

乡村振兴背景下农村电商可持续发展路径分析

尚文周, 王荣赫, 王启月

大连海洋大学经济管理学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2025年2月10日; 录用日期: 2025年3月19日; 发布日期: 2025年3月27日

摘要

农村电商作为数字经济与乡村振兴战略融合的重要载体, 已成为推动农业现代化与农民增收的关键路径。然而, 其可持续发展面临多重风险挑战。本文通过系统梳理相关文献, 识别出农村电商发展中的主要风险, 包括区域发展失衡、同质化竞争、专业人才短缺、物流体系滞后及财务风险等。基于此, 提出强化政府统筹治理、构建品牌化与标准化体系、完善人才引育机制、优化物流网络与成本控制、健全风险共担与利益联结机制等对策。研究旨在为优化农村电商生态体系、促进乡村振兴提供理论参考与实践指导。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 可持续发展, 路径分析

Analysis of the Sustainable Development Path of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Wenzhou Shang, Ronghe Wang, Qiyue Wang

School of Economics and Management, Dalian Ocean University, Dalian Liaoning

Received: Feb. 10th, 2025; accepted: Mar. 19th, 2025; published: Mar. 27th, 2025

Abstract

Rural e-commerce, as an important carrier for the integration of digital economy and rural revitalization strategy, has become a key path to promote agricultural modernization and increase farmers' income. However, its sustainable development faces multiple risks and challenges. This paper systematically combs through relevant literature to identify the main risks in the development of rural e-commerce, including regional development imbalance, homogenization competition, shortage of professional talents, lagging logistics systems, and financial risks. Based on this, countermeasures

are proposed, such as strengthening government coordination and governance, building brand and standardization systems, improving talent introduction and training mechanisms, optimizing logistics networks and cost control, and establishing risk-sharing and interest linkage mechanisms. The study aims to provide theoretical references and practical guidance for optimizing the rural e-commerce ecosystem and promoting rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Sustainable Development, Path Analysis

Copyright © 2025 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

在乡村振兴战略全面深化的背景下，农村电商的可持续发展被赋予多重使命：一方面，其通过“数商兴农”将田间地头与全球市场无缝链接，助力农产品溢价增值；另一方面，电商生态的完善带动了物流、金融、文旅等产业协同发展，为乡村经济注入全链条活力。2024 年中央一号文件首次提出“实施农村电商高质量发展工程”，明确推进县域电商直播基地建设，支持地方依托资源禀赋培育特色产业、打造乡土品牌。商务部等 9 部门联合印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》进一步细化五年目标，从基础设施、品牌建设、人才培育等方面系统布局，标志着农村电商从规模扩张向质量效益转型的战略升级。

2. 农村电商可持续发展的现状

近年来，随着数字技术向农业农村领域的深度渗透，农村电商已从单一的交易平台发展为整合生产、流通、消费全链条的生态系统，为农业现代化注入新动能。2023 年，全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，同比增长 12.9%；全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5% [1]。在基础设施建设方面，农村电商依托“村村通”工程与数字乡村建设，初步构建了覆盖县、乡、村三级的物流网络与信息服务体系。冷链仓储、智能分拣中心等现代化设施逐步落地，有效缓解了农产品上行“最初一公里”与工业品下行“最后一公里”的梗阻问题。互联网技术的普及使偏远地区农户得以突破地理限制，通过电商平台直接对接全国市场，传统农业“小散弱”的产销格局逐步转向规模化、集约化；在政策层面，中央及地方政府围绕金融支持、税收优惠、人才培育等维度出台专项政策，推动电商与物流、金融、文旅等产业深度融合。例如，多地通过建设县域电商产业园、打造“一村一品”示范工程，形成“电商 + 合作社 + 农户”的联动模式，不仅提升了农产品的商品化率，还带动了包装、营销、售后等配套服务业态的发展。区域公共品牌建设成效初显，地理标志产品认证数量持续增长，部分特色农产品通过标准化生产与品牌化运营，实现了从“土特产”到“精品货”的价值跃升。

