

乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径研究

罗瑞喆

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年8月14日; 录用日期: 2026年8月28日; 发布日期: 2026年10月21日

摘要

在全面推进乡村振兴战略的时代背景下, 农村电子商务作为连接城乡市场、激活农村要素、促进农民增收的关键力量, 正从规模扩张的初级阶段迈向提质增效的高质量发展新阶段。本研究立足于2026年的发展现状, 系统梳理了国家层面的最新政策导向, 深入剖析了农村电商高质量发展的深刻内涵。研究发现, 当前农村电商在取得显著成就的同时, 仍面临产业基础薄弱、人才瓶颈制约、供应链体系不完善及同质化竞争加剧等深层次挑战。为破解这些难题, 本研究从产业融合、数字技术、多元化人才、模式创新等维度提出路径对策, 以期为新时期我国农村电商高质量发展提供理论参考与实践指引。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 高质量发展, 产业融合, 数字技术

A Study on Pathways for the High-Quality Development of Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalisation

Ruizhe Luo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: August 14, 2026; accepted: August 28, 2026; published: October 21, 2026

Abstract

Against the backdrop of the comprehensive advancement of the rural revitalisation strategy, rural e-commerce—as a key driver for connecting urban and rural markets, mobilising rural resources and boosting farmers' incomes—is transitioning from an initial phase of scale expansion to a new stage of high-quality development characterised by improved quality and efficiency. Based on the development landscape in 2026, this study systematically reviews the latest policy directions at the

national level and provides an in-depth analysis of the profound implications of high-quality development in rural e-commerce. The study finds that, whilst rural e-commerce has achieved significant accomplishments, it still faces deep-seated challenges such as a weak industrial foundation, talent shortages, an imperfect supply chain system, and intensifying homogenised competition. To address these challenges, this study proposes pathways and strategies across dimensions including industrial integration, digital technology, diversified talent, and model innovation, with the aim of providing theoretical references and practical guidance for the high-quality development of China's rural e-commerce in the new era.

Keywords

Rural Revitalisation, Rural E-Commerce, High-Quality Development, Industrial Integration, Digital Technology

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

乡村振兴战略的实施,要求农业农村发展必须从根本上转变发展方式,走上一条质量更高、效益更好、结构更优、更可持续的发展道路。在这一宏大叙事中,数字经济,特别是农村电子商务,扮演了无可替代的先锋角色。它不仅是激活农村内生动力的重要引擎,更是实现农业强、农村美、农民富目标的关键抓手[1]。自2014年以来,我国连续多年对农村电商发展作出部署,彰显了其在国家战略中的重要地位[2]。

经过十余年的高速发展,我国农村电商已经取得了历史性成就。据统计,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%¹,展现出强劲的增长势头[3]。“电子商务进农村综合示范”等一系列国家政策的持续深入,已累计支持了数千个县市,实现了对国家级贫困县的全覆盖,极大地改善了农村商业环境,带动了大量农民就业增收[4][5]。然而,步入2026年的今天,我们必须清醒地认识到,单纯追求规模和速度的粗放式增长模式已难以为继。随着市场竞争日趋激烈,流量红利逐渐消退,农村电商发展中的深层次矛盾日益凸显:产品同质化严重、品牌附加值低、物流成本居高不下、专业人才极度匮乏、利益联结机制不健全等问题,成为制约其向更高层次跃升的瓶颈[6]。

在此背景下,《商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》²《县域商业三年行动计划(2023~2025年)》³等纲领性文件陆续发布。这些政策信号清晰地表明,推动农村电商从“有没有”转向“好不好”,从“铺摊子”转向“上台阶”,已经成为新时代赋予的重大课题[4]。因此,本研究旨在系统回答以下核心问题:乡村振兴背景下,农村电商高质量发展的科学内涵是什么?其发展面临哪些核心挑战?实现高质量发展的有效路径何在?如何构建支撑其健康发展的长效机制?对这些问题的深入探讨,不仅具有重要的理论价值,更对指导各地实践、推动乡村全面振兴具有紧迫的现实意义。

2. 农村电商高质量发展的理论内涵与核心要义

“高质量发展”本身是一个具有丰富维度的概念,它超越了单一的经济增长指标,强调的是发展的全

¹https://www.gov.cn/lianbo/202602/content_7057158.htm

²https://www.mofcom.gov.cn/zfxgk/gkml/art/2024/art_2c240e1520df4ce58eefbc0d012399e1.html

³https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202308/content_6898207.htm

面性、协调性和可持续性。对于农村电商而言，其高质量发展的内涵应以“新发展理念”为根本遵循，即创新、协调、绿色、开放、共享[7]。这一理论框架为我们准确把握农村电商的发展方向提供了科学指引。

