

返乡大学生参与农村电商的困境与对策研究 ——以秦安县为例

谢小杰

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年5月13日; 录用日期: 2026年5月27日; 发布日期: 2026年7月17日

摘要

在数字乡村建设与乡村振兴战略双重推动下, 农村电商成为返乡大学生参与乡村治理的重要场域。本文基于对甘肃省秦安县的实地调研, 系统考察返乡大学生参与农村电商的实践样态。研究发现, 返乡大学生主要通过创办电商企业和参与数字治理等方式进入农村电商领域, 并发挥了积极作用。然而, 实践中仍面临参与动力不足、专业能力欠缺、参与程度不高等困境, 其深层原因在于激励保障不足、培训体系脱节、社会认同薄弱。破解上述困境, 需要紧扣秦安县特色产业实际条件, 完善激励机制、强化能力培育、提升社会认同, 为返乡大学生深度参与农村电商、助力乡村振兴提供制度保障。

关键词

返乡大学生, 农村电商, 参与困境, 乡村振兴

Dilemmas and Countermeasures of Returning College Students' Participation in Rural E-Commerce

—A Case Study of County Qinan

Xiaojie Xie

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: May 13, 2026; accepted: May 27, 2026; published: July 17, 2026

Abstract

Driven by the dual strategies of digital village construction and rural revitalization, rural e-commerce

has become an important field for returning college students to participate in rural governance. Based on field research in Qin'an County, Gansu Province, this paper systematically examines the practical patterns of returning college students' participation in rural e-commerce. The study finds that returning college students primarily enter the rural e-commerce sector by establishing e-commerce enterprises and participating in digital governance, and have played a positive role. However, in practice, they still face dilemmas such as insufficient participation motivation, lack of professional competence, and low participation intensity. The underlying causes lie in inadequate incentive mechanisms, disconnected training systems, and weak social recognition. To address these dilemmas, it is necessary to closely align with the actual conditions of Qin'an County's characteristic industries, improve incentive mechanisms, strengthen capacity cultivation, and enhance social recognition, thereby providing institutional guarantees for returning college students to deeply participate in rural e-commerce and contribute to rural revitalization.

Keywords

Returning College Students, Rural E-Commerce, Participation Dilemmas, 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

随着数字乡村建设上升为国家战略，农村电商成为推动农业转型升级、促进农民增收致富的重要引擎。2015 年以来，国家先后实施“电子商务进农村综合示范”“互联网+”农产品出村进城等工程，农村电商发展进入快车道。与此同时，乡村振兴战略的深入推进，对乡村人才队伍建设提出了更高要求。返乡大学生作为兼具乡土情感与现代视野的特殊群体，凭借其信息技能优势和市场敏锐度，成为农村电商发展的生力军[1]。然而，返乡大学生参与农村电商并非一帆风顺。资金短缺、能力不足、销路不畅、政策支持不到位等问题，制约着其作用发挥。如何破解返乡大学生参与农村电商的困境，成为亟待研究的重要课题。

近年来，学界围绕返乡大学生参与乡村振兴及农村电商展开了较为丰富的研究，如郭占锋、乔鑫(2025)基于山东“淘宝镇”的田野调查，揭示了返乡大学生经营农村电商的策略选择与实现机理，指出其通过“嵌入乡土 - 资源整合 - 价值共创”的路径实现电商创业成功[1]。唐永霞(2025)聚焦“数商兴农”背景下返乡大学生直播带货的实践困境，指出专业能力不足、供应链滞后、流量获取困难是主要瓶颈[2]。这些研究为理解返乡大学生的角色功能提供了宏观框架，综合来看，现有研究存在缺口：一是对返乡大学生参与农村电商的“实践样态”缺乏细致分类，往往笼统讨论“创业”或“就业”；二是案例研究集中于东部发达地区，而对西部欠发达地区，尤其是乡村振兴重点帮扶县农村电商的实证关注不足。基于此，本文以甘肃省秦安县为调研点，综合运用问卷调查、访谈等方法，系统考察返乡大学生参与农村电商的实践样态与现实困境，并在此基础上提出优化对策。

2. 研究设计与方法

本研究选取甘肃省天水市秦安县作为分析案例。秦安县于 2021 年成功创建为国家电子商务进农村综合示范县，县域内电商网点实现行政村全覆盖，是西部地区农村电商发展的典型代表。该县以苹果、蜜桃、花椒等特色林果产业为支柱，农产品电商基础较好，返乡大学生参与电商的案例集中，便于观察不

