

# “数商兴农”背景下甘肃省农村电子商务发展路径探析

贾芳萍<sup>1</sup>, 李晶<sup>2</sup>

<sup>1</sup>甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

<sup>2</sup>甘肃省社会科学院农村发展研究所, 甘肃 兰州

收稿日期: 2024年10月21日; 录用日期: 2024年11月14日; 发布日期: 2025年1月7日

## 摘要

随着乡村振兴战略的不断推进, 甘肃省农村电子商务发展取得了巨大成就。“数商兴农”是新时期加快适应数字经济形态, 推动乡村产业数字化转型的重要工程, 对促进了农村地区发展、解决“三农”问题、实现乡村振兴建议重要意义。但甘肃省农村电商发展仍处于较低水平, 发展过程中存在农村电子商务人才匮乏、农产品缺乏竞争力、电商销售模式单一、农村电商盈利能力差等问题, 据此就培育“新人才”、注入“新活力”、创造“新路径”、完善“新模式”等方面提出优化建议。

## 关键词

数商兴农, 电子商务, 甘肃省, 发展对策

# Analysis on the Development Path of Rural E-Commerce in Gansu Province under the Background of “Promoting Agriculture through Digital Commerce”

Fangping Jia<sup>1</sup>, Jing Li<sup>2</sup>

<sup>1</sup>College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

<sup>2</sup>Institute of Rural Development, Gansu Academy of Social Sciences, Lanzhou Gansu

Received: Oct. 21<sup>st</sup>, 2024; accepted: Nov. 14<sup>th</sup>, 2024; published: Jan. 7<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the continuous advancement of the rural revitalization strategy, the development of rural e-

commerce in Gansu Province has made great achievements. “Digital business to rejuvenate agriculture” is an important project to accelerate the adaptation to the digital economy form and promote the digital transformation of rural industries in the new era, which is of great significance for promoting the development of rural areas, solving the “three rural” problems, and realizing the suggestions for rural revitalization. However, the development of rural e-commerce in Gansu Province is still at a relatively low level, facing challenges such as a shortage of rural e-commerce talents, lack of competitiveness in agricultural products, limited e-commerce sales models, and poor profitability of rural e-commerce ventures. Based on these issues, optimization suggestions are proposed in terms of cultivating “new talents”, injecting “new vitality”, creating “new paths”, and improving “new models”.

## Keywords

Promoting Agriculture through Digital Commerce, E-Commerce, Gansu Province, Development Strategy

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

“数商兴农”是发展数字商务振兴农业的简称,是农村电商发展的新阶段、新举措、新方向。从《“十四五”电子商务发展规划》明确提出实施“数商兴农”行动,到中央一号文件提出实施“数商兴农”工程,以农村电商为代表的新业态新模式,成为乡村振兴的重要抓手。数据显示,2022年我国农产品网络零售增势较好,全国农产品网络零售额5313.8亿元,同比增长9.2%,增速较2021年提升6.4个百分点。随着互联网技术的快速发展与广泛应用,农村电商发展取得了巨大成就,引起了我们党和国家的高度重视,中央一号文件多次提出加强农村电子商务建设,同时,出台了诸如《推进农业电子商务发展行动计划》等政策。近期,《中国新电商发展报告2024》在吉林长春发布,《报告》显示,2023年全国网上零售总额达到15.42万亿元,同比增长11%,连续11年稳居全球网络零售市场领先地位;“数商兴农”正在成为助力乡村振兴的新途径和新渠道。新电商通过资源、技术、资本等多要素融通,实现了对农业等相关传统产业上下游的全链渗透,直播变成“新农活”,手机变成“新农具”,数据变成“新农资”,为农产品上行提供新通路。

