E-Commerce Letters 电子商务评论, 2024, 13(3), 4336-4341
Published Online August 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2024.133531

Hans汉斯

马克思流通理论视角下数字经济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3月22日；录用日期：2024年4月3日；发布日期：2024年7月24日

摘 要

农村商贸流通连接城乡生产与消费，推动农村流通体系向高质量发展。通过深入研究和解读马克思流通理论，从如何缩短流通时间和降低流通成本着手，分析数字赋能农村商贸流通所面临的数字化基础设施薄弱、物流配送不完善、电子商务人才匮乏等方面的困境。并从马克思流通理论的角度，提出了加强农村数字化基础设施建设、完善农村三级物流配送体系、提升农村要素资源流通效率以及培养电子商务人才的应对策略。

关键词

马克思流通理论，数字化，商贸流通，电子商务

Analysis on Empowering Rural Commercial Circulation with Digital Economy from the Perspective of Marx's Circulation Theory

Kefan Cao, Yanghui Liu*

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Mar. 22nd, 2024; accepted: Apr. 3rd, 2024; published: Jul. 24th, 2024

Abstract

Rural commercial circulation connects urban and rural production and consumption, and promotes the development of rural circulation system to high quality. Through in-depth study and

*通讯作者。

文章引用: 曹可凡, 刘养卉. 马克思流通理论视角下数字经济赋能农村商贸流通探析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 4336-4341. DOI: 10.12677/ecl.2024.133531

interpretation of Marx's circulation theory, from how to shorten the circulation time and reduce the circulation cost, the paper analyzes the difficulties faced by digital enabling rural commercial circulation in such aspects as weak digital infrastructure, imperfect logistics and distribution, and lack of e-commerce talents. From the perspective of Marx's circulation theory, it puts forward some countermeasures to strengthen the construction of rural digital infrastructure, improve rural three-level logistics distribution system, improve rural factor resource circulation efficiency and train e-commerce talents.

Keywords

Marx's Circulation Theory, Digitization, Commercial Circulation, Electronic 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

根据马克思主义经济学，流通是生产和消费之间的重要纽带和桥梁。马克思认为：“每个商品的形态变化系列所形成的循环，同其他商品的循环不可分割地交错在一起。这全部过程就表现为商品流通[1]。”流通包含了交换、商业和贸易。农村流通体系连接着城乡的生产和消费，推动农村流通体系高质量发展，一定能为全国统一大市场提供源源不断的动能。2020 年李克强总理主持召开国务院常委会议称，要加强农商互联农产品供应链建设，加快新型消费基础设施建设，加快农村商贸流通数字化升级。2022 年《关于支持实施县域商业建设行动的通知》指出，在条件允许的地区，要力争做到每个县都拥有综合商贸服务中心、物流配送中心等设施，使城乡消费和生产紧密结合，进一步畅通工业品下乡和农产品进城的渠道，持续增加农民收入，提高农村消费水平。高鸿燕(2023)认为数字经济作为扩大内需的强劲引擎，可重塑消费生态、精准匹配供需端，快速释放农村消费潜能。他提出要建设农村数字基础设施，打造城乡商贸流通体系，全面激发农村居民消费活力和筑牢扩大内需战略支点[2]。上创利，王悦(2022)建议通过强化农产品数字流通体系建设、加强流通基础设施建设、加大农村市场监管程度等对策来构建科学合理的城乡双向商贸流通体系[3]。严敏，嵇正龙(2022)通过数据研究发现数字化农村建设有利于城乡商贸流通一体化发展融合，作为中介的农村电商发展加速了数字化农村建设对城乡商贸流通一体化融合的进程，并提出了推动数字乡村建设、紧抓农村电商、增加农村居民收入等建议[4]。张晓林(2024)认为数字赋能是驱动农村流通高质量发展的重要路径，要通过加强数字化建设、完善流通基础设施建设、加强数字化流通环境等措施推进农村流通数字化转型发展[5]。

2. 理论基础

2.1. 马克思流通理论的核心概念

马克思在深入研究社会经济运行、致力于揭露资本主义剥削秘密的过程中，对流通问题展开了深度剖析，从而形成了流通理论。这一理论的内容在《资本论》中也得到了全面体现。马克思深入剖析并阐明了流通在社会生产过程中的重要性和关键地位。他将流通精准地定义为“交换的一定要素，或者也是从交换总体上看的交换”。马克思进一步精细地将交换总体划分成四种形式，不仅明确地界定了广义流通和狭义流通的不同，还确切地界定了流通在社会生产总过程中的特殊地位。在对流通的一

