

乡村振兴背景下数字赋能农村商贸流通探析

曹可凡, 刘养卉

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2024年1月25日; 录用日期: 2024年3月8日; 发布日期: 2024年5月10日

摘要

本文旨在研究数字赋能在乡村振兴背景下如何促进商贸流通的发展, 数字赋能是农村商贸流通发展的重要路径, 文章分析了数字赋能农村商贸流通的意义, 以及农村流通数字化现状与问题, 并提出了一些数字赋能商贸流通的路径。当前, 农村商贸流通面临以个体经营为主出现的信息不对等、数字化基础设施不完善、电子商务人才匮乏等问题, 应通过加快推进一二三产业数字化融合发展、加强农村数字基础设施建设、加强商贸流通业“线上 + 线下”融合发展、培养农村电子商务人才、推动农产品数字化品牌建设等举措推进农村商贸流通数字化发展。

关键词

乡村振兴, 数字化, 商贸流通, 电子商务

An Analysis of Rural Commercial Circulation with Digital Empowerment under the Background of Rural Revitalization

Kefan Cao, Yanghui Liu

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jan. 25th, 2024; accepted: Mar. 8th, 2024; published: May 10th, 2024

Abstract

This paper aims to study how digital empowerment promotes the development of commercial circulation under the background of rural revitalization. Digital empowerment is an important path for the development of rural commercial circulation. This paper analyzes the significance of digital empowerment of rural commercial circulation, as well as the current situation and problems of digital rural circulation, and puts forward some digital enabling commercial circulation

paths. At present, the rural commercial circulation is faced with the problems of information imbalance, imperfect digital infrastructure, lack of e-commerce talents and so on. The digital development of rural commercial circulation should be promoted by accelerating the digital integration of the development of primary, secondary and tertiary industries, strengthening the construction of rural digital infrastructure, strengthening the “online and offline” integrated development of commercial circulation industry, training rural e-commerce talents, and promoting the digital brand building of agricultural products.

Keywords

Rural Revitalization, Digital, Trade Circulation, E-Commerce

Copyright © 2024 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和农村商贸流通实现高质量发展紧密相关,农村作为要素市场和消费市场,是整个商贸流通的基础。随着信息技术的快速发展,数字经济已经成为推动经济增长和社会发展的重要力量,因此打造数字化商贸流通市场,可以使资源得到更好的流动和发展,从而促进乡村振兴战略的有效实施。2023年2月27日,中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》,《规划》指出,数字经济发展质量效益要大幅增强,促进数字化赋能乡村产业发展、乡村建设和乡村治理[1]。在乡村振兴战略的背景下,如何利用数字技术赋能商贸流通,促进农村经济的发展,成为当前亟待解决的问题。

2. 数字赋能商贸流通的意义

2.1. 提高农村商贸流通效率

数字技术能够打破时空的限制,降低信息传递的成本,提高农村商贸流通的效率。传统商贸流通是以本地为中心,将商品从生产基地、批发市场、零售市场等地向消费者进行单向的流动,导致商品价值无法最大程度地发挥。数字化下的商贸流通是以消费者为中心,在数字化平台上赋予农民更多的流通渠道和能力,通过数据采集和分析,让农民能够更准确地了解到市场上消费者的需求,从而搭建起跨时空的商贸流通渠道,提高农村商贸流通的效率。

2.2. 拓宽农产品销售渠道

电子商务、社交媒体等数字平台成为了农产品流通的重要渠道,可以将农产品推向更广阔的市场,提高农产品的销售量和附加值。电子商务和社交媒体等数字平台打破了流通的空间和地域的限制,数字化商贸流通推动农村电子商务的发展,搭建网络交易平台,为农民提供网上交易、支付、物流等方面的便利,扩大农产品的销路。同时,伴随着农村生产资源的多样化,在一定程度上促进了城乡间要素的迅速流动,扩大了资源的流通和销售渠道,为乡村振兴和数字建设资源的协同发展提供了资源支持,提高了农村资源的使用有效性,扩大了乡村振兴背景下的数字化发展空间。

