

电子商务赋能农业经济韧性的机理、 困境与路径研究

徐凯欣

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月8日; 录用日期: 2024年10月8日; 发布日期: 2024年10月15日

摘要

农业经济发展是维护经济可持续发展和社会稳定的重要基础, 但农业在发展的过程中容易受到自然和市场等风险的影响, 使农业经济缺乏韧性。电子商务的蓬勃发展成为农业经济韧性提升的新动能, 电商平台通过促进产销有效衔接、拓宽农产品销售渠道、建设特色农产品品牌等机制, 促进农业经济可持续增长。然而在电子商务赋能农业经济韧性的过程中, 仍然面临着基础设施薄弱、电商人才紧缺和品牌效益缺乏等现实困境, 亟须通过加强政策扶持、推动物流设施建设, 培育和引入高素质电商人才, 依托资源禀赋塑造特色农业品牌等路径, 增强农业经济抵御风险能力和恢复力, 激发农业经济创新活力。

关键词

电子商务, 农业经济韧性, 农村物流, 特色农业品牌

Research on the Mechanisms, Dilemmas and Paths of E-Commerce Enabling Resilience of Agricultural Economy

Kaixin Xu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 8th, 2024; accepted: Oct. 8th, 2024; published: Oct. 15th, 2024

Abstract

Agricultural economic development is an important foundation for maintaining sustainable economic development and social stability, but in the process of development, agriculture is vulnerable

to risks such as nature and market, which makes agricultural economy lack of resilience. The booming development of e-commerce has become a new driving force for the enhancement of agricultural economic resilience, and e-commerce platforms promote sustainable growth of the agricultural economy by facilitating the effective connection between production and marketing, broadening the sales channels of agricultural products, and constructing speciality agricultural product brands, among other mechanisms. However, in the process of e-commerce to empower the resilience of the agricultural economy, it is still faced with realistic difficulties such as weak infrastructure, shortage of e-commerce talents and lack of brand benefits. In order to enhance the ability of agricultural economy to resist risks and resilience, stimulate the innovation vitality of agricultural economy, it is urgent to strengthen policy support, promote the establishment of logistics facilities, cultivate and introduce high-quality e-commerce talents, and build characteristic agricultural brands by relying on resource endowments.

Keywords

E-Commerce, Resilience of the Agricultural Economy, Rural Logistics, Characteristic Agricultural Brands

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

农业是我国经济稳定发展的关键支柱，其可持续发展对保障国家粮食安全，促进农村现代化具有重要意义。2023 年中央一号文件强调，“要立足国情农情，体现中国特色，建设供给保障强、科技装备强、经营体系强、产业韧性强、竞争能力强的农业强国”。在相关政策的支撑下，我国农业综合实力持续向好，2023 年第一产业增加值同比增长 4.1%。然而，农业在发展过程中容易遭受自然、社会、市场等环境因素影响，如恶劣气象灾害频发、水土资源紧缺、劳动力和土地等生产成本不断攀升[1]、农产品供应链体系不完善等，导致农业弱质性凸显。如何进一步增强农业经济韧性是促进农业可持续发展、实现我国经济高质量发展亟待解决的关键问题。

随着互联网、通信技术的不断发展，以电子商务为代表的数字平台逐渐深入农村，成为农业发展的必然趋势。2023 年我国网上零售额超 15 万亿元，同比增长 11%。农村电商通过优化产销系统和供应链系统，使农产品产前、产中、产后等各个环节联系更为紧密，不断提升农产品从“田间到餐桌”的运行效率，减少了农产品损耗和经营风险[2]。电子商务进农村综合示范政策的实施，旨在构建和完善物流、公共服务、流通服务与培训体系，扩大农村电商覆盖范围，为农产品进城打下坚实基础，为提升农业经济韧性水平创造了更多的可能性[3]。在此背景下，探讨电子商务赋能农业经济韧性的作用机制，明晰当前农村电商发展困境，并提出相应的实践路径，有利于增强农业抵御风险能力，对加速农业高质量发展转型，实现农业强国关键目标具有重要的理论指导意义。

2. 电子商务赋能农业经济韧性的机理分析

农业经济韧性的提升应当具备在冲击影响下能够防止脱钩断链且维持现有经济活动的能力、在自然风险和市场风险中的自适应能力、为应对冲击而进行结构调整以追求新发展路径的能力[4]，即抵抗力、恢复力和创造力。而农村电商的推广主要通过促进产销衔接、拓宽农产品销售渠道和建设特色农产品品