农村电商转型升级的关键驱动源于商业形态创新与技术应用协同。以直播营销、社群分销、即时配送为典型的新兴交易形态重构了农产品流通格局，构建生产端与消费端的无缝对接。新兴从业群体如农业主播与乡土意见领袖迅速崛起，依托全景式场景展示完整呈现农业生产全周期，有效增强消费信赖度与市场转化效能。电商平台运用消费者行为分析技术精确捕捉市场需求，逆向指导新型农业主体优化种养模式，推动产业链深度整合。值得注意的是，跨境通道的拓展为原产地农产品开辟国际推广窗口，部

分县域借力海外仓配网络布局、参与全球供应链整合，成功对接国际贸易体系。

当前，农村电商已从单纯追求规模扩张的阶段迈向了提质增效的关键时期。然而，结构性矛盾依然突出，成为制约其发展的关键因素，因此亟需通过制度创新、技术赋能与资源整合破解，实现可持续发展。

3. 农村电商可持续发展中的风险识别

农村电商在快速发展的同时，其发展模式与外部环境之间的矛盾逐渐凸显，形成制约可持续发展的系统性风险。这些风险不仅源于产业内部的结构性缺陷，也与外部制度、技术及市场环境密切相关，需从多维度进行系统性剖析。

3.1. 区域发展失衡加剧资源错配

农村电商的可持续发展面临显著的地区性差异挑战[2]。由于东部沿海地区在基础设施与经济基础上具有优势，电商生态圈已经发展得较为成熟，东北及中西部地区因交通不便、通信网络覆盖率低、冷链仓储设施不足等问题，电商发展滞后。政策执行中的区域差异进一步加剧了资源集聚效应，欠发达地区在产业链配套、技术应用、金融服务等方面存在明显短板。这种非均衡的发展格局阻碍了优质农产品向高附加值市场的流通，也在农村形成了“低水平循环”——基础设施薄弱制约电商发展，而电商发展水平不高又反向抑制当地经济的增长。如果不能有效解决区域发展不平衡的问题，农村电商就无法实现全面的普惠价值，乡村振兴战略的整体推进也会受阻。

3.2. 同质化竞争引发行业“内卷”

当前农村电商普遍面临产品结构单一、品牌辨识度低的困境。大量农户及中小经营者局限于初级农产品销售，缺乏深加工与品牌化意识，导致产品同质化现象严重[3]。家庭作坊式生产模式下，标准化管理体系缺失，产品质量参差不齐，难以满足消费者对食品安全与品质的升级需求。同时，区域公共品牌建设滞后，多数地标农产品仍停留于“有名无市”阶段，未能形成差异化竞争优势。同质化竞争引发低价内卷，部分商家为抢占市场份额盲目降价，甚至以次充好，不仅压缩行业利润空间，更损害消费者信任，形成“劣币驱逐良币”的市场扭曲。长此以往，农村电商可能陷入低端锁定陷阱，丧失转型升级动力。

3.3. 人才结构性短缺阻滞产业升级

人才短缺是制约农村电商高质量发展的长期痛点。一方面，乡村人口结构老龄化问题突出，留守群体普遍存在数字素养不足、技术应用能力薄弱等问题，难以适应电商运营、数据分析等专业化要求[4]；另一方面，青年人才外流现象突出，乡村在就业机会、职业发展、生活配套等方面的吸引力不足，导致电商企业面临“招不到、留不住”的用人困境。现有培训体系也存在覆盖面窄、内容落后等缺陷，短期化、碎片化的教学难以提升从业者的技能。人才断层导致农村电商商业模式陈旧、营销手段单一、供应链管理低效等问题，难以应对当前快速变化的市场需求与技术进步。

