

乡村振兴战略背景下苏北农村电商发展研究

——以宿迁为例

张楠

南京邮电大学经济学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月7日; 录用日期: 2024年10月22日; 发布日期: 2025年1月3日

摘要

在互联网的普及与信息化的推动下, 农村电商发展成为乡村振兴不可或缺的一环。本文以苏北农村电商发展为背景, 以宿迁市为具体分析对象, 聚焦相关政策、产业策略、现有成果三个领域, 梳理出了政策力度不够、品牌建设不足、人才储备不充分、配套服务不健全等问题, 并就以上问题分别探究发展路径, 以期助力苏北农村电子商务实现更全面的发展。

关键词

乡村振兴, 苏北农村电商, 宿迁市, 电子商务, 农产品销售

Research on the Development of Rural E-Commerce in Northern Jiangsu Province from the Perspective of Rural Revitalization

—Taking Suqian as an Example

Nan Zhang

School of Economics, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 7th, 2024; accepted: Oct. 22nd, 2024; published: Jan. 3rd, 2025

Abstract

With the popularization of the Internet and the development of information technology, the practice of rural revitalization strategy has been inseparable from the development of rural e-commerce. This paper takes the development of rural e-commerce in northern Jiangsu Province as the background,

takes Suqian City as the specific analysis object, focuses on the relevant policies, industrial strategies, and the existing results in three areas, and combs out the insufficient policy strength, insufficient brand construction, insufficient talent reserves, and incomplete supporting services, etc., and explores the development paths of the above problems, in order to help rural e-commerce in northern Jiangsu Province to realize a more comprehensive development.

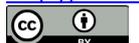
Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce in Northern Jiangsu, Suqian City, E-Commerce, Sales of Agricultural Products

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. 引言

互联网技术普及的当下，农产品的销售已然从传统线下销售转换为“线上 + 线下”双渠道发展，而技术的升级也使得电子商务在多个领域能够广泛运用[1]。乡村振兴战略是中国共产党提出的一项长期而系统的国家战略，旨在推动农村经济发展与改善农民生活水平，促进城乡全面发展与社会全面进步。根据 2023 年中央一号文件与《数字乡村发展战略纲要》的指示，乡村振兴战略的实施过程需要充分探索数字化与信息化的潜力，利用数字技术赋能传统农业产业，推动农村电商全面发展。农村电商的迅速崛起为农产品销售打开新渠道，成为我国农产品销售的主要新途径，对农民收入增长、乡村振兴与共同富裕目标的实现具有重要意义。这一势头为农村经济带来新的机遇，有助于推动农村的可持续发展。

宿迁市位于苏北地区，是江苏省乡村振兴重点发展城市之一，采取了多措施发展电商产业，致力于打造“电商名城”，但是苏北农村电商还面临着政策不够完善、品牌力度不够、电商能力不足、电商物流体系不健全等问题。基于此，本文将具体结合江苏宿迁市农村电商发展现状，问题及发展路径进行研究探讨，为苏北乡村振兴进一步研究与发展提供可行参考。

2. 乡村振兴战略下江苏宿迁电商发展现状研究

近年来，建设“电商名城”是宿迁市的一大重要目标，数字经济领域积极拓展，本地优势产业的新发展机遇努力开拓，许多“宿迁制造”的产品已走出宿迁，辐射全国乃至全球。乡村振兴战略的实施帮助宿迁市的农村电子商务产业蓬勃发展。对基础设施建设与政策扶持力度加大，农村电商平台在当地蓬勃兴起，促进了农产品的线上销售与农村经济的活跃。特别是在沭阳、泗阳等县，农产品线上销售逐渐成为农民增收的新途径，同时也为当地特色农产品的推广提供了便利，农村经济的信息化发展注入了新动力。

2.1. 江苏宿迁农村电子商务发展政策支持

宿迁市政府致力于建设“电商名城”，积极抢占数字经济新机遇，全力打造本地优势产业的发展新格局，为此出台相关政策推动电商产业的建设。

在电商产业方面，宿迁市发展出了 1 个国家级电商示范基地与 5 个跨境电商产业园，培育了近 3 万家电商企业与超过 10 万个活跃网店。并于 2024 年 4 月正式出台《宿迁市促进“电商 + 产业带”高质量发展实施方案》，通过支持鼓励政策与结合各地产业特色，宿迁市正在打造包括沭阳县花卉苗木电商产

