

数字经济背景下大学生农村电商创业的新态势、现实困境与推进路径

杜少文

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2026年7月8日; 录用日期: 2026年7月22日; 发布日期: 2026年9月4日

摘要

数字经济与农业农村的深度融合, 为大学生返乡电商创业开辟了广阔空间。大学生群体凭借数字素养与创新意识, 成为农村电商创业的“青春生力军”。然而, 创业实践中仍面临产品标准化不足、金融支持缺位、人才培养脱节、物流成本高以及政策落地不畅等结构性困境。为此, 本文在系统梳理数字经济时代大学生农村电商创业现实状况的基础上, 深入剖析主要困境, 并从数字技术赋能、精准人才培养、产教融合深化、品牌物流协同及政策金融优化五个维度提出对策建议, 旨在推动大学生农村电商创业从“自发探索”向“系统赋能与高质量发展”转型, 为促进大学生返乡电商创业、推动乡村全面振兴提供参考。

关键词

数字经济, 大学生, 农村电商, 新态势, 推进路径

New Trends, Practical Dilemmas and Promotion Paths of College Students' Rural E-Commerce Entrepreneurship in the Context of Digital Economy

Shaowen Du

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: July 8, 2026; accepted: July 22, 2026; published: September 4, 2026

Abstract

The deep integration of the digital economy with agriculture and rural areas has unlocked extensive

文章引用: 杜少文. 数字经济背景下大学生农村电商创业的新态势、现实困境与推进路径[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 113-118. DOI: 10.12677/ec.2026.159976

opportunities for college students to engage in e-commerce entrepreneurship upon returning to their hometowns. Endowed with digital literacy and innovative mindset, college students have emerged as the “youthful backbone” of rural e-commerce entrepreneurship. Nevertheless, practical entrepreneurial endeavors are confronted with structural dilemmas, including inadequate product standardization, absence of targeted financial support, disjuncture in talent training systems, exorbitant logistics costs and inefficient policy implementation. Against this backdrop, this paper first systematically delineates the current landscape of college students’ rural e-commerce entrepreneurship in the digital economy era, then conducts an in-depth analysis of its core dilemmas. Subsequently, it puts forward strategic recommendations from five dimensions: digital technology empowerment, precision-oriented talent cultivation, deepening industry-education integration, brand-logistics synergy and policy-finance optimization. The research aims to facilitate the transformation of college students’ rural e-commerce entrepreneurship from “spontaneous exploration” to “systematic empowerment and high-quality development”, thereby providing empirical references for promoting college students’ return-home e-commerce entrepreneurship and advancing the comprehensive revitalization of rural areas.

Keywords

Digital Economy, College Students, Rural E-Commerce, New Situation, Promotion Pathways

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

2026 年中央文件提出“实施农村电商高质量发展工程”[1], 明确了以数字动能驱动乡村发展的国家战略导向。当前, 以大数据、人工智能、移动互联网、云计算为代表的新一代数字技术深度渗透, 正深刻重塑农业生产方式、农村流通体系与农民就业形态, 农村电商作为连接小农户与大市场的关键纽带, 已经成为乡村经济振兴的核心引擎[2]。

大学生群体数字素养高、创新意识与学习能力强, 是农村电商创业的“青春生力军”[3]。借助直播带货、短视频营销、社交电商等新业态, 大学生农村电商创业不仅将优质农产品推向更广阔的市场, 还带动了乡村数字基础设施的完善与农民数字技能的提升[4]。然而, 当前大学生农村电商创业仍面临产品标准化不足、金融支持缺位、人才培养脱节等多重结构性困境, 严重制约着数字经济赋能乡村振兴的可持续发展。

针对上述困境, 学术界已积累了丰富的研究成果。已有文献不仅探讨了农村电商发展中的县域物流体系建设[5]、电商平台与农户利益联结机制[6]等问题, 还关注了数字经济背景下返乡青年电商创业的现实挑战[7]、时代机遇[8]以及创新路径[9]等, 为促进当前农村电商高质量发展提供了有力支撑。然而, 现有研究大多将农村电商与青年创业作为相对独立的议题进行研究, 鲜有文献将其置于同一框架下进行交叉分析, 更缺乏对大学生群体这一特殊主体在农村电商创业中所面临的结构性困境的系统性揭示。

基于此, 本文立足数字经济时代背景, 聚焦大学生农村电商创业这一关键场域, 系统梳理其现实状况, 深入剖析主要困境, 以期为促进大学生返乡电商创业、推动乡村全面振兴提供理论参考与实践启示。

