

数字普惠金融助推农村电子商务发展

孙萍萍, 何律琴

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月10日; 录用日期: 2024年11月15日; 发布日期: 2024年11月22日

摘要

农村电子商务市场规模逐步扩大且发展前景广阔, 但伴随着品牌意识不足, 基础设施不完善, 农户金融意识不足, 专业人才缺乏等问题, 受限于农业自身的特性以及农村地区的特殊情况, 数字普惠金融不能满足快速发展的农村电子商务资金需要。利用数字普惠金融的包容性, 为农村电子商务发展提供适应性的融资服务, 提供强有力的技术与金融支持, 发挥电商市场拓展能力, 形成良性循环互动机制。本文从培养交互型人才, 电子商务进农村示范政策, 建立企业联盟, 形成品牌竞争优势, 完善农村基础设施建设五个方面破解农村电商现实发展中遇到的难题, 农户在发展电子商务中融资渠道拓宽, 获得切实的资金帮助, 将有助于促进农村经济的发展, 实现数字普惠金融助推农村电子商务的目标。

关键词

农村, 电子商务, 数字普惠金融, 品牌意识, 农村综合示范政策

Digital Inclusive Finance Boosts the Development of Rural E-Commerce

Pingping Sun, Lyuqin He

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 10th, 2024; accepted: Nov. 15th, 2024; published: Nov. 22nd, 2024

Abstract

The scale of rural e-commerce market is gradually expanding and the development prospects are broad. However, with the lack of brand awareness, inadequate infrastructure, insufficient financial awareness of farmers, and a shortage of professional talents, digital universal finance cannot meet the funding needs of rapidly developing rural e-commerce due to the characteristics of agriculture itself and the special situation in rural areas. By utilizing the inclusiveness of digital inclusive finance, we provide adaptive financing services for the development of rural e-commerce, offer

strong technical and financial support, leverage the expansion capabilities of the e-commerce market, and establish a virtuous cycle of interactive mechanisms. This article aims to solve the difficulties encountered in the development of rural e-commerce from five aspects: cultivating interactive talents, implementing demonstration policies for e-commerce in rural areas, establishing enterprise alliances, forming brand competitive advantages, and improving rural infrastructure construction. Farmers can broaden their financing channels and obtain practical financial assistance in the development of e-commerce, which will help promote the development of rural economy and achieve the goal of digital inclusive finance to promote rural e-commerce.

Keywords

Rural Areas, E-Commerce, Digital Inclusive Finance, Brand Awareness, Comprehensive Rural Demonstration Policies

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

数字普惠金融不仅为农村电子商务提供了良好的营运环境、强硬的技术支持以及高效的支付清算服务, 还以增加农村储蓄、融资等方式为电子商务的主体提供资金支持[1]。农村电子商务是指运用网络技术对农产品进行营销的一种商业行为, 未来发展前景广阔, 是乡村振兴与乡村高质量发展的一种重要支撑。“数字普惠金融”是促进农业产业链一体化发展的一条重要途径[2], 其目的在于通过技术手段降低“三农”、小微企业及居民日常生活中的金融消费门槛。

2. 普惠金融助推农村电子商务发展的优势

我国农村电商发展模式呈现出多元化, 数量增长快的特征[3]。电子商务是数字普惠金融落地的一个重要领域, 数字普惠金融服务供给与农村电商金融服务需求相匹配, 促进公平参与[4]。数字普惠金融有准备的以更低成本承担合理风险, 加快新兴金融服务机构创新式与多元化运营, 健全农村金融服务体系, 增加对农业农村的服务力度, 带动农村经济畅通循环。

2.1. 提供定制化, 低收费, 创新性的金融服务

数字普惠金融充分发挥乡村振兴、城乡一体化深入推进的政策与契机, 从服务供给方面凭借高效的数据处理和分析能力的优势, 对用户真正的金融需要进行甄别, 降低服务运营成本和门槛, 无需大规模地建设实体网点, 提高了金融服务的可及性和便捷性, 使农村电子商务发展突破传统金融的融资制约[5]。数字普惠金融估量需求端风险, 承担供给端风险, 合理配置资金, 进一步提升金融机构服务农村电子商务的能力[6]。

