

数字经济下农村电商助力农民生活富裕研究

梁雨欣

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月19日; 录用日期: 2024年10月9日; 发布日期: 2024年11月27日

摘要

随着人类步入数字经济的新纪元, 农村电商也出现新的发展态势。农村电商在乡村振兴战略中扮演着举足轻重的角色, 通过拓宽产品销售渠道, 促进农民增收致富; 丰富农民知识技能, 增加农民就业岗位; 优化农村产业结构, 推动经济多元发展; 加快城乡要素互通, 助力城乡协同发展, 切实有效地推进了农民生活富裕。目前仍然存在电商人才不充足, 农民参与意愿低; 基础设施不完善, 物流配送成本高; 产品偏向同质化, 品牌建设意识弱; 产品质量保障难, 运营监管难度大几方面的问题及挑战。针对以上问题, 要对症下药。培养专业数字人才, 强化农民主体地位; 加强电商扶持政策, 优化双向物流通道; 打造当地乡土IP, 发挥特色品牌效应; 构建产品标准体系, 加强销售质量监管。

关键词

数字经济, 农村电商, 农民生活富裕

Research on Rural E-Commerce Helping Farmers to Live a Rich Life under the Digital Economy

Yuxin Liang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 19th, 2024; accepted: Oct. 9th, 2024; published: Nov. 27th, 2024

Abstract

As human beings enter a new era of digital economy, rural e-commerce has also emerged a new development trend. Rural e-commerce plays a pivotal role in the rural revitalization strategy, promoting farmers' income and becoming rich by broadening product sales channels; enriching farmers' knowledge and skills, creating more jobs for them; optimizing the rural industrial structure, promoting diversified economic development; accelerating the communication of urban and rural

文章引用: 梁雨欣. 数字经济下农村电商助力农民生活富裕研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 5268-5274.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341761

factors, facilitating the coordinated development of urban and rural areas, and effectively promoting the prosperity of farmers' life. At present, there are still insufficient e-commerce talents, low willingness to participate; inadequate infrastructure, high logistics distribution costs; product homogeneity, weak awareness of brand building; problems and challenges in difficult product quality assurance and difficult operation supervision. In view of the above problems, it is necessary to solve the right medicine. Cultivate professional digital talents, strengthen the dominant position of farmers; strengthen e-commerce support policies, optimize two-way logistics channel; build local IP, play characteristic brand effect; build product standard system, and strengthen sales quality supervision.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Farmers' Rich Life

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

治国之道，富民为始。党的二十大报告指出，共同富裕是中国特色社会主义的本质要求，在中国式现代化进程中，要着力促进全体人民共同富裕，其中乡村振兴和农民富裕更是共同富裕的应有之义[1]。近年来，数字经济作为新兴经济形态，正成为促进我国经济持续增长、推动农民生活富裕的新引擎。农村电商，作为数字经济的一个关键部分，成功地整合了互联网、物流和金融等多个元素，为农村地区带来了前所未有的经济增长机会和动力。在传统生产力和新兴数字生产力大踏步前进之际，在乡村振兴战略有力有效推进之际，直面农村电商存在的问题和挑战，国家、企业、农户协同发力，释放农村数字经济活力，优化农村电商发展环境，促进农民生活富裕。

2. 数字经济、农村电商及农民生活富裕的关系

2.1. 数字经济时代为农村电商发展创造新环境

近年来，随着移动互联网、大数据、云计算、人工智能等技术的飞速发展，数字经济已在全球范围内迅速崛起，成为推动世界经济发展的新引擎。数字经济是农业经济和工业经济之后出现的经济形态，它以数字化信息资源作为核心组成部分，以现代信息网络作为主要的传播媒介，并以信息通信技术的综合应用和全要素数字化转型作为关键推动力。数字经济转变了传统的经济增长模式，使得经济的增长更多地依赖于数据、信息这样的无形资产。同时促进了产业的快速整合与创新，催生了各种新的业态和模式。数字经济在贸易、就业和社会管理等多个领域都带来了显著的变革，为经济增长注入了新的活力。数字经济的发展为农村电商提供了新的发展机遇，也催生了农村电商的新态势。农村电商规模进一步扩大，农村网民和电商用户的数量持续增加，交易额将持续增长；农村电商结构进一步优化，供给侧和需求侧将更加多样化、高端化、品牌化；农村电商效益进一步提高，对农民收入、农业增效、农村活力等方面产生更大的正向影响。