## 2. 文献综述

目前,电子商务的快速发展,学者们关于农村电商的发展的研究日趋完善。其研究内容主要集中在农村电商内涵的研究在农村电商的内涵、存在问题、发展模式及农产品电子商务[1]等方面,在其内涵方面,李异菲[2]指出农村电商是指围绕农产品生产和经营开展的一系列的电子化的交易和管理活动,包括农业生产管理、农产品网络营销、电子支付、物流管理以及客户关系管理等等。而在农村电商发展的过程中还存在着一些问题,包括上网成本高、农民素质不高、网络信息资源分散和农产品物流滞后等问题[3]。对于农村电商的发展模式,姚梦圆[4]认为当前农村电子商务主要有三种主流模式,即A2A模式、A2C模式与C2C模式。同时,随着互联网与大数据的快速发展,农村电子商务在移动数据时代下不断创新发展[5],当下,主要研究内容包括了电商扶贫的作用机理和实施路径的研究,农村电商扶贫实施效果研究[6];全国电子商务发展的现状和困境,互联网+电子商务在农村实施效果分析以及乡村振兴背景下电商助力扶

贫新路径及模式研究[7]; 以及农村电子商务发展路径等方面, 汪向东[8]指出过去 10 年, 农村电商星火燎原, 突飞猛进, 在助力脱贫攻坚和“三农”发展中作用显著, 下一个 10 年, 农村电商进入新的发展阶段, 将在乡村振兴和促进县域、农业农村数字化转型中发挥重要的引领作用。乡村振兴战略作为新时代“三农”问题的重要抓手, 而农村电子商务是实现乡村振兴战略的重要推力, 因此, 本文基于甘肃省农村电商发展情况, 对甘肃省农村电子商务发展问题进行分析, 并提出相关对策和建议。

### 3. 甘肃省电子商务发展现状

甘肃省电子商务发展主体呈现“积极向上”的态势、“百花齐放”的格局。近年来, 甘肃省网络基础设施显著改善, 快递物流业快速发展。据国家统计局数据, 上半年我国网上零售额 7.1 万亿元, 增长 9.8%, 其中实物商品网上零售额 5.96 万亿元, 增长 8.8%, 占社零总额 25.3%。数字商品、服务消费、以旧换新成为新增长点, AI 学习机和智能穿戴增长 136.6% 和 31.5%, 重点监测在线旅游和在线餐饮增长 59.9% 和 21.7%。同时, 各地区结合地方特色, 因地制宜, 相继发展农村电子商务, 助力经济发展。如陇南市通过打造“陇南电商”品牌, 吸引青年人才返乡创业; 会宁县成立数字经济产业园和电商直播基地, 通过“基地 + 农户”的合作模式, 带动农户增收与县域经济发展; 环县作为强国电商的“领跑县”, 建设县乡村三级电商服务体系, 实现电子商务交易额和网络零售额的显著增长。各地通过不同模式与创新, 推动电子商务又好又快地发展, 带动了农业增效和农民增收。

#### 3.1. 网络基础设施改善

随着无线互联网的高速发展, 升级的日益普及, 人们对网络移动技术的需求量越来越大, 因此, 甘肃省移动通信业务快速增长。2019~2023 年甘肃网络基础设施快速发展, 移动电话用户数和互联网宽带接入用户数逐年增长(见图 1)。截至 2023 底, 甘肃移动电话用户数达 2879.4 万户, 移动互联网用户达 1186.7 万户。