数字普惠金融依托技术应用、成本降低和服务优化, 技术创新金融服务农村电子商务的模式, 解决普惠金融信息不对称问题, 增强金融风险控制。创新金融服务农村电子商务的模式, 提供多元化、定制化金融服务, 缩减了资金供需双方的匹配时间。在数字经济时代下, 金融机构还可以根据商户的交易数据和信用情况, 灵活制定贷款额度和利率, 提供个性化的金融服务, 增加农业发展资金覆盖面, 在一定程度上增加电子商务得到精准、便捷和灵活的融资。

2.2. 有利于农村产业升级, 提供良好的营运环境

从农村电商金融需求展开研究, 中国经济发展最大潜力和后劲在农村, 数字普惠金融以其创新之力优化资源配置, 推出了一系列生产数字化的信息服务产品, 为农村电子商务的薄弱点提供资金, 是电子商务农户获得有利的市场机会的关键举措。另一方面, 农村电商能在普惠金融技术和平台的帮助下, 挖掘乡村电子商务市场潜力, 让农产品的产销精准对接, 提供个性化的产品及服务。根据商务部相关数据, 2023 年前 11 个月, 全国网上零售额达到 14 万亿元, 同比增长 11%。其中, 实物商品网上零售额对社零增长的贡献率达 31.4%, 占社零比重达 27.5%, 创历史新高。跨境电商作为电子商务的重要组成部分, 也展现出强劲的增长势头。这些数据表明, 电子商务市场正处于爆发性增长阶段, 数字普惠金融促进区域经济协调发展, 改善了农村地区的数字化基础设施条件, 完善金融周边服务从而完善农村电商体系, 有效衔接农业信息与相关市场, 提供良好的营运环境。

3. 数字普惠金融背景下农村电子商务发展的制约因素

数字普惠金融助推农村电子商务发展, 从需求角度促进农产品的产业化发展, 推动了农业现代化进程; 从农村金融服务供给方面优化农村金融资源的合理配置, 赋能农村电子商务高质量发展, 提升农村经济的整体发展水平。当前我国农村电子商务领域发展势头强劲, 但也伴随着一系列导致农村电子商务发展规模有限且不均衡的因素。

3.1. 缺乏品牌意识, 核心竞争力不足

数字普惠金融可以确保农村电商有足够的资本投资, 有利于建立标准化的原材料和生产体系^[1], 但是电子商务发展过程中存在盲目发展, 出现了线上产品市场趋同, 农产品生产标准不一, 市场不规范等问题, 这就造成了农村电子商务产品缺乏核心竞争力。面对市场上多种类的农产品, 消费者偏好有品牌的农产品。例如贵州省修文县农产品单位产量不高, 卖相不佳, 猕猴桃平均商品率远低于陕西, 四川等省的水平, 退换货严重, 乡村电商品牌建设不力, 同时农产品与市场之间存在信息不对称的问题, 供需冲突严重, 低价贱卖, 造成大量种植户相互竞争降低价格等恶性循环, 农村产品的品牌溢价能力不足, 降低消费者体验感和复买率, 影响修文猕猴桃声誉及销量, 修文农产品深加工水平有限, 原生态、绿色环保等品牌形象难以彰显, 无法进行知名农产品品牌建设与品牌效应引领, 不利于农村电子商务可持续发展。

3.2. 缺乏优质的人才储备

数字普惠金融提升农村电商线上线下便捷支付一体化水平, 参与电子商务交易活动的公司数量明显增多, 专业人才制约农村电商与数字普惠金融发展。一方面, 农户缺乏完整的电商知识、技术和管理营销经验, 专业素养方面不足, 难以统筹推进农村电商发展涉及的融资、生产、加工、销售、直播引流、规模化、再生产的各方面, 农村电子商务信息不对称程度较高, 无法充分地了解用户的消费需求与农村电商在数字普惠金融发展中的潜在优势。农村年轻人口较高的流动性不能满足农产品电商需求的长期稳定性, 优质的人才储备不足导致农产品种植和培育创新过程中缺乏技术支持。网上营销的门槛下降, 优质网络直播人才的缺乏导致销售过程不能充分借助直播、社交电商等新业态, 对产品的网上营销内容进行针对性调整。另一方面, 企业管理模式和制度不合理, 大多数乡村电子商务是以家庭为单位经营的简单管理方式, 农村电子商务发展过程中管理人员缺乏系统化的财务与运营管理知识, 一定程度影响了数字普惠金融在“三农”领域的推广, 很难形成企业化的电商公司。农民不仅要面对农业生产自身的高风险, 还需要在新的农村电商领域中进行创新开发, 对数字普惠金融背景下发展农村电子商务发展带来约束^[6]。

