%,5G网络覆盖不足30%,无法满足高清直播、大数据传输需求。同时,农村居民数字设备保有率与使用能力存在差距,进一步加剧了“数字鸿沟”,限制了其参与电商经营的广度。从数字鸿沟理论的“接入鸿沟”看,农村网络与物流基础设施仍有短板。

3.3. 专业人才储备不足

2023年,国务院印发《关于做好2023年农村综合性改革试点试验有关工作的通知》[6],强调“创新乡村人才振兴机制,将人才培养与数字经济发展相结合,加快乡村数字化人才建设,事关乡村产业治

理等方方面面，是推进乡村振兴的关键抓手”。从区域分布来看，东部地区农村电商发展较快，人才缺口约 120 万人，占比 40%；中部地区缺口约 90 万人，占比 30%；西部地区缺口约 90 万人，占比 30%。在技能匹配度方面，具备综合技能的复合型人才仅占现有从业人员的 20%。从人才结构来看，当前农村电商领域的从业者多以本地留守农户、零散创业者为主，具备系统知识的专业人才占比极低，人才梯队呈现“基础层松散、中高层断层”的失衡状态。从技能适配性来看，现有从业者的能力与农村电商的实际需求严重脱节。一方面，本地农户虽熟悉农业生产，但普遍缺乏数字化工具操作能力，对电商平台的流量规则、营销玩法认知不足，难以应对直播带货中的精细化需求。另一方面，部分返乡的电商从业者虽具备基础运营技能，却不了解农产品特性、农村生产规律，导致运营策略与农村实际场景脱节。更关键的是，农村地区对专业电商人才的吸引力不足，留存难度极大。农村在薪酬待遇、职业发展空间、基础设施等方面与城市都存在明显差距。同时，农村电商企业多为小微企业或个体经营户，难以提供有竞争力的福利保障与成长环境，进一步加剧了人才流失。农村电商专业人才体系，形成了“培养即流失、引进留不住”的恶性循环，最终导致农村电商长期面临“想做深却无人能做、想升级却无才可用”的困境，制约农村产业向高质量方向发展。

4. 数字乡村背景下农村电商发展的优化路径

农村电商经济发展是推进数字乡村建设的应有之义。针对当前数字乡村建设中农村电商经济发展面临的诸多问题，需要在建立健全制度保障体系、完善农村数字基础设施建设、加快孵化专业人才、推动农产品标准化与品牌化等措施上下功夫。农业农村部数据显示，2023 年全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，同比增长 12.8%，其中农产品网络零售额达 7800 亿元，同比增长 15.3%。农村电商已从“小众尝试”发展为“主流模式”，成为农产品销售的重要渠道[7]。

4.1. 建立健全农村电商制度保障体系

建立健全农村电商制度保障体系，需围绕“顶层统筹、监管规范、权益兜底、协同联动”四大核心，破解当前存在的问题，为农村电商实现高质量发展打牢制度根基。在顶层统筹层面，需构建“统一领导、分工协作”的跨部门协调机制，整合农业、商务、市场监管、邮政等部门资源，避免政策碎片化。明确各部门权责边界，统一农产品电商备案、补贴申报、标准制定等流程。同时，加快完善农村电商法律法规，针对直播带货、区块链溯源、社区团购等新型模式，明确各方的权责义务，填补监管空白。在监管规范层面，需建立“全链条、标准化”的监管制度。一方面，制定农产品线上销售的质量分级、包装规范、物流验收等统一标准，推行“产地准出、平台准入”双重审核机制，通过抽检、溯源码等手段强化产前产后品控。另一方面，构建农村电商诚信评价体系，将虚假宣传、刷单炒信、违约弃单等行为纳入信用黑名单。同时畅通消费维权渠道，设立农村电商纠纷调解专项窗口，简化农产品维权举证流程，降低农户与消费者的维权成本。在农民权益保障层面，需构建专项制度。一是建立电商产业链利益分配机制，通过政策引导或行业规范，明确农户在农产品深加工、品牌溢价等环节的收益分成比例。二是完善订单农业履约监管制度，推行标准化合同文本，明确解决办法，设立履约保证金或第三方担保机制，防范企业违约风险。在协同联动层面，需搭建制度桥梁。一方面，建立政府与电商平台、龙头企业的长期合作机制，通过政策引导推动平台开放流量资源、提供技术支持，鼓励企业参与农村电商产业园建设、供应链整合。另一方面，完善区域协同发展制度，统筹不同地区农村电商产业布局，形成“优势互补、集群发展”的产业生态，让制度保障真正成为农村电商核心支撑[8]。

