E-Commerce Letters 电子商务评论, 2024, 13(3), 4513-4520
Published Online August 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2024.133552

Hans汉斯

数字化背景下农村电子商务的发展分析

郭梦娜

贵州大学经济学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年4月25日；录用日期：2024年5月10日；发布日期：2024年7月30日

摘　要

随着数字技术的发展和数字化背景的加深，中国农村电子商务发展迅猛、潜力巨大，相关配套基础设施不断完善，催生出一系列电商新模式新业态，逐渐成为带动农村经济发展的新模式新业态，为“三农”高质量发展带来活力与动力。但农村电子商务在目前发展过程中仍存在一定不足，如地区发展不平衡、物流服务体系不完善、专业人才缺乏、电商标准化品牌化程度低、数据共享不充分等问题突出。因此文章顺应数字化背景下农村电子商务发展趋势，提出一系列针对性政策建议，向农村新电商转型发展，促进农村电子商务高质量发展。

关键词

数商兴农，农村电子商务，新业态，基础设施

Development Analysis of Rural E-Commerce under the Background of Digitalization

Mengna Guo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 25th, 2024; accepted: May 10th, 2024; published: Jul. 30th, 2024

Abstract

With the continuous development and improvement of digital technology, China’s rural e-commerce is developing rapidly, the prospect is huge, the relevant infrastructure is constantly improving, has given birth to a series of e-commerce new model and new format, and gradually become a new model and new format to drive rural economic development, bringing strong impetus for the high-quality development of agriculture, rural areas and farmers. However, there are still some deficiencies in the development process of rural e-commerce in China, such as unbalanced regional development, prominent problems in the logistics service system, lack of e-commerce profes-

文章引用: 郭梦娜. 数字化背景下农村电子商务的发展分析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 4513-4520.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133552

sionals, low degree of standardized branding, and insufficient data sharing. Therefore, this paper conforms to the development trend of rural e-commerce under the background of digitalization, and puts forward a series of targeted policy suggestions to promote the high-quality development of rural e-commerce and the transformation and development of rural new e-commerce.

Keywords

Digital Business Rejuvenates Agriculture, Rural E-Commerce, New Business Form, Infrastructure

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

随着大数据、云计算、人工智能、区块链与物联网等基层数字技术的不断发展和各类平台数字化转型的持续推进，数字经济变革席卷我国整个经济体系。作为数字经济的重要内容，电子商务在我国数字基础设施体系和数据要素资源体系建设过程中，凭借简便快捷、高参与度、低成本等特点，迅速成为其最活跃、最集中的创新业态和模式，是我国经济下行阶段稳住经济基本盘的重要抓手。

自 2015 年《电子商务“十三五”发展规划》印发以来，农村电子商务进入快速发展阶段，在整合农村资源、增加农产品销售渠道、推动农村人口增收就业等方面发挥重要作用。随着数字技术和平台与农业农村三产融合发展，农村电商为产品市场流通注入了新的生机和活力，逐渐成为带动农村经济发展的新模式、助推“三农”高质量发展的强劲动力。党和国家也高度重视电商在中国农村的发展状况，2022 年中央一号文件进一步提出要持续推进农村三产融合，实施“数商兴农”工程，充分利用现代大数据资源和数字信息技术提升农村商务数字化、智能化水平，协同推进农产品的电商化水平、快递物流水平，为农村经济发展赋能，促进农村农业产业发展[1]。

在数字乡村战略背景下，各地政府积极推进“数商兴农”工作开展，但农产品电商化处理能力仍处于较低水平，因此如何在现有发展基础上推进新模式新业态，深度融合农业农村产业，推动农产品品牌化、产业化发展，不断提高农村电子商务运营能力，成为当前各地需要考虑的重点问题。对电子商务在我国农村产业中的发展现状与未来展望进行分析，对于促进农业农村创新性发展、创造性转化，提高农民收入水平具有积极意义。

2. 农村电子商务发展现状及成就

“数商兴农”是根据“商”与“农”互联互促的经济规律，释放数字技术和数据资源对农村商务的赋能效应，来提升农村商务领域智能化、数字化水平，促进农业生产数字化和产业振兴[1]。根据《“十四五”电子商务发展规划》，“数商兴农”工程重点在于改善农产品电商化、农村电商基础设施和物流配送，促进市场产销衔接。涉农商务数字化转型通过商品数据精准化促进农产品信息共享、生产数据全面化提高农产品生产管理水平、流动数据协同化完善农产品物流体系等方面来极大地促进农村电子商务创新发展，取得一系列成就[2]。

