

乡村振兴背景下的农村电商发展探析

贺飞宇

安徽省凤台县委党校，安徽 淮南 232100

DOI:10.61369/SE.2026070007

摘 要： 为了解决“三农”问题，国家提出乡村振兴战略，并积极推动电商扶贫，对推动农产品进城、工业品下乡，助力农村产业升级等均产生了深远影响。农村电商可以帮助村民致富增收，推动乡村产业融合转型，优化资源配置等，但发展过程中，在电商模式、专业人才、基础设施、物流体系、品牌建设等方面也存在一些挑战。基于此，新时期农村发展电商需要致力于解决上述挑战，提出新的发展战略，为农村电商发展提供有力支撑，创造良好环境，推动转型升级等，最终为乡村振兴战略的落实做出贡献。

关 键 词： 乡村振兴；农村电商；问题；对策

Analysis on the Development of Rural E-commerce Under the Background of Rural Revitalization

He Feiyu

Party School of Fengtai County Committee, Huainan, Anhui 232100

Abstract： To effectively address the issues relating to agriculture, rural areas and farmers, China has put forward the rural revitalization strategy and vigorously advanced poverty alleviation through e-commerce. This strategy exerts far-reaching impacts on transporting agricultural products to cities, supplying industrial goods to rural areas and boosting the upgrading of rural industries. Rural e-commerce can help villagers increase income, accelerate the integrated transformation of rural industries and optimize resource allocation. However, its development is confronted with multiple challenges in terms of operation modes, professional talents, infrastructure, logistics systems and brand building. Accordingly, the development of rural e-commerce in the new era should focus on tackling the above difficulties, formulate innovative development strategies, provide strong support and a sound development environment for rural e-commerce, and advance its transformation and upgrading, so as to contribute to the full implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords： rural revitalization; rural e-commerce; problems; countermeasures

引言

2025年中央一号文件指出：加快构建农产品和农资现代流通网络，支持各类主体协同共建供应链。推动农村电商高质量发展。在很多地区，农村电商的发展大大推动了特色农产品上行，对于激发农村创新创业活力作用巨大。但是不同农村面临的发展现状不一致，电商的发展也存在一些问题，比如物流体系依然不完善，基础设施薄弱，电商模式单一，品牌竞争力不足等。

一、农村电商发展对乡村振兴的重要性

（一）推动实现共同富裕

以线下销售为主的传统农产品营销模式存在明显的时空局限特征，不利于更多消费者了解农产品的竞争优势。相比而言，依托电商平台开展的特色农产品营销成效更加显著，在打破时空阻隔的同时拓宽消费市场，最终为农户带来可观的经济收入。依托形式多样的电商交易渠道，广大农户拥有了精准对接消费市场的全新途径，并可以直接向消费者展示农产品的特征优势。由此可

见，打破单一产品营销模式的电商平台为广大农户带来了宝贵的致富机遇，还起到了带动特色产业转型、增加就业岗位等重要作用，充分显示了电商平台在助力村民共同富裕中的保障功能。

（二）助力产业升级与转型

当前时期，随着农村电商的快速兴起，各地特色农产品的市场销量不断增长。与传统的农业生产、产品加工、市场营销模式相比，建立在电商平台支撑基础上的农村产业转型进程更快，农户对产品本身的质量安全也给予了高度重视。受农村电商全面崛起的显著影响，农业生产经营主体更加关注生产流程的精细化改

造，并尝试通过投入更少成本获取更好的经济效益。电子商务与农村特色产业的深度融合，还催生了乡村生态旅游等新兴产业，显著提升了农村特色产业在整个市场中的竞争力，为农村产业的升级、转型提供了重要的动力来源。

（三）提升劳动力的核心素质

农业劳动者的综合素质直接关系到农产品的质量安全，还会对农村产业链的完善程度形成显著的影响。近些年来，广大农户对电子商务的认识不断加深，目前已经有很多农户可以熟练操作并使用抖音、快手等短视频发布平台，向广大消费者传播自家生产的特色农产品。具备良好数字化素养的农业劳动者不仅能够增进与消费者的情感沟通，还能密切跟踪市场消费需求的实时变化，灵活调整农产品的营销方案。电商平台在广大农村的迅速兴起，客观上吸引了很多返乡创业的复合型人才。这部分人才能够将自身的智慧、力量全部贡献于家乡的特色产业转型，从而为乡村振兴打下坚实的人才基础。依托电商平台增进高等院校与当地龙头企业之间的协作，使得高等院校能够向企业精准输送实践型人才，以上举措显著提升了农业从业人员的信息技术素养、专业素养与职业道德水平。

二、乡村振兴背景下的农村电商发展存在的问题

（一）电商模式相对单一

电商模式集中在 B2B、B2C 和 C2C 这几种传统模式上，虽然在推动农村特色产品销售方面有积极作用，也能够满足消费者的个性化需求，但也存在难以实现产业一体化、专业垂直性不足等局限性^[1]。因此，新型的在线商业模式，比如基于社交网络的电商、整个产业链的电子商务以及本地社区电商，都在逐步成为人们关注的焦点，并可能在乡镇的电子商务领域扮演更重要的角色。

