

数字乡村建设背景下农村电商高质量发展路径研究

尹嘉翔

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年3月2日; 录用日期: 2026年3月13日; 发布日期: 2026年4月30日

摘要

在数字乡村与乡村振兴战略协同推进的双重背景下, 农村电商已然成为打通城乡要素双向流动通道、激发乡村经济内生发展动力的关键抓手。当前, 我国农村电商发展已逐步从早期的粗放式规模扩张阶段, 向以提质增效为核心的高质量发展新时期转变。本文通过剖析数字乡村建设在支持农村电商高质量发展中的作用机制, 梳理现实短板, 并从基础设施、产业体系、治理融合等维度提出对策, 以为农村电商可持续发展与数字乡村建设提供参考。

关键词

数字乡村, 农村电商, 高质量发展, 乡村振兴, 产业融合

Research on the High-Quality Development Path of Rural E-Commerce under the Background of Digital Rural Construction

Jiexiang Yin

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: March 2, 2026; accepted: March 13, 2026; published: April 30, 2026

Abstract

Against the dual backdrop of the coordinated advancement of the digital countryside initiative and the rural revitalization strategy, rural e-commerce has emerged as a pivotal lever for unblocking the channels of two-way flow of urban-rural factors and stimulating the endogenous growth drivers of the rural economy. Currently, the development of rural e-commerce in China has gradually

shifted from the early stage of extensive scale expansion to a new era of high-quality development centered on quality improvement and efficiency enhancement. By dissecting the mechanism through which digital countryside construction underpins the high-quality development of rural e-commerce, this paper identifies practical bottlenecks and proposes countermeasures from the dimensions of infrastructure, industrial systems, and governance integration. The findings aim to provide a reference for the sustainable development of rural e-commerce and the advancement of digital countryside construction.

Keywords

Digital Countryside, Rural E-Commerce, High-Quality Development, Rural Revitalization, Industrial Integration

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

据数据显示,据商务大数据监测,2025年我国农村网络零售额、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% [1]。这既是大数据、人工智能、互联网等现代技术赋能农村电商发展的鲜明体现,又是深入贯彻数字乡村战略的现实例证,成为破解城乡发展不平衡、缩小城乡数字鸿沟、激发农村发展动能的有力抓手。《中华人民共和国2025年国民经济和社会发展统计公报》显示,2025年农村地区互联网普及率为69.5%,仍低于全国总体水平80.1%约10.6个百分点[2]。2026年2月3日,我国对“数字乡村”作出重要部署¹,标志着我国农村电商发展已从量的增长进入质的提升新阶段,逐步实现从“全覆盖”向“高水平”转型。

当前,我国数字乡村建设持续推进,农村电商取得了显著成效,涌现出云南华宁、湖北谷城、山东曹县等一大批农村电商先进典型,但同时也面临着基础设施相对薄弱、产品支撑能力较弱、专业人才亟需充沛等弱项短板。因此,如何更好落实2026年中央一号文件政策部署、顺应数字乡村建设系统化推进的时代背景,具有较高的理论和现实意义。本文在总结先进地区典型经验基础上,深入剖析农村电商发展过程中面临的主要问题,对推进下一步农村电商高质量发展路径提出针对性有效举措[3]。

2. 数字乡村建设赋能农村电商高质量发展的作用机理

2.1. 基础设施赋能:降低门槛,夯实基础

在推进数字乡村建设进程中,网络设施升级与物流设施完善为农村电商高质量发展提供了线上、线下双重保障。一方面,农村地区5G和光纤宽带的覆盖,为快速交易、信息融通、产品宣介提供数字化便捷渠道。另一方面,三级农村物流网络搭建,特别是冷链仓储设施完善,让“锁鲜”技术加持的农副产品走俏市场,有效减少生鲜农产品在运输过程中的损耗,扩大能够进入市场的农产品种类,还要精准迎合当前消费者追求“绿色”“健康”的消费品味。需要注意的是,我国不同区域自然气候、地形地势差异显著,导致农村电商基础设施建设面临的制约因素呈现明显区域特征。比如,东北地区冬季低温暴雪等极端天气较多,极易影响物流运输时效与冷链运行稳定性;西南地区山地丘陵较多,道路

