

数字经济时代电商助力乡村振兴的困境与对策探析

杜金怡, 蒋俊明

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年12月8日; 录用日期: 2025年12月19日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

数字经济时代, 电商凭借其高效的资源配置与市场联通能力, 成为推动乡村振兴的重要引擎。本文分析了电商在促进乡村产业升级、拓宽农民增收渠道、优化乡村治理等方面的现实意义, 同时指出其在基础设施、数字人才、品牌建设与市场监管等方面面临的困境。在此基础上, 提出加强数字基建与智慧物流、构建多层次人才培养机制、推动农产品品牌化与标准化建设等对策, 以促进电商更好赋能乡村振兴, 实现农业农村现代化。

关键词

数字经济, 农村电商, 乡村振兴

Analysis of the Predicaments and Countermeasures of E-Commerce in Promoting Rural Revitalization in the Digital Economy Era

Jinyi Du, Junming Jiang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: December 8, 2025; accepted: December 19, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

In the era of the digital economy, e-commerce has emerged as a vital engine for advancing rural revitalization, leveraging its capabilities in efficient resource allocation and extensive market

文章引用: 杜金怡, 蒋俊明. 数字经济时代电商助力乡村振兴的困境与对策探析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 6157-6162. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124593

connectivity. This article examines the practical significance of e-commerce in driving the modernization and transformation of rural industries, expanding channels for farmers' income generation, and enhancing the effectiveness of rural governance. It also identifies key challenges hindering its development, including inadequate infrastructure, a shortage of digital talent, underdeveloped brand building, and insufficient market supervision. Based on this analysis, the study proposes targeted countermeasures, such as strengthening digital infrastructure and intelligent logistics systems, establishing a multi-tiered mechanism for talent cultivation and retention, and promoting the branding and standardization of agricultural products. These recommendations aim to enhance the role of e-commerce in empowering rural revitalization and contribute to the broader goal of modernizing agriculture and rural areas.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, 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

乡村振兴战略是新时代解决“三农”问题的核心抓手，数字经济则为乡村振兴注入了新发展动能。电商作为数字经济与乡村产业深度融合的重要载体，依托其高效的资源配置、广泛的市场连接与强大的产业整合能力，成为破除城乡二元结构、激发乡村内生活力的重要引擎。2025 年中央一号文件明确提出“实施数字乡村强农惠农富农专项行动”[1]，强调实施“数智兴农”工程，加速数字技术在农业生产、农村生活等领域的深度融合，这为电商赋能乡村振兴提供了坚实政策支撑。各地积极探索智慧农业与农村电商协同发展模式，产业端涌现出“智慧农场”“数字文旅”等创新业态，民生领域逐步缩小城乡服务差距。然而，必须清醒地认识到，电商在助力乡村振兴的具体实践中，仍面临着基础设施薄弱、数字人才匮乏、品牌建设滞后、市场监管不足等多重现实约束，制约其效能充分发挥。因此，深入剖析数字经济时代电商助力乡村振兴的现实意义、困境与破解路径，对于推动城乡融合发展、扎实推动共同富裕、加快农业农村现代化步伐具有重要意义。

2. 数字经济时代电商助力乡村振兴的现实意义

数字经济浪潮下，电商正成为激活乡村发展潜能的关键力量。其通过打破城乡时空界限，不仅为乡村产业转型与农民增收开辟新途径，也促进了资源优化配置与治理效能提升，为乡村振兴注入数字动力，搭建乡村与市场及现代文明之间的桥梁，是实现乡村全面振兴的重要支撑。

2.1. 推动乡村产业能级提升与现代化转型

在数字经济背景下，电商作为平台经济的重要形态，凭借其高效、开放与网络化的组织特征，成为驱动乡村产业结构优化与现代化转型的关键力量。电商平台通过构建数据驱动的智能供需匹配机制，有效缓解了农产品流通中的结构性矛盾，深刻重构了传统以农业为主导的乡村产业组织模式。具体而言，在生产之前，充分运用平台中储存的消费者消费数据，结合智能算法分析消费端的数据，在生产前做好供应商的精准生产计划[2]，形成高效率的生产组织形式；在产品进入流通环节后，则凭借供需信息的精准高效对接，让农产品“卖得掉、卖得远、卖出好价钱”[3]，从而显著压缩中间成本、提升产销效率，