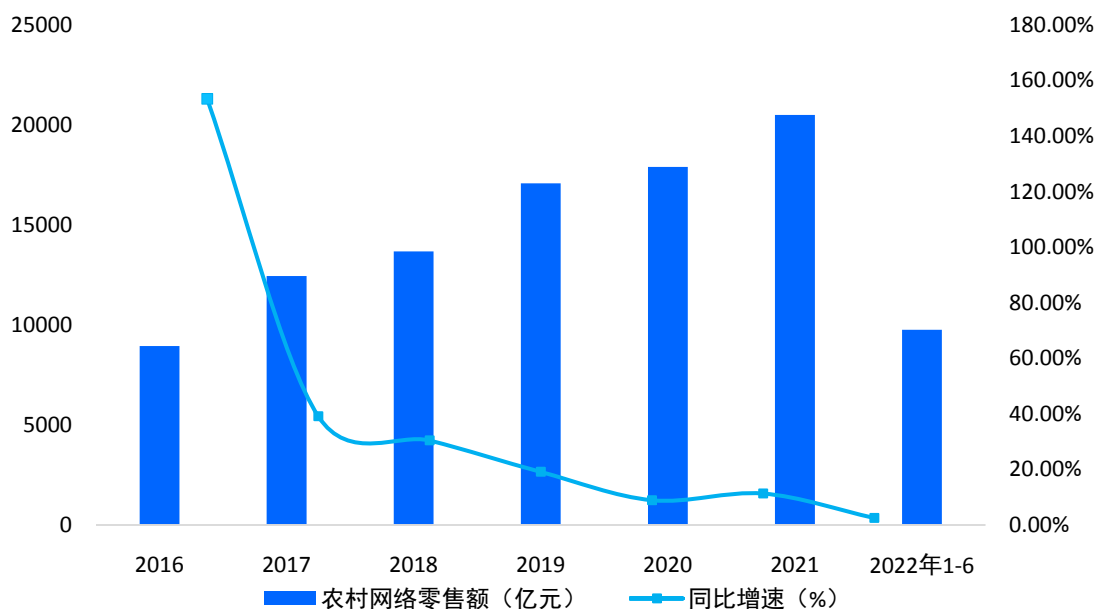
2.3. 促进农村产业结构调整

商贸流通数字化可通过推动农村三产融合助推乡村产业振兴,且农村三产融合在商贸流通数字化影

响乡村产业振兴过程中发挥部分中介效能[2]。农村数字经济主要是指农村一二三产业的融合发展, 它将农业产业链的延伸、农业生产的多个环节扩展到了乡村旅游产业和休闲产业, 同时也将乡村新业态、新模式和新产业培育和发展起来。随着农村数字经济新业态的持续发展, 一批具有较高信息化水平和较好带动作用的生产和管理组织将应运而生。在生态文明建设、美丽乡村建设等国家战略的指引下, 在云计算、大数据、区块链、北斗终端、多光谱、人工智能等新一代信息技术与产品的支持下, 构建起了一种数字化、智能化、绿色化、生态化的农业产业格局[3]。因此, 数字赋能可以推动农村一二三产业的融合发展, 优化农村产业结构, 实现农村经济的可持续发展。

3. 中国农村地区数字赋能商贸流通的现状与问题

随着农村数字化的进一步发展, 农村地区的电商基础设施得到了完善, 商贸市场规模不断地扩大, 交易的种类随着消费者的需求不断丰富, 产业结构日趋完善, 这充分证明了数字化赋能商贸流通在乡村振兴战略下的优势和潜力。叶悦青等(2021)研究了数字经济发展如何赋能商贸流通业效率提升, 提出应构建数字经济赋能区域商贸流通业发展效率提升的良性互动机制[4]。姜文辉等(2022)从理论上剖析了数字经济在促进商贸流通业形成柔性供应链、融合线上线下零售模式创新、优化物流数字化配送体系和供应链融资等方面的积极作用, 并提出了加快商贸流通业数字化转型、推动数字化领域的开放与合作、培育契合商贸流通业数字化转型的人才、加快数字化基础设施建设等建议[5]。黄焕汉等(2023)提出了完善乡村数字基础设施, 共享数字化发展成果; 强化数字经济人才支撑, 加快乡村数字化的推进; 推动乡村产业数字化转型, 实现乡村数字化的发展; 提升农户数字技术应用水平, 缩小农户的发展差距等方面的措施[6]。《中国数字乡村发展报告(2022 年)》显示, 2021 年返乡入乡创业人员达 1120 万人, 其中一半以上采用了互联网技术; 截止 2022 年 6 月, 农村地区网络支付用户规模达到了 2.27 亿[7]。见图 1, 2021 年, 全国农村网络零售额突破 2 万亿元, 达到 2.05 万亿元, 同比增长 11.3%。2022 年上半年, 全国农村网络零售额为 9759.3 亿元, 同比增长 2.5%。但目前, 我国农村商贸流通体系建设仍落后, 农产品出村进城和农村生产、生活资料下乡进村一直是农村商贸流通的“痛点”[8]。



