

数字经济背景下河南省农村电商发展困境与策略研究

孟昕*, 荆雅莉

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年10月21日; 录用日期: 2024年11月8日; 发布日期: 2025年1月10日

摘要

随着数字经济的蓬勃发展, 电子商务已成为推动农村经济转型升级的重要引擎。本文以河南省农村电商为研究对象, 深入剖析了数字经济背景下河南省农村电商的发展现状、面临的挑战及机遇, 并提出了针对性的发展策略。通过加强基础设施建设、优化物流体系、培养专业人才、推动农产品品牌化与标准化等措施, 以期实现河南省农村电商的高质量发展, 助力乡村振兴。

关键词

数字经济, 农村电商, 发展策略, 河南省, 乡村振兴

Research on the Development Challenges and Strategies of Rural E-Commerce in Henan Province under the Background of Digital Economy

Xin Meng*, Yali Jing

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Oct. 21st, 2024; accepted: Nov. 8th, 2024; published: Jan. 10th, 2025

Abstract

With the vigorous development of the digital economy, e-commerce has become an important

*通讯作者。

engine for promoting the transformation and upgrading of rural economy. This article takes rural e-commerce in Henan Province as the research object, deeply analyzes the development status, challenges, and opportunities of rural e-commerce in Henan Province under the background of digital economy, and proposes targeted development strategies. By strengthening infrastructure construction, optimizing logistics systems, cultivating professional talents, and promoting the branding and standardization of agricultural products, we aim to achieve high-quality development of rural e-commerce in Henan Province and contribute to rural revitalization.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Development Strategy, Henan Province, Rural Revitalization

Copyright © 2025 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. 研究背景与意义

随着数字经济的兴起,互联网、大数据、云计算等信息技术的快速发展正在重塑全球经济格局,成为推动经济增长的新动力。在此背景下,中国政府提出的乡村振兴战略,旨在促进农业现代化和农村全面发展,而农村电商作为连接城乡、推动农产品流通和农民增收的重要途径,对于实现这一战略具有至关重要的作用。河南省作为中国的农业大省,拥有丰富的农业资源和庞大的农村人口,发展农村电商对于推动该省农业转型升级、增加农民收入、缩小城乡差距具有显著的现实意义。

尽管河南省农村电商在近年来呈现快速发展态势,农产品网络零售额持续增长,但仍面临物流配送、人才缺乏、品牌建设等挑战。国家和地方政府出台的一系列支持农村电商发展的政策措施,为研究提供了政策背景和实践基础。同时,新兴技术如5G、物联网、人工智能等在农村电商领域的应用,为提升效率和质量提供了技术支撑。此外,随着居民收入水平的提高,消费者对农产品的质量和多样性提出了更高要求,农村电商需要适应消费升级趋势,提供更加丰富和高质量的农产品。

考虑到河南省内部不同地区农村电商发展水平存在差异,研究如何制定差异化的发展策略,以实现区域内农村电商的均衡发展,对于促进河南省农村电商的整体进步至关重要。因此,本研究旨在探索数字经济背景下,如何利用河南省的农业资源和政策环境,解决农村电商发展中的挑战,推动其高质量发展,为实现乡村振兴战略目标提供理论和实践支持。

2. 数字经济与农村电商的概述

2.1. 数字经济

数字经济是一种以数据资源为关键生产要素、以现代信息网络为主要载体、以信息通信技术的有效使用为重要推动力的新经济形态。它涵盖了数字化技术发展和应用所带来的所有经济活动,包括但不限于数字产品制造业、数字产品服务业、数字技术应用业、数字要素驱动业和数字化效率提升业等[1]。

2.2. 农村电商

农村电子商务是电子商务在农业和农村地区的应用,它通过互联网等信息技术手段,实现农产品的在线交易、农村生活服务的数字化以及农业生产的智能化。农村电商不仅包括农产品的网络销售,还涉及到农村旅游、农村金融服务、农业知识咨询等方面,是推动农村经济社会发展的新动力。

2.3. 数字经济与农村电商的内在联系

2.3.1. 技术驱动与模式创新

数字经济作为一种基于数字计算技术的经济形态,通过大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等新兴技术,为农村电子商务的发展提供了强大的技术支撑。这些技术使得农村电商能够更高效地进行信息收集、处理、传输和使用,从而推动农村电商的快速发展。例如,大数据分析可以帮助农村电商企业精准把握市场需求,优化库存管理[2];物联网技术可以实现农产品的全程追溯,提升农产品的品质和安全性;区块链技术则可以确保交易过程的透明度和可信用度。

