

乡村振兴视域下农村电商市场营销策略分析

黄艺

惠州市技师学院, 广东 惠州 516003

DOI: 10.61369/SSSD.2025040026

摘 要 : 在新时代背景下, 电商行业发展迅速并持续保持创新的发展态势, 为我国经济发展注入了新的活力, 这也给农村经济发展提供了变革方向, 作为传统农业和现代信息技术的重要融合产物, 农村电商成为推动乡村振兴的重要力量之一, 在农产品流通、农村产业升级、农民增收致富等方面发挥着重要作用, 基于此, 本文将聚焦农村电商在乡村振兴战略中的重要性, 围绕其市场营销策略展开系统性探讨, 旨在为推动农村经济发展、助力乡村振兴提供思路。

关 键 词 : 乡村振兴; 传统农业; 农村电商; 市场营销; 数字化

Analysis of Rural E-Commerce Marketing Strategies from the Perspective of Rural Revitalization

Huang Yi

Huizhou Technician Institute, Huizhou, Guangdong 516003

Abstract : Under the new era backdrop, the e-commerce industry has experienced rapid development and sustained innovative momentum, injecting new vitality into China's economic growth. This has also provided transformative direction for rural economic development. As a crucial integration of traditional agriculture and modern information technology, rural e-commerce has emerged as a significant force in driving rural revitalization. It plays a vital role in facilitating the distribution of agricultural products, upgrading rural industries, and increasing income for farmers. Against this backdrop, this paper will focus on the importance of rural e-commerce within the rural revitalization strategy. It will conduct a systematic exploration of its marketing strategies, aiming to offer insights for promoting rural economic development and advancing rural revitalization.

Keywords : rural revitalization; traditional agriculture; rural e-commerce; marketing; digitalization

引言

随着电商产业的不断发展和数字技术的更新迭代, 电商在模式上有了更先进的变化, 包括但不限于短视频推广和直播等, 这进一步推动了我国消费能力的增长和经济的持续发展, 为了更好地推动乡村振兴战略的落实, 我国致力于发展农村经济, 但是一些农村经济电商发展仍然较为落后, 在此局面下, 需要利用电商将农村产品与市场营销进行连接, 打通农村农产品线上销售渠道, 实现农户与消费者的直接对接, 从而提高农产品销售效益, 提升农民生活水平, 促进农村经济发展, 同时为实现乡村振兴战略目标, 需要改变传统农产品销售模式中信息平台和地域的局限性, 全方位打通农村电商发展, 借助多平台优化市场营销策略, 提高农产品销售效率。

一、乡村振兴视域下农村电商市场营销的重要性

(一) 是实现多样化销售渠道与增值服务的内在条件

从传统的农村电商销售模式上来看, 乡村农产品销售往往以个体农户分散经营为主, 存在产品种类单一、销售路径狭窄等局限性, 因个体经营渠道有限且不集中, 使得农村电商难以形成规模化运营, 此类经营模式难以抵御市场价格波动风险, 已逐渐难以满足现代农业发展需求^[1], 随着电商平台的崛起和迅速发展, 农产品销售模式发生根本性变化, 信息化平台的出现为农产品不仅打通了市场销售渠道, 还出现了更加多元化的营销模式, 有力推动产品多元销售与品牌化建设进程, 借助农村电商平台, 农产

品得以突破地域限制, 直接面向全国市场销售, 有效扩展市场范围, 这种直接与消费者对接的营销模式显著降低了流通成本和销售成本, 最大程度提高了销售效率, 依托农村电商平台提供的多样化销售渠道与增值服务, 农户能够深度挖掘农产品价值, 实现收益最大化, 进而提升农村居民生活质量^[2]。

(二) 是全面推进多元融合新型业态的必然要求

乡村振兴战略的提出为农村经济发展带来了新的可能, 并有效激活了农村经济发展动能, 在电商行业的支撑下, 农村电商蓬勃兴起, 这更是为农村经济效益的提高注入了新活力, 以互联网、大数据、人工智能为核心的现代信息技术加速向农业领域渗透, 深刻重塑传统农村经济业态^[3], 农村电商改变了传统农产品

销售模式，打破了线下农产品营销的局限性，借助信息技术和优质的资源，农村电商可以逐渐构建起农产品与城市消费者的直接对接，从而进一步推动农产品销售从单一线下模式向多元融合的新型业态转变，另外随着农村电商的发展，农村数字化基础设施建设薄弱的现状将得到有效改变，政府将持续加大政策扶持与资源投入，着力完善农村信息基础设施建设，在此基础上，农户积极运用电脑、智能手机等数字终端，开展社区团购、直播带货等新型营销活动，不仅可以拓宽农产品销售渠道，还可以带动农村数字产业的快速发展^[4]。

