E-Commerce Letters 电子商务评论, 2024, 13(3), 8124-8130
Published Online August 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2024.133995

数字乡村背景下农村电商赋能乡村经济发展的路径研究

宫小又

南京林业大学人文社会科学学院，江苏 南京

收稿日期：2024年5月31日；录用日期：2024年7月5日；发布日期：2024年8月20日

摘　要

随着信息技术的快速发展，数字化已经成为推动经济社会发展的重要力量，国家提出了数字乡村发展战略，旨在利用现代信息技术推动农业农村现代化。农村电商作为数字经济的重要组成部分，为农村经济发展注入了新的动力和活力，推动了农村经济的转型升级和可持续发展。然而在农村电商发展过程中存在基础设施不完善、相关人才短缺、农产品标准化和品牌建设滞后、农民消费习惯和消费能力限制等问题，本文立足于农村电商在乡村经济发展过程中存在的问题，提出加强农村电商相关基础设施建设、提升农民电商素养、加强农产品品牌建设以及加强政策扶持等对策，旨在探索出一条农村电商赋能乡村经济的有效路径。

关键词

数字乡村，农村电商，乡村经济发展，路径

Research on the Path of Rural Economic Development Empowered by Rural E-Commerce under the Background of Digital Countryside

Xiaoyou Gong

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 31st, 2024; accepted: Jul. 5th, 2024; published: Aug. 20th, 2024

文章引用: 宫小又. 数字乡村背景下农村电商赋能乡村经济发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8124-8130.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133995

Abstract

With the rapid development of information technology, digitalization has become an important force to promote economic and social development. The state has put forward the development strategy of digital countryside, aiming to use modern information technology to promote the modernization of agriculture and rural areas. As an important part of the digital economy, rural e-commerce has injected new impetus and vitality into the development of the rural economy, and promoted the transformation and upgrading of the rural economy and sustainable development. However, there are some problems in the development process of rural e-commerce, such as imperfect infrastructure, shortage of relevant talents, lagging standardization and brand building of agricultural products, and restriction of farmers' consumption habits and consumption ability. This paper is based on the problems existing in the process of rural economic development of rural e-commerce. Countermeasures such as strengthening rural e-commerce related infrastructure construction, improving farmers' e-commerce literacy, strengthening agricultural product brand building and strengthening policy support are proposed, aiming to explore an effective path for rural e-commerce to empower rural economy.

Keywords

Digital Countryside, Rural E-Commerce, Rural Economic Development, Path

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

在数字化浪潮席卷全球的今天，农村电商正以其独特的魅力和活力，成为推动农村经济发展的重要引擎。2024 年中央一号文件明确提出要实施农村电商高质量发展工程。数字时代不仅为农村电商的发展提供了广阔的空间和舞台，也为农村经济注入了新的活力和动力。在这一背景下，深入探讨农村电商在农村经济发展过程中的作用以及如何在数字时代走好发展农村电商的道路，对于我们全面理解和把握数字经济时代农村发展的新趋势、新机遇，具有十分重要的意义。

数字乡村，作为乡村振兴的战略方向和建设数字中国的重要内容，旨在通过网络化、信息化和数字化技术，推动农业农村现代化发展和转型。随着移动互联网、大数据、云计算等新一代信息技术的迅猛发展，农村电商以其低成本、高效率、广覆盖的特点，成为连接城市与农村、工业与农业、线上与线下的重要桥梁。农村电商的兴起，不仅为农民提供了更多的就业机会和创业平台，也为农产品的销售开辟了新的渠道，促进了农村产业结构的优化升级。

因此，深入探讨数字乡村背景下农村电商如何赋能乡村经济发展，不仅有助于我们更好地理解数字经济时代农村发展的新活力、新动态，也有助于我们为乡村振兴战略的实施提供有力的理论支撑和实践指导。本文将从多个角度出发，分析农村电商在乡村经济发展中的作用，提出在乡村经济发展中农村电商存在的问题以及农村电商如何赋能乡村经济发展，以期为推动农村电商的健康发展、促进农村经济的转型升级和可持续发展提供有益的参考和借鉴。

