

研究数字经济视域下电商助农优化路径研究

朱 娜

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年7月1日; 录用日期: 2024年10月17日; 发布日期: 2024年10月24日

摘 要

在数字化时代的迅猛发展浪潮中, 电商助农成为促进乡村经济发展效率提升的重要动力。在共同富裕背景下, 要实现以电子商务为依托, 将引进来和走出去相结合, 进一步拓宽农村电商市场, 完善产业链、供应链管理, 构建产销对接清晰、责任明晰的新业态、新模式。在“三农”领域, 电子商务在推广农产品、提高农业数字化转型水平、增加农民就业机会等方面取得了显著成效, 在销售农产品和增加农民收入方面发挥着积极作用。推动农村电子商务的高质量发展, 赋能乡村振兴, 促进农产品标准化建设, 加强农村电商人才培养体系, 推进电子商务区域协调发展, 构筑农村电商发展新高地, 使农村电商持续为实现乡村振兴目标和全面建设社会主义现代化强国做出贡献。

关键词

乡村振兴, 数字经济, 电子商务, 农产品营销

Research on the Optimisation Path of E-Commerce Assisting Agriculture in the Perspective of Digital Economy

Na Zhu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jul. 1st, 2024; accepted: Oct. 17th, 2024; published: Oct. 24th, 2024

Abstract

The wave of rapid development in the digital era has brought opportunities and challenges to the development of rural e-commerce. In the context of common wealth, it is necessary to take e-commerce as the basis for combining bringing in and going out, further expanding the rural e-commerce market, improving the industrial chain and supply chain management, and building a new industry

and model with clear production and marketing connections and clear responsibilities. In the field of “three rural areas”, e-commerce has achieved remarkable results in promoting agricultural products, improving the level of digital transformation of agriculture, increasing employment opportunities for farmers and improving the landscape of rural areas, and has played a positive role in selling agricultural products and increasing farmers’ income. Promoting the high-quality development of rural e-commerce, empowering rural revitalisation, promoting the standardisation of agricultural products, strengthening the rural e-commerce talent training system, advancing the coordinated development of e-commerce in the region, and constructing a new high ground for rural e-commerce development, will enable rural e-commerce to continue to make a contribution to realising the goal of revitalising the countryside and building a modernised and powerful country.

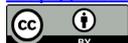
Keywords

Rural Revitalization, Digital Economy, E-Commerce, Agricultural Marketing

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

在中共二十大报告中，党中央将“加快建设现代化农业强国”的战略任务郑重载入农业发展新征程，催生出电商进村“带货”的外向式营销，构建起电商赋能农业的复合型经济。我国经济发展已经迈入高质量发展新阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，然而城乡差距问题依然显著。作为国民经济最根本、最基础的组成部分，农村经济对我国现代化经济体系的构建至关重要。在数字经济背景下，大力发展电商新业态，是推动农业产业转型升级，推动乡村振兴的关键途径。电子商务凭借其强大的互联效应，降低了农民对于地理和空间距离的依赖度，打破了地域限制和供求交易限制，打开了农产品销路，从而扩大产品销售市场，促进产业兴旺和农户增收[1]。将“数字化 + 农业”相结合，高效运用创新方式——电商助农，能够为缩小城乡差距，推动全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展。

2. 数字经济视域下电商助农工作实施的物质基础

2.1. 农村电商市场潜力巨大

乡村振兴战略的实施优化了农村经济发展外部环境，为广大农村电子商务发展提供新的机遇[2]。2022年二十大报告提出“加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。”在国家的号召下各大电商平台纷纷转向农村和农业上来，努力探索如何通过电商实现乡村振兴。“十四五”规划提出要增强农业农村对经济社会发展的支撑保障能力和“压舱石”的稳定作用，持续提高农民生活水平。为了让农产品“走出”大山，消费者“走进”自然，构建交互循环的供需模式，国家农业农村部转发《国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程。2014年伊始，“电商助农”作为重要环节出现在“中央一号”文件中，深扎电商进村之根。加上短视频时代浪潮，平台借机抓住网民需求进行高强度的偏好推送，使电商购物成为生活必需环节。与此同时，经济全球化的日益加深为电商网络的蔓延提供了充足的客户资源。消费者需要跨领域、跨国界的商品服务，而电商在缩小时空差距上发挥不可替代的作用，在国际贸易中占据重要位置。在这些有利政策和物质基础背景下，农村电商市场潜力巨大。