注: 资料来源: 商务部 前瞻产业研究院。

Figure 1. China's rural online retail sales and growth rate from 2016 to 2022 (unit: 100 million yuan, %)

图 1. 2016~2022 年中国农村网络零售额及增速(单位: 亿元, %)

首先, 由于数字化基础设施还不完善, 严重制约了商贸流通的发展。当前, 我国农业生产装备领域存在着基础研究薄弱、核心技术落后等问题, 这体现在高端、复杂、智能农业装备的核心部件依赖进口、具有自主知识产权的特种农业传感器匮乏、智能装备智能化程度不高, 很难更好地适应农业信息收集的现实需求。目前, 我国农产品的仓储保鲜冷链信息化水平还不高, 缺少大数据的支持, 因此, 从产地到销售地, 没有形成一个相匹配的信息链, 这就造成了生产和销售的不顺畅, 从而导致了农产品“滞销”和“高价”并存的问题。尤其是作为“最先一公里”的产地冷库及预冷设施的缺乏, 这就造成了许多农产品在采收后不能进行预冷和分时段出售, 很难保证新鲜度[9]。与此同时, 物流企业信息化水平不高, 信息公开度不高, 这也导致了全产业冷藏、冷冻车的空载率高, 物流成本高。此外, 我国农产品冷链物流标准化体系不完善, 标准衔接不严, 温度控制方式简单粗暴, 存在较大“断链”风险。

其次, 人才作为连接技术与应用的桥梁, 是推动农村农业现代化发展的重要动力[10]。当前, 电子商务人才匮乏, 流通主体的数字化素质还有待提高。我国农村和城市之间存在着较大的数字鸿沟, 农村居民的数字化素质普遍偏低, 并且存在着明显的区域差异, 数字应用“底盘”仍然不够扎实。截止 2022 年 6 月, 全国网民总体渗透率达到 74.4%, 而农村网民渗透率达到 58.8%。同时, 在农村地区, 还存在着“数字化”人才匮乏、“家庭农场”和“专业合作社”等新型经营主体数字化运用能力不足等问题。由于资金、技术等因素的限制, 小规模农户的数字化投资与数字化技术也不够成熟。与此同时, 作为农产品流通主渠道的农产品批发市场、零售企业在数字化发展方面的转型还不够充分, 大型物流企业在农村市场的拓展力度不够。农村小超市、小商店和小集市的数字化转型和场景开发的应用都还不够。

再次, 农村商业流通大多以个体工商户为主, 在经营观念和经营方式上都存在着一定的缺陷, 不能对产业进行有效地扩展, 市场占有率不高, 不能进行集中经营, 缺乏话语权和抵御风险的能力。总的来说, 传统的商贸和流通产业还没有建立起一个有效的集群, 它的服务覆盖范围还不够。因此, 迫切需要建立一个具有较强的、多层次、多功能的商业系统, 来对社会的各种资源进行有效地分配, 以满足社会的需要。

最后, 我国仍然是以小农户为主体的农业生产与销售活动, 面临着信息不对称, 市场风险高, 农民收入低下, 农民流失严重等诸多问题[11]。首先, 农产品的市场需求与价格是持续变动的, 而农产品的生产过程又是一个漫长的过程, 因此, 小农户仅能依据目前的市场信息来对未来进行预测, 这就造成了农产品在市场上的供求关系发生了逆转, 使得从中种植的农产品出现了滞销, 而农民的努力却得不到任何回报。其次, 生产资料如农业机械、种子和化肥的价格持续上升, 使得小农户在面对生产资料价格上升时, 讨价还价的余地很小, 他们只能在生产资料价格高的时候进行采购。同时, 农产品收购者通过信息、资金、资源和规模等方面的优势来压低收购价格, 从而进一步降低了小农户的经营收益。