¹https://www.gov.cn/zhengce/202602/content_7056931.htm

通达性有限,给生鲜产品长距离运输造成较大压力,等等。针对区域差异化掣肘因素,各地通过探索建成区域冷链物流枢纽、特色农产品小型冷库等举措,不断夯实基础设施、破解自然条件限制,体现了因地制宜、靶向发力的发展思路[4]。

2.2. 技术手段赋能：优化模式，提升效率

数字乡村建设从多个维度优化电商运营模式,显著提升了行业整体发展效率。在数字化生产环节,物联网技术的应用不仅替代了传统人力劳作,更实现了农产品种植、养殖等生产环节 24 小时实时监测与精准调控,既从源头上保障了农产品品控,也实现了农产品生产降本增效。山东寿光蔬菜基地、陕西洛川苹果产区通过引进数字化技术手段,实现了手机 App 远程控制,对温度、湿度、光照等参数进行精准控制,农产品的质量和产量都有了大幅度提升。在智能化流通环节,通过区块链技术的引进,消费者通过扫码即可实现商品信息全流程溯源,产品信任度大幅增加,例如,浙江丽水通过建立农产品溯源系统和电商服务平台,整合快递企业,实现统仓共配,尤其是打造“丽水山耕”区域品牌,大幅提升了农产品溢价空间,有效增强了特色农产品品牌效应变现能力。在精准化营销环节,农村电商积极拥抱网络直播等新兴手段,通过大数据平台的精准分析和直播推流,有效实现了产品供应与消费者需求的精准对接。河北大名以“一品一播”模式推进直播电商高质量发展,通过数字化选品、产品适网化改造提升农产品竞争力,这种“所见即所得”的营销模式不仅降低了产品营销推广成本,更通过场景化展示增强了消费者的信任感,提升了乡村特色产品的市场曝光度与交易转化率,推动农村电商从“被动等待订单”的传统模式向“主动对接市场”的新型模式转变[5]。

2.3. 产业与治理协同赋能：融合发展，规范秩序

数字技术作为重要纽带,从产业发展和治理保障两个维度协同推动农村电商提质增效。在产业赋能层面,数字技术打通农业生产、加工、销售全产业链条,推动农产品从初级产品销售向精深加工转型,提升产品附加值。同时,依托数字乡村建设成果,培育“电商+文旅”“电商+休闲农业”等新业态,构建“线上引流、线下体验”的协同发展格局,拓宽农村电商发展路径。在治理赋能层面,数字乡村建设通过系统性数字技能培训,提升农民数字素养与电商实操能力,为农村电商发展培育本土化人才队伍。数字技术的应用还完善了农村电商的信用评价机制与市场监管体系,营造了公平竞争、诚信经营的市场环境。产业赋能与治理赋能的协同推进,既拓展了农村电商的发展空间,又规范了其运行秩序,为农村电商高质量发展提供了产业基础与制度保障的双重支撑。

3. 数字乡村建设背景下农村电商发展存在的问题短板

3.1. 数字基础设施与物流体系存在明显短板

在我国中西部等部分偏远地区、山区仍存在网络信号不稳定、带宽不足等问题,2026 年 1 月国新办发布会介绍,2025 年全国所有乡镇和 95%的行政村已通 5G,但偏远、地形复杂地区在深度覆盖和稳定应用上仍存在短板[6]。截至目前,我国仍有相当一部分行政村未覆盖 5G 网络,西部偏远地区 5G 覆盖率推进缓慢,难以支撑带货直播、高清视频等新业态的正常运营;冷链物流设施建设滞后,生鲜农产品的仓储、保鲜、运输能力不足,农村冷链物流覆盖率仍在较低水平,物流配送成本依旧居高不下,特别是偏远地区的快递成本往往是城市地区的数倍。据《农产品产地冷链研究报告》,当前我国果蔬、肉类、水产品冷链运输率分别为 35%、57%和 69%,与发达国家平均 90%以上相比仍有明显差距[7]。此外,农产品上行时订单量不稳定导致物流议价能力弱,运输成本占售价比例高,很大程度上影响了农村电商的价格优势与市场竞争力。

