

农业产业链现代化背景下农村电商发展现状及对策研究

——基于“农村经营形态”全国调查数据库的考察

刘 艺¹, 陆潭晟^{2*}

¹南京邮电大学社会与人口学院、社会工作学院, 江苏 南京

²南京邮电大学通达学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年9月20日; 录用日期: 2024年10月10日; 发布日期: 2024年11月7日

摘 要

在农业产业链现代化的大背景下, 农村电商作为推动农村经济转型的重要力量, 正处于一场深刻的变革之中。本文基于华中师范大学2024年发起的“农村经营形态”全国调查项目, 通过问卷调查及半结构式访谈获取实证资料, 探讨了当前农村电商的发展现状, 并分析了其面临的主要问题及挑战。研究发现, 农村电商存在平台建设不足、物流配送不畅、农村电商人才缺乏等问题。为此, 本文提出了若干对策建议, 包括加强电商基础设施建设、完善物流体系、培养农村电商人才以及推动政策支持等, 以期进一步推动农村电商的健康发展, 实现农业产业链的全面升级。

关键词

农村电商, 农业产业链, 农业现代化, 乡村振兴

Research on the Development Status and Countermeasures of Rural E-Commerce under the Background of Agricultural Industrial Chain Modernization

—An Examination Based on the National Survey Database of “Rural Management Form”

Yi Liu¹, Tansheng Lu^{2*}

¹School of Sociology and Population Studies & School of Social Work, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

*通讯作者。

文章引用: 刘艺, 陆潭晟. 农业产业链现代化背景下农村电商发展现状及对策研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 1759-1768. DOI: 10.12677/eci.2024.1341330

Abstract

In the context of the modernization of the agricultural industrial chain, the rural e-commerce, as an important force to promote the transformation of the rural economy, is in a profound reform. Based on the national survey project of "Rural Business Form" initiated by Central China Normal University in 2024, this paper obtains empirical data through questionnaire survey and semi-structured interview, discusses the current development status of rural e-commerce, and analyzes the main problems and challenges it faces. The study found that rural e-commerce has problems such as insufficient platform construction, poor logistics distribution and lack of rural e-commerce talents. To this end, this paper puts forward several countermeasures and suggestions, including strengthening the construction of e-commerce infrastructure, improving the logistics system, cultivating rural e-commerce talents and promoting policy support, in order to further promote the healthy development of rural e-commerce and realize the comprehensive upgrading of the agricultural industry chain.

Keywords

Rural E-Commerce, Agricultural Industry Chain, Agricultural Modernization, Rural Revitalization

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

习近平总书记在陕西考察调研时强调, 电子商务不仅可以帮助群众脱贫, 而且还能助推乡村振兴, 大有可为[1]。近年来, 随着互联网与实体经济的深度融合, 农村电子商务(以下简称“农村电商”)迅速崛起, 成为推动乡村经济发展的重要引擎。然而, 农村电商在发展过程中仍面临着内生动力不足与外部政策支持强劲之间的不平衡问题[2]。同时, 农村地区融资困难也严重制约了农村电商的可持续发展[3]。除此之外, 农村电商在制度供给方面面临着激励机制非正式化、资本和竞争失控的风险, 以及电商资源与需求方脱节等一系列挑战[4]。鉴于此, 本研究将农村电商置于农业现代化的背景下, 通过对其现状的分析, 探讨农村电商发展的必要性与可行性, 并提出相应的对策建议, 以回应农业产业链现代化背景下农村电商发展所面临的新机遇与挑战。

2. 农村电商发展的先行研究

农村电商是信息化时代推动“三农”发展的重要手段。通过将网络平台与农村的生产、消费、流通等资源相结合, 农村电商在现代农业产业链中扮演着关键角色, 成为推动农村经济发展的重要组成部分[5]。在全球化和信息化进程加速的背景下, 学术界对农村电商的研究日益丰富, 各类研究成果为政策制定和实践提供了参考依据。

现有文献从多个角度对农村电商进行了深入研究, 主要探讨了其对经济增长、消费行为、收入水平等方面的影响。现将这些研究归纳为以下几类: 第一, 经济增长与信息化水平。研究表明, 农村电商显著推动了县域经济的整体增长, 提升了信息化水平, 降低了地方政府对财政的依赖程度, 从而促进了区域经