2.2. 农村电商发展为农民生活富裕提供新机遇

电子商务自二十世纪末产生以来，持续与农村发展融合，逐渐形成了农村电商。农村电商指的是运用互联网先进技术和平台，达成农村生产资源、商品和服务在线流通与交易，以及与此相关的信息传递、物

流服务、金融业、教育服务、娱乐行业等方面的业务运作。该平台通过构建线上线下紧密结合的销售网络，打破了农村地理上的局限性，有助于推动农村经济的持续健康发展。早在 2005 年，中央一号文件已经明确鼓励农村电商等新型流通模式的发展，此后历年的中央一号文件都有相关农村电商内容。2024 年中央一号文件首次提出“实施农村电商高质量发展工程”[2]。现阶段，我国农村电商已步入高质量发展新时期，其发展模式变得更加多样，相关的法律政策也正在持续改进和强化。这也体现了政府对农村电商的关注和支持。推动农村的电商发展不仅是农业发展转型和农民收入增加的关键途径，同时也为农村消费增长和人民对美好生活的向往提供了坚实的基础，因此，农村电商的发展也直接且有效地为农民生活富裕提供了机遇。

2.3. 农民生活富裕为中国式现代化增添新底色

党的二十大报告指出，中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化[3]。推进共同富裕是对马克思主义共同富裕思想的继承和发展，也是中国共产党始终不渝的接续探索。在共同富裕的主体中，农民是关键。农村农民共同富裕包括物质、精神两方面，马克思指出，经济基础决定上层建筑。因此，农民在物质生活上的富裕又至关重要，生活富裕涉及农民最关心、最直接、最现实的利益问题，是实施乡村振兴战略的根本落脚点和实现共同富裕的必然要求。就当前我国社会的主要矛盾来看，发展最大的不平衡是城乡发展不平衡，最大的不充分是农村发展不充分。如果没有农民的富裕，全体人民共同富裕的美好前景就不可能成为现实[4]。为了满足农民在不同生产力状况和不同历史时期下的生活期望，就需要持续发力、久久为功。现在数字经济已经司空见惯，农村数字经济也在迅速进步，农村电商作为这个时代的创新点，为农民的财富增加注入了新的活力，具有不可或缺的价值作用。

3. 数字经济时代农村电商助力农民生活富裕的价值意蕴

3.1. 拓宽产品销售渠道，促进农民增收致富

随着互联网的普及和农村电商市场的蓬勃发展，农村经济迎来了前所未有的发展机遇。农村电商打破了地理位置对商品交易的限制，旧的农产品销售方式受地区及信息传递限制，容易造成农产品很难迅速进入销售市场或者价格被过度压制。电商使得农产品市场渠道被大大拓宽，农民能够接触到范围更广的消费者，可以便捷地将自己的农产品、手工艺品以及特色产品销售到全国各地乃至国际市场，农产品种植、加工、销售等一站式服务也实现了供需双方更加高效的连接。这样的销售模式也可以避开多层分销体系，减少中间商赚差价的环节，降低一层层递增的交易成本，直接增加了农民的收入，为他们带来了丰厚的经济收益。根据农业农村部数据，2023 年中国农村网络零售额达 2.49 万亿元，同比增长 12.9% [5]。在农村电商的带动下，不少农民实现了致富。

