

数字经济背景下农村电商发展存在问题及对策研究

齐驰

云上陕西科技运营有限公司, 陕西 西安 710005

DOI:10.61369/SE.2026060043

摘 要 : 数字化技术持续融入农业生产、农产品流通及乡村消费全场景, 农村电商已从单一农产品线上销售渠道, 升级为集农业生产组织、全链条供应链管控、地域品牌推广、乡村便民服务于一体的综合产业平台。该业态有效打通农产品外销通道, 延伸乡村上下游产业链, 是助力乡村振兴的重要支撑。当前, 我国农村电商发展仍面临城乡数字基建落差大、物流配送不完善、生鲜农产品标准化缺失、特色品牌运营薄弱、专业电商人才短缺、平台监管机制不健全等诸多问题。本文结合农村电商发展基础、产业价值与现存痛点展开系统分析, 从基建物流升级、农产品标准化品牌化建设、人才培育、平台长效监管四个维度, 提出针对性优化发展路径。

关 键 词 : 数字经济; 农村电商; 农产品流通; 县域商业体系; 乡村振兴

Research on the Problems and Countermeasures of Rural E-commerce Development in the Context of Digital Economy

Qi Chi

Yunshang Shaanxi Technology Operation Co., Ltd., Xi'an, Shaanxi 710005

Abstract : Digital technology has continuously integrated into all aspects of agricultural production, agricultural product circulation, and rural consumption. Rural e-commerce has evolved from a single online sales channel for agricultural products to a comprehensive industrial platform that integrates agricultural production organization, full-chain supply chain management, regional brand promotion, and rural convenience services. This business model effectively connects the channels for agricultural product exports, extends the upstream and downstream industrial chains in rural areas, and is an important support for promoting rural revitalization. Currently, China's rural e-commerce development still faces many problems such as large disparities in urban-rural digital infrastructure, incomplete logistics support, lack of standardization for fresh agricultural products, weak operation of characteristic brands, shortage of professional e-commerce talents, and incomplete platform supervision mechanisms. This paper conducts a systematic analysis based on the development foundation, industrial value, and existing pain points of rural e-commerce, and proposes targeted optimization development paths from four dimensions: infrastructure and logistics upgrading, standardization and branding construction of agricultural products, talent cultivation, and long-term supervision of platforms.

Keywords : digital economy; rural e-commerce; agricultural product circulation; county-level commercial system; rural revitalization

引言

当下移动互联网、云计算、大数据、人工智能等数字技术持续下沉县域与乡村市场, 彻底重塑了农户、合作社、流通企业与消费者的交易联结模式^[1]。在国家全面推进乡村振兴、加快县域商业体系建设的政策背景下, 农村数字基础设施持续完善, 线上消费持续下沉、农产品上行需求持续攀升, 为农村电商规模化、规范化发展奠定了坚实的市场基础^[2]。农村电商业务边界不断拓宽, 不再局限于线上售货, 深度融入市场预判、农产品排产、品质管控、仓储营销、售后维权全流程, 有效打通城乡双向流通壁垒, 缓解农产品产销脱节难题, 成为数字经济赋能乡村产业转型、激活乡村实体经济活力的核心载体。

一、数字经济赋能农村电商发展的现实基础

（一）数字化技术重构城乡产销对接模式

传统农产品流通体系层级冗余、链条冗长，需要经过产地收购、多级批发、线下零售等层层中转，信息传递滞后且流通成本偏高^[3]。广大农业经营主体难以实时捕捉终端市场的消费偏好、价格波动与需求缺口，极易出现盲目种植、产销错配、产品滞销等问题。各类主流电商平台依托大数据技术，深度整合全网订单信息、用户搜索习惯、消费评价数据与区域消费特征，将零散无序的市场信息梳理为精准、可落地的生产经营依据，指导农户和涉农主体动态调整种植品类、鲜果采收周期、产品包装规格与线上销售节奏。依托农产品溯源二维码、田间智能物联网监测设备，可全程记录农事施用、田间管护、质检筛查、仓储保鲜等关键环节数据，实现农产品从田间到餐桌的全链条溯源监管。数字化转型彻底颠覆了传统农业靠经验生产、被动等待收购的粗放发展模式，推动农业生产向市场化、精准化、品质化方向转型升级。

（二）平台经济拓宽农产品市场辐射范围

电商平台大幅降低农业经营者线上拓客门槛，打破农产品线下销售的地域局限^[4]。直播带货、社群团购、内容营销等新型模式，丰富了农产品宣传展示形式，乡村种植场景、生产流程与乡土文化均可转化为营销素材。平台配套的线上支付、客户管理等工具，为农户和小微涉农企业线上经营提供便利。当前农村电商发展核心已从单纯开店售货，转向稳定留存客户、压缩运营成本、提升复购率，仅靠低价引流、短期促销，难以实现长期稳定盈利。

