

# 农村电商经济发展路径研究分析

李道民

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年2月4日; 录用日期: 2026年2月13日; 发布日期: 2026年3月27日

## 摘要

在数字经济深度渗透与乡村振兴战略全面推进的双重背景下, 农村电商作为连接城乡市场、激活乡村产业、促进农民增收的核心纽带, 已成为推动农村经济高质量发展的新引擎。当前, 我国农村电商经历了快速扩张期, 逐步从“粗放式发展”向“精细化运营”转型, 但在发展过程中仍面临基础设施薄弱、产业链不完善、人才短缺、品牌竞争力不足等突出困境, 制约了其可持续发展与助农效应的充分释放。本文基于农村电商经济发展的现状, 明确其发展核心痛点, 从基础设施、产业链、人才培育、品牌建设、政策保障五个维度, 构建清晰可行的发展路径, 为推动农村电商经济提质增效、助力乡村振兴提供理论参考与实践指引。

## 关键词

农村电商, 经济发展, 发展路径, 乡村振兴, 产业链升级

# Research and Analysis on the Development Path of Rural E-Commerce Economy

Daomin Li

College of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: February 4, 2026; accepted: February 13, 2026; published: March 27, 2026

## Abstract

Against the backdrop of deep digital economy integration and comprehensive rural revitalization initiatives, rural e-commerce has emerged as a pivotal force driving high-quality economic development in rural areas. Serving as a vital link between urban and rural markets, it revitalizes local industries and boosts farmers' incomes. While China's rural e-commerce sector has transitioned from rapid expansion to refined operations, persistent challenges—including inadequate infrastructure, fragmented supply chains, talent shortages, and weak brand competitiveness—continue to

hinder sustainable growth and maximize its agricultural support potential. This study identifies core development bottlenecks within the current landscape of rural e-commerce, proposing actionable strategies across five dimensions: infrastructure enhancement, industrial chain optimization, talent cultivation, brand building, and policy support. The findings provide theoretical foundations and practical guidance for elevating rural e-commerce efficiency and advancing rural revitalization efforts.

## Keywords

Rural E-Commerce, Economic Development, Development Path, Rural Revitalization, Industrial Chain Upgrading

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

随着互联网技术的普及与数字乡村建设的加快，农村电商打破了城乡市场的地理壁垒，重构了农村农产品流通模式，推动了农村产业结构优化升级，成为破解“三农”问题、实现乡村振兴的重要抓手。在乡村振兴战略与数字中国建设的协同推进下，农村电商正经历从渠道补充向生态重构的范式跃迁[1]。近年来，我国农村电商发展势头强劲，据商务大数据监测，2025年农村网络零售额、农产品网络零售额分别为3万亿元、7833.1亿元，同比分别增长6.7%、9.9%。2025年头部电商平台全年开展助农直播超400万场，农特产品销量突破百亿单，日均发货超2000万单。<sup>1</sup>

农村电商作为数字乡村建设的重要组成部分，和新兴业态已成为推动农业现代化转型，是促进农民持续增收，有效缩小城乡发展差距的关键途径和重要抓手[2]。农村电商的快速发展，不仅拓宽了农产品销售渠道，解决了农产品“价格低廉、附加值低”的困境，带动农民增收致富，还推动了农村物流、包装、加工等配套产业发展，培育了本土电商人才与特色品牌，激活了乡村内生发展动力。但与此同时，我国农村电商发展仍存在区域不均衡、基础设施不足、产业链条短、人才储备不足、品牌影响力弱等问题，尤其是中西部农村地区，电商发展仍处于初级阶段，粗放式运营难以适应数字经济高质量发展需求。

商务部等9部门发布的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》为农村电商高质量发展再添动力，构建农村电商发展新格局，旨在推动农村电商实现数字化转型升级，并助力农民收入和农村消费双提升[3]。当前，乡村振兴战略对农村电商发展提出了更高要求，如何破解发展瓶颈，探索适配我国农村实际、兼具可行性与可持续性的发展路径，推动农村电商从“数量增长”向“质量提升”转型，实现与农村产业深度融合，成为亟待解决的重要课题。本文基于农村电商发展现状与痛点，系统梳理其发展路径，为其高质量发展提供借鉴。

## 2. 我国农村电商经济发展现状与核心痛点

### 2.1. 发展现状

近年来，在政策扶持、技术驱动与市场需求的共同作用下，我国农村电商取得显著发展成效，形成多元化、多层次发展格局。农村电商货运市场规模的扩大符合产业发展的一般规律，即随着市场需求的

<sup>1</sup><https://www.news.cn/20260205/c95fd9a299d84b45a6474dbbd33cd387/c.html>

