

新零售背景下农村电商模式的优化路径研究

周雅霜

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月2日; 录用日期: 2024年10月21日; 发布日期: 2024年10月28日

摘要

近年来,随着我国经济的迅猛增长,新兴商业模式层出不穷,其中新零售作为一种创新的消费模式,不仅显著提升了消费者的购物体验,而且更加精准地满足了他们的多元化需求。随着新零售概念的普及和深化,传统商业模式正经历着前所未有的变革。作为连接农村与城市、农民与消费者的关键桥梁,农村电商模式的优化显得尤为重要。在新零售的大背景下,农村电商既迎来了广阔的发展机遇,也遭遇了前所未有的挑战。因此,本文旨在深入探讨并剖析新零售背景下农村电商模式的优化策略,通过对当前农村电商模式的现状及存在的问题进行全面分析,提出切实可行的优化路径,以期推动农村电商的健康发展。

关键词

新零售, 农村电商, 优化路径, 物流体系

Research on the Optimization Path of Rural E-Commerce Model in the Context of New Retail

Yashuang Zhou

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 2nd, 2024; accepted: Oct. 21st, 2024; published: Oct. 28th, 2024

Abstract

In recent years, with the rapid growth of China's economy, new business models have emerged one after another, among which new retail, as an innovative consumption model, not only significantly improves the shopping experience of consumers, but also more accurately meets their diversified needs. With the popularization and deepening of the new retail concept, the traditional business model is undergoing unprecedented changes. As a key bridge connecting rural and urban, farmers

文章引用: 周雅霜. 新零售背景下农村电商模式的优化路径研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 848-854.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341220

and consumers, the optimization of rural e-commerce model is particularly important. In the context of new retail, rural e-commerce has not only ushered in broad development opportunities, but also encountered unprecedented challenges. Therefore, this paper aims to deeply discuss and analyze the optimization strategy of rural e-commerce model in the context of new retail, and put forward a practical optimization path through a comprehensive analysis of the current situation and existing problems of rural e-commerce model, in order to promote the healthy development of rural e-commerce.

Keywords

New Retail, Rural E-Commerce, Optimize the Path, Logistics System

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

在互联网广泛普及与科技迅猛发展的当下，新零售作为一种创新的商业模式，正逐步在全球范围内崭露头角。新零售以互联网为基石，借助大数据、云计算、物联网等前沿技术的支持，整合并优化供应链与实体店资源，实现线上线下全渠道销售的无缝对接，形成了一种以消费者需求为导向，与现代物流紧密协同的零售运营模式。在新零售的浪潮中，农村电商作为推动农村经济转型升级的关键力量，正面临着空前的机遇与挑战。随着农村网络基础设施的日益完善，农村电商的辐射范围日益扩大，越来越多的农民开始接触并投身于电商领域。同时，农村电商平台的多样化也为农民提供了更为丰富的销售渠道和选择。农村电商已成为经济欠发达地区提升农民收入水平、消除贫困的有效途径[1]。然而，挑战亦如影随形。农村物流配送体系尚不完善，基础设施建设存在短板，电商人才匮乏，以及农产品同质化严重等问题逐渐凸显。为确保农村电商能够抓住发展机遇，实现快速健康发展，我们必须正视并解决这些问题。因此，本文旨在深入探讨新零售背景下农村电商模式的现状与挑战，并针对存在的问题提出切实可行的优化策略。农村电商模式作为连接农村与城市、农民与消费者的桥梁，其优化路径的探讨对于推动农村经济的可持续发展具有重要意义。

2. 新零售农村电商模式及其现状

新零售，英文是 New Retailing，即企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式[2]，其核心理念是“以消费者体验为中心”、“以数字化为核心驱动力”[3]。“新零售”农村电商模式是一种结合新零售理念，以农村市场为服务对象，通过电子商务平台和技术手段，优化农产品流通、提高农民收入、促进农村经济发展的电商模式，是基于互联网的交易、金融、物流、信息服务，以构建农村电商全渠道协同平台来支撑任一节点之间的双赢商业模式[4]。相较于其他商业模式，新零售农村电商模式具有一些特点，比如，线上与线下结合。新零售农村电商模式充分利用互联网和大数据等技术手段，将线上平台与线下实体店、农村集市等销售渠道相结合，实现线上线下的无缝对接。在这种情况下，农民可以在线上平台上发布有关产品的信息，而消费者则可以通过线上，实现产品的浏览、购买，同时还可以享受线下自提或配送到家的服务。数据驱动，由于这种电商模式以互联网为依靠，所以可以精确地收集消费者的各项数据，比如需求和偏好，并通过分析这

