

数字经济背景下农村电商发展的研究

胡 婷

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年1月10日; 录用日期: 2025年1月23日; 发布日期: 2025年2月28日

摘 要

当前, 数字经济已成为我国经济增长的新引擎。农村电商作为数字经济的重要组成部分, 对于促进农村经济发展、助力乡村振兴具有重要意义。在数字经济发展和政策持续利好的背景下, 我国农村电商市场规模不断扩大, 发展模式也在不断创新。但农村电商发展仍在政策支持、基础设施、人才储备以及品牌建设等四个方面存在着不足。只有不断优化政策环境, 让政策更加有利于农村电商发展; 进一步完善基础设施建设, 改善农村电商发展的硬件条件; 加强人才培养与引进以及加强品牌建设, 才能促进农村电商高质量发展。

关键词

数字经济, 农村电商, 发展

Research on the Development of Rural E-Commerce under the Background of the Digital Economy

Ting Hu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jan. 10th, 2025; accepted: Jan. 23rd, 2025; published: Feb. 28th, 2025

Abstract

At present, the digital economy has become a new engine of China's economic growth. As an important part of the digital economy, rural e-commerce is of great significance for promoting rural economic development and promoting rural revitalization. Under the background of the development of digital economy and continuous favorable policies, the scale of China's rural e-commerce market is constantly expanding, and the development model is also constantly innovating. However,

the development of rural e-commerce is still deficient in four aspects: policy support, infrastructure, talent reserve and brand building. Only by continuously optimizing the policy environment, making the policy more conducive to the development of rural e-commerce; further improving the infrastructure construction, improving the hardware conditions of rural e-commerce development; strengthening talent training and introduction, and strengthening brand building, can we promote the high-quality development of rural e-commerce.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Development

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

农村电商，即农村电子商务，是依托互联网和计算机等现代信息技术手段，以“三农”为服务目标的电子商务业态，既能帮助农业生产经营者在线上销售产品，解决产品销售难问题，又能满足农村居民的消费需求，为其提供采购物资和电子支付等交易服务。而数字经济作为以数字信息技术为基础、以数据为核心资源、以数字化产品和服务为主要形式的经济形态，在全球范围内迅猛发展，对农村电商的发展产生了深远影响[1]。它凭借强大的技术驱动力、海量的数据资源，不仅为农村电商营造了良好的数字生态，也突破了传统电商的局限，实现了降低运营成本、提升运营效率、增强品牌影响力、拓宽销售渠道以及精准销售等多方面的发展与进步。同时农村电商的发展带动了农村产业在各个环节数字化，促进数字技术在农村的应用，加快数字乡村建设。

2. 数字经济背景下农村电商发展现状

2.1. 农村电商市场规模不断扩大

近年来，中国农村电商市场规模逐年增长，网络零售交易额不断提高。根据商务部国际贸易经济合作研究院与值得买科技共同打造的 2024 版《中国电子商务区域发展大数据分析报告》中的数据显示，2023 年全国农村网络零售额达 2.49 万亿元，同比增长 12.9%，比 2014 年增长近 13 倍。全国农产品的网络零售额也达到了 5870.3 亿元，同比增长 12.5%。《“十四五”电子商务发展规划》提到 2025 年农村电商交易额将达 2.8 万亿元。这些数据显示出农村电商巨大的市场潜力。同时，农产品生产者借助电商平台直播带货，突破了传统农产品销售模式的局限，助力农产品销售和市场推广，有利于加强一系列农产品的品牌建设和提升市场竞争力，增加农民收入，带动农村经济发展。

2.2. 农村电商发展模式不断创新

在数字经济背景下，农村电商的发展模式也在持续创新。根据不同地域特点，涌现出多种具有代表性的经营模式。根据市场监管总局网监司印发的《发挥示范引领 促进农村电商高质量发展的指引》中总结的 10 种模式，涵盖了全国东中西部典型模式：东部沿海发达地区如浙江绍兴县域统筹、镇级整合、村级创新，充分激发县、镇、村三级创新活力，形成农村电商各具特色、竞相发展生动局面的“共富工坊”建设模式；中部山区如江西安远“智慧园区”新仓储 + “智运快线”新基建 + “数字平台”新零售 +

