

乡村振兴背景下农村电商的发展路径探析

陆蔚

扬州大学马克思主义学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年12月9日；录用日期：2025年12月23日；发布日期：2025年12月31日

摘要

乡村振兴背景下，农村电商作为调整农村产业格局，推动农业农村现代化的重要渠道，其发展路径探析具有现实性。文章基于乡村振兴战略框架，系统分析了在优化农村产业布局、弘扬中华文明、增添农民收入方面的价值意蕴，揭示了当前产业集聚化程度不足、人才后备军力量薄弱、供需错配的现实困境。基于此，提出培育产业集群化发展、引入“新农人”、提升市场适配能力的发展路径，旨在推动农村电商高质量发展，助力乡村全面振兴。

关键词

乡村振兴，农村电商，发展路径

Research on the Development Path of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Wei Lu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: December 9, 2025; accepted: December 23, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

Under the background of Rural Revitalization, rural e-commerce serves as an important channel for adjusting the rural industrial structure and promoting the modernization of agriculture and rural areas, making the analysis of its development path practically significant. Based on the strategic framework of rural revitalization, this paper systematically analyzes its value implications in optimizing the rural industrial layout, carrying forward Chinese civilization, and increasing farmers' income, and reveals the current practical dilemmas, including insufficient industrial intensification,

weak reserve of talents, and mismatch between supply and demand. Accordingly, it proposes development paths of fostering industrial clustering, introducing “new farmers”, and enhancing market adaptability, aiming to promote the high-quality development of rural e-commerce and facilitate the comprehensive revitalization of rural areas.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development Path

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

推动高质量发展，实现全体人民共同富裕的关键在乡村。乡村振兴锚定建设农业强国目标，以加快农业农村现代化为核心要义，推动农业、农村、农民的全面发展，为建设社会主义现代化国家提供坚强支撑。目前，科技高速发展，人工智能、AI等新技术深刻影响着人们的生活生产。在此背景下，电商产业应运而生。农村电商因其投资小、收益好的优势，正成为推动乡村振兴的重要举措。

2. 乡村振兴背景下农村电商的价值意蕴

(一) 优化产业布局

产业兴则农村兴，乡村产业建设是加快构建现代化产业体系的新举措。作为数字经济与乡村产业融合的核心载体，农村电商通过打破资源壁垒、重构产业关联逻辑等方式优化农村产业布局，是推动乡村产业高质量发展的关键引擎。

一方面，农村电商打破了传统农村“一农独大”的单一结构，推动农村产业多元协同发展。传统农村以农业种植为主，部分农村会进行农产品粗加工。产业结构较为单一，产业效益较低。在乡村振兴背景下，农村电商连接了第二、第三产业，带动了农村物流、直播服务等配套产业的兴起，构建起“种植 - 加工 - 销售”的产业结构体系。此外，为适应城市多元需求，农业发展逐步“定制化”。农村三产融合通过不同产业的优势交叉互渗，融入“文旅+”“生态+”“服务+”等经营模式，可以深度挖掘农业的多种功能，催生出观光农业、休闲旅游、生态康养等乡村新业态新模式，促进农业全环节升级、全链条增值[1]。

另一方面，农村电商突破地理空间限制，推动产业布局从“分散无序”向“集聚高效”转型。传统农村产业大多具有“同质化”局限性，部分偏远地区无法融入区域协同发展的大潮中。乡村产业振兴要求乡村产业发展统筹推进，优化产业布局，其重点在于县域产业发展，需要构建起以城带乡、以镇带村的一体化格局[2]。农村电商构建起三级服务网络，让偏远地区的资源直接进入全国市场，让农村产业与城市工业精准对接，农村成为城市的“优质农产品供给基地”，城市为农村提供技术、资本与市场支持，形成“城乡互补、双向循环”的空间布局。同时，农村电商突破物流瓶颈，让特色资源走出乡村，推动产业融合，在产业融合中挖掘农业新功能。