般规定性有了深刻认识的前提下，马克思更进一步深入探讨了资本主义流通的独特规定性。马克思还详细研究了实物流通和价值形态的流通(特别是剩余价值流通)两大部类之间的流通及其实现，以及流通时间、流通费用、流通特点、如何提高流通效率的途径等，如果能将其科学、合理地应用到我国农产品的生产、加工、销售等各个环节，那么不仅能有力地推动我国农产品的生产，还可以进一步提升农产品在市场中的流通效率。

2.2. 流通时间和流通费用对经济的影响

马克思认为，流通时间和流通费用会对经济产生重要影响。较长的流通时间和较高的流通费用会降低生产效率，增加生产成本，从而影响经济的发展。流通时间是商品从生产者到消费者手中所需的时间。它包括商品在运输、储存、销售等环节所花费的时间。流通时间的长短会影响商品的销售速度和资金的周转效率。流通费用则是在商品流通过程中所耗费的成本，例如运输费用、仓储费用、销售费用等。这些费用会增加商品的成本，影响商品的价格和生产者的利润。可以通过优化物流配送方式、提高仓储管理效率等方式，减少货物的运输时间和仓储成本，从而降低流通费用；线上购物的发展使得商品的流通时间大大缩短，同时也降低了流通费用；通过电子商务平台，消费者可以更快捷地购买到商品，可以减少中间环节的成本。还要加强供应链各环节的协同合作，实现信息共享和资源优化配置，能够有效减少流通时间和流通费用，提高整个供应链的效率。因此，通过切实有效地缩短流通时间，把更多的时间用于生产，那么在一定时间范围内所产生的价值量将会显著增加，从而有力地促进农村经济迅速发展。

3. 数字经济赋能农村商贸流通现状及问题

3.1. 数字化基础设施不完善

由于数字化基础设施还不完善，大大制约了农村商贸流通的发展。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，不容易卖出高价[6]。

3.2. 物流配送存在问题

在乡村振兴战略不断推进的背景下，农村地区的网络营销模式正处于持续优化与改进的阶段，并且政府也为其提供了一定的政策支持。不过，物流配送方面的难题仍然是制约电子商务发展的关键因素。马克思指出：“整个再生产过程归结为给任何商品提供不同生产要素的各生产过程的彼此并存和同时性[7]。”指出了再生产过程中不同生产要素的生产过程是并存且同时进行的，物流配送也涉及到多个生产要素和环节的协调和管理。在物流配送过程中，可能会出现各种问题，例如运输延误、货物损坏、库存管理不善等。这些问题可能是由于不同生产要素之间的协调不当、信息沟通不畅或时间上的不匹配所导致的。特别是为农产品销售所建立的物流配送中心。例如，农村地区人们网购的商品会放在县城或乡镇的快递站，难以实现快递上门，这也造成了商贸流通过程中用户收货难和配送难的问题，这便会影响到农村商贸流通的产业链的完整性。一些农村地区最普及的产品就是蔬菜水果，这就要求在配送过程中既要保鲜又要保质，甘肃地区就很容易造成农产品滞销，这表明我国农村地区的物流发展仍存在不完善的

地方，这在一定程度上限制了农村电子商务的发展。

3.3. 市场与农户信息不对等

我国农业生产与销售仍以小农户为主体，面临诸多问题，如信息不对称、市场风险高、农民收入低、农民流失严重等[8]。一方面，产业链中信息不对称的现象较为突出，尤其在农户与农产品市场之间表现明显。倘若农户对市场需求信息的掌握不够全面，那么他们将难以依据市场实际状况来调整产品价格；而市场价格的频繁波动，也会干扰农户对信息真实性的判断，从而削弱农村产品的营销效果。另一方面，农产品市场需求与价格不断变化，生产过程漫长，小农户只能依据当前信息预测未来，导致农产品供求关系逆转，出现滞销。此外，虽然诸多果蔬经销商对外宣称产品为无公害农产品，但是实质上这些农产品质量却难以保障，使用农药催熟已成常见手段。由于农村地区信息封闭，销售方与消费者之间信息共享和交流困难，导致无法按消费者需求供应优质农产品，进一步影响农产品销量。