2.1. 农村电子商务规模发展迅速且潜力巨大

根据商务大数据发布内容，2023 年我国电子商务网上零售额 15.42 万亿元，同比增长率为 11%。其

中，农村网络零售额为 2.49 万亿元，仅占全国网上零售总额的 16.21%，但同比增速达 14.75%，高于全国增速，更是比 2014 年增长近 13 倍，规模发展迅速，但是农村电商网络零售额在全国占比较低，仍具有较大发展前景。如图 1 所示，中国农村电子商务市场近年来在规模不菲的同时还保持了较高的增长幅度，农村电子商务已经成为中国农村农业经济活动的重要组成部分，并拥有巨大的增长潜力。

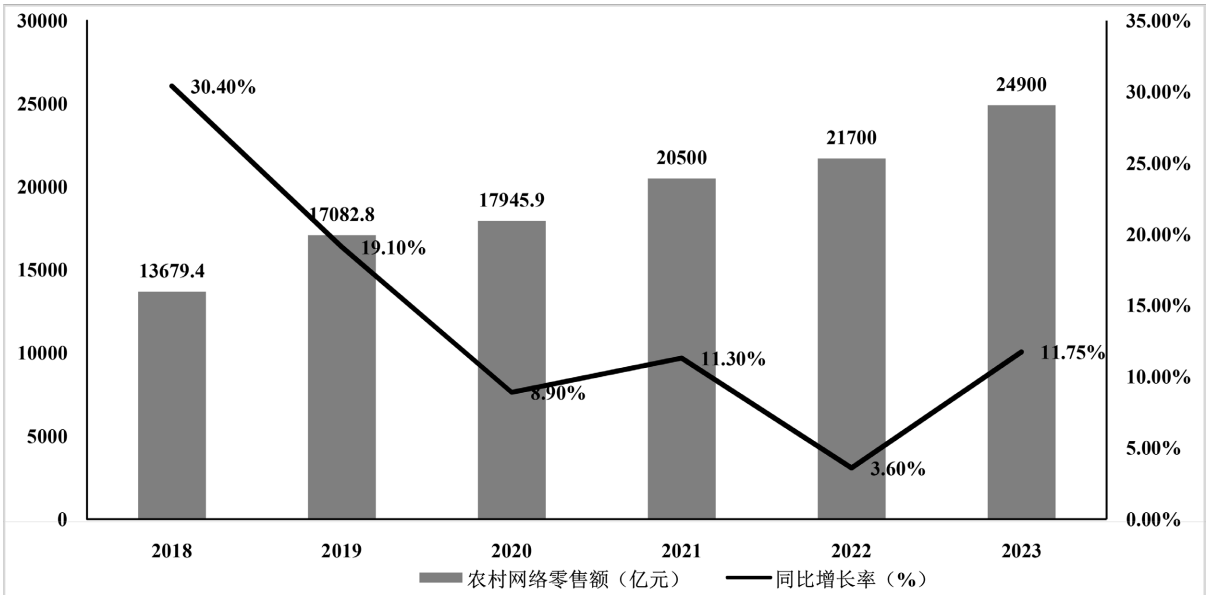

Figure 1. Rural e-commerce development trend
图 1. 农村电子商务发展趋势

2.2. 农村电子商务基础配套设施不断完善

截至 2023 年，各地政府深入实施数字乡村建设和“数商兴农”工程，工业和信息化部深入推进电信普遍服务、“宽带边疆”建设等工作，农村及偏远地区通信基础设施供给能力有了极大提升。农村网络基础设施建设纵深推进，各类应用场景不断丰富，促进农村数字基础设施不断改善。

