

数字经济背景下农村电商发展助力农产品价格稳定路径研究

任育琦, 唐小平

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月11日; 录用日期: 2024年6月24日; 发布日期: 2024年8月21日

摘要

数字经济是继农业经济、工业经济之后的新型经济形态,也是当前国家经济发展的重要经济形态,而电子商务作为数字经济的重要组成部分,是连接实体经济的桥梁,更连接了生产者和消费者,拓展了市场空间。农产品价格的波动直接关系到所有居民的福祉,关系到农民的利益。本文通过总结农村电商发展特征的基础上,从生产、流通、消费三个方面分析农村电商发展对农产品价格波动的影响,并据此提出农村电商助力农产品价格稳定的路径。

关键词

农村电商, 农产品, 价格, 数字经济

Research on the Path for the Development of Rural E-Commerce to Help Stabilize the Price of Agricultural Products under the Background of Digital Economy

Yuqi Ren, Xiaoping Tang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 11th, 2024; accepted: Jun. 24th, 2024; published: Aug. 21st, 2024

Abstract

Digital economy is a new economic form after agricultural economy and industrial economy, and

文章引用: 任育琦, 唐小平. 数字经济背景下农村电商发展助力农产品价格稳定路径研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8197-8202. DOI: 10.12677/ecl.2024.1331005

is also an important economic form of the current national economic development. E-commerce, as an important part of the digital economy, is a bridge connecting the real economy, connecting producers and consumers, and expanding the market space. The fluctuation of the price of agricultural products is directly related to the well-being of all residents and the interests of farmers. On the basis of summarizing the development characteristics of rural e-commerce, this paper analyzes the impact of rural e-commerce development on the price fluctuations of agricultural products from three aspects: production, circulation and consumption, and puts forward the path for rural e-commerce to help stabilize the price of agricultural products.

Keywords

Rural E-Commerce, Agricultural Products, Price, Digital Economy

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

数字经济以信息技术为基础,以数据为核心,正深刻地改变着产业结构和商业模式。我国数字经济保持较快发展,数字经济占 GDP 的比重也从 2016 年的 30.28% 提升至 2022 年的 41.5%。面对经济下行压力,数字经济充当了经济“稳定器”的作用[1],各级政府也将其作为培育经济增长新动能的重要手段。

电子商务作为数字经济的重要组成部分,以互联网为平台,实现了线上线下的无缝连接,不仅促进了商业流通的效率,还拓展了市场空间。此外,电子商务还促进了城乡经济的融合发展,推动了农村电商的兴起,助力贫困地区脱贫致富。农产品价格的稳定不仅关系到农民的切身利益,也直接影响着市场的稳定和消费者的生活成本。农村电商的发展,通过构建线上线下一体化的销售网络,打破了传统农产品流通的时空限制,有效缩短了供应链,降低了交易成本,为农产品价格的稳定提供了有力支持。

2. 农村电商发展特点

2.1. 多业态融合发展

农村电商依托数字化平台,上游连接农民、种养大户、家庭农场等农产品生产者,下游连接居民、商超、农贸市场等消费者,推动了供应链的优化,与冷链物流、仓储物流、直播电商、短视频、跨境电商等新业态融合发展。冷链物流技术如新型保鲜制冷等技术使农产品在运输过程中的损耗率大大降低,保证了农产品的品质;较为完善的仓储物流体系可以实现农产品的集中存储和快速配送;直播电商、短视频的兴起为农村电商带来了新的发展机遇,直播、短视频传播速度快、覆盖范围广,可以提高农产品的曝光率和销售量;跨境电商的发展为农村电商提供了更广阔的市场空间。

2.2. 品牌化发展

品牌化发展主要包括农产品品牌化和 IP 打造。各地方政府重视区域公用品牌建设,将地理区位、文化特征同特色农产品相结合,多维度为农产品品牌化赋能,提升农产品品牌价值,扩大农产品知名度的同时也为农产品产地带来关注,如柳州螺蛳粉、烟台苹果、库尔勒香梨、西湖龙井、宁夏枸杞、阳澄湖大闸蟹等;IP 打造是指通过创造和营销具有独特品牌形象和文化氛围的知识产权,以吸引消费者的关注和喜爱,依托于数字经济,借助电商平台,通过社会化媒体传播,形成的拥有独特品牌形象和文化氛围