(二) 弘扬中华文明

作为乡村振兴与数字经济融合的核心纽带，乡村电商不仅是激活乡村产业的经济引擎，更是传播中华文明，激活文化传承活力的重要载体。乡村电商的发展为乡村文化振兴注入科技动能，彰显其文化价值。

一方面，乡村电商打破文化传播时空限制，拓宽了文化传播边界。中华文明博大精深、源远流长，每一位中国人都应自觉认同中华文明。传统文化传播主要依据线下展览、旅游、阅读等模式，具有地理和渠道壁垒。农村电商借助电商平台、直播带货、短视频传播等数字化手段，让偏远地区的传统技艺、农耕文明、民风民俗走进全国乃至世界消费者的视野。在电商的背景下，商家通过直播讲解、短视频演绎等方式，将中华文明融入消费场景，呈现出“产品+故事”的鲜活形态，让文化传播更具趣味性和感染力。

另一方面，乡村电商激活文化资源价值，推动中华文明的“活态传承”。通过电商，传统特色农产品、非遗手工艺品走出乡村，进入大众视野，传统与现代相结合，形成特色文旅产品、研学体验项目，成为中华文明的现代表达方式，既带动当地经济发展，又推动中华文明的“活态传承”和可持续发展。

(三) 增添农民收入

高质量的乡村全面振兴，不仅要求技术进步、产品品质好、经济效益高、符合生态文明要求、绿色低碳，还要求广大农民分享发展成果，最终实现共同富裕^[3]。农村电商通过拓宽收入渠道、联动乡村振兴多维度，不仅直接增加农民经济效益，更推动收入结构优化与增收能力提升，为实现共同富裕奠定基础。

一方面，农村电商拓宽了收入渠道，打破单一增收的局限性。传统农民多以种地养殖和外出务工为主，收入来源较为单一，成本较高。普通就业岗位门槛攀升，多数留守人群无法胜任，拉低家庭收入水平。农村电商直接对接消费市场，减少中间环节，实现农产品优质优价，农民享受到“产销直连”的价格红利，提升种植养殖的收入水平。电商发展带来物流、包装、客服等配套产业需求，为留守妇女、老人等农村剩余劳动力提供灵活就业机会，增加农村家庭收入。电商创业成本低、流程简单，农民通过开设网店、参与直播、短视频拍摄等方式，将本地特有资源转为商品，形成品牌，带动乡村整体发展，减少收入差距，实现了创业增收与带动邻里致富双赢。

另一方面，农村电商联动了乡村振兴多维度，夯实农民增收基础。目前，我国农村电商正向产业化、特色化、规模化的方向迈进，电商发展带动产业投资、产业升级，进一步拓宽增收空间，形成“收入增长-产业升级-收入增长”闭环。规模化的电商产业吸引更多青壮年返乡创业，缓解乡村“空心化”问题，增强农民幸福感和获得感，为乡村人才、组织振兴注入发展动力和人才支撑，促进可持续性增收。

3. 乡村振兴背景下农村电商的现实困境

(一) 产业集聚化程度不足

在乡村振兴战略推动下，农村电商虽实现快速发展，但集聚化程度不足的问题日益凸显，已成为制约农村电商规模扩张和效率提升，阻碍农民增收致富和乡村产业振兴深化推进的瓶颈之一。

一方面，农村电商的资源分配较为分散，难以释放规模效应。农村电商从业者多为个体农户、返乡创业者或小型合作社，缺少具备整合能力的龙头企业，资金来源以个体筹款、小额补贴为主，经营规模小、分布分散，缺少集聚载体和金融支撑体系。从业者们大多“各自为战”，资金分散投入，无法统筹协调产业链资源，难以形成批量采购、集中配送的规模，品牌培育能力较弱，资金利用率低，无法形成规模化产业升级效应。部分同区域的经营者们缺乏合作意识，售卖产品出现同质化的问题，无法做到资源共享、优势互补，造成资源浪费，难以打造区域公共品牌，未能发掘产品附加价值，固化了其“低水平循环”的发展状态。

