

数字经济背景下农村电商发展的内在机理、 困境及对策研究

王贤青

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年11月26日; 录用日期: 2024年12月10日; 发布日期: 2025年1月20日

摘要

随着互联网技术的快速发展, 农村电商成为带动农村经济繁荣的重要推动力。数字经济以数字技术为核心驱动力量, 为农村电商提供了更广阔的发展平台和机遇。但受制于农村地区数字技术发展不充分等因素约束, 我国农村电商发展仍存在现代科技应用有限、品牌建设能力不足、物流体系建设滞后、农村电商人才匮乏、融资环境尚未改善的问题。本文在分析数字经济推动农村电商发展的内在机理的基础之上, 从农村信息化建设、农产品品牌建设、物流运输机制、农村电商人才培养、改善融资环境等方面提出发展建议。

关键词

数字经济, 农村电商, 发展困境, 对策

Study on the Intrinsic Mechanism, Challenges and Countermeasures of Rural E-Commerce Development in the Context of Digital Economy

Xianqing Wang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Nov. 26th, 2024; accepted: Dec. 10th, 2024; published: Jan. 20th, 2025

Abstract

With the rapid development of Internet technology, rural e-commerce has become an important

driving force for rural economic prosperity. With digital technology as the core driving force, the digital economy provides a broader development platform and opportunities for rural e-commerce. However, limited by the insufficient development of digital technology in rural areas and other factors, the development of rural e-commerce in China still has the problems of lagging logistics system construction, insufficient brand building capacity, limited application of modern science and technology, lack of rural e-commerce, and financing environment has not been improved. Based on the analysis of the internal mechanism of digital economy to promote the development of rural e-commerce, this paper puts forward development suggestions from the aspects of rural informatization construction, logistics and transportation mechanism, brand construction of agricultural products, training of rural e-commerce talents, and improvement of financing environment.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Development Dilemma, Counterplan

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. 前言

目前, 数字技术发展进入加速创新爆发期, 发展数字经济已然成为了把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择[1]。全球市场在加快向数字经济方向转型的同时, 我国的数字经济产业也在逆境中迅速发展起来。

截至 2023 年底, 全国农村宽带用户总数达 1.92 亿户, 全年净增 1557 万户, 比上年增长 8.8%, 增速较城市宽带用户高 1.3 个百分点[2]。同时, 我国基本建立起县乡村三级电子商务服务体系 and 物流配送体系, 城乡互联网发展差距不断缩小, 为农村电商蓬勃发展提供了有利机遇[3]。2024 年《商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》指出, 发展农村电商是创新商业模式、建设农村现代流通体系的重要举措, 是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手, 是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑[4]。数字经济以物联网、大数据为基础, 促进农产品生产与销售方式的转变, 在农村电商平台的连接下, 农户、企业和消费者之间的沟通与联系得到加强, 农村地区的市场优势与潜能被进一步挖掘, 促进了农村经济的可持续发展。

然而, 目前我国农村地区的数字技术发展尚不充分, 农村电商的发展仍面临诸多困境。要进一步开创农村电商发展的新局面, 就要深刻认识数字经济推动农村电商发展的内在机理, 并在此基础上提出相应的对策, 推动农村电商突破发展困境, 为乡村振兴夯实发展基础[5]。

2. 数字经济推动农村电商发展的内在机理

数字经济是以数字化的知识和信息作为关键生产要素, 以数字技术为核心驱动力量, 以现代信息网络为重要载体, 通过数字技术与实体经济深度融合, 不断提高经济社会的数字化、网络化、智能化水平, 加速重构经济发展与治理模式的新型经济形态[6]。数字技术将数据与信息作为新生产力, 并在智能设备与现代化机械共同作用下推动实现农村电商产业升级、模式创新和高质量发展[7]。第一, 数字技术的应用减少信息不对称, 使农村地区能够更便捷地获取市场信息、消费者需求和价格动态。信息透明化帮助农民更好地进行生产决策和市场定位, 从而提高农产品的市场竞争力。同时, 数字技术的应用还可以促进农村电商产业各环节的资源优化配置, 改变高投入高消耗的产业发展模式, 提升产业经营效益。第二,

