

农村电子商务赋能乡村振兴的实践路径

高志新

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年2月12日; 录用日期: 2026年2月24日; 发布日期: 2026年3月30日

摘要

农村电子商务作为数字经济赋能乡村振兴的核心载体, 在拓宽农产品销售渠道、推动农村产业多元化、提升农民生活质量及促进城乡融合等方面发挥着关键作用。当前, 我国农村电商呈现平台下沉、主体多元、模式创新的发展态势, 但仍面临基础设施与物流网络薄弱、专业人才匮乏、农产品标准化与品牌化建设滞后、政策落实不到位及市场环境不规范等突出问题。为充分释放农村电商的赋能价值, 需通过完善县乡村三级物流与数字基础设施、构建“培训 + 引进 + 指导”的人才支撑体系、推进农产品品牌化与标准化建设、优化政策支持与市场监管机制等系统性举措, 破解发展瓶颈。实践表明, 农村电子商务不仅是农村经济转型的新引擎, 更是缩小城乡差距、实现乡村全面振兴与共同富裕的重要路径。

关键词

农村电子商务, 乡村经济, 乡村振兴

Practical Paths for Rural E-Commerce to Empower Rural Revitalization

Zhixin Gao

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: February 12, 2026; accepted: February 24, 2026; published: March 30, 2026

Abstract

As a core carrier for digital economy to empower rural revitalization, rural e-commerce plays a pivotal role in expanding sales channels for agricultural products, promoting the diversification of rural industries, improving farmers' quality of life and advancing urban-rural integration. At present, China's rural e-commerce shows a development trend of platform sinking, diversified entities and model innovation, but it still faces prominent problems such as weak infrastructure and logistics

networks, shortage of professional talents, lagging construction of agricultural product standardization and branding, inadequate policy implementation and irregular market environment. To fully unleash the empowering value of rural e-commerce, it is necessary to break the development bottlenecks through systematic measures including improving the county-township-village three-level logistics and digital infrastructure, building a talent support system of “training + introduction + guidance”, advancing the branding and standardization of agricultural products, and optimizing policy support and market supervision mechanisms. Practice has proved that rural e-commerce is not only a new engine for rural economic transformation, but also an important path to narrow the urban-rural gap, realize comprehensive rural revitalization and common prosperity.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Economy, Rural Revitalization

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

乡村振兴是国家统筹城乡发展的核心战略，旨在全面提升农村经济、社会与生态发展质量，推动城乡协调共进。随着数字技术的普及，农村电子商务作为新型经济模式，正打破传统农业的生产与销售边界，为乡村振兴注入强劲动力。它不仅拓宽了农产品的市场空间，更推动农村产业多元化、提升农民生活品质、促进城乡资源流通，成为乡村经济转型的关键引擎。然而，农村电商在发展中仍面临基础设施薄弱、人才短缺等现实瓶颈，需通过系统性举措破解难题，充分释放其赋能乡村振兴的潜力。

2. 农村电子商务的发展现状与核心模式

2.1. 发展现状

近年来，我国农村电子商务呈现蓬勃发展态势，规模持续扩张且基础支撑不断夯实。在市场规模方面，2023年全国农村网络零售额达2.5万亿元，2024年1~6月同比增长9.4%，截至2024年6月，全国农村电商主体达1853.2万家，同比增长7.6% [1]。其中，农产品网络零售额表现亮眼，2024年全国农产品电商销售规模达1.6万亿元，广东省以3120亿元的规模蝉联全国榜首，占全国总量的19.5%，连续六年位居第一 [2]。

在基础设施层面，农村地区互联网普及率稳步提升，截至2023年12月已达66.5%，4G、5G网络与光纤入户率持续提高，为农村电商覆盖提供了网络支撑 [1]。电商平台加速下沉，既有淘宝、京东、拼多多等综合型平台深耕农村市场，也涌现出京东农场、苏宁拼购等垂直农业电商及地方特色平台，构建起多元化的电商服务矩阵。参与主体不断丰富，从个体农户逐步拓展至农村合作社、农业企业、集体经济组织，农民也从传统生产者向新型职业农民、农产品经营者转型。