另一方面，农村电商的基础设施相对薄弱，集聚化服务支撑薄弱。由于缺少“领头羊”，农村电商相关产业布局分散，配套不全，无法为集聚化发展提供有效支撑。农村物流多依赖小型网点或个体运输，部分偏远地区网点偏少，不同物流主体各自布局，易充分建设与覆盖盲区，物流成本高、配送效率低，

不利于建成集约化的物流配送网络。目前，农村仓储设施依赖农村自建房，缺乏标准化设计与专业设备，易导致农产品质量参差不齐，不仅影响了消费体验，而且增加售后成本。

（二）人才后备军力量薄弱

乡村振兴，关键在人。随着我国农业农村现代化步伐不断加快，各类新产业新业态在乡村蓬勃兴起，这需要一批爱乡村、懂技术、有干劲、敢创新的高素质劳动者队伍，为乡村振兴提供强有力的支撑[4]。然而，当前农村人才资源匮乏问题突出，尤其是兼具乡土情怀、数字技能与创新能力的复合型人才严重短缺，已成为制约农村电商高质量发展和乡村振兴深入推进的瓶颈。

一方面，农村青壮年人才供给短缺，后背力量稳定性差。当前，农村人口总量持续减少，人口老龄化问题严重，具备学习能力和创新意识的强壮年劳动力比重下降，多数农村优质劳动力向城市转移。虽有部分人群回流农村，但以退休老年人为主，其知识结构和创新能力难以匹配新业态需求，难以担任振兴乡村的主力军。此外，由于农村配套设施不足，工资水平较低、发展空间有限、多数农村电商企业缺乏明确的职业晋升通道和成长规划，人才难以实现职业进阶，人才留存意愿降低，导致人才队伍流动性大、稳定性差。

另一方面，人才培育机制尚不完善，人才成长支撑乏力。现有农村电商培训内容具有重理论轻实操、重通用轻特色的问题。政府、企业、学校、行业等培育主题各自发力，导致与农村电商实际运营场景脱离，无法匹配产业发展对实战型人才的需求。首先，已有培训集中于基础操作，以“讲师讲授 + PPT 展示”为主，没有洞察农村电商的核心痛点所在，缺少真实场景实操，出现会讲不会用的问题。如农产品品控问题、冷链物流等实际问题和直播话术、流量投放、跨境电商等专业技能。其次，已有培训内容同质化问题严重，未能结合地区特色。培训内容采用统一、通用的模板，没有针对农村地区特色产业进行定制化培训，缺乏区域产业适配性，导致所学理论无法应用的问题。此外，政府、企业、院校等主体各自为政，未能形成“政校企”联动的培育体系。部分院校的电商专业课程体系仍以传统理论为主，前沿内容更新滞后，未能深度对接农村电商产业，难以培育出实战型人才。

（三）农村电商供需错配

农村电商虽打通了农产品上行与工业品下行的通道，但供需错配问题日益凸显，不仅造成资源浪费，更制约农村电商赋能乡村产业升级与农民增收的实效，成为阻碍其高质量发展的梗阻。

一方面，农村电商的供给端呈现高度分散化特征，难以匹配市场多元需求。市场结构是决定企业行为和市场绩效的基础，直接影响着产品与服务的标准化与稳定性。农村生产以家庭农场、小农户等小规模主体为主，呈现出“小规模、大群体、碎片化”的特征。这种高度分散的市场结构使得生产标准不统一，产品质量波动，难以满足电商平台对品质的要求，更无法匹配城市中高端消费群体对标准化产品的需求，易引发“优质不优价”或因品质纠纷引发售后问题。此外，多数农村电商集中在初级农产品领域，缺乏品类创新和差异化定位。同一区域内多主体重复供给同类产品，导致“滞销积压”或“需求空缺”，难以满足新兴市场需求。