数字支付和物流技术的进步可以简化交易流程，降低交易成本。移动支付的普及使得农村消费者和商家能够更便捷地进行交易，而智能物流系统的应用则可以提高配送效率，缩短农产品“进城”的时间。第三，数字平台的兴起为农村电商提供了广阔的市场空间。借助于各类数字平台，农产品能够突破地域限制，直接面向全国甚至全球市场，扩大了市场覆盖面。卖家和买家也可以实现点对点沟通，满足消费者的个性化需求。同时，不同电商平台的出现，也促进农村电商互联网信息技术能力的提升，推动农村电商创新商业模式。第四，数字经济促进农村人力资本的增加。通过在线教育和培训，农民能够更容易地获取新知识和技能，提高自身的数字素养和经营能力。因此，数字经济在高速发展的同时，也为农村电商的高质量发展提供了广阔的机遇，为农村经济的振兴和可持续发展提供重要驱动力。

3. 数字经济背景下我国农村电商发展现状

近年来，党中央和国务院高度重视我国农村电商的发展，顺应数字经济发展的趋势，出台了一系列的政策推动搭建多层次农村电商综合服务平台，加快农村现代物流配送体系建设，培育多元化新型农村电商主体，为农村电商的发展提供全方位的支持。

据统计，商务部会同财政部等部门共同开展电子商务进农村综合示范，累计支持 1489 个县建设完善农村电商公共服务体系，截至 2022 年底，建设县级电子商务公共服务中心和物流配送中心超 2800 个，村级电商服务站 15.9 万个，农村网商达 1750.3 万家，同比增长 8.5% [8]。据国家统计局统计，2023 年农产品电商销售额超过 7300 亿元，超过 100 万农户通过网络销售农产品，农村网络零售额达到 2.49 万亿元 [9]。同时，《商务部第 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》指出，我国预计用 5 年时间，基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系，在全国培育 100 个左右农村电商“领跑县”、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 [4]。除此之外，我国农村地区经济发展水平大幅提高，农村网民规模和网购人群不断扩大，电商发展模式持续创新，农村电商行业正在加速成长中。

4. 数字经济背景下农村电商发展困境

4.1. 现代科技应用有限

现代科技的应用对农村电商的发展具有强大助推作用，然而，多数农民缺乏应用现代科技的意识，对互联网技术了解甚少，尚未掌握农产品生产、流通以及对接销售市场的技术手段。并且，我国农村地区的公共网络设施建设与城市之间仍有较大差距，据第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，农村地区互联网普及率为 66.5%，我国非网民规模为 3.17 亿人，从地区来看，其中以农村地区常住人口为主，农村地区非网民占比为 51.8% [10]。现代科技的应用、网络的覆盖率以及上下行网速的稳定性等因素对农村电商的发展都会产生很大的影响。总而言之，受制于基础设施与技术等原因，农村电商在上游生产与下游销售阶段都难以突破传统产业边界进行数字化转型，进而影响了农村电商的高质量与可持续发展。

4.2. 品牌建设能力不足

树立行业品牌形象、科学规划产业结构有助于农村电商产业的长期发展。但是，目前农村电商销售主体品牌意识淡薄、品牌建设能力不足仍是普遍现象。这表现在以下几个方面，第一，绝大多数的农村电商更加注重生产环节的投入，忽视了对农产品的品牌建设，为了降低成本而精简包装，导致农产品的介绍缺乏特色，很难获取消费者的信任。第二，农村电商品牌的营销方式落后、宣传渠道狭窄。许多小农户忽略了各类社交媒体的信息传播能力，自身也难以承担购买广告服务较高的宣传费用，导致品牌

宣传的渠道空间被压缩。第三，部分农村电商主体习惯盲目跟风、照搬照抄，导致农村电商品牌同质化现象严重，这让消费者产生购买倦怠情绪的同时，也削弱了农产品的竞争优势，不利于品牌建设。