（三）是促进农村产业结构调整的关键途径

伴随信息技术的迭代演进与广泛应用，互联网深度重塑了人类社会的生产生活范式，催生出全新的消费生态与市场架构。农村电商的崛起契合农村经济结构转型的内在需求。传统农村经济体系长期依赖单一农业产业，市场辐射范围有限，难以匹配现代市场的多元需求。而农村电商凭借拓宽市场覆盖、挖掘产品增值潜力等途径，有力推动农村经济结构向多元融合、数字智能方向转型，成为驱动农村产业升级与经济增长的重要引擎^[5]。此外，农村电商的蓬勃发展还带动了农产品深加工环节的延伸与产业链条的完善，推动农产品从初级加工向品牌化营销的全链条升级，显著提升农产品在市场中的竞争优势与品牌价值。

二、乡村振兴视域下农村电商发展存在的问题

（一）农村电商服务体系建设不完全

与城市电商相比，农村电商服务体系存在较为显著的短板，农村电商由于地区和网络建设不完全，存在网点布局稀疏、后期服务、运营管理、仓储物流等问题，这些问题的存在在一定程度上对农村电商的进一步发展产生不利的影响，从后期服务来看，农村地区普遍缺乏较为成熟、专业和科学的电商售后客服队伍，在购物过程中，消费者在下单和接受农产品后，遇到的问题难以有效被解决，从而影响他们的购物体验，导致消费者满意度下降，不利于农村电商的长期发展^[6]，在商品展示方面，农村地区由于人才储备力量不足，缺乏较为专业的美工设计和摄影团队，农产品的视觉呈现效果欠佳，难以充分展现产品特色与优势，削弱了农村电商平台对消费者的吸引力，另外农村电商的运营推广能力相对薄弱，不仅缺少专业的运营团队，同样也缺乏多样化的推广渠道，致使农产品知名度和影响力不足，在市场拓展方面面临较大挑战^[7]。

（二）缺乏先进的市场经营思维

随着互联网平台的快速发展和在农村地区的迅速崛起，农村电商成为辅助农村农产品销售和提升农村生活水平的重要方法，然而，由于农村地区交通不便利，容易受到物流、运输、储存等方面的影响，这使得农村电商都更加喜欢销售一些保质期较长且运输成本低的农产品，从而导致农产品保鲜力度不够，质量难以保证，影响后续农村电商的发展^[8]，部分农村商户运营理念滞后，缺乏先进的市场经营思维，为了追求产量和销量，通常更青睐使用较为传统的低价促销策略，忽视了农产品质量管控，导致消费

者购物体验受损，另外，在推动农村电商的过程中，部分商户缺乏一定的产品品牌意识，过度关注价格竞争与短期销量，未能充分认识到品牌价值对农产品销售的长远影响，一些农村地区忽视了当地特色的推广和销售，盲目跟风销售其他地区的农产品，而消费者网购时往往更倾向于选购具有地域特色的产品，这种同质化的选品策略不仅无法有效推动本地农产品销售，长期来看还会影响农村电商的可持续发展^[9]。

三、乡村振兴视域下农村电商市场营销策略分析

（一）打造农村特色品牌，丰富农村电商的产品体系

基于乡村振兴战略优化和创新农村电商市场营销，应当优先强化农村电商品牌建设意识和观念，并立足于当地农产品特色资源和当地发展优势，依托地区资源条件和相关政策完善基础设施建设，规划和开发一批具有当地地区特色的农产品生产基地，以此提高农产品的质量，实现农村电商发展现代化，创建农村农产品生产和营销新格局^[10]，另外，乡村振兴的提出为农村电商品牌化建设提供了新的方向和支撑，具体而言，农村电商市场营销应与乡村振兴战略的实施保持协同发展，设计标准化 Logo、包装，构建农产品分级分拣体系，建立质量追溯体系，整合区域多品类形成地方品牌矩阵，不仅要借助互联网平台实现农产品市场化流通，更需要以农村电商发展为基础，打造特色产业和进行品牌化建设，以此带动农村地区经济发展，比如可以引导农户开展特色农产品规模化种植，直接在田间地头开展采收实况直播，邀请 KOL 进行专场助农直播，结合丰收节等节点策划主题活动，融合乡村旅游、休闲农业等业态，推动当地第三产业创新发展，农户还可借助旅游经济实现传统手工制品的线上线下融合销售，丰富农村电商的产品体系，提升区域品牌知名度。

当前，想要实现农村电商发展，应当重点改变农村产品特色模糊、亮点不足、标准缺失的现状，充分发挥村集体组织的统筹协调作用，整合地区特点资源打造特色产业集群，扩大产品生产规模，并依据市场需求实施标准化生产，以适应电商市场的发展要求，激活农业生产活力^[11]，在传统的农村电商市场营销模式中，部分农户在推广和销售农产品过程中缺乏较为科学和多元的组织化协作，使得农村电商常常处于市场边缘地位，而特色品牌化建设可依托村集体形成规模化生产与销售体系，借助电商平台的客户资源培育专业化品牌，从而在市场竞争中占据优势地位。