构建起响应敏捷、流程优化的现代乡村供应链体系。更深层地, 电商通过数字技术深度渗透, 打破了乡村一二三产业的传统界限, 催生出“农业 + 文旅”“农业 + 电商服务”等跨界融合业态, 推动乡村产业从单一资源驱动向“数据驱动 - 技术赋能 - 创新引领”的复合型发展模式转型。这种转型不仅延伸了产业链、提升了价值链, 更在数字经济的赋能下, 培育出具有韧性的乡村产业生态系统, 为乡村振兴注入可持续的数字动能。

2.2. 拓宽农民增收渠道与促进就业创业

数字经济时代, 电子商务成为推动农民增收和促进就业创业的重要机制。一方面, 数字经济显著拓展了农民的收入来源。农村电商网络零售额持续增长, 为农民提供了广阔的市场空间, 使其能够通过电商平台直接面向消费者销售农产品, 有效减少中间流通环节, 提升终端销售价格, 从而直接增加经营收入。另一方面, 数字经济的兴起推动了农村就业结构优化与非农就业机会的涌现[4]。随着电商、物流等产业的快速发展, 农村地区涌现出大量非农就业机会, 如客服、营销、仓储管理等, 这些新兴岗位显著吸纳了农村剩余劳动力, 促进了劳动力的就地就近转移, 对提高农民整体收入水平起到积极作用。

此外, 数字经济通过产业链延伸与品牌化运营进一步巩固农民增收基础。农民借助数字化手段开展农产品深加工, 通过注册商标、打造地域特色品牌等方式, 提升产品附加值与市场竞争力, 有效拓宽收入渠道。同时, 数字技术催生体验农业、休闲旅游、乡村民宿等农村新业态与新商业模式, 在激发农村产业多元发展的同时, 为农民提供更多创业机会和就业岗位, 推动农村一二三产业深度融合。由此可见, 数字经济不仅通过电商直接助力农民增收, 还借助其强大的产业融合与就业创造能力, 为乡村振兴注入了持续的内生动力[5]。

2.3. 优化乡村资源配置与提升基层治理效能

数字经济时代, 农村电商快速发展, 为乡村资源优化配置和治理效能提升注入动力。资源配置方面, 数字技术的赋能使乡村土地、劳动力、资本等生产要素从传统网联状态逐渐走向集约, 促进了内外资源的充分结合。例如, 电商平台通过消费数据分析, 引导农业生产从“经验种植”向“数据种植”转型, 推动农业与加工业、物流业深度融合, 形成“田间直供城市餐桌”的供应链协作网络[6]。此外, 智慧农业与大数据平台的广泛应用, 也促进了标准化生产和资源利用率的提升, 使乡村资源在更大范围内实现优化配置。

治理效能方面, 农村电商的发展为乡村治理现代化提供了数据支撑与治理思路。基层组织通过电商平台实时获取农产品销售数据、物流动态等关键信息, 构建基于大数据的决策模型, 优化政策制定与项目优先级安排, 显著提升了治理响应效率。同时, 电商平台也成为普法宣传、农技培训的重要渠道, 提升了农民数字素养, 推动了乡村治理从“被动应对”向“主动预判”转变[6]。通过直播电商、短视频等渠道普及法律知识与农技培训, 农民数字素养显著提升, 进一步促进了乡村治理的现代化和信息化进程。

3. 数字经济时代电商助力乡村振兴的困境

尽管电商为乡村振兴注入强劲动能, 但在实践推进中仍面临多重现实梗阻。农村基础设施与物流体系的短板、数字人才与农民素养的落差、农产品品牌化不足与市场监管的缺位, 共同构成制约电商赋能效能释放的关键瓶颈, 亟待针对性破解以推动乡村振兴向纵深发展。

3.1. 农村基础设施与物流体系建设相对滞后

在数字经济赋能乡村振兴战略背景下, 农村电商发展效能高度依赖健全的数字化基础设施与现代化物流配送体系。然而, 当前我国农村地区在这两方面仍存在系统性短板, 构成制约电商深入推广与持续

