

吉林农村电商发展困境及对策探析

姜美玲

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年3月7日; 录用日期: 2026年3月20日; 发布日期: 2026年5月19日

摘要

随着电子商务的快速发展, 与乡村振兴的时代背景下, 农村电商作为新业态不仅拓宽了农村经济的市场空间, 而且在一定程度上带动农民增收、推动农村产业结构升级。吉林作为农业大省, 拥有富饶的黑土地等自然资源, 在农村电商的发展中具有一定潜力。然而, 目前吉林农村电商面临基础设施薄弱、人才流失严重、品牌建设不足的问题。本文通过数据与文献分析, 对吉林农村电商目前面临的困境进行深入探讨, 并提出相应的对策, 为吉林农村电商的发展提供参考。

关键词

电子商务, 吉林农村, 发展困境

Analysis of the Development Dilemmas and Countermeasures of Rural E-Commerce in Jilin

Meiling Jiang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: March 7, 2026; accepted: March 20, 2026; published: May 19, 2026

Abstract

With the rapid expansion of e-commerce and against the broader backdrop of China's rural revitalization strategy, rural e-commerce—emerging as a novel business model—not only broadens the market horizons of the rural economy but also contributes significantly to increasing farmers' incomes and facilitating the upgrading of rural industrial structures. As one of China's major agricultural provinces, Jilin is endowed with abundant natural resources—most notably its fertile black soil—conferring

substantial potential for advancing rural e-commerce. Nevertheless, rural e-commerce development in Jilin currently faces multiple constraints, including underdeveloped infrastructure, severe outflow of skilled talent, and insufficient brand development capabilities. Drawing upon data analysis and a comprehensive literature review, this paper conducts an in-depth examination of the key challenges confronting rural e-commerce in Jilin and proposes targeted, actionable countermeasures—aiming to provide a practical reference for fostering the sustainable development of rural e-commerce in the province.

Keywords

E-Commerce, Rural Areas in Jilin, Development Difficulties

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

在数字经济的大环境下，随着互联网技术的普及，电子商务飞速发展，为生活提供了极大的便利，在一定程度上已经改变了我们的生活方式，成为日常生活中不可或缺的一部分，其市场交易额逐年增长，现已成为一种较为成熟的新型商务运作模式。电子商务的发展不仅推动了城市经济快速增长，也给农村经济带来了转折性影响，使得农村电商成为农村经济新业态，对促进农民增收、改善农民生活水平、助力乡村建设具有重要意义[1]。

农村电商是农村经济与电子商务融合的产物，国外研究起步较早，多聚焦于农村电商对农业生产效率提升、农村收入增长的影响，国内研究则更贴合我国农村实际，聚焦于农村电商的模式创新和发展路径，但目前对于农村电商的研究多聚焦于全国范围的宏观层面，现有微观层面也多聚焦于南方等发达地区，导致农村电商理论区域针对性不足，对东北等偏远地区的关注度不够，未能充分结合其特色产业与地域优势，构建针对性的电商发展理论框架，导致现有理论难以有效指导吉林农村电商的差异化发展。此外，数字鸿沟是数字经济时代区域发展、城乡发展不平衡的重要表现，核心理论包括信息沟理论、数字能力理论。本文以农村电商和数字鸿沟理论为核心探讨吉林农村电商的发展困境，研究指出吉林省在培育和发展农村电商发展时，应深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程[2]。同时，本文研究结合吉林农村老龄化、农业规模化程度高的特质，打造双创平台，因地制宜推动农村电商、农创园等“双创”产业发展，旨在丰富农村电商与数字鸿沟理论在东北农村地区的研究内容。

