

数字化转型下农村电商发展机遇、 困境及对策研究

刘明星

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年8月12日; 录用日期: 2024年9月3日; 发布日期: 2024年11月26日

摘 要

随着数字化转型的加速, 农村电商作为推动乡村振兴的新动能, 正迎来前所未有的发展机遇。本文深入分析了数字化转型背景下农村电商的发展机遇, 包括城乡电商市场的融合发展、多源惠农政策的推动以及产业基础的日益牢固。同时, 也识别了农村电商在发展过程中所面临的主要挑战, 如电商主体不当竞争、监管以及政策缺失、基础设施滞后、以及人才短缺等问题。基于此, 本文系统地探讨了农村电商可行的发展对策, 这些对策包括引导农村电商经营主体的正向发展、优化监管体系以及政策扶持、加强农村地区的基础设施建设和培养高素质的农民电商人才, 以期为农村电商的持续健康发展提供理论支持和实践指导。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 数字化转型

Research on the Opportunities, Challenges, and Countermeasures of Rural E-Commerce Development under Digital Transformation

Mingxing Liu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 12th, 2024; accepted: Sep. 3rd, 2024; published: Nov. 26th, 2024

Abstract

With the acceleration of digital transformation, rural e-commerce, as a new driving force for

promoting rural industrial revitalization, is facing unprecedented development opportunities. This article deeply analyzes the development opportunities of rural e-commerce under the background of digital transformation, including the integrated development of urban and rural e-commerce markets, the promotion of multi-source agricultural policies, and the increasingly solid industrial foundation. At the same time, it also identifies the main challenges faced by rural e-commerce in the development process, such as improper competition among e-commerce entities, regulatory and policy gaps, lagging infrastructure, and talent shortages. Based on this, the article systematically explores feasible development strategies for rural e-commerce, including guiding the positive development of rural e-commerce entities, optimizing the regulatory system and policy support, strengthening infrastructure construction in rural areas, and cultivating high-quality rural e-commerce talents, in order to provide theoretical support and practical guidance for the sustainable and healthy development of rural e-commerce.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Digital Transformation

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

随着信息技术的飞速发展，数字化转型已成为推动经济社会进步的重要力量。据数据显示，家庭固定宽带普及率达到 96%，网民规模接近 10 亿，互联网普及率超过 70% [1]；2023 年，全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，同比增长 12.9%，比 2014 年增长近 13 倍；全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5%，约是 2014 年的 5 倍 [2]。不难看出，网络基础设施的覆盖使得网络购物逐渐成为了居民消费的重要渠道。数字化转型为电商的发展提供了新的机遇，带动相关市场加快发展，成为促进农产品销售、增加农民收入、推动乡村经济振兴的关键途径。然而，这一转型过程中也伴随着一系列挑战，需要深入研究和解决。当前，农村电商的发展不仅关系到农村经济的转型升级，也是实现城乡一体化发展、缩小城乡差距的重要途径。研究农村电商在数字化转型中的机遇与困境，对于优化农村电商生态、促进农村经济的可持续发展具有重要的理论和实践意义。本文旨在探讨数字化转型背景下，农村电商面临的发展机遇与困境，并提出切实可行的对策。研究问题主要集中在以下三个方面：数字化转型为农村电商带来了哪些机遇？农村电商在发展过程中遇到了哪些主要困境？如何通过有效的对策促进农村电商的健康发展？

2. 相关概念论述

2.1. 农村电商的内涵

农村电子商务，是指借助数字化的现代信息技术手段，如互联网、计算机及多媒体等为媒介，以电子数据信息为要素，无偿或有偿地为农业领域内部的生产经营主体以及市场上的农产品消费者提供网络销售、产品购买以及电子支付结算等的一种商业模式。该模式以网络信息平台为核心，通过互联网技术，将农产品生产、数据采集、价格制定、政策评估、物流供应链、农民、消费者、政府、金融机构及监管机构等多方主体或要素集成，以形成一个完整的数字消费循环，助力农产品、农资以及农业服务等涉农产业的快速发展。