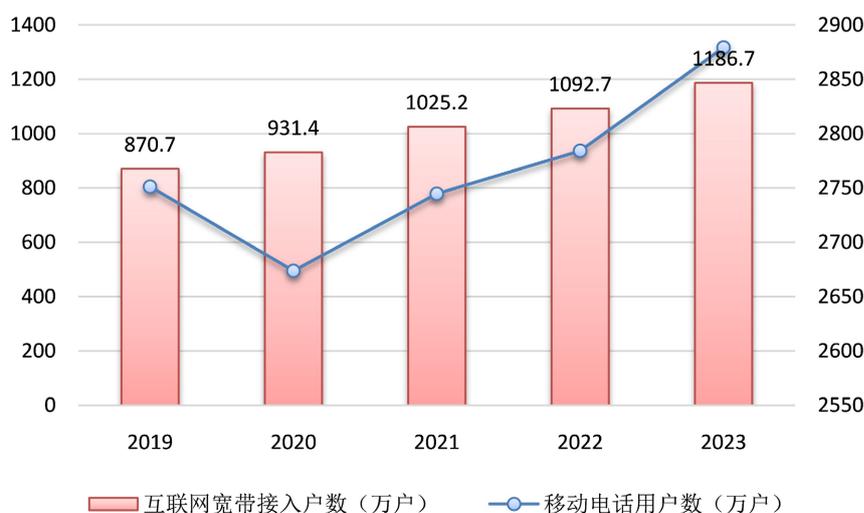


Figure 1. The trend of the number of broadband access households and mobile phone users in Gansu Province from 2019 to 2022

图 1. 甘肃省 2019~2022 年宽带接入户数与移动电话用户数变化趋势图

#### 3.2. 物流快递业务增长

物流是现代社会经济活动中的重要组成部分, 对于推动经济发展和改善民生具有重要作用。2019 年

以来,甘肃省快递物流行业保持快速发展趋势。邮政业务总量和快递业务量持续攀升(见图2)。2023年邮政行业业务总量完成62.8亿元,同比增长27.0%;快递业务量完成671.3万件,同比增长49.2%。交通基础设施条件显著改善,甘肃省14个市州政府驻地全部已高速公路贯通,86个县市区政府驻地已二级及以上公路贯通,100%的乡镇已贯通水泥路。最长公路隧道——渭武高速木寨岭特长隧道正式通车,全省九个机场统一管理运营。甘肃省铁路、公路、航空等交通运输网络日益完善,提高了物流运输效率,为全省经济社会发展提供交通运输保障。

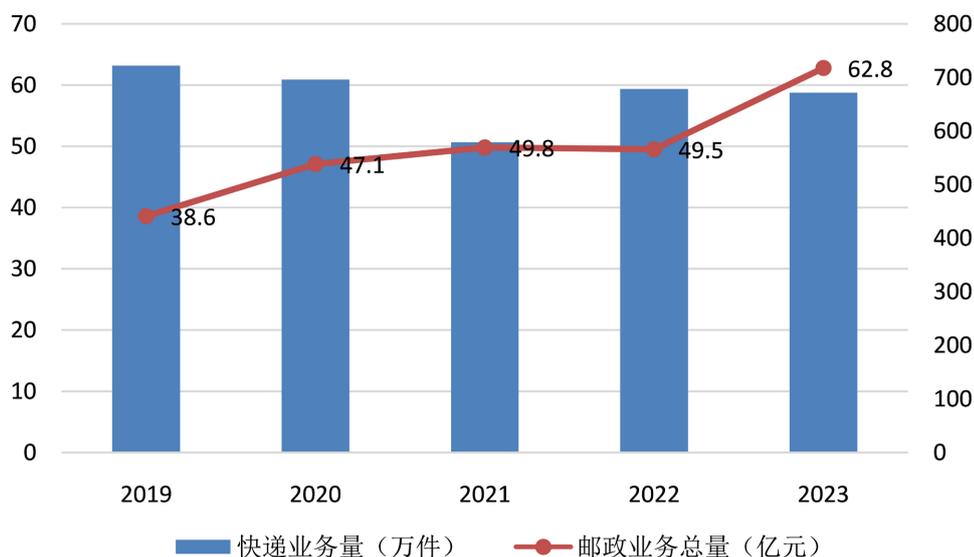


Figure 2. The trend of logistics express business in Gansu Province from 2019 to 2023  
图2. 甘肃省2019~2023年物流快递业务变化趋势图

但是,据2020年全国县域数字农业农村电子商务发展报告统计,全国电子商务网络零售额中,华东地区农村网络零售额所占比重最大,为76.6%。而华中、西部和东北地区的农村网络零售额所占比重较小,分别为12.0%、9.4%和2.0%。从地域发展形态上看,表现出显著的东强西弱态势[9]。而甘肃省地处我国西部地区,地理位置偏僻、自然资源匮乏,农村电子商务网络零售额所占比重较低,电子商务发展水平相对于东部地区还有待提升。