2.2. 农村电子支付全覆盖

数字化建设是农村电子商务发展的基础。据《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 6 月，我国网民规模达 10.79 亿人，互联网普及率达 76.4%，加上智能手机的推广，使得农民逐渐适应如支付宝、微信等便捷电子支付方式。不仅可以推动农业物联网应用、降低经营成本、扩大经营范围、增加农民创收致富具有基础性价值，还可以节约消费者外出购物时间，增强消费者的满意度。农村地区互联网基础设施建设全面强化，农村电子支付方式的逐步普及，诸多购物软件的出现，为农村电子商务的发展奠定了坚实的物质基础。目前国家也非常重视电商助农工作的实施。中央一号文件提出，要大力推进“互联网 + 现代农业”，应用物联网、云计算、大数据、移动互联等现代技术，推动农业全产业链改造升级。电子商务在农村进一步发展，提高农民技术，同时引导农民销售各种农产品促进当地农业的发展成为必然趋势。

2.3. 公众消费观念的转变

在当前国际形势充满不确定的背景下，我国更要立足国内、依托国内大市场优势，挖掘内需潜力。当前我国主要矛盾已经转变为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。随着社会生活水平和消费水平的不断提高，消费者可选择的农产品种类更加丰富。消费者对于农产品的产地，绿色标准，健康标准，是否具有地方特色，是否使用违规药剂染色、催熟、膨大，是否会使用防腐剂、包装安全等方面都提出了更高的要求。电子商务技术可以克服信息壁垒，通过提供透明化的供求信息，为农民提供产品销售与农资采购的信息来源，匹配买卖双方，有效阻止了产品市场的交易摩擦，大幅降低以上成本[3]。加上国家规划建设了县乡村三级电商公共服务体系，以共建共享为方向，支持“一点多能，一网多用”，充分整合电商服务站、乡村超市、村邮站等网点设施，搭建电商物流配送点，加大农村电商服务网点布局建设，叠加代购、代销、缴费代理、寄递等综合服务功能，为农村居民生产生活提供了便利[4]。公众消费观念的转变，促进了农副产品直销的良性循环，为农村电商经济的发展带来了巨大便利。

3. 数字经济背景下电商助农的现实困境

3.1. 农户生产规模狭小

我国传统农业有“小、散、杂”的特点，家庭小作坊的生产模式，产品生产经营规模较小，产品相对分散，难以吸引社会资本投资，不适合电商的批量销售。在合作经销的过程中，缺乏从容有力的领导人，这就易产生很多农产品产量较低，品质不高、价格处于劣势等多方面的现象。加之，农村部分企业的加工制造和市场营销无法弥补信息差和时间差，无法抓住网络流量的机会，延伸产业链。农村电商产业发展需要强有力的资金保障，而资金来源单一将会限制农村电商产业的长期发展进程[5]。农户融资困难的原因有两方面：一方面，农村产业的发展因各种因素影响，风险和不确定性会更多，没有一定的授信单位，将难以让社会资金投入；另一方面，农村电商产业发展未完全成熟，难以与城镇资金接触，缺乏投资机遇，农村企业、个人很难通过自我宣传推广让第三投资方愿意投资，同时农村企业很难寻找到可靠的投资机会。因此，缺乏雄厚的资本做支撑、农业高级管理人才、良好外部环境的协作也是造成农产品生产不能大规模的重要原因之一。这些都是限制农村电商发展的重要因素。

3.2. 农村电商人才缺失

农民是乡村振兴的主力军。人是生产力中最活跃的要素，青年科技人才也是产业发展的重要力量，也是乡村振兴的磅礴动力。当前大量年轻劳动力转向城市务工，造成农村“空心化”的问题，导致农村剩余劳动力科技创新素质低下，农村城市内部的数字鸿沟日益扩大。“电商 + 农业”作为农村农业发展

新业态占据了农产品对外销售的风口，催生了“网红经济”的兴起。“网红”直播带货依赖于网络媒介和信息社交效应，将产品的附加值快速变现，而农民虽作为农业生产主体，但受教育程度普遍偏低，难以抓住网络流量的机会，捕捉大众的需求。平台通过流量明星获得关注度，将种植、收购的流程与销售分为两个独立体系，农户最终实际获利在复杂的销售体系中一再降低，难以体现其劳动价值，始终处于弱势地位。发展电子商务不仅要有“三农”情怀，而且要对推广策划、资源整合、网站设计、数据分析、管理运营等情况比较内行，而这些岗位都缺乏专业的人才，特别是复合型人才[6]。