2. 吉林农村电商发展优势

2.1. 自然资源优越

自然资源是吉林省农村电商发展的基石，吉林地处三大黑土带之一，拥有“黑土地之乡”的称号，土壤表层有机质含量较高，土壤肥沃且透气性好，可以为优质农产品种植提供良好的土壤条件，且耕地总面积超过 700 万公顷，呈现集中、连片分布，能够保障农村电商批量稳定供货。其次，吉林自然资源呈现鲜明的区域分异特征，东部长白山地、中东部低山丘陵、中部松辽平原和西部草原湿地四大生态区错位发展，形成“东林、中农、西牧”的资源分布格局，多年来孕育了长白山人参、黑木耳、红松籽、蓝莓和五味子等一众特色农林产品，具备农村电商产品多元化供给的天然优势条件，具备区别于其他地区的核心竞争优势。

2.2. 产业基础扎实

吉林作为传统农业大省，其农业产业已逐步发展到较高水平，且目前已经构建起相对成熟、生产链条较为完整的农产品生产、加工与流通体系。在此基础上如果能够进一步培育电商经营主体，推动本地的特色产业向集群化、规模化发展，从而形成相对稳定可靠的供给侧支撑。省内众多农产品加工企业正在进行转型升级，持续推动农产品由初级原料销售向高附加值的精加工方向延伸。以人参、鹿茸、食用菌等吉林特色优势农产品为例，各地企业依托其资源禀赋，积极开发即食食品、养生保健产品以及文创伴手礼等多元化深加工品类，有效提升了产品附加值与市场竞争力，同时也更好地适配了农村电商平台品质、功能、场景多样化的消费需求。

2.3. 市场潜力可观

吉林农村电商具备可观的市场潜力。首先，从内需来看，随着居民消费升级与健康饮食理念普及，国内消费者对长白山人参、延边大米、汪清黑木耳和鲜食玉米等高品质、原生态、可溯源的吉林特色农产品需求持续攀升，“吉字号”区域公共品牌影响力不断扩大。根据相关数据显示，2025 年全国农村、农产品网零额分别增长 6.7%、9.9%，且通过图 1 可知，吉林农村电子商务销售额从 2019 年起呈现逐年递增趋势，2023 年有显著提升，可以预见吉林农村网络零售额会持续增加，未来市场潜力可观[3]。其次，从外贸来看，吉林依托中俄、中蒙边境区位优势与跨境电商综试区政策红利，对外通道持续畅通、贸易便利化水平不断提升，人参、黑木耳、食用菌、杂粮等特色产品在东南亚、东北亚市场渗透率快速提升，吉林农村特色产品具备开拓国际市场的潜力，找到吉林农村电商增长新引擎。

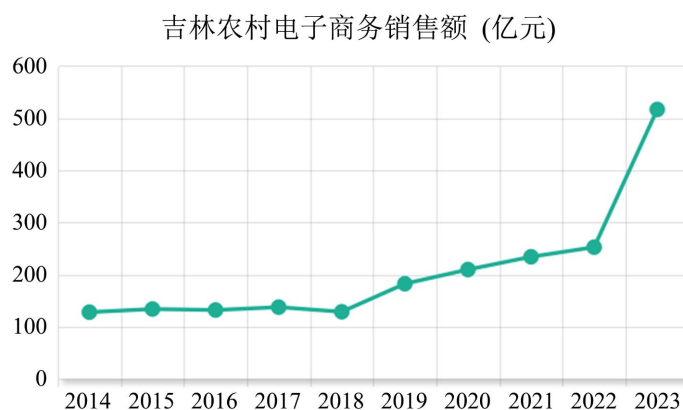


Figure 1. Changes in e-commerce sales in rural areas in Jilin from 2014 to 2023
图 1. 2014~2023 年吉林农村电子商务销售额变化情况

3. 吉林农村电商发展困境

3.1. 基础设施薄弱

电子商务能够运行的不可或缺的基础是物流与网络[4]。在物流方面，吉林地域广阔，根据吉林省发改委发布的《2025 年 1~9 月份吉林省社会物流运行情况通报》可知，吉林省农产品物流总额 1390.8 亿元，同比增长 1.5%，农产品物流总额占比 6.8% [5]，但存在相当数量的县域与乡镇地理位置较为偏远，其周围的交通基础设施存在短板，其中大部分县域尚未开通高铁，仍然以普通火车为主要的铁路运输方式，同时这些乡镇也未修建高速公路，在这些乡镇普通公路为主要运输方式。整体的道路状况较差、通