2. 电子商务在农村经济发展中的作用

2.1. 扩大农产品销售市场

电子商务平台打破了传统销售渠道的局限，为农产品提供了一个面向全国乃至全球的销售平台。农村中小企业借助电子商务平台成功突破门店与线下销售的限制[1]，农民可以通过网络将产品推广到更广泛的消费者群体，从而增加销售量，提高农产品的市场竞争力。首先是突破了地域限制。传统的农产品销售往往受限于地域，而电子商务平台通过互联网的连接，使农产品能够跨越地理界限，迅速触及全国乃至全球的消费者。农民不再受限于本地市场，二是可以将自己的产品销往更远的地区。其次是可以提高产品知名度。电子商务平台为农产品提供了展示和推广的平台。农民可以通过图片、视频等多种形式，向消费者展示农产品的品质和特色，提高产品的知名度，还提供了评价系统，消费者可以对购买的农产品进行评价和分享，进一步扩大产品的影响力。再次是优化供应链。农村电商能够减少农产品销售的中间环节，优化供应链。农民可以直接与消费者进行交易，降低销售成本，增加农民收入。最后是增强市场竞争力。电子商务平台为农产品提供了价格比较和竞争的平台。农民可以通过比较不同地区的价格，了解市场行情，制定合理的销售策略。同时，电商平台还可以提供数据分析服务，帮助农民了解消费者的需求和偏好，进一步提高产品的市场竞争力。

2.2. 提高农民收入

提高农民收入是实现共同富裕的重要任务，当我国经济发展步入“新常态”后，农村电商已成为提高农民收入的重要驱动，对实现共同富裕具有重要意义[2]。第一，农村电商给农民提供了新的销售渠道。农村电商打破了传统销售的地域限制，通过线上平台这一渠道可拓展农产品销售市场[3]，从而给农民带来新的机遇，扩大了农产品的销售范围，还提高了农产品的销售量，从而增加了农民的收入。第二，农村电商的引入减少了中间环节。在传统的农产品销售模式中，农民往往需要通过多个中间环节才能将产品送达消费者手中。而农村电商则可以实现农民与消费者的直接对接，减少了中间环节，提高对接效率，使农民能够获得利润的同时进行高效工作。第三，降低交易成本。农村电商利用互联网技术，实现了信息的快速传播和共享，完善了多种支付方式和物流配送服务，降低了农民获取市场信息、寻找买家等交易成本。第四，农村电商延长产业链，提高农产品的附加值。农村电商不仅销售农产品本身，还通过包装、加工、品牌建设等方式提升农产品的附加值。农民可以通过电商平台销售经过加工的农产品或具有品牌特色的农产品，从而获得更高的价格和销售量。

2.3. 促进农村产业结构升级

电子商务的发展推动了农村产业结构的优化和升级。农民可以根据市场需求调整生产结构，发展特色农业和优势产业，延长产业链，促进农村经济发展。电子商务平台还为农民提供了更多的信息和科技支持，使农业生产更加科学化、智能化，提高了农产品的质量和品牌效应。一方面电子商务可以整合农村资源，实现资源高效利用。农村电商平台将农村地区的各种资源整合起来，包括农产品、手工艺品、特色文化等，形成了具有地方特色的电商产业链。这有助于农民充分利用当地资源，发展特色产业，提高农产品的附加值。另一方面农村电商可以优化销售模式，拓宽渠道，实现供需有效对接。传统农产品销售模式往往存在渠道不畅、信息不透明等问题。而农村电商通过在线销售、直播带货等方式，实现了农产品与消费者的直接对接，减少了中间环节，提高了销售效率。电商平台还提供了数据分析功能，帮助农民了解市场需求和消费者偏好，优化生产计划和销售策略。此外，农村电商的发展带动了农村服务业的繁荣，电商平台需要物流配送、仓储管理、客服支持等服务支持，这为农村地区提供了更多的就业机会和创业机会。同时，电商平台还可以整合各方优势资源，实现农产品和旅游资源的精准匹配[4]，不

断推动了农村旅游业、文化产业等相关产业的发展，进一步丰富了农村产业结构。

2.4. 改善农民生活品质

国家大力支持乡村振兴与数字乡村的背景之下，农村的发展不仅单纯聚焦于经济繁荣，同样高度重视农民生活品质的提升。在追求经济增长的同时，如今的农村也在努力营造更为舒适、健康、有质量、便利的生活环境，让农民在物质和精神层面都能得到满足。提高农村居民幸福感是加快农业农村现代化，全面推进乡村振兴战略的重要目标。电子商务等新型信息技术在提高农村居民幸福感中起到的作用广受学界讨论[5]。一方面农村电商可以提供便捷的商品购买渠道。农村电商平台的建立，农民不仅是商品的销售者，也是市场的消费者，这使得农民能够在家中通过网络购买到各种生活用品、农资产品等，无需再长途跋涉到城市或集市购买。不仅节省了农民的时间和精力，还让他们能够享受到更多样化、更高品质的商品。另一方面农村电商可以推动农村信息化建设。农民通过电商平台进行交易、获取信息，逐渐习惯了使用互联网和智能手机等现代通信工具。这不仅提高了农民的信息素养，还为他们提供了更多的学习、娱乐和交流渠道，丰富了农民的精神文化生活。