（二）物流体系不完善

农产品若要从原产地精准输送至消费市场，则不能缺少冷藏、仓储、运输等多个物流环节作为保障。但是在当前时期，一些偏远地区仍存在滞后的物流装备水平，这部分地区现有的物流体系尚未达到完善的程度。受环境温湿度改变的影响，处于运输途中的农产品容易发生变质、腐烂，严重影响农产品的质量安全，并有可能激发消费者的不满情绪。由于互联网基础建筑未能充分建立，网络连接状况欠佳、速度缓慢，尤其是在边远区域，现有网络基础设施难以支撑电商的扩展需要。因为乡村住户分布四散，农产品商品化过程中遭遇阻碍，且缺乏一套成熟的产品标准化体系，这使得农产品难以实现有效的市场整合^[2]。此外，物流企业多专注于完成市县级的配送服务，农产品供应商在大型电子商务平台进行销售时需依赖中介机构，造成了整个交易环节的成本上升。

（三）专业人才缺乏

乡村电商目前正遭遇人力资源紧缺的挑战。造成这种状况的原因是多方面的：首先，当地从事电商的工作者大多学历偏低、知识范围有限，缺少领军人物，这导致难以吸引更多高层次的专

业人才；其次，虽然高等院校对电子商务专业的人才培养在不断加强，但是由于电子商务本身实操性较强，需要涵盖管理、运营和资源协调等诸多方面，缺乏实际操作经验的人才难以满足市场的实际需要；最后，农产品本身的档次和利润相对较低，加之目标消费群体的购买力有限，这些因素导致从事电商活动的人员收入普遍不高，进而缺少吸引力，不利于行业人才的聚集。

（四）品牌竞争力不足

主要是很多农村的产品表现出聚集性特征，存在着产品种类单一、同质性强等问题^[3]。在很多电商聚集地，比如淘宝村等，往往存在着上千家销售同类型产品的情况，缺乏特色以及多样性。很多电商企业缺乏自己的特色产品，没有打造出品牌，导致竞争优势不强。再加上新时期流量的作用很大，很多电商商家盲目追求网红产品，忽视了市场环境的变化，也导致竞争力不足，很容易出现创业失败的问题。农村电商在发展壮大过程中的品牌竞争力相对薄弱，“非标准化”的农产品在尺寸规格、质量安全、包装与造型等方面呈现出显著的差异，这种现状不利于消费者精准辨识某一特色农产品。互联网的信息传播空间具备开放性，从而增加了信息安全方面的潜在威胁。在农村电商模式日趋完善的同时，现阶段的农业从业人员普遍缺乏知识产权保护意识，易导致农产品的注册商标权利遭受侵犯，有损于农业经营主体的合法权益。

三、乡村振兴背景下的农村电商发展的创新路径

（一）打造县级电商服务中心

这是未来农村电商发展的必然趋势，目的是支持地方特产商户、有影响力的网上交易平台和原创品牌公司等加入其阵营。该机构不光无偿提供工作场所、电脑、复印机等办公设施，同样提供无偿的政府服务和专业培训^[4]。此外，还有产品展览及体验区，方便驻内企业展现及推广各自产品。通过无偿的服务和培训工作，确保驻内企业可高效、便捷地完成业务流程，且在电商培训中享有优先权。但需要注意的是，打造中心时避免直接照搬其他地区的成功经验，或者过于追求现代化管理模式的落实，这样反而会增加发展成本。另外，中心在设计服务项目时必须充分考虑农企的实际情况和承受能力，做到因地制宜，以确保服务的有效性和可持续性。

（二）强化政府职能的发挥

随着乡镇网络交易的迅猛增长，政府的职责不限于提升基础设施建设水平和完善相关政策体系，还应积极推动电子商务的经营者培养，致力于打造一个有效、安全、便于使用的新型农村商品流转及服务网络平台。作为与农业生产者紧密相连的基本社会单元，县乡政府在促使乡镇电商兴盛发展和支持乡村振兴战略的进程中处于不容忽视的地位，因此需要充分发挥政府部门的作用，强调职能的落实，为电商发展营造良好的社会环境^[5]。比如凤台县面对电商人才缺乏的问题，由县委组织部牵头，联合镇村党组织建立“电商人才需求清单”，开展人才引育、产业扶持等专项行动，为城北湖渔场、禾泉种业、润航农业等单位成功招引

硕士及以上专业人才20余人，以人才振兴带动产业兴旺，马店糯米、顾桥陈醋等一批“凤字号”品牌影响力不断提升。另外，凤台县对电商人才提供“创业贷款+流量补贴+品牌推广”三重支持，共计协调发放“惠农e贷”19447万元。

