

我国农村电商发展困境与优化路径

梁银香

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月9日; 录用日期: 2024年7月4日; 发布日期: 2024年8月19日

摘要

农村电商产业为乡村振兴创造了新动力。为深入贯彻落实乡村振兴战略,提升农村经济发展韧性,进一步缩小城乡差距,积极探索符合我国农村经济的发展模式,更好地指导农村产业数字化发展。文章在交代我国农村电子商务进入高质量发展阶段的基础上,分析了农村电子商务发展的意义,梳理了农村电子商务的整体发展现状,指出发展过程中面临的困境和问题,提出了相应的优化路径和策略。主要贡献在于,提出较为明晰的分析框架和优化路径,为我国偏远农村地区培育电商产业,实现乡村振兴目标提供经验借鉴。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 优化路径

The Dilemma and Optimization Paths of China's Rural E-Commerce Development

Yinxiang Liang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 9th, 2024; accepted: Jul. 4th, 2024; published: Aug. 19th, 2024

Abstract

Rural e-commerce industry has created a new impetus for rural revitalization. In order to thoroughly implement the rural revitalization strategy, enhance the resilience of rural economic development, and further narrow the gap between urban and rural areas, we should actively explore the development model that is in line with China's rural economy, and better guide the digital development of rural industries. Based on accounting for China's rural e-commerce into a high-quality development stage, the paper analyzes the significance of the development of rural e-commerce, sorts out the overall development status of rural e-commerce, points out the difficulties and prob-

lems faced in the development process, and puts forward the corresponding optimization paths and strategies. The main contributions are to put forward a clearer analysis framework and optimization paths, to provide experiences for cultivating e-commerce industry in remote rural areas of China, and to achieve the goal of rural revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Optimized Paths

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/>



1. 引言

我国农村由于网络等基础设施落后，长期错过互联网产业发展的时机，产业发展、人均收入和人才等资源上远远落后于城市。作为互联网的产物，电子商务是我国数字经济的重要源头。习近平总书记2020年4月在陕西考察脱贫攻坚工作时表示“电商作为新兴业态，既可以推销农副产品、帮助群众脱贫致富，又可以推动乡村振兴，是大有可为的”[1]。2023年的中央一号文件再次强调了深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励务工青年返乡创业，自此我国农村电商迈入了高质量发展时期。因此，在新时期里，如何帮助农民开展电商创业活动，促进乡村产业发展，成为了当下亟需探讨和解决的关键现实及学术理论课题。

通过归纳我国农村电子商务发展存在的疑难困惑，以为电商创业赋能乡村产业振兴提供建议。

2. 农村电商发展的意义

2.1. 推动乡村产业优化发展

借助数字经济的蓬勃发展与大数据技术的广泛应用，信息得以以前所未有的速度迅速传播，农村电子商务极大提高了农村产业生产能力的上限，实现产业结构的重组和优化，并推动了现代农业体系的整体重构。一是促进商业体系的形成。借助互联网平台，商家和消费者可以进行有效沟通，进而通过大数据描绘出消费者的消费画像，以此掌握消费者的购买喜好，从而反向影响了商家的生产行为。为迎合消费者偏好，商家需要提高产品质量，因此促进农产品生产领域的产业结构升级。二是形成生产环节的分工。随着商业模式的成熟，农村电商产业逐渐形成了以生产、包装、销售、配送等主要服务行业。例如，农村电商博主在实现了稳定的直播带货市场以后，将逐步和农户建立帮扶与合作关系。电商主播主要负责线上推广提高销量，而当地农户则形成多种产品的生产分工，确保货源及时供应。