些数据为消费者提供精准的信息。而农民也可以根据数据来调整他们的生产结构，从而通过更符合消费者偏好的产品。供应链优化，新零售模式下的农村电商模式通过互联网使得农产品从生产到销售的各个环节，降低流通成本，提高流通效率。消费者也可直接在线上平台购买，从而减少了中介这一环节，为购买提供了便利。

在深入探讨新零售农村电商模式时，我们不难发现其带来的诸多便利与深远影响。该模式显著促进了农村经济的蓬勃发展，为农民开辟了更为广阔的销售渠道，从而有效增加了农民的收入来源。农民通过线上平台销售农产品，不仅拓宽了销售渠道，更实现了收入的稳步增长。同时，电商平台还积极为农民提供农业技术服务、市场信息服务等全方位支持，助力农民提升生产效率与产品质量，实现了农业生产的提质增效。此外，新零售农村电商模式对于提升农村信息化水平、推动农业现代化进程具有积极意义。通过电商平台，农民能够获取更为丰富的市场信息、技术信息与政策信息，显著提高了自身的信息素养和电子商务技能。同时，电商平台提供的农业技术服务、农产品质量安全追溯等支持，进一步推动了农业的可持续发展，成为了引导农村供给侧结构性改革、促进乡村振兴的重要抓手[5]，为农村经济的繁荣稳定奠定了坚实基础。

党的二十大报告提出，要加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合。新零售农村电商模式的建设则通过结合农村的实际情况而开展的。这种基于新服务体系、新生产要素、新基础设施，构建由村民、合作社政府、渠道服务商、物流服务商、培训服务商、金融服务商组成的线上线下全渠道，运用云计算、物联网等数字化技术构建以农村大数据为核心的农村电商生态体系，促进了农村经济的转型升级，推动了我国农业的发展[6]。

随着我国经济的迅猛增长，农村经济亦呈现出日益加快的发展态势，进而推动了农村电商行业的迅速崛起。显著表现为电商市场规模的持续扩大。近年来，农村电商行业的零售金额持续增长，其快速发展不仅挖掘了农村消费市场的巨大潜力，还促使市场规模逐步扩大，使农村电商成为农村居民增收的重要渠道。然而，与城市相比，我国农村电商的零售规模在绝对值上与城市地区存在较大差距，仍有较大的市场挖掘力[7]。根据商务部大数据显示，在 2015 至 2023 年，农村电商零售额由 0.35 万亿增至 2.49 万亿，城市电商零售额由 3.53 万亿增至 12.93 万亿(见图 1)。除此之外，农村的网民规模在不断扩大，截至 2023 年 6 月，我国网民规模达 10.78 亿，其中，农村网民规模达 3.01 亿人，占网民整体的 28%(见图 2)。虽然随着互联网的发展，越来越多的农村村民成为网民，但这个网民规模增速仍然较慢。

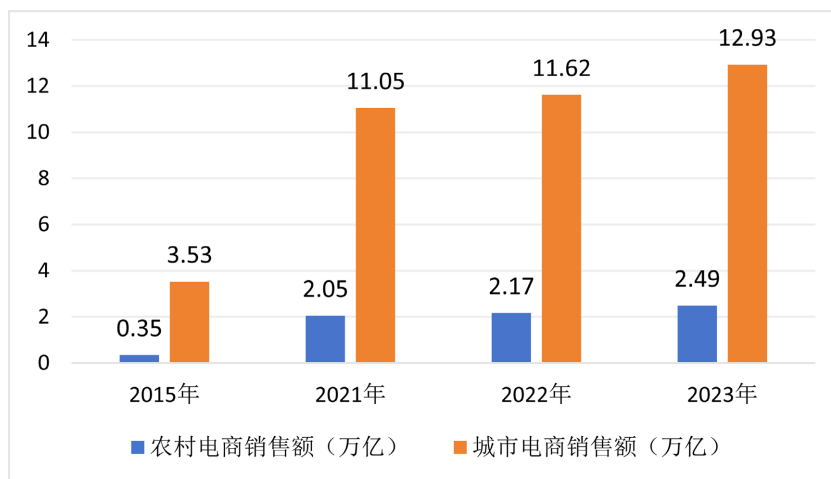


Figure 1. The scale and structure of China's e-commerce sales

图 1. 我国电商销售规模及结构

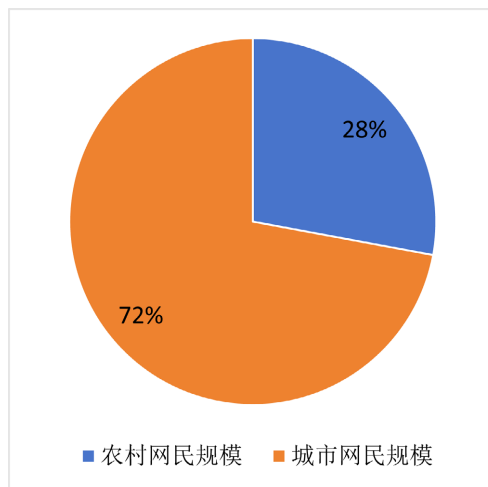


Figure 2. Proportion of China's Internet users in June 2023
图 2. 2023 年 6 月我国网民规模占比