3.3. 农户金融意识淡薄

数字普惠金融助推农村电子商务, 农户金融意识淡薄, 在寻求资金借贷时与融资过程中普遍面临着与现实脱节等问题。就农户而言, 大多数家庭的经营方式, 如种植业、养殖业等, 更多地依赖于自有松散、临时的资金, 有的甚至对金融化的生产持抵触态度, 存在金融排斥。而对有融资意愿和基础金融服务需求的农户, 融资渠道了解不足, 发挥电子商务规模效应时存在较大融资缺口。《国民金融素养白皮书(2022~2023)》指出, 从年龄上看, 金融素养呈现倒“U”型分布, 即老年人和青少年的金融素养水平相对较低[7]。而农村地区呈现出明显的人口“老龄化”特征, 青壮年劳动力大幅减少, 农村地区知识水平较低, 金融意识更加淡薄, 需要拓展普惠金融教育, 扩大金融教育的覆盖面, 积极下沉到基层、社区、农村和边远地区。农业的生产经营依赖自然条件且具有明显的周期性, 不仅影响了农户的收入稳定性, 也增加了金融机构在评估农户还款能力时的难度, 导致农村数字普惠金融的覆盖范围小[8], 服务农村电子商务发展受阻。农民个体信用度评估不足, 农民的收入也没有保障, 对实物财产的担保和抵押能力薄弱, 数字普惠金融助农无法落地, 这要求农民提高对于普惠金融与电子商务的数字化素养和金融意识。

3.4. 不同地区发展不平衡, 基础设施不够完善

从基础设施出发, 农村地区面积广阔而分散的特殊地域分布特点导致建立和维护农村征信体系成本较高, 农村信用体系建设相对滞后, 金融机构难以评估农户的信用风险状况。同时数字普惠金融配套网点散而不均衡, 基础设施覆盖不全面, 且农村电子商务市场因商业模式、营销手段未发展成熟, 金融机构也在放贷时考虑到农户贷款的分散性与管理成本, 上述因素影响农村地区电子商务经济发展。金融机构需要对农村电子商务优化服务流程与资金结构, 提高服务效率与资金使用效率。农业生产经营的不确定性较大, 一旦遇到自然灾害等不可抗力因素导致农作物减产或绝收, 农户的还款能力将受到影响, 进而可能造成金融机构的不良贷款率上升, 相比其他行业的同等规模企业, 农村地区的农户和农业企业缺乏足够的抵押物和担保能力, 农户的贷款风险容易转移到数字普惠金融机构。这种风险转嫁现象增加了金融机构的风险敞口, 会导致农村电子商务较难匹配到相适应的金融产品和服务和获得差异化、个性化金融支持。

农村电子商务不仅在金融方面受制于信用体系建设和金融基础设施不完善, 还因为农村交通物流软硬件设施落后与生产要素与产业链分散独立化影响农村电子商务新形式创新, 引发消费者对农村电子商务产品信心不足。相比其他行业, 农村电子商务的互联网设备、网络配置到农产品网站建设等基础设施较为滞后, 导致农产品的生产、加工、物流、品牌推广、产品销售等各个方面实现集成化、网络化存在堵点, 例如基础设施的不完善导致农产品长周期、大范围的配送过程中运输成本高、资源分布不均、流转周期长, 需要借助信息网络建设与健全的电子商务公共服务体系。

4. 数字普惠金融背景下农村电子商务发展研究建议

4.1. 形成品牌竞争优势

提升品牌建设意识, 打造农村电商品牌。数字普惠金融给电子商务产业兴旺提供支持, 改变传统农业产业生产、销售方式, 打响地域品牌。完善农产品质量标准体系, 保证农产品品质科学化、标准化与规范化流程生产, 优化产品包装、储存方式[9], 以便后续的营销推广, 构筑品牌强农核心竞争优势。立足于地方的文化与环境, 发展出地理特征显著、有文化内涵、市场化的品牌, 以提升消费者对农产品品牌的信任与忠诚。政府积极引导鼓励农户建立自发合作机制, 通过正规的普惠金融渠道, 利用规模优势提高融资能力, 整合农村电商要素资源, 丰富营销手段, 发挥规模经济和范围经济的作用, 强力推动农