政策支持力度持续加大，2024年中央一号文件明确提出实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设；同年3月，商务部等9部门联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，明确用5年时间基本建成“设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效”的农村电商服务体系。各级政府通过政策扶持、资金投入与人才培育，为农村电商营造了良好发展环境，使其成为乡村经济的重要组成部分。

2.2. 核心模式

农村电商已形成多种成熟模式并协同发力：“农产品上行”模式直击销售痛点，通过电商平台缩短流通环节，让优质农产品直达城市消费者，提升产品附加值与农民收益；“工业品下行”模式则满足农村居民消费升级需求，丰富农村商品供给，降低购物成本[3]；直播带货、社交电商等新兴模式快速崛起，借助短视频、直播直观展示农产品生产过程与特色，尤其在疫情期间成为农户开拓市场的重要渠道，拉近了产销距离。这些模式的创新不仅优化了农村商贸流通，更激活了农村经济的内生动力。

3. 农村电子商务在乡村振兴中的核心价值

3.1. 助力农产品销售与产业升级

电商平台为农产品开辟了直达市场的便捷通道，规避了传统多层分销模式的利润损耗，让农民获得更多收益，激发农业生产积极性。如“良农世稼”品牌通过电商渠道实现农产品附加值提升 10%~15%，带动示范区农户人均现金收入同比增长 15% [4]。同时，电商平台的实时反馈与数据分析工具，帮助农民精准把握市场需求，调整生产计划、优化产品结构与品质，推动农业从“产什么卖什么”向“市场要什么产什么”转型。高附加值的有机农产品、特色农产品通过电商渠道凸显竞争优势，加速农业产业向优质化、高效化升级。

3.2. 推动农村经济多元化发展

农村电商的辐射效应远超农产品销售，通过“电商 + 旅游”“电商 + 文化”等创新路径，挖掘农村自然资源与文化资源潜力。借助电商平台，乡村特色手工艺品、传统美食、民俗文化与旅游项目得以推向更广阔的市场，带动住宿、餐饮、交通等配套服务业发展，形成完整产业链。此外，农村创意产品、非农特色产业也通过电商实现市场覆盖，丰富了农民收入来源，为农村经济注入多元活力。

3.3. 提升农村生活水平与服务质量

电子商务显著改善了农村居民的生活便利性与服务可及性。在偏远地区，电商平台打破了商品供给局限，农民足不出户即可购买生活必需品与生产资料，降低购物成本。电商发展倒逼农村物流配送体系完善，县乡村三级物流网络逐步成型，配送时效与覆盖面持续提升，让农民享受与城市相当的购物体验。同时，在线支付、金融服务、医疗健康咨询等电商配套服务向农村延伸，减少了农村居民办事的时间与空间成本，全面提升农村服务质量。

3.4. 促进城乡融合与共同发展

电商平台搭建起城乡资源双向流动的桥梁，农产品上行与工业品下行形成良性循环，缓解了城乡资源配置不平衡问题。在信息层面，农村居民通过电商了解城市消费趋势与先进经验，城市消费者则通过电商感知乡村文化与农业生产，缩小了城乡数字鸿沟与心理距离。这种经济与文化的双向互通，推动城乡要素高效配置，为实现城乡协调发展、共同富裕奠定了坚实基础。农村电商还通过优化资源配置的方式推动城乡流通一体化，促进城乡市场整合[5]。如农村电商提高了运输效率、优化了营商环境，推动城乡市场进一步融合。

4. 农村电子商务发展面临的现实挑战

创新扩散理论认为，新事物的扩散受创新特性、传播渠道、时间和社会系统等因素影响。农村电商作为数字经济背景下的创新业态，其扩散过程中面临的挑战可从该理论框架展开分析。

4.1. 基础设施与物流瓶颈突出

农村尤其是偏远地区的网络质量与稳定性仍有待提升，数字鸿沟制约电商推广与运营效率，影响用户信任度。部分乡村网络设施不完善、网速缓慢，难以满足高清视频直播、VR 购物等新兴电子商务业态的发展需求[6]。物流体系建设滞后，农村道路条件有限，物流配送效率与覆盖范围不足，生鲜农产品因缺乏完善的冷链物流设施，在运输中易损耗，品质与市场价格受影响，成为制约农村电商发展的关键硬件障碍。如汕头市南澳县首礼商贸公司每月线上销售额达 100 万元，但每单物流费用高达 47 元，冷链物流能力不足限制了订单量增长[7]。