的 IP, 如东方甄选、与辉同行、蜀中桃子姐、李子柒等。

2.3. 集群化发展

农村电商的发展呈现出集聚效应, 一方面是由于生产集约化和消费集中化[2], 另一方面是由于各地政府引导特色产业集群化发展。在生产端, 农业现代化的推进, 农业生产逐渐走向集约化、规模化、标准化[3], 为农村电商的发展提供了优质、稳定的货源。在消费端, 居民收入水平的提高和消费观念的转变, 他们对农产品的品牌、品质和服务的要求也在不断提高, 推动农村电商向更高水平发展。政府通过制定相关政策和标准体系、提供资金支持、加强基础设施建设等方式[4], 引导和支持当地特色产业的发展, 形成了具有地域特色的电商产业集群, 这些产业集群不仅提高了农产品的附加值和市场竞争力, 也为农村电商提供了丰富的产品资源和品牌支持。

3. 农村电商发展对农产品价格波动的影响分析

3.1. 农村电商发展对农产品生产环节的影响

首先, 农村电商平台为农产品生产者提供了更多的信息和选择, 使其能够购买到更多种类、更专业适用的农业生产资料和设备, 有助于农业生产资源的优化配置; 通过电商平台, 可以比较不同地区的价格, 选择性价比更高的生产资料, 降低生产成本[5]。

其次, 农村电商的发展促进了农业生产技术的传播和应用, 农业生产者可以更方便地获取农业生产所需的技术支持, 提高农业生产的效率和质量, 电商平台上的农业专家和技术人员可以为其提供远程指导和帮助, 解决农业生产中的实际问题。

最后, 电子商务平台还提供数据分析工具, 生产者可以及时了解市场需求和价格动态, 调整生产计划和价格[6]。通过数据分析工具查看各类农产品的销售数据、消费者偏好、购买趋势等信息, 合理安排生产周期、种植规模和品种选择, 生产更符合市场需求的农产品。

3.2. 农村电商发展对农产品流通环节的影响

首先, 农村电商打破了传统农产品销售的地域限制, 使得农产品能够更广泛地进入市场。可以通过电商平台直接与全国乃至全球的消费者进行交流和销售, 不再局限于传统的农贸市场或批发市场。根据商务大数据监测显示, 2022 年全国农村网络零售额达到了 2.17 万亿元, 占全国网络零售额的 15.74%, 同比增长 3.6%。这充分证明了农村电商在拓宽农产品销售渠道方面的巨大作用。

其次, 农村电商的发展, 整合了物流、仓储等环节, 省去了传统销售多个中间环节, 如批发商、商超、农贸市场等, 为农产品提供了更便捷、更高效的流通渠道[7], 不仅降低了农民的销售成本, 还提高了农产品的流通速度, 农村地区的物流网络也日益完善, 邮政营业网点实现了乡镇全覆盖, 建制村全部通邮。

最后, 农村电商为农产品提供了展示和推广的平台, 农民可以通过电商平台对农产品进行讲解和宣传, 让消费者直了解农产品的生产、加工等流程, 了解优质农产品生产标准, 从而接受优质优价农产品, 从而提升农产品品牌影响力, 增加农产品销售量, 促进农民增收。

3.3. 农村电商发展对农产品消费环节的影响

首先, 当前的消费主体是由不同背景、需求、偏好的消费者构成的多元化消费群体, 随着农村电商平台的兴起, 使得这些多元消费群体能够在家中通过电商平台, 如美团优选、多多买菜等, 轻松购买到满足其消费需求农产品, 无需亲自前往传统市场或超市, 这种便利性的提升极大地节省了消费者的时间