3. 乡村经济发展过程中农村电商遇到的挑战

3.1. 乡村基础设施不完善

由于农村地区经济发展水平存在差异，地区之间的基础设施建设也参差不齐，这就导致农村电商基础设施建设仍然比较薄弱[6]，从而影响电商的发展。第一，网络覆盖不足。许多农村地区网络基础设施建设滞后，导致网络覆盖不全、信号不稳定，甚至存在网络盲区。这不仅限制了农民对电商平台的访问和使用，也影响了电商交易的顺畅进行，许多农民无法稳定地接入互联网，影响了电商平台的运营和农产品的在线销售。第二，物流配送体系不完善。农村电商物流网络建设不断丰富农产品流通渠道，推动农产品供应链跨域整合[7]。然而在农村地区的物流配送体系相对落后，尤其是偏远地区，配送点少、配送成本高、配送速度慢。这使得农产品上行和工业品下行的流通效率大大降低，农产品的流通渠道不畅，难以满足消费者对农产品时效性的需求，制约了农村电商的发展。第三，仓储设施匮乏。农村地区缺乏现代化的仓储设施，导致农产品在储存过程中容易出现损耗和变质。

3.2. 电商相关人才短缺

随着农村电商的快速发展，人才短缺问题逐渐凸显。专业化电商人才作为农村电商发展的核心动力，始终没有得到重视，导致相关领域缺乏人才支持与引领，产业机制无法得到快速推进[8]。农村电商需要懂技术、会运营、善管理的人才，但农村地区往往难以吸引和留住这些人才，导致农村电商相关人才短缺。这一短缺不仅涉及电商运营、管理、技术等多个层面，还包括对电商理念、市场趋势有深入了解的专业人才，这些类型的人才短缺已经成为制约农村电商进一步发展的关键因素。第一，电商人才供给不足。农村地区普遍缺乏受过高等教育的电商专业人才，而城市中的电商人才又往往不愿前往农村发展，导致农村电商人才供给不足。由于缺乏专业人才的支持，农村电商在运营、管理、技术等方面难以取得突破，导致农村电商的发展水平相对较低。第二，技能水平不高。现有的农村电商从业者中，很多从业者都是当地农民，小学、初中文凭较多，无法理解电商相关知识，电商技能水平相对较低，缺乏系统的电商知识和实践经验，难以满足农村电商发展的需要。第三，培训体系不完善。目前，针对农村电商人才的培训体系尚不完善，培训内容和方式较为单一，缺乏针对性和实效性，难以有效提升农村电商人才的技能水平。第四，人才流失严重。由于农村地区的经济、文化、生活等条件与城市存在差距，很多优秀的农村电商人才在获得一定经验后，往往会选择离开农村前往城市发展，进一步加剧了农村电商人才短缺的问题。

3.3. 农产品标准化和品牌建设滞后

农产品标准化和品牌建设是现代农业发展的重要方向，对于提升农产品质量、增强市场竞争力、实现农业可持续发展具有重要意义。然而，当前农产品标准化和品牌建设滞后，存在一系列问题，这些问题严重影响农产品的质量与美誉度。首先是缺乏统一的标准体系。农产品种类繁多，缺乏统一的标准体系，导致产品质量参差不齐，难以形成统一的品牌形象。部分农产品标准的制定缺乏科学依据和前瞻性，执行力度不足，使得标准形同虚设。其次是品牌建设滞后。农产品生产者和经营者普遍缺乏品牌意识，对品牌建设的重要性认识不足，缺乏主动性和积极性。部分农产品在品牌建设过程中缺乏明确的品牌定位，导致消费者对产品的认知模糊，难以形成品牌忠诚度。还有的农产品品牌推广手段单一，缺乏创新性和有效性，难以在市场上形成强大的品牌影响力。再次是标准化和品牌建设与市场需求脱节。农产品标准化和品牌建设未能充分考虑市场需求和消费者偏好，导致产品难以满足市场需求，市场竞争力不足。农产品生产者和经营者缺乏市场调研和分析能力，无法准确把握市场动态和消费者需求变化，使得标准化和品牌建设难以与市场需求相衔接。最后是标准化和品牌建设支持体系不完善，缺乏各方面支持。当前在农产品标准化和品牌建设过程中，政府在农产品标准化和品牌建设方面的政策支持不足，缺乏必要的资金扶持和税收优惠等措施，相关部门提供的技术支撑也不足，缺乏技术研发投入，技术水平相对较低。