3.4. 电子商务人才匮乏

在乡村振兴战略的有力推动下，农村电子商务的发展面临一些挑战，其中专业人才的短缺是一个关键问题。例如，一些农村地区可能缺乏电商运营、农产品营销等方面的专业人才，导致农产品无法有效推广，限制了农村电商的发展。人才不仅是连接先进技术和实际应用的桥梁，更是推动农村农业现代化的核心力量。目前，我国城乡之间存在着较大的数字鸿沟，农村居民的数字化素质普遍不高，且存在区域差异，数字应用“底盘”仍不够扎实。根据中国互联网络信息中心发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2023 年 6 月，互联网普及率达 76.4%，而农村网民普及率达到 60.5% [9]。同时，农村地区还存在“数字化”人才匮乏、“家庭农场”和“专业合作组织”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的缺乏。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。

4. 数字经济赋能农村商贸流通对策

4.1. 补齐农村数字化基础设施短板

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[5]。一是推动 5G、千兆网、人工智能、物联网等新型基础设施的建设与应用，促进农村数字基础设施的发展，构建一个高效、绿色、安全的农村信息网络[10]。二是推动商贸、电商、物流、快递等产业围绕农产品进行拓展，升级建设一批商贸中心、大型超市、大型集市等，形成冷藏、陈列、食品加工等设施体系。三是鼓励电子商务平台、连锁商贸流通企业走进农村，强化数字经济对农村商贸流通的赋能，发展连锁经营和电子商务产业。四是要加强农业物流产业的基础设施建设，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、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、全方位的应用，推动我国冷链物流设施的数字化转型与智能化升级。促进农产品的高质量贸易，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[5]。

4.2. 完善农村三级物流配送体系

为了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，我们需要努力提高整个乡村三级物流系统全过程、全要素资源的数字化程度。这意味着要加强信息化建设，利

用先进的技术手段，实现物流信息的实时共享和精准管理。通过建立统一的物流信息平台，农村地区的快递企业、电商平台和物流配送站点可以更好地协同工作，提高配送效率和服务质量。充分发挥县城和乡镇的物流枢纽功效，支持建设和改良一批县级物流配送中心及乡镇快递物流站点，通过完善仓储、分拣、包装、装卸、运输、配送等设施，提高物流配送的效率和质量，增强对乡村的辐射引领作用。整合县域内、供销、快递、商贸等物流资源，充分发挥连锁商贸流通企业自建物流的优势，开展日常消费品、农资下乡和农产品进城等物流快递共同配送服务，实现资源的优化配置和共享，降低物流成本，提高物流服务水平。同时，还需加大对农村物流基础设施的投入，完善道路网络、仓储设施和配送车辆等，为智能物流配送提供坚实的物质基础。培养专业的物流人才，提高他们的数字化素养和管理能力，也是推动这一发展的关键。此外，政府和相关部门应出台支持政策，鼓励企业积极参与，促进城乡物流资源的均衡配置。

4.3. 提高农村要素资源流通效率

马克思认为流通是实现商品价值的必要环节，良好的流通可以促进生产和消费的协调发展。提高农村要素资源流通效率可以很好地实现其价值，促进农村经济发展。构建统一的现代化市场流通系统，旨在提高要素资源的流通效率。统一的市场流通体系，是畅通国内大循环、实现资源高效配置、充分发挥我国人口规模优势的关键。虽然我国农产品流通市场已实现全国互联互通，但受多重因素影响，农村要素资源的流通仍存在市场化程度较低、配置效益较差等问题。因此，需要控制流通成本，例如加强要素流通相关基础设施建设，以降低自然和技术因素对流通时间的负面影响；同时，还需要打破制度性市场分割的困境，加大对相关政策的倾斜力度，例如实施农村快递物流补贴政策，以减少流通费用，降低流通成本[11] [12]。其次，应顺应数字经济时代新型社会分工的需求，健全劳动交换机制。在农村经济活动中，我国农业中下游产业占据重要地位，且流通环节对农产品销售价格的波动具有显著影响。因此，利用数字方式推动农产品流通模式的转型升级，不仅是提升资本流动和循环效率的关键，也是解决农产品保质保鲜难、物流成本高难题的有效手段[13]。过去，在生产到消费的各个环节中，经常会出现大量信息不对称的现象，但是当要素资源流通渠道变得通畅后，这些问题都迎刃而解。因此，为了适应流通的新业态、新模式和新技术的出现，需要不断地完善、深化和拓宽流通体系，构建多层次新业态的农村要素交换、农产品交换和服务交换市场体系，这将有助于农产品流通体系的升级完善[14]。