3.2. 丰富农民知识技能，增加农民就业岗位

农村电商给农户带来了学习新的知识与技能的机会。电商平台为农户提供了一整套的商务技巧训练，包括专业的产品摄影、商品销售技巧、网络营销策略等。这种培养模式不仅是为了传授技能，更是为了让农民发挥创业创新精神，通过学习和掌握电商运营技能，农民可以自主开展销售、推广等工作，建立自己的电商店铺或品牌。在构建和管理农村电商平台的过程中，从仓储、物流到客服以及营销的各个环节，都需要依赖众多的劳动者为其服务。农村的剩余劳动力，如果参与电子商务的运营和提供服务，不仅可以增加他们的就业机会，同时能够减少他们结构性的失业情况。农村电子商务的崛起，也为乡村青年打开了创业的大门，他们可以通过建设电商服务在线平台、开设技能培训，成为农村电商行业的参与者和推进者，进一步促进农村的经济繁荣并助力农民实现财富增长。此外，电商在农作物非生长季节中，为农户创造了继续工作并获利的机会，从而有效地缓解了传统农业因四季转换带来的就业中断问题。

3.3. 优化农村产业结构，推进经济多元发展

电子商务为农村经济带来了前所未有的生机，这推动了农村从传统的农业经济向多元新兴产业融合方向发展，达成了经济多元发展的目的。首先，农村电商平台也可以带动与之相匹配的其他产业链的发展，例如，与农产品相适配的包装物供应、物流配送等，从而促进农村经济的进步。其次，电商也促使农村地区出现新兴行业，如直播带货、乡村网红等，通过短视频软件展现乡村独有的山水资源等特点，旨在提高流量、吸引消费者，这同样给农村经济带来了新的活力。最后，农村电商在进行网络销售产品及服务的同时，可以借机宣传当地农村的特色自然环境和生态景观，以求对外吸取技术支持及资金投入，用来建设当地旅游业，带动农家乐、民宿的繁荣发展，吸引游客前来观光，体验特色农耕文化，实现农业、电商、旅游业的交叉融合，在此基础上促进一二三产业协调发展，为农民拓宽收入来源。

3.4. 加快城乡要素互通，助力城乡协同发展

习近平强调：“增加对农业农村基础设施建设投入，加快城乡基础设施互联互通，推动人才、土地、资本等要素在城乡间双向流动。”[6]数字经济时代，农村电商促进了城乡之间各类要素的快速流动，为城乡协同发展带来了全新的发展机遇。一方面，农村电商打破了城乡之间的信息壁垒，使乡村特色产品、手工艺品、旅游资源得以展示在社会大众面前，吸引了大量众多消费者的目光。另一方面，在持续转变和完善的过程中，农村电商通过对社会资源的整合，把城市的优势市场资源配置到农村，从而提升了农村产业质量。统筹协调城乡双向市场，缩小城乡间的经济差异，推动社会公正和统筹城乡发展。同时，数字经济农村电商的发展，还体现在技术、管理、市场及资金等方面。通过发挥桥梁作用，促进城乡资源的高效配置，推动了城乡经济一体化发展的进程。

4. 数字经济时代农村电商助力农民生活富裕的挑战

4.1. 电商人才不充足，农民参与意愿低

当前我国农村电商的人才储备尚不充足。一方面数量不多，由于薪资待遇、发展前景等因素，大量农村的青壮年外出进城务工，许多知识分子完成求学生涯后也选择留在城市发展，这造成农村面临年轻电商人才短缺问题；因此，农村地区急需一批既懂农业又会营销的复合型电子商务专门人才。从另一个角度看，农村电商从业者的技能和知识水平普遍较低，他们在使用电商平台方面的能力有限，因此难以掌握快速发展的电商技术，也难以有效地管理和运营农产品的电商业务。高质量的电商人才在数量和质量上都未能满足农村电商快速增长的需求，这已经变成了限制我国农村电商持续健康发展的关键障碍之一。