的发展[6]。第二，消费行为的转变。电商平台的普及使得消费者不再依赖实体店购物，尤其增加了偏远地区的网络消费份额，减少了消费空间的不平等现象[7]。第三，收入水平的提升。通过降低交易成本、减少信息不对称，农村电商扩大了市场空间，促进了产业集聚，农户的收入水平显著提升[8]。此外，其他研究也对农村电商的实践模式[9]、乡村振兴的影响[10]、驱动因素[11]以及制度供给的挑战[4]进行了探讨。

尽管已有研究为农村电商的经济效应和实践模式提供了重要参考，但多数研究将其视为技术或背景因素，侧重于其赋能功能。然而，针对农业产业链现代化背景下农村电商发展的具体现状、面临的挑战以及应对策略的系统研究相对有限。特别是在全球产业链变革的背景下，如何进一步优化农村电商发展路径，仍缺乏深入探讨。鉴于此，本文旨在探讨农业产业链现代化背景下农村电商发展现状以及影响农村电商发展的因素，并且结合具体现实情况进行分析，以期对探讨农村地区电商发展的现实状况及乡村振兴过程中优化农村电商相关政策的制定提供参照。

3. 农村电商发展现状分析

本研究依托华中师范大学于 2024 年发起的“农村经营形态”全国调查项目，重点选取“农产品产业链建设”板块的相关数据。该板块旨在探究农产品产业链建设过程中，农产品的销售途径、农户对农村电商的认知与使用情况，以及农村电商带来的好处与存在的问题。通过了解当前农产品销售的现状与特性，分析农村电商在农产品产业链中的作用和挑战，为后续制定针对性策略，推动农产品产业链的优化与升级提供数据支持和参考依据。

“农村经营形态”全国调查项目的具体操作为，以家庭为单位，对样本框内的农户入户开展结构式问卷调查，以在最大程度上获取真实有效的应答结果，同时辅以电话调查与网络调查的形式，对面访困难的人群展开调查。此外，以 50:1 的比例从受访人员中抽取民众(村民、有关专家、企业家、大学生志愿者、研究员、干部群体、人大代表等)进行深度访谈，进一步保障样本的多样性和获得观点的多元性。共 6244 份有效问卷数据、150 份访谈资料得以回收，并形成初始数据库。其中，“农产品产业链建设”板块所涉问卷样本量为 5078 份，访谈案例数 121 份。本研究对所涉板块不同类型的数据与资料进行有机结合与梳理，以便于进一步了解民众对于农村电商发展现状的看法，为农村电商的可持续发展提供现实经验和参考依据。鉴于此，本研究首先针对农产品主要销售途径、农村电商认知情况、农村电商使用情况等几个方面展开现状分析。

3.1. 农产品主要销售途径

随着网络销售平台的不断涌现，农产品网络销售也随之发展起来，农产品的销售模式正在从传统的实体销售向网络化方向转型[12]。针对被测农户农产品主要销售途径的调查结果如表 1 所示。

Table 1. Main sales way of agricultural products
表 1. 农产品主要销售途径

农产品主要销售途径是	Freq.	Percent
合作社收购	326	6.42
自己去市场销售	1387	27.31
有人进村收购	1870	36.83
网络销售	34	0.67
个体户收购	572	11.26
自用	887	17.47
其他	2	0.04
Total	5078	100.00

农产品销售途径的数据揭示了农村电商在普及过程中的显著层次性。具体而言, 传统销售方式依然占据主导地位, 如有人进村收购(36.83%)和农民自主前往市场销售(27.31%), 两者合计超过六成, 表明农户对这些直接且熟悉的销售模式的高度依赖。然而, 网络销售的占比仅为 0.67%, 这一极低比例不仅反映了农村电商在实际应用中的局限性, 也表明其在农村地区的普及尚处于初期阶段, 但同时也暗示了其巨大的发展潜力。这一结果显示, 尽管农村电商的概念已在部分农户中有所传播, 但其整体普及率和认知度仍有待大幅提升。进一步分析, 如果将合作社收购和个体户收购等方式视为传统与现代之间的过渡形态, 可以看出, 超过半数的农产品销售仍依赖于传统渠道。这反映出农村电商在更广泛群体中的认知度仍处于较低水平, 未来需采取更多措施推动农村电商的认知和应用普及。