2. 数字经济背景下大学生农村电商创业的新态势

2.1. 市场规模持续扩大, 电商成为乡村经济新引擎

在“数商兴农”战略推动下, 农村电商已从简单的线上渠道拓展, 演进为以数据为关键要素、以互

联网平台为载体的数字经济新业态。据商务大数据监测,2025 年我国农村网络零售额首次突破 3 万亿元,同比增长 6.7%;农产品网络零售额达 7833.1 亿元,同比增长 9.9%¹。直播电商表现尤为突出,头部平台助农直播超 400 万场,农特产品销量突破百亿单^[10]。农村电商正成为激活县域经济、促进农民增收的重要引擎,其增长动能已从政策驱动转向市场驱动与技术创新驱动的复合模式。

2.2. 创业群体年轻化、知识化,大学生成为农村电商创业主力

数字经济显著降低了创业的初始门槛与运营成本,使大学生群体的数字技术优势与创新思维得以转化为创业资本。主要短视频平台中“三农”领域粉丝量过万创作者规模已接近十万人,其中 30 岁以下创作者增速显著,大学生等青年群体正加速涌入农村电商领域。大学生以“新农人”身份,凭借其对于数字工具的敏锐把握和对消费趋势的快速响应,成为农村电商创业的核心力量。这一群体的规模化参与,不仅优化了农村电商的人才结构,也推动了乡村经营理念的现代化转型。

2.3. 创业模式多元创新,“数字经济 + 电商”深度融合

大学生农村电商创业已形成多种成熟模式,呈现出从单一销售向全链条服务的纵深拓展趋势^[11]。一是直播助农模式,返乡大学生依托短视频与直播平台,以主播身份直接面向终端消费者销售农产品,通过内容化、场景化的呈现方式提升产品溢价能力。二是数字服务模式,部分创业团队转向为本地农户、合作社提供电商培训、品牌孵化、代运营等数字化服务,构建起“赋能型”创业路径。三是“乡村 CEO”模式,大学生受聘或合伙进入农业企业、村集体经济组织,担任职业经理人,将标准化、数据化、品牌化的现代经营理念系统导入乡村产业。三种模式并非截然分立,在实践中往往相互交织、动态演进。

2.4. 政策支持力度加大,创业环境持续优化

国家层面政策体系日趋完善,为大学生农村电商创业提供了制度保障与资源支撑。2026 年 3 月《商务部等 6 部门关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》²明确实施农村电商高质量发展工程,发展“村播”“田播”等特色直播,推动县域商业体系提质增效。与此同时,各地积极落实中央部署,在创业补贴、税收减免、贷款贴息、培训支持等方面形成配套措施,政策合力逐步显现。政策红利的持续释放,与数字基础设施的不断下沉相互叠加,为大学生农村电商创业营造了日益有利的外部环境。

3. 数字经济背景下大学生农村电商创业的现实困境

3.1. 产品端: 标准化与品牌化不足,“有品质无品牌”成痛点

农产品非标准化是制约大学生农村电商创业的首要结构性瓶颈。农村电商所面对的产品普遍呈现“有品质无品牌、有产品无标准、有产能无渠道”的特征,导致其难以进入主流电商平台的品质认证体系与流量推荐机制。农产品加工环节的标准化程度偏低,包装规格、质量等级、安全认证等方面缺乏统一规范,线上销售易引发消费者信任危机。区域公共品牌建设滞后,优质特色产品难以突破地域认知壁垒。直播电商场景下,农产品缺少认证标识、质量参差不齐的问题尤为突出,消费者购买决策面临较高的信息不对称风险。品牌建设缺位直接推高了售后投诉率与退换货成本,形成“品质好却卖不出好价钱”的困局。

3.2. 资金端: 金融支持缺位,“一人公司”遇融资困局

大学生电商创业初期普遍面临资金短缺的硬约束。农村电商创业多采用“一人公司”或小微团队的

¹https://www.mofcom.gov.cn/tj/sjtj/art/2026/art_58af2e26e2c34785a3b44912bd088556.html

²https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202604/content_7064729.htm

组织形态，其轻资产、高流动性的运营特征与传统金融机构的信贷评估逻辑存在结构性错配。大学生注册公司后申请贷款时，普遍缺乏可用于抵押的固定资产，且个人信用记录积累不足，传统金融机构难以对其经营前景进行有效评估。县域金融服务体系长期存在信用评估机制不健全、金融产品同质化严重、贷款周期与农业经营周期不匹配等问题，这些问题在缺乏资产积累的大学生创业群体中被进一步放大。融资难、融资贵成为制约创业初期存活与成长的关键瓶颈。