（三）推动“互联网+”新农业模式发展

第一，推动“互联网+农业”的融合发展。若要促使“互联网+”与农耕产业的密切融合向前迈进，须优先搞定乡镇地带宽带连通性难题，迅速推进农业信息化数据项目，搭建一个涵盖整条信息流的农业信息数据结构，并普遍应用基于“互联网+”模式的农业数据分析和工具。与此同时，改良并升级物流网络，尤其是建立健全农产品冷链配送系统也至关重要，目的是提高农产品在运输过程中的效率。还有，加强对现代农业工作者的培养，促进对农业主要技术的研发与运用，这样才能保障农业持续进步。

第二，深化“互联网+自媒体”营销平台。发挥自媒体的优势，利用低门槛、自主化、广泛性等，借助大数据和智能技术，实现对客户数据的深入分析，挖掘不同客户的偏好，对目标客户进行精准定位。同时需要与客户建立起密切的联系，保持持续的交互关系，以保证客户的黏性，并关注新客户的挖掘。当前时代，抖音、西瓜视频等自媒体平台以及直播带货方式在电商中备受欢迎，同时，公众号、企业微信、企业微博等运营方式也给企业的宣传和营销提供了方向与平台。这些都可用于农村电商发展。但需要注意的是，在电商发展过程中，要注意辨别虚假宣传，避免出现抄袭、制造流言、侵权等问题，这会对社会发展带来不良影响。所以国家和政府部门在引导电商和自媒体发展时，也要同时加强法律指导和援助，有效提高从业者的法治观念，打造法治电商。

第三，强化“互联网+服务”的支持。针对激活乡镇层级电子商务公共服务中心在乡村网络市场中的关键角色，倡议实施以“三级公共服务网络（县、乡镇、村）加上农产品向上传输”为核心的经营策略。该策略意在集结“网络营销、物流仓储、创意孵化”三位一体的服务平台，用以塑造乡村电商新局。具体策略包括：依赖公共服务设施发展孵化中心，招揽创业者、创新团队及微小型企业加盟，通过集中培训，打通优质农产品的供应链，从而形成独具特色的地域品牌。同时，顺应乡村市场的特点，采纳

乡土智慧，比如开发特色电商网站、选拔网络乡村代表等措施，以构筑高品质的乡村电子商务网络，促进农产品的价值上升。

（四）构建新型农人培养体系

在农业现代化背景下，进行新农人培养，要注重提升创业精神，尤其重视归乡创业的重要性教育。因此，高校应将思想政治教育融合进课程内容，进而构筑创新与创业综合课程的架构。这套课程体系不仅涵盖基础理论教学，还整合了实战模拟与实践教学。同时，可以从学生中进行筛选，选择有潜力的重点培养，鼓励他们参与“互联网+创新创业大赛”等活动，加强实践锻炼。对归乡创业的大学毕业生进行加强性的创业指导训练，并且持续性地提供创业相关服务，尤其重视对创业规则的教育和进行心理指导。高校应构建归乡创业就业的信息平台，进行持续跟进和技术辅助，并开展必要的创业就业技能培训，以此打造一条完整的育人联动机制。此外，由高校的农业相关及信息技术领域讲师，形成一个精英教育团队，并可引入回乡成功创业的毕业生、农业企业家以及农业科技工作者等资源。通过开展技术讲座、创业座谈、实际操作课等形式的教学活动，学院有助于师生更全面地投入到乡村全方位发展中，比如整合管理、规划设计、运营等方面。

比如凤台县积极实施“理论授课+基地实习”“田间培训+现场实训”等教学方式，邀请本地土专家、电商达人、文化能人、农业科技带头人等进行现场教学，打造葡萄采摘园、家庭农场等农村电商实训基地，传授农产品宣传、包装设计、直播带货技巧等实操经验。同时，凤台县也对接上海闵行区专业团队打造“电商培育云平台”，定制直播技能、数据分析等课程，开展农村电商人才培训，举办职业能力培训82期，惠及4116人。

四、结束语

在乡村振兴背景下，农村电商正在蓬勃发展，未来需要不断探索新的自媒体销售和推广方式，挖掘更多的特色产品，加强新农人才培养，不断完善物流网络和基础设施建设，同时加强政府职能的发挥，推动电商产业的转型升级，更好地为乡村振兴战略落实做贡献。

参考文献

- [1] 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(02): 103-111.
- [2] 聂召英, 王伊欢. 农村电商制度的供给困境与创新路径 [J]. 农业现代化研究, 2022(01): 59-68.
- [3] 罗千峰. 农村电商的增收效应及其机制——来自中国乡村振兴调查的经验证据 [J]. 中国流通经济, 2022(09): 47-59.
- [4] 刘振振. 乡村振兴背景下农村电商与农村居民消费升级的关联性研究——基于流通调节视角 [J]. 商业经济研究, 2026(13): 101-104.
- [5] 陈国化. 乡村全面振兴背景下农村电商发展策略研究 [J]. 中国农村科技, 2026(6): 40-42.