2.2. 数字化转型的概念

数字化转型是指企业或组织利用数字技术来改造其业务模式和客户体验的过程。数字化转型促使企业建立互联互通的价值网络，打破了传统的组织内外边界，将客户作为企业价值创造的重要参与者，建立价值创造生态系统[3]。这通常涉及到对现有业务流程、组织结构、企业文化以及价值创造方式的深刻变革。数字化转型的目标是提高效率、创造新的收入来源、增强客户体验，并最终在竞争激烈的市场中保持竞争力。

2.3. 电商数字化转型的发展需要

在农村电子商务领域，企业内部数字技术的普及有利于快速突破企业固有边界，使商业模式由传统走向创新，实现产业数字化转型与创新融合，从而构建数字驱动、智能主导的数字经济高度融合生产体系[4]，以显著提升运营效率、增强市场竞争力，并优化消费者体验。在数字化转型之前，农村电商领域存在若干效率瓶颈，具体表现在以下几个方面：

一是供应链管理：在数字化转型之前，农村电商的供应链管理主要依赖于传统的手工记录和电话沟通方式，这导致了流程效率的显著降低，并增加了操作错误的可能性。这种管理方式缺乏实时数据更新和自动化流程，限制了供应链的透明度和响应速度。

二是市场分析：在数字化转型之前，农村电商的市场分析主要基于有限的市场调研和经验判断，这种方法缺乏对消费者行为和市场趋势的深入数据分析。因此，市场策略的制定往往缺乏数据驱动的洞察力，难以实现精准的市场定位和需求预测。

三是销售渠道与支付结算：在转型之前，农村电商的销售渠道主要局限于传统市场和中间商，这限制了市场的扩展和消费者的直接接触。同时，主要的支付方式为现金交易，这不仅不利于交易的记录和追踪，也增加了财务管理的复杂性和风险。

四是电商人才培养：在数字化转型之前，农村电商的人才培养主要依赖于传统的教育模式和实践经验积累，这种方式更新速度缓慢，难以适应快速变化的市场和技术环境。此外，传统的培训方式在提供有效的客户服务和技术支持方面存在明显不足。

五是政策支持信息传播：在数字化转型之前，政策支持信息的传播速度较慢，农民和小微企业难以及时获取相关政策信息。这种信息不对称性限制了他们对政策机遇的把握，影响了他们对政策激励的有效利用。

为了克服以上效率缺陷，农村电商领域便需要通过数字化转型，引入先进的信息技术和管理工具，以实现供应链的自动化管理、市场分析的数据驱动、销售渠道的多元化、支付方式的电子化，以及人才培养的现代化。此外，通过建立高效的信息传播平台和渠道，确保政策支持信息能够快速、准确地传达给目标群体，从而提高政策的覆盖率和影响力。通过以上这些数字化转型措施，可以提高农村电商整体运营效率，更好地满足市场需求，提升消费者满意度，并使得农村电商经营主体在竞争激烈的市场中获得优势。

3. 数字化转型下农村电商的发展机遇

3.1. 城乡融合为城乡电商市场融合发展筑基

全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村，最广泛最深厚的基础仍然在农村。只有推动城乡融合发展，实现城乡要素的自由流动和高效配置，才能不断为高质量发展拓展新空间[5]。自2017年党的十九大报告首次提出“建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系”之后，国家高度重视