牌等渠道强化农业经济韧性。

2.1. 促进产销有效衔接，增强农业经济抵抗力

过去农产品的交易主要依赖于以农产品批发市场为核心的传统流通链条，这种经营方式往往使得农户在定价过程中处于劣势地位，同时流通体系不完善导致农产品在销售过程中因质量问题损耗严重，极大地抑制了农业经济韧性提升。而电子商务作为一种新型的商业模式，通过信息技术手段打破了地域限制，缩短了农产品流通过程中较为繁杂的环节，有效地促进产销双方衔接，为农业的生产和销售创造活力。从生产环节来看，电商平台使农户掌握定价主动权，降低了传统农产品销售时中间环节产生的成本，进一步提高农户收益。同时，依托电商平台提供的销量数据和消费者的销售评价，生产者可以对现有农产品作出精准改良，减少无效低端供给，从而更好地满足消费者多样化需求，减少因市场不确定性带来的冲击；从销售环节来看，电子商务结合完善的物流配送体系，极大地缩短了农产品流通时间，使农产品质量得到充分保障，从而强化了农业经济韧性基础。

2.2. 拓宽农产品销售渠道，增强农业经济恢复力

随着电子商务逐渐深入农村，农业的销售范围不再局限于在当地售卖，线上销售渠道解决了农村售卖困难问题，同时电商的发展创造出了多样化职业，促进农民就业创业[5]，有效恢复了农业市场的活力。一方面，依托农村电商平台农产品销售渠道得以扩张，使农产品不断推广至城镇市场，避免遭遇突发的自然灾害、季节性限制或市场变动时，因市场局限性而导致农产品供需不均衡和产能过剩等问题，给农业经济造成极大的损失。另一方面，借助电商平台，直播带货等新兴营销模式为农业经济增长带来新的契机，农产品销售直播为消费者提供更直观、更细节的产品体验，刺激消费需求。此外，电商平台带动了农民兼业就业、自主创业的积极性，越来越多农民投入物流、直播等行业，弱化了农业销售渠道和农民就业渠道的单一性，进一步增强遭受外部冲击时农业经济的恢复能力。

2.3. 建设特色农产品品牌，增强农业经济创造力

不同的自然环境条件和民俗文化赋予了不同农村地区的农业独特的发展优势，然而受限于传统农业落后的销售模式，特色农业难以充分发挥自身价值。随着我国农业进入多元化和融合化的高质量发展阶段，特色农业逐渐成为发展重点，农村电商新业态也随之兴起。农村电商直播平台、电商自媒体平台注重挖掘和整合地方资源，通过精准的市场定位和营销策略加强当地特色农业的宣传，逐步塑造专属本地的特色农产品品牌，推广高质量的特色农产品，推动本地特色农产品“触电”热销。近年来，“电商 + 休闲农业”“电商 + 乡村旅游”等新型农业经营模式蓬勃发展，通过将电商与特色农产品采摘品尝，土特产销售以及独特乡情文化体验相结合，吸引外来消费者下乡，有效促进农业产业链纵向延伸，提高农村农业知名度，从而形成坚固的农业市场竞争力，不断提升农业经济价值的创造力。

3. 电子商务赋能农业经济韧性的现实困境

电子商务下乡强化了农业经济的抵抗力、恢复力与创造力，为农业高质量发展创造了良好的机遇。然而在农业经济发展过程中，农村电商仍然面临着基础设施薄弱、高素质电商人才紧缺、品牌效益缺乏等诸多挑战，不利于最大化释放电子商务效用，推动农业经济韧性持续性提升。

3.1. 基础设施薄弱

“新基建”是电子商务发展的重要基础，在城乡二元结构的背景下，农村地区的基础建设情况仍与城市地区存在明显的差距，基础设施落后是乡村产业经济稳健发展的核心瓶颈与关键制约因素。一方面，

电子商务的发展不仅依赖于良好的道路、电力、宽带网络、移动网络、电子商务服务站点等硬性的基础设施建设。然而由于农村地区地域广阔、地形复杂，使基础设施建设成本和难度剧增，影响农产品的多渠道交易和配送力度，电子商务下乡困难，更加凸显农业经济在高质量转型中的脆弱性。另一方面，农产品具有生产周期长、易损坏、易腐烂等固有的弱质性，在冷藏设施和物流设备等方面的要求较高[6]。而农村地区在精深加工技术、冷链物流技术、保鲜技术、包装技术等核心技术推广中仍然缺乏动力，使农产品在流通过程中受到安全性威胁，不利于保障农产品质量，提升农产品附加值，严重损害农业和农户的经营收益。同时，智能分拣、自动化仓储、无人机配送等物流技术匮乏也会影响农产品物流效率，无法充分释放农业经济发展活力。