4. 数字赋能商贸流通的路径

4.1. 加快推进一二三产业数字化融合发展

随着数字技术的不断深入, 农村一二三产业的融合, 催生了新产业和新业态, 如休闲农业、乡村旅游、农村电商等。第一, 要推动农村电子商务的发展, 促进农业生产要素的流通。在政府积极的政策导向和稳定的网络渗透率的提高下, 我国的电商渠道正在加快向下延伸, 各大电商企业“聚焦县域农村”, 推动了乡村电商的快速发展。要充分利用电子商务的优势, 扩大农产品的销路, 优化乡村的产业结构, 增加农民工的非农就业, 增加农民的收入。其次, 要加速农村一二三产业的深度融合, 培育出更多的新型农业产业。可以通过加速人才、资金、信息、技术等各种要素的深度融合, 充分利用空间和行业的辐射作用, 为农村经济的发展带来新的动力, 还可以催生出创意农业、体验农业、精品民宿等新产业和新业态, 为农业高质量发展开辟了新的场景和新的应用空间。

4.2. 加强农村数字基础设施建设

要加快农村数字基础设施建设, 缩小“数字鸿沟”, 打牢数字“底座”, 为农村流通数字化的发展提供根本保证[8]。一是加强农村光纤宽带、4G 网络的建设, 加快 5G、人工智能、物联网等新型基础设施的建设与应用[12], 促进农村数字基础设施的发展, 消除“接入端”的数字鸿沟, 构建集约高效、绿色智能、安全适用的新型农村信息网络。二是要加强农业物流的基础设施建设, 加快农业生产、加工等基础设施的数字化改造, 推广数字化智能化分拣设备的应用。大力推进大数据、物联网、云计算、人工智能、5G 等现代信息技术对冷链物流进行全过程、全环节、全场景的应用, 推动我国冷链物流设施的数字化转型与智能化升级。为促进农产品的标准化、规模化、品牌化, 建立农产品的综合服务平台, 促进农产品的生产与销售的高品质对接, 使农产品的价格更高。通过对冷库、冷藏运输车等冷链物流资源进行整合与优化配置, 建立“产品 + 冷链资源 + 服务”的信息平台[8], 提升冷链物流资源的综合利用效率, 为农产品从产地到消费提供全过程的可追溯性。三是要健全城乡电子商务与智能物流配送体系, 推动农村三级快递物流共享配送模式的发展, 使整个乡村三级物流系统的全过程、全要素资源的数字化程度得到提高。

4.3. 加强商贸流通业“线上 + 线下”融合发展

在乡村振兴战略不断深化的背景下, 商贸流通业应该充分利用农村电商产业的聚集优势, 促进线上和线下的结合, 促进电子商务和商贸流通行业的相互结合, 从而提高企业的现代化发展水平[13]。通过搭建电子商务和流通行业的信息交换平台, 实现企业间的协同发展, 制定出相应的发展目标, 物流企业要不断地借鉴电子商务的运作方式, 对其生产和运营过程进行优化, 促进各种资源的有效分配。与此同时, 流通企业要将线上和线下的相关商品和技术资源进行有机的融合, 把线上的商品陈列和线下的功能体验有机地融合在一起, 给顾客提供全方位的服务, 推动消费服务的场景更加个性化和多元化, 满足人们的各种消费需要。与以上措施相结合, 以乡村振兴战略为突破口, 流通企业在政府的帮助下, 持续与电商公司一起向农村地区延伸, 建立起“线上 + 线下”的融合发展方式, 加速其现代化转型。

4.4. 培养农村电子商务人才

数字乡村建设有利于城乡商贸流通一体化的融合, 农村电商发展进一步加快了数字乡村建设对城乡商贸流通一体化融合发展的进程[14]。为了更快促进电商发展, 要积极按照“政府引导、市场运作、专业培养”的原则, 支持各地加强农村电子商务人才培养。开展农民电商实用技能培训, 通过课堂教学、实地参观、实训操作等方式, 提升农民运用电子商务创业就业能力。充分利用中央财政支持的农民电商培训项目资源, 引导有条件的地区积极开展农民电商实用技能培训, 推动形成覆盖城乡的电子商务人才培养体系。同时, 坚持按需培训的原则, 此处的按需培训不仅是考量地区农产品电商的发展需求, 还需要考虑乡村振兴的内在要求及农民个人的成长诉求[15]。尽可能地引导本地区的有志青年和外来务工人员参与到培训中来, 并通过相应的优惠措施和政策, 将优秀的大学毕业生和电商职业经理人都吸引到乡村去, 这样就能培育出一批能够为农产品电商服务的主力队伍, 为农产品电商的发展提供坚实的人才支撑。

