

乡村振兴背景下小农户对接电商市场的困境及优化策略

祁保华

南京邮电大学社会与人口学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月28日; 录用日期: 2025年12月11日; 发布日期: 2026年2月26日

摘要

在乡村振兴建设背景下, 农村电商的发展已成为推动我国农业农村发展, 引领农村产业结构调整, 繁荣农村经济, 促进农民增收的重要途径。大国小农是我国农业发展的基本国情, 当前农村地区发展电商的基础设施相对落后, 信息化技术和经营人才缺乏, 小农户从事电商还面临规模和组织困境, 在乡村振兴下为推进农村电商的发展, 地方政府从健全农村电商发展政策和服务支持体系、完善基础设施, 加强小农户电商经营能力和数字技术普及培训, 创新小农户电商参与的形式, 打造特色品牌等多个维度进行发力, 推动农村电商的发展和乡村全面振兴。

关键词

乡村振兴, 小农户, 电商市场

Challenges and Optimization Strategies for Small Farmers' E-Commerce Market Access under Rural Revitalization

Baohua Qi

School of Sociology and Population, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: November 28, 2025; accepted: December 11, 2025; published: February 26, 2026

Abstract

Under the background of rural revitalization construction, the development of rural e-commerce has become an important way to promote the development of agriculture and rural areas in China,

lead the adjustment of rural industrial structure, prosper rural economy, and increase farmers' income. The basic national condition for the development of agriculture in China is the large country and small farmers. Currently, the infrastructure for developing e-commerce in rural areas is relatively backward, and there is a lack of information technology and management talents. Small farmers engaged in e-commerce still face difficulties in terms of scale and organization. In order to promote the development of rural e-commerce under rural revitalization, local governments have made efforts from multiple dimensions, such as improving rural e-commerce development policies and service support systems, improving infrastructure, strengthening the e-commerce management capabilities of small farmers and digital technology popularization and training, innovating the forms of participation of small farmers in e-commerce, and creating characteristic brands, to promote the development of rural e-commerce and comprehensive rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Small Farmers, E-Commerce Market

Copyright © 2026 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

随着乡村振兴战略的推进，发展农村电商已成为促进农村产业发展，带动农民增收，促进农村消费的有力抓手。2025年中央一号文件强调进一步深化农村电商布局，完善农村物流体系，发展乡村特色产业，推动农村电商高质量发展。这为农村电商的发展指明了方向。在乡村振兴建设下电商的发展为促进农村产业振兴和农民增收开辟了一个新渠道，与其他技术相比电商赋能农民增收具有灵活性，便捷性的特点，电商的发展减少了生产者与消费者的中间环节，降低交易成本，为小农户对接大市场架起了新的桥梁和纽带[1]。近年来随着农村电商的发展，不少小农户也加入电商产业链，从事农产品电商的农户规模不断壮大，农村电商的销售比例也在显著上升，特别是随着数字乡村建设的推进，以及农产品电商销售方式的不断创新，农产品电商销售的方式也从单纯的依托淘宝，转变为依托微信、微博、抖音等多种互联网新媒体平台，电商占整个农产品销售的份额也在不断上升，电商发展为促进乡村振兴提供有力支撑。

当前学界围绕小农户如何对接电商市场，以及如何支持小农户电商的发展进行了一系列的研究，刘承昊认为农村电商的发展需要政府的政策支持以及农村硬件基础设施的完善[2]；在小农户电商发展的影响因素研究方面，徐丽艳、郑艳霞提出，农村电商基础设施建设滞后以及人才的缺乏是制约农村电商发展的重要制约因素[3]，农村地区应采取有效的措施，加快农村基础设施建设，破除农村电商发展的基础设施障碍和人才障碍。陈旭堂则认为农村剩余劳动力转移需求和地方特色产业发展需求都为当前小农户电商的发展创造了机会[4]。