业带、泗洪县生态水产电商产业带、宿城区家具家居电商产业带、洋河新区白酒电商产业带等在内的 14 个重点“电商 + 产业带”。

在跨境电商方面，宿迁市着力打造跨境电商综试区的“两平台六体系”，精心搭建“五位一体”的跨境电商生态圈，为企业提供全方位、多层次的支持与服务。于 2023 年制定了《宿迁市促进跨境电商高质量发展行动方案》，促进跨境产业升级、规模扩张、基础设施巩固、生态系统健全，努力将宿迁综试区成为跨境电商的示范标杆。同时，宿迁市出台市级公共海外仓认定规定，推动海外仓建设，引导企业在英国、荷兰、美国等国家设立或租赁海外仓，提升物流效率与服务水平。

在直播电商方面，为抓住直播电商市场先机，宿迁市于 2024 年 4 月出台《宿迁市“电商名城”建设三年行动方案(2024~2026 年)》明确提出提升电商核心区引领力，增强电商辐射区竞争力，探索“两区”协同发展创新力等目标[2]。这些政策与举措共同推动了江苏宿迁农村电子商务的发展，为农村经济的增长与转型提供了有力支持。

2.2. 江苏宿迁农村电子商务发展产业策略

在产业模式选择上，“一村一品一店”模式在宿迁农村电商得以贯彻，“一村一品一店”模式是指在一个地方或区域中，以特定的产业或产品作为特色，通过建立专门的店铺或销售通道，推动农产品的品牌建设、市场化营销、标准化生产，从而使农产品的附加值以及竞争力得以强化。在这种情况下，农民根据市场需求与自身在农产品领域的优势，生产出具有独特特色、高附加值以及广阔市场前景的农产品，使农产品品牌化与市场化进程得以快速发展[3]。

在产业集群打造上，因地制宜，结合本地资源禀赋，打造了多个重点电商产业集群，其中具有代表性的是沭阳县花卉苗木电商产业集群。沭阳县的花卉苗木电商产业自 2000 年起，依托互联网平台推广特色产品，随后进入淘宝等电商平台扩大产业销售渠道，现在也把“沭阳花木”这个电商品牌打出名声。在这个发展过程中，沭阳县农民们踊跃参与电商创新与创业，形成了集体创业现象，并取得了显著成就。沭阳县数十家淘宝村家庭都从事花木种植业务，其中八成家庭已经开始涉足电商创业。该县拥有上万在线网店，每年寄出数以千万件快递，其中八成的电商以当地特色农产品为主要交易对象。农村电商产品交易额高达 70 亿元，吸引超过 15 万人直接或间接加入创业与创新行列[4]。沭阳模式就是典型的三农基础上结合互联网技术创新的电商商业模式。该模式依托传统花木产业，提高农民主体积极性，使用互联网技术实现农业经济的创新型发展与升级。

2.3. 江苏宿迁农村电子商务发展现有成果

现有成果是对过去几年经营模式策略最好的检验。在产业模式选择上，“一村一品一店”模式已经从沭阳县推广至多个苏北农村地区，在电商平台运营上，淘宝京东多个电商平台已经被宿迁多农村积极运营，并利用该平台推广了上百个地区产品，实现了跨圈发展。同时，税收财政等政策措施的引导使得农民与企业的积极性大幅度提升，网络创业也得以蓬勃发展。这一系列举措为宿迁农村经济的稳定持续发展与居民收入的提升作出了贡献，也为当地乡村振兴战略提供了有益经验[5]。