“村红村播”新业态 + “诚信规范”新监管五位一体的“数字 + 乡村”模式；西部地区如陕西武功利用地处西北地区与中东部地区连结点的区位优势，打造西北农产品电商企业聚集地、西部农副特产品物流集散地的“买西北卖全国”模式等[2]。这些模式所带来的示范效应，推动了农业农村电子商务快速发展，也为乡村振兴注入了活力。

2.3. 政策红利持续释放

农村电商的发展离不开国家政策的支持。我国政府在推动农村电商发展方面出台了一系列针对性的支持政策。从 2014 年到 2024 年的中央一号文件关于“农村电商”的意见，从初步的流通方式、加强电商平台建设到加大物流基础设施建设、开展电子商务进农村综合示范等，再到提出实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程和 2024 年首提实施农村电商高质量发展工程，不断助力推进乡村振兴战略的实施。此外，2024 年 3 月，商务部等 9 部门联合印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》中指出，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。这些政策在资金、物流设施、专业人才等方面为农村电商发展创造了有利条件。

3. 数字经济背景下农村电商发展困境

3.1. 农村电商政策体系不完善

目前，我国政府相继制定并出台了一系列支持农村电商发展的政策，为农村电商发展创造了良好的政策环境，然而也存在一些不足。首先，政策执行力度有待加强。部分政策在执行过程中未能充分落实，导致政策效果大打折扣。此外，农村电商发展涉及多个部门和领域，需要各部门之间的紧密配合。然而，当前政策之间缺乏协调性和连贯性，难以形成政策合力，影响农村电商的可持续发展。其次，缺乏相应市场监管机制。政府对电商市场的监管力度不足，存在一些乱象，如假冒伪劣产品、价格欺诈等，这不仅损害了消费者的利益，还会影响了农村电商的形象。最后，农村电商政策法规体系尚不完善。目前，农村电商企业普遍面临经营困难，融资难度大、市场准入门槛高等因素制约了其发展。事实上，由于部分农村居民很难接受新型商业模式，农村电商难以推广与应用[3]。再加上农村电商在经营过程中会遇到一些法律风险和纠纷，但由于在税收、知识产权保护等方面的政策法规尚存在一些空白之处，这将给农村电商的稳定发展带来了一定的挑战。

3.2. 基础设施建设不完善

相比城市，农村在基础设施建设方面比较薄弱，这是制约农村电商发展的瓶颈。近年来，尽管在国家政策的大力扶持下，我国累计支持 1489 个县建成县级电商公共服务中心、物流配送中心近 3000 个，村级电商服务站超 15.8 万个，建立起覆盖县乡村的电子商务公共服务和物流配送体系[4]。但我国许多农村地区由于自然地理位置的限制，导致农村电商在网络信息设施和物流配送体系方面存在着问题。一方面，处于偏远的农村地区，5G 网络覆盖不足，网络信号相对微弱。一旦农民进行直播销售时突遇恶劣天气，容易导致网络中断，故障频发，这不仅会极大影响消费者的购物体验感和商家的运营效率，还会加剧订单流失风险，给农村电商从业者带来经济损失。另一方面，物流配送体系不健全。农村地区的交通设施相对落后，特别是偏远地区的道路狭窄崎岖，物流运输成本高。同时，农村物流配送站点较少、仓储设施不足，物流配送的覆盖范围相对狭窄，效率低下。这严重阻碍了利用电商平台实现农产品的产地直销和解决边远地区农产品难销售的问题，也削弱了农业生产者通过缩减流通环节获得增值收益空间的能力，限制了农村电商的发展[5]。