3. 新零售背景下农村电商发展存在的不足

随着新零售时代的来临，农村电商领域迎来了前所未有的发展机遇，然而，在迅猛发展的同时，亦遭遇了一系列挑战。这些挑战的核心原因之一是农村电商基础设施的欠缺。基础设施作为电商发展的基石，其完善程度直接关系到电商的稳定发展。相较于城市，农村电商在基础设施方面显得尤为薄弱，这导致了农村物流信息网络的不完善，进而影响了物流运输的效率。同时，由于农村电商的发展主要以小规模为主，产品同质化现象严重，难以形成知名品牌并发挥品牌效应。此外，人才短缺和资金困难也是制约农村电商发展的重要因素。

3.1. 农村基础设施薄弱，物流体系不健全

完善的基础设施是电商发展不可缺少的一项，只有基础设施完善，才能确保电商得到稳定的发展。城市电商得益于其健全的基础设施建设，能够快速且高效地发展。相比之下，农村电商则因基础设施薄弱而极大阻碍了农村电商发展潜能的释放和市场规模的扩张[8]。其主要制约因素如下：1、农村物流信息网络尚不完善。与城市相比，农村网络覆盖有限，农民对电商的认知不足，这导致在农产品销售过程中缺乏准确的市场信息，容易引发产品滞销或价格波动。同时，农民对电子产品的使用不够熟练，这也给农村电商的操作和交易带来困难。2、物流运输存在问题。农村居民居住分散，导致物品运输成本上升。对于偏远山区，运输距离长且路况不佳，进一步加剧了运输成本和难度。此外，农村电商运输的产品以农产品为主，因为农村地区的加工、冷藏、储藏、运输等物流基础设施建设滞后，缺乏先进的鲜活农产品低碳节能物流技术、水果适温物流辅助技术、水果节能适温储藏物流技术、果蔬移动真空预冷技术、冰温保鲜库及保鲜工艺技术、水产品无水保活技术等冷链物流技术作为支撑，水果、蔬菜及食品等农产品在运输期间无法保证新鲜性，容易出现农产品腐烂变味[9]。这不仅影响农民收入，也打击了农民的生产积极性，对农村电商的发展造成负面影响。3、农产品交易支付体系不完善。由于农民长期居住在农村，相较于城市，农村缺乏完善的电子支付体系和信用体系，农民对在线支付的不熟悉及对网络交易安全的不信任也成为制约农村电商发展的重要因素[10]。

3.2. 产品同质化严重，缺少知名品牌

目前，农村电商市场的主导力量依然是小规模的个人商户，尚未形成大规模的统一生产模式。这种

现状导致了农产品的高度同质化，即产品缺乏差异性，难以形成独特的产业特色，从而给知名品牌的塑造带来挑战。这一困境的形成，主要源于以下几方面的因素：首先，村民的利益分配和农产品多样性的现实情况，使得他们更倾向于选择个体化的产品种植方式。这种种植模式虽然满足了多样化的需求，但却降低了农产品的产出效率，难以实现规模化、集约化的发展。其次，在农产品生产过程中，部分生产商缺乏对产品质量的有效监管，对原材料的选择和生产过程的控制不够重视。这导致了产品质量参差不齐，使得消费者在面临大量相似产品时，难以区分其品质差异。进而影响了消费者对农产品品牌的信任度，进一步加大了打造知名品牌的难度。也正因为农产品没有打造出知名品牌，而消费者在购买时又倾向于选择知名品牌，农村产品在销售过程中不具有优势，影响产品销售量，限制了电子商务在农业领域的长期发展[11]。