“一村一品一店”模式已在宿迁市从沭阳推广至多个区县。宿迁市政府也认可该模式对产业升级的积极作用，并在扩大生产基地、培育龙头企业、推动品牌运营等多项领域发展，全面升级该模式。专业化农村电商平台与信息化服务的运用，有力推动农产品营销专业度水平，农村电商发展能力的提升，产销一体化进程得以推进，农产品质量与客户体验感也得以提升。通过落实“一村一品一店”模式，积极引导村庄发展特色产业，鼓励居民线上创业与线下加工结合发展，取得收入增长。截至 2017 年底，市内设立了多个“中国淘宝镇”与“中国淘宝村”，将沭阳县也打造成了国家电商县。同时，宿迁市建设规范

化、体系化、标准化的电商基地，形成了多条电子商务产业链，打造了多个线上知名品牌。这些举措使得全市上千个行政村实现“一村一店”全覆盖，网店数量也达到上万家，电子商务交易额超过 1000 亿元，与往年相比增长超过 30%，实现就业人数达到 40 余万，受到经济辐射的人口中低收入者达到 26 万人，带动收入增加近 3 亿元。农产品网店数量超过 3 万家，销售农产品种类超过 4600 种。这些目标的实现有效提升了农产品品牌化水平，促进了农民增收致富，推动了农村经济的发展与转型升级[6]。

沭阳作为宿迁独具特色的农产品淘宝村集群，以互联网与三农深度融合为特点，建立了庞大的淘宝店铺、淘宝镇与淘宝村群体，为当地带来了众多就业岗位，超过二十五万人获益。沭阳已成为国内电子商务先进县，快递发货量和互联网销售额单位都突破亿。电商发展依托本地丰富的自然资源，特色农业崭露头角。居民积极创新，助力农业产业升级。政府引导下的农村电商生态营造也发挥作用，激励当地人返乡创业。这种模式不仅促进农民收入增长，还推动了三产融合与农业多元发展。沭阳之所以取得如此成就，是因为传统农业升级、电商规模择优、产业链上下游延伸。这充分验证了互联网与三农深度融合的电商模式对乡村振兴与可持续发展目标的显著推动效果[7]。

3. 乡村振兴战略下江苏宿迁电商发展问题探究

3.1. 政策力度不够

随着电子商务的发展，政府逐渐起到促进小企业国际化、制定保护政策、支持商家应对挑战，并更新制度框架以推动数字经济的发展等作用[8]，这也就意味着社会对政府出台政策的精度与准度要求越来越高。在宿迁市政府参与农村电商中，显露出政策力度不足的问题，主要体现在缺乏有效规划、监督管理体系不健全与宏观调控作用不足这三大方面。

科学有效的规划可以帮助农村经济从整体角度出发长远性发展，而宿迁市缺乏有效规划主要体现在宿迁市政府在制定发展规划时没有专注于地域自身优势，没有把推广地域特色进行科学合理的规划，使得从事相关产业的人员无论从质量还是数量角度都没有形成规模化优势，这也就使得产业规模始终没有办法扩大。

健全的监督管理体系可以帮助农村经济规范化经营，而宿迁市在农村电子商务领域监督管理是不足的。电子商务需要金融，工商等多部门参与，但是由于职责划分不明晰，衍生出了多头监管，监管缓慢等问题的出现，而且，当下的宿迁市农村电商的准入门槛标准较低，使得从业者素质良莠不齐，不利于产业的创新发展。

科学的宏观调控可以起到积极的政策引导，发挥“有形的手”作用。而宿迁市政府在宏观调控方面还有待完善，针对宿迁农村“产品种类单一”，“同质化竞争”等问题提出针对性举措。帮助物流体系健全发展。

3.2. 品牌建设不足

虽然苏北地区农村电商模式在沭阳县已经取得显著成就，但是纵观宿迁市农村整体，强有力的电商品牌仍然尚未形成，主要归结于两大原因。

品牌意识不足是第一大问题。尽管苏北农产品有自己地域性的资源产品，发展方向也围绕当地资源，却在品牌建设方面不够重视，在品牌发展路径打造方面也不够明晰。当下宿迁农产品，无论是花木产业还是水产品，在产品销售渠道方面，第一手销售仍然局限在宿迁市内和临近地区，再由二级商家转卖给全国各地，这并没有真正意义上对接全国销售渠道。