4.4. 培养电子商务人才

马克思认为：“劳动是人和自然之间的第一个过程，是一个过程，人们对自己的活动，和控制和物质变换的性质引起的调整之间[15]。”因此，要推动农村电子商务的发展，就必须激发人们的创新能力，提升农业用户的知识素养，引入专业人才。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训。开展农民电商实用技能培训，通过举办系列讲座课堂教学、实训操作、操作竞赛等方式，提升农民运用电子商务创业就业能力，推动形成覆盖城乡的电子商务人才培养体系。同时，寻求政府的政策倾斜来提升农业农村的经济发展水平，让农业持续平稳地走上电商振兴之路，有利于吸引本土外出的年轻劳动力回乡[16]，还能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。电子商务的发展为农村创造了多样化的就业机会。农村农产品要想产业化、集群化，则需要做好产品策划、网页设计、营销运营、质量认证、上岗培训甚至客服服务等工作[17]。增加农村的就业岗位，既可以填补农村基础服务不完善的空白，又可以增加当地人的收入，让农业成为有奔

头的产业，让农民成为有吸引力的职业，让农村成为安居乐业的美丽家园[18] [19]。

5. 结论

从马克思流通理论视角来看，数字经济为农村商贸发展带来了积极的影响。数字经济的赋能降低了农村商贸的流通成本，提高了市场效率；打破了时空限制，拓展了农村商贸的市场范围；优化了资源配置，提升了农村商贸的竞争力。同时，数字经济通过促进信息流通，增强了生产者与消费者之间的联系，推动了农村商贸的规模化和专业化发展。这一过程符合马克思流通理论中关于流通对生产和交换的作用的论述，为农村商贸发展提供了新的动力和机遇。然而，数字经济赋能农村商贸发展中，仍需关注并解决部分问题，如完善农村地区数字基础设施、完善农村三级物流配送体系、提高农村要素资源流通效率、培养电子商务人才等。未来，应深化马克思流通理论在数字经济背景下的研究，以更好指导农村商贸发展实践。

参考文献

[1] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集[M]. 第 5 卷. 北京: 人民出版社, 2009: 133-134.

[2] 高鸿燕. 数字经济、城乡商贸流通一体化与农村居民消费关系研究[J]. 商业经济研究, 2023(13): 114-117.

[3] 上创利, 王悦. 数字经济背景下城乡商贸双向流通体系建设研究[J]. 商业经济, 2022(10): 1-3.

[4] 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.

[5] 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.

[6] 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.

[7] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集[M]. 第 8 卷. 北京: 人民教育出版社, 2009: 571.

[8] 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.

[9] 中国互联网络信息中心发布第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2023, 32(5): 13.

[10] 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.

[11] 李璐. 马克思流通费用理论视角下的农村物流问题研究[J]. 中国物流与采购, 2022(21): 93-94.

[12] 朱新琦. 中国农村物流新发展视角下乡村振兴破局探究: 基于马克思主义流通理论[J]. 中国市场, 2022(2): 6-7+16.

[13] 汪玉莹, 倪莉莉, 沈珺. 后疫情时代区域农产品电商直播发展研究: 以安徽省为例[J]. 安徽职业技术学院学报, 2021, 20(3): 57-60+80.

[14] 罗一丹, 钱聪. 马克思流通理论对“直播 + 农产品”流通实践的启示研究[J]. 南方农机, 2023, 54(8): 36-39.

[15] 马克思. 资本论(第 2 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2004.

[16] 马若男. 数字经济时代中小企业电子商务发展策略研究: 以吉林省敖盛电子商务有限公司为例[J]. 现代营销(学苑版), 2021(11): 154-155.

[17] 施丹梅, 肖瑜, 刘金花“短视频 + 直播”背景下农产品营销策略探究[J]. 南方农机, 2021, 52(20): 107-109+115.

[18] 刘茂松. 论马克思生产消费理论对农业生产资料生产和流通的指导意义[J]. 中国农村经济, 1987(3): 10-13.

[19] 成榕, 聂晓伟, 李成龙. 绿色金融视角下黑龙江省“农产品 + 直播”精准防返贫对策研究[J]. 中国市场, 2023(3): 1-5.