2.2. 拓宽销路，实现农民增收

从农业生产现状来看，我国尚未建立健全完善的农村产品流通体系，农产品流通的主要问题仍没有得到完全解决，更谈不上实现农产品流通体系对各个生产环节的有效引导。然而，农村电商产业的高质量发展可以解决以往农产品流通受阻等问题。电子商务能破解乡镇农副产品的产销困境。一是在商品交易过程中，数字网络的存在能够充分发挥农户主观能动性，为农产品跨区域流通运输提供有效支撑。二是经营模式多样化。电商创业企业通过外销订单式的模式与学校和企事业单位等建立合作关系，通过采购村民的农特产品来提高销量，从而增加农民的收入。三是随着青年返乡电商创业的推动，商文旅融合

发展为留守乡村的传统农户带来了新的商机和增收渠道。

2.3. 提供就业岗位，吸引务工青年返乡创业

电子商务的发展创造了大量岗位，包括物流、电商培训、网页设计等。电商创业企业为农户提供了“在家就业”的机会，同时提供了“在家创业”的典范。随着农村经济韧性的发展，吸引了大批返乡人员回乡就业或创业，使农村向城市的流动人口减少。尤其以淘宝村作为典型的农村电商创业模式，不仅提高了农村就业率、增加农民经济收入，同时具有维持社会稳定的重要促进作用。

2.4. 促进社会融合发展

农村电商创业主要在生活质量和福祉两方面促进农村社会融合发展。一是生活质量。农村劳动力回流意味着农村留守老人及儿童的状况得到改善，电子商务进村通过就业、创业等经济活动提供了可持续的物质保障，进而改善了生活质量。二是社会福祉。Steiner 和 Atterton (2015) [2]认为农村创业企业除了谋求自身利益外，同时也关注当地的社会福祉。例如，农民子弟迁入创立的德勒生物企业在西藏那曲每年资助 600 个家困生。湘滇电商企业，则通过优先采购家庭贫困农户的农产品，体现了创业企业对当地社会福祉的反哺作用[3]。

3. 农村电子商务发展现状

经过十几年的发展，我国农村电子商务总体上取得了比较明显的成就，且初具规模。各大电子商务平台纷纷加快布局农村地区，使得百姓们熟练地使用淘宝、美团、拼多多等网络应用进行购物，农村电子商务逐步实现多元化发展。

根据商务大数据检测显示，“十四五”时期，我国农村电商整体实现跨越式发展。一是农村网络零售额。2023 年我国的农村网络零售额达到了 2.49 万亿元，占全国网络零售额的 16.17%。2024 年全国农村网络零售额仅前半年就已增长了 9.4%。二是农产品网络零售额。农产品网络零售额展现了农副产品的经济附加价值，其在农村电子商务的发展中虽然占比小，但是发展潜力巨大。2023 年全国农产品网络零售额为 5870.3 亿元，其中休闲食品、滋补食品和粮油分别以 17.1%、13.3% 和 13.3% 的比例位居前三。三是农村的快递物流状况。近年来我国农村的物流网络日趋完善，邮政营业网点与各大快递公司共同配送，实现客货邮融合。据国家邮政局统计，2023 年我国设立的村级寄递物流综合服务站共有 36.5 万处，大大释放了农村快递市场的潜力。仅 2023 年就创下了业务量超千万件的“邮政快递业服务现代农业金牌项目”共 143 个以及 17 个业务量超过 200 万件的“邮政快递业服务现代农业典型县级项目”。四是淘宝村数量。淘宝村对促进农民就业提高经济收入和维持社会稳定具有重要作用。2022 年，全国涌现了 7780 个淘宝村，2429 个淘宝镇，自 2009 年仅有的 3 个淘宝村，如今，淘宝村已遍布全国 28 个省市和地区。五是农村网络状况。事实证明，互联网的接入，使村民有机会参与到电子商务行业，农村网民规模的增加将促进网店和淘宝村的数量上升。根据《中国互联网络发展状况统计报告》第 53 次统计，截至 2023 年 12 月，我国农村网民规模为 3.26 亿，全国互联网普及率为 77.5%，各行政村基本实现与城市同网同速。