“电商直播现在发展得越来越好, 为此我们也探索搭建了‘村委会 + 企业 + 农户’的致富平台, 帮助本村农户在电商平台销售笨鸡、笨鸡蛋、笨猪肉等农产品, 同时与高校和科研机构达成合作, 引进先进的种植技术和加工设备, 提高农产品的品质和市场竞争力。” (ZBY20240806) “其他的产业的话就像最近几年的退耕还林, 我们现在普遍都是种高粱和玉米, 高粱是每年都会有人来收的, 然后收走以后会打一笔钱到我们的卡上。” (CXF20240813)

结合访谈内容可以发现, 农产品销售途径的现状不仅揭示了当前农村电商发展的局限性, 也明确了未来的发展方向。提升农村电商的认知度和普及率, 是推动传统销售模式向现代化转型的关键路径。通过这种转型, 能够更好地适应农业产业链现代化的需求, 实现农产品销售的高效化、信息化和规模化, 为农村经济发展注入新的动力。

3.2. 农村电商认知情况

农村电商是互联网在农业领域的一项创新应用, 农户是否选择采纳这种模式, 主要取决于他们对信息技术的接受能力[13], 针对被测农户农村电商认知情况的调查结果如表 2 所示。

Table 2. Knowledge of rural e-commerce
表 2. 农村电商认知情况

是否了解农村电商	Freq.	Percent
了解	1273	25.07
不了解	2977	58.63
说不清	828	16.31
Total	5078	100.00

民众对于农村电商的认知情况呈现出显著的分化现象。具体而言, 仅有约四分之一(25.07%)的受访者表示对农村电商有所了解, 这表明农村电商的概念及其在农村地区的应用已经开始在部分人群中渗透和传播。然而, 超过半数(58.63%)的受访者表示不了解农村电商, 这一高比例反映出农村电商在更广泛的社会公众中的认知度仍然较低, 需要加大普及和宣传的力度。此外, 还有约六分之一(16.31%)的受访者表示对农村电商的认知处于模糊状态, 即“说不清”。这一现象进一步揭示了农村电商概念在公众中的不确定性和认知上的空白, 可能源于信息获取渠道有限、宣传力度不足或是对农村电商的实际应用缺乏直观感受。这些问题表明, 在推动农村电商发展的过程中, 仍需进一步优化宣传策略, 以增强公众对其理解和接受度。

“我结合自己在城市的工作经验, 意识到网络电商将在农产品销售中发挥崭新作用, 当年成立了白雁泉电商服务中心。通过宣传推广、直播培训等, 我也带动更多家乡青年加入农产品电商直播行业, 打

造属于自己的‘平阴好品’。”(FQC20240609)“直播带货的成功离不开对大数据分析和网络营销策略的熟练运用。我认为青年不仅要具备技术实力,还需具备敏锐的市场洞察力和营销策略。”(HH20240710)

由此可见,公众对于农村电商的认知情况不容乐观,存在着明显的认知分化和认知不足的问题。为了推动农村电商的健康发展,需要社会各界共同努力,通过加强宣传教育、拓宽信息传播渠道、提供实践机会等方式,提高公众对农村电商的认知度和参与度。

3.3. 农村电商使用情况

农村电商平台作为推动农业现代化的重要力量,为农户开拓了更为广阔的市场[14],针对被测农户农村电商使用情况的调查结果如表 3 所示。

Table 3. Use of rural e-commerce

表 3. 农村电商使用情况

是否通过电商网络进行销售	Freq.	Percent
是	299	5.89
否	4779	94.11
Total	5078	100.00

农村电商的使用情况出现明显的不均衡性。仅有约 5.89%的受访者表示其正在通过电商平台或网络进行销售,这表明尽管电商在城市及部分发达农村地区已经取得了显著进展,但在更广泛的农产品销售领域,其渗透率仍然相对较低。相比之下,高达 94.11%的受访者表示他们并未通过电商网络进行销售,这凸显了传统销售方式在农产品市场中的主导地位,同时,这一数据也揭示了农村电商在推广和应用方面面临的诸多挑战,包括网络基础设施不完善、农民缺乏电商技能、物流配送难度大等问题。这些因素共同制约了农村电商的普及,需要在政策、技术、培训等方面采取进一步措施,以推动农村电商更广泛、更均衡的发展。