增长和基础设施的健全,产业规模会呈现扩张趋势[4]。农村电商发展规模持续扩大,增速始终保持高位,随着农村互联网普及率提升至70%以上,电商用户规模不断扩大,农产品上行渠道从传统生鲜、粮油等初级产品,逐步延伸至加工农产品、特色手工艺品等多元化品类。农村电商的崛起不仅带动了农产品的线上销售,也促进了农村居民消费模式的转型,成为乡村经济发展的新动能[5]。发展模式不断创新,抖音、快手等短视频平台成为重要载体,京东、美团优选等企业积极布局农村下沉市场,“平台+产地+农户”“企业+合作社+电商”等运营模式广泛推广。区域布局逐步优化,中西部地区发展增速超过东部,凭借政策扶持与产业转移机遇,逐步缩小区域发展差距。政策支撑体系不断健全,国家与地方先后出台多项扶持政策,从物流、人才、品牌等方面提供保障,推动农村电商规范化发展。

## 2.2. 核心痛点

### 2.2.1. 基础设施薄弱,支撑能力不足

基础设施是农村电商发展的基础,当前我国农村电商基础设施仍有明显短板。农村物流基础设施薄弱的问题尤为突出,农村电商市场需求呈现出刚需并快速增长趋势,但农产品上行第一公里所需的冷链、冷库、农产品初加工、零度中央分拣配送中心等基础设施欠缺严重限制了农村电商核心需求的破解[6]。中西部农村地区物流网点覆盖率偏低,分拣、仓储、冷链等配套设施短缺,导致农产品保鲜、运输难度大,部分地区损耗率达15%~20%,间接增加运营成本。农村数字基础设施仍有提升空间,部分偏远地区互联网网速慢、资费高,智能终端普及率不足,制约了电商技术的推广应用;电力、通信等基础设施维护成本高、稳定性不足,进一步影响运营效率。

### 2.2.2. 产业链不健全,附加值偏低

农村电商产业链条短、同质化严重且附加值偏低,是制约其可持续发展的重要因素。农产品标准化程度偏低,多数农村地区种植、养殖缺乏统一标准,产品品质参差不齐,难以满足电商平台要求,影响消费者信任度。农产品加工环节薄弱,多数地区仍以初级产品销售为主,深加工能力不足,产品附加值低、利润空间有限。产业链协同性较差,农户、合作社、电商企业之间缺乏有效利益联结机制,“各自为战”导致供应链整合能力弱,难以形成规模效应。

### 2.2.3. 人才储备不足,专业能力欠缺

人才是农村电商发展的核心驱动力,当前我国农村电商人才短缺问题突出。专业人才匮乏现象普遍,农村地区难以吸引电商运营、品牌推广、直播带货、数据分析等专业人才,现有从业人员多为本地农户或返乡人员,缺乏系统专业知识与技能,专业能力有待提升。人才流失严重,农村地区薪资待遇、发展空间有限,培育的本土人才易向城市流失,进一步加剧短缺困境。人才培养针对性不足,现有培训多以基础理论为主,缺乏实战性,难以满足实际运营需求。

### 2.2.4. 品牌建设滞后,市场竞争力弱

品牌建设滞后是农村电商难以实现高质量发展的重要瓶颈。特色品牌数量偏少,多数农村地区农产品缺乏统一品牌,“有产品、无品牌”“有品牌、无影响力”的现象较为普遍。品牌定位不清晰,同质化突出,多数产品缺乏独特内涵与差异化优势,易陷入低价竞争,利润空间被持续压缩。品牌推广力度不足,受资金、人才限制,难以开展系统性宣传,品牌知名度与美誉度偏低,市场竞争力较弱。