同参与方式和困境类型。作为西部欠发达地区的农业大县，秦安县同时面临人才外流、资金短缺、物流成本高、冷链设施不足等共性瓶颈，其困境在西部县域具有高度普遍性。对该县的深度剖析，可为同类地区提供可参照的经验与教训。

数据收集阶段主要收集半结构化访谈数据。为深入了解困境的生成机制与行为逻辑，本研究对三类关键行动者(包括返乡电商创业大学生、电商管理服务人员、农户)进行了半结构化访谈，每人访谈时长 10 分钟左右，均在征得受访者知情同意后全程录音。访谈提纲根据受访者类型差异化设计，核心问题包括：返乡参与电商的动机与过程；日常工作中的主要困难与应对策略；对现有政策、培训、社会支持的感知与评价；未来职业规划与留任意愿。

对访谈资料，采用主题分析法系统编码与分析，标记与返乡大学生参与电商困境相关的意义片段，赋予初始概念，将意义相近的初始代码归类为更高层次的主题，形成 6 个主轴编码：资金障碍、能力短板、销路不畅、政策落地难、社会认同低、自我效能弱。在此基础上，进一步抽象为 3 个核心范畴：参与动力不足、专业能力欠缺、参与程度不高。将提炼出的核心范畴与推拉理论、社会网络理论、能力缺口理论进行对话，解释困境的深层机制。在论文中呈现定性资料时，所有引文均标注受访者匿名编号，并注明其基本特征，如“A3，男，31 岁”。

3. 返乡大学生参与农村电商的困境

在秦安县农村电商实践中，返乡大学生创办电商企业通过线上平台销售本地苹果、蜜桃、花椒等特色农产品，为本地农户提供网店运营、产品拍摄、包装设计、物流配送等服务，以及参与村级电商服务站运营、农产品溯源系统维护、农村电商数据统计分析等工作，在农产品上行、品牌打造、供应链整合等方面发挥了积极作用，但返乡大学生参与农村电商仍面临多重困境。

一是参与动力不足，经济回报与心理预期的双重落差。返乡大学生参与农村电商的动力不足，首先表现为创业初期的资金短缺。尽管多地出台了创业担保贷款政策，但在实际操作中，返乡大学生往往因缺乏抵押物而难以获得足够的贷款额度。资金短缺直接制约了电商项目的规模和发展，许多创业项目因此停留在“小打小闹”的阶段，难以形成规模效应。与此同时，农村电商创业初期的收入不稳定，与返乡大学生的心理预期形成巨大落差，使部分返乡大学生产生畏难情绪，甚至中途退出。更深层次的问题在于，返乡大学生普遍将电商创业视为“过渡”而非“事业”，处于一种“身在曹营心在汉”的状态[3]，难以全身心投入电商事业，参与持续性难以保证。

二是专业能力欠缺，电商技能与农业知识的双重短板。返乡大学生参与农村电商面临的专业能力短板，体现在电商运营和农业知识两个层面。从电商运营能力来看，返乡大学生虽然具备一定的信息技术基础，但在直播带货、网店运营、客户服务等方面的专业能力普遍不足。直播话术设计、流量获取转化、售后纠纷处理等环节都需要专门技能，而学校教育很少涉及这些实操内容，导致返乡大学生“学非所用”。从农业专业知识来看，返乡大学生中涉农专业占比较低，多数人缺乏对农产品种植技术、果品分级标准、保鲜储藏方法等农业知识的了解，在电商销售中难以准确向消费者介绍产品特点，影响了消费者信任和购买转化[2]。

三是参与程度不高，物理疏离与组织支持的双重缺失。返乡大学生参与农村电商的程度不高，首先表现为物理空间的疏离。相当比例的返乡大学生不在本行政村居住，每天通勤往返，这种“白天下村、晚上回城”的工作生活模式，使其难以深入了解农产品生产情况，也无法及时响应村民的电商服务需求。物理空间的疏离直接削弱了返乡大学生与农户之间的信任关系，影响了电商合作的深度和广度。与此同时，村级组织对返乡大学生参与电商的支持明显不足。部分村干部对电商发展认识不足，认为“搞那些虚的没用”，对返乡大学生的电商创业既不反对也不支持，缺乏实质性帮助[4]。