电商在发展中通过缩短供应链，扩大市场范围，为实现生产与销售的有效对接，突破传统销售方式带来了新的契机，然而，在现实中小农户通过电商途径对接大市场面对诸多困境与制约因素，从已有的文献看，大多数文献分析农户参与电商的影响因素，而对组织模式进行较少的研究，多数文献对小农户参与电商市场所带来的所面临的困境进行了分析，但对当前小农对接电商的优化路径缺少深入的探究。大国小农是我国农业发展的基本国情，因此，在乡村振兴背景下，小农户如何有效地对接电商市场是当前农村电商发展所面临的普遍而重要问题。本研究将结合前人研究的基础上，对乡村振兴背景下小农户接入

的困境出发及优化策略进行研究，以期为乡村振兴建设背景下制定农村电商发展政策和策略提供借鉴。

2. 乡村振兴背景下推动小农户参与电商市场的现实意义

2.1. 有助于拓展农产品销售渠道，增加农民收入

在数字化时代小农户在快递物流的支持下，基于电商的农产品销售创业模式，改变了传统农产品的销售模式，让农产品直接进入全国的销售网络，有效地扩大了农产品的销售市场，也降低了农产品的销售成本，促进了农产品的市场流通，也在经济层面激活了万亿级农村市场。当前农村电商的发展已是助推乡村振兴的重要引擎，农村电商的发展有助于推动农民创业就业。政府通过培育农村电商主体，打造完整的农产品供销产业链，进一步促进了当地农民增收，提高了农民生活质量，带动了乡村产业发展和乡村振兴。

2.2. 促进农产品生产的标准化、品牌化，推动农村产业升级

农产品电商的发展可以通过销售端带动生产端，促进农村特色产业发展。农产品电商的发展加强了农户与市场的直接联系，消费者的需求反过来会倒逼农户改进农产品种植技术，规范农产品种植行为，从而会推动和加快农业生产的标准化进程，提升农产品的品质，积极打造农产品品牌，推动农产品的标准化和品牌化。电商的发展也作为推动力进一步推动农产品的精深加工，推动农村产业升级，还可以通过农村产业升级带动农村仓储、包装、物流等相关产业的发展，推动乡村一二三产业的发展，从而进一步激活乡村经济的活力，农村电商的发展也可催生当地农户通过立足当地特色产业和资源禀赋，促进“电商 + 休闲农业”“电商 + 乡村旅游”的发展。

2.3. 促进小农户参与电商发展可增进资源在城乡双向流动，促进城乡融合发展

小农户参与电商创业，不仅可降低创业门槛，还可吸引广大青年去农村返乡创业，为乡村注入人才活力。通过电商模式让城市消费需求与农产品直接对接，直接增加农民收入，让城市资本通过电商渠道直接反哺农业发展，推动农村产业升级和农村基础设施的建设，促进农村产业振兴和农村繁荣。

3. 当前小农户对接电商市场所面临的困境

3.1. 小农户电商面临组织和规模困境

在家庭联产承包责任制下，小农户在生产、流通和销售等环节高度分散，小农户孤立的生产和销售方式使得无法适应激烈的市场竞争，再加上小农生产天生的分散、无组织、小规模特点^[5]、分散化的竞争，农产品产量低，产品的标准化程度低于市场的要求，无法适应国内大市场的竞争。从生产规模上讲，中国农村小农户是农业生产的主体，小农户家庭耕地承办面积小，内部流转不理想，很容易使小农户在扩张中面临资源困境，小农户生产导致的农地细碎化，分散化，小农户在农村占比高，农地产权改革低于国家预期，在此情境下，土地要素很难进行优化配置，也限制了农产品生产的规模和空间，阻碍了农产品的供应能力，小的生产规模和以家庭为主的组织方式处于分散化状态，缺乏有效的组织载体，这种分散性导致难以通过集体行动降低交易成本，在电商中的流通环节中议价能力弱，易受市场冲击。

3.2. 小农户的数字化能力和电商运营能力不足

数字化能力低和电商运营知识缺乏是制约农村小农户参与电商市场的重要因素。虽然从事电商创业可降低小农户的创业成本，但也对小农户的电商创业知识和经营技能有一定的要求，电商从业人员不仅要具有一定的数字化素养，还要具有一定的电商运营能力，当前小农户的文化素质和信息化素养普遍偏