3.2. 电商人才紧缺

舒尔茨十分重视人力资源和技术资源对传统农业改造的重要意义，他强调通过劳动者知识技能的提升、科技进步和技术投入来发展农业[7]。电子商务作为现代信息技术的创新应用，要充分发挥其创新驱动作用，促进农业高质量转型离不开掌握先进技术、前沿管理运营理念的高素质人才，但目前许多乡村地区仍然存在人才紧缺的现实短板。一方面，随着农村高素质教育人才外流以及农村人口老龄化加剧，留在乡村的大部分为教育水平较低的中老年劳动者，从事传统农业经营的年轻劳动力大幅减少。据调查报告统计显示，从2010年至2020年，我国乡村人口减少数量超过16,000万人，第一产业就业人员也呈现逐年递减的趋势，农村“空心化”问题极大地缩减了电子商务的高效应用以及农业经济高水平发展的内在动力。另一方面，电子商务的快速发展加快了产业变革的速度，但农村现有人员数字素养较低，缺乏数字化、商业化管理意识和管理能力，从而难以熟练掌握电子商务平台的操作流程，适应产业变革。同时，农村经济水平落后、生态环境脆弱等发展缺陷削弱了外来创新经营主体和投资下乡的意愿，即使有诸如电子商务的现代化信息平台也缺少掌握技术的人才运营，最终形成了制约农业发展的无限循环模式。

3.3. 品牌效益缺乏

电子商务平台依托互联网技术将农产品推广至全国各地，但在实际应用过程中却并不能带来持续性的农业经济效益。一是在特色产业扶持政策的支持下，许多农户开始大范围种植特色农业，但由于缺乏统一规划，盲目跟风生产产品价值高、销量好的产品，造成产品同质化的现象，并不能较好地凸显产品特色，形成品牌竞争优势。同时鱼龙混杂的营销市场，农产品质量良莠不一，极易造成“柠檬市场”现象，影响农业品牌形象塑造，给农业经济发展带来潜在的市场风险。二是随着经济水平的提升，越来越多的消费者倾向于购买更加优质、功能丰富的产品，而单一化的农业产品很难迎合消费者多样化的需求。现阶段，许多农村对自身特色农业资源挖掘不深，无法从加工、包装等多个生产环节中提高农业附加值，同时分散的农业经营主体难以形成特色农业规模化经营，加剧了农业抵抗风险的难度。三是消费者在选购产品的过程更愿意选择品牌知名度高的产品，而许多农村地区由于缺乏科学的推广策略，并不能较好地亮出农业品牌名片，使真正物美价廉的品牌农产品因流量不足而埋在浩浩电商平台之中[8]。

4. 电子商务赋能农业经济韧性的实践路径

为了更好地发挥电子商务对农业经济发展的推动作用，亟需从加强政策扶持、强化农业基础设施建设，培育和引入高素质电商人才，依托资源禀赋塑造特色农业品牌等全方位路径实施，解决制约农业经济韧性的现实问题。

4.1. 加强政策扶持，强化农产品流通设施建设

实现农村电子商务高效应用，务必要加强农产品流通过程中的基础设施建设，提高农产品的流通效

率。从“硬性”设施建设上看，地方政府应加大对设施建设的资金支撑，积极引进社会资本投入建设。建设过程中应根据乡村地区状况与条件，有序地对乡村信息基础设施建设进行规划和布局，优化落后、老旧的数字设施，拓宽乡村偏远地区宽带接入、通信设施的覆盖范围，以充分满足电商下乡的信息基础设施条件，优化农业进城的路线和速度，增强农业经济在市场的抵抗能力。此外，还要尽可能降低农民的网络资费水平，在必要的情况下，可通过财政补贴方式减轻农民特别是低收入农民的资费负担[9]。从“软性”技术上看，处理好“最后一公里”问题，有助于加快农村财富积累速度，强化农业经济韧性。具体来说，应根据不同农产品特性，加强农产品生产、加工、运输、包装、保险贮藏等相关过程技术的研发和引入，建设农业物流配送基地，深入推广数字化、智能化配送技术，运用大数据、遥感、物联网等技术对农产品进行实时监测和可视化管理，衔接好配送的各个环节，从而降低农村电商运营成本，确保农产品的品质和高效流通。