3.4. 农民消费习惯和消费能力限制

由于农民受到传统观念、地域文化、收入水平和生活条件的影响，他们的消费习惯和消费能力会受到限制。一方面是消费习惯的限制。许多农民仍持有传统的消费观念，对新兴的电子商务模式接受程度不高。他们更习惯于传统的购物方式，如集市、实体店等，对线上购物存在疑虑和不信任。同时他们对电子商务的认知不足。认知仅限于基本的网购行为，对其背后的物流、支付、售后等体系了解不够深入。这种认知的局限性也限制了他们参与电商活动的积极性。另一方面是消费能力的限制。相比城市居民，农民的收入水平普遍较低，这直接影响了他们的购买力。尽管电商平台提供了更多的商品选择，但价格因素仍是农民购物时的重要考虑因素。此外由于农村地区的物流、通讯等基础设施相对滞后，这增加了农民参与电商活动的难度。农村地区的售后服务体系也相对薄弱，一旦出现问题，农民往往难以得到及时有效的解决，这些原因都限制了农民对于电商的消费购买能力。

4. 电子商务在农村经济发展中对策建议

4.1. 加强基础设施建设

随着信息技术的飞速发展，农村电子商务正逐渐成为推动农村经济增长的重要动力。加强农村电子商务相关基础设施建设是推动农村经济发展的重要举措。第一，积极加强农村地区网络通讯设施建设，助推农村地区智慧物流发展[9]，扩大农村地区的互联网覆盖范围，提高网络速度和质量，引入先进的信息技术，如5G、物联网等，为农村电商发展提供技术支撑。加强网络安全建设，保障农村电商交易的安全可靠，防止信息泄露等网络安全问题。第二，提高网络覆盖率。政府和电信运营商应合作，通过建设基站、优化网络布局等方式，提高农村地区的网络覆盖率，确保农民能够稳定、快速地接入互联网。第三，完善物流体系。建立健全农村物流体系，包括建设村级物流服务站点、优化配送路线等，以提高物流配送效率，降低物流成本，使农民能够享受到更加便捷、高效的物流服务。

4.2. 提升农民电商素养

电子商务的发展离不开人才这一优质资源。然而，不少农民的电商素养普遍较低，制约了农村电商

的发展。因此，提升农民电商素养显得尤为重要。首先，开展电商技能培训。组织专业机构或电商平台为农民提供电商技能培训课程，要强化基础知识培训，包括电子商务概念、电商模式、电商平台操作等内容；要提供电商技能培训，包括电子支付、物流配送、售后服务等[10]。通过线上线下的方式，为农民提供灵活多样的学习途径，确保他们能够掌握基本的电商知识和技能。其次，加强实践锻炼。鼓励农民在电商平台开设网店，通过实际操作提升电商技能和市场意识，设立农村电商孵化基地，为农民提供创业指导和支持，帮助他们解决在创业过程中遇到的问题。最后，建立电商服务体系。在农村地区建立电商服务中心，为农民提供电商咨询、技术支持、物流配送等一站式服务。引入第三方服务机构，为农民提供电商代运营、网络营销等专业化服务，降低他们的运营成本和风险。

4.3. 加强农产品品牌建设

随着电子商务的蓬勃发展，农产品品牌建设迎来了新的机遇。通过电商平台，农产品可以突破地域限制，直接面向广大消费者，实现品牌价值的最大化。因此，如何利用电商加强农产品品牌建设，成为当前农业发展的重要课题。第一，建立农产品电商平台。搭建专门的农产品电商平台，以点带面、从线到面，推动农村电商集群集聚发展，做大规模、做出品牌，实现电商散户的抱团取暖[11]，通过集中展示和销售各类农产品，提高品牌曝光度，提供便捷的交易流程和优质的客户服务，增强消费者对品牌的信任感。第二，优化产品包装与展示。设计具有地域特色的农产品包装，突出品牌文化和产品特点，在电商平台上精心展示农产品的外观、口感、营养价值等信息，吸引消费者的注意力。第三，强化品质管理与质量控制。建立严格的农产品质量标准体系，确保产品的品质与安全，加强生产过程中的品质监控，确保农产品符合品牌要求。第四，推广农产品品牌故事。挖掘农产品的历史、文化和地域特色，打造独特的品牌故事。通过电商平台、社交媒体等渠道传播品牌故事，增强消费者对品牌的认同感。第五，拓展线上营销渠道，运用搜索引擎优化、社交媒体营销等线上营销手段，提高农产品品牌的知名度和影响力。与网络红人合作，开展直播带货、短视频推广等营销活动，吸引更多潜在消费者。