自主品牌缺失是第二大问题。苏北整体的农村产品品牌化进度都比较缓慢，没有创造出自己独特的当地品牌，只是利用本地资源丰富和质量优秀这两个卖点在进行自我宣传，这也就导致苏北农村没有形

成高端品牌，也就不具备相应的溢价谈判能力，所以在营销两方面获得的利润都没有形成规模化，也没有更进一步提升规模利润的条件。例如，淮安市洪泽区的大米、大闸蟹、银鱼等品牌虽在本地拥有良好口碑和一定网络销量表现，但尚未在全国范围内建立起品牌影响力，溢价能力薄弱[9]。

3.3. 人才储备不充分

从自身能力方面，首先，当下的苏北农村电商主体仍然以中年人为主，年轻人受到江苏南北地区经济发展不平衡影响，倾向于去苏南地区发展，造成宿迁地区“空心化”现象。而因为缺少年轻人的参与，电商产业的从业者自身销售营销水平都与时代所需能力相对脱节。其次，农民习惯于传统的生产与交易方式，更倾向于当面交易与实体店购物，因此对于网络购物存在着一定的不信任感。此外，由于缺乏基本的计算机操作能力、不熟悉比价搜索、不擅长网上支付与上传图片等技能，电商产业的主体从业者在网络销售方面也面临诸多挑战[10]。

而在人才储备方面，农村缺少电商领域的专业人才与带头人，他们需要具备市场意识、管理能力、产品知识与客户服务技能。苏南苏北地区的高等教育资源不平衡也加剧了人才缺乏的问题。苏南地区拥有相对丰富的高等教育资源，相关人才更倾向于留在城市从事高薪职业，导致农村电商领域人才的匮乏。相反，苏北地区的高等教育资源相对匮乏，本身缺乏吸引力，加上大量苏北地区人才在苏南地区接受高等教育后选择留在苏南不愿回乡。这种不平衡加剧了苏北地区的人才缺乏问题，尤其在农村电商领域，缺乏专业人才与领军人物限制了当地电商行业的发展。

3.4. 配套服务不健全

配套服务的齐全与否也是电商产业发展的决定性因素之一。即使部分区县逐渐建立相关体系的情况下，从整体角度出发，农村电子商务的相关服务仍然落后于时代，农产品物流高成本问题仍然普遍存在。目前，超过 90% 的农村网商每月的营业额仍未超过 2 万元。尽管在网上开店的起步成本相对较低，但在面对运费、货品折损、人工成本等多方面支出之后，小型电商的盈利空间受到了极大的限制[11]。

虽然现在大型电商产业服务已经相对有所发展，配套措施也相对齐全，但是宿迁农村电商产业更多的产业主体是单小微企业，针对小微企业的基础设施建设并没有完善到位，交通、物流、金融服务等方面的基础设施建设尚需进一步完善，帮助农村电商的服务范围拓宽拓广。另一方面，网络费用高昂、网速缓慢等农村网络基础服务方面存在的诸多问题也严重影响了农村电商的在线交易体验与效率。这些综合原因的作用下，从整体的角度看苏北地区农村电商配套服务仍然是不足的。而这个问题不仅制约了农村电商行业的规模扩大与效益提升，也阻碍了农村经济的进一步转型与升级。苏北地区农村电商业务需重点关注的是配套设施装置的强化，物流运输网络的优化，网络费用的降低，网速的提升，以及网络交易安全性的增强。这些措施将为农村经济带来新的活力与动力。

4. 乡村振兴战略下江苏宿迁电商发展路径探究

4.1. 加强顶层设计，完善相关政策

加强顶层设计第一步就是要构建系统的规划机制，而构建系统的规划机制第一步就是要编制详实的规划文件，文件的内容不仅要彰显地区特性，推动商品种类的多样化扩展还要确保规划内容与市场实际需求及行业发展趋势保持同步，为产业的长远发展奠定坚实的基石。此外，设计差异化的监管政策措施，给予产业更精确的扶持与导向，是加速推进农村电商领域蓬勃成长的关键举措。明确监管责任范围与定制化监管策略，对于增强农村电商产业运行效率尤为关键。规范并界定政府部门在监管活动中的具体职责，建立跨部门的协同工作机制，旨在提升监管效能，保障监管实践的科学性和实效性。