（三）县域商业体系提供产业配套支撑

农村电商覆盖种植加工、物流仓储、金融服务、技能培训等多个领域，单一农户无法完成全流程线上交易^[5]。县域作为城乡市场衔接节点，可依托产业园区、物流站点、公共服务机构整合乡村零散产业资源。乡镇电商服务站、村级便民网点，打通了数字交易与乡村生产生活的衔接通道。目前多数县域已建成县乡村三级物流网络，支撑农产品外销、日用品下乡双向流通。县域商业体系高效运转的核心，在于实现货源、物流、信息系统与商户经营收益的精准匹配，而非单纯扩张线下站点规模。

二、数字经济环境下农村电商发展产生的多元价值

（一）有效提升农产品流通整体效率

农村电商数字化渠道大幅缩短信息传递周期，有效缓解农产品积压、损耗等问题。线上预售、产地直发、集中配送、智能分拣等新模式，可结合农产品保鲜特性优化产销全流程，提升流通科学化水平。针对生鲜果蔬，订单与库存数据实时联动，减少无效中转与反复装卸，提高冷链资源利用率。同时，平台留存的交易、评价数据，可帮助经营者核算成本、优化产品结构。流通效率提升并非删减专业环节，分级筛选、质检冷链、售后维权等配套服务仍是产业运转的关键。

（二）带动乡村上下游产业链延伸升级

线上交易对农产品品质、包装、物流时效的高标准，倒逼传

统零散农业向规模化、标准化、组织化转型。经营主体顺势发展农产品分选、初加工、创意包装等增值服务，推动初级农产品向深加工特色产品升级。同时，农村电商可联动乡村文旅、采摘农业、乡土文创等产业，实现线上销售与线下体验双向赋能。产业发展需立足本地特色农产品，通过订单合作、保价收购、务工就业等联农带农模式，让电商增值收益惠及本地农户，真正带动乡村产业增收。

（三）拓展农村群众就业增收全新路径

农村电商衍生出店铺运营、直播带货、视觉设计、物流配送等大量新型岗位，为返乡青年、农村妇女等乡村劳动力提供多元就业选择，有效盘活乡村闲置人力资源，缓解农村空心化、劳动力外流等乡村发展难题^[6]。农户可自主创业开店，也可通过供货、务工参与电商产业链，实现就地就近就业增收。线上经营降低了创业试错门槛，无需高额实体门店投入，更适配乡村小微经营主体发展需求。但电商增收存在一定门槛，经营者需承担平台佣金、推广、包装、售后损耗等多项成本，销量提升未必带来净利润增长。农户若缺乏成本核算与风险管控意识，易陷入重销量、轻利润的经营误区，难以实现长效稳定增收。

三、数字经济环境下农村电商发展现存突出问题

（一）乡村数字基建与物流配套协同程度不足

部分偏远乡村网络信号不稳定、智能设备普及率低，无法支撑直播带货、大数据传输等电商经营需求，销售高峰期常出现网络卡顿、素材上传缓慢等问题^[7]。物流体系存在调度混乱问题，线路重复铺设、偏远村落配送频次不足，生鲜揽收不及时、单货分散，推高物流成本。冷链设施布局不均衡，主产区预冷保鲜、冷链运输配套断层，部分冷库闲置、部分产区无冷链支撑。同时基建普遍重建设、轻运维，缺乏专项资金、专业人员和稳定业务支撑，设施利用率偏低。

（二）农产品标准化体系缺失，品牌运营能力薄弱

电商在售生鲜农产品多为散户种植，受种植、采摘因素影响，产品品质、外观差异较大。由于缺乏统一种养、分级、包装标准，线上宣传与实物品质不符，极易引发售后纠纷^[8]。多数经营主体品牌认知薄弱，仅通过更换包装、设计标识打造品牌，缺乏稳定品质、清晰定位与完善服务，产品同质化竞争严重。部分商家低价内卷、压缩品控投入，破坏产地口碑。同时区域公共品牌管理松散，授权门槛低、约束机制缺失，个别商户违规问题会牵连整体区域品牌信誉。

（三）复合型电商人才缺口大，商户综合运营能力有限

农村电商需要兼具农业知识、平台运营、内容创作、数据分析、供应链管理的复合型人才。但现有培训内容片面，仅覆盖基础操作，缺乏选品、风控、客户维护等核心实操内容，且培训周期短、无后续指导，学员难以应对实际经营难题^[9]。优质电商人才多集聚城市，县域电商企业薪资、发展空间吸引力不足，本土人才流失严重。多数乡村电商主体岗位分工模糊，经营者身兼数职，经营决策依赖经验，专业化、规范化运营水平偏低。

四、数字经济视角下农村电商高质量发展优化对策

（一）升级乡村数字基建，搭建一体化县乡村物流体系

乡村数字基建建设重心从全覆盖转向提质增效，重点优化农产品主产区、物流园区的网络质量，保障直播、大数据传输等经营需求^[10]。由政府统筹整合仓储、冷链、快递、商贸资源，推动物流企业共享场地、线路与调度系统。优化县乡村三级物流站点功能，杜绝盲目建站，结合乡村产业布局完善末端服务。围绕生鲜农产品产区布局预冷、冷链设施，明确运维主体与管护责任。依托大数据优化物流排班，推广客货邮融合、集中配送模式，降低末端物流成本。财政资金重点扶持公共基建项目，同步建立设施运营考核机制。