农村电子商务作为一种新兴的商业模式,充分利用了数字经济的优势,打破了传统农产品销售的地域限制和时间限制。通过网络平台,农产品可以便捷地销售到全国各地甚至海外市场,极大地拓宽了销售渠道。同时,农村电商还催生了 B2C、C2C、B2B 等多种商业模式,以及直播带货、社交电商等新兴业态,为农民提供了更多的销售选择和增收途径。

2.3.2. 产业融合与乡村振兴

数字经济与农村电子商务的融合促进了农业与其他产业的深度融合。通过电商平台,农产品可以与其他商品进行组合销售,形成多样化的产品线;同时,农村电商还可以与旅游业、文化产业等相结合,推动农村特色产业的发展。这种产业融合不仅提升了农产品的附加值和竞争力,还促进了农村经济的多元化发展,为乡村振兴注入了新的活力。

农村电子商务作为乡村振兴的重要抓手,通过电商渠道将农产品销售出去,帮助农民实现增收致富。同时,农村电商还带动了农村物流、仓储、金融等相关产业的发展,为农村创造了更多的就业机会和创业机会。此外,农村电商还促进了农村基础设施的完善和农村面貌的改善,提升了农村居民的生活品质和幸福感。

3. 数字经济背景下河南省农村电商发展现状分析

3.1. 河南省农村电商发展概况

河南省农村电商平台近年来发展迅速,已成为推动农民增收和农村消费的重要渠道。在农村电商交易规模上,2023 年上半年,河南实现农村网络零售额 784.4 亿元,同比增长 7.6%;2024 年上半年,河南省农村网络零售额达到 881.13 亿元,同比增长 12.24%;在发展速度上,2023 年上半年,河南省农村网络零售额同比增长 7.6%,2024 年上半年,河南省农村网络零售额同比增长 12.24%,其中农产品网络零售额同比增长 13.02% [3];在农产品网络零售额占比上,在 2023 年上半年,农产品网络零售额占河南网络零售额的 36.2%,2024 年上半年,河南省农产品网络零售额为 460.06 亿元,占农村网络零售额的比重为 52.2%,展现了河南省农村电商的快速发展态势。

河南农村电商的特点包括实物商品销售占据主导,非实物销售增速提升,农产品上行成效和农村产地品牌优势显现,电商集群渐成规模,特色产业升级[4]。河南已涌现出多个县域电商公共品牌,如“光山十宝”“陟选好物”“朝歌印象”等,提升了当地农产品的知名度和品牌影响力。

农村电商的发展也带动了农产品供应链的优化升级。河南多个县(市)围绕农产品上行,通过对本土特色农副产品进行重点扶持、开发、宣传,融合短视频、直播等营销推广渠道,培养出一批网红产品[5]。此外,农村消费升级趋势明显,县域商业体系建设取得初步成效。

在物流配送方面,河南已有近 90 个县(市、区)实现县乡村物流统仓共配,行政村快递服务通达率达 100% [6],有效解决了乡村农产品“最后一公里”“最先一公里”末端配送难题。全省累计认定电商进农村综合示范县 99 个,打造 209 个淘宝村和 144 个淘宝镇,淘宝村、淘宝镇数量位居中西部第一。

尽管取得了显著成效,但河南农村电商仍面临一些挑战,包括农产品标准化程度较低、供应链水平落后、农产品供货不稳定、品牌化水平有待提高等问题。同时,农村电商基础设施、生态体系和专业人才方面也存在短板。

3.2. 数字经济对河南农村电商的影响

数字经济不仅极大地促进了农村电商交易规模的迅速膨胀,使得曾经受限于地域的农产品能够轻松跨越地域界限,触达全国乃至全球消费者,为农民带来了实实在在的增收。同时,数字经济还激发了农村电商业态模式的创新活力,通过“互联网+农业”、“直播带货”、“社交电商”等多种新兴模式,为农村电商注入了新的血液,推动了农产品的品牌化、标准化和差异化发展。