#### 4. 甘肃省农村电子商务发展制约因素

虽然近年来农村电商整体处于高速发展阶段,在助推当地经济增长、带动当地就业等方面发挥着积极作用,但是农村电商的发展中还有一些“短板”,如农村电子商务人才匮乏、农产品缺乏竞争品牌、农产品质量及标准化程度不高、电商销售模式单一等问题。

##### 4.1. 农村电子商务人才匮乏

对于地处西部地区的农村而言,具备专业电商知识和经验的人才尤其缺乏。这一状况主要表现在:一方面当地农村很多年轻人都出去求学或者务工,留下的大多数人都是中年人和老年人,这些人群的受教育水平不够,对电子商务不够了解[9];另一方面,电商人才引进也存在困难,由于农村和城镇地区的发展存在一定的差异,没有足够的从业吸引力,使得了解电商的青年人才不愿意来农村就业[10]。同时,随着城镇化的推进,农村人口不断向城市转移,农村部分地区出现“空心村”、“老龄化”现象,流向城市的农村劳动力大多是受教育程度较高的劳动力与青壮年劳动力,留在农村的大部分是老年人,这部分

人对于新事物的接受程度与理解能力相当有限,并不具有开展电子商务业务的实际操作能力,导致农业领域电子商务人才短缺,从而影响到我国农村电子商务的持续发展。

#### 4.2. 农产品缺乏竞争力

农产品缺乏竞争力的原因主要有:一、农产品同质化严重,没有特色。在农村电商发展过程中,尤其是对于农产品而言,同质化现象十分严重。二、农产品质量有待提高。农村地区由于加工技术和包装条件的限制,导致农产品的质量和包装水平较低,进而影响销售。三、知名度低,缺乏品牌效应。农村电商经营主体品牌意识缺乏,且在宣传方面投入较低,致使各地农产品缺乏知名度,导致其市场认可度、熟知度、竞争力及附加值较低。芮雯指出当前我国农产品品牌建设还存在品牌标准不确定、农产品质量不稳定与宣传力度不够等问题<sup>[11]</sup>。

#### 4.3. 电商销售模式单一

目前甘肃省农村电子商务销售模式主要有平台化模式、资源整合化模式以及品牌化模式。平台化模式通过建立数据平台(如淘宝、京东等),推出有农村特色的产品,实现农村电商销量的增长;资源整合化模式就是借助当地政府对电商发展和规划,成立电商协会,依托淘宝网店、微信微博推广,整合优质农产品资源,提高销量;品牌化模式是通过创立农产品品牌,对农产品进行规模化、集约化生产运营,提高其品牌影响力,扩大销售渠道。此外,还通过与农户、旅游、合作社及非遗相结合发展农村电商。但与信息化、大数据、物联网结合的模式较少。

#### 4.4. 农村电商盈利能力差

尽管甘肃省农村电子商务发展速度快,空间大,前景广阔,但其在利润转化方面还比较薄弱。对于农产品而言,产品标准化程度低、物流配送成本高昂、品牌培育周期长等问题严重制约着农产品电子商务的盈利能力;对于电商活动的主体农民而言,他们对网络平台下的市场认同度偏低,适应能力不强,同时受教育程度不高,运营电商存在困难;最后,农村地区的财政金融支持业较少,缺少农业财政资金的投入,金融服务体系不健全,金融保障制度滞后,致使农村电子商务发展受限。因此,农村地区设施不完善,产业融合不充分,成本难以有效控制,导致农村地区盈利空间难以提升。