（二）落地农产品标准化体系，协同打造区域特色品牌

将品质管控前置至种植环节，围绕本地特色农产品，制定种养、采摘、分级、包装、储运全流程统一标准，引导经营主体建立生产台账与溯源系统，公开质检、产地信息，杜绝产销品质不符问题。规范区域公共品牌管理，明确授权准入、日常监管与违规退出机制，严控品牌使用资质。引导企业打造差异化自有品牌，统一产品规格、宣传与服务标准。依托稳定品质、透明溯源、完善服务积累用户信任，通过政府、协会、龙头企业联动，搭建质检、设计、推广公共服务平台，形成公共品牌背书、企业品牌市场化运营的协同格局。

（三）分层分类开展人才培养，构建多主体协同发展机制

推行分层分类人才培养模式，针对普通农户普及基础操作、品质规范、简易核算知识；针对店铺负责人开展选品、数据分析、供应链管理、用户运营专项培训；针对直播、美工、仓储等岗位开设实操课程。结合真实案例开展教学、诊断、复盘一体化培训，配套长期跟踪指导。联动院校、农技机构、电商企业共建实训基地，实现师资、资源、就业共享。为返乡创业者提供注册、融资、合规经营全链条服务，优化创业扶持模式。引导企业完善岗位分工与绩效考核，培育本土团队、引入第三方服务机

构，打造专业化电商人才梯队。

（四）完善平台监管规则，建立农村电商长效保障体系

坚持放管结合、宽严相济的治理原则，兼顾农村电商市场经营活力与行业规范化发展需求。政府监管部门应联动各大主流电商平台构建协同监管机制，针对平台收费标准、线上宣传文案真实性、农产品品质管控、售后纠纷处置、用户隐私数据安全等核心领域开展常态化巡查监管，搭建交易风险提示、异常订单预警、违规商户台账管理的一体化监管体系。电商平台需结合生鲜农产品季节性产出、品质天然差异化、乡村物流时效受限等行业特性，优化适配涉农商户的平台规则与售后机制，降低小农户的合规经营压力与额外损耗成本。行业协会充分发挥自律引导作用，制定直播带货、产品图文展示、退换货服务、商户信用分级等行业规范，定期开展信用考评与公示。地方政府优化电商扶持考核体系，摒弃唯数量、唯规模的粗放考核模式，重点考核产业带动效益、农户增收成效、服务履约质量等核心指标，规避商户政策补贴依赖。通过多维度数据融合与多方主体协同治理，构建全覆盖、常态化、可持续的农村电商行业监管保障体系。

五、结语

数字经济为农村电商转型升级、赋能乡村发展提供了全新机遇，但数字化技术无法直接消解乡村产业长期存在的经营分散、配套薄弱、标准化程度低等结构性短板，技术赋能效果仍受产业基础、人才储备、监管体系等多重因素制约。唯有立足县域农业特色与产业实际，将数据优势转化为农业组织化经营能力，将短期流量转化为长效品牌口碑，将单一政策扶持转化为可持续市场化运营机制，才能持续激活农村电商内生发展动力，打通农产品上行、消费品下行的双向流通通道，充分发挥其在优化农产品流通体系、推动乡村产业升级、带动农户稳定增收中的重要作用，为新时代乡村全面振兴、县域经济高质量发展持续赋能。

参考文献

- [1] 许秀川, 王浩力, 吴彦德, 等. 中国农产品电商产业时空演化及驱动机制: 位置数据实证 [J]. 地理科学进展, 2025, 44 (4): 699-715.
- [2] 罗猛, 林万龙. 农产品电商发展现状、困境与未来支持政策 [J]. 世界农业, 2024 (12): 37-50.
- [3] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕 [J]. 中国流通经济, 2024, 38 (6): 66-76.
- [4] 聂莹, 龚晶, 郭建鑫. 长三角城市群农产品电商发展水平时空演化及影响因素 [J]. 中国流通经济, 2024, 38 (7): 115-126.
- [5] 熊春林, 旷乐, 刘芬. 县域农产品网络零售发展的影响因素与组态路径: 基于 34 个县域案例的清晰集定性比较分析 [J]. 中国流通经济, 2024, 38 (1): 34-43.
- [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] 董涛. 技术进步视角下数字经济发展与农产品流通效率关系分析: 以农村电商发展水平为中介 [J]. 商业经济研究, 2023 (19): 125-128.
- [8] 丛亮, 褚志亮. 我国农产品电商渠道的发展趋势、问题与实现路径 [J]. 商业经济研究, 2023 (24): 142-145.
- [9] 熊雪, 聂凤英, 朱海波. 西部脱贫地区小农户如何有效对接农产品电商市场: 基于有限能力视角的重庆市秀山县案例分析 [J]. 中国农村经济, 2023 (4): 68-89.
- [10] 刘航. 面向小农户的农产品电商小企业技术嵌入动态演化机理研究 [J]. 农业经济问题, 2023 (2): 107-121.