3.3. 缺乏专业电商人才

农村电商，作为新兴产业的重要组成部分，其持续繁荣与稳健发展离不开充足且专业的人才支撑。然而，当前农村电商领域正遭遇专业人才匮乏的严峻挑战，农村电商人才“引进难，留住难，培养难”的问题依旧存在[12]。这无疑对其未来发展构成了一定制约。经深入剖析，其主要成因包括：其一，农村人口基数相对有限。相较于城市，农村在教育资源、医疗卫生、就业机会等方面的配置较为薄弱，致使大量农村人口因生计等因素向城市迁移，进而加剧了农村人才流失的现象。其二，农村人口整体受教育程度偏低。由于青壮年劳动力的外流，农村主要人口结构呈现老龄化趋势，他们的受教育程度普遍不高，对网络技术的认知和应用能力较为薄弱，难以迅速适应并熟练掌握网络工具。其三，培训体系尚不健全。相较于城市，农村电商培训机构数量较少，培训内容缺乏系统性和深度，往往仅停留在基础知识和技能层面，无法满足农村电商发展的多元化专业技能需求，进而影响了人才的有效培养和储备。

3.4. 农村电商融资困难

资金作为农村电商发展的基石，其重要性不言而喻。然而，鉴于农村电商目前尚处于初创阶段，具有资金流量小、资产规模轻、担保能力不足、风险难以精准把握等特点，使得银行在全面把握其实际运营状况及盈利能力方面面临较大挑战，进而加剧了农村电商的融资困境。与此同时，相较于城市，农村地区的金融服务体系发展相对滞后，缺乏与农村电商发展需求相匹配的金融工具与服务，从而限制了农村电商的融资渠道和融资能力。此外，政府在扶持农村电商发展方面的力度尚显不足，导致资金匮乏成为制约农村电商发展的主要因素之一。同时，监管机制的不完善也导致了市场秩序混乱，金融风险增加，这些因素进一步加深了金融机构对农村电商的审慎态度，从而限制了其融资能力。

4. 新零售背景下农村电商模式的优化路径

针对以上农村电商发展所存在的不足，可以从完善基础设施、解决物流问题、打造龙头企业、培育技术人才以及加大政府扶持力度等方面进行优化，具体路径如下：

4.1. 完善农村基础设施建设，进一步完善物流体系

强大的基础设施可以确保农村电商的发展，因此，针对网络信息不完善的问题，政府应该加大完善农村网络基础设施，加强农村数据信息网络体系建设和互联互通，进一步消除传统产业信息壁垒，促进城乡一体化发展。针对运输途中农村村民居住分散的问题，政府可以发挥主导作用，激励农村物流、农业、邮政等各大企业与农户等多元供应链主体加深业务关联，建立完善的物流资源配置与调度机制，科学合理地整合物流机制，实现全方位的物流配送。针对运输路况不佳的问题，可以采用政府主导，企业辅助的方法。政府鼓励企业参与修建交通设施，从而达到既完善交通设施又提高企业知名度的双重效果。

对于这些企业，政府可以对其进行奖励，来提高他们的积极性。针对运输途中出现农产品变质的问题，可以打造冷链物流体系。建立健全县、镇、乡一体的物流体系，县级电商物流公共服务中心主要负责统一调配和协同配送，充分发挥县域冷链运输资源优势，各乡镇租用或自建冷库，在重要业务站点配置冰柜，配置冷链运输汽车，由县业务枢纽系统负责管理，有效地解决生鲜食品和鲜活蔬菜的运送问题[13]。针对支付体系以及村民的信任问题，政府可以加大各支付系统的宣传力度，增加人们对网上支付的信任。同时，也应加大对各支付平台的建设力度，完善支付体系，进而方便村民网上支付系统的使用。

4.2. 强化电商品牌建设，打造知名品牌

针对当前农村电商零散、规模较小，难以形成知名品牌并发挥规模化优势的现状，可以采取以下措施。首先，应整合资源，包括资金和各类资源，重点培育农村电商领域的龙头企业。在此过程中，政府应积极吸纳大型企业参与农村电商建设，发挥其引领作用，整合小规模电商，构建大规模企业集群。此举旨在减少经营管理中的冗余环节，提高整体运营效率，并充分发挥规模经济效应。在构建大规模企业集群的过程中，我们应充分利用各小企业的优势，通过精细化的专业分工，提升产品生产效率，进而推动农村电商的持续发展。此外，还需加强农产品质量标准建设，规范农业电商活动，确保产品质量和交易过程的合规性。同时，应加大农村电商的宣传力度，提升公众对农村电商的认知度和信任度，树立正确的农村产品形象。这将有助于进一步发挥品牌效应，提升农村电商的市场竞争力，促进农村经济的繁荣与发展。