农村电商发展内生动力不足，农民参与的主动性不够，缺乏主体意识，还缺少对农村电商发展成效以及国家有关农村发展各项政策的了解。大部分农民思想比较守旧，对于新事物的适应能力较慢，这使得国家的惠农政策难以与本地的农业达成协作。再加上农民习惯了传统农业一手交钱，一手交货的方式，电商交易决定了农民先将产品发出，顾客在电商平台上确认收货后农民才能拿到货款。对于这种资金回笼具有延迟性的交易方式，农民可能会不认同，甚至产生抵触情绪。虽然整体农村电商发展环境是好的，但是很多农民由于没有参与其中，没有获得感，这也造成了农村电商增长缓慢等诸多问题，对农村电商促进农民生活富裕带来了一些挑战。

4.2. 基础设施不完善，物流配送成本高

近年来，我国城乡发展十分迅速。但农村的基础设施比起城市仍然相对滞后，农村地区的网络覆盖、宽带速度、支付结算等基础设施仍然存在不足。据《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2023年底，

我国农村地区互联网普及率为 66.5% [7]。与城镇地区仍有一定的差距,这也会影响农民网上购物,销售产品的主动性。电子支付不普及也是突出问题。在农村,尤其是年纪较大的居民,他们更习惯现金支付的方式,对电子支付存在疑虑和不信任,这也限制了农村电商的发展。

快递到村可以很好地形成消费品和农副产品的双向流通。我国部分农村地理位置比较偏僻,交通设施不发达,导致物流配送网络不够健全,农村地区的快递配送不能像城市一样高效便捷,物流配送成本也相对比较高。一些农村地区地势复杂,人口的分布也比较分散,这就造成物流公司需要投入更多的资金以及资源来覆盖这些地区。由于地区不同,农产品运输方式不会完全一致,这也导致了运输过程中的不协调。并且大多农产品极易变质,需要冷链运输,这也大大提高了物流配送的成本。

4.3. 产品偏向同质化, 品牌建设意识弱

很多农村地区的农产品存在种类相似的情况,这就造成农村电商营销出现产品同质化现象。在销售过程中缺少特色,难以让消费者在众多商品中精挑细选,这不仅降低了消费者的选择体验,也导致了农产品企业之间价格的竞争,这样就降低了整个行业的整体利润水平。产品同质化也会逐渐导致农村电商从业者的营销手段趋于同质化,模仿或直接照搬别家的营销手段,加剧了行业的不良竞争。

随着生活质量逐渐提升,消费者对于产品的品质和品牌建设的关注度持续上升,因此农产品品牌化对于促进乡村经济发展也显得尤为关键。加强农产品品牌建设,是为了提高产品的品质,打造产品名声,推动农业产业链的可持续发展。目前,在农产品品牌建设的道路上,普遍存在农户们的品牌意识相对薄弱,大多仍然依赖小规模和家庭作坊来进行生产,而对品牌形象的宣传和推广方面却缺乏足够的关注。农产品的原产地特点不仅是决定其在市场中竞争地位的核心要素,同时也是消费者在农产品消费决策时的关键参照。

4.4. 产品质量保障难, 运营监管难度大

农产品质量安全一直是人们关注的焦点。当前,我国农村电商发展面临着产品质量和服务水平不达标挑战。首先,因为农村电商所包括的农产品、工艺品等种类众多,有些地方的生产流程仍欠规范,尚未达成统一标准,这就造成乡村电商产品的品质无法得到保障。其次,我国农村电子商务还面临着服务不到位的问题。由于一些乡村电商企业规模较小、经验不足,因此他们提供的服务质量并不高,例如缺乏即时的客户互动和售后服务支持,很难为顾客提供符合顾客需要的个性化服务,这就给消费者带来了一些担忧和不便[8]。