另一方面，在市场结构的约束下，农村电商主体多采用短期化、被动化的市场行为，供需矛盾扩大。农村电商未能及时捕捉并转化市场需求，需求端的多元变化未有效传导至供给端，导致“生产与需求两张皮”。由于缺乏对大数据、人工智能等技术的有效运用，农村电商经营者们无法精准捕捉需求变化，大多依靠经验判断市场，缺少对消费趋势的前瞻性分析，存在滞后性。消费者偏好变化、流行趋势调整等信息无法及时传导至生产端，导致供给与需求脱节。例如，当前城市消费市场呈现个性化、场景化、品质化细分趋势，但农村电商多采取“一刀切”供给模式，未针对细分人群开发定制化产品，无法精准匹配差异化需求。此外，当前农村电商普遍存在物流配送慢、破损率高、售后响应滞后、退换货不便等问题，难以匹配消费者对服务效率与体验的需求，消费者体验不佳，制约复购率提升。

4. 乡村振兴背景下农村电商的发展路径

(一) 推动产业集群化发展

产业集群化通过整合分散资源、共享基础设施、共建公共品牌，将农村电商从“各自为战”转变为“抱团发展”，从根源上破解资源分散、设施薄弱的集约化困境，释放规模效应与协同价值。

首先，农村电商行业需整合分散资源，释放规模效应。建设乡村共富型产业生态，将在壮大乡村共富经济的同时，促进乡村形成“渐进富裕”生态[5]。建设共富型农村电商产业生态的关键就是形成农村电商产业体系，通过建设以农村电商经营者为基础、合作社为平台、以农村电商企业为主题的产业链，细化产业分工，激活并共享农村电商产业要素，形成互补优势，释放规模效应，促进农村电商经济可持续性发展。其次，农村电商行业需共建共享集约化的基础设施。以产业集群为载体，由政府牵头、龙头企业主导，联合建设“县-乡-村”三级共享仓储中心、冷链物流园区、电商实训基地，统一配置保鲜设备、分拣流水线、直播场地等设施，避免重复建设与资源浪费。同时，农村电商行业需打造区域公共品牌，提升产业竞争力。集群内的差异化分工与公共品牌共建，既避免了同区域同质化竞争与资源浪费，又通过区域协同合力提升区域产业的市场话语权，让农村电商从“低价格战”转向“高价值竞争”，进一步吸引资源与人才集聚，反向破解人才短缺困境。

(二) 引入“新农人”

人才振兴是乡村振兴的基础，强化乡村振兴人才支撑是推进乡村全面振兴的题中应有之义。推进乡村人才振兴，必须坚持把乡村人力资本开发放在首要位置，吸引各类人才在乡村振兴中建功立业[6]。“新农人”作为具备数字技能、市场思维、创新意识的新型经营主体，既是农村电商人才后备军的关键来源，又能推动产业升级与供需适配，从根本上破解人才供给短缺与培育滞后的问题。

首先，政府需制定针对性的扶持政策，吸引“新农人”回流。“新农人”自带数字技能与市场思维，无需冗长培育即可快速上手电商运营。政府可适当制定创业补贴、社保优惠等扶持政策，通过柔性引才模式降低“新农人”返乡创业的门槛，缓解农村青壮年人才流失、本土人才能力不足的问题。同时，面对教育、医疗、交通等公共服务难题，政府应加大扶持力度，改善公共服务体系，改善农村生活环境，吸引大学生、返乡青年等年轻群体扎根农村。其次，院校、企业、集群可协同培育，建设产业集群实训基地，结合区域产业特色，为“新农人”定制特色教学与实操演练。此外，院校应邀请集群内龙头企业高管、资深电商从业者担任导师，提供“一对一”课后跟踪指导，推动“新农人”长效提升。