城乡融合发展的推进，并先后出台了《关于建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系的意见》《关于推动城乡建设绿色发展的意见》《“十四五”推进农业农村现代化规划》，城乡融合发展的趋势及其作用也不言而喻。城乡间的一系列隐形障碍和壁垒正在逐步被削弱或消除，从而显著增强了城乡间生产要素的流动性，这种流动性的增强为城乡电子商务的融合性发展提供了独特的优势。例如，一是网络信息服务的普及：城乡地区网络信息服务的全面覆盖为农村居民提供了参与数字化转型的机遇，同时也为城市消费者获取多样化农产品信息提供了便捷的渠道。二是产业协同与资源共享：城乡间的产业协同发展实现了资源的有效共享和优势的互补，这不仅为农村特色产品打开了更广阔的市场，而且为城市产业，尤其是服务业提供了大量成本效益高的原材料。三是政策激励与人才培养：政府的政策鼓励和支持措施成功培育了一大批新型职业农民，并激发了市场主体的活力，这些市场主体在推动农村电商发展中发挥了关键作用。四是信息不对称的减少：信息不对称现象的减少有助于降低城市居民的消费成本，提高他们的消费体验。五是农民增收增产的促进：在城乡融合发展的大背景下，农民在实现收入增长和产量提升方面面临的障碍被有效消除，从而为农村经济的繁荣和乡村振兴战略的实施提供了强有力的支撑。

综上所述，城乡融合发展与城乡电商市场的融合性发展，不仅促进了资源的高效配置和产业的协同进步，而且为农民增收增产提供了坚实的基础。这一协同发展过程已经成为推动乡村振兴战略深入实施的重要动力。

3.2. 惠农政策为农村电商创造新机遇

我国是传统意义上的农业大国，农业在历史发展的演变过程中充当着非常重要的角色。据 2021 年的第七次全国人口普查公报显示，我国仍有着 5.09 亿的农村户籍人口，占全国总人口比例 36.11% [6]，此前 2018 年为 40.13%，城镇化推进速度虽加快，但“三农”问题仍不容忽视。国家对于农业的扶持力度，可以从以下几方面来看，首先，惠农政策补贴是我国在促农方面所做出的直接贡献，例如，2004 年农业税的逐步取消是惠农政策的良好开端，它极大地提高了农业生产效率和农民收入[7]；其次，2004 年推行的农机购置补贴，开端之际，农机购置补贴机具种类仅有 6 种，在 2021~2023 年间增加到 15 大类 44 个小类 172 个品目[8]，加之后续出台的各类粮食补贴政策、农资补贴政策以及农民联合培养政策等都合力地促进了农业现代化；再到 2021 年出台的《“十四五”电子商务发展规划》提出鼓励直播电商、内容电商、社交电商等模式业态创新[9]，新业态和新农民的培育成为必然，该规划也是在各相应政策一定程度的累积下提出，以响应、鼓励农村各产业尤其是电商产业为数字化转型做好准备。

3.3. 城乡协同发展中的产业基础巩固

城乡融合涉及经济、政治、文化、社会和生态等各个方面，经济的融合是城乡融合的基础，而经济融合又以产业融合为核心，党的政策在推动城乡产业融合的过程中起着至关重要的作用[10]。城乡协同发展的核心目标在于促进区域内资源的自由流动与优化配置。为此，相关制度的构建为城乡要素的双向互动提供了坚实的制度保障，进而实现了城乡间资源与优势的互补性。并且，伴随着信息技术的不断进步，信息流通的为城乡产业结构的数字化转型提供了动力基础。这一转型进程不仅增强了城乡产业的协同效应，而且促进了产业的成熟发展。因此，这种日益稳固的产业基础为电子商务的发展提供了重要的机遇，成为推动区域经济增长和实现社会经济均衡发展的关键因素。

4. 农村电商的发展困境

4.1. 农村电商运营主体的恶性竞争

农村电商的发展受到传统农业经营模式和信息不对称的双重制约，这在本质上体现了结构性障碍和

信息鸿沟对新兴产业发展的普遍影响。在这一领域，经营主体通常为地方种植大户和家庭农场等传统农业实体，以及规模较小的电商经营者，他们普遍缺乏电子商务领域的专业知识和人才储备。在当今这个“万物皆联网”的数字化时代，随着市场趋于饱和，用户注意力成为稀缺资源，各大平台不得不面对“内卷”加剧的现实，它们策略性地调整资源配置[11]，各电商经营主体通常会选择第三方机构进行合作，以尽早地进入市场，吸引符合自身销售定位的消费者群体，这些经营主体一般会选择与其他电商主体或平台进行原始的低价竞争营销模式，因为直接进入市场所拥有的机会成本比做足准备进行创新营销的机会成本要高，这些经营主体便一般都不会进行创新营销。

