

“数商兴农”背景下我国农村电商发展研究

沈一雯

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年6月26日; 录用日期: 2024年7月10日; 发布日期: 2024年8月15日

摘要

自2022年中央一号文件发布, 提出实施“数商兴农”工程后, 农村电商高速发展, 从各方面改善了农民的生活水平, 增加农民收入, 促进农村经济发展。本文先是从我国农村电商发展现状出发, 分析当前我国农村电商已经取得的一些成效, 比如农村零售额规模扩大、物流体系得到初步建立, 得益于国家政策的大力扶持, 然后阐述目前存在的农村电商人才缺乏专业人才、农村现代化设施建设不全面、农村电商品牌建设不够、农村电商区域发展不平衡等问题, 最后提出加强培养农村电商人才队伍建设、推进农村现代化设施建设、重视农村电商品牌建设、协调农村电商区域发展矛盾等一些针对性的突破路径。

关键词

数商兴农, 农村电商, 发展研究

Research on the Development of Rural E-Commerce in China under the Background of “Promoting Agriculture through Digital Commerce”

Yiwen Shen

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 26th, 2024; accepted: Jul. 10th, 2024; published: Aug. 15th, 2024

Abstract

Since the issuance of the No. 1 Central Document in 2022, which proposed the implementation of the “Promoting Agriculture through Digital Commerce” project, rural e-commerce has developed rapidly, improving farmers’ living standards in various aspects, increasing their income, and promoting rural economic development. This paper begins by examining the current status of ru-

文章引用: 沈一雯. “数商兴农”背景下我国农村电商发展研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 7213-7218.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133888

ral e-commerce development in China, analyzing some of the achievements already made, such as the expansion of rural retail sales and the initial establishment of a logistics system, which are attributed to the strong support of national policies. It then delves into the existing issues in rural e-commerce, including a lack of specialized talent, incomplete rural modernization infrastructure, insufficient branding of rural e-commerce, and unbalanced regional development. Finally, the paper proposes targeted breakthrough paths, including strengthening the cultivation of rural e-commerce talent, advancing the construction of rural modernization facilities, emphasizing rural e-commerce branding, and coordinating regional development contradictions in rural e-commerce.

Keywords

Promoting Agriculture through Digital Commerce, Rural E-Commerce, Development Studies

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

“数商兴农”是新时期加快适应数字经济形态，推动乡村产业数字化转型的重要工程，有丰富的含义。数字商务是数字经济时代商务发展的新趋势，也是乡村振兴、实现共同富裕的重要路径，更是电子商务行业的生存模式与发展策略。农村电商近几年的快速发展对助力农村经济具有重大意义，增加居民收入，极大地提高了农村居民的生活水平，改变了他们的生活方式。与此同时，农村电商在快速发展的过程中也暴露出一些问题，本文在“数商兴农”的大背景下，对我国农村电商的发展进行研究。

2. 我国农村电商发展现状

2.1. 国家政策大力扶持

2015 年中央一号文件即提出“农村电子商务”一词，并确定了农村电商示范工程。自 2018 年中央一号文件首次提出实施数字乡村战略后，党中央、国务院对“数商兴农”基本是年年有规划、岁岁新布局。2019 年，国务院办公厅印发了《关于促进农村电子商务全面发展的指导意见》，2022 年“中央一号”文件发布，文件中将“聚焦产业促进乡村发展”作为重点工作，并提出“实施‘数商兴农’工程”这一具体举措[1]。这是继 2021 年商务部提出实施“数商兴农”工程后，“数商兴农”首次出现在一号文件中。2023 年中央一号文件对推动乡村产业高质量发展提出了四大要求。鼓励多种经营模式并行，比如定制生产，这种模式可以减少生产浪费，按需生产；还有农产品电商直采模式，农村电商经营者直接去农产品生产源头基地与农产品生产者建立直接的产销联系，建设农副产品直播电商基地。要将“互联网+”农产品与“数商兴农”协调发展是中央一号文件中着重强调的，这有助于促进乡村新产业新业态发展。

由此可见，我国在最近十年都发布了很多有利农村电商发展的政策，这也是我国农村电商发展取得现在成果的重要原因。

2.2. 农村电商物流体系初步建立

我国一直秉持“要致富先修路”的理念，大力建设物流基础设施，尤其是公路、铁路、航空交通基础设施建设。在政策扶持方面，中央一号文件多次提到农村电商物流的问题，计划在 2022 年底实施“快递进村”工程。除此之外，各大物流公司和知名电商平台也共同推进农村电商物流方面的问题，建设农