4. 返乡大学生参与困境的原因分析

上述参与动力不足、专业能力欠缺、参与程度不高等困境，并非孤立的现象，而是有着深层的社会经济机制。

4.1. 激励保障不足

依据推拉理论的经典分析框架，人口流动是原居地推力、目的地拉力及中间障碍因素共同作用的结果。返乡大学生参与农村电商的动力困境，可视为“乡村拉力”受挫与“中间障碍”强化的复合产物[5]。从资金支持层面看，融资门槛过高构成了最直接的“经济障碍”，尽管秦安县出台了创业担保贷款、一次性创业补贴等扶持政策，但在基层执行中普遍存在“落地难”问题。银行贷款门槛高、审批周期长、担保条件苛刻，使返乡大学生“看得见、够不着”，返乡大学生难以获得稳定的启动资金支持(访谈信息：A3，男，31岁，“跑了几家银行，都说要有房产抵押。我一个刚毕业的大学生，哪来的房子？最后只贷到3万，连租仓库都不够。”)。从收入分配层面看，回报不确定性构成了“预期障碍”，返乡大学生参与电商的利益分配机制不健全，付出与回报不匹配。一方面，电商平台抽成、物流成本、推广费用等侵蚀了利润空间，使创业者难以获得合理回报；另一方面，与农户的利益联结机制不完善，农民对电商销售信任度不高，返乡大学生难以建立稳定的收益预期(访谈信息：A2，男，28岁，“我跟农户说按高于市场价收购，卖了再分红。他们说，万一卖不出去，苹果坏了算谁的？后来只肯给我最差的果子，好的都自己拿去卖给贩子了。”)。从职业发展层面看，身份转换通道狭窄构成了“发展障碍”，返乡大学生从事电商创业，缺乏从“创业者”到“治理者”的身份转化通道(访谈信息：B2，女，29岁，“家里人一直催我考公务员，说‘卖苹果卖桃子不是长久之计’。我自己也觉得没前途，去年考上了咱们乡镇的事业编，现在稳定多了。”)。优秀基层就业项目人员、电商创业者，难以通过制度化途径进入村“两委”或乡镇公务员队伍，发展空间受限。因此，乡村拉力被资金、收入、发展三重中间障碍所抵消，导致返乡大学生处于“被推出城市、却难以被拉入乡村”的状态。

4.2. 培训体系脱节

返乡大学生专业能力欠缺的根源，在于培训体系与电商实践需求之间的系统性脱节。从能力缺口理论(Capability Gap Theory)的视角看，返乡大学生参与农村电商所需的“目标能力”与他们当前具备的“现实能力”之间存在显著缺口。理想情况下，培训应充当弥合缺口的桥梁，通过精准的需求识别、针对性的内容设计和持续的实践支持，帮助学习者跨越能力鸿沟[6]。然而，秦安县的电商培训实践恰恰相反，培训内容、方式的不足，未能填补缺口。一是理论化课程与实操需求错位。农村电商创业对返乡大学生的核心要求是实操技能：直播话术、流量获取、客户沟通、售后处理、农产品分级与保鲜等。然而，现有电商培训多侧重理论讲解，与农村电商实际需求不相匹配，返乡大学生“学而难用”，难以将所学知识转化为实践能力(访谈信息：A3，男，31岁，“培训讲的是4P理论、SWOT分析，听起来高大上，但具体到怎么开直播、怎么写文案、怎么处理差评，没人教。”)。二是单向讲授与情境学习脱节。如直播带货中的临场应变这类复杂实操能力属于隐性知识，难以通过课堂讲授传递，而需要在真实或模拟情境中通过“做中学”来习得，但现有培训多采用集中授课形式，缺乏案例教学、现场教学、跟岗实训等实践性强的教学方式，单一的培训方式，无法帮助返乡大学生积累实践经验(访谈信息：B1，女，34岁，“请来的专家，要么是大学老师，理论功底深，但实践经验少；要么是企业老板，经验丰富，但讲课水平有限。能把理论和实践结合起来的人，少之又少。”)。理论与实践之间的缺口不仅没有缩小，反而因“知道却做不到”的落差感而被固化。