“尽管通过直播带货为乡村产品销售带来了新契机,但仍需面对高昂的物流成本以及产品质量控制的挑战,这些难题考验着我的资源整合与管理能力。”(LJ20240518)“说起为啥决定通过直播带货参与乡村振兴,主要是因为我看见咱们乡村有很多好东西,但就是因为地理位置偏,大家都不知道。我就想着通过直播,把这些好东西推广出去,让大家都能买到,也帮乡村的乡亲们增加点收入。”(LJ20240518)

综合分析可得,农产品销售领域中的电商网络应用尚处于起步阶段,尽管有着巨大的发展潜力,但还需要克服诸多障碍,以实现更广泛的普及和应用。

4. 农村电商发展的“益”与“弊”

据现状分析可知,我国农产品主要通过传统市场渠道销售,且农村居民对于电商的认知程度较低,农村电商的使用情况也不容乐观。但在实际使用中,农村电商逐步成为农民拓展市场、增加收入的重要途径,尽管普及程度与认知程度仍有待提升,但整体也呈现出了积极发展的趋势。基于此点,本章进一步围绕农村居民关于农村电商发展过程中的有利之处与问题之处展开观察。

4.1. 农村电商具备的益惠之处

在新一轮数字技术融入农业领域的背景下,农村经济的运行方式发生了深刻变革。农村电商凭借其独特优势,成为数字经济与农村经济深度融合的重要支撑[15]。本研究中,被测农户在“农村电商有何好处”的应答情况如表 4 所示。

Table 4. The benefits of rural e-commerce
表 4. 农村电商的好处

农产品电商有何好处	Freq.	Percent
增加销量	2079	40.94
提高单价	472	9.29
稳定销售渠道	499	9.83
避免产品滞销	275	5.42
说不清楚	1710	33.67
其他	43	0.85
Total	5078	100.00

农产品电商的兴起为农民和农产品市场带来了多方面的积极影响。首先,增加销量是其最显著的益处,得到了 40.94%的受访者的认同。通过电商平台,农产品能够接触到更广泛的消费者群体,拓宽销售市场,显著提升了销售量。其次,提高单价也是电商平台的优势,9.29%的受访者认可这一点。借助电商的商品展示、品牌塑造和精准营销等手段,农产品的附加值得以提升,帮助农民获得更高的收益。此外,稳定销售渠道是农产品电商带来的另一个重要好处,得到了 9.83%的受访者的支持。与传统销售方式相比,电商平台能够规避季节、天气及市场波动等因素的影响,为农产品提供更为稳定、可预测的销售路径,降低了销售风险。电商还能够减少滞销问题,这一点得到了 5.42%的受访者的认同。通过实时反馈市场需求信息,电商帮助农民优化生产决策,避免因信息不对称导致的滞销现象。然而,值得注意的是,仍有 33.67%的受访者表示对农产品电商的好处“说不清楚”。这反映出部分农民或从业者对电商的理解和应用还不够深入,亟需进一步加强宣传与培训,以便更多人能够充分认识并利用电商平台带来的机会和优势。

“入行久了,我就发现草编越来越受年轻人喜欢,但是从事这个行业的年轻人却越来越少。在黄市镇党委政府的关心帮助和政策扶持下,我们的草编事业依托电商平台越做越大。如今,这些产品不仅畅销全国各地,还出口海外,需求量更是年年递增。”(GZY20240716)“我们通过传授手工艺技术,弘扬了家乡民族文化,也促进了咱们当地经济的发展。在这过程中我们还搭乘时代的红利,利用数字化手段推广手工艺品,成功将传统文化与现代市场相结合,也为咱们乡村文化振兴注入了新活力。”(MQQ20240716)

结合访谈内容可以推断,农产品电商在增加销量、提高单价、稳定销售渠道以及避免产品滞销等方面展现出了显著的优势,为农民和农产品市场带来了积极变化。未来,随着电商技术的进一步发展和普及,农产品电商有望发挥更加重要的作用,推动农产品销售模式的创新和升级,助力乡村振兴与农业现代化,为农村经济的可持续发展贡献更大的力量。

4.2. 农村电商存在的痼弊之处

Table 5. Problems existing in rural e-commerce
表 5. 农村电商存在的问题

农产品电销存在的问题	Freq.	Percent
销售价格不高	892	17.57
销售成本太高	796	15.68
物流不方便	1202	23.67
网络信号不好	245	4.82
不会使用电子智能设备	1625	32.00
其他	318	6.26
Total	5078	100.00