低，对信息化技术和互联网等新生事物的接受度有限，在缺少电商运营经验的情况下也很难在竞争激烈的电商中存活。因此，加强电商人才数字化能力和电商运营技能培训是推动农村电商发展中所面临的重要问题。

3.3. 电商产品同质化严重，品牌竞争力弱

当前小农户从事农产品电商，面临所售卖的产品相似度高，缺乏特色和差异化，同质化问题严重，导致许多小农户电商在激烈的竞争中很难立足，消费者的忠诚度也很难建立。另外，广大农村地区农产品的供应链相对落后，缺乏标准化的生产流程和品质控，导致所售农产品的质量不稳定，产品竞争力弱。

3.4. 当前农村发展电商的基础设施薄弱

农村电商的发展离不开快递物流、产品冷链仓储、网络设施、交通运输等相关基础设施的支撑。当前虽然城市地区以上电子商务基础设施已相当完备，但在广大农村地区以上电商基础设施还有待完善，首先农村物流成本高，快递配送最后一公里物流网络缺失。其次，许多农村地区通信网络建设滞后，偏远地区乡村基站建设不足，网络传输带宽有限，网络稳定性与城市存在差异这都影响农村电商的发展。另外，许多农村的道路交通运输设施不完善，很多农产品很难运出去，同时也缺乏冷链物流系统，容易造成农产品在运输中损耗影响农产品电商的发展。

3.5. 对小农户电商的政策支持与服务体系有待进一步完善

虽然当前许多地方政府部门已经认识到农村电商在推动农村产业升级和乡村振兴的重要意义，但许多地区针对农村电商发展的扶持性政策的针对性不强，服务体系不完善，导致小农户电商发展的政策落实及服务不到位，针对小农户电商的孵化机制不健全，专业化的培训和技术支撑服务供给不足，地方性的行业组织以及合作社等中介组织在推动电商发展的中介作用发挥不充分。另外，当前农村电商市场监督力度不足，监管也不够严格，相对于工业品具有相应的复杂标准，对农村农产品电商而言，我国对农产品电商的规范和监督的难度大，导致部分劣质农产品流向市场，打击消费者信心，影响农产品电商的长远发展。

4. 乡村振兴下优化小农户对接电商市场的有效路径

4.1. 加大政府对农村电商的引导和政策支持力度

政府需要出台针对性支持政策，为小农户电商的发展提供政策、服务和资金支持。首先地方政府要因地制宜制的建立和完善小农户对接电商发展的产业政策体系，制定适合本地农产品电商发展行动计划，设立农村电商发展扶植基金，优化营商环境，简化营商相关手续，从政策支持方面发力为小农户电商发展保驾护航。第二是完善农村电商发展综合服务体系，鼓励以县域为单位建立县域电商基地，设置县域电商发展服务中心，为小农户电商创业者提供有效的资源对接和技术支持，提供产前、产中和产后以及政策咨询、培训和孵化服务。第三是加强当地对小农户电商创业者的金融支持，对有发展潜力的电商提供创业贷款服务，缓解小农户电商创业者的资金压力。四是在税收方面，县域政府要及时出台税收优惠政策，鼓励小农户参与电商创业，并在税收方面给予优惠政策，尤其在初创期尽量减免税收，避免因税收压力影响电商的发展。最后，县域政府部门尽快完善电商监督管理体系，加强对农产品质量的监管，并借助物联网技术加强绿色农产品认证和农产品溯源管理，提升农产品的品质。

4.2. 推动组织化规模化经营和拓宽销售渠道

小农户电商经营分散，产品标准化不统一，市场议价能力弱，在发展农村电商中鼓励小农户成立合

作社或加入联合体,探索开展合作社+小农户的电商运营模式,由合作社统一进行采购、统一种植标准、统一对接电商,解决小农户散、弱痛点。如山东寿光探索小农民通过合作社解决销售难题。帮助小农户拓展多元化的电商营销渠道,帮助小农户接入京东、拼多多、淘宝等主流电商平台,以及商户感兴趣的抖音、快手等电商平台,以及引导小农户积极参与社区团购等平台,缩短农产品流通链,引导农户探索本地O2O模式,参与本地电商服务商超、美团等平台,开展线上线下相结合的服务。