4.2. 完善电商培训体系，吸引高素质电商人才下乡

农业劳动者的科技素养、文化素养关乎其接受和应用电子商务的能力，同时也决定着农业经济的发展水平。为了匹配电子商务平台使用所需的专业型人才，一方面要完善农村电商人才培育机制，通过建立田间学校、电商实训基地，大力推广文化教育、农业技术和市场管理、农产品运营、电商直播等培训，宣传普及电子商务的实用性、高效性，传递电商致富的先进理念，培育一批文化素养高、技术能力强以及具备运用电子商务运营思维的新型农业经营主体，提升其在农产品流通中的应急能力。另一方面要利用“西部计划”“三支一扶”等人才引进政策，鼓励高校毕业生、返乡大学生参与农村电子商务平台建设，孵化本土电子商务基地，学习和推广电子商务进农村综合示范县的成功经验，构建“村播带货”人才链。此外，在资金扶持上，政府部门应准确定位数字普惠金融的受众群体，充分发挥数字普惠金融低门槛、低成本的优势，开展乡村地区创新创业帮扶活动，扩充创新创业启动资金渠道，夯实乡村经营主体创新创业资金基础[10]，切实解决经营主体“融资贵”“融资难”的困境，激发周边农民创业活力，减少劳动力流动，助力农业经济韧性提升。

4.3. 依托资源禀赋，提升农业竞争优势

不同地区的农业功能发展重点各不相同，强化地区农业经济韧性，亟需依托资源禀赋，挖掘特色农业，促进农业多元化融合以提升农业竞争水平，并利用电子商务平台进行营销推广，增强农业经济创造力。一是因地制宜地选择与地方自然资源、传统文化以及经济基础等发展条件相适应的农业进行培育种植，形成农业差异化发展模式；加强冷链物流、智能仓储等先进技术攻关，抓住对口帮扶契机，准确定位特色农业的市场需求，推动更多品质优的农产品走向更广阔的市场。二是利用电商平台整合农村资源，吸引相关产业链上下游企业聚集，降低生产成本，为农业生产经营带来规模经济优势。利用精深加工技术、包装技术提高农产品的功能性与美观度，打造农业产业集群品牌，形成具有当地特色的核心农产品，以满足消费者日益增长的优质产品需求，不断增强农业生产韧性和品牌韧性。三是加强农业经营主体直播技能培训，善于利用短视频、直播带货等方式联合电商平台从线上推广产品，加强对产品品牌的宣传力度，充分发挥电子商务与乡村旅游互动作用，促进农文旅多层次融合，提高外来游客对当地农业与文化认可度，同时拓宽产品线下销售渠道，鼓励知名大型商超设立产品专柜，打响“土特产”品牌名气，为农业经济带来强劲的抵抗力和创新活力。

5. 结语

在大力推进新质生产力发展的背景下，电子商务促进了传统农业改造升级，依托数字技术与数字平

台推动农业产销衔接,拓宽农业销售渠道,有效缓解了生产者与供应商、消费者之间的信息不对称问题,同时利用网络传播增强农业品牌知名度,进而带动农业经济可持续发展。针对电商平台融入农业发展中面临的人才、设施、品牌效益缺乏的多种困境,应当进一步加强政策与资金扶持,完善农村数字设施建设,鼓励本地人才驻扎乡村建设,孵化本土电商基地,强化特色农业质量保障与品牌塑造,让“土特产”走出乡村,全面增强农业经济韧性。

参考文献

- [1] 李明亮,李锦,孔荣,余国新,蒲娟,赵兰兰.数字金融赋能农业经济韧性——基于数字鸿沟与传统金融竞争的调节效应[J].农业现代化研究,2024,45(3):466-476.
- [2] 李萍,何瑞石,宋晓松.有效提升我国农业产业链供应链韧性[J].宏观经济管理,2024(2):61-69.
- [3] 明红,朱再清,李小康.电子商务进农村能增强农业经济韧性吗?——基于电子商务进农村综合示范政策的实证研究[J].世界农业,2024(2):85-98.
- [4] 郝爱民,谭家银.农村产业融合赋能农业韧性的机理及效应测度[J].农业技术经济,2023(7):88-107.
- [5] 沈费伟.数字乡村敏捷治理的实践逻辑与优化路径[J].求实,2022(5):96-108,112.
- [6] 葛梅,白丽,曹君瑞.乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J].农业经济,2023(8):118-121.
- [7] 西奥多·W·舒尔茨.改造传统农业[M].北京:商务印书馆,2006.
- [8] 廖梦洁,张倩语,程华.品牌农产品网络营销多主体协同激励策略研究[J].价格理论与实践,2023(10):118-122,216.
- [9] 陈雪梅,周斌.数字经济推进乡村振兴的内在机理与实现路径[J].理论探讨,2023(5):85-90.
- [10] 林栋,王金秋.数字乡村建设、创新创业活跃度与农业经济韧性[J].技术经济与管理研究,2024(5):123-128.