3.3. 人才端：培训体系实用性不足，“学用脱节”问题突出

电商专业人才匮乏是制约农村电商发展的深层矛盾。当前农村电商人才培养体系面临政策协调不足、课程设置滞后于业态演进、实践教学薄弱等多重困境。大量培训项目停留于短期入门层面，内容以基础操作技能为主，缺乏针对运营优化、数据分析、品牌策划等进阶能力的系统培养。培训方式以单向讲授居多，缺少导师制、工作坊、实战演练等深度互动形式，导致“学完不会用、用了不见效”的普遍现象。大学生虽具备理论知识与信息素养，但往往对农村社会关系、农业生产规律、基层治理逻辑缺乏切身理解，创业方案容易脱离乡村实际。这种“知识悬浮”现象加剧了创业初期的试错成本，部分创业者最终选择退出。

3.4. 物流端：基础设施薄弱，“最初一公里”不畅

农产品上行对物流体系有特殊要求，而农村物流基础设施的短板在“最初一公里”环节表现得尤为突出。冷链物流设施覆盖率低、村级配送网点密度不足、末端揽收服务缺失等问题普遍存在，导致生鲜农产品从田间到物流集散中心的过程中损耗率居高不下。大学生创业者通常缺乏自建仓储物流的能力与资本，只能依赖社会化物流网络，但后者在偏远地区的服务能力与成本控制均不理想。包装材料选择不当、运输途中破损变质等物流环节风险，进一步压缩了本就微薄的利润空间。物流成本在农产品售价中的占比偏高，削弱了农村电商的价格竞争力。

3.5. 政策端：落地执行存在“最后一公里”堵点

尽管国家和地方层面出台了诸多支持政策，但政策从文本到实效的转化过程中仍存在明显的“最后一公里”梗阻。针对小微创业主体、新型组织形态的制度安排尚不完善，许多优惠政策在设计时以传统企业为预设对象，大学生“一人公司”在申请资格认定、材料审核、资金拨付等环节面临程序性障碍。县域层面多部门协同机制不健全，各部门之间的政策衔接存在缝隙，导致“规划多、落地少”、“政策叠加但实效不足”的现象。一些地区产业配套与人才服务体系建设滞后于基础设施改善，“有新村无新业”的结构性矛盾制约了大学生创业的可持续性。

4. 数字经济背景下大学生农村电商创业的推进路径

4.1. 数字技术赋能，构建智能化电商运营体系

大学生应充分发挥其数字技术素养优势，将人工智能、大数据、物联网等前沿技术系统融入农村电商全链条，实现从传统运营向智能驱动的范式跃迁。在营销端，可接入淘宝、拼多多、抖音等平台的官方数据工具，利用 AI 推荐算法对消费者行为数据进行深度挖掘，实现精准画像与个性化产品推送，提升转化效率。在内容端，借助自然语言生成、图像识别等 AI 工具，可快速生成营销文案、优化直播话术、自动剪辑短视频，显著降低内容生产的边际成本。在服务端，开通抖音、微信视频号等平台的免费或低成本智能客服功能，或接入第三方电商智能客服系统，实现 7 × 24 小时在线响应，弥补创业初期人力不足的短板。

4.2. 精准技能培育，构建实战导向的人才培养机制

破解“学用脱节”困局，需要建立以实战为核心导向的电商人才培养机制。培训体系应从短期、碎片化的入门课程转向系统化、深度化的实战训练，构建阶梯式培养路径。推动“集中理论授课 + 分组实战练兵 + 导师跟点评”的混合培养模式，帮助大学生在真实或高仿真的运营场景中掌握选品、内容创作、流量获取、客户服务、数据分析等全流程技能。同时，建立“传帮带”的长效经验传导机制，鼓励成熟创业者、资深运营人员以导师身份参与人才培养，并由县级电商公共服务中心从地方人才培训经费中列支，给予指导补贴，形成知识共享与经验传承的良性循环。此外，实施“跟踪陪跑”式帮扶机制，依托“县域电商服务热线”或微信群轮值专家制度，确保创业者在遇到账号限流、差评危机、物流纠纷等问题时，能在 24 小时内获得具体处理方案。