4.2. 完善农村数字基础设施

完备的数字化基础设施是农村电商持续发展的重要基石，为实现农村电商的可持续发展，现阶段工

作应着力于偏远地区基础设施的建设工作。一是在服务广度上，基础设施的建设应服务于偏远地区信号盲区问题。这类盲区多集中在山区、高原、偏远村落等地理条件复杂的区域，信号缺失将直接导致当地农户无法开展高清直播带货，甚至连基础的网店运营、物流信息追踪都难以实现。基础设施建设需以精准覆盖为核心，优先聚焦信号盲区的痛点制定解决方案。一方面，应通过实地调研，明确偏远地区信号盲区的具体范围、人口规模及电商发展潜力，避免盲目建设。针对地形复杂区域，可采用“宏基站 + 微基站 + 卫星补盲”的混合组网模式，搭配卫星通信补充覆盖。在降低建设成本的同时提升信号穿透力，确保偏远村落实现 4G 网络全覆盖，重点村落逐步推进 5G 网络延伸。另一方面，需同步配套“信号覆盖、设备适配、能力培训”的一体化支持，针对偏远地区农户数字设备保有率低、操作能力弱的问题，可通过政策补贴为农户提供智能终端，同时开展实操培训，讲解信号调试、线上操作等基础技能。二是在服务质量上，当前部分偏远地区即便实现信号的全覆盖，也常面临带宽不足、网速波动大的问题。直播带货时会经常出现频繁卡顿的情况，导致观众流失。因此，需通过“宽带扩容、技术优化”双管齐下。推动偏远地区 4G 网络宽带升级，优先为电商活跃度高的村落部署 5G 网络，确保用户下行速率稳定，尽量满足直播等高频需求。针对山区信号易受地形干扰的问题，采用信号增强技术、优化基站频段配置等手段，减少网速波动，避免因速率问题导致电商经营“中途断档”。

4.3. 加快孵化农村电商专业人才

在数字乡村背景下，农村电商的发展需要一支具备专业基础知识、营销意识和数据分析能力的团队[9]。但目前，在乡村发展进程中，对于中高端人才的吸纳仍有限。基层岗位吸引力不足，本地留守农民数字化素养低，缺乏系统培训，无法适应电商数字化运营需求。因此，对于电商专业人才的培养，不仅需要引进优秀人才，也需要注重对于现有人才的培养。在引进人才层面，当地政府可以与高校联合培养。共建特色课程体系，政府需结合本地农村电商发展痛点，向高校提出精准人才需求。搭建“校地企”实践平台，政府牵头联动本地电商企业、合作社，与高校共建实训基地，为学生提供沉浸式培养的机会。通过“培养、就业、扶持”的闭环，确保培养的人才“引得进、用得好、留得住”，真正成为推动本地农村电商发展的骨干力量。在注重对于现有人才的培养方面，着重加强对于留守农民的培育。农民掌握电商运营技能是发展农村电商的重要基础，发挥基层党组织引领作用，配备懂数字技术的村干部，为村民提供电商技能培训。建立常态化培训机制，邀请电商示范户和龙头企业开展专业技能培训。构建低门槛电商创业平台，营造良好的农村创业环境。这些举措有助于激发农民参与电商的积极性，培育本土电商人才队伍。