行的效率不高,从而导致配送时间较长,且增加相关配送成本,最终降低物流运输效率。根据吉林政府发布的《吉林省“十四五”冷链物流发展规划》可知,冷链设施设备存在短板,整体设施设备陈旧、数量容量较少,冷库总容量和冷藏车数量占全国的比重仅分别为1.5%和0.5%,产地、销地冷链基础设施配套不足,部分集散地冷链设施设备过剩,多数冷链物流企业存在自有设施设备阶段性不足或闲置的问题[6],这也成为制约吉林农村电商迅速成规模发展的问题之一。在网络方面,吉林已基本实现行政村4G网络全覆盖,但在地理位置较为偏远的乡镇以及山区村屯,信号强度与稳定性与实际使用需求之间仍存在差距。5G网络和千兆光网的建设则主要集中在县城及中心乡镇,而在一般乡镇和村级生产区域的覆盖率整体偏低,因此对直播带货、数据实时回传等农村电商高频应用场景来说,现有的网络条件不能提供稳定可靠的支撑。在智慧物流方面,县域物流中心初步配备基础信息化设备,但乡村站点的覆盖率却较低,各个站点的智能化设备应用情况较差。在国家公布的农村电商与快递协同发展示范创建名单中,吉林省仅有5个快递服务现代化农业示范项目,占全国快递服务现代化农业示范项目的1.63%,其数量及规模远低于东北地区其余省份[7]。

3.2. 人才流失严重

农村电商人才来源主要分为本土人才和引进人才两部分。在本土人才方面,由于吉林城市与乡镇的就业环境、收入水平和相关政策具有一定差距,吉林农村地区青壮年劳动力大多进城务工,常驻农村群体多为以中老年人为主的传统农户,对于电子商务的意识较为淡薄,运用网络水平较低。此外,根据吉林省人民政府发展研究中心发布的数据可知,2016年吉林省净流出人口就有20.29万,其中包括大量的高科技人才和熟练劳动者,近年来虽有好转,但仍呈现人才流失的大趋势[8],在东北地区人才流失的大背景下,吉林城乡高素质人才也呈现持续外流态势,大量具备文化基础与创新能力的高素质群体向省外经济发达地区流动,导致吉林农村电商缺乏具备专业知识和较高综合素质的专业型、创新型人才,使得吉林本土人才呈现一定缺口。在引进人才方面,与南方经济发达地区相比,吉林经济发展水平仍有一定差距,在就业环境、薪资水平与职业发展等方面对外省人才的吸引力相对较弱,同时缺乏针对性的人才引进扶持政策,对引进人才的创业扶持、技能培训、住房安置等配套保障还不够,导致即便引进少量电商人才,也会出现“水土不服”的情况,难以长期留住人才,形成“引进难、留住更难”的问题。

3.3. 品牌建设不足

电子商务的品牌建设主要包括产品标准化、品牌打造与市场营销三个方面。标准化方面,吉林多数特色农产品以散户种植、分散经营为主,缺乏统一的种植养殖规范、投入品管控与采收标准,从而导致产品品质、规格和其产品的风味、口感差异较大,难以形成相对稳定的网销品质,其不能保证品控的后果就是农村电商退货率较高。而在品牌打造方面,根据吉林省农业农村厅发布的《吉林省大力推进农产品品牌塑造》可知,吉林省累计培育区域公用品牌90个、企业品牌268个、产品品牌384个[9]。当前吉林区域内各类农产品的品牌数量较多,但同质化现象严重,需要建设品牌分级体系,目前不能清晰地针对中端消费群体打造的高性价比产品品牌、针对高端消费群体构建稀缺性、高品质的标杆品牌以及面向低收入人群的走量形品牌,从而导致优质特色农产品长期陷入同质化竞争,不仅无法实现价值分层、高端价值不能充分释放,并且导致消费者在购买时无法快速挑选产品、定位产品的价值,造成消费者信任度不足、决策成本较高的情况。市场营销方面,吉林部分农产品品牌仍然保持重生产、轻营销的传统观念,缺乏系统性、持续性的有创意的品牌推广策略和市场化运营方案,很多企业仍处于营销是一劳永逸的误区中,地域优势与产品特色未能有效转化为消费者认知,使得区域品牌的知名度与市场认可度提升速度相对缓慢。