我国农村电商发展过程中,存在着生产环节分散和监管不健全等问题。一方面,小规模的生产者对农药、兽药残留等安全知识缺乏系统认识,造成农产品质量安全隐患。同时,由于缺少可溯源机制和规范的生产过程,在出现食品安全事故时,难以进行问责与处理,这直接影响了消费者对网购农产品的信赖,制约着电商的良性发展。有些农产品销售还存在虚假宣传,以次充好、弄虚作假的现象层出不穷,消耗了消费者对农村电商的信任度。

5. 数字经济时代农村电商助力农民生活富裕的路径

5.1. 培养专业数字人才, 强化农民主体地位

随着国家政策的支持,农村电商发展非常迅速,但农业加数字技术的复合型人才比较短缺,因此要做好人才的引进以及培养工作。为了吸引如高校毕业生、电商专才、退伍军人等回到家乡创业或寻找工作机会,我们可以实施各种鼓励措施,例如提供就业津贴、社会福利待遇、借款优惠等,这有助于吸引更多的农村人才,进而推进农村电商业务的持续发展。另外,需要设计一套针对农村的数字技术人才培

养计划，为农业种植者、经营者、技术专家等不同人群进行专业培训。结合线上线下的教学方法，并采用理论与实际操作相融合的培训策略，提高各类农村经营者在线销售的知识和数字素质，以此推动农村电商的发展，提高农民收入，助力农民生活富裕。

马克思指出，人民是历史的创造者。历史变革和社会进步是由人民推进的。人民是国家的主人，是社会发展的主体；农民是农村的主人，是乡村振兴的主体。因此，农民在实现乡村全面振兴中的主体地位和强大力量必须得到重视，农村电商发展中，一定要秉持以农民为中心的思想，这样才能最大化地利用农村电商促进农民生活富裕。要不断提高农民自主创业、劳动致富的能力，鼓励农民主动参与到数字经济的发展中，发挥其个人潜能，不断提高其在数字化生产销售过程中的素质，推动农民在新时代的农业生产实践中创造财富。

5.2. 加强电商扶持政策，优化双向物流通道

随着互联网的飞速发展，国家也相继出台了各种政策法规及扶持政策，在接下来的乡村振兴过程中，政府仍要进一步优化对农村电商的扶持。政府可以开展投资补贴、税收返还、融资支持、用地保障等政策支持，对于有借贷需求的农户，要降低贷款的难度，同时也要创造良好的投资氛围，吸引外部民间资金。政府机关也要更快更好地推进城乡一体化进程、城乡一体化商贸流通体系是促进乡村电商发展，促进农产品贸易流通的必要措施。另外，要具体情况具体分析，针对不同区域、不同产品进行科学的、具有针对性的帮扶政策。

城乡双向物流通道是农村电商发展的重要因素，对于物流成本高，配送不够便捷的问题也要持续解决，不断优化。国家要加大资金投入，完善农村道路建设，合理减免物流费用，积极引导物流企业向农村推进，推动物流企业与农村电商积极合作。在考虑到农村电商发展特点的基础上，还需要强化运输冷链的建设，可以有效地扩大冷链运输的覆盖面，保证商品的新鲜。此外，还要对各种产品做好保护措施，保证其在运输期间不受各种因素而损坏，最大限度地降低损失。

5.3. 打造当地乡土 IP，发挥特色品牌效应

乡土文化是农村的灵魂和根基，它是由农民在长期的劳动和生活中所继承和创造的一种文化形式，它体现着农民的审美情趣、生活方式和价值观。因此，在乡村振兴战略的视野下发展农村电商，要深入挖掘本土文化的内涵，把它与品牌形象相结合，让农村电商品牌变成一种鲜活的乡土文化，为企业提升品牌的记忆和识别度提供机会。要充分发掘乡村地区的特色资源，推动地方农产品的规模化、科技化发展。通过精心设计农产品包装、深入挖掘本土文化以及加强乡村短视频的营销文案呈现，可以提高农产品在市场上的品牌知名度[9]。