4.3. 物流体系建设滞后

完善的物流体系是农村电子商务可持续发展的基本保障。但是，大多数的农村地区物流基础设施建设都落后于电商产业的发展，仍存在交通通达度低、仓储管理和冷链体系不完善等问题。由于农村电商生产规模小，订单不集中，无法形成规模效应，农产品运输路途遥远、交通工具周转繁复而其运送要求时效和保鲜等原因，农产品的损耗以及售后赔偿偏高，使得农村电商企业的物流成本在总成本中占据了最大比例。物流成本以及因物流而导致的消费者满意度下降和高售后服务成本等都将严重制约我国农村电商的发展。

4.4. 农村电商人才匮乏

人才是支撑农村电子商务发展的关键力量，农村电商企业从生产到销售的各个环节都离不开智力支持，但是在农村，电商人才“引进难、留住难、培养难”的问题却普遍存在。农村地区面临人口结构变化的挑战，青壮年大多选择进城发展。由于农村经济发展水平不高、基础设施建设不完善等原因，想要引进人才难度非常之大，即使引进了，要想长久地留住电商人才也是一个难题。农村本地电商人才培养力度不足，人才培育体系不健全，而高校虽然设有电子商务专业，但存在学生理论同实践脱节、不能很好与社会衔接的情况，这就导致了农村电商人才需求缺口严重的情况。

4.5. 融资环境尚未改善

农村电商企业的扩大经营和生产需要足够的流动资金，融资则是获取流动资金的一个重要渠道。但是大多数农村电商因为经营规模小，加工厂无房无地，加工设备价值低，缺少符合要求的资产作为担保来抵押获得贷款。并且，部分农户缺乏信用意识，银行和其他信贷机构对借贷的农村电商的贷款资格审查较为严格。配套的融资方案和信用评估体系尚未建立，信用融资工具缺失，急于扩大经营生产规模的电商企业只能采用民间借贷的方式进行融资，但是民间的相互拆借也存在风险^[11]。由此，流动资金短缺，农村电商融资能力低成为农村电商发展面临的主要难题之一。

5. 数字经济背景下农村电商发展策略

5.1. 推动农村信息化建设

发展农村电子商务，离不开现代科学技术的应用。首先，作为农村电子商务的生产主体，农民应对现代数字经济发展的背景有深刻认识，主动学习和掌握相关互联网技术，提升信息搜集能力和电商平台操作能力，打破信息壁垒，消除信息阻塞对经营行为决策的影响，让产品能更好地满足市场需求。其次，政府协同相关网络通信公司，深入推进互联网网络进村工程，完善农村网络基础设施。推动5G网络在农村的全面覆盖，弥合城乡差距，加强农村信息网络技术的宣传和普及，为农村电子商务的发展夯实基础。最后，电商平台应主动链接政府与农户，了解农户生产动态和相关公共政策信息，为多方主体提供良好沟通平台，促进信息的流通，推动农村电商生态环境优化。

5.2. 实施农产品品牌战略

实施品牌战略，推进农产品品牌化、差异化建设是提高农产品市场竞争力的重要举措。首先，需要加强农村电商卖家的品牌教育和培训，增强卖家的品牌意识，充分利用农村特色资源和文化，打破品牌同质化现象，打造特色农产品品牌，如“丹东草莓”、“广西柳州螺蛳粉”、“洛川苹果”等。其次，鼓

励农村电商与专业的广告品牌公司合作，设计量身定做的品牌方案，增强品牌设计的专业性与可信度。再次，要建立健全农村电商品牌的保护机制，确保电商品牌的独特性，维护农户品牌建设的积极性。最后，通过线上社交媒体和线下展会等平台，做好农产品品牌的宣传工作，提升品牌知名度。

5.3. 完善农村物流运输机制

健全的物流体系是农村电商发展的重要基础。首先，联合交通部门和当地电商企业等主体，科学规划农村交通网络，加大对农村铁路、公路、港口等交通基础设施建设的投入，增加电商农产品进入外部市场的流通渠道。其次，科学规划农村物流体系，搭建高效率的数字化物流系统，建设集运营管理、冷链储存、运输配送于一体的综合物流园，提高农村电商物流的效率和质量，增加消费者对物流服务的满意度。最后，政府可通过给物流企业发放奖金、补贴、投资补助等方式，加大对建设完善物流服务系统的支持，减少物流公司的运营成本，从而降低农村电商的物流成本。