4. 吉林农村电商发展对策

4.1. 完善基础设施

在物流体系建设方面，需要进一步加强交通基础设施投入，重点推进县域高铁布局与乡镇道路的等级提升，通过不断改善路网通行效率，缩短农产品配送时间，从而降低整体物流成本。同时，可以通过政府财政补贴等方式引导相关市场主体更新冷藏运输车辆，完善县域区域冷链不足，在具备条件的乡镇建设物流服务站和小型冷藏仓储设施，从而解决农产品上行“最初一公里”与下行“最后一公里”的基础设施短板问题[10]。网络基础设施层面，需要加快5G网络与千兆光网向乡镇、村级生产基地延伸覆盖，在考虑成本效益的情况下对偏远区域可采用4G与5G混合组网模式，进而保障农村电商稳定运行的网络需求。在此基础上积极推动县域智慧物流建设，扩大智能分拣、智能仓储等现代化设备的应用场景。并且可以利用村委会、便民超市等现有场所搭建村级综合服务站点，开展快递代收代发、农产品产销对接等服务。并且积极对接国家相关扶持政策，争取项目资金支持，培育并壮大快递服务现代农业示范项目，借鉴国内先进地区成熟经验，扩大示范项目覆盖面与建设规模，强化物流体系与农村电商的协同发展能力，逐步缩小与国内先进地区的发展差距。

4.2. 培养留住人才

人才是农村电商发展的基石。首先，应当完善人才培养体系：聘请相关高校的电子商务领域专家对县乡镇等开展农村电商地区的领导班子进行知识培训，明确领导方向与工作重点；借鉴成功地区经验，在进行本地化改造的基础上，对现有农村电商专业人员进行持续性、针对性的培训，以提升专业水平、提高创新意识；在本地相关职业技术学院开设农村电子商务专业课程，或与就近地区高校开展定向农村电商人才培养计划，进一步培养未来农村电商的本土化人才[11]。其次，应当完善人才激励机制：可以按照地理位置偏远程度和工作条件艰苦情况分级设立基层岗位津贴、需要通勤的人员定期发放通勤补贴，并将农村电商销售量、客户满意度作为额外绩效奖励；对返乡创业人才提供创业支持，包括创业孵化平台、电子商务技术支持和初始创业资金周转等方面的支持；为专业型人才、创新型人才设立人才公寓，保障其住房条件，提高薪资待遇水平，通过政策扶持，吸引人才并留住人才[12]。

4.3. 强化品牌建设

在产品标准化建设上，推动地方政府联合行业协会共同搭建农产品标准体系，同时依据相关标准对吉林省农村电商经营主体进行标准化培训，培训内容包括种植、加工与包装等多个关键环节。同时鼓励并协助同一区域内的电商主体们加强资源整合，通过组建产业联盟实现协同发展从而实现规模经济，并进一步探索生产标准化、经营集约化的发展路径，改善以往品牌规模小、布局散、种类杂的局面，进而降低电商产品退货率，保障农户收益；在品牌打造方面，需要进一步完善品牌分级与市场定位体系，并明确中高端产品差异化发展思路，进而提升产品附加值和市场竞争力。高端品牌可依托长白山人参、有机大米等优势品类，突出稀缺、原生态、精细化的优势特征，借助产品溯源系统与定制化包装树立标杆形象，实现品质溢价；中端品牌则可以以鲜食玉米、常规大米、黑木耳等产品为重点，主打优质、实惠、便捷的消费体验，并且通过成本管控可以打造出具有市场竞争力的大众主力品牌；在市场营销层面，要加大线上线下推广投入，充分运用短视频、直播等新媒体渠道融合吉林冰雪资源、边境口岸特色、民族文化和特色农产品，设计“特农产品产业 + 电商直播 + 文旅康养”的融合发展模式，讲好吉林农产品故事。也可以通过场景化宣传和沉浸式体验，强化消费者对吉林特色农产品的认知，增强信任度与品牌忠诚度，为农村电商高质量发展提供有力支撑。