在缺乏创新激励的前提条件下，由于信息化程度过高的互联网，使得电商市场上流通的经营产品趋于同质化，且相似的产品不管是在生产方式上还是类别以及营销的模式上，都趋于同质化，加上农村电商经营者拥有自主定价权，电商市场上产品的恶性竞价现象便不断加深。根据知识转移理论，农村电商的发展需要有效的知识和技术转移机制，以促进专业知识和技能的普及，另外，根据创新扩散理论，创新的采纳和扩散受到个体、社会网络和环境因素的影响；不仅要关注电商经营主体缺乏创新动力的问题，关键还要注意引导各电商主体之间互帮互促，既竞争也合作，以形成农村地区电商市场的良好经营氛围。

4.2. 监管主体责任缺失以及农村电商政策不全面

在数字经济背景下，由于电子商务兴起时间较短，现阶段农村电商法律法规还不够完善[12]。当前的法律法规体系在人才培养、基础设施建设和金融支持等方面存在一定的不足，这些不足反映了政策制定与执行之间的时滞性，以及对农村电商特殊需求的响应不足。从制度创新理论的角度来看，政策的滞后性往往是由于制度惯性和路径依赖所导致。在人才培养方面，政策需要从激励相容性的角度出发，设计能够吸引并留住人才的机制，这涉及到对农村电商人才需求的精准识别和人才培养策略的创新。同时，根据地理信息系统和区域发展理论，基础设施的不均衡分布反映了资源配置的非效率性，这要求政策制定者在制定基础设施政策时，应充分考虑地理和区域特性，以实现资源的均衡分配。在金融政策方面，根据中小企业融资理论，中小企业作为农村电商的重要组成部分，其融资难问题需要通过创新金融产品和服务来解决。这要求政策不仅要关注资产市场化运营管理的要求，还要考虑到中小企业的特殊融资需求和风险管理。

农村电商法律法规的完善需要从制度创新、资源配置效率和中小企业融资支持等多个维度进行综合考量。政策制定者应加快政策更新的速度，提高政策的适应性和灵活性，以匹配行业发展的动态需求。同时，需要建立健全的政策执行监督机制和评估体系，确保政策的有效实施和及时调整。通过这些措施，可以逐步构建一个更加完善、公平和高效的农村电商法律法规体系，为农村电商的健康发展提供坚实的制度保障。

4.3. 基础设施服务水平滞后

在城镇化进程中，尽管城市发展水平显著提升，农村地区的发展却面临着信息化基础设施的滞后，这主要表现在网络技术的覆盖不足以及服务质量的低下，尤其是在偏远地区。例如，信息化基础设施建设不足，网络技术难以覆盖到偏远农村区域且网络速度慢、质量差；其次，现有的电商物流系统难以满足农村电商业务对流通环节物流配送的需求[13]，电商面对的消费市场比较广，现有的运行规模跟不上平台上的订单量，常导致库存积压，在道路交通条件未得到明显改善的前提下，产品难以及时往外运输，加上农特产品多为应季瓜果，有易腐烂、易变质、不易保存的特性，最后容易造成资源浪费的局面，这不仅影响了农产品的市场竞争力，也容易导致资源的浪费。从供应链管理的角度来看，这些问题的本质在于缺乏一个高效、灵活且响应迅速的物流配送系统，以及对农产品特性和市场需求之间不匹配的深刻理解。