一是农村网络设施不断完善。根据第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年底，我农村地区互联网普及率达到 66.5%。全国农村宽带用户总数达 1.92 亿户，5G 网络基本实现乡镇级以上区域和有条件的行政村覆盖，实现了全国“村村通宽带”和“县县通 5G”的目标。我国农村网民规模持续扩大至 3.26 亿人，占网民整体的 29.8%。二是农村物流体系不断健全。截至 2022 年，全国累计建设县级电子商务公共服务中心和物流配送中心超过 2700 个；此外，联合邮政局在村内布局了 42 万个“邮乐购”电子商务服务站点和 15.8 万个村级电子商务物流服务站点。行政村整体快递服务覆盖率高达 95%。我国基本建立起县乡村三级电子商务服务体系和物流配送体系。全国共建成各类农村快递服务站点 26.7 万个。城乡“数字鸿沟”不断缩小，为农村电商蓬勃发展提供了有利机遇[3]。三是农村交通水平持续提高。公路作为我国服务人口最多、覆盖范围最广的基础交通设施，承担着我国 63.5%的营业性旅客运输量和 73.3%的营业性货物运输量，是物流仓储和产业链供应链的重要组成部分。近年来我国持续推进农村公路建设，已基本建成普惠公平、便捷高效的农村公路网络。党的十八大以来，我国新改建农村公路 253 万公里，解决了 1040 个乡镇、10.5 万个建制村通硬化路难题，具备条件的乡镇和建制村通硬化路、通邮路目标全面实现。此外，我国近年来加快打造数字孪生公路、智慧公路、公路数字化转型也

取得新成效[1]。

2.3. 农村电商新模式新业态的不断发展

“数商兴农”等政策下沉进农村经济，加快了农村电子商务的发展，催生出一系列农村电商新模式新业态。在数字化背景下，数据成为新农资、手机成为新农具、直播成为新农活，越来越多的人加入新农民。直播电商、短视频电商、O2O 全供给链电商、产业电商、农产品小程序、农文旅电商、即时零售等电商新模式新业态不断发展普及，打造农产品网络品牌，促进农业合作社、种植大户、农产品加工厂商与物流配送队伍等行业融合发展，带动电商服务业、餐饮及民宿、乡村旅游等产业快速发展，形成线上线下互补、共赢的生态圈。

3. 农村电子商务发展的不足

尽管近年来我国农村电商发展迅猛，取得了一系列的进步，但也应该看到目前我国农村电商成长过程中还存在着一些不足，如地区发展不平衡、物流服务体系问题突出、电商专业人才缺乏、农产品质量不稳定、电商品牌标准化程度低以及农村电商数据共享不充分等实际问题。

3.1. 地区发展不平衡

农村电商发展作为我国乡村振兴的重要内容，其地区发展不平衡将进一步加剧我国地区贫富差距，不利于我国经济社会的协调健康发展。现有数据显示，我国东中西部之间农村电商发展情况相差较大。如图 2 所示，2023 年东、中、西部和东北地区农村网络零售额占全国比重分别为 83.3%、9.4%、5.9%和 1.4%。其中，增速分别为 10.1%、16.5%、15.7%和 4.7%[2]。

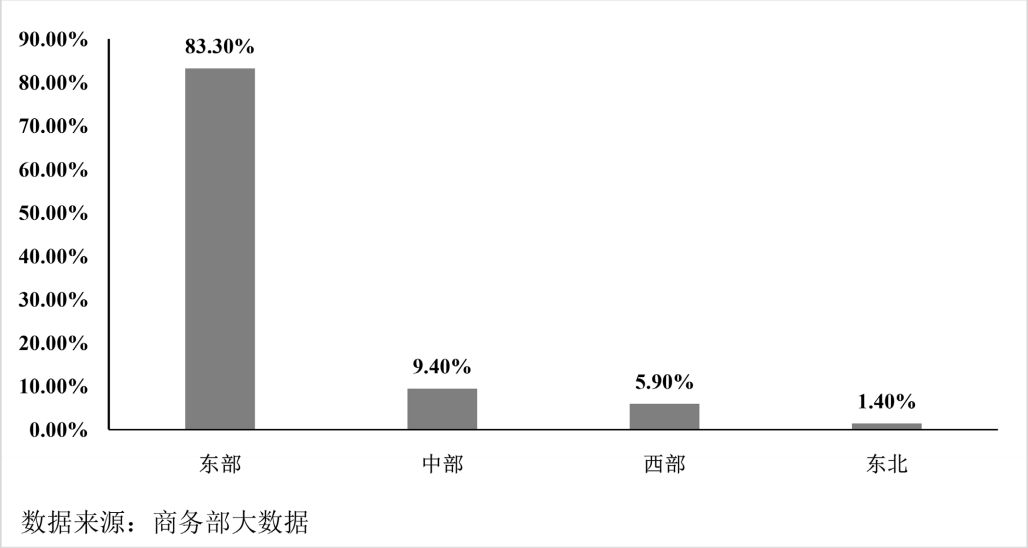

Figure 2. Share of online retail sales by region in 2023
图 2. 2023 年分地区网络零售额占比

这可能一是因为消费区域不均匀。我国经济结构在地理上“东重西轻”的历史问题影响了我国农村人口的消费与生产能力，从而对农村电子商务造成了实质性的负面影响，使我国农村电子商务发展出现了明显的区域断层[4]。二是电商资源分配不均。一方面农村基础设施建设差距较大，东部地区物流末端