3.3. 农村电商人才短缺

在数字经济时代，电子商务人才的培养是实现农村电商高质量发展的重要因素[6]。一方面，农村地

区的教育资源相对稀缺，职业教育与培训在电商专业领域的投入不足，导致培养出的电商人才数量和质量都有限，难以满足电商发展的需求。另一方面，由于农村地区经济相对落后，生活环境、收入水平以及教育、医疗等公共服务资源与大城市相比存在较大的差距，难以留住人才，许多优秀的电商人才不愿意在农村工作，从而进一步加剧了农村地区人才流失的问题。此外，根据网经社电子商务研究中心发布的《2023 年度中国电子商务人才状况调查报告》，大部分企业急需平台运营和复合型人才。尽管国家和各地方政府已经开展农村电商人员培训，但有一些农村电商培训课程大多侧重于理论知识的传授，缺乏实践操作和经验，难以有效应对市场变化和竞争压力。这导致农村电商在运营、推广、客服等方面面临人才短缺，影响着农村电商的整体发展水平。

3.4. 品牌建设滞后

在竞争激烈的市场中，品牌是产品增值的重要因素，但我国许多农村电商品牌建设滞后，在一定程度上制约其发展。《2022 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》指出，各细分品类品牌市场份额差距不大，市场潜力仍有待挖掘。这是因为：一是品牌意识淡薄。农村电商主体塑造品牌意愿低，受传统思维束缚，他们注重产量和短期收益，忽视了品牌长期价值的重要性，仅把电商当交易渠道。此外，农产品品牌定位不明确、同质化竞争普遍。导致产品在电商平台上缺乏独特的卖点，难以吸引消费者的关注。二是一些农村电商产品缺乏标准化和规范化管理，导致产品质量参差不齐，网上销售农产品大多还是粗放式、低层次产品居多，影响了消费者对农村电商的信任度和购买意愿[7]。三是在产品推广上，农村电商缺乏系统性、创新性营销，未能充分利用大数据、人工智能等现代信息技术进行精准营销，优质农产品难曝光。四是产品售后处理反馈不及时、不专业，投诉解决率低，影响品牌的口碑。

4. 数字经济背景下农村电商发展路径

4.1. 优化政策环境

国家政策是引导、激励农村电商发展的重要前提和抓手。首先，加强顶层设计。政府应加大对农村电商发展的支持力度，制定一些补贴政策，如对于一些龙头企业进行数字化转型时给予一定的资金支持，鼓励农村电商企业积极采用社交电商、直播电商等新兴形式开展业务，可以根据其创新举措给予奖励。并且从战略高度出发，明确农村电商发展每个阶段的目标和方向，统筹制定科学合理的农村电商发展规划，为农村电商提供有力的政策保障。同时，各政府相关部门要形成合力，层层递进推动，确保政策之间的连贯性，实现政策协同的乘数效应。其次，完善农村电商相关法律法规体系和加强市场监管。通过制定和完善相关法律法规明确各方权利义务，规范市场秩序，促进公平竞争。同时加强执法力度和监管力度，打击违法违规行为，维护市场秩序和消费者权益[8]。针对农村电商发展的特点和需求，建立和完善相关法律法规体系，明确各方权责，规范市场秩序。加强对农村电商平台的监管，打击假冒伪劣商品，保护消费者权益。同时，建立健全农村电商信用体系，提高电商平台的信用度和公信力，为农村电商的健康发展提供有力的法律保障。此外，加强对农村电商经营行为的监管，防止不正当竞争和恶性竞争，维护良好的市场秩序。最后，发展农村数字普惠金融。推进数字金融进农村，能够为农村电商带来更加便捷和高效的支付结算服务，减少交易成本。金融机构通过为农村电商从业者提供专属金融产品，将电商交易数据作为信用贷款的授信依据，进一步降低交易成本。同时，政府实施落实税收优惠政策，提供贴息以降低农村电商融资成本，从而推动农村电商的快速发展。