在基础设施方面,数字经济引领下的技术革新极大地改善了农村地区的网络环境和物流体系。高速互联网的普及和物流网络的日益完善,不仅解决了农村电商“最后一公里”的难题,还降低了物流成本,提高了配送效率,为农村电商的快速发展提供了有力保障。

政府层面,数字经济时代的到来也促使河南省政府出台了一系列更加精准、有力的政策措施,从资金扶持、税收优惠、人才培养等多个方面为农村电商的发展提供了全方位的支持。这些政策的实施,不仅为农村电商企业减轻了负担,还激发了其创新创造活力,推动了农村电商的蓬勃发展。

此外,数字经济还注重用户体验和数据驱动,这促使河南省农村电商平台不断优化服务流程,提升服务质量。通过大数据分析用户行为和需求,电商平台能够更精准地推送个性化商品和服务,满足消费者的多元化需求。同时,电商平台还加强了对农产品的质量控制和溯源管理,确保消费者能够购买到安全、放心的农产品,进一步提升了消费者的购物体验 and 信任度。

最后,数字经济的全球化特性也为河南省农村电商平台的国际化发展提供了广阔空间。通过跨境电商平台,河南省的农产品得以走出国门,走向世界,与全球消费者共享。这不仅提升了河南省农产品的国际知名度和竞争力,还为农民带来了更多的增收渠道和机会。

4. 河南省农村电商发展面临的挑战

4.1. 基础设施与物流体系不完善

河南省农村电商在基础设施和物流体系方面虽然已取得一定进展,但仍面临不少挑战。基础设施方面,农村地区的网络设施如5G网络覆盖和宽带速度仍需加强,以适应电商业务的需要。物流配送体系虽已实现全省行政村的快递服务通达,但“最后一公里”配送效率和成本优化仍是难题,特别是冷链物流设施的不足,影响了农产品品质和销售。此外,缺乏专业电商人才和农产品标准化程度不高制约了电商的高质量发展。市场环境有待进一步优化,以提高农产品品牌影响力。政府是农村电商发展的引导者和支持者,负责制定政策、改善公共服务、规范市场,需要确保政策落地和资金投入,以促进农村电商的健康发展。最后,河南省不同地区农村电商发展水平的不平衡,要求政策制定时需考虑地区差异,实现均衡发展。

4.2. 专业人才短缺与农民参与度低

河南省农村电商面临专业人才短缺的问题,这不仅体现在高端电商运营、数据分析、营销策划等核心岗位的人才匮乏上,还涉及到基层电商服务站点、物流配送、售后服务等环节的专业人才不足。由于农村地区相对偏远,经济发展相对滞后,难以吸引并留住具备专业技能和丰富经验的人才,导致农村电商在运营策略、技术创新、市场拓展等方面受到严重制约,难以形成有效的竞争优势。

同时,农户是农产品的直接生产者,是农村电商的基础。但是农户对电商的认知不足,互联网应用

水平有限, 参与度低, 导致农村电商的发展空间受限。尽管电子商务为农产品销售提供了新渠道, 但许多农民由于受教育程度有限、对新技术接受度不高、对电商模式缺乏信任等原因, 对参与电商活动持观望或抵触态度。他们可能缺乏必要的电商知识和技能, 难以有效利用电商平台进行产品推广和销售; 也可能因为担心电商交易的风险和不确定性, 而选择传统的购销方式。这种低参与度不仅限制了农产品的线上销售规模, 也影响了农村电商市场的整体活力和发展潜力。

4.3. 农产品品牌化、标准化程度不足

首先, 农产品品牌化不足是一个显著问题。河南省虽然拥有丰富的农产品资源, 但许多农产品在品牌建设上仍处于起步阶段, 缺乏具有影响力和竞争力的知名品牌。这主要是由于农产品品牌意识不强、品牌建设投入不足、品牌营销策略缺乏创新等原因造成的。品牌化的不足导致农产品在市场竞争中难以脱颖而出, 难以形成稳定的消费群体和市场份额, 从而限制了农村电商的发展潜力和盈利能力。

其次, 农产品标准化程度低也是制约农村电商发展的一个重要因素。农产品的标准化涵盖了从生产、加工到销售的各个环节, 但河南省农产品在标准化方面仍存在较大差距。不同农户或企业生产的农产品在品质、规格、包装等方面存在较大差异, 难以形成统一的标准体系。这不仅增加了电商平台的运营成本 and 风险, 也影响了消费者的购买体验和信任度。标准化程度低还限制了农产品的品牌化和规模化发展, 使得农村电商难以在市场竞争中占据有利地位。