3.2. 产业支撑能力不足与品牌化建设滞后

多数农产品仍以初级产品为主，深加工能力不足，产品附加值较低，并且标准化生产程度不高，产品规格、品质参差不齐，难以形成稳定的市场供应能力，目前，我国农产品加工业产值与农业总产值之比约为2.5:1，与发达国家相比仍有差距[8]；品牌建设滞后，区域公共品牌培育力度不足，产品市场辨识度与核心竞争力较弱。许多优质农产品面临“有品质无品牌、有口碑无名牌”的困境，在市场竞争中只能以低价策略吸引消费者，难以获得应有的品牌溢价。产业基础的薄弱导致农村电商难以实现可持续的提质增效，陷入“低价竞争-利润微薄-投入不足-品质难升”的恶性循环[9]。

3.3. 专业人才短缺与治理体系不完善

当前社会，农村青壮年劳动力外流现象普遍，农村电商从业者多为农民转型，其数字素养与电商操作能力有限，《全民数字素养与技能发展水平调查报告(2024)》显示，成年人中城镇居民初级及以上数字素养与技能水平占比为65.92%，农村居民为50.57%；分区域看，东部、中部、西部成年人初级及以上水平占比分别为63.23%、60.03%、56.90% [10]。这说明农村居民尤其是中西部地区居民在数字应用能力、平台经营能力等方面仍有较大提升空间，多数从业者缺乏数据分析、品牌打造等技能，难以适应网店运营、直播营销、客户服务、品牌管理等专业化岗位需求，导致农村电商复合型人才严重短缺，制约了农村电商高质量发展。在治理体系方面短板则更为明显，一是行业监管难度较高，农村电商经营主体呈现“小、散、乱”特征，产销链条长且分布零散，跨地区跨部门之间政策协同对接机制不完善，导致监管协同不畅，监管盲区与重复监管问题并存；二是产品质量安全追溯体系不健全，农村地区农产品标准化生产程度偏低，溯源技术在农村地区应用覆盖率不足，全流程质量溯源难以实现，导致消费者对产品信任度不高；三是城乡要素沟通不顺畅，物流、技术等优质要素下沉渠道难以铺开，全国30%的行政村电商服务站仅能提供基础服务，缺乏仓储、品牌策划等延伸功能，进一步制约了要素流通[11]。

4. 数字乡村建设背景下推动农村电商高质量发展的有效路径

4.1. 加强农村数字基础设施建设

持续推进农村网络设施优化升级，扩大高速宽带和5G网络在乡镇、重点行政村的覆盖范围，提升网络运行稳定性，降低农村网络使用成本，重点补齐偏远地区网络建设短板，进一步缩小城乡数字差距。在区域布局上，东北寒地可重点增强冬季冷链和末端配送韧性，西南山区可重点补齐集散节点、山地运输和村级末端站点，东部沿海和城郊地区则可优先推进仓配一体化和数智冷链升级。加快推进构建县乡村三级物流配送体系，支持县级物流集散中心、乡镇物流中转站、村级物流服务站建设，鼓励物流企业、电商平台、供销合作社等主体开展合作共建，推广共同配送、集中配送等高效模式，实现降本增效。加强农产品冷链仓储、保鲜设施建设，重点支持产地冷藏、预冷、分拣等设施的科学布局，降低生鲜农产品流通损耗，延长产品销售周期。发挥龙头企业、专业合作社等示范带头作用，支持在重点地区布局区域性冷链物流基地，持续完善冷链物流网络，为农村电商高质量发展提供良好土壤。

4.2. 完善农村电商产业发展体系

推动农产品向标准化、品牌化、精品化方向转型，建立覆盖生产、加工、包装、检测全流程的标准体系，提升产品质量稳定性与市场认可度。加强农产品特色品牌培育力度，坚持“以文化带品牌”，“以品牌促发展”，让特色农产品成为讲好农村故事，彰显文化内涵的重要载体，让地域特色文化广泛流传，特色农产品迈向更广阔市场，提升品牌市场影响力与产品附加值。延伸农产品上下游产业链条，支持农产品初加工向精深加工产业发展，推动单一农产品向系列化、多元化产品转变，提高农业产业综合效益。