由于农村地区的自然历史条件与经济发展水平的限制,许多地方尚未建立起良好、可持续且稳定的电商产业链[16],这也是农村电商“难开展”“普低及”的主要的动因之一。本研究,被测农户在“农村电商存在的问题”中的应答情况如表5所示。

农产品电销在推动农业现代化、拓宽销售渠道方面展现出巨大潜力,但同时也面临着诸多挑战和问题。不会使用电子智能设备成为了阻碍农产品电销的最大障碍,占比高达32.00%。许多农民由于年龄、文化水平等原因,对智能手机、电脑等电子智能设备不熟悉或不会使用,导致他们无法有效参与电商销售活动。而物流不方便也是农产品电销中较为突出的问题之一,占比高达23.67%。由于农产品往往具有易腐、易损的特性,对物流运输的要求较高,而当前农村地区的物流基础设施相对薄弱,难以满足电商销售的需求,导致物流成本增加、运输效率降低。另外,销售价格不高是农民普遍反映的一个问题,占据了17.57%的比例,这表明尽管电商平台提供了更广阔的市场,但在价格竞争激烈的市场环境中,农民往往难以获得理想的销售收益。而销售成本太高则是另一个制约农产品电销发展的关键因素,占比达到了15.68%。这其中包括了包装、物流、广告推广等多方面的成本,对于规模较小、资金有限的农户来说,无疑增加了不小的负担。这些问题表明,虽然农产品电商具有广阔的前景,但在推动其发展过程中仍需克服技术、基础设施、成本等多方面的挑战。

“在工作过程中我们尝试推广数字技术等帮助村民进行电商直播,但是因为我们这个村大多数村民都是少数民族,因为一些历史的原因,这里的经济还是比较落后,绝大多数留在村里的人都缺乏数字素养相关的培训,所以他们对于手机或者电脑之类的产品基本都不太会用。”(LFX20240714)“我听说政府有一些支持政策,但说实话我知道得晚,还没完全利用起来。我觉得政府可以多给些资金和技术支持,让咱乡村的青年就业创业更容易些。还有就是政策宣传得加强,不然很多人都不知道有这些好政策。”(KYH20240522)

结合访谈内容可知,农产品电销在推动农业现代化方面发挥着积极作用,但同时也面临着多重问题的挑战。为了促进农产品电销的健康发展,需要政府、企业和社会各界共同努力,加强基础设施建设、提供技术培训和支撑、优化物流体系、加强市场监管等方面的工作。

5. 农村电商发展的优化路径

在农村市场需求持续膨胀的宏观背景下,传统销售模式虽拥有深厚的历史积淀与稳固基础,但其内在的局限性有日俱增,难以满足市场快速变化的需求。与此同时,农村电商的异军突起,不仅为农产品的流通开辟了前所未有的销售渠道,还显著加速了市场边界的拓展,为农村经济的多元化转型与升级注入了强劲的驱动力。然而,农村电商的蓬勃发展并非毫无阻碍,其当前仍面临着认知局限、专业人才匮乏、物流成本高昂以及网络基础设施薄弱等多重挑战,这些难题在很大程度上桎梏了农村电商在促进农民增收、加速农村经济全面发展等关键领域潜力的充分释放。鉴于此,结合前文对于农村电商认知情况、使用情况、有益之处及问题之处等现状内容的具体呈现与合理分析,深入剖析并科学规划一套全面系统的优化策略与路径,对于破除农村电商发展瓶颈、推动其实现可持续的良性循环具有举足轻重的意义。

5.1. 制度嵌入:完善制度协同机制,聚合行动共识

为了更好地发挥农村电商政策的作用,激活农村潜在资源并推动农村发展,各地区应充分利用政府、农户主体以及技术资源的协同效应,优化农村电商发展环境,完善城乡要素协同机制,凝聚各方共识,为农村电商发展提供制度保障、产业支持和资源投入。

首先,应进一步完善制度设计,优化农村电商的整体发展环境。正如在农村电商认知情况中所示,绝大多数农民农村电商的认识情况不容乐观,存在着认知分化和认知不足的问题。对此,一方面,建议