4. 农村电商发展困境

4.1. 缺乏品牌竞争意识，农产品宣传不佳

我国农村虽然有优质农产品，但是农产品的标准化程度不高，电商创业往往受限于乡土资源，在农业资源丰富的地区以特色农产品为主，而在农业资源较为匮乏的地区则以传统乡村手工业的初级加工产品为主，产品附加值低。且农业总体创新研发水平较低，农产品同质化普遍存在，农产品分级不严，品控较差。其次，我国农村电子商务缺乏知名本土特色农产品品牌的引领，导致电商平台上的农产品销售

虽然竞争激烈，但竞争力却不高。而消费者在选择时更倾向于品类多元且属于知名品牌的农产品。

4.2. 电商基础设施短板明显，供应链水平落后

由于金融体系构建不完善等问题，电子商务行业具体运营和发展的投资成本较高，制约了电子商务行业在农村地区的顺利运行和发展。虽然国内的行政村实现了“县县通 5G、村村通宽带”，但是到 2022 年底，整体的农村互联网普及率仅为 61.9%，远远达不到全覆盖。这必然会影响农村地区获取网络信息的能力，进而限制了农村电商产业的长效发展。

除此之外，我国农村电商产业整体在包装、冷链、物流、仓储等管理体系不够健全，导致农产品供货不稳定。加之农产品具有易腐性，在运输过程中对于物流的要求更加严格，客观上增加了物流运输的难度和成本。事实上，我国流通企业在发展业务时，一般都会基于交通运输条件。在地理布局上，优先布局在各级城市，导致农村的物流设施网点不足，尤其是冷链物流较为滞后，快递成本高。

4.3. 产业融合意识缺乏

我国农村各商业、资源以及相关创业主体较为分散，在生产及发展过程中的共享水平等聚合能力较低，导致整体上联农带农效益不高。主要表现为电商服务业的服务商数量和水平较低，无法满足该行业发展需要，整体发展较为滞后。其次，区域内主体对于农村电商创业主要强调外部帮扶和内生驱动，对促进农村融合发展的认识不够，未能充分整合有效资源。

4.4. 复合型电商人才不足，创业意愿不高

结合有关数据分析，我国未来几年电子商务人才存在百万左右的需求缺口[4]，尤其是既熟悉信息技术又懂经营管理的专业复合型人才，主要表现为农村电商人才难找难留成本高。城乡之间形成新的“数字鸿沟”，将制约农村电商发展。现已返乡或有意返乡进行电商创业的务工青年当中，大多人的创业经验少，在电商创业方面的专业技术或管理经验几乎为零。其次，电商创业技能培养应与外部资源环境、市场消费需求、数字信息技术提升的过程同步，但当前电商培养体系的运作过程不规范，加之师资在专业和实践上的双重要求，使得农村电商创业人才培养体系无法满足实际变革需要。此外由于环境使然，大部分农村居民思想较保守和落后，风险承受能力和意愿不高，且部分农村地区的电商创业企业因整体电商发展生态差，难以生存和发展，使其对电子商务较为抵触，电商创业意愿不高。

5. 政策建议

5.1. 打造优质品牌，推广直播带货

首先，应提高农产品质量标准，规范农业电商系列活动，树立明确的农村产品品牌形象，增加消费者对农村电商的信任。其次，应紧跟市场需求，电商创业企业应发展农产品加工业并丰富农副产品种类以提升附加值。再次，通过创建品牌、明确标准、提高质量等途径，逐步建立并推出绿色认证产品及建立绿色认证品牌体系，为农产品销售开辟新的市场。最后，引入媒体扩大宣传。新冠疫情以来，我国的直播带货模式空前绝后，为农村电子商务带来契机。然而，绝大部分农村居民不会利用自媒体等网络平台，只能实现电商下沉却难实现农产品上行。因此，当地政府及电商企业应重视公众号运营及网红培育，进行直播带货的同时注重社群文化营销。

5.2. 完善基础设施，推进供应链体系数字化

首先，需要成立电子商务创业基地。该基地可以为入驻的电子商务创业企业提供配套齐全的办公设施、经营手续服务、技能战略指导、经营管理咨询和创业培训等服务，为经营能力薄弱的农村电子