村电商物流网络，最大限度的满足农村地区物流需求。比较有名的就是京东商城物流，京东作为知名电商平台于 2004 年涉足电子商务领域，其业务规模的扩大与快速发展一个重要原因就是它拥有强大的物流体系，京东在全国重要区域采用自营物流模式，对人口密度不高的三四线城市及偏远地区等自建物流无法送达的地方选择跟第三方物流公司合作，很大程度上解决了农村地区物流覆盖不到的问题。

2.3. 农村电商零售规模扩大

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2022 年我国网上零售额达到 13.8 万亿元，农村地区网络零售额为 2.55 万亿元，其中农产品网络零售额为 6324 亿元。较 2021 年同期增长约 9% [2]。

据国家统计局 2023 年上半年的数据显示：分城乡市场看，上半年，城镇消费品零售额 197,532 亿元，同比增长 8.1%；乡村消费品零售额 30,056 亿元，增长 8.4%，乡村市场销售恢复快于城镇。分季度看，二季度，城镇、乡村消费品零售额同比分别增长 10.7%和 10.8%，增速分别比一季度加快 5 和 4.6 个百分点[3]。农村电商加快发展，平台监测大数据显示，“618”期间，农村地区网络零售额同比增速比全部网络零售额高 2.8 个百分点。

从趋势上来看，根据电子商务研究中心监测数据显示，2015 年至 2023 年，我国农村电商零售额从 0.35 万亿增至 2.49 万亿，由此可见，农村电商零售额占比是逐年提升的，但是同城镇零售额比还有一定差距，这也就意味着农村电商存在着巨大的发展空间。

2.4. 农村电商可利用资源丰富

农村电商发展中最具代表性的就是农产品，我国幅员辽阔的土地，各种类型的气候，为种植各种各样的农副产品提供了得天独厚的条件。每个地区都拥有独特的农产品，比如东北地区黑土地多，生产的大米粒粒饱满；新疆地区昼夜温差大，种植的水果香甜可口；云南省地处茶科植物黄金带，低纬度高海拔，造就了优质的茶叶。这些不同地区的各类农产品可以满足消费者多样的需求，农村电商将多类产品引进消费市场，可以最大程度的让产品在市场上流通，促进经济发展。

3. “数商兴农”背景下我国农村电商现实困境

3.1. 农村电商缺乏专业人才

2020 年，中国农业大学智慧电商研究院发布《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》详细分析政府、企业在推动中国农村电商人才发展中的重要作用，并对未来农产品上行电商人才需求作出预估，2025 年缺口为 350 万人。电子商务发展需要多个行业的人才共同推进，在农村地区电商人才主要分为运营推广人员、美工设计人员、电商客服和物流仓储管理人员等几类人才，农村电商发展过程中，出现很多团队中一人身兼数职的情况。

在农村地区的教育资源本来就相对落后，缺乏针对电商行业的针对性教育。高等院校虽然大部分学校开设了电子商务专业，但在学习的过程中很多时间是停留在书本知识，缺乏实践经验，加上农村地区交通、环境、机遇、政策等方面不如城镇，这就造成大部分大学生从相关专业毕业之后选择在电商发展较为成熟的地区工作，人才不流向农村地区[4]。而农村地区现有的电商人员很多没有经过专业知识训练，电子商务发展速度非常快，这就需要电商人才不停地接受新的知识和技能。农村电商专业人才缺乏是制约农村电商发展的一个亟待解决的重要问题。

3.2. 农村电商现代化设施建设不全面

第一，物流基础设施建设不全面。尽管我国已经在大力发展交通建设，但在冷链物流基础设施建设

方面还有一定的发展空间。在国家政策的大力支持下,中央历年“一号”文件中多次提及冷链物流,2019年7月中央政治局会议明确提出“实施城乡冷链物流设施建设工程”的建议;2021年中央提出“打造50个全国田头仓储冷链试点”等要求。虽然冷链设施建设已经在努力追赶发达国家,但是还存在明显不足,在冷链设施总量方面,中国的人均冷藏车保有量和人均冷库总量仅为日本和美国的10%,这跟我国人口基数大有很大的关系。农村居民的冷链物流需求是呈上升趋势的,冷链运输过程中出现设施的结构不均衡的问题,保鲜环节在冷链运输过程中的重视程度没有储存和运输环节高,保鲜车所占比重不大[5]。