针对政策执行者展开电商培训, 将提高农户的“数字素养”作为评估地方干部的重要指标。同时, 整合不同农村电商项目的政策资源, 推动中央与地方以及各部门之间的农村电商扶持政策的有效互补, 提升政策执行的效率; 另一方面, 加强对农村电商平台的监管, 严惩滥用市场支配地位的企业, 减少头部电商资本无序扩张带来的线上市场分割。

其次, 各地应根据实际情况制定农村电商发展规划, 探索提升电商质量和效益的新路径。正如在农产品主要销售途径的调查中所示, 选择通过网络进行农产品销售的比例极低, 反映农村电商的整体普及率与认知情况还亟待提升。需要通过新媒体技术和社交平台等手段形成营销矩阵, 同时采用以奖代补、财政贴息、直接投资、先建后补等多种形式弥补农村电商资金短板, 推动线上农产品市场的标准化和质量化建设。

再次, 需坚持锻造长板与补齐短板相结合的策略, 努力构建系统、完整的现代农村电商体系。农产品销售途径的现状揭示了当前农村电商发展的困境, 但同时也指明了未来建设的方向。通过完善制度协同机制, 筑牢制度保障体系, 促进传统销售模式向现代化转型, 以更好适应农业产业链全链条实现现代化。

5.2. 技术支撑：激活乡村发展潜能，释放数字效能

完善基础设施是数字技术赋能乡村产业振兴的重要基石。针对乡村地区数字基础设施相对滞后的现状, 政府应加大投入力度, 优先推进乡村地区的网络覆盖和通信基础设施建设, 以保障乡村数字信息技术的可获得性, 并缓解乡村产业数字信息贫困问题。

一方面, 要加强信息化基础设施建设。在数字时代, “互联网+”已深刻融入日常生活, 信息化设备成为社会生产和生活中不可或缺的一部分。然而, 部分农村地区的信息化基础设施仍未实现全覆盖。正如农村电商使用情况所示, 农村电商的使用情况出现明显的不均衡性, 绝大多数受访者表示他们并未通过农村电商进行农产品的销售, 这也反映了农村电商应用尚处于起步阶段。因此, 政府应加快农村宽带和移动互联网的普及, 确保实现光纤宽带和4G/5G网络的覆盖。同时, 应建立乡村数字服务平台, 全面整合农村现有资源, 为其提供一站式、便捷的信息服务, 帮助他们掌握政策动态、市场需求和技术更新等信息, 从而实现农村电商更广泛的普及与应用。

另一方面, 要加强交通物流基础设施建设。随着农村电商和直播带货的兴起, 大量农产品和乡村手工艺品逐渐走向市场, 这对乡村交通物流基础设施提出了更高要求。正如在农村电商的好处调查中所显示, 大家都提到农村电商能够克服传统销售方式受天气等自然因素影响等原因, 能够稳定农产品销量, 避免产品滞销。而这一方式的推广与应用离不开对于农村电商平台的支撑与维护。因而, 政府及相关部门应加大对农村公路建设和维护的力度, 提高乡村道路的等级和通行能力, 优先建设城镇、乡村之间的骨干公路网, 以及通往产业园区和旅游景区的公路, 以支持电商创业和农产品外销。同时, 应建立健全农村物流体系, 推广冷链物流等设施, 降低物流成本, 提高物流效率。这不仅便利了村民的生活, 还有助于推动农村产品的外销。

5.3. 能力建设：提升青年数字素养，强化人才支撑

在数智化时代背景下, 乡村数字人才的教育体系和培养策略亟需与时俱进。正如农村电商存在的问题所示, 绝大多数受访者表示由于受年龄、文化水平等因素, 自身不会使用电子智能设备, 也因此无法有效参与电商销售。想要解决这一难题, 其根本在于“人”, 需要提升乡村数字化人才的素养, 强化农村地区人才支撑。

其一, 需要将数字科技知识与数字技能教育紧密结合, 以应对数字科技的快速迭代和数字与实体经

济融合的深化趋势。既要为乡村数字化人才打下坚实的理论基础, 又要提供丰富的实践经验, 从而培养出既具备理论知识又有实际操作能力的复合型人才。

其二, 农村地区的数字教育应关注弥合使用型和能力型数字鸿沟。正如农产品的主要销售途径所示, 现有农村地区绝大多数农民自身缺乏使用电商等技术平台的能力, 大多数仍停留在传统与现代之间的过渡形态, 即大多数还是通过合作社收购、个体户收购等方式进行农产品的销售。因此, 需要通过开展使用型教育和培训, 有效提升农村居民的数字生活质量, 同时加强数字人才的能力培养, 则有助于提升农民的数字化生产技能。这种分层次、有针对性的数字素质教育将促进农村数字人才的快速成长, 缩小城乡之间的数字差距。