3.3. 农产品标准化建设不足

由于农业生产的特殊性，农产品的生产过程受天气、土壤等自然因素的影响较大，导致产品的质量和产量难以保证。加之，农民对农产品的生产标准和质量要求了解不足，缺乏科学的种植技术和管理经验，导致农产品的品质无法达到市场需求。再加上网红同质化的销售模式忽视不同地区农业的特殊性，产品特色难以显现。同时带货人省去选品环节，将所有可销农产品放入观众的购物篮，不可避免地出现货不对板问题，影响地区农业声誉和未来电商合作。以一些销售平台常出现的退货情况为例，由于供货商不能够精细划分瓜果的大小、成熟度、口感度，导致消费者在购买之后常会因为瓜果成熟度不统一、大小不一、包装问题等问题而给予差评或退货处理。这些现象不仅会影响消费者对电商助农的信任度，还会造成经济等方面的损失。一些商家把“冰 + 泡沫箱”当成了“万能钥匙”，这也说明了网上农产品销售的监督体系还不够完善[7]。现阶段，国家针对农村电商，特别是农产品线上销售出台的相关政策法规相对较少，不能真正规范市场中农产品的质量。

4. 数字经济背景下电商助农的优化路径

4.1. 推动产业交互的统一整合互动

当前农村产业结构单一，应对风险能力较弱。亟须改变以家庭为生产主体的生产模式，通过打造龙头企业，带领和规划产业分工，与个体农户、合作社跨领域互动合作，以示范作用扩大各企业生产的协同效果。政府应当出台相关政策保障农村合作社的建立和发展，将龙头企业的牵引机制效用最大化，调整结构加强产业市场竞争力，促进全市场优质供给。在优化县域产业结构的同时，按照生态宜居的要求，积极推动乡村生态产业发展。在政府相关政策的支持下，逐步探索走出一条“互联网信息化平台 + 政策引导 + 现代农业综合体 + 三产融合”发展的乡村振兴发展道路[8]。同时，充分利用闲置土地资源，把各产业要素集中化；利用小额贷款、增加贴现率等激发农民强强联合的创新创业能力，为电子商务的延伸提供基础脉络；完善投融资机制，保障龙头企业的资金来源，大力发展农村特色农业，催生农业发展的、新模式，推动形成“农业特色区 + 电子商务”的竞争模型，同时拉动乡村文化建设，延长产业链。

4.2. 加强农村电商技术人才的培养

人才振兴是乡村高质量发展的关键。第一，政府要加强对农民工和大学生群体的返乡创业工作的重视，并对其进行一定的资金支持，从而培育出新一代的农村电子商务管理人员，进而推动农村电子商务的整体发展[9]。激发人力资本提升，促进农村人力资本的积累，为实现乡村振兴带来内生动力。大学生村官作为基层政府干部的新鲜血液，“是加强党的基层组织建设和推进社会主义新农村建设的重要力量”[10]，能够为农村执政全覆盖注入活力，打通政务服务“最后一公里”。第二，推动外出务工农民的回乡再就业，为农民增收和电商事业本土化的双赢提供机会。农民借助互联网将农业和市场联系起来，在农业产业链中寻求创业机会，创业带动就业，促进农民收入的提升，使其成为农村脱贫的重要手段[11]。

4.3. 推进农产品标准化体系建设

品质是最好的品牌，以质量取胜，提高农产品自身市场竞争力，也是助力农村经济可持续发展的关键一环。农产品标准化体系建设首先需要借鉴国内外农村电商发展的成功经验，划定农产品标准化水平。通过专业机构例如农业合作社、行业协会等方式，划定农产品的产品质量等级、重量标准、包装等，进行有效整合提升农村电商产品的标准化。以地区为单位，加强对公用区域品牌的培育与宣传，对具有特色的行业，给予适当的扶持。推动农业生产标准化与可追溯。同时加强农产品的标准化、冷链物流、仓储和配送等方面的基础设施；要建立健全供货商准入制度、质量检测制度、农产品可追溯制度。强化质量监管。建立农产品质量检测体系，对农产品进行定期抽检，确保农产品符合质量标准。建立以过硬的产品为依托，以多样化宣传提高其品牌核心竞争力，以良好的售后服务形成忠实客户群体。此外，建立区域特色品牌，根据特色农产品划定销售质量标准，让质量得到有效保障。与此同时，各大电商平台要注重内部监管，及时整治违规店铺和产品，严格把控农产品品质；农户要提升自觉性，从源头把握好农产品质量。结合消费者的售后反馈和市场准入标准，商家上架更多优质、饱满、新鲜的农产品，更好构建区域特色产品，才能维护区域品牌效益，拓展销售途径。