2.1. 创新驱动是根本动力

创新是引领农村电商高质量发展的第一动力。这不仅包括以人工智能、大数据、物联网等为代表的技术创新，也涵盖了商业模式、组织形式和服务内容的全面革新[2]。在技术层面，要推动数字技术与农业生产、加工、流通、销售等环节的深度融合，例如利用大数据预测市场需求以指导生产，利用物联网技术实现农产品全程溯源，利用人工智能数字人进行直播带货以降低成本、提升效率[8]。在模式层面，要从传统的货架式电商，向直播电商、社交电商、兴趣电商等新业态拓展，通过内容创造和互动体验，提升用户粘性 with 转化率[9]。

2.2. 协调发展是内在要求

协调发展要求农村电商必须处理好几对关键关系。首先是城乡协调，农村电商作为城乡融合的重要桥梁，既要畅通“农产品上行”渠道，也要服务于“工业品下乡”，缩小城乡数字鸿沟，促进城乡要素双向自由流动[3]。其次是区域协调，要根据不同地区的资源禀赋、产业基础和发展水平，因地制宜，探索差异化的发展路径，避免“一刀切”和盲目复制。最后是产业协调，农村电商不能孤立发展，必须与现代农业、农产品加工业、乡村旅游、文化创意等一二三产业深度融合，通过产业链的延伸和价值链的提升，形成乘数效应[6]。

2.3. 绿色发展是普遍形态

绿色是高质量发展的底色，也是乡村振兴的生态要求。农村电商的绿色发展，一方面体现在推广绿色、有机、生态的农产品，满足消费者对高品质、健康安全食品的需求；另一方面，也要求在供应链各环节践行绿色理念，如推广使用环保包装材料，优化物流配送路径以减少碳排放，发展循环农业等[2]。这不仅是企业社会责任的体现，更是构筑未来市场竞争力的关键。

2.4. 开放发展是必由之路

开放发展意味着农村电商要打破地域限制，在更大范围内配置资源、开拓市场。对内，要打破行政壁垒，促进全国统一大市场的建设。对外，要积极发展跨境农村电商，鼓励有条件的地区和企业“走出去”，将特色农产品销往全球。通过参与国际市场竞争，倒逼国内农产品在标准化、品牌化、质量安全等方面与国际接轨，提升我国农业的国际竞争力[10]。尽管目前农产品在跨境电商出口中的渗透率仍有待提高，但这正是未来发展的巨大潜力所在。

2.5. 共享发展是最终目的

共享发展的核心是坚持以人民为中心，让发展的成果更多更公平地惠及广大农民。农村电商高质量发展的成效，最终要体现在能否有效带动农民增收致富上。这就要求建立紧密的利益联结机制，通过“公司 + 农户”、股份合作、订单农业等模式，将小农户有效嵌入现代产业链中[11]。同时，要关注农村地区的弱势群体，通过技能培训、创业扶持等方式，确保他们能够在电商发展的大潮中不掉队，共享数字经济的红利。

3. 农村电商高质量发展面临的主要挑战

尽管成就斐然，但对标高质量发展的要求，当前我国农村电商发展仍存在一系列亟待破解的深层次制约因素。

3.1. 产业基础不稳固，产品供给质量堪忧

农村电商的根基在于“货”，即优质、稳定、有特色的产品供给。然而，我国农业生产主体长期以小农户为主，生产规模小、标准化程度低、品控能力弱的问题依然突出。这直接导致许多上线销售的农产品存在“三品一标”(无公害、绿色、有机农产品和地理标志)认证缺失、品质参差不齐、包装简陋等问题。此外，产品同质化现象严重，多数地区仍停留在简单售卖初级农产品的阶段，缺乏精深加工和品牌溢价，导致市场竞争力不强，陷入低价竞争的恶性循环[6]。

3.2. 供应链体系不完善，物流成本与损耗“双高”

农产品，特别是生鲜产品，对物流、仓储、保鲜等供应链环节要求极高。目前，我国农村地区的物流基础设施建设仍存在短板，尤其是“最后一公里”和“最先一公里”问题突出。冷链物流体系建设滞后，覆盖率低、成本高，导致生鲜农产品在运输过程中的损耗率居高不下，严重侵蚀了电商利润[12]。尽管政策层面大力倡导“统仓共配”，但在实际操作中，由于各快递主体间的协同难度大、业务量不稳定等因素，落地效果尚不理想。

3.3. 人才瓶颈制约突出，内生发展动力不足

农村电商是一个复合型领域，需要既懂农业生产，又精通电商运营、品牌营销、数据分析的复合型人才。当前，农村地区严重缺乏这类专业人才。一方面，大量青壮年劳动力外流，留守农民的数字素养和电商技能普遍偏低；另一方面，农村对高端人才的吸引力不足，引不进、留不住的现象普遍存在。人才的短缺，使得许多农村电商项目仅仅依赖于少数“能人”或外部团队，难以形成可持续、可复制的内生发展模式，政府的扶持政策一旦减弱，发展便可能停滞[13]。