4.4. 推动农产品标准化与品牌化

一是推动标准化生产与加工，相关管理部门应当给予一定的重视，进行宏观把控，对于农产品销售企业及农户的农产品进行严格的管理，不断提高农产品出售质量。聚焦源头把控，核心是建立生产标准体系。一方面，结合电商平台消费数据，筛选适配电商流通的农产品品种，形成区域性推荐品种清单。另一方面，明确种子、化肥、农药等投入品的使用标准，推行“统一采购、统一配送、统一指导”模式，从源头保障农产品安全。政府联动行业协会牵头搭建免费或低价的检测服务平台，对达标产品发放认证标识。对农户和合作社开展标准化生产与加工培训，让标准化从“制度要求”转化为“自觉行动”，为农村电商高质量发展提供核心支撑。二是打造“土特产”电商品牌，挖掘区域特色资源，通过统一包装设计、品牌故事传播增强辨识度。通过情感传播拉近与消费者的距离，让农产品不止于“卖产品”，更能够“传播故事”[10]。围绕农产品背后的人、事、情构建传播内容。让农特产品既具备地域辨识度，又能引发消费者的情感共鸣。最终实现农产品销售的良性循环，助力乡村特色资源转化为农特产品的市场竞争

力。三是构建品牌协同机制,释放品牌集群效应,是破解单个“土特产”品牌影响力弱问题的关键。首先需搭建多元主体协同平台,由政府牵头、行业协会主导,联合区域内合作社、电商企业、农户等市场主体,成立品牌协同联盟。明确区域公用品牌使用标准、品质管控底线、利益分配机制,避免恶性竞争与品牌滥用。同时整合公共品牌资源,构建“区域公用品牌、企业子品牌”的层级架构。既以公用品牌为整体背书,强化区域辨识度,又保留子品牌的差异化特色,满足不同消费者的需求。

5. 结语

在数字乡村发展的背景下推动农村电商发展是时代的要求,在完成了脱贫攻坚的历史任务之后,农村电商还将继续深入发展。数字技术为农村电商发展带来了前所未有的发展机遇,但也暴露出其面临多重挑战。在不断落实乡村振兴战略的前提下,必须要加大农村电商发展的力度,采取切实可行的措施来解决问题,进而推动农村电商的蓬勃发展,为农村经济发展助力。

参考文献

- [1] 数字乡村发展战略纲要[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/2019-05/16/content_5392269.htm, 2025-11-24.
- [2] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议[M]. 北京:人民出版社, 2025: 12-14.
- [3] 中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. https://china.cnr.cn/news/sz/20250224/t20250224_527080062.shtml, 2025-11-20.
- [4] 关于开展 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知[EB/OL]. https://www.mofcom.gov.cn/zcfb/zgdwjmywg/art/2021/art_65b8e7d8e7864c37a082553f9eff7397.html, 2025-11-20.
- [5] 中国数字乡村发展报告(2022 年) [EB/OL]. <https://www.gov.cn/xinwen/2023-03/01/5743969/files/5807a90751b1448ba977f02e7a80b14c.pdf>, 2025-11-20.
- [6] 关于做好 2023 年农村综合性改革试点试验有关工作的通知[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2023-05/05/content_5754206.htm, 2025-11-20.
- [7] 阳甜, 朱国龙. “数商兴农”赋能乡村振兴的作用机理与实现路径[J]. 山东行政学院学报, 2024(6): 33-41.
- [8] 范龄. 数字经济赋能乡村振兴: 农村电商发展的模式与效应[J]. 山西农经, 2025(14): 42-44.
- [9] 王剑, 吴政清. 数字经济助力乡村全面振兴策略[N]. 青海日报, 2025-09-05(007).
- [10] 罗春莲, 王永成. 数字乡村建设背景下农村电商发展的问题与应对策略[J]. 现代化农业, 2023(11): 62-65.