4.2. 人才匮乏与能力建设不足

农村电商亟需具备电商运营、数据分析、数字化管理等专业技能的人才，但大量年轻人倾向于城市就业，导致农村人才缺口较大。农村电商从业者数字素养普遍较低，缺乏平台运营、数据分析、营销推广等专业技能，《中国电子商务报告(2022)》显示，农村电商从业人员中具有大专以上学历的仅占 22.4%，接受过系统电商培训的比例不足 35% [8]。部分农民教育水平有限，对数字化工具的接受意愿、学习能力与运用能力较弱，尤其中老年农户存在数字素养基础薄弱的问题，与年轻经营主体形成明显的技术应用断层[2]。现有培训与农民实际需求存在脱节，培训内容缺乏针对性与实用性，多以理论知识讲解为主，实践操作指导不足，难以实现知识的有效转化[6]。如焦作市政府部门开展的电商培训课程更新迭代滞后，未能及时纳入直播电商、跨境电商等行业新业态及新技术。

4.3. 农产品标准化与品牌化薄弱

农村农产品品类丰富，但缺乏统一的生产标准与品质控制体系，导致同品类产品在品质、口感、外观上差异较大，影响消费者购物体验与产品市场竞争力。传统农户以家庭生产为主，生产分散，难以实现规模化标准化生产，不利于品牌打造[3]。如焦作市温县铁棍山药线上销售产品中，初级农产品占比高达 90%左右，深加工产品占比不足 10%，产品附加值与利润空间均处于较低水平[6]。农户品牌意识淡薄，对品牌注册、包装设计、营销推广重视不足，难以通过电商平台打造差异化竞争优势，产品溢价能力弱，难以在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

4.4. 政策落实与市场环境待优化

国家对农村电商的政策支持在实际执行中存在地区差异，部分政策聚焦基础人才培养与基础设施建设，在资金支持、物流配送及市场管理等关键领域的政策供给相对不足[9]。部分偏远地区农民因信息不对称，未能充分享受政策红利。农村电商市场分散且规范程度不高，平台恶性竞争、假货流通等问题时有发生，降低了消费者信任度，阻碍农村电商健康可持续发展。此外，农村电商发展制度环境仍未完善，缺乏相关电商发展战略规划，制约了创新业态的持续扩散[10]。

5. 优化农村电子商务助力乡村振兴的实施路径

5.1. 完善基础设施与物流网络

加大农村宽带与 5G 网络投入，扩大偏远地区网络覆盖，提升网络速度与稳定性，筑牢电商发展的数字基础。构建县乡村三级物流配送体系，升级农村道路条件，在县域核心区域规划建设智慧仓库、物流分拨中心、配送中心等，整合邮政、顺丰等快递企业的仓储与运力资源，推行仓配一体化运营模式。重点推进冷链物流设施建设，支持建设产地预冷站、冷藏库、冷链运输车等，以汕头市入选国家骨干冷链物流基地建设名单为契机，构建国内、国际双向辐射冷链物流通道。延伸物流服务末梢，在乡镇增设综

合性物流服务站，在行政村布设便民配送点，推广“多站合一、一点多能”的村级寄递物流综合服务站模式[11]。

5.2. 强化农村电商人才培育与引进

构建“培训 + 引进 + 指导”的人才支撑体系，明确培训重点技能：基础层聚焦手机拍摄、基础剪辑、直播入门、平台操作等实操技能；进阶层涵盖 AI 工具应用、数据分析、品牌建设等内容；精英层侧重产业链整合、跨境电商等高端能力。政府联合企业、高校与电商平台，开设针对性强的电商培训课程，采用“理论讲解 + 项目实操”模式，结合农产品线上运营、直播带货等真实场景开展实训。出台政策鼓励城市电商人才返乡创业，对引进的电子商务人才给予安家补贴、子女入学等优惠政策，为返乡青年提供创业补贴、场地支持、低息贷款等优惠[6]。建立“校企政”三方协同的人才培养模式，引导高校与电商企业共建“订单班”，根据岗位需求开设电子商务、直播营销等定制化专业课程。建立专业指导队伍，派遣企业内的资深从业者担任实践导师，进行“手把手”的一对一现场指导，为农民提供长期运营指导与跟踪服务。