3.4. 市场主体发育不全，利益联结机制脆弱

农村电商的高质量发展，需要培育一批有实力、有担当的新型市场主体，如龙头企业、农民专业合作社、家庭农场等。然而，目前多数农村电商主体规模偏小、实力偏弱，抵御市场风险的能力不足。更关键的是，许多电商企业与上游农户之间仍是简单的购销关系，未能形成风险共担、利益共享的紧密联结机制[6]。在市场波动时，企业往往会将风险转嫁给农户，导致“丰产不丰收”或“电商增收、农民未增收”的现象，挫伤了农民参与的积极性。

3.5. 数字技术应用不深，发展模式亟待升级

尽管直播带货等新模式在农村地区得到广泛应用，但总体来看，人工智能、大数据等前沿数字技术的应用仍处于初级阶段。许多电商直播仍停留在叫卖式的初级形态，缺乏对用户数据的深度挖掘和精准营销。在大数据应用方面，对市场需求的预测、供应链的智能优化、生产的精细化管理等更高层次的应用尚未普及[8]。数字人直播等前沿技术虽然展现出巨大潜力但在农村场景的实际落地案例还不多见，技术与应用的深度融合之路依然漫长。

4. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展的核心路径

针对上述挑战，结合高质量发展的内涵要求，必须系统谋划、多措并举，探索出一条符合中国国情的农村电商高质量发展路径。

4.1. 深化产业融合，构建“电商+”现代农业新业态

推动农村电商高质量发展，首要任务是跳出“就电商做电商”的局限，将其作为黏合剂和催化剂，

深度嵌入乡村产业体系,推动一二三产业融合发展。首先,做强“电商+特色农业”。依托各地资源禀赋,围绕“土特产”做文章,通过电商渠道发掘和培育一批具有地域特色和市场潜力的优势产业,如安徽砀山的酥梨、山东曹县的汉服、江西大余的农旅产品等。通过电商大数据反哺生产端,引导农户进行标准化、规模化、品牌化生产,从源头提升产品供给质量。其次,拓展“电商+农产品加工业”。利用电商平台连接消费者与生产端,推动农产品由“卖原料”向“卖制成品”转变。支持发展农产品初加工、精深加工,开发预制菜、休闲零食、功能性食品等高附加值产品,延长产业链,提升价值链。再次,创新“电商+乡村服务业”。将电商与乡村旅游、休闲康养、文化体验等新业态相结合,通过线上平台宣传引流,线下提供沉浸式体验服务。例如,通过直播展示田园风光、农耕文化,销售民宿套餐、采摘体验券等,实现从“卖产品”到“卖风景”“卖文化”的升级,促进农文旅融合[6]。实证研究表明,农村产业融合对农民人均纯收入具有显著的正向促进作用,其回归系数可达0.346~0.391[14],而电商正是驱动产业融合的关键力量。通过构建紧密的利益联结机制,让农民在产业链的各个环节都能分享到增值收益。

4.2. 强化数字赋能,驱动全产业链智慧化转型

数字技术是农村电商实现跨越式发展的核心引擎。必须加快推动人工智能、大数据、物联网等新一代信息技术在农村电商全产业链的深度应用。在生产环节,推广智慧农业。利用物联网传感器、无人机等设备,对作物生长环境进行实时监测和精准管理,实现节水、节肥、节药,提高农产品品质和产量。建立基于区块链的农产品质量安全溯源体系,增强消费者信任。在营销环节,拥抱智能营销。大力发展人工智能数字人直播,利用其7×24小时不间断直播、形象可控、成本较低的优势,进行常态化带货和品牌宣传。运用大数据技术对消费者画像进行精准分析,实现个性化推荐和精准广告投放,提升营销效率和转化率。在供应链环节,建设智慧物流。利用大数据分析和人工智能算法,对农产品销量进行精准预测,为仓储备货和生产计划提供决策支持[15]。规划最优的物流配送路径,发展智能仓储,提高分拣、打包效率,降低物流成本。特别是在冷链物流领域,通过智能化温控系统,确保生鲜农产品在途品质。通过数字技术的全面赋能,将数据转化为“新农资”,将直播升级为“新农活”,推动农村电商从传统模式向数据驱动的智慧商业模式转型。