[1] 来源：中国政府网，https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202311/content_6916796.htm，2023 年 11 月 24 日。
[2] 来源：《2023 年全国网络零售市场发展报告》。

供给水平和服务水平相对较高，利用农村电子商务进行农产品营销的优势条件更为充分；另一方面农村电子商务运营专业程度差距较大，东部地区发展条件及业态吸引专业人才就业创业，保障了农村电商企业专业化运营水平；而在中西部及东北地区，农村电商产业资源禀赋较差，无法留住人才，导致产业发展迟滞。

3.2. 物流服务体系问题突出

一是我国农村目前以常规物流为主，基础设施水平较低，物流体系不完善，商品和信息的流通受阻，物流运输成本较高。二是农村物流体系规划和区位建设不够合理。农村地广人稀，现有物流网点不足、末端的供给和服务质量不高，导致物流配送效率低下，包裹通常只能到达村镇一级，农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”现象在农村地区广泛存在，这在一定程度上降低了农村人口利用互联网进行买卖的积极性。三是农村地区冷链物流发展较为滞后，农产品上行受到原产地预冷贮藏、分拣加工设施不足等制约，无法满足当前市场对农副产品的运输要求，导致其销售范围受到严重限制，制约产业发展。

3.3. 高素质专业人才缺乏

作为现代新兴产业，农村电子商务拓宽了工业品下行，农产品上行的渠道，需要从业人员运用一定专业知识和技术手段推动其发展。但我国尤其是农村地区电商人才短缺、服务不规范的问题已严重制约农村电商提质增速。一是我国电子商务整体起步较晚，城乡资源差距巨大，中早期有限的互联网资源无法向农村地区下沉，农村居民难以获得相关职业培训的机会；二是农村地区基础设施不健全，发展前景有限，专业人才难以留在农村，岗位人才流动率高，人才流失现象突出；但农村青壮年大多外出务工，农村主要人口是留守老人和孩子，农村电商本土培训主体缺失。三是思想观念陈旧，对电子商务认知不清晰，政府和相关从业人员忽略理论知识的培训与学习，导致企业层面难以形成健全的电商培训体系，而高校电商人才的培养有大多脱离农情，人才培养转化率低，电商企业用人成本高昂，造成电商人才使用的恶循环。

3.4. 农村电商品控力弱、品牌化低

农产品通过电商平台极大地拓宽了销售渠道，但大部分农村网售产品种类单一、品控能力差、产品标准化不足、品牌影响力弱难以适应网民海量消费需求，市场竞争力弱，农村电商企业整体上处于较低的发展水平。这可能一是因为农村电商市场主体主要为家庭小生产单位和个体农户，缺乏标准化、科学化的经营理念和准则，相关生产和加工流程较为分散化，缺失农产品投入安全标准，农产品流通市场的政策约束作用发挥不畅，物流运输环节中的产品质量得不到相应的保障，导致农村电商产品质量不一，良莠不齐。二是农产品标准化程度低，农产品尤其是地方特色农产品生产周期长、产量有限，标准化量产难度较高，产品迭代也很难在短时间内完成。三是农产品品牌建设的基础环境不佳，大部分农村电商经营主体品牌意识淡薄，对品牌的经济效益影响认识不够，缺乏整合产品资源动力和技术、资金、平台、系统、公关等条件。

3.5. 农村电商数据共享不充分

数据是电子商务发展的重要支撑，但目前我国农村电商的数据共享水平还有待提高。从数据统计看，涉农数据种类繁多、规模巨大，缺乏统一标准；村镇内部统计的数据规模有限，流通范围局限，且跨平台、跨部门、跨层级的农业数据长期相互独立，难以整合、共享与流通。从数据功能看，各地涉农大数据平台多由政府部门和第三方共同建设，主要用于行政服务与管理，对企业或个人用户开放较少，电商