村电子商务企业在技术创新上迈上新台阶,创建多元化的跨境电商模式,促使农村地区电子商务集群[10],打造特色农产品品牌。

4.2. 培养普惠金融与电商交互型人才

农村电商能突破地域限制,这要求从业者充分利用数字普惠金融支持优化电商行业,掌握交叉学科的知识和技巧,对市场有深刻的理解,还要有创新的能力来应对瞬息万变的电子商务环境。因此,培养一批精通农业与数字化的高素质电商人才,对促进乡村经济转型升级有着不可估量的价值。

数字普惠金融增加对农村电子商务领域的投资,促使足够的资本进入,进而吸引专业人才投身农村电商,不断探索和发展适应农村市场特点的新型管理模式,提升内部运营的效率。完善人才引进机制,培养并留住专业人才。一是国家应采取一系列有利于跨学科型人才发展的措施,完善农村电子商务人才与数字普惠金融发展体制机制,吸引更多专业人员回归该领域,例如鼓励电商从业者或在外的本土人才回乡创业,拓展企业规模,增强盈利能力。二是优化培养人才的步骤,一方面高校和培训机构设置电子商务专业时明确培养目标,综合其它科目的知识的同时学校与乡村企业的部分电商项目进行深入合作,形成理论与实践相结合的电商课程体系,为学生提供有针对性的实习锻炼岗位,形成具有较强理论和实际操作能力的专业人才队伍[11]。同时,要发挥本地人才优势,对当地农民、个体商户、返乡创业大学生、退役军人、电子商务典范等群体进行培养,加强不同行业、不同领域的专家、学者和社会各界的沟通和协作,培养一批“懂市场”和“普惠金融”的复合型人才。除此之外,线上线下培训相结合的模式也很重要,打破传统培训的时间限制,培育电商人才。

4.3. 完善农村信用体系,提高融资能力

加强农村电子商务风险管理需采取具体措施,进一步健全农村征信体系与风险评估体系,必须完善民间金融监管的法律框架与规范,实现对民间金融活动的全面监管。充分发挥农村市场的潜力,确保农村金融业务稳健运行,各级政府部门要协助金融机构有关部门对详细的信贷数据进行深入的挖掘,构建完善的信用评价体系,对目标客户进行准确评估,收集并整合广大农户的个人信用信息,并对其进行定量、科学的信用评价。这一举措将使金融机构能更准确地评估农户的信贷风险,从而增加对农村市场的资金投放。部分农村电子商务企业资金实力薄弱,亟需相关政策给予倾斜性扶持,通过网络宣传、入户宣讲等多种方式向乡村各个区域进行有关信用等知识的宣传,对数字金融服务进行全方位的渗透,同时鼓励各商业银行积极履行社会责任,促进社会资源向农业农村倾斜,在创业补贴、税收优惠等方面提供支持,更好地满足农产品供应链中融资、支付、风险分散。

从金融机构角度出发,商业银行应充分利用其大数据分析能力和多样化的支付结算业务,提取农村城镇的交易信息,依托数字技术和大数据的保险项目,综合评估并判断农户的信用程度,适时提供信贷服务,数字技术的应用也能显著提升保险公司对损失的预测精度,有效把控业务风险,增强风险控制,增加对农业农村保险的承保范围与意愿,使得金融机构与电子商务发展主体共同承担经济损失。新兴金融机构在技术和经营模式上展现出显著优势,减少中间环节,降低运营成本,拓宽利润空间[12]。数字普惠金融助推各机构参与农村电子商务投资活动,充分发挥数字技术分析能力,为扩大农产品销售市场和销售规模提供借贷服务,使农村电商获得有力支持。

4.4. 完善农村基础设施建设

数字普惠金融助推农村电子商务的发展,需要政策不断优化引导[13],进一步完善电商网络、物流等基础设施实现助农兴农。依照发达地区电子商务领域的经验,完善农村网络设施建设。优化农村交通物