4.3. 强化农村电商发展的基础设施和物流体系建设

农村电商发展的前提是完善的基础设施和物流网络。地方政府应结合乡村振兴建设,持续推进农村电商基础设施建设,推进宽带进村,光纤入户,降低农户网络使用成本,完善农村数字化基础设施建设,鼓励在农村合作社和电商服务站等场所提供免费的网络服务。完善农村物流基础设施建设,推进县域的物流枢纽中心建设,推动县级物流体系智能化数字化改造,与快递平台合作,完善快递点的布局,缩短物流配送时间,降低物流成本,并引导物流下沉,积极与快递公司合作建设村级农村物流点,提供快递代收,代发服务以及技术咨询服务,尽快建立完善县-乡-村的三级物流体系。并在农产品生鲜区根据农产品生鲜物流的特点,在生鲜产区建设冷库,冷藏车,建立冷链物流体系,对生鲜农产品进行冷链运输服务,为农村电商发展提供支撑。

4.4. 加强小农户电商技术培训和数字能力普及

针对小农户数字化技能和运营能力薄弱的特点,在发展农村电商的过程中,地方政府应积极构建电商技能和能力培育体系,开展小农户电商数字技能、电商平台操作、短视频拍摄,以及网店运营以及物流知识等内容的培训,提升小农户从事电商创业的能力,并在积极培育本土电商带头人的同时,还要积极引导返乡创业者、村干部等参与电商创业,重点培育一批懂技术又擅长经营的电商创业者队伍,发挥他们的示范和带头作用。并通过招募返乡大学生参与电商运营,为乡村电商发展注入新活力。

4.5. 打造农产品特色品牌

品牌化是提升农产品竞争力的关键因素,在电商特色品牌培育过程中,地方主管部门要充分挖掘地域文化IP,打造有故事的农产品,推动特色农产品的品牌升级。如烟台苹果让小农户共享品牌溢价效应,解决同质化问题,提升农产品的市场竞争力。同时,发展农产品深加工,延长产业链,提升农产品的高附加值,促进农村产业发展和产业升级。

5. 结语

乡村振兴战略的实施为有效推动农村电商提供了历史性的发展机遇,当前小农户从事电商创业面临组织和规模、政策支持和能力限制等多种因素的制约。在乡村振兴建设背景下,地方政府要充分认识到小农户电商发展在转变农业生产方式、带动农民增收、促进农村产业振兴的重要意义,地方政府部门通过加强农村电商发展基础设施建设,健全电商发展政策支持体系和服务体系,建设县级电商服务中心,加强电商服务体系建设,提高农村物流设施建设,技术赋能和模式创新和生态构建等多个维度发力,构建长效赋能机制,促进小农户电商突破现有资源和能力瓶颈,让电商成为小农户增收的新途径,助力农产品上行和农民增收,为乡村振兴提供有力支撑。

参考文献

- [1] 王双进, 邱迪, 王钰明, 等. 提升农户参与农产品电商行为意向研究——基于河北省农村地区的调研数据分析[J]. 价格理论与实践, 2023(10): 108-112.

- [2] 陈旭堂, 余国新. 农村电商助推乡村共同体的形塑与重构——基于浙江省遂昌县的实证分析[J]. 探索, 2019(5): 132-140.
- [3] 徐丽艳, 郑艳霞. 农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021(2): 109-120.
- [4] 刘承昊. 乡村振兴: 电商赋能与地方政府外部供给的困境与对策[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2019, 19(4): 122-130.
- [5] 胡卢卢. 多元主体整合赋能小农户对接电商市场实现机制研究[J]. 农业经济, 2024(7): 143-144.