4.5. 推动农产品数字化品牌建设

支持乡村企业、农民合作社通过数字化手段, 创建高质量的农产品品牌, 提升农产品的附加值, 增强其在市场上的竞争能力, 推动农产品有效流转。首先, 要进一步强化互联网营销思维。各地区各部门要积极培育特色优势产业, 打造区域品牌, 统一向线上拓展销售渠道。要根据不同地区和产品的特点, 科学划分用户画像, 按照用户消费习惯, 制定差异化营销策略, 通过直播等方式进行精准营销[15]。要运

用区块链技术对企业、商户、个体进行一站式订单管理服务。其次,综合运用传感器、图像识别、物联网等技术,实现对环境及农作物生长状况的实时监控,并结合气象、水文等数据,采用大数据、云计算等技术,获取最优种植模式,并在此基础上对不同品种的种植方式进行查询,实现本地区同类作物的标准化种植。利用大数据分析当地农产品的结构特点和市场需求,整合当地农产品的种植品种,建立长期的销售网络,保证农产品的销路,避免产品滞销。

5. 结论

农村商贸流通领域是国家实施乡村振兴战略的重要抓手,更是促进城乡融合发展的重要举措。通过加强农村信息化基础设施建设、培养农村电子商务人才、推动农产品数字化品牌建设等路径,可以有效提高农村商贸流通效率,促进农村经济的发展。政府、企业和社会各方应共同努力,推动数字赋能在农村商贸流通领域的广泛应用,为实现乡村振兴战略目标贡献力量。

参考文献

- [1] 中共中央 国务院印发《数字中国建设整体布局规划》[J]. 新理财, 2023(4): 18.
- [2] 刘辉, 李雪薇. 商贸流通数字化赋能乡村产业振兴: 作用机制与实证检验[J]. 商业经济研究, 2023(11): 112-115.
- [3] 冯朝睿. 乡村数字化建设赋能农业高质量发展: 理论框架、实现机制与推进策略[J]. 改革与战略, 2023, 39(6): 1-12.
- [4] 叶悦青, 王东. 数字经济赋能区域商贸流通业发展效率提升的作用机制——基于浙江省的经验[J]. 商业经济研究, 2021(14): 18-22.
- [5] 姜文辉, 何雪涵. 数字经济下商贸流通业效率提升的路径分析[J]. 内蒙古民族大学学报(社会科学版), 2022, 48(3): 69-75.
- [6] 黄焕汉, 陈美兰. 数字乡村建设赋能乡村振兴: 内在机理、现实困境与推进策略——基于广西平南县的实践[J]. 沿海企业与科技, 2023, 28(6): 95-104.
- [7] 蒋洪杰, 欧阳曦. 《中国数字乡村发展报告(2022年)》发布[J]. 乡村科技, 2023, 14(4): 2.
- [8] 张晓林. 乡村振兴战略下数字赋能农村流通创新发展机理与路径[J]. 当代经济管理, 2024, 46(4): 47-53.
- [9] 曹丁凡. 乡村振兴战略下农产品电商平台与农村物流业的协同发展路径研究[J]. 中国商论, 2023(24): 119-122.
- [10] 康美. 数字经济赋能乡村振兴: 困境与进路[J]. 农村实用技术, 2023(12): 51-53.
- [11] 王唤欢. 构建数字化商贸流通业的策略研究[J]. 营销界, 2022(17): 62-64.
- [12] 杨水根, 王吉. 流通数字化赋能乡村产业振兴的机理与效应[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2023, 22(2): 1-14.
- [13] 姜万兰, 张若男. 农村电商产业集聚对流通业现代化的驱动效应[J]. 商业经济研究, 2023(21): 22-25.
- [14] 严敏, 嵇正龙. 数字乡村建设对城乡商贸流通一体化融合发展赋能效应检验——以农村电商发展为中介变量[J]. 商业经济研究, 2022(24): 105-108.
- [15] 陆郑义. 乡村振兴战略实施中农产品电商发展路径探究[J]. 中国集体经济, 2024(2): 112-115.