## 3. 发展基础设施与产业链,筑牢农村电商发展根基

### 3.1. 健全基础设施建设,强化发展支撑

基础设施是农村电商发展的前提,需聚焦物流、数字两大核心领域,补齐短板、提升效能。优化农

村物流基础设施布局,加大投入力度,重点推进中西部农村物流网点建设,实现行政村全覆盖;加快建设仓储、分拣、冷链等配套设施,推广冷链物流技术,降低农产品损耗率,提升保鲜能力;推动物流企业与电商主体、合作社深度合作,构建“县-乡-村”三级物流体系,实现农产品“出村进城”与工业品“下乡进村”双向流通,降低运营成本。资源基础是内源根基,我国东中西部乡村在农产品、劳动力、资本与技术等要素上差距显著,决定了差异化发展起点。网络嵌入性为外部条件,欠发达地区多以较弱的网络嵌入实现基础销路,发达地区则通过较强的网络嵌入整合供应链与服务体系,价值链升级是共同方向,但路径因类型而异。资源型电商依托特色种养原生资源,适合资源富集但工业薄弱地区,以初级产品标准化、渠道拓展实现基础升级,加工型电商立足农产品深加工,适合有一定产业基础的地区,通过产业链延伸提升附加值,服务型电商聚焦物流、直播、代运营等生产性服务,多分布在电商发展较为发达的地区,以服务嵌入带动全链增值。在全国范围内升级农村数字基础设施,推动5G网络向农村延伸覆盖,降低互联网资费,提升网络速度与稳定性;加大智能终端推广力度,开展农村居民数字技能培训,提升其使用能力;筑牢电力、通信等基础设施维护体系,保障电商运营稳定,推动大数据、人工智能等技术在农产品种养、销售等环节的应用。

### 3.2. 优化产业链条,提升产品附加值

产业链薄弱是农村电商附加值偏低的核心原因,需聚焦“种植-加工-销售-服务”全链条,推动升级、提升协同性。推进农产品标准化生产,建立健全种养标准体系,引导农户、合作社按标准生产,规范品质管控;提升质量检测,建立全程质量追溯体系,提升消费者信任度;推动农产品规模化、集约化种养,形成产业集群,提升供应链整合能力。强化农产品深加工环节,加大对深加工企业的扶持力度,培育本土龙头企业,推动农产品从初级加工向精深加工转型,开发特色产品,提升附加值;鼓励深加工企业与电商企业、农户深度合作,构建协同模式,实现农产品就地加工、就地销售,降低加工与物流成本。优化产业链利益联结机制,建立利益共享、风险共担机制,通过保底收购、分红返利等方式,将农户紧密嵌入产业链,保障其收益;深化各环节协同合作,推动无缝衔接,形成规模效应与协同效应。

### 3.3. 依托三大理论,深化发展机制

农村电商的发展机制可依托价值链升级、资源基础观与网络嵌入性三大理论进行综合分析展开。从资源基础观来看,乡村特色农产品、生态与劳动力等异质性资源构成农村电商发展的内源基础,通过电商模式实现资源盘活与要素重组,将资源禀赋转化为核心竞争优势;网络嵌入性则为其提供外部支撑,农村经营主体借助关系嵌入获取社会信任与合作资本,依托结构嵌入接入平台、供应链与城乡市场网络,降低交易成本并突破地域限制,实现要素高效流动;而价值链升级是农村电商价值实现的关键路径,电商通过重构传统产销链条,推动农村产业从初级产品销售向品控、冷链、品牌、深加工等高附加值环节攀升,完成功能升级与链条升级。三者协同互促,资源基础筑牢内生动力,网络嵌入拓展外部边界,价值链升级实现价值增值,共同构成农村电商高质量发展的深层理论逻辑。

## 4. 强化人才培育与品牌建设,提升农村电商核心竞争力

### 4.1. 强化人才培育,破解人才瓶颈

需构建“引才、育才、留才”三位一体的人才培育体系,补齐人才短板,提升从业人员专业能力。农村电商平台的发展,使其对各类型电商人才的需求逐渐增多,这些电商人才能够为广大农民提供信息、销售、营销等指导,帮助农民解决相关应用问题。而加快电商人才的培养也为广大农民提供了新的就业机会,这在一定程度上能够缓解农村就业压力,增强农村发展活力,为农民提供新的发展契机[7]。加大

人才引进力度，出台针对性政策，优化薪资待遇、发展空间与创业环境，吸引城市专业人才、返乡大学生、退役军人投身农村电商；与本地职业院校、培训机构合作，开展定向招聘与人才输送，提供专业支撑。筑牢人才培养体系，结合实际需求开展针对性培训，重点提升电商运营、直播带货等专业技能，采用“实战带教 + 理论培训”模式，增强培训实用性；依托电商孵化基地，开展创业培训与指导，培育本土创业人才；开展农户数字技能培训，扩大从业人员队伍。健全人才激励机制，设立绩效奖金、创业补贴等激励措施，激发工作与创业热情；丰富福利保障体系，解决人才住房、医疗等实际问题，提升归属感，降低流失率；表彰优秀电商人才，营造尊重人才的良好氛围。