5.4. 加强农村电商人才培养

人才资源是农村电子商务发展过程中必不可少的资源，农村电商要想实现长期发展，需要足够的智力支持。首先，实施农村电商人才战略，推出农村电商人才优惠政策，吸引大学生和社会优秀人才返乡创业，加强农村电商人才引进工作，着力引进理论知识充足且专业实践能力强的高素质人才，并落实人才保障工作。其次，建立电商人才孵化基地，政府、高校、电商企业多方联动，推动“定向培养 + 基地孵化”模式的形成，为农村电商的发展输送人才。最后，建立农村电商人才培训体系，安排专业人员有针对性地对农村电商人员展开培训和指导，组织相关农户学习和掌握智能手机、电商平台、具有宣传作用的社交媒体的使用技能，引导农户探索和拓宽农产品销售渠道，积极促进农村电商的发展。

5.5. 完善农村电商融资环境

农村电商的长久化和扩大化发展离不开良好的融资环境来保障经济基础。首先，借助贷款利息补贴与政策性担保机制(例如，安徽省于 2015 年成立的全国首家省级政策性农业信贷担保机构——安徽农担公司)，降低农户的融资成本，对农村电商的信贷提供支持^[12]。其次，政府主导、电商企业和平台参与建立电子商务园区，借助大数据手段对农村电商的产量、销售量、售后满意度等信息进行综合评估，根据以上评估信息给符合条件的农户做担保，帮助农户可以在免除抵押的情况下从银行借到低息贷款，解除农村电商的资金危机。第三，加强与相关金融机构和部门的联系与合作，深入推进农村电商信贷工作，提供多元化信贷方式的同时也要提升农村电商贷款线上线下的审批效率。

6. 结论

综上所述，在互联网技术和数字经济飞速发展的时代，我国农村电商行业蓬勃发展，农村电商促进了城乡之间的沟通与融合，推动了农业产业升级，成为农村经济增长的重要引擎。但是在农村电商发展的过程中，也存在诸多问题亟待解决。政府要发挥规划引领的作用，注重农村基础设施的建设，出台并落实相关助农政策。联合电商企业和平台，加快构建农村电商人才培育体系，突破农村电商发展困境，促进农村电商的健康可持续发展。

参考文献

- [1] 刘守英, 黄彪. 从传统生产力到新质生产力[J]. 中国人民大学学报, 2024, 38(4): 16-30.
- [2] 中国政府网. 2023 年通信业统计公报[EB/OL]. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202401/content_6928019.htm, 2024-01-24.

-
- [3] 中国政府网. 构建高质量农村电商生态圈[EB/OL].
https://www.gov.cn/zhengce/202404/content_6942991.htm, 2024-04-02.
- [4] 中国政府网. 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[EB/OL].
https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm, 2024-03-13.
- [5] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [6] 中国信息通信研究院. 中国数字经济发展研究报告(2024 年) [EB/OL].
<http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/202408/P020240830315324580655.pdf>, 2024-08-27.
- [7] 申姝红, 郭晶. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(8): 122-125.
- [8] 中国政府网. 今年前三季度, 全国农村网络零售额达 1.7 万亿元, 增长 12.2% [EB/OL].
https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202310/content_6912643.htm, 2023-10-30.
- [9] 国家统计局. 农业发展阔步前行现代农业谱写新篇——新中国 75 年经济社会发展成就系列报告之二[EB/OL].
https://www.stats.gov.cn/sj/sjjd/202409/t20240910_1956334.html, 2024-09-10.
- [10] 中国互联网络信息中心. 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].
<https://www.cnnic.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>, 2024-03-22.
- [11] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.
- [12] 鲁其辉, 徐婷婷, 李爽, 等. 政府主导下农业供应链金融中补贴与担保机制研究[J]. 运筹与管理, 2023, 32(3): 198-205.