### 5. 甘肃省农村电子商务发展优化路径

#### 5.1. 加强农村电商“新人才”培养

针对农村原有人才的缺乏,加强农村电商“新人才”培养,要创新人才培养体系,加强电商专业人才引进。首先,要培养专业电商人才,有关部门应加大资金投入,聘请专业的电商培训人才,对农村居民从基础知识开始培训,提升农村居民应用电子商务的能力,从学员中挑选优秀学习者,推荐从事电商工作,带动农村就业。其次,积极引进高素质专业人才,加强与高校的合作,培养电商知识方面的专业人才,然后引进,给予优惠就业政策,鼓励专业人才扎根乡村,为美丽乡村建设出一份力。此外,吸引本地人回乡创业、投资,给予相应的政策扶持,带动农村电商的发展。

#### 5.2. 为农产品注入“新活力”,提高农产品竞争力

通过打造农产品品牌,提升农产品品质,提高农产品竞争力。首先,针对农产品同质化的问题,要结合当地土质气候及产业基础制定产业发展规划。按照“宜种则种、宜养则养”的原则,确定主打产品和主导品牌。连片种养,形成规模,要做好农产品的加工、储藏、营销,最大化提高农产品附加值。其次,在打造农产品品牌方面,一、建立品牌标准,品牌标准包括了产品质量标准、生产技术标准等,是品

牌建设的重要组成部分。通过建立严格的标准, 可以确保产品的一致性和可靠性, 增强品牌的竞争力; 二、讲好品牌故事: 品牌故事是连接消费者情感的重要桥梁。可以通过讲述农产品的产地故事、历史文化等, 来增强消费者对品牌的认知和好感, 在讲述品牌故事的过程中, 植入数字电商新理念; 三、建立品牌信任: 品牌信任是品牌建设的基石。可以通过建立透明的供应链、提供真实可靠的产品信息等方式, 来增强消费者对品牌的信任, 再通过持续创新来不断提升品牌的市场竞争力。

### 5.3. 创造“新路径”, 打造多元化营销渠道

汪璟(2022)提出, 大数据时代, 各种网络媒体工具功能齐全, 电子商务的发展除了与阿里巴巴、京东等大型运营商合作外, 还要努力构建自己的电子商务营销平台[12]。甘肃面临电商销售模式单一的问题, 应积极采取线上宣讲加线下宣传的行动, 打造多元化营销渠道, 推出能够呈现地方特色的平台及技术。同时, 随着电商发展进入内容电商化模式(电子商务的发展由过去的电商即物流, 物流即电商到现在的平台交易电商化, 而第三个模式是内容电商化[13]。), 农村电子商务发展必须有内容, 结合当地文化, 通过“讲故事”提升个人IP, 从而变现, 同时, 变现的形式包括直播电商、社区团购等等(见图3)。