4.3. 完善人才培养体系，提供人才支持

农村电商的持续发展，离不开专业人才的坚实支撑。针对当前人才匮乏的现状，需着力强化电商人才培养体系，增加培训频次与深度，以显著提升从业人员的专业素养。政府亦应积极推动村民参与电子商务交流活动，鼓励他们分享经验、交流心得，相互学习、共同进步，进而提升农村电商人员的整体专业素质。同时，政府应制定并实施相关政策，以吸引并鼓励具备电商经验的高层次人才回乡发展，为家乡的电商产业提供强大的人才支持。此外，也可以引导返乡农民工、大学生、退伍军人等个体开设线上店铺，扩大网商规模[14]。最后，应深化校企合作，共同培养专业技术人才。学校可根据企业需求，对学生进行定向培养；企业亦可将员工送入学校接受专业技术培训，从而为电商产业的持续发展储备更多优质人才。

4.4. 完善融资渠道，加大扶持力度

针对农村电商融资难问题，政府可以提高政策扶持的针对性，扩大政府贴息贷款支持面，加强政府担保体系建设，推动设立还贷周转金等，为农村电商企业贷款提供保证。同时，加强信用体系建设，营造良好的农村电商信用环境。比如建立专项的电商扶持资金，为商家提供更多的资金支持，从而吸引人们的投资。金融机构应加快转型创新步伐，完善网络信贷管理系统，健全贷款审核机制、信贷客户信息共享机制等。同时，结合农村电商的实际情况推出相应的金融产品和服务，满足其融资需求。农村电商企业也应加强自身建设，提高财务管理水平，规范经营行为，提升承贷能力。同时，鼓励农村电商企业成为合作社或信用社的成员，以获得更多融资机会[15]。

5. 结语

在新零售的时代背景下，农村电商的发展已成为推动农村经济增长的必然趋势，更是实现农村经济跨越式发展的关键所在。然而，我们必须正视农村电商在发展过程中所暴露出的不足和面临的挑战。为此，政府应进一步强化对电商领域的支持力度，完善相关政策体系，为农村电商的健康发展提供坚实的

政策保障。同时,我们也需要完善人才培育机制,为农村电商输送具备专业技能和素养的优秀人才,以提供有力的智力支持。此外,相关部门应加快基础设施建设的步伐,特别是农村地区的物流运输体系,确保产品能够高效、安全地送达消费者手中。农村电商企业亦需严格把控产品质量,注重品牌建设,以提供可靠、可信赖的商品,赢得消费者的信赖和支持。网络监管部门则应加大监管力度,维护电商平台的公平竞争环境,保护电商商家和消费者的合法权益。

综上所述,我们必须深刻认识到新零售背景下农村电商所面临的困难与挑战,通过各部门的协同合作,共同克服这些困难,把握农村电商发展的机遇,从而推动农村经济的持续、健康发展。

参考文献

- [1] 秦芳,王剑程,胥芹.数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J].经济学(季刊),2022,22(2): 591-612.
- [2] 杜睿云,蒋侃.新零售:内涵、发展动因与关键问题[J].价格理论与实践,2017(2): 139-141.
- [3] 汪娟,赵士凤.新零售背景下智慧供应链协同运作机制研究[J].湖北文理学院学报,2019,40(5): 16-20.
- [4] 于红岩,夏雷凉,李明,等.农村电商 O2O 模式研究——以“邮掌柜 O2O 平台”为例[J].西安电子科技大学学报(社会科学版),2015,25(6): 14-22.
- [5] 陈姝含,陈健.乡村振兴战略下对于农村电商物流发展的思考——以灌云县同兴镇为例[J].物流工程与管理,2019,41(5): 10-12.
- [6] 汪娟.数字乡村视角下“新零售”农村电商模式研究[J].武汉商学院学报,2019,33(4): 31-34.
- [7] 刘露.数商兴农背景下中国农村电商发展研究[J].物流工程与管理,2024,46(5): 56-59.
- [8] 常白.乡村振兴战略下农村电商物流发展现状问题及对策分析[J].物流工程与管理,2021,43(9): 88-90.
- [9] 于小燕.新形势下我国农村电商物流遭遇的瓶颈及破解路径[J].对外经贸实务,2018(6): 85-88.
- [10] 李玉才.新零售背景下农村电商模式的优化路径研究[J].中国商论,2024(3): 21-24.
- [11] 游雅娟.数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J].商业经济研究,2024(3): 119-122.
- [12] 洪勇.我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J].商业经济研究,2016(4): 169-171.
- [13] 罗春莲,王永成.数字乡村建设背景下农村电商发展的问题与应对策略[J].现代化农业,2023(11): 62-65.
- [14] 李军蓓.多措并举推动农村电子商务发展[N].云南政协报,2024-06-25(002).
- [15] 黄建明,周鑫蓉.共同富裕背景下浙江农村电商发展策略研究[J].现代营销(上旬刊),2024(6): 101-103.