企业和农户难以通过数据及时准确地把握市场趋势走向，进而指导生产和分配环节，对生产与销售能够作出预测，造成供给对于需求的迟滞，存在较大发展局限性。从数据效果看，农村电商数据平台数量有限，缺乏专业的技术人才，数据质量还有待提高。跨行业数据互通共享水平低，加大了把握产业动态的难度，一定程度上制约了农村电商数据的深层次价值释放。

4. 数字化背景下农村电子商务创新发展的政策建议

通过以上分析可知，我国的农产品产业链、供应链正处于数字化、电商化发展的关键时期，但较低的农产品电商化处理能力限制着“小生产”和“大市场”的对接，难以拓展广大农村地区的电商需求、调动农村电商的供给能力。因此本文顺应农村电子商务发展趋势，提出以下政策建议。

4.1. 健全农村尤其是中西部农村基础设施

完善的基础设施是农村电子商务发展的硬件条件，政府应增加对农村尤其是中西部地区农村电子商务配套基础设施的投资与建设，包括网络、物流、道路等方面。因为基础设施建设投资规模大、回收周期长、相关手续流程复杂，民间资本很难独立完成，需要政府部门的牵头引领。一是鼓励民营通信企业和电商平台参与其中，深化农村网络建设，提高农服务质量，减少网络使用成本，降低客观性限制因素对农村电子商务发展的影响程度。二是促进各地区电子商务协作，引导东部资金、技术、人才等要素向结对地方聚集，构建多元化产业格局，促进地区产业集聚发展，发挥各地区比较优势，拓宽供应链长度。三是发挥政府与市场在农村电商领域的协同作用。在已有投资建设基础上，把农村电商公共服务资源与电商企业运营服务体系有机对接，盘活存量资源，同时激发社会资本投资的积极性，建设电商创新发展的数字商业基础设施，提高农村地区数字化和信息化水平，降低物流运营和管理成本。

4.2. 创新农村物流体系发展

物流农村电商发展的首要问题，工业品下行问题随着快递下乡、物流网点建设等有所缓解，但仍存在“最后一公里”困难。同时农产品上行销售对冷链仓储、分拣加工、时效配送等环节要求较高，配套基础设施还需政府和市场持续投入解决农产品上行“最初一公里”的问题。一是要健全完善覆盖县乡村三级的物流配送链，衔接好各个配送环节，确保物流配送即时性，扩大电商物流体系在农村地区的覆盖面。同时发挥县域大型商贸流通企业等自建物流优势，面向电商平台和中小商户，提供第三方配送，推广智能物流管理系统和可循环包装技术，实现县域商贸物流标准化、智能化、绿色化发展。二是鼓励电商平台和大型商超在具备条件的县城新农村发展即时零售，对接当地线下实体企业，只能匹配周边订单需求，提供高效便捷的配送服务。三是采取现代化技术手段，鼓励具备条件的地区发展智慧物流，推动统仓共配实现创新型科技农产品和物流配送的有效结合，选用多元化产品配送方法，探索农产品共享配送模式，利用线下仓储设施进行农产品的集中配送，提高农产品上行效率，满足当地农产品的物流配送需求[5]。

4.3. 加强农村电子商务高素质人才培养

农村电子商务发展需要专业人员进行信息研究、趋势分析，包装设计，产品运营等全过程管理。但目前报告显示，“农产品上行”电商人才缺口明显[6]。因此，政府和相关部门需要做好高素质人才培养和引进工作，完成对偏远地区的技术人才输送，促进农业农村高质量发展[7]。一是健全本土电商人才培育机制。中国地大物博，农村电子商务在不同地区应用具有突出地域特点，因此要要立足当地发展情况，积极探索本土电商人才培育模式，加快多元化新型农村电商主体培养，培育农村电商供应链服务企业和电商带头人，加强对退役军人、返乡农民工的电商技能培训，引入外部师资支持，定期到乡村指导和教

学；强化培训、实习、创业就业衔接，优化吸引电商人才的软硬件环境。二是提高院校电商人才的培养质量。各类院校是培养电商人才的主力军，可以通过与乡镇政府、当地电商企业合作创立实践基地与搭建创业平台，理论联系实际，完善相关课程体系和理论内容，为学生就业创业奠定坚实基础。三是对现有农村电商从业人员政府要落实理论知识宣传教育工作，并进行专业知识与技能培训，培养现代化电子商务逻辑，提高农村电子商务的运营能力。