4.4. 加强政策扶持

加强农村电商政策扶持，建立健全组织领导和政策支撑体系[12]，旨在推动农村电子商务的快速发展，提升农村经济发展水平，增加农民收入，缩小城乡差距。然而加强农村电商方面的政策扶持是一个全面而复杂的过程，需要政府、企业和社会各方共同努力。第一，相关部门要加强对农村电商的金融支持力度。一方面要政府应制定专门的政策，明确对农村电商的金融支持方向，如提供税收优惠、贷款贴息、风险补偿等政策措施，鼓励金融机构加大对农村电商的信贷投放。还要设立农村电商发展专项资金，用于支持农村电商企业的融资需求，特别是在创业初期和扩张阶段。鼓励金融机构与农村电商企业建立长期稳定的合作关系，提供定制化的金融产品和服务。另一方面还要创新金融服务模式。金融机构可以探索创新农村电商的金融服务模式，如供应链金融、电商贷款等，为农村电商企业提供更加灵活、便捷的融资支持。推广农村电商的在线支付、移动支付等电子支付方式，提高支付效率和安全性，降低交易成本，也要鼓励金融机构为农村电商企业提供融资担保、信用评级等增值服务，降低其融资难度和成本。第二，优化农村电商的市场环境。相关部门要加强政策支持和引导。出台更具体、更细化的农村电商发展政策，明确政策目标、重点任务和保障措施。主要包括：设立农村电商发展专项资金，用于支持农村电商基础设施建设、人才培养、品牌推广等方面。简化农村电商企业注册、审批等流程，降低市场准入门槛，鼓励更多企业和个人参与农村电商发展。同时也要加大法律法规，加强监管力度。相关部门要制定和完善农村电商相关法律法规，明确各方权利义务，规范农村电商市场秩序。加强对农村电商市场的监管力度，打击假冒伪劣、不正当竞争等违法行为，维护消费者权益。

5. 结语

在数字乡村背景下，农村电商作为推动乡村经济发展的重要力量，已经展现出其独特的魅力和潜力。通过对农村电商赋能乡村经济发展路径的深入研究，我们可以清晰地看到其对于扩大农产品销售市场、提高农民收入、优化农村产业结构、改善农民生活品质等多方面的积极影响。但在实际运行中，农村电商在发展过程中存在基础设施不完善、相关人才短缺、农产品标准化和品牌建设滞后、农民消费习惯和消费能力限制等问题，这些问题对于乡村经济发展具有不小阻力，本文立足于农村电商在乡村经济发展过程中存在的问题，提出加强农村电商相关基础设施建设、提升农民电商素养、加强农产品品牌建设以及加强政策扶持等对策，期待农村电商在数字乡村建设中的更大作为，为推动我国乡村经济的持续健康发展贡献更多的智慧和力量。

参考文献

[1] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.

[2] 贾超. 共同富裕背景下农村电商发展对农民收入影响实证研究[J]. 商业经济研究, 2023(7): 88-91.

[3] 陈婷婷. 乡村振兴背景下农村电商发展对农村居民收入增长的影响——基于县域创业的中介效应和门槛效应分析[J]. 商业经济研究, 2023(23): 98-102.

[4] 常晋. 基于乡村振兴背景的电商下沉对农村经济的影响研究[J]. 农业经济, 2024(2): 127-130.

[5] 白林, 吕明阳, 种聪. 数字经济背景下电商发展对农村居民幸福感的影响[J]. 农业现代化研究, 2024, 45(3): 500-508.

[6] 朱新英. 基于乡村全面振兴的农村电商物流发展问题探讨[J]. 商业经济研究, 2023(20): 102-104.

[7] 张玲雅. 农村电商物流网络对农产品供应链整合的影响——基于内循环发展视域[J]. 商业经济研究, 2023(1): 83-86.

[8] 郭高星. 从《乡村振兴与农村电商发展》探究乡村振兴战略下的农村电子商务人才培养模式[J]. 中国瓜菜, 2022, 35(8): 117.

[9] 田甜. 从《农村电商物流服务质量优化研究》看农村电商物流服务质量提升对乡村振兴的促进作用[J]. 中国瓜菜, 2023, 36(3): 142.

[10] 曹呈楠. 数字经济背景下农村电商发展策略研究[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(1): 72+83.

[11] 王峰, 邬丽丽. 新时代农村电商可持续发展研究[J]. 中国果树, 2023(9): 146.

[12] 申姝红, 郭晶. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(8): 122-125.