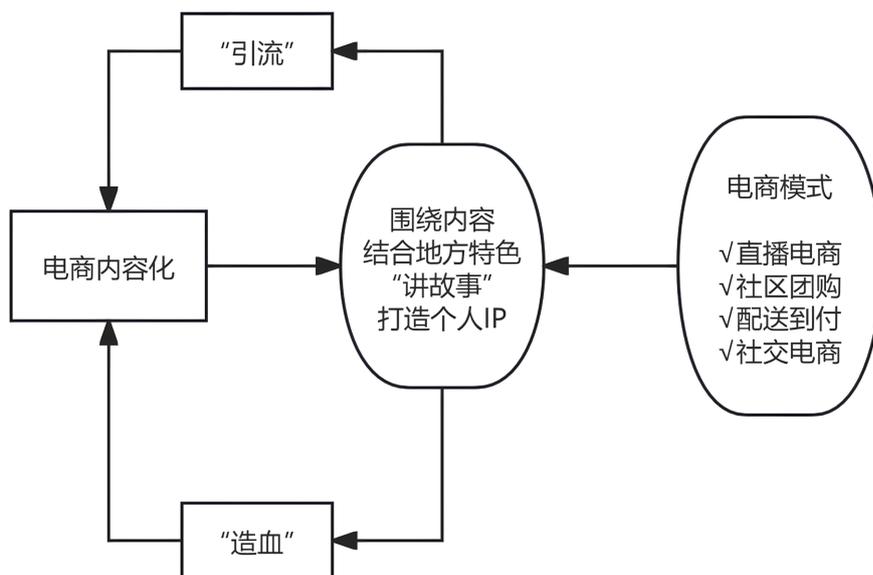


Figure 3. Analysis of rural e-commerce sales model  
图3. 农村电商销售模式分析

### 5.4. 完善“新模式”, 提升农村电商盈利能力

在打造“新模式”方面, 利用直播、短视频等多元化营销方式, 展示农产品的生长环境和种植过程, 提升品牌知名度和市场影响力; 同时, 通过线上线下相结合的方式, 拓宽农产品销售渠道; 大力推广旅游+农业电商模式, 结合乡村旅游景点, 开展农产品采摘体验活动, 通过在线预订和支付等方式方便游客参与, 这种体验式消费模式不仅能增加游客的参与感和满意度, 还能促进农产品的销售。提升服务水平与能力方面, 完善农村基础设施, 对原有的道路、电路及移动宽带网络进行升级改造; 打造规范高效的物流配送平台。建立和完善“县、乡(镇)、村”三级物流体系, 建立县域“农产品统配仓库”, 解决“发货难”的同时降低成本; 建立严格的农产品质量安全监管体系。积极实施市、乡、村、组四级监管体系、农产品质量安全可追溯体系建设, 进一步强化农产品质量安全承诺制度。通过以上措施, 可以有效提升农村电商的盈利能力, 推动农村电商的可持续发展。

## 6. 结语

农村电子商务是农村产业转型与升级的重要动力, 是推动乡村振兴新的增长极, 而“数商兴农”行动, 通过延续升级电子商务提升农村服务水平, 推动农业生产数字化, 数字产品经济化, 促使农特产品走出去, 引领农户走向富裕之路, 助力乡村振兴。因此, 本文基于“数商兴农”工程的视角分析了甘肃省电子商务发展的现状, 探究了农村电子商务发展过程中存在的问题, 并就此提出针对性的对策建议, 以期甘肃省农村地区电子商务向更高层次发展提供参考。

## 基金项目

甘肃省哲学社会科学规划项目《甘肃推进城乡融合和区域协调发展研究(2023YB012)》。

## 参考文献

- [1] 康春鹏. 我国农村电子商务研究综述[J]. 农业网络信息, 2014(12): 82-85.
- [2] 李异菲, 张德亮. 对我国农村电子商务发展的思考[J]. 云南农业大学学报(社会科学版), 2007(2): 14-17.
- [3] 叶福泉. 关于发展农村电子商务的思考[J]. 黎明职业大学学报, 2006(1): 19-21.
- [4] 姚梦圆. 现在我国农村电子商务发展现状研究[J]. 品牌(下半月), 2015(10): 48-49.
- [5] 杨莉娟. 移动数据时代农村电子商务的创新与思考[J]. 山西财政税务专科学校学报, 2015, 17(6): 47-50.
- [6] 杜永康, 王冠群. 农村电商的扶贫机理及实施路径研究[J]. 电子商务, 2020(6): 12-13.
- [7] 陈晓琴, 王钊. “互联网+”背景下农村电商扶贫实施路径探讨[J]. 理论导刊, 2017(5): 94-96.
- [8] 汪向东. 未来十年农村电商升级的十点建议[J]. 中国信息界, 2022(1): 34-37.
- [9] 苏晓明. 乡村振兴背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 山西农经, 2021(21): 55-57.
- [10] 史顺平. 乡村振兴背景下庄浪县农村地区电子商务促进农民增收对策探讨[J]. 山西农经, 2024(20): 59-61.
- [11] 芮雯. 数字经济时代农村电子商务发展现状及应对策略[J]. 现代商业, 2024(20): 91-94.
- [12] 汪璟. 西部地区农产品电商助推乡村振兴的挑战与对策[J]. 濮阳职业技术学院学报, 2022, 35(3): 15-18.
- [13] 龚洪. 乡村振兴视角下农村电子商务发展研究——以甘肃省康县为例[J]. 现代营销(上旬刊), 2023(4): 100-102.