发展的基础性障碍。

从数字基础设施维度看,乡村数字化基础设施存在“覆盖广度不足、服务质量偏低”的双重短板,严重制约电商发展的数字底座支撑能力。农村地区数字基础设施建设滞后于城镇,网络覆盖存在盲区,部分偏远村落面临接入困难或带宽不足问题,数字“接入鸿沟”尚未完全弥合。在直播电商、实时供需对接、大数据分析等数字经济典型应用场景中,网络传输延迟、信号中断等问题频发,既降低消费者数字消费体验,更直接削弱农产品上行的数字化流通效率,抑制农户参与数字交易的意愿,阻碍数字要素在乡村产业中的深度渗透。在物流体系层面,农村物流体系尚未实现全域贯通,末端配送能力薄弱成为农产品流通的关键瓶颈。尤其在山区、偏远村落,物流网点稀疏、路由不畅,“最后一公里”问题突出。多数村庄依赖乡镇中转点自提,拉长物流周期,增加生鲜损耗风险。冷链物流作为生鲜电商的核心支撑,在农村覆盖严重不足,加之运营成本高企,进一步挤压农民收益,削弱电商模式的经济可持续性。仓储设施体系存在结构性失衡,难以适应农产品流通的现代化与数字化需求。现有仓储布局呈现“县城集中、乡村匮乏”的特征,田间预冷、产地仓等基础设施覆盖率低。旺季时农产品需远距离运至县域仓储,既加重物流负荷,又影响产品新鲜度;淡季时部分设施闲置,整体运营效率低下。

3.2. 数字人才短缺与农民数字素养提升乏力

在数字经济赋能乡村振兴的过程中,数字人力资本的结构性短缺尤其是数字人才短缺与农民数字素养不足,构成制约数字技术下沉渗透、数字红利充分释放的瓶颈。

从数字素养维度看,农民群体普遍存在“技术工具化认知”局限。具体表现为对数字技术的应用大多停留在通信联络、网络娱乐等基础消费层面,尚未能有效转化为支撑农业生产、经营管理和市场对接的生产性数字技能。这一现象的背后,是系统化、场景化数字能力培训体系的缺失,导致农民在操作电商平台、使用智慧农业设备、进行数据分析和参与数字营销等方面存在显著的能力缺口。由此,数字经济与农业生产、乡村产业经营之间的融合进程受到阻碍,数字技术本应带来的效率提升、价值创造与创新赋能等效应未能得到充分释放,制约了乡村经济整体数字化转型的深度与广度。在人才供给层面,乡村面临“复合型人才洼地”困境。兼具数字技术能力与农业产业知识的“数字农人”极为稀缺,而既懂数据运营又熟悉乡村生态的复合型管理人才更是匮乏。由于乡村地区在职业发展平台、薪酬激励、技术环境与社会服务等方面相比城市存在明显差距,绝大多数数字技术人才倾向流向城市和高科技产业,导致乡村在数字化转型中面临“引不来、留不住”的困境[7]。这种人才供给不足,使得病虫害智能预警、生产精准管理、农业数据挖掘等先进数字技术难以落地应用,延缓了乡村产业全链条数字化升级的进程。

3.3. 农产品品牌化建设薄弱与市场监管不完善

数字经济时代,农产品品牌化已成为提升农业附加值、增强市场竞争力的关键路径之一。然而,我国农村地区农产品品牌化建设尚未充分适配数字经济发展要求,其发展短板已成为制约电商助农效能释放、阻碍乡村振兴数字化转型的重要瓶颈。

从生产端来看,农村贫困地区普遍以小规模分散经营为主[8],数字技术应用渗透率低,缺乏与电商生态相适配的标准化生产体系和数字化质量管控机制。在选种育种、病虫害绿色防控、冷链物流保鲜等关键环节,尚未形成全流程数字化追溯与标准化管理,导致农产品品质一致性不足,难以满足电商平台对商品可追溯性、品质稳定性的数字化管控要求。同时,部分农户数字素养薄弱,品牌认知仍停留在传统生产思维,缺乏对数字时代农产品包装设计、线上营销传播、品牌价值数字化塑造的系统认知,使得大量“无标准标识、无数字溯源、无品牌溢价”的农产品难以契合网络消费者的品质化、个性化需求,显著削弱了其在电商市场的核心竞争力。从监管与服务端来看,市场监管体系的不健全进一步加剧了农产