政府在引导和调控农村电商产业发展中所扮演的角色及其政策实施的强度，是推动该领域进展的关键要素。政府需要明晰其在产业演进中的地位，不仅担负起监督和管理的职责，还要在市场运作中准确定位自身功能，以促进政策执行成效的增强。通过强化政策执行力，确保提供充分的支持与公共服务保障体系，可以有效激活农村电商的内在活力，进而驱动该行业的整体进步与发展。

4.2. 强化品牌建设，形成区域效应

在农村电子商务领域中，品牌建设扮演着不可或缺的角色，对企业的可持续发展具有深远意义。首要任务是强化品牌意识的培养。通过大范围推广品牌意识教育项目，引导农户逐步理解品牌在商品销售及企业发展中的核心作用，并促使他们将品牌构建理念融入其经营策略之中。此外，明确而详尽的品牌发展战略同样举足轻重。应依据本土资源优势及市场需求，精心规划切实可行的品牌发展路径，以此推动农产品顺利进驻电商平台，拓宽其销售渠道与市场辐射面，进而增强品牌影响力和竞争力。提升产品附加值构成了品牌竞争力的核心要素。鼓励并支持农产品的质量改良与包装升级，不仅能够提升产品品质，还能够增加其附加值，加速自主品牌的创立进程，有效规避同质化竞争的陷阱，实现品牌差异化的市场定位与份额增长。

地域性联合协作是推进品牌构建与商品流通的关键路径。组建地域合作联盟，汇聚各方资源并发挥彼此间的优势互补，携手加强品牌建设和推动商品销售，共用市场营销资源，增强品牌认知度与辐射力，以此赢得更广泛的市场认同。

增强品牌识别度及缩减营销开支方面，采纳复合型营销策略显得尤为重要。通过融合互联网渠道与社交媒介的力量，展开一系列在线营销举措，不仅能有效提升品牌可见度与知名度，还能在降低成本的同时，促进销售业绩的上扬。加深与电子商贸平台的合作力度，携手推进品牌宣传活动，旨在增加商品的曝光机会与市场的认知层次，进一步削减销售成本，激发销售量的增长，力促品牌的持续性发展与兴盛。集上述策略之大成，农村电商品牌构建的前景将更加明朗，为农产品开辟更宽广的市场疆域奠定基础。

4.3. 大力引进人才，普及互联网知识

应对宿迁地区农村电子商务领域中人才储备短缺的难题，采取细致且全面的策略显得极为关键。

构建电商教育平台是另一项至关重要的举措，旨在为农民创建一个持续进修的环境。此类平台可通过定期组织知识传播活动——如专题讲座、技能培训班及实操指导——来助力农民逐步掌握电子商务运营的精髓，拓宽其认知边界，并强化他们对电商领域的信任与信心。

采取引入激励性补贴措施以吸纳高级专业人才，是驱动农村电子商务持续发展的关键策略。通过政府实施的税收优惠、住房补助及创业资本扶持等一系列政策，能够有效激发农村电商领域的活力，促进人才的有效迁移与集中，为该行业的长期稳定发展构筑稳固基石。

高等院校学生构成了电子商务领域人才的主力军，在推进农村电商发展的进程中担当着关键角色。政府应当积极倡导本地高等学府的相应学科学生投身于农村电商的建设之中，通过实践活动增强其操作技能，为农村电商领域引入新鲜活力及创新理念。

与宿迁地区的高等教育机构携手合作和发展，是强化农村电子商务人才库的不可或缺环节。通过联合开设专注于电子商务的学科专业，培育更多电商领域专业人才，为农村电商的持续性成长奠定坚实的人力资源基础。构建学校与企业合作的实训平台，推动理论知识与实践经验的深度融合，以培养出更多贴合电商产业发展需求的人力资本。此合作策略有利于为农村电商的拓展注入更多智慧资源与创新活力。