3.4. 物流体系滞后推高运营成本

物流网络不完善是农村电商可持续发展的关键掣肘。在农产品上行环节，预冷仓储、分级包装、冷链运输等配套设施的缺失，导致生鲜产品损耗率居高不下，部分品类流通过程中的损耗甚至超过产量的三成。在工业品下行环节，偏远地区“最后一公里”配送成本高昂，快递网点覆盖密度低、配送频次少等问题降低了消费体验。此外，物流资源的分散化管理导致运输效率低下，县域内缺乏统一的仓储调度平台，车辆空载率与重复运输现象普遍存在。物流成本的高企不仅侵蚀经营利润，还迫使部分中小电商企业抬高售价，削弱产品市场竞争力，形成“成本高 - 销量低 - 效益差”的恶性循环[5]。

3.5. 财务脆弱性威胁经营稳定性

农村电商经营主体普遍面临严峻的财务风险挑战。家庭式经营户及小型合作社多采用粗放式财务管理模式，缺乏成本核算、预算控制等基本意识，易出现资金周转失灵问题[6]。融资渠道单一化现象突出，过度依赖民间借贷导致债务负担加重，而政策性贷款因担保门槛高、审批流程复杂难以惠及小微主体。此外，部分经营者对税收优惠、补贴政策理解不足，未能充分利用政策红利降低运营成本。在经营层面，缺乏风险预警机制与应急预案，面对市场价格波动、供应链中断等突发事件时抗风险能力薄弱。这些财务与管理漏洞若得不到及时修补，可能引发连锁性经营危机，威胁农村电商生态的整体稳定性。

4. 农村电商可持续发展的对策建议

4.1. 强化政府统筹治理，破解区域失衡困局

解决区域发展差异需要完善政府顶层设计与动态治理机制，实施差异化发展战略[7]。在空间资源配置方面，应以问题导向优先完善中西部及东北地区基础设施，重点推进县域电商物流枢纽建设，集成仓储保鲜、智能分拣、精深加工等复合功能，配套建设预冷处理系统与标准化包装产线，构建覆盖生产端到消费端的全链条服务体系，实现流通损耗率与运营成本双下降。政策支持体系需建立精准化扶持框架，对发展滞后区域实施专项财政转移支付，设立电商发展引导基金，通过税收返还、用地指标倾斜、用电价格补贴等组合政策降低企业入驻门槛；同时探索“飞地经济”模式，搭建跨区域产业协作平台，引导东部电商龙头企业通过技术输出、订单分包、品牌联营等方式与中西部产区深度绑定，形成“市场共享、利益共担”的协同发展格局。此外，需重构政策效能评估体系，将电商集群产值贡献率、农产品电商转化率、农民参与度等纳入地方政府考核指标，建立动态跟踪与反馈机制，杜绝“重建设轻运营”“重数量轻质量”的短视行为，确保资源配置效率与可持续发展目标的统一。

4.2. 深化品牌与标准建设，突围同质化竞争

实施品质提升与品牌建设战略是构建差异化竞争优势的关键。首先围绕地域标志产品建立地方公共品牌运营模式，通过龙头企业示范引领[8]，形成标准生产、包装统一与营销融合的体系化运行机制。可参照“烟台苹果”“赣南脐橙”等品牌进行培育，建立覆盖全产业链的质量监控体系。其次应完善农产品分级制度，对不同产品的不同规格、口感、营养等划分标准，借助区块链技术建立产品信息追溯机制。同时拓展产品深加工领域，开发即食食品、调理食材等衍生品类，实现价值链的延伸。