和精力。

其次, 受限于地理条件和交流不畅通的限制, 传统的农产品销售往往局限于本地市场, 而农村电商充分利用互联网、云平台等优势, 使消费者可以接触到来自全国各地的农产品, 包括各种时令水果、蔬菜、干货等, 为消费者提供了更多样化的选择, 满足了不同消费者的口味和需求, 也使得农民可以将农产品销售到全国各地, 扩大销售市场, 缓解农产品滞销问题[8]。

最后, 消费者信任度的增强。电商平台上农产品信息公开, 价格透明[9], 消费者可以看到农产品种植和生产过程、质量检测报告等信息, 且通过多方比较, 选择性价比最高的产品。此外, 电商平台还提供了用户评价、投诉和退货功能, 进一步增强了交易的公平性和安全性。

4. 农村电商发展助力农产品价格稳定路径研究

4.1. 加强政策扶持力度, 注重网络及市场监管

政府应进一步加大对农村电商的政策扶持力度, 包括税收减免、资金扶持等, 降低农民参与电商的门槛, 激发农村电商的发展活力。根据现有的农业示范区改善生产条件, 加强科技支撑, 重点扶持农产品企业、经营大户的发展, 推动农产品的集中发展。

农村地区不完善的信用体系在较大程度上限制了农村电商的高质量发展[10], 且缺少相应法人资格, 缺少法律监管, 消费者后期维权和取证较难, 因此, 政府要强化网络及市场监管, 建立健全农村电商市场的监管体系, 打击网络欺诈、虚假宣传等不法行为, 维护市场秩序和公平竞争, 为农产品电商提供健康的市场环境。

4.2. 加强网络通信建设, 健全物流配送体系

首先, 加强农村地区的网络通信设施建设, 完善农村地区的网络骨干和传输线路, 确保网络信号的稳定传输, 建设更加完善的基站和光纤线路, 提高农村地区的网络覆盖范围和速度, 及时进行更新和升级农村地区通信设备, 确保设备性能满足现代网络通信的需求, 加强农村电力和通信基础设施建设的协调, 确保网络设备能够稳定运行。

其次, 解决农产品产地的预加工、冷加工、仓储等, 聚焦保证农产品生鲜程度的“最初一公里”关键环节, 以及农产品进城的“最后一公里”难题, 通过社区电商、团购等方式, 实现农产品的快速配送。

最后, 建立健全农村物流配送体系, 利用物联网、大数据、人工智能等先进技术[11], 实现订单处理、库存管理、运输调度等信息的快速传递和共享, 提高物流运作的透明度和协同性, 对物流配送过程进行实时监控和智能调度, 确保物流信息的准确性和时效性, 提高物流配送效率。

4.3. 培育多元化市场经营主体

从生产角度看, 传统的小农户、村镇企业、供销社等经营主体实力较弱, 应积极培育新型农业经营主体发展[12], 支持农民专业合作社、家庭农场等新型农业经营主体的发展, 推动农业生产的规模化和集约化, 提高农产品的产量和质量。培育农产品电商企业, 鼓励农民、返乡创业人员等参与农产品电商创业, 为其提供税收优惠、贷款优惠等支持措施, 降低其创业成本。

从销售角度看, 当前农村电商销售人员大部分为农户个体或跨行业销售人员, 缺少专业人才, 应积极培育农产品经纪人等具备电商、数据分析等专业知识的人才, 农产品经纪人能够连接农户与市场, 帮助农户寻找销路, 实现农产品价值最大化, 可以通过培训、认证和奖励机制, 鼓励更多有市场意识和营销能力的个人或组织成为农产品经纪人。

4.4. 完善农村地区金融服务, 提高农民金融素养

首先, 金融机构应针对农村电商提供专门的贷款产品, 降低农民参与电商的融资成本。贷款产品可以设计为灵活期限、低利率, 以适应农村电商经营的特点。同时, 金融机构可以提供担保服务, 减少农民因缺乏抵押品而无法获得贷款的问题, 通过设立专项担保基金或与第三方担保机构合作, 为其提供信用担保支持。