（二）加大农村电商营销人才建设，了解电商发展规律与行业动态

为提升农村电商从业者的专业素养与综合能力，推动农村电商高质量发展，助力乡村振兴战略落地实施，需充分发挥政府政策引导作用，强化电商人才引进与培养机制建设。其一，政府可出台系列激励举措，吸引优质电商人才向农村地区流动^[12]。例如，实施税收优惠政策，减免个人所得税或企业所得税；构建人才引进奖励机制，为电商产业发展提供人才支撑。在电商人才培养领域，培训内容需覆盖电商平台操作、网络营销策略、客户服务技巧、物流管理等专业模块，可通过定期举办培训班、开设在

线课程、组织实地考察等多元形式开展培训工作。政府可设立专项发展资金，为培训机构提供经费支持，或联合专业机构开展培训，提供师资力量与教学资源等保障；其二，农村地区老年化严重，重点培训村里的电商带头人，树立成功榜样，吸引返乡创业人员；其三，需加强政府工作人员的电商知识培训，使其了解电商发展规律与行业动态，形成对农村电商的系统性认知，从而以专业科学的视角拓展农产品销售渠道，推动区域经济发展^[13]。其四，政府可与电商企业构建合作机制，共同推进电商人才引进与培养项目，设立专业服务机构或平台，为电商人才提供信息咨询、岗位匹配、技能培训等一站式支持服务。其五，政府还可与高校、高职、技师学院构建合作机制，开设助农课题或者助农项目，用绿幕直播间远程赋能农村电商销售。

（三）构建完善物流体系，助力消费者了解产品特性

农村电商市场营销的高效推进，离不开完善物流体系的支撑，当前因缺乏统一的物流服务体系，农产品经物流配送至客户手中的时间较长，极易出现变质问题；加之多数农产品在运输过程中易受挤压、摔打等影响，导致产品食用价值受损，引发消费

者不满。建立完善的农村电商物流体系，有必要对农产品品质进行分级和归类^[14]，构建完善的农村电商物流体系：比如对于果蔬类产品，应强化保鲜技术应用，积极推广冷链物流模式，同时加强包装与运输环节的管理控制，使得大果能卖大果价格，中果能卖中果价格，小果流向农批市场；在标准化建设方面，需以国家相关标准为基础，完善农村电商分类与编码标准体系，对物流信息资源进行分类编码，以便客户对物流环节进行追溯，另外，还需严格规范电子商务交易中农产品信息的表述标准，确保信息描述准确全面，助力消费者直观了解产品特性。

四、总结

总之，基于乡村振兴战略下，本文通过分析和探讨农村电商营销策略优化和创新的重要性，强调需结合乡村实际情况因地制宜实施，通过打造农村特色品牌、加大农村电商营销人才建设、构建完善物流体系等方式，展望其在促进产业融合、推动乡村数字化转型、实现乡村振兴目标中的长期潜力。

参考文献

[1] 吕琦. 乡村旅游与农村电商融合发展策略研究 [J]. 旅游与摄影, 2024, (04): 25-27.

[2] 夏加亮. 乡村振兴背景下推进农村电商发展的对策研究——以山东省沂南县为例 [J]. 中国商论, 2023, (22): 45-48.

[3] 梁蓓. 乡村振兴视角下农村电商市场营销策略研究 [J]. 全国流通经济, 2023, (18): 28-31.

[4] 彭娟娟. 直播助农：乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式研究 [J]. 山西农经, 2023, (17): 179-181.

[5] 黄宇. 农村电商发展助力乡村振兴的经验与策略研究——评中国农业出版社《乡村振兴战略下农村移动电子商务发展策略探析》[J]. 价格理论与实践, 2025, (02): 245.

[6] 李赫轩. “互联网+”背景下农村电商营销的策略分析 [J]. 商展经济, 2022, (18): 49-51.

[7] 陈施琪. 基于乡村振兴视角的农村电商市场营销措施——以福建省为例 [J]. 市场论坛, 2024, (10): 47-52.

[8] 李超, 徐国群, 郝倩. 乡村振兴战略背景下大学生农村电商创业模式、路径与配套政策研究 [J]. 农村经济与科技, 2024, 35 (18): 246-249.

[9] 蒋秀娟. “岗课赛证”融合视角下农村电商人才培养的现状、困境与策略 [J]. 中国电子商情, 2024, (17): 25-27.

[10] 蔡志君, 柯艳丽. 乡村振兴背景下农村电商创新模式与营销策略研究 [J]. 山西农经, 2024, (14): 59-61.

[11] 蒋筱彤. 乡村振兴战略下农村电商发展现状和营销策略 [J]. 农村经济与科技, 2024, 35 (07): 255-258.

[12] 孙晓云. 农村电商数字化营销策略在乡村振兴中的应用研究 [J]. 黑龙江粮食, 2024, (01): 81-83.

[13] 夏加亮. 乡村振兴背景下推进农村电商发展的对策研究——以山东省沂南县为例 [J]. 中国商论, 2023, (22): 45-48.

[14] 张亚楠. 助力本土农村电商人才培养 赋能珠海市乡村振兴第一线——以农村电商人才培养示范基地建设为例 [J]. 智慧农业导刊, 2023, 3 (18): 25-28.