4.4. 数字型专业人才缺口

农村电商的发展和普及对于助力乡村振兴具有重要作用[14]，乡村振兴，关键在人。二十一世纪是人才竞争的时代，缺乏人才支持，相关产业就无法持续发展，尤其是对于起步时间较短的电商而言，其后期的蓬勃发展需要大量的高素质人才的支持。随着工业化、城镇化、高等教育等快速发展，城乡经济社会结构发生了巨大变化，大量农村人口尤其是青壮年劳动力不断“外流”[15]，这种“空心化”现象导致农村地区在电商业务所需的关键领域，如摄影、剪辑、营销、策划和短视频运营等，面临严重的人才短缺问题。从人力资本理论的角度来看，农村电商的发展受阻，本质上是由于教育和技能培训的不足，以及缺乏有效的激励机制来吸引和留住数字型人才。此外，根据劳动力迁移理论，农村地区的经济发展水平、就业机会和生活条件与城市相比存在较大差距，这是导致青壮年劳动力外流的主要原因，如何吸引人才以及让人才提供持续性服务至关重要。

5. 数字化电商转型研究建议

在数字化转型的浪潮中，农村电商迎来了新的发展机遇，同时也面临着不少挑战。机遇方面，数字化技术的广泛应用为农村电商提供了更广阔的市场接入点，通过网络平台，农产品能够直接对接全国乃至全球的消费者，拓宽了销售渠道，提高了交易效率。同时，大数据分析能够帮助农民更好地了解市场需求，精准种植和销售。然而，农村电商也面临着一些困境，如农村地区网络基础设施的不足、电商主体与监管主体的缺失、政策法规的不完善、农民对电商知识的缺乏等。针对这些挑战，本研究提出以下策略建议：

5.1. 电商经营主体的正向引导

电商经营者是电商环节中至关重要的一环，其定位为人才，因此需要进行正向的培养和引导，地方可通过教育和培训提升农村电商经营主体的数字技能和电商知识，鼓励高校和职业院校开设相关课程，同时开展在职培训和技能提升项目。电商主体在具备一定知识以及技能基础后，应鼓励电商经营主体之间建立合作关系，通过资源共享、信息交流和联合营销实现协同发展。各电商主体掌握合作与协同有效提升竞争力的途径后，还需加大研究与创新力度，以激发电商经营主体自身的创新活力，以加强自身的品牌建设，拓展自身的市场影响力，在此等基础上，加深与农业生产实体之间的合作，以最终形成产供销一体化的产业链条。

5.2. 监管体系以及政策的完善

随着电商经营主体的多样性和复杂性增加，监管体系的完善变得尤为重要。政府及监管机构需要根据现实发展需要，制定和实施相应的监管条例，确保经营者信息的真实性和消费者信息的安全性。这包括加强对电商平台的监管，确保交易的公平性和透明性，以及加强对消费者权益的保护。其次，还需要保障电商支付环境和产业流通环节的稳定性，以维护市场秩序。另外，还应制定相应的政策法规，对电商经营的每个环节保驾护航。这涉及到对支付系统的监管，对物流、供应链等环节的规范管理以及对市场趋势的预测和未知风险的管控。通过这些措施，可以提高电商市场的可信度和效率，促进电商产业的健康发展。

5.3. 基础设施建设的强化

在电商产业中，基础设施扮演着至关重要的角色。特别是在农村地区，高效的网络系统和信息化服务平台是电商发展的基础。为了提升这一基础，需要持续加大对农村网络基础设施的投资，这不仅包括

宽带网络的普及和提速，还涉及到移动通信网络，尤其是 5G 技术的推广和应用。这样可以确保农产品信息的快速流通和交易的实时性，提高农村电商的运营效率。此外，物流体系的改善也是关键。政府可以通过投资建设冷链物流、仓储设施以及提高物流配送效率，来确保农产品能够在最佳状态下送达消费者。同时，通过建立和优化农村物流配送网络，降低物流成本，提高配送效率，从而提升农产品的市场竞争力。

5.4. 人才培养与政策扶持

根据国家政策《关于加快推进乡村人才振兴的意见》[16]，人才培养是电商产业发展的关键。政府需要加大对农村电商人才的培养和政策扶持力度，通过多层次、多渠道的培训，提高农民的电商意识和技能。这包括开展专题培训班、实操平台、村头讲堂等，以及邀请经验丰富的电商专家和主播进行宣讲。同时，政府还应提供创业指导、金融支持和社会保障，构建奖励激励机制，以吸引更多的青壮年劳动力和城市数字型人才参与农村电商的发展。通过这些措施，可以培养一批懂技术、会经营、善管理的农村电商人才，为电商产业的繁荣发展提供坚实的基础。