4.3. 社会认同薄弱

返乡大学生参与程度不高的深层原因,在于社会认同的薄弱。大学生返乡后,原有的社会网络面临断裂与重构的困境,而新网络中的信任缺失与互惠失效,使其难以获得必要的社会认同,进而削弱了参与意愿与持续性。乡村社会是典型的“熟人社会”,社会交往高度依赖血缘、地缘和长期共同生活所形成的强关系网络。返乡大学生在求学期间长期离乡,与村民的日常互动本就稀疏,原有的邻里关系因时间与空间的距离而趋于弱化。当他们以“电商创业者”的新身份重返乡村时,村民对其认知仍停留在“离乡多年的学生”或“城里回来的外人”,缺乏共同生活经历作为信任基础[7]。加之电商是乡村社会中的“新事物”,村民缺乏对该业态的认知框架,更倾向于持怀疑态度(访谈信息:C2,男,50岁,“他们搞直播,说是能帮我们卖苹果,但谁知道能不能卖出去?万一卖不出去,苹果坏了算谁的?”)。同时,乡村社会对“成功”的认知仍然局限于“体制内就业”“城市发展”,部分返乡大学生家庭成员也认为公务员、教师才是体面的职业,卖苹果则被视为“没出息”(访谈信息:A5,女,25岁,“我妈觉得我在村里卖苹果没出息,天天催我考公务员。村里人看我的眼神也不一样,觉得我是不务正业。”)。因此家庭期望与社会舆论的双重压力,使返乡大学生在职业选择上背负沉重心理负担。

5. 对策建议

基于上述论断,本节从完善激励机制、强化能力培育、提升社会认同维度提出系统性对策,且紧扣秦安县特色产业实际条件,力求实践可操作性。

5.1. 完善激励机制,增强参与动力

破解返乡大学生参与农村电商动力不足的困境,首先需要从制度层面完善激励机制。在资金支持方面,应设立返乡大学生电商创业专项基金,提供无抵押信用贷款和创业贴息,切实降低融资门槛。针对返乡大学生缺乏抵押物的现实困难,可充分利用秦安县苹果、蜜桃产业的规模优势与品牌价值,探索供应链金融的本土化创新,试点“未来产量质押贷款”模式。由县果业局或农技站对返乡大学生签约合作的果园依据树龄、挂果面积、历史单产等指标进行产量评估,银行以预期产量对应的销售收入为第一还款来源发放贷款,销售款经由电商平台或合作企业直接划转至监管账户。该模式已在陕西洛川等苹果主产区取得成效,秦安县可借鉴其经验并加以优化。其次,收入不确定性问题源于返乡大学生与农户之间松散的交易关系,推广“订单收购+二次返利”模式有助于构建利益共同体。引导返乡大学生与农户签订长期收购协议,约定高于市场均价5%~10%的保底收购价,待电商销售结束后,将超出底价部分的利润按约定比例。在职业发展方面,应畅通返乡大学生的职业发展通道,将优秀电商创业者纳入村级后备力量培养体系,符合条件的可经法定程序补选进入村“两委”班子。探索建立秦安县电商人才定向招录制度,在事业单位招聘中设置专门岗位,对在电商创业中表现突出、带动效应显著的人员给予政策倾斜,让返乡大学生看到农村电商干得好也能“有前途”[8]。

5.2. 强化能力培育,补齐专业短板

针对返乡大学生专业能力欠缺的问题,应从培训内容、培训方式、师资建设三个维度系统发力。在培训内容上,摒弃脱离地方实际的通用管理理论课程,聚焦直播带货、网店运营、客户服务、物流管理等核心实操技能,并以秦安县特色农产品为贯穿性案例,开发的本土化课程模块,包括讲解果园场景下的机位选择、话术设计、产品卖点提炼;针对易损特性教授分级、套网、装箱、贴标等标准化流程;针对“坏果”“不甜”“物流慢”等典型投诉提供标准化应答模板。并由县电商服务中心联合本地头部电商企业,共同编写“秦安县农产品电商实操手册”,作为培训的基础教材。在培训方式上,应采取“理论授课

+ 现场教学 + 跟岗实训”相结合的多元化培训模式，将培训课堂延伸到田间地头、直播间、电商企业。可组织学员到电商示范县、示范企业参观学习，邀请县域内创业成功大学生现场演示、现身说法，让返乡大学生在真实场景中积累经验[3]。在师资建设上，建议实施“电商讲师特训营”，每年选拔20名有潜力的本土电商从业者、农技人员、优秀返乡创业者，赴浙江丽水、山东菏泽等电商发达地区进行为期两周的脱产培训，学习教学设计、课程开发、实操指导等技能。同时，建立“高校 + 企业”双聘机制，与甘肃农业大学、兰州财经大学等本省高校合作，聘请电商专业教师担任理论导师，聘请本地电商企业高管担任实践导师，共同开发课程、联合授课，实现理论与实践的有机融合。