4.3. 构建多元体系,筑牢人才支撑根基

人才是实现农村电商高质量发展的决定性因素。必须构建一个政府、市场、社会协同参与的多元化人才培育、引进和使用体系。一是内培本土人才。这是人才队伍的基础。要大规模开展面向农民、返乡青年、基层干部等群体的电商技能培训,内容不仅要包括开店、直播等基础操作,更要涵盖品牌策划、数据分析、供应链管理等高阶知识。鼓励和支持“新农人”和返乡大学生利用自身优势,成为农村电商的“领头雁”。二是外引专业人才。要创新引才机制,通过项目合作、技术入股、柔性引进等方式,吸引城市里的电商运营、品牌设计、供应链金融等领域的专业人才服务乡村。营造良好的创业环境和生活条件,解决他们在住房、子女教育、医疗等方面的后顾之忧,让他们“引得进、留得住、用得好”。三是搭建赋能平台。政府和平台企业应联手打造县域电商公共服务中心和直播基地,为本地电商创业者提供集培训、孵化、技术支持、资源对机于一体的“一站式”服务[3]。构建多元化的数字农业人才培育体系,破解农村电商发展的人才瓶颈[13]。

4.4. 创新业态模式,开拓国内外市场新空间

面对国内市场流量见顶和竞争加剧的挑战,农村电商必须在商业模式和市场空间上寻求新的突破。在国内市场,要推动业态模式的多元化创新。除了巩固传统的平台电商,要大力发展基于抖音、快手等平台的直播电商和兴趣电商,利用短视频和直播的直观、互动性强的特点,讲述农产品背后的故事,塑

造品牌情感价值。同时,探索社区团购、C2M(用户直连制造)反向定制等新模式,更好地满足消费者多样化、个性化的需求。在国际市场,要将跨境电商作为新的增长极。国家层面应积极支持建设“农业国际贸易高质量发展基地”,培育一批农业外贸骨干力量。企业层面,应主动对标国际标准,提升产品质量和包装设计,打造能够在国际市场上叫得响的农产品品牌。借助阿里巴巴国际站等成熟的B2B平台,以及TikTok等面向C端的新兴社交电商平台,推动茶叶、菌菇、水果、中药材等特色优势农产品“出海”。政府应在通关、检验检疫、支付结算、海外仓建设等方面提供更多便利化支持,帮助农村电商企业降低出海门槛。

参考文献

- [1] 赵琳霖,徐延新.乡村振兴背景下民族地区农村电商发展现状、困境及对策——以齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区为例[J].黑龙江民族丛刊,2023(6): 59-63.
- [2] 胡晓辉,干雨含,李富昌.基于多主体参与的农村电子商务高质量发展驱动机制研究[J].商业经济研究,2025(13): 105-110.
- [3] 李露,徐维祥.数字乡村建设:通往城乡融合的路径检验——来自长三角电子商务进农村综合示范县的证据[J].自然资源学报,2025,40(10): 2786-2807.
- [4] 郑旭刚,周闯,张抗私.农村电商发展如何影响农民外出就业——来自中国乡村振兴调查数据的证据[J].山西财经大学学报,2025,47(2): 15-28.
- [5] 丛海彬,黄萍,邹德玲,等.基于创业与就业视角长三角县域农村电商对农民增收的影响[J].经济地理,2024,44(12): 53-61.
- [6] 连宏萍,韩文静.数字经济赋能乡村产业融合发展的实证研究[J].中国特色社会主义研究,2025(1): 55-66.
- [7] 周广亮,张迪.黄河流域农村高质量发展水平测度及影响因素研究[J].河南师范大学学报(自然科学版),2024,52(4): 1-11.
- [8] 唐任伍,马宁.基于ESG评价的我国流通企业高质量发展:价值、责任与绩效[J].中国流通经济,2024,38(1): 3-11.
- [9] 汪凡,汪明峰,张英浩,等.农村发展的数字转向研究综述[J].人文地理,2024,39(5): 13-19+43.
- [10] 杜志雄,张红宇,朱晶,等.进一步深化农村改革,完善强农惠农富农支持制度——权威专家研究阐释2024年中央经济工作会议和中央农村工作会议精神[J].中国农村经济,2025(2): 3-19.
- [11] 何宇鹏,武舜臣.连接就是赋能:小农户与现代农业衔接的实践与思考[J].中国农村经济,2019(6): 28-37.
- [12] 郭凯凯,高启杰.农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J].现代经济探讨,2022(2): 103-111.
- [13] 徐思凡.从“助力”到“赋能”:新媒体时代农村电商人才培养策略研究[J].农业经济,2024(10): 140-142.
- [14] 张林,温涛,刘渊博.农村产业融合发展与农民收入增长:理论机理与实证判定[J].西南大学学报(社会科学版),2020,46(5): 42-56+191-192.
- [15] 冯宇,王泽昊,李启元.数字化背景下基于CEEMD-LSTM的农产品价格预测模型[J].价格月刊,2024(7): 1-8.