第二,网络基础设施建设不全面。据《CNNIC:第53次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,较2022年12月增长2480万人;互联网普及率达77.5%,较2022年12月提升1.9个百分点。截至2023年12月,我国农村网民规模达3.26亿人,占网民整体的29.8%。截止2023年12月,我国农村地区互联网普及率为66.5%,较2022年12月提升4.6个百分点。不管是从普及率还是网民规模来看,农村地区与城镇地区还存在着很大差距,容易造成农村和城镇信息不对称,阻碍经济发展,未来建设需要多多推进这两方面发展。

3.3. 农村电商发展的品牌建设不够

如今的消费者面对琳琅满目的产品,拥有自己的购买原则,因此要想在庞大的消费市场中占有一席之地,就必须具有产品特色,做好品牌建设;对现有农村电商品牌做好品牌保护,发挥农村电商产品品牌优势。这也是现如今农村电商发展中容易被经营者忽视的部分,大部分的农村电商经营者只会单纯地关注产品的生产加工和销售,不在意品牌效应。加上品牌建设需要大量的人力物力和财力,这就导致农村电商品牌建设发展止步不前。

在品牌建设方面,以黑龙江省五常市农村电商发展为例。五常大米在全国都很出名,五常市政府与阿里合作,在天猫平台上架了172个“五常大米”相关单品,销售额位居同行业榜首。作为五常市的招牌产品“五常大米”,品牌建设相对来说,已经比绝大多数农村电商品牌的建设都要成熟,尽管如此,学者杨欣在实地调研过程中依然发现了市场上五常大米以假乱真、以次充好的情况发生。除此之外,大米品牌众多,消费者不能辨别真伪,无法购买到保质保真的五常大米也是真实发生的事情,很多消费者认为五常大米品牌同质化严重、产品辨识度不高,这些都会影响五常市农村电商品牌化建设[6]。总的来说,农村电商品牌化建设的道路任重道远,任务艰巨,需要更多人携手共进,共同奋斗。

3.4. 农村电商区域发展不平衡

根据中国国际电子商务中心发布的《中国农村电子商务发展报告(2021~2022)》,在2021年东部地区是我国农村电商的主体市场,东部、中部、西部和东北地区农村网络零售额分别占全国农村网络零售额的78.7%、13%、6.5%和1.8%,同比增速分别为10.8%、15.1%、9.4%和12.5%。其中浙江省农村电商一直都在前列,这与当地电商发展环境优越、政策支持、人才众多脱不开关系。据阿里研究院调查研究发现,2022年中国淘宝村数量有九成在东部地区,浙江、广东、山东淘宝村数量位列前三,浙江省以2525个淘宝村遥遥领先。

造成农村电商区域发展不平衡的原因有很多,西部地区地理位置等一些自然条件约束,加上交通不便、人才不多等现实因素,共同造就了区域发展不平衡的现状。总之,农村电商区域发展不平衡的问题要给予重视。

4. “数商兴农”背景下我国农村电商突破路径

4.1. 加强农村电商人才队伍建设

首先,要将电商人才的培养重心放在本地人身上,政府牵头,通过继续教育或者机构培训等方式来

提高当地电商从业人员的知识素养和技能，这可以形成农村电商人才的基础力量。当地政府应积极发布相关政策鼓励当地大学生返乡创业，给予创业补贴和人才补贴，吸引外地优秀大学生下乡创业。其次，优秀企业和投资人可以发挥积极作用，为广大农村青年提供更多的实习机会，让他们多多参与到农村电商实践中，帮助他们获得一定的社会经验和技能。最后，高等院校在培养电商人才的过程中，要多多举办宣传讲座，向学生们普及农村电商的未来潜力和可行性，鼓励他们毕业后可以考虑到农村进行电商创业。

总之，农村电商人才队伍建设需要多方配合，政府、社会、高校三方共同努力，为农村电商发展添砖加瓦。

4.2. 推进农村电商现代化设施建设

第一，在物流基础设施建设方面。大力发展冷链运输建设，冷链运输设施建设得益于很多建设主体，需要投入大量人力物力和财力，因此应加大扶持物流企业、农业经营者等一些建设主体，向他们发放财政补贴从而降低冷链设施建设成本，提高建设主体参与积极性，鼓励他们新建冷链设施，同时对已经存在的冷链设备进行资源整合。除了冷链建设外，形成完善的农村商物流体系是关键。目前还有一些偏远地区的道路条件不够好，要改善这部分地区的公路和桥梁条件，确保农村电商产品可以进村进城双向流通。