培育壮大龙头企业等新型经营主体,通过统一生产标准、统一市场销售,带动小农户稳定融入电商产业链。推动农村电商与乡村旅游、休闲农业、民俗文化等产业深度融合,培育“电商+体验”“基地+直播”等新业态,构建农村电商多元产业生态[12]。在此基础上,可结合资源禀赋和产业基础进行微观分类施策:对特色种养集中、加工基础较好的地区,重点发展“产业主导型”模式,做强分级包装、初深加工和区域公用品牌;对生态和文化资源较突出的地区,重点发展“文旅融合型”模式,推动“电商+文旅+直播”协同引流;对靠近县城园区、劳动力资源相对充足的地区,可探索“服务外包型”模式,承接客服、美工、直播助理、仓配协同等电商服务环节。

4.3. 提升治理水平与促进城乡资源融合共享

一方面,要着力提升农村电商精细化管理水平。由政府牵头组建农村电商专项治理工作组,明确商务、农业农村、市场监管等部门职责,建立常态化协同监管与政策衔接机制,持续扩大跨区域跨部门协同机制覆盖范围,实现监管无盲区、政策无脱节。完善农村电商监管标准与农产品质量追溯体系,构建农产品全流程追溯机制,规范经营主体行为,破解监管难题。对不同发展模式还应实施分类治理:对“产业主导型”地区,重点强化质量分级、标准认证和产地追溯;对“文旅融合型”地区,重点规范直播营销、平台评价和消费维权;对“服务外包型”地区,重点完善人才培养、劳务对接和数据安全管理。另一方面,要有效推动城乡资源融合共享。加大农村冷链物流体系建设的政策与资金扶持力度,衔接城市物流网络,降低农村电商物流成本,方便农产品“出村进城”。搭建城乡电商资源对接平台,推动农村电商与城市商超、供应链企业深度合作,实现农产品进城与消费品下乡双向流通。加强农村电商人才队伍建设,开展分层分类技能培训,提升从业者数字素养与运营能力;加大返乡大学生等重点群体投身农村电商创业就业支持力度,为农村电商高质量发展提供人才保障[13]。

参考文献

- [1] 中国服务贸易指南网. 2025年农村网络零售额首次突破3万亿元[EB/OL]. <https://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/yanjiu/hangyezsk/202602/181631.html>, 2026-02-06.
- [2] https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202602/t20260228_1962662.html, 2026-02-28.
- [3] 戴祥玉, 胡贇. 农村电商高质量发展: 逻辑意蕴、现实挑战与适应性创新路径[J]. 云南大学学报(社会科学版), 2026(3): 1-8.
- [4] 李向荣, 张雪. 农产品电商物流与农村经济协同水平测度及影响因素分析[J]. 云南财经大学学报, 2025, 41(11): 95-110.
- [5] 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.
- [6] http://www.scio.gov.cn/xwfb/bwxwfb/gbwfbh/gbwfbh/202601/t20260121_843615.html, 2026-01-21.
- [7] 农业农村部市场与信息化司. 冷链如何让鲜品穿越时空? [EB/OL]. https://scs.moa.gov.cn/schs/202408/t20240806_6464233.htm, 2024-08-06.
- [8] 新华网. 新华鲜报|农业强国规划!广袤乡村将变样[EB/OL]. <https://www.news.cn/20250407/d59145edc29c4ef4b21f2920177239a0/c.html>, 2025-04-07.
- [9] 饶世语. 数字乡村背景下农村电商政策支持体系与上行路径优化探析[J]. 当代农村财经, 2025(11): 40-44.
- [10] 全民数字素养与技能发展水平调查报告(2024)发布[EB/OL]. https://www.cac.gov.cn/2024-10/25/c_1731546599579826.htm, 2024-10-28.
- [11] 白丹. 农村电商发展对城乡统一大市场建设的影响机制研究[J]. 商业经济研究, 2025(24): 24-27.
- [12] 薛阳, 隋颖. 县域农村电商何以赋能农民持续稳定增收——基于电子商务进农村综合示范县的分析[J]. 四川农业大学学报, 2025, 43(6): 1482-1489+1516.
- [13] 赵艺璇. 让乡村人才更好发挥带动作用[N]. 农民日报, 2024-12-19(008).