4.3. 深化产教融合，打通高校与乡村的人才通道

高校应主动融入乡村振兴战略，成为大学生农村电商创业的核心策源地与赋能平台。一是改革课程体系，增设农村电商实务等应用型课程，如县域电商公共服务中心跟岗实习、参与真实助农直播、完成农产品电商运营方案等，推动理论教学与乡村实践深度融合。二是搭建实践平台，与地方政府、农业企业、合作社等多元主体合作共建农村电商产教融合实践基地，实现课堂、基地、乡村的有机衔接。三是强化创业孵化，设立大学生农村电商创业专项基金或公益创投基金，在校内外建立“农创空间”“乡村振兴创客孵化器”等载体，提供免费或低成本的办公工位、技术指导、法务咨询、供应链对接等一站式服务。四是完善激励机制，将学生参与农村电商创业实践纳入学分认定、评奖评优、保研推免等评价体系，激发大学生投身乡村的内生动力。

4.4. 强化品牌建设 with 物流协同，打通产业全链条

破解农产品“有品质无品牌”的困境，需要从品牌端与物流端双向发力，构建覆盖生产、加工、流通、销售全环节的协同体系。在品牌端，大学生应深入挖掘地方特色农产品的生态价值、文化内涵与工艺传承，打造具有差异化识别度的产品品牌。应推动建立县域或跨区域的电商选品中心，为创业者提供标准化的选品服务、产品数据化支持及质量检测配套，降低个体创业者的品牌建设门槛。在物流端，应加快完善村级寄递物流综合服务站布局，推广“商超 + 驿站”、“村邮站 + 电商服务站”等多功能复合模式，提升末端揽收的便利性。建设县域特色农产品共享加工中心，集中办理食品生产许可等资质认证，系统解决大学生创业者面临的“产品上架难”问题，实现从田间到餐桌的高效衔接。

4.5. 优化政策供给与金融服务，降低创业门槛

政策层面应着力打通从中央顶层设计到县域落地执行的“最后一公里”，构建适应小微创业主体特征的政策传导机制。完善针对“一人公司”、合伙创业等新型组织形态的制度安排，简化市场主体注册、税收申报、补贴申请等行政流程，降低制度性交易成本。建立返乡青年电商创业信用评估模型，探索接入网商银行、微众银行等互联网银行的“电商贷”产品，根据店铺近 6 个月交易流水、好评率、退货率自动核定授信额度，无需抵押，为轻资产创业者提供信用增级路径。金融层面应加大一次性创业补贴、电商项目启动补贴等财政支持力度，对毕业一定年限内的高校毕业生从事农村电商的，给予差异化、阶梯式的资金扶持。同时设立返乡青年电商创业专项担保基金或贴息贷款计划，切实降低创业初期的资金门槛与融资成本。

5. 结语

数字经济与乡村振兴的深度融合，为大学生农村电商创业开辟了历史性机遇，但产品非标准化、金

融支持缺位、人才培养脱节、物流基础设施薄弱与政策传导迟滞等结构性困境，共同构成了制约其可持续发展的多重壁垒。破解这一困局，需要构建数字技术赋能、精准技能培育、产教深度融合、品牌物流协同与政策金融优化营造五位一体的系统化路径。随着“数商兴农”战略的纵深推进与产教融合机制的持续完善，大学生农村电商创业必将从局部探索走向系统集成，在促进城乡共富、激活乡村内生动力的进程中发挥不可替代的引擎作用。

参考文献

- [1] 中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202602/content_7056929.htm, 2026-02-04.
- [2] 张赛男, 李珂, 李雪. 乡村振兴战略下吉林省农村电商高质量发展研究[J]. 税务与经济, 2026(2): 105-108.
- [3] 付鹏. 返乡大学生农村电商创业路径研究[J]. 中国农业资源与区划, 2026, 47(1): 59+68.
- [4] 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.
- [5] 李婷. 农村电商物流体系构建与效率提升路径研究[J]. 商业经济研究, 2026(7): 91-94.
- [6] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [7] 邢云, 宋立华. 乡村振兴战略背景下饲料产业大学生创业企业竞争力提升方法与路径[J]. 中国饲料, 2025(16): 165-168.
- [8] 郑兆峰, 胡祎. 片区化推进乡村振兴背景下的青年返乡创业: 机遇、挑战和推进思路[J]. 农业经济与管理, 2026(1): 44-54.
- [9] 潘珣. 数字技术赋能乡村产业人才队伍建设的理论机制、现实挑战与路径优化[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2025, 25(1): 104-114.
- [10] 张秀青. 建设我国农业现代化大产业的核心任务与政策体系——基于对2026年中央一号文件的理解[J]. 价格理论与实践, 2026(2): 17-22+290.
- [11] 宋剑, 高苏. 乡村文化振兴视域下提升农村电商经济竞争力研究[J]. 农业经济, 2026(3): 155-156.