农产品品牌化，产供销一体化，是农产品增加附加值的有效途径；提升农村电商产品的竞争力，核心是品牌强农。通过文字、图片、录像等方式，将各地特产所蕴含的故事与文化内涵挖掘出来。在此基础上，还应注重品牌名称、标志、产品包装等视觉形象的设计与推广。“三农”类短视频是近几年兴起的一种新型农村题材短视频，此举不仅满足了当前人们的心理需求，同时也为农产品的多样化价值创造以及独特农产品品牌建立提供了重要途径。鼓励特色品牌建设的同时，要强化对品牌运营的监测考核，保证品牌发展方向符合农村电商产业发展要求。

5.4. 构建产品标准体系，加强销售质量监管

相关机构应当开展全方位的调研，广纳各方观点是首要任务，根据农产品的独特特征以及顾客的实际需求，来确定一个统一且科学的农产品质量标准。接下来，建立农产品责任追溯系统，充分利用互联

网等先进信息技术,从产品的生产到售后的每个阶段都应有明晰的质量信息记录[10]。此外,电商的运营者需要严格的准入管理。在农户开始电商活动之前,必须向地方政府提交相关文件,在获得必要的资质证书后才可以开展电商经营,还要构建信用档案,促进监管的规范化和法治化。

政府要构建完备的数字化电子商务监管平台,对市场上的商品实行随机抽检,杜绝产品以次充好的情况。在质量标准的制订、实施和监督中,应明确各部门的职责,构建严格的质量责任制网络。另外,还可以利用设立“农产品质量投诉举报平台”,对群众的举报投诉实行“一对一”的服务,并与有关部门进行协调。与此同时,第三方评估组织应加大对问题产品的追踪、抽检力度,并最大限度地利用社会监管职能。只有通过这样的方式,才能确保农产品的质量监控实现每个环节的对接,保证产品品质安全,维护消费者权益,促进农村电商的发展,由此助力农民生活富裕。

6. 结语

农村电商作为农村数字经济的核心部分,可以吸引广大农民参与到农村信息化进程中,将农业农村发展与电商发展有机结合在一起,靠农民的辛勤劳动实现农村农民共同富裕。现如今,农村电商发展仍然面临不少挑战,需要政府与农村电商平台、物流企业、农户等多方直面问题,协同合作。优化农村电商环境,释放数字经济活力,推进电子商务在农村的高质量发展,进一步切实增加农业收益和农民收入,从而在乡村振兴进程中促进农民生活富裕。

参考文献

- [1] 杨玉文,张云霞.数字普惠金融赋能共同富裕的机制与路径研究[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2023,40(1):123-133.
- [2] 姜长云.2024年中央一号文件的突出亮点[J].农村金融研究,2024(2):3-13.
- [3] 李三希,武珣璠,李嘉琦.数字经济与中国式现代化:时代意义、机遇挑战与路径探索[J].经济评论,2023(2):3-14.
- [4] 郭君平,曲颂,吴硕.中国农民生活富裕的时空分异、宏观影响因素及作用机制[J].改革,2024(4):63-76.
- [5] 胡莹.乡村振兴背景下城乡数字鸿沟审视[J].中国特色社会主义研究,2022(4):60-69.
- [6] 旷毓君.积极推动城乡区域协调发展的思路和举措[J].经济研究导刊,2021(5):44-47.
- [7] 郭诗瑀.农村地区互联网普及率达到66.5%,有哪些推动因素?[N].农民日报,2024-04-11(007).
- [8] 范冰玉.乡村振兴战略背景下农村电商发展存在的问题及对策浅析[J].现代农业研究,2024,30(1):68-71.
- [9] 邓敏慧,薛晶晶.乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径研究[J].边疆经济与文化,2024(9):38-41.
- [10] 申童.数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径[J].全国流通经济,2024(6):161-164.