其三, 引进专业技术人才也是实现乡村数字化跨越式发展的关键。面对乡村专业化人才短缺的现状, 应通过制定优惠政策和创造良好的发展环境, 吸引青少年和大学生返乡创业, 逐步壮大乡村数字化人才库。同时, 建立数字人才交流机制, 推动城市与乡村之间的数字人才互动与合作, 实现资源共享和优势互补, 为乡村产业的数字化转型提供强有力的人才保障。

6. 结论

在数字乡村建设的背景下, 农村电商的高质量发展对于实现农村现代化和促进农民增收致富具有重要意义。农村电商不仅可以帮助农产品更好地对接市场需求, 实现生产与消费的有效对接, 还能够推动农村经济的整体发展, 促进农村产业结构的优化升级, 提升农民的生活水平与幸福感。然而, 农村电商在发展过程中仍然面临着诸多挑战, 这些挑战既涉及到宏观层面的政策支持与基础设施建设, 也涉及到微观层面的农民能力建设与产业链完善。为了应对这些挑战, 推动农村电商的高质量发展, 需要提升农民的数字素养和电商技能、加强农村物流基础设施建设、构建完整的农村电商产业链、完善农村信用体系建设并加强政策支持与引导。同时, 政府应该鼓励各地探索符合自身实际的农村电商发展模式, 因地制宜地推动农村电商的创新和发展。总之, 农村电商在现代农业产业链的背景下实现高质量发展, 不仅能够有助于推动农村经济的现代化和转型升级, 还将为实现乡村振兴战略目标、提升农民生活质量提供强有力的支持。

参考文献

- [1] 光明日报. 发挥农村电商体系在乡村振兴中的作用[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1760005236491614776&wfr=spider&for=pc>, 2024-09-01.
- [2] 王瑜. 电商参与提升农户经济获得感了吗?——贫困户与非贫困户的差异[J]. 中国农村经济, 2019(7): 37-50.
- [3] 王鹤霏. 农村电商扶贫发展存在的主要问题及对策研究[J]. 经济纵横, 2018(5): 102-106.
- [4] 聂召英, 王伊欢. 农村电商制度的供给困境与创新路径[J]. 农业现代化研究, 2022, 43(1): 59-68.
- [5] 张世贵. 缓解相对贫困视角下的农村电商扶贫: 机制与路径[J]. 电子政务, 2021(3): 94-102.
- [6] 黄雨婷, 潘建伟. 电商下乡促进了县域经济增长吗? [J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2022, 37(3): 48-59.
- [7] Fan, J., Tang, L., Zhu, W. and Zou, B. (2018) The Alibaba Effect: Spatial Consumption Inequality and the Welfare Gains from E-Commerce. *Journal of International Economics*, **114**, 203-220. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2018.07.002>
- [8] 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.
- [9] 董坤祥, 侯文华, 丁慧平, 等. 创新导向的农村电商集群发展研究——基于遂昌模式和沙集模式的分析[J]. 农业经济问题, 2016, 37(10): 60-69.
- [10] 李志平, 吴凡夫. 农村电商对减贫与乡村振兴影响的实证研究[J]. 统计与决策, 2021, 37(6): 15-19.
- [11] 林代金, 朱瑞庭. 农产品电商驱动模型构建与实证分析[J]. 商业经济研究, 2021(12): 135-139.

- [12] 赵英艳. 基于互联网平台的农产品销售路径探索[J]. 农业科技与装备, 2023(1): 80-81.
- [13] 崔凯, 冯献. 演化视角下农村电商“上下并行”的逻辑与趋势[J]. 中国农村经济, 2018(3): 29-44.
- [14] 吴卫星, 张明欣. 电商平台使用与农村家庭负债——基于微观调查数据的实证研究[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2024(4): 105-117.
- [15] 张晓锋, 韩奕皇. 农村电商中的“新农人”身份认同建构研究——基于江苏省 G 村电商从业者的田野调查[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2023, 22(4): 96-108.
- [16] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.