5.3. 推进农产品品牌化与标准化建设

由政府牵头，联合企业与行业协会，建立统一的农产品生产标准与质量检测体系，规范生产流程，保障产品品质一致性。建立“从田间到餐桌”的质量追溯体系，利用区块链存证、云平台管理及二维码追溯，实现生产过程可追溯、质量数据可查询、检测结果可核验。加强品牌培育支持，为农户提供品牌注册、包装设计、营销推广等一站式服务，鼓励发展“一村一品”特色品牌，强化地理标志产品保护与认证，提升品牌知名度与市场影响力，增强产品溢价能力。通过电商平台、农产品展销会、“县长带货”等方式加强品牌推广，挖掘产品背后的文化内涵和地域特色，通过情感链接增强品牌黏性。

5.4. 优化政策环境与市场监管

加大财政补贴、税收优惠与金融支持力度，设立农村电商专项基金，支持基础设施建设、物流完善与冷链发展，鼓励银行、保险机构开发农村电商专属金融产品，推广“电商 + 供应链金融”模式，依托电商平台交易数据为农户、合作社提供无抵押贷款，降低融资门槛。简化贷款手续、提供低息贷款，缓解创业者资金压力，如当地政府可为外地人才提供一次性创业补贴、低息贷款，吸引其赴农村创业[9]。建立政策落实监督与反馈机制。根据农村电商发展实际调整政策方向，确保政策红利直达基层。加强农村电商市场监管，建立“政府监管 + 平台自律 + 行业监督”的农村电商监管体系，严厉打击销售假冒伪劣农产品、虚假宣传、刷单炒信等违法行为[1]。完善农村电商信用评价体系，对电商经营主体实行信用分级管理，将失信主体纳入“黑名单”，营造公平透明、安全可信的市场环境[1]。

6. 结论

农村电子商务是推动乡村振兴的重要路径，在拓宽销售渠道、促进产业升级、提升生活质量、推动城乡融合等方面发挥着不可替代的作用。面对当前存在的基础设施、人才、标准化、市场环境等方面的挑战，需要政府、企业、农民协同发力，通过完善硬件设施、强化人才支撑、推进品牌标准化建设、优化政策与市场环境，破解发展难题。未来，随着农村电商向数字化、智能化、绿色化方向持续升级，必将进一步激活乡村经济活力，为农村经济社会全面振兴提供更坚实的支撑，助力实现城乡共同富裕的发展目标。

参考文献

[1] 冯之坦. 乡村振兴背景下农村电商助力经济发展路径探究[J]. 中国商论, 2025, 34(23): 71-74.

- [2] 马婧潇. 乡村振兴背景下农产品电商“短视频 + 直播”的内容运营策略研究[J]. 全国流通经济, 2025(23): 25-28.
- [3] 刘钊瑗, 杨朝. 农村电商赋能乡村振兴的机制与路径研究[J]. 村委主任, 2025(5): 217-219.
- [4] 赵一卓. “科技 + 农产品”电商模式对乡村振兴经济发展的影响——以“良农世稼”为例[J]. 农业开发与装备, 2025(12): 23-27.
- [5] 都帅帅, 赵雨晴. 农村电商经济与乡村振兴: 来自淘宝村的证据[J]. 晋阳学刊, 2025(6): 62-71.
- [6] 姬竞元. 乡村振兴背景下焦作市电子商务发展制约因素与优化路径[J]. 广东蚕业, 2025, 59(12): 57-59.
- [7] 刘毅嘉. 乡村振兴背景下农村电商物流发展问题与对策研究——以广东省汕头市为例[J]. 现代化农业, 2025(12): 45-49.
- [8] 王铭. 农村电商促进乡村振兴的管理路径优化: 基于战略执行与组织能力视角[J]. 山西农经, 2025(23): 55-57, 61.
- [9] 欧明超, 汪早容. 乡村振兴背景下农村电商人才培养的困境及对策[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(22): 225-227.
- [10] 王雨鹤. 乡村振兴战略下电商发展对新型城乡融合的影响[J]. 漯河学院学报, 2025, 16(11): 40-42, 107.
- [11] 丰燕青. 乡村振兴背景下农村电商物流与营销协同发展困境及其破解策略[J]. 营销界, 2025(23): 46-48.