第二，在网络基础设施建设方面。在 5 月 21 日，中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部联合印发《2024 年数字乡村发展工作要点》。其明确了工作目标：到 2024 年底，数字乡村建设取得实质性进展。农村宽带接入用户数超过 2 亿，农村地区互联网普及率提升 2 个百分点。未来要提升农村网络基础设施供给能力，加大农村基础设施改造升级力度，加快推进涉农数据资源集成共享。当农村网络基础设施得到改善之后，可以推广智能化技术，这样可以减少人才资源浪费，缩短时间成本，提高产品流通效率，优化配送路径。如果农村网络基础设施得不到尽快完善的话，加上一部分的农村地区线上支付覆盖率不高，限制了消费者的支付方式选择，从而影响了电商交易的顺畅进行，阻碍农村电商发展。

通过加强农村电商现代化设施建设，农村电商企业可以更好地与消费者沟通，让 B2C 模式发挥最大作用，提高更加便利、快捷的购物服务，以此达到推动农村电商发展的目的。

4.3. 重视农村电商品牌建设

首先，不管是政府还是农村电商经营者都要重视品牌建设，加大品牌建设的人力物力和财力投入，朝着农村电商船业集群方向发展。其次，从农村电商经营者自身角度，要加强农村电商产品的外包装设计，确保产品在市场中有独特不可替代性。好看有内涵的包装可以提高产品在市场中的辨识度，从而吸引更多消费者。深挖产品的地域特色和估计，传递品牌故事，拉近与消费者的距离。充分利用新媒体各个平台，除了要保证自身产品质量外，要做好宣传工作。精准找到产品自身优势，通过微信、小红书、抖音等平台，搞好品牌运营，提高品牌知名度。最后，加强品牌意识宣传教育。要想搞好品牌建设，要让农民群众和农村电商经营者从根本上认识到品牌对于农产品的重要意义，对于农村电商发展也有助力。

4.4. 协调农村电商区域发展不平衡矛盾

国家要优先发挥政策引导作用，对农村电商发展相对薄弱的中西部地区加大政策支持，优化税收政策、财政补贴政策，尽可能的在资金方面帮助中西部地区农村电商发展。中央网信办、农业农村部、国家发展改革委等十个部门印发《数字乡村发展行动计划(2022~2025 年)》，其中要求巩固拓展脱贫攻坚成果、做好网络帮扶与数字乡村建设有效衔接。在这个计划中提到了要做好网络帮扶，引导电商、快递、

物流企业向中西部农村地区发展。东部农村电商发展好的地区可以定点帮扶中西部地区，实行“一对一帮扶”，向他们传授农村电商发展的知识和技能，实现合作发展，共同进步。

5. 结语

综上所述，在数商兴农大的背景下，推动农村电商的快速发展也是助力乡村振兴、农村经济的关键。而农村电商能够长久发展得益于国家政府的政策支持、物流体系的初步建立，以及网络高速发展带来的便利。然而，在农村电商发展中也存在农村电商缺乏专业人才、现代化设施建设不全面、品牌建设不够、区域发展不平衡等问题。针对这些问题，政府和社会各方要积极寻求突破路径，加强农村电商人才建设，推进农村电商现代化设施建设、重视农村电商品牌建设、协调农村电商区域发展矛盾。

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 中共中央国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/2022-02/22/content_5675035.htm, 2024-05-20.
- [2] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第 51 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2023/0303/c88-10757.html>, 2024-05-21.
- [3] 董礼华. 董礼华: 上半年消费市场较快恢复[EB/OL]. https://www.stats.gov.cn/sj/sjld/202307/t20230718_1941319.html, 2024-05-23.
- [4] 刘露. 数商兴农背景下中国农村电商发展研究[J]. 物流工程与管理, 2024, 46(5): 56-59.
- [5] 伍景琼, 杨敏, 巴雪琴. 乡村振兴背景下农产品冷链物流基础设施建设路径研究[J]. 江苏商论, 2024(1): 39-43.
- [6] 杨欣. 乡村振兴背景下五常市农村电商发展路径研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2024.