(三) 提升市场适配能力

农村电商行业需以“需求为导向、标准为支撑、服务为保障”，精准对接供给端与需求端，破解产品品质不均、信息传导不畅、服务体验不佳的供需错配困境，让农村电商从“卖得出”向“卖得好、复购高”转型。

首先，农村电商企业应以产业集群为依托，制定统一的农产品种植养殖标准、品控流程，引入第三方检测机构，实现“从田间到餐桌”的全链条品质管控。根据市场需求，农村电商产业应开发差异化产品，推动个性化、精细化发展，减少同区域的同质化竞争。为契合健康理念，农村电商应发挥优势，发展绿色、有机、地理标志和达标合格农产品，培育区域公共品牌和特色产品品牌，实现从“卖产品资源”到“卖绿色品牌”的转变。例如，针对中高端群体推出有机认证产品，针对年轻群体开发网红文创农产品，针对家庭场景设计便携分装产品等。其次，农村电商企业应充分利用数字技术，精准对接市场需求。数字经济为农村电商提供了有效的技术支撑，通过对农产品的产、供、销全流程数字化重塑，有效地破解传统农业生产与生产资料市场需求之间的信息隔阂[7]。弥合数字鸿沟的关键在于提升农民的数字化适应力和驾驭力。产业基地应构建适合农民特点的阶梯式数字素养培育体系，通过政府搭台、平台赋能、院

校支撑，形成“教、学、用”闭环，让农民真正会用网络、用好网络。“新农人”与龙头企业应充分运用电商平台大数据、消费者画像分析等数字工具，精准捕捉市场趋势、消费偏好变化，形成“需求清单”并传导至生产端，建立“订单农业+定制生产”的模式，通过预售、众筹等方式提前锁定需求，让农户按订单组织生产，从根源上规避“滞销积压”和“需求空缺”问题。此外，农村电商不应局限于农产品销售，应促进其与休闲旅游、文创产业、康养服务等深度融合。例如，可以发展“休闲农业+电商”、“文旅+电商”等模式，打造特色公共服务站，拓展农业的多种功能，提升乡村的多元价值。

5. 总结

三农问题是关系国计民生的根本性问题。农村电商是解决三农问题，促进农村产业、人才、生态、文化、组织振兴，实现乡村振兴的重要范式。基于发展困境，农村电商通过推动产业集群化发展、引入“新农人”、提升供需适配能力，形成协同发展系统，构建了农村电商可持续的高质量发展生态体系，推动农村电商真正赋能乡村产业振兴、农民增收致富与城乡融合发展。

参考文献

- [1] 王波, 杨建雄. 乡村产业振兴的典型模式、现实障碍与优化路径[J]. 农业经济, 2025(11): 47-50.
- [2] 梁盛凯, 陈池波, 田云, 潘经韬. 中国乡村产业振兴: 时空分异、动态演进及共富效应[J]. 农业技术经济, 2024(1): 75-95.
- [3] 王东升, 王瑞锋. 高质量乡村全面振兴突破路径研究[J/OL]. 农业与技术: 1-4.
<https://link.cnki.net/urlid/22.1159.S.20251114.1201.002>, 2025-12-12.
- [4] 高帆, 刘凌琛. 新质生产力赋能乡村振兴的内在机理、特征与实现路径[J]. 学习与探索, 2025(10): 88-98.
- [5] 秦亚芹, 孟磊. 共同富裕与乡村产业振兴有效衔接的逻辑、挑战与策略[J]. 农业经济, 2025(11): 54-56.
- [6] 马玉娜. 强化乡村振兴人才支撑[N]. 经济日报, 2024-02-01(010).
- [7] 盛娟. 数字赋能视域下农村电商助力乡村振兴的路径探索——以湖南省安乡县为例[J]. 农业产业化, 2025(9): 53-55.