4.4. 利用自身优势，完善物流体系

综合宿迁自身优势，利用好“京东”这个本土企业家创办的电商产业对于推动农村电商是十分重要

的。结合京东宿迁电商产业园优势与政策，建立电商产业园区。通过搭建专业化平台，小型电商将能够获得合作、培训与资源共享的机会，从而提升其竞争力与发展空间。

强化农村电子商务物流体系是推动其发展的核心要素。构建农村物流中枢设施是不可或缺的步骤，藉由统一农产品收购、库存及配送等多个流程，旨在缩减物流开支并增强效能，从而使农产品能更迅速地到达消费者终端。此外，融入智能化技术来升级物流管理体系，将对物流链的运行效能产生积极影响，确保农产品输送的精确度与时效性。在苏北地域的农村电商实践中，“义乌快递分配仓库模式”发挥着举足轻重的作用，为达成成本控制与竞争力提升的目标提供了宝贵经验。该模式通过设置快递分配仓库并普及合作策略，实现了物流成本的有效控制，增强了市场竞争力。这一模式的应用，不仅能够促进配送流程的顺畅，还助力于减少配送周期，为消费者营造出更为便利的购物环境。

除了解决物流难题，强化农村电子商务的网络基础设施建设是另一个关键要素。为了促进其发展，必不可少的举措包括减少网络服务成本、增强网络传输速度及提升在线交易的安全级别。政府在此过程中可发挥协调作用，通过与网络运营商合作降低农村地区的网络费用，扩大网络覆盖范围，提升接入便利性，并增强投资力度以改造和升级农村网络设施，从而加快网速并确保网络连接的稳定性。此外，构建更加严密的网络安全监管体系对于维护买卖双方的交易信息安全、增强电子商务活动的信任度与安全性同样意义重大。

5. 结语

苏北地区乡村振兴进程中，电子商务扮演了不可或缺的角色。以宿迁市为例，该市正全力推进“电商名城”的建设蓝图，旨在深度融合数字经济发展与农村电商领域，为农产品销售探索创新渠道，从而激发乡村经济的新活力。通过加强顶层规划、优化品牌建构、积极吸纳专业人才等多元化策略，苏北农村电商的发展潜力有望得到显著提升，进而促成财富的有效增长。

参考文献

- [1] 赵一凡, 刘子玉. 电子商务发展对农村居民生活满意度的影响——基于 2020 年中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J]. 经济与管理, 2024(4): 9-18.
- [2] 宿迁市政府办公室. 宿迁市“电商名城”建设三年行动方案(2024-2026 年) [EB/OL]. <https://sqswj.suqian.gov.cn/sqswj/ghjh/202407/120daae6c02a4d8f9a472bad3a5a8e28.shtml>, 2024-04-30.
- [3] 胡志刚, 张露露. “一村一品”背景下江苏农产品品牌建设的现状及发展对策[J]. 农业经济, 2021(7): 128-130.
- [4] 陈刚. 商业模式与技术创新双重驱动下的农村电商产业演化分析[J]. 商业经济研究, 2018(15): 76-80.
- [5] 王超, 龙飞扬. “一村一品一店”农村电商发展模式浅析——以江苏宿迁市宿豫区为例[J]. 江苏农业科学, 2017, 45(4): 293-295.
- [6] 徐松, 侍强, 鲍奕晓. “一村一品一店”模式下农村电商资金需情况调查——以宿迁市为例[J]. 金融纵横, 2018(3): 62-69.
- [7] 王雨. 乡村振兴战略背景下江苏农村电商创新发展策略[J]. 农业经济, 2021(7): 122-124.
- [8] Singh, N., Munjal, S., Kundu, S. and Rangarajan, K. (2022) Platform-Based Internationalization of Smaller Firms: The Role of Government Policy. *Management International Review*, 63, 91-115. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00492-z>
- [9] 阮晓文. 乡村振兴背景下苏北农村电商发展的瓶颈及对策[J]. 江苏农业科学, 2023, 51(18): 259-264.
- [10] 吴坤. 谈苏北地区农村电商的发展: 以徐州为例[J]. 商业经济研究, 2018(2): 71-72.
- [11] 胡永盛. 江苏农村电商典型模式分析与创新探讨[J]. 江苏农业科学, 2017, 45(20): 319-321.