品品牌建设的困境。当前农村电商发展尚处于起步阶段, 相关法规制度滞后, 缺乏针对农产品网络销售的质量监管、溯源体系和失信惩戒机制, 导致假冒伪劣、虚假宣传等问题频发, 损害了消费者权益, 也削弱了消费者对农产品品牌的信任基础。此外, 地方政府在农产品品牌培育中的引导作用尚未充分发挥, 缺乏系统的品牌战略规划与持续性的政策支持, 使得“一村一品”建设流于形式, 难以形成具有区域影响力和市场认知度的特色品牌。

4. 数字经济时代电商助力乡村振兴的对策

针对电商助力乡村振兴面临的基础设施、人才、品牌监管等困境, 需精准施策破局。聚焦短板靶向发力, 通过强化数字基建与物流支撑、构建人才引育机制、推进品牌标准化建设并完善监管, 方能破解梗阻、释放效能, 让电商真正成为乡村振兴的坚实引擎。

4.1. 加强数字基础设施与智慧物流体系建设

在数字经济时代, 农村电商的可持续发展高度依赖于完善的数字基础设施与高效的智慧物流体系协同支撑。尽管农村互联网普及率持续提升, 但网络覆盖不均衡、信号稳定性不足与带宽受限等问题, 仍制约着电商生态的纵深拓展。因此, 必须加大农村信息网络基础设施的系统性投入。政府应发挥引导与协调作用, 通过强化财政支持与构建长效机制, 推动形成广覆盖、高速率、低时延的农村网络环境。与此同时, 电信运营商应通过优化基站布局、推进网络架构升级, 为电商数据交互、直播营销、物联网应用等场景提供可靠的技术底座。

在物流领域, 鉴于农产品易损、高损耗的特性, 构建智慧化、可追溯的供应链体系尤为关键。应重点推进以下环节: 一是加大冷库、气调库等冷链仓储基础设施投入; 二是推广清洗、分级、预冷等采后商品化处理技术; 三是在长途运输中普及冷藏车、标准化周转箱等节能设备, 以系统性降低损耗、保障品质一致性。此外, 针对农村物流“最后一公里”配送难题, 应推动物流企业优化“县域-乡镇-村”三级节点布局, 建设智慧共配中心, 提升物流网络渗透率与服务响应效率。农户或合作社亦可基于订单数据开展集约化配送, 对邻近区域实施定时直达服务, 在提升服务体验的同时优化运营成本。通过夯实数字底座与构建智慧物流网络, 可有效贯通农产品上行链路, 提升农村电商全链条的协同效率与服务韧性, 为乡村振兴注入持续、可信的数字动能。

4.2. 构建多层次数字人才培养与引进机制

数字经济助推乡村振兴过程中, 人才是核心驱动力。当前乡村面临“数字人才洼地”与“农民数字素养鸿沟”的双重制约, 亟需构建多层次、多维度的数字人才培养与引育机制。

首先, 应加强农村地区职业教育与技能培训体系建设^[9]。可围绕农村电商运营、数字营销、数据分析、短视频创作等实际应用场景, 设计模块化课程, 推行线上线下融合的培训模式, 提升农村居民的数字工具使用能力与商业实践技能。同时, 需要融入数字安全、平台规则、消费者权益保护等相关知识, 系统提升农民在数字经济环境中的适应性与维权能力。其次, 推动形成“政产学研用”协同的数字人才共育机制。鼓励高校、职业院校与县域企业、合作社共建实训基地、产业学院, 开展订单式培养与定向输送。政府可通过政策引导, 激励高校毕业生、科技特派员、数字领域从业者等深入乡村, 以项目合作、短期服务、长期派驻等形式参与乡村数字化转型, 为地方引入持续的知识流与创新力。再次, 完善乡村数字人才的选拔与激励机制。建立以能力为导向的评价体系, 通过设立专项人才基金、创业扶持资金、税收优惠等措施, 吸引并留住数字电商、智慧农业等领域的专业人才。特别是在农村电商领域, 应重点培养“农创客”“乡村工匠”等本土化人才, 激发其创新创业活力。最后, 强化政府在人才政策与服务保障方面的引导作用。应制定针对农村数字人才的专项扶持政策, 包括住房补贴、子女教育、职称评定等方面的优惠, 构建“引