#### 4.2. 强化品牌建设，提升市场竞争力

品牌是农村电商差异化竞争的核心，需聚焦特色、精准定位，强化培育与推广，提升品牌影响力。从现实层面看，伴随电商进村的深入推进，农村电商正从消费电商向产业电商延伸<sup>[8]</sup>。培育特色品牌，结合本地资源禀赋，挖掘特色农产品与手工艺品，培育地域特色品牌；明确品牌定位，突出差异化优势，打造“本土、新鲜、健康、优质”的品牌形象，避免同质化竞争；严查品质管控，构建产品质量标准，确保品质稳定，提升品牌公信力。加大品牌推广力度，依托电商、短视频、社交媒体等渠道，通过直播带货、线下展销等方式，提升品牌知名度与美誉度；加入区域公共品牌联盟，借助区域品牌影响力，提升本土品牌竞争力；优化品牌包装，融入地域文化元素，提升辨识度。提高品牌保护力度，建立健全保护体系，增加商标注册和专利保护的力度，打击侵权行为，维护品牌形象；升级售后服务体系，提升消费者购物体验，增强品牌认同感与忠诚度；推动品牌标准化运营，规范管理，实现可持续发展。

#### 4.3. 优化政策保障体系，营造农村电商高质量发展环境

结合发展实际出台针对性政策，加大对中西部农村地区、小型主体与农户的倾斜，重点支持物流、人才、品牌、创业等领域；优化扶持方式，采用补贴、贴息、奖励等多种形式，提高政策精准性与实效性；巩固政策衔接，形成国家、省、市、县四级政策联动机制，推动政策落地见效，让政策红利真正惠及各类电商主体与农户。加大农村电商行业监管力度，规范运营行为，打击虚假宣传、假冒伪劣、哄抬物价、售后服务不到位等问题，维护市场秩序；丰富农村电商信用体系，建立电商主体信用评价机制，推进信用信息共享，提升电商主体信用水平；健全农产品质量监管，严格落实农产品质量标准，保障消费者合法权益，推动农村电商行业规范化、健康化发展。夯实农村电商宣传推广，普及电商知识，提升农村居民与农户的电商意识，引导更多农户参与电商发展。培育农村电商创业文化，鼓励农户、返乡人员投身电商创业，树立电商创业典型，发挥示范引领作用，激发乡村电商发展内生动力。巩固区域合作，推动农村电商跨区域协同发展，实现资源共享、优势互补，扩大农村电商发展空间。

### 5. 结论与展望

农村电商作为数字经济与农村经济深度融合的重要载体，是推动乡村振兴、促进农民增收、实现农村经济高质量发展的新引擎。当前，我国农村电商发展成效显著，规模持续扩大、模式不断创新，但仍面临基础设施薄弱、产业链薄弱、人才短缺、品牌竞争力不足、政策落地不足等核心痛点，制约了可持续发展。针对上述痛点，本文从发展现状与痛点、基础设施与产业链、人才培养与品牌建设、政策保障四个方面提出核心论点，构建了相互关联、相互支撑的发展体系，每个主论点下均明确细分小论点，提出针对性举措，能够有效推动农村电商从“粗放式发展”向“精细化运营”转型，实现与农村产业深度融合，具有较强的可行性与可持续性。

展望未来，随着数字乡村建设加快、政策体系不断升级、技术水平的提升，农村电商将迎来更好发

展机遇。未来需进一步聚焦核心痛点，细化发展路径，推动基础设施升级、产业链优化、人才队伍壮大、品牌影响力提升；拓展区域协同、模式创新与质量管控，推动农村电商向多元化、规范化、高质量方向发展，充分释放助农效应，为乡村振兴提供有力支撑，助力实现农村美、农民富、农业强的目标。后续研究可进一步跟踪发展路径的实施效果，结合不同区域农村实际，探索更具针对性的发展策略，为农村电商高质量发展提供更坚实的支撑。

## 参考文献

- [1] 梁骥. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展探究[J]. 辽宁农业科学, 2026(1): 62-65.
- [2] 张金萍. 乡村振兴背景下农村电商物流配送路径优化分析[J]. 全国流通经济, 2026(2): 61-64.
- [3] 杨朝. 数字化视角下农村电商推动乡村全面振兴策略研究[J]. 农业经济, 2026(1): 154-156.
- [4] 卢彩秀. 乡村振兴背景下农村电商货运发展现状、问题及对策研究[J]. 中国航务周刊, 2025(31): 101-103.
- [5] 万彩俊. 农村电商发展现状及其对乡村经济的影响研究[J]. 销售与管理, 2025(14): 9-11.
- [6] 金恩焘, 王瑞军, 郑克强. 新时代农村电商治理机制、模式与路径[J]. 农业经济, 2019(6): 129-131.
- [7] 秦艳. 农村电商人才发展对策研究[J]. 农机市场, 2025(11): 105-107.
- [8] 潘嗣同, 盖庆恩, 史清华. 电子商务进农村综合示范政策对乡村产业主体培育的影响[J]. 中国农村观察, 2025(6): 40-61.