通过实施上述综合性策略，能够有效改善农村电商的经营环境，激发村民个体、电商经营主体、政府及监管机构的参与热情，促进乡村经济的和平稳定发展。这些措施将有助于农村电商适应数字化时代的要求，实现可持续健康发展，为乡村振兴战略的实施提供有力支撑。

6. 研究结论

在数字经济时代背景下，数字化转型为农村电商领域带来了历史性的机遇，其中信息技术的广泛应用显著扩展了农产品的市场可达性并提升了交易的效率；宽带互联网的普及和高覆盖率为农村地区构建了坚实的数字化基础设施，而互联网用户的持续增长则为农村电商打开了庞大的潜在市场；政府出台的一系列政策措施，涵盖了基础设施建设、财税优惠以及技术创新支持等方面，为农村电商的发展提供了有力的政策保障。此外，城乡产业融合的推进促进了经济一体化，加强了城乡之间资源、技术和人才的有效流动，为农村电商的发展注入了新的活力，并借助数字化技术手段提升了农产品的市场竞争力。尽管农村电商起步时间晚，但其产业发展潜力巨大，且在发展过程中面临诸多挑战。因此，电商发展各环节的参与主体应当加强合作，深入分析数字经济的发展趋势，以科学的方法推动农村电商产业的发展，进而促进乡村经济的全面增长。

参考文献

- [1] 中华人民共和国商务部. 2021 年商务部中央网信办发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》的通知 [EB/OL]. <http://www.mofcom.gov.cn>, 2024-06-18.
- [2] 人民日报海外版. 2024 年《推动农村电商高质量发展实施意见出台——为农村电商发展再加把劲》[EB/OL]. <http://www.gov.cn>, 2024-06-23.
- [3] 周卫华, 李萌宇, 李一诺. 数字化转型、全要素生产率与企业价值创造[J]. 统计与决策, 2024(16): 178-182.
- [4] 徐蒙. 数字化转型与企业创新[J]. 企业经济, 2020, 39(12): 54-60.
- [5] 经济日报. 2024 年《破除壁垒推动城乡融合发展》[EB/OL]. <http://www.gov.cn>, 2024-07-14.
- [6] 国家统计局. 第七次全国人口普查公报(第七号) [EB/OL]. <http://www.stats.gov.cn>, 2024-07-25.
- [7] 李卓, 封立涛. 农业减税降赋对经济现代化的促进作用——来自取消农业税的证据[J]. 经济评论, 2022(3): 56-71.
- [8] 李祯然, 雷泽, 高鸣. 优化农机补贴政策的国际经验与启示[J]. 世界农业, 2022(11): 5-13.
- [9] 中华人民共和国中央人民政府. 商务部中央网信办发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》的通知 [EB/OL]. <http://www.gov.cn>, 2024-07-26.
- [10] 胡丹. 改革开放以来中国共产党推进城乡产业融合发展政策研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 武汉理工大学,

2020.

- [11] 张瑜宸. 直播电商的红利时代要结束了? [N]. 华夏酒报, 2024-07-23(A05).
- [12] 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.
- [13] 庞爱玲. 乡村振兴战略下农村电商产业发展困境与路径[J]. 农业经济, 2019(7): 123-124.
- [14] 人民网. 吸引培育更多农村电商人才[EB/OL]. <http://www.finance.people.com.cn>, 2024-08-07.
- [15] 周梦冉. 乡村振兴战略下农村空心化及其治理路径研究[J]. 农业经济, 2023(12): 46-47.
- [16] 中华人民共和国中央人民政府. 2021 年中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于加快推进乡村人才振兴的意见》[EB/OL]. <http://www.gov.cn>, 2024-08-28.