其次, 扩大农村地区的金融服务网络布局, 使更多的农民能够享受到普惠金融服务[13], 通过设立乡镇银行机构、村级金融服务站等方式, 提高农村金融服务覆盖率; 优化农村电商的金融服务流程, 减少繁琐的手续和审批环节, 提高金融服务效率; 引入智能化技术, 如智能客服、在线支付等, 提高农民使用金融服务的便捷性。

最后, 加强金融知识普及和教育, 提高农民的金融素养和风险意识, 通过开展金融知识讲座、发放宣传资料等方式, 帮助农民了解金融产品和服务的特点和风险, 鼓励农民参与金融培训和学习, 提升农民在金融领域的自我管理和自我保护能力。

5. 结语

电子商务作为数字经济的核心驱动力, 不仅重塑了传统商业模式, 更在连接生产者与消费者、拓展市场空间方面发挥了不可替代的作用[14]。本文从生产、流通、消费三个维度深入分析了农村电商发展对农产品价格波动的影响。但我们也应认识到, 农村电商的发展仍面临诸多挑战。为了充分发挥农村电商在稳定农产品价格中的作用, 本文提出了加强政策扶持力度, 注重网络及市场监管, 完善农村电子商务发展配套设施建设, 培育多元化市场经营主体[15], 促进农村地区普惠金融发展四条路径。展望未来, 随着数字经济的深入发展和农村电商的日益成熟, 我们有理由相信, 农村电商将在稳定农产品价格、促进农村经济发展中发挥越来越重要的作用。同时, 我们也期待更多的创新和实践, 为农村电商的发展注入新的活力和动力, 推动农村经济繁荣。

参考文献

- [1] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [2] 李琳璐, 杜娟, 徐冬梅. 我国农村电商产业空间集聚及其结构稳定性分析[J]. 商业经济研究, 2022(13): 134-137.
- [3] 张宇伟. 基于数字经济背景的数字产业集群建设研究[J]. 投资与合作, 2024(6): 52-54.
- [4] 陈雨苏. 农村电商产业集群发展的阻碍因素和应对策略[J]. 农业经济, 2024(5): 143-144.
- [5] 涂欣祺, 滕佳敏, 付莲莲. 农产品流通效率对农产品价格的影响[J]. 商业经济研究, 2024(5): 108-111.
- [6] 葛佳. 商贸流通环节对农产品价格稳定影响机理研究[J]. 价格理论与实践, 2023(5): 123-127.
- [7] 苗宁平. 农村电商发展、流通效率与农产品价格波动——基于省级面板数据的经验分析[J]. 商业经济研究, 2024(10): 109-112.
- [8] 陈智, 王莹, 黄煌. 数字经济、农村电商对农产品价格波动的影响研究[J]. 商业经济研究, 2024(7): 87-90.
- [9] 高娅. 农村电子商务发展与农产品价格波动的关系研究——基于产品异质性视角[J]. 商业经济研究, 2023(23): 103-106.
- [10] 唐芳. 流通市场要素与非市场要素对农产品价格波动的影响机理[J]. 商业经济研究, 2022(13): 142-144.
- [11] 王秀杰. 我国农产品保供稳价: 目标、成效、挑战及对策探讨[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 13-17+43.
- [12] 刘雪敏. 数字经济赋能乡村振兴的理论分析——基于马克思主义政治经济学视角[J]. 技术经济与管理研究, 2024(6): 52-56.
- [13] 庄洪艳. 数字经济对乡村振兴高质量发展的影响及路径分析[J]. 中国集体经济, 2024(17): 24-27.
- [14] 陈凯旋, 张树山. 电商平台建设能推动数实融合吗?——来自国家电子商务示范城市的经验证据[J]. 当代经济管

理, 2024, 46(8): 35-46.

- [15] 王圆圆, 孙珮. 统一大市场背景下电子商务发展对农产品批发市场效率影响研究[J]. 商业经济研究, 2024(8): 123-126.