商务企业输血变造血。其次，大力推进数商兴农，建立产地仓。产地仓能够为创业企业统一备货和集中发货，并提供分拣包装、检验检疫、仓储物流等服务，能最大程度上实现降低农村电商企业物流成本的同时提高物流效率。部分产地仓还提供增值服务项目，比如电商直播培训孵化、品质溯源和一件代发等[5]。再次，加快冷链物流系统建设，保证农产品的质量，实现企业效益；而其数字化分选线能助力品牌打造，大大促进农产品向农商品的转型。最后，提高网络基础设施的全覆盖率，加快乡村 5G 建设和网络建设。

5.3. 与乡村振兴融合发展

我国农村电商 B2C 的发展模式大大推动了脱贫攻坚进程，在当前巩固脱贫攻坚成果和乡村振兴协同的新发展阶段中，应当向 B2B 的发展模式转型。作为农业产业数字化的核心环节，农村电商 B2B 的发展将成为转型升级的重要方向。其次，加速乡村一二三产业的融合[6]。通过小程序电商、社区团购等与线下实体商业融合，建立旅游 + 娱乐等农民生活服务场景，推动乡村旅游的发展。最后，培育淘宝村。推动农村个体创业活动地区集聚化，完善农村电商行业生态系统。

5.4. 提升农村创业者的创业意愿与创业能力

首先要提高农村创业者的创业意愿。能力主要通过外部的技术赋能，而创业意愿则主要从内部转变本土创业者的思想。可以通过大力宣传企业创业文化及首位创业者的故事来激励所有充满热情、有理想和有能力在农村这片热土创业致富[7]。同时多方面致力于提高和培育农村创业者的电商创业能力，通过引进外面优质的电商人才，由电商协会组织，对本土创业者进行实操培训。授人以鱼不如授人以渔，通过培育本地电商网红主播团队和进一步挖掘本土电商人才，使联动帮扶变成自主发展。此外，在促进乡村建设、联系和带动村民发展和振兴乡村产业的事业中，拥有一技之长的农村电商人才无疑是主力。因此，在发展农村电商产业时应重视人才驱动。

6. 结束语

三农问题始终是党和国家心系的重大问题，而乡村振兴则是破解该问题的关键。在乡村振兴持续推进和科技快速发展的进程中，电子商务在推动农村可持续、高质量发展，缩小城乡差距上功不可没。虽然我国农村电商迈入了高质量发展时期，但在具体的实施过程中，还存在品牌竞争意识不强、供应链水平落后、产业融合不够和电商创业人才缺乏等问题。因此，亟需采取具有针对性的解决措施，探讨出一条农村电子商务发展的优化路径，助力我国全面乡村振兴目标早日实现。

参考文献

- [1] 陶陈凯, 杨宁芳. 乡村振兴视域下农村电商发展问题与对策探究[J]. 中国商论, 2022(11): 64-66.
- [2] Steiner, A. and Atterton, J. (2015) Exploring the Contribution of Rural Enterprises to Local Resilience. *Journal of Rural Studies*, 40, 30-45. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.05.004>
- [3] 黄丽娟, 谢国杰, 郑雁玲, 等. 乡村振兴背景下农村电商创业企业促进农村韧性发展的案例研究[J]. 江西财经大学学报, 2023(5): 78-90.
- [4] 邓雨田. 立足乡村振兴战略发展农村电子商务的困境与突破[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(22): 255-258+274.
- [5] 连宏萍, 金子涵. 农村电商产业可持续发展路径探索——基于行动者网络治理视域[J]. 东岳论丛, 2023, 44(6): 95-105+191-192.
- [6] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [7] 邹立凯, 梁强, 宋丽红. 基于创业生态系统视角的农村电商创业涌现及机理研究——以中国淘宝村为例[J]. 南方经济, 2024(1): 142-158.