4.4. 市场竞争激烈与同质化问题严重

首先, 市场竞争激烈是一大挑战。随着农村电商的快速发展, 越来越多的企业和个人涌入这一领域, 导致市场竞争日益激烈。各电商平台为了争夺市场份额, 纷纷采取各种营销策略和手段, 如价格战、广告战等[7], 使得农村电商市场的竞争环境愈发复杂。这种激烈的竞争不仅要求农村电商企业具备强大的市场竞争力和创新能力, 还需要不断提升自身的服务质量和用户体验, 以吸引和留住消费者。

其次, 同质化问题严重也是河南省农村电商面临的一个重要挑战。企业是农村电商的推动者和实践者, 负责平台建设、运营和市场拓展。但由于农产品种类繁多, 很多农村电商企业在产品选择、包装设计、营销策略等方面缺乏创新和差异化, 导致市场上出现了大量的同质化产品。这些产品在品质、价格、服务等方面差异不大, 难以形成独特的竞争优势。同质化问题的存在不仅加剧了市场竞争的激烈程度, 还限制了农村电商企业的盈利能力和发展空间。为了应对这一挑战, 农村电商企业需要加强品牌建设, 提升产品质量和服务水平, 打造具有差异化竞争优势的农产品品牌。

5. 数字经济背景下河南省农村电商发展策略

5.1. 加强基础设施建设

要全面提升网络覆盖率和质量, 确保农村电商能够享受到高速、稳定、低成本的网络服务。这不仅要求继续扩大网络覆盖范围, 特别是加大对偏远农村地区的投入, 还要提升网络服务质量, 减少故障和延迟, 提升用户体验。同时, 政府应与电信运营商紧密合作, 推出更多针对农村电商的优惠套餐, 降低网络使用成本, 让农村电商能够更便捷地接入互联网。

其次, 企业可以利用自身资源, 参与到农村物流基础设施的建设中, 物流基础设施的完善是农村电商发展的关键所在, 企业可以在改善农村地区的交通网络, 提供物流仓储设施, 以及配送车辆等方面做出努力。加强农村交通道路建设, 提升道路等级和通行能力, 为物流车辆提供顺畅的通行环境。同时, 要在农村地区建设物流中心, 作为农村电商的集散地和配送中心, 提高物流效率[8]。企业还可以通过供应链管理、门店升级、品牌合作等方式, 改造升级农村便利店、小超市等, 拓展涉农信息服务、客货运服

务等功能,健全农村信息服务体系。此外,还要积极引入先进的物流技术和设备,提升物流中心的自动化和智能化水平。同时,鼓励和支持第三方物流公司农村地区开展业务,提供更多元化、更高效的物流服务。

5.2. 人才培养与农民培训

人才是农村电商发展的核心驱动力。应充分利用国家电子商务公共服务平台资源,通过线上线下相结合的方式,开展多层次、多形式的电商培训活动,普及电商基础知识,提升农民的电子商务应用能力和网络营销技能[9]。同时,加强与高校、研究机构等外部机构的合作,引进具有丰富电商经验和专业技能的人才,为农村电商发展注入新的活力。此外,还应积极鼓励本地青年返乡创业,通过政策扶持和资金支持等措施,吸引他们投身农村电商事业,形成一套完善的选拔、培训、实践、激励的人才培养体系[10],为河南省农村电商的持续健康发展提供坚实的人才保障。

在提高农民参与度方面,可以利用线上线下相结合的方式培训。线上可以通过建立专门的农村电商培训平台,提供视频教程、在线答疑等服务;线下则可以组织实地培训,通过手把手教学,让农民更直观地了解电商操作流程。此外,还可以邀请成功的农村电商创业者分享经验,激发农民的学习兴趣和参与热情。鼓励农民参与实践操作,通过模拟开店、参与线上销售等方式,让农民在实际操作中学习和积累经验。政府可以提供一定的启动资金或政策支持,帮助农民开设网店,降低他们的创业风险。最后,建立跟踪服务和反馈机制,对参与培训的农民进行后续的指导和帮助,解决他们在电商运营中遇到的问题。通过这些措施,可以有效提高农民的电商参与度,促进农村电商的发展。