4.4. 严格把控农产品品质，促进电商品牌化发展

促进农村电商健康发展要提高农村电商的市场竞争力，因此要政府和市场要严格把控电商农产品品质，提高农业生产标准，促进农村电子商务产业化、品牌化发展。一是在产品品质方面。政府和企业可以统筹规划区域布局和统一标准化生产、建立农产品信息追溯系统。运用数字技术手段追踪农产品生产、加工、运输等环节信息，确保质量可追溯，同时积极改善生产环境和条件、提高从业人员素质和技术水平、完善农产品质量安全市场准入制度，创造条件申报和获得质量安全、卫生安全以及生产管理方面的权威认证，让消费者安心。二是在农业品牌打造方面。一方面农村电商应树立品牌意识，注重挖掘和整合地域特色资源，通过精准的市场定位和营销策略，选择具备一定规模的当地特色农产品，引入专业团队针对性提升农村地区“农货”变“网货”能力，将当地的农业优势转化为品牌优势；另一方面建立健全品牌制度保障，政府和平台要积极提供品牌、商标注册服务，体系化推进选品、分拣加工、包装策划、供应链保障等环节，讲好产品故事，提高产品美誉度和市场知名度。

4.5. 促进农村电商数据共享

数字化背景下电子商务的发展离不开数据的支撑，对数据的整合分析有利于探究电商发展现状和未来现实进路，因此电商整体行业的高质量发展要促进农村电商数据共享。一是要搭建多层次农村电商综合服务平台，以专业化的处理手段进行平台数据整合分析，加强对农村电商发展数据指标多维度、动态化和个性化的检测与分析，为拓展涉农信息服务提供数据支撑，健全农村信息服务体系，提高便民服务水平。二是引入数字技术实现对各项农业资源、农业技术服务的合理配置，有效管控产品的生产、加工、销售等环节，优化供应链，并根据市场需求情况作出科学的生产决策，实现精准营销与数字化运营，为农村人员提供明确的生产计划和指引。

5. 结语

电子商务为农产品营销提供了平台，有效沟通了农业生产者和消费者。数字技术的发展和农村基础设施的完善，促进电子商务向农村地区下沉，推动了农村电子商务平台的创建发展，不但创新农产品经营模式、改善其营销渠道，还加快农产品资源流动等。目前数字化背景下的农产品电子商务发展迅猛，取得了长足进步，但现实实践中还存在发展基础不健全、电商人才缺乏，农产品标准化、农村电商品牌化较低，农村电商数据共享不充分等问题，需要我们针对问题采取有针对性的政策，促进农村商贸流通企业转型升级，推动电商与农村一二三产业全方位、全链条深度融合，培育新业态、新场景，构建协同、创新、高效的农村电商生态圈，畅通城乡经济循环，促进农民增收和农村消费。实现数字化背景下农村电子商务的可持续发展，向农村新电商[3]的转型发展。

参考文献

[1] 欧阳日辉. 数字基础设施促进电子商务创新发展的机理与路径[J]. 广西社会科学, 2024(1): 1-11.

[3]2023 年《中国新电商发展报告 2023》指出，新电商是以数据为核心要素，以大数据、人工智能等数字技术为支撑，以数字化平台为载体，以用户为中心，在新一代信息技术与商贸活动的融合创新下衍生的新业态。

[2] 姚文. 谱写电子商务高质量发展新篇章[N]. 国际商报, 2021-10-29(002).
[3] 金观平. 构建高质量农村电商生态圈[N]. 经济日报, 2024-04-02(001).
[4] 韩业亮, 李绍华, 谢风媛. 基于电子商务的农村产业发展现状与展望[J]. 农业经济, 2024(1): 139-141.
[5] 罗孟旎, 谢慧娟, 姬会英, 等. 农业电子商务物流发展路径优化研究[J]. 农业技术经济, 2023(12): 145-146.
[6] 常钦. 按下农村电商发展“快进键” [N]. 人民日报, 2024-04-08(005).
[7] 刘亚平. 数字经济背景下农村跨境电商发展的挑战与实现路径[J]. 商业经济研究, 2022(12): 138-141.