流环境, 打造高效便捷、县乡村三级的物流运输体系和立体化全方位的电子商务平台[9], 加快电子商务信息的传播, 提高农村互联网普及率, 通过数字普惠金融中的金融支持弥补电子商务在基础设施方面的不完善。建设农村数字普惠金融服务站(室)和农村电商公共服务体系, 通过这种方式, 可以有效地扩大农产品的销路, 促进乡村商品的流通, 为乡村的电子商务发展注入源源不断的动力[14]。通过扩展农产品电商供应链设施疏通农产品生产、流通环节的堵点, 减少农村电商服务成本, 真正让上下游企业进行有效连接。在数字化普惠金融的帮助下, 农村的电子商务得以蓬勃发展[15]。

根据商务部相关意见, 2024年3月5日, 商务部等9部门联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》, 提出我国将用5年时间, 在全国培育100个左右农村电商“领跑县”, 培育1000家左右县域数字流通龙头企业, 打造1000个左右县域直播电商基地, 培育10,000名左右农村电商带头人[11], 为乡村振兴提供有力支撑。电子商务进农村综合示范政策推动建设本地的电商创业产业园区, 促进了数字普惠金融发展, 提高了金融机构服务农业农村的能力, 打破了地理因素对商品和服务买卖的限制, 推动农村电子商务融入全国统一大市场, 要适应农村地区发展新时代、新要求。借鉴示范中成熟的产、学、用协作机制, 降低交易成本与信息成本, 从基础设施、产业政策、制度环境和产业集群等角度利用网络突破交易的时空限制, 开辟及扩宽农业销售渠道, 较好对接农业生产与消费市场, 促进电子商务发展。

5. 结语

数字普惠金融依托互联网技术, 针对电子商务发展过程中面临的品牌意识不足, 缺乏人才储备, 农户金融意识不足, 地区发展不平衡, 基础设施不完善等问题, 提供融资支持, 优化信贷信用体系, 拓宽农村电子商务的融资渠道。在电子商务持续发展的基础上, 培养普惠金融与电商交互型人才, 贯彻落实电子商务进农村综合示范政策, 形成品牌竞争优势, 完善农村信用体系, 提高融资能力, 使得数字普惠金融助推农村电子商务的发展。

参考文献

- [1] 吴亚南. 数字普惠金融支持河北农村电子商务发展的路径探究[J]. 山西农经, 2024(4): 192-195.
- [2] 谢文武, 朱婷婷, 翁吴晶. 共同富裕目标下数字普惠金融促进乡村全面振兴[J]. 江南论坛, 2023(1): 35-39.
- [3] 萧裕中. 我国农村电子商务的“普惠”价值发展研究[J]. 农业经济, 2018(9): 127-129.
- [4] 李照青, 杨建春. “电商兴农”背景下数字普惠金融对农产品供应链整合的影响[J]. 商业经济研究, 2024(13): 112-116.
- [5] 周轩正. 金融支持农村电子商务发展的问题与思考[J]. 商展经济, 2021(21): 65-67.
- [6] 陈惠. 数字普惠金融赋能农村电商高质量发展的路径研究[J]. 当代农村财经, 2022(12): 57-61.
- [7] 雷玄. 提升国民金融素养《国民金融素养白皮书(2022-2023版)》发布[J]. 中国质量万里行, 2023(8): 47.
- [8] 聂佳郁. 乡村振兴背景下农村数字普惠金融发展研究[J]. 商业 2.0, 2023(20): 74-76.
- [9] 冯金凤. 农村电子商务发展的意义及其对乡村振兴的助力[J]. 棉花学报, 2023, 35(1): 79-80.
- [10] 黄桂媛, Sam-Hyun Cho. 广西特色农产品电子商务平台发展策略研究[J]. 南方农业, 2019, 13(6): 174-175, 179.
- [11] 江苏省政府赴陕西、宁夏调研组. 借鉴陕西、宁夏发展经验推动江苏乡村振兴走在全国前列[J]. 江苏农村经济, 2018(10): 6-9.
- [12] 林啸. 数字普惠金融支持农村电子商务发展研究[J]. 长春工程学院学报(社会科学版), 2020, 21(1): 69-72.
- [13] 缪言, 张泽宇. 普惠金融发展、网络支付普及与农村创业创新[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2023, 22(1): 39-50.
- [14] 陈冉, 姜丹丹. 农村电商助农困境及解决对策探究[J]. 山东农业工程学院学报, 2022, 39(10): 82-86.
- [15] 秦金凤, 高传华. 数字普惠金融与数字乡村协同发展探究[J]. 中国经贸导刊(中), 2019(32): 120-121.