5.3. 品牌建设标准化提升

农户应积极参与到农产品标准化生产中,通过采用现代农业生产技术标准、农业基础设施标准和农业机械化标准等,提高农产品的质量和市场竞争力。同时,农户可以参与绿色食品、有机农产品、良好农业规范(GAP)认证,以及地理和气候标志农产品登记,创建全国绿色食品原料标准化生产基地。企业应加强自主创新,打造竞争力强的企业品牌。可以通过建立农业品牌标准,鼓励地方政府、行业协会等,打造一批地域特色突出、产品特性鲜明的区域公用品牌。企业还可以利用数字技术,建立农产品区域公用品牌数据库,挖掘释放公用品牌数据资产价值,并通过专业化运营管理团队,以市场化方式全方位激活公用品牌价值。政府应制定相关政策,支持农产品品牌建设和标准化生产。例如,可以推进农业品牌目录制度建设,发布品牌目录与消费索引,并建立农业品牌评价体系。此外,政府还应加强品牌管理,实行农业品牌动态管理,加大对冒牌、套牌和滥用品牌的惩处力度。政府还可以通过建立产地仓,实现产地仓与农产品物流体系互联互通,推进农产品标准化建设,农产品物流标准化运作,推进农产品物流全链条双向追溯。

5.4. 质量与市场竞争力提升

河南省需采取多方面措施以提升农产品的品牌化和市场竞争力。首先,农户应加强质量控制,通过标准化生产和参与绿色、有机认证,提高产品品质。企业则需注重品牌建设和市场定位,通过差异化策略和文化赋能,打造具有地域特色的品牌,同时利用现代物流和信息技术,拓宽销售渠道,提高产品附加值。政府应制定扶持政策,加强农产品质量安全监管,推动农产品标准化生产,建立完善的物流配送体系,并提供市场信息服务,帮助农户和企业更好地对接市场需求。通过农户、企业和政府的协同努力,河南省的农产品可以在竞争激烈的市场中突出重围,实现可持续发展。

6. 总结

在数字经济蓬勃发展的当下,河南省农村电商的发展已成为推动乡村振兴和农村经济增长的重要力

量。通过深入分析,我们发现河南省农村电商在实际发展中仍面临诸多挑战与困境,在基础设施建设、人才储备、产品标准化以及市场竞争等方面存在明显短板。针对这些问题,本文提出了一系列针对性的发展策略,包括加强网络基础设施和物流体系建设,加强人才培养与农户培训,加强品牌建设与产品质量提升,从而提高市场竞争力。这些策略的实施将有助于河南省农村电商突破现有困境,实现持续健康发展。展望未来,随着数字经济的不断深入发展,河南省农村电商将迎来更加广阔的发展空间,为乡村振兴和农村经济发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 韩君,高瀛璐.中国省域数字经济发展的产业关联效应测算[J].数量经济技术经济研究,2022,39(4):45-66.
- [2] 陈文林.瓦房店市农村电商助力乡村振兴现状的调研报告[D]:[硕士学位论文].大连:大连海洋大学,2023.
- [3] 河南省人民政府.上半年河南省农村网络零售额同比增长12.24%农村电商蓬勃发展[EB/OL].
<https://www.henan.gov.cn/2024/08-06/3032297.html>,2024-10-26.
- [4] 徐苗苗,高园.河南省数字乡村建设现状与路径[J].乡村科技,2023,14(17):16-19.
- [5] 郝新军,沈朝阳.农村电商赋能乡村振兴成效评价与障碍因素分析[J].西安财经大学学报,2022,35(5):40-52.
- [6] 贺蓓蓓.河南省农村电商发展策略研究[J].中国战略新兴产业,2024(14):178-180.
- [7] 邬胜男.共同富裕视角下推动新疆农村电商新业态发展模式研究[J].中共乌鲁木齐市委党校学报,2024(2):40-46.
- [8] 李君.数字经济背景下农村电商物流的现状、问题及对策分析[J].商展经济,2022(20):57-59.
- [9] 王越茹,郑思佳.河南农村电商人才培养路径探究[J].广东蚕业,2024,58(2):151-153.
- [10] 王丽丽,王占峰.数字经济背景下电子商务人才发展研究[J].中国市场,2024(19):195-198.