得来、留得住、用得好”的人才生态。同时,通过宣传数字化转型成功案例与人才事迹,提升农村青年对数字经济的认知与参与意愿,逐步形成尊重技能、崇尚创新、支持创业的乡村数字文化。

4.3. 推动农产品品牌化与标准化建设,完善市场监管体系

数字经济时代,推动农产品品牌化与标准化建设、完善市场监管体系,是农村电商助力乡村振兴的关键路径之一。当前,农村电商虽取得阶段性成果,但仍面临农产品特色品牌与口碑意识薄弱、整体标准化程度较低等问题,制约农产品上行的效率与效益。

品牌化建设方面,各地政府应高度重视农产品的特色品牌打造,始终坚持市场导向与生态农产品培育需求,打造具有当地特色的农产品品牌[10]。具体而言,应通过区域品牌建设,助力培育更多的县域数字流通龙头企业,逐步形成产业化的农产品产业集群。此外,应积极引导农户和电商主体树立品牌意识,推动农产品从“卖资源”向“卖品牌”转变,提升产品附加值与市场竞争力。打造具有特色的农产品品牌更容易受到消费者的青睐,因此要深入挖掘农产品的特色和优势,结合市场需求,加强品牌宣传与推广[11]。标准化建设方面,亟需构建统一的农产品标准化认证体系,推动农产品从生产到销售的全过程标准化管理。应加强对农产品质量的监督,建立完善的农产品质量监督体系,对农产品的生产、加工、储存、运输等各个环节进行严格的质量控制,确保农产品符合国家标准和市场需求。此外,鼓励农户和企业推进农产品的标准化、规模化生产,通过标准化提升产品的一致性与可靠性,增强消费者信任。在市场监管方面,要完善农村电商市场的监管机制,规范市场秩序,防止“以次充好、农药残留”等质量问题的发生。可借助数字化手段建立农产品溯源系统,实现从田间到餐桌的全链条透明化管理,提升监管效能。同时,加强与电商平台的协同治理,推动形成政府监管、行业自律、社会监督共治的市场监管格局。

5. 结束语

数字经济背景下,电商助力乡村振兴不仅是一场技术赋能的过程,更是乡村经济社会结构系统性重塑的重要契机。当前电商在乡村发展中所遭遇的基础设施、人才、品牌与监管等多维困境,折射出传统乡村治理体系与数字经济发展要求之间的深层张力。未来,应通过持续加强数字基建、完善人才生态、推进品牌标准化与智慧监管,推动电商从“工具性应用”向“制度性融合”转变,构建以数字技术为驱动、以制度创新为支撑、以人的全面发展为核心的乡村可持续发展新格局,为实现农业农村现代化与共同富裕目标贡献电商智慧与电商力量。

参考文献

- [1] 中共中央,国务院. 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[N]. 人民日报, 2025-02-24(1).
- [2] 陈中. 数字经济助力乡村振兴: 核心机理与靶向对策[J]. 新经济, 2022(11): 106-112.
- [3] 王胜,余娜,付锐. 数字乡村建设: 作用机理、现实挑战与实施策略[J]. 改革, 2021(4): 45-59.
- [4] 蒲馨葆,徐敏燕,曲丹,等. 数字经济助推乡村振兴作用机制实践路径研究[J]. 秦智, 2024(12): 31-33.
- [5] 张晓岚. 数字经济助力乡村振兴的核心问题及对策建议[J]. 西南金融, 2023(6): 95-106.
- [6] 王佳红. 数字经济时代下农村电商赋能乡村振兴研究[J]. 广西农学报, 2025, 40(4): 48-53.
- [7] 张刚,张文佳. 数字经济赋能乡村产业振兴机制与实践路径研究[J]. 商展经济, 2023(12): 34-37.
- [8] 赵天河,崔丽君. 乡村振兴视阈下农村电商扶贫研究[J]. 天津商务职业学院学报, 2021, 9(4): 72-79.
- [9] 丁丹,成凤. 乡村振兴背景下数字电商助力苏州城乡融合发展路径研究[J]. 现代商业, 2024(15): 40-43.
- [10] 楚方元. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径探讨[J]. 中国集体经济, 2024(30): 17-20.
- [11] 胡婧筠. 农村电商助力乡村振兴发展研究[J]. 中国管理信息化, 2024, 27(1): 88-90.