5. 结语

吉林作为农业大省,发展农村电商对促进农业产业结构升级转型,带动农民增收致富、改善农民生活质量,为乡村振兴注入数字动能具有重要意义。本文通过分析吉林农村电商的发展情况,明确了吉林自然资源丰富、产业基础扎实和市场潜力可观的发展优势,又结合省情,深入分析吉林农村电商发展目前面临物流和网络基础设施薄弱、本土和引进人才流失严重、品牌建设与市场营销不足的困境,并给出相应的发展策略。通过完善物流和网络的基础设施,打通最后一公里,来提高物流效率,降低配送成本;完善人才培养体系与激励制度,提高专业型与创新型人才福利待遇;通过产品标准化、建立品牌分级与市场定位体系、讲好吉林特色农产品品牌故事,打造品牌效应,推动吉林农村电商高质量发展。除此之外,吉林对于新电商发展提出“优化新电商发展环境、构建自营电商供应链体系、做大做强农村电商主体”等重点任务,为吉林农村电商发展提供了政策指引与支撑。这项规划表明,未来农村电商领域将迎来更加广阔的发展空间,吉林应当立足黑土地禀赋、农特产品的丰富资源,将专项规划与国家政策同频共振[13],锚定农村电商高质量发展核心目标,走出一条具有吉林特色的农村电商发展之路,为乡村振兴贡献力量[14]。

参考文献

- [1] 于铭丹. 吉林省农村电商发展与农民增收耦合协调发展研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2024.
- [2] 穆丽. “数商兴农”背景下吉林省农村电商发展对策[J]. 南方农业, 2025, 19(3): 124-126.
- [3] 商务部电子商务司负责人介绍 2025 年我国电子商务发展情况[EB/OL]. https://www.gov.cn/lianbo/fabu/202601/content_7055918.htm, 2026-01-23.
- [4] 刘婷婷. 农村电商与快递业耦合协调发展研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 中南财经政法大学, 2023.
- [5] 2025 年 1-9 月份吉林省社会物流运行情况通报[EB/OL]. https://jldrc.jl.gov.cn/jgcs/jmc/gzdt/202512/t20251211_9370402.html, 2025-12-11.
- [6] 吉林省“十四五”冷链物流发展规划[EB/OL]. <http://www.jl.gov.cn/szftz/jlssxsxnyxdh/zcyt/202207/P020221130686432411305.pdf>, 2026-02-15.
- [7] 杨辉, 王涛. 农村电商推动吉林农业发展分析[J]. 长春理工大学学报(社会科学版), 2025, 38(5): 113-118.
- [8] 刘琛琛. 吉林省人才流失现状和对策[EB/OL]. https://fzxx.jl.gov.cn/yjcg/201802/t20180211_3724064.html, 2018-02-11.
- [9] 吉林省大力推进农产品品牌塑造[EB/OL]. http://agri.jl.gov.cn/xw/stdt/202501/t20250106_3395084.html, 2025-01-06.
- [10] 牛清坡. 吉林省农村电商末端物流配送问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2024.
- [11] 王宠. 数字经济下吉林省农村电商人才培养对策研究[J]. 现代商业研究, 2023(10): 35-37.
- [12] 任华. 大学生村干部助力吉林省农村电商发展路径研究[J]. 商场现代化, 2023(24): 39-41.
- [13] 杨颖. 政府扶持农村电商发展的有效性研究[J]. 社会科学家, 2021(1): 79-89.
- [14] 陈梓楠. 农村电商与乡村振兴的相互作用分析[J]. 中国农业资源与区划, 2022, 43(10): 40+50.