4.3. 构建多层次人才体系，激活创新动能

破解农村电商发展的人才制约瓶颈，需要通过搭建阶梯式人才培养架构。在人才吸引与保留机制设计层面，可实施具有区域适配性的系统性人才驻留工程，通过整合住房保障体系、创业孵化支持政策、公共服务配套设施等多元政策工具，形成政策组合拳效应，进而增强乡村人才集聚效应。在教育供给侧结构性改革方面，应推动职业教育机构创设涉农数字商务学科体系，深化产教融合型协同育人机制创新，重点培养兼具数字化工具应用能力与商业决策思维的跨界复合型人才。在人才能力进阶培养维度，构建“县域-乡镇-村落”空间梯度培育网络：县级行政单元重点开发电商战略决策、品牌价值管理等高端研修课程体系，着力培育具有行业引领作用的领军型人才队伍；乡镇层级重点依托产教融合实训基地，系统开展视觉传达设计、流量精细化运营等实践导向型技能强化训练；村级行政单元则借助数字化服务站基础设施，推进基础性数字技能扫盲教育与工具应用能力提升计划。同步实施智库支持型助农专项行动，通过组建跨学科电商专家顾问团队与乡村创新创业联盟，构建知识传递与技术转移的双向通道，促进先进经验与创新技术的下沉扩散。最终通过打造“人才引进-能力培育-价值实现”的完整闭环运

行机制，系统性强化农村电商发展所需的人力资本储备。

4.4. 优化物流体系，降低全链条成本

物流体系升级需聚焦网络优化、技术创新与模式融合三大维度。首要任务是推进县域物流资源整合，实施邮政、快递、商贸企业共建共享战略，推广集中仓储与共同配送模式，降低物流冗余成本；其次加快智慧物流技术应用，运用无人机、自动分拣设备破解末端配送难题，基于智能算法优化运输路径；重点完善冷链物流网络，在优势产区布局预冷设施与移动冷库，构建“骨干冷链 + 区域中转 + 社区终端”三级配送体系，将生鲜产品损耗率降至行业先进水平。探索物流企业参与农产品供应链投资，形成风险共担、利益共享的协同发展格局。

4.5. 完善风险防控机制，增强经营韧性

完善农村电商风险防控体系需要强化内生性治理机制与外部保障系统的协同联动效应。在微观经营主体层面，应当推进财务管理标准化体系建设，通过部署智能化财务核算云平台实现成本要素的实时动态监测，同时引导新型农业经营主体采取联合经营体构建、股权交叉持有等组织形式创新，提升生产要素的集约化配置效能。在宏观政策支持层面，亟需创新金融服务供给模式，基于大数据分析技术构建多维信用评估模型，开发订单质押融资等创新型金融产品，完善风险缓释与对冲机制的制度设计，特别要设立应对市场价格波动风险与自然灾害冲击的专项风险补偿基金。在商业合作模式创新方面，可探索实施“基础收益保障 + 超额利润分成”的弹性合作机制，依托电商平台与农产品生产主体构建长期稳定的战略协作关系，通过风险共担与利益共享机制设计，增强市场参与主体的风险抵御能力与可持续发展韧性。

5. 结语

农村电商可持续发展在乡村振兴战略中至关重要。在未来的研究中需进一步量化风险影响机制，通过多方协同与制度保障，逐步实现农村电商从“高速增长”向“高质量发展”的跃迁，推动农村经济的转型升级，助力乡村振兴战略的深入实施。

基金项目

辽宁省社会科学规划基金项目(青年项目)“当前财政空间下我国财政政策精准度研究”(项目编号:L22CJY007)。

参考文献

- [1] 人民日报海外版. 推动农村电商高质量发展实施意见出台——为农村电商发展再加把劲[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/202403/content_6939868.htm, 2024-03-18.
- [2] 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.
- [3] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [4] 劳云晓, 刘佳. 数字乡村建设背景下农村电商高质量发展的风险挑战和解决对策研究[J]. 山西农经, 2024(10): 159-161.
- [5] 徐娇, 袁鹏举. 利益联结机制视角下农村电商产业可持续发展路径研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 1429-1435.
- [6] 袁春明. 乡村振兴背景下农村电子商务财务风险防范[J]. 商场现代化, 2022(7): 139-141.
- [7] 徐娜. 新发展格局下促进我国电商可持续发展路径分析[J]. 商业经济研究, 2024(7): 113-115.
- [8] 刘思成. 乡村振兴背景下我国农村电商发展现实困境与对策分析[J]. 社会科学前沿, 2023, 12(8): 4268-4275.