5.3. 提升社会认同，营造良好氛围

破解社会认同薄弱的困境，需要从宣传引导、平台搭建、自我认同三个层面协同推进。改变乡村社会对电商创业的刻板认知，需要持续的、可视化的正面信息输入。在宣传引导上，应深入挖掘返乡大学生参与农村电商的先进事迹和典型案例，建议设立“电商之星”年度评选，每年表彰“电商创业之星”、“助农之星”、“最美新农人”，在全县三级干部大会上公开表彰，给予现金奖励，并将其事迹制作成短视频，通过县融媒体中心、抖音、微信公众号等平台广泛传播，同时与甘肃日报、天水日报、县电视台合作，以纪录片或专访形式持续讲述返乡大学生电商创业的真实故事，逐步扭转社会偏见，让返乡大学生感受到“被看见”“被认可”[9]。在平台搭建上，建议成立“秦安县新农人电商创业联盟”，由县电商服务中心牵头，吸纳返乡大学生电商创业者、本地网红、供应链企业、物流公司等，每月组织一次“资源对接会”，促进经验分享与抱团发展。每年9~10月苹果上市季，举办“秦安苹果电商创业大赛”，并邀请投资机构、电商平台现场观摩，为优秀项目提供后续融资和流量扶持。这些平台有助于返乡大学生在同行网络中获得认同与支持，积累新的社会资本。在自我认同上，应引导返乡大学生正确认识电商创业的时代价值，将个人发展融入乡村振兴的大局。通过组织培训、座谈交流、心理辅导等方式，帮助其建立积极的心态和清晰的职业定位，认识到“卖苹果”不是没前途、不是过渡工作，而是在广阔天地施展才华、实现价值的重要途径。

6. 结语

返乡大学生是农村电商发展的重要力量，也是乡村振兴的生力军。秦安县的实践表明，返乡大学生通过创办电商企业和参与数字治理方式参与农村电商，在农产品上行、品牌打造、供应链整合等方面发挥了积极作用。然而，实践中仍面临参与动力不足、专业能力欠缺、参与程度不高、参与内容有限等困境，其深层原因在于激励保障不足、培训体系脱节、社会认同薄弱。破解上述困境，需要从完善激励机制、强化能力培育、提升社会认同等方面系统发力，为返乡大学生深度参与农村电商、助力乡村振兴提供制度保障。唯有构建“引得进、留得住、用得好”的长效机制，才能真正激活返乡大学生参与农村电商的内生动力，让手机成为“新农具”，让直播成为“新农活”，让大学生成为“新农人”，在广袤乡村书写乡村振兴的“新时代答卷”。

参考文献

- [1] 郭占锋, 乔鑫. 返乡大学生经营农村电商的策略选择与实现机理——基于山东“淘宝镇”的田野调查[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2025(6): 96-107.
- [2] 唐永霞. “数商兴农”背景下返乡大学生直播带货的实践困境与路径优化[J]. 中国商论, 2025, 34(20): 99-102.
- [3] 关一淼, 邓超, 魏文颖. 大学生返乡就业创业的困境与对策——以江西省为例[J]. 江西农业, 2025(21): 76-78.
- [4] 吕鹏. “百千万工程”背景下赋能大学生返乡创业路径研究——以广东省为例[J]. 知识经济, 2025(33): 171-173.

177.

- [5] 于丽卫, 冯小翠, 田旭. 农村籍大学生回乡创业行为研究——基于推拉理论和资源禀赋理论视角[J]. 农场经济管理, 2015(1): 36-37.
- [6] 谭红艳. 农文体旅融合背景下高职农村电商专业人才培养研究——基于胜任力模型[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(14): 210-213.
- [7] 万书润民. 返乡小镇青年社会化的“脱栓”困境及其生成路径[J]. 理论月刊, 2025(1): 106-116.
- [8] 望超凡. 返乡青年参与乡村治理: 实践基础、治理绩效与优化路径——基于皖南水镇的调研[J]. 决策与信息, 2024(3): 38-48.
- [9] 张玉磊, 陆佳青, 孟婷, 等. 全面推进乡村振兴进程中大学生返乡创业的社会支持要素与优化路径研究——基于苏北地区的实证调查[J]. 现代农村科技, 2025(11): 110-112.