4.4. 增强品牌文化软实力的渗透

品牌是农业现代化的标志。电商助农要引导消费者和行业从价格竞争转向价值竞争，从卖产品升级到卖品牌，才不会使电商助农沦为倾销劣质积压农产品的工具，让农业产业形成逆淘汰[12]。电商负责人需要深入进行实践调查和特色分析，挖掘本地区农产品的特殊性，结合当地历史和自然风光进行产品定位，利用差异化在同质产品中开辟竞争新优势，打造农产品独立品牌，增加传播力度和识别度，利用互联网对口碑的放大作用加深市场渗透力。用品质保障为品牌效应赋值，使电商宣传具有背景支撑，增加国民信任度。“科技 + 农业”的联动作用能够带领全产业向品牌建立的趋势发展，同时借此拉动乡村文化建设，形成乡村特色产业链，加速销量增长。同时，营销策略的研发应当着重关注“他无我有”，打破传统营销模式。仅通过产品成分介绍、直播试吃等常规方式已经难以吸引客户，需要在语言和展示中添加创新点。例如，东方甄选的主播董辉宇，摒弃吵闹团队带来的视听冲击，充分利用自身的哲学思维和语言文化魅力，三天涨粉上百万，做到开播不到两小时销售额达到 1426 万的佳绩；抖音服装测评博主“阿吴”一改以往简单上身试穿的模式，列出各项指标，用科学仪器等真实展现服装质量，短期内粉丝量破百万。市场上基础带货模式已经成型，流量接近饱和，需要根据用户痛点和产品特性，自主研发“前无古人”的营销模式。

5. 结论

综上所述，在数字经济和乡村振兴战略背景下，乡村振兴是实现共同富裕的重要环节。党始终都把解决“三农问题”作为重中之重，坚持农业农村优先发展，各地政府都积极主动地参与到乡村事业的发展中，在一定程度上为乡村经济的发展奠定了物质基础。电商助农正在成为农产品销售新业态，成为帮助农民农村实现共同富裕的新引擎。然而，当前农村电子商务还未形成完善的发展基础，发展规模较小，缺乏电商人才，农产品标准化建设不足。需要政府加大引导力度，推动产业交互的统一整合互动，加强农村电商技术人才的培养，推进农产品标准化体系建设，增强品牌文化软实力的渗透等，这样才能推动农村电子商务高质量发展，为乡村发展提供更多活力，为实施乡村振兴战略做出贡献。

参考文献

[1] 边慧敏, 徐雷. 脱贫攻坚与乡村振兴衔接共进的可持续路径[J]. 当代县域经济, 2019(9): 12-15.

- [2] 宋文艳, 郭浩. 乡村振兴背景下山西省金融机构支持农村农业发展研究[J]. 安徽农学通报, 2018, 24(23): 3-5, 17.
- [3] 陈潭, 王鹏. 信息鸿沟与数字乡村建设的实践症候[J]. 电子政务, 2020(12): 2-12.
- [4] 赵丹静, 马爱艳. 新疆特色林果直播电商发展探析[J]. 合作经济与科技, 2022(8): 85-87.
- [5] 王辉, 张国卿. 乡村振兴背景下农村电商发展的困境选择[J]. 农业经济, 2022(3): 130-132.
- [6] 陈娟. 农村电子商务发展面临的挑战与创新途径[J]. 产业创新研究, 2021(16): 29-30, 33.
- [7] 陈婷. “互联网+”背景下农村电商发展的现实意义及对策分析[J]. 农业经济, 2021(2): 143-144.
- [8] 卓武扬, 蒲晓玲, 宫兴国. 乡村振兴战略背景下农业产业集群的升级路径[J]. 金陵科技学院学报: 社会科学版, 2019, 33(2): 21-25.
- [9] 冯兴宏. 乡村振兴战略下的农村电商发展研究[J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(4): 14-15.
- [10] 韦祎. 新时代下大学生村官在基层组织建设中的作用[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(3): 222-224.
- [11] 田勇, 殷俊. 互联网进村的减贫效果评估及其机制分析——基于农村电商创业热潮的背景[J]. 现代经济探讨, 2019(2): 98-106.
- [12] 蔡剑菲. 电商助农: 不只卖货那点事, 还要助力全产业链升级[J]. 农村农民合作社, 2022(9): 24-25.