4.2. 完善基础设施建设

发展农村电子商务离不开基础设施的支撑，其完善程度直接关乎农村电商能否实现高质量、可持续

发展。一方面,加快网络基建升级。当前,农村地区网络基础设施相对薄弱,网络速度慢、信号不稳定等问题依然突出。因此,政府应加大对农村网络基础设施的投资力度,提升5G网络在农村地区的覆盖率和网络质量。同时,配备相关网络技术专业人员,定期对网络设施进行检查和及时修复网络故障,为农村电商提供更加稳定、高效、优质的网络环境。另一方面,优化农村物流体系。通过整合快递和物流企业资源,在县域建立物流集散中心,实现农村电商包裹的统一收发、分拣和转运,以此缩短配送时间,降低物流成本,提高农村电商的运营效率。同时,大力发展冷链物流。由于生鲜类等农产品具有保鲜时间短且易腐坏的特点,应在农产品产地、物流中心、销售终端配备冷藏车、冷库、冷柜等冷链设备,构建完整的冷链物流体系。此外,政府部门可主导修建村村通公路,打造一个互通互联的农村道路网络体系,提升农村道路的畅通性,打破农村商品流通的“最后一公里”难题,提升农村电商物流配送的服务水平和体验度[9]。

4.3. 加强人才培养与引进

人才是农村电商发展的基础。一方面,国家应加大对农村电商人才的培养力度。继续按照分层分类进行线上与线下相结合的电商培训课程,通过与高校、职业院校等教育机构合作,引入外部专家进行指导和培训,帮助农民更好地理解和应用数智化技术[10],并鼓励他们利用相关网络平台进行自主学习,不断提升电商技能和数字素养。另一方面,积极引进电商人才,构建一支高素质、专业化的农村电商人才队伍。通过出台一系列相关补贴政策,吸引具有丰富电商经验、数字化运营和复合型的人才到农村地区工作,助力新型电商技术与传统产业相结合,为农村电商的发展注入新的活力和动力。同时,搭建人才交流平台,促进农村电商人才之间的沟通与协作,共同解决农村电商发展中的难题,推动农村电商产业的持续健康发展。

4.4. 加强品牌建设

首先,农村电商从业者要树立产品品牌建设意识。各地方政府在开展培训课程时,要向电商从业者讲述品牌建设的重要性。其次,明确品牌定位,打造具有特色的农产品品牌。通过深入挖掘农产品背后的历史文化、品质特性等,讲好品牌故事,并与先进的大数据分析技术结合,深度洞察市场需求和产品消费数据,把握市场上农产品及相关商品的消费趋势,实现具有差异化、具有市场潜力的品牌定位。同时,提升农产品品质。产品品质是一个品牌的基石,在竞争激烈的市场环境中,只有不断提升产品质量,才能赢得消费者的信赖,树立起良好的品牌形象。最后,在品牌营销推广方面,利用大数据、云计算等数字技术在电商平台上精准推广营销特色产品。线下推广时,可以通过积极参与农产品博览会等展会,定期举办试吃、促销等活动来展示和推广特色农产品,让消费者亲身体验产品的品质。并且为农产品设计统一的品牌标识和包装,增强产品的辨识度和吸引力,提高市场竞争力。此外,在推动农村农业电商发展的同时,发展农村文旅电商,实现文旅农商融合互促,打造具有地域特色的品牌。

参考文献

- [1] 高滢楠. 数字经济背景下农村电商发展困境及应对策略[J]. 农村科学实验, 2024(22): 190-192.
- [2] 鲁元珍. 市场监管总局印发指引 促进农村电商高质量发展[N]. 光明日报, 2023-08-25(008).
- [3] 张静. 贵州农村电商发展对策探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(6): 154-156.
- [4] 孔德晨. 为农村电商发展再加把劲[N]. 光明日报海外版, 2024-03-18(003).
- [5] 段金凤, 朱晓芳. 数字经济背景下农村电商发展现状及对策研究[J]. 科技经济市场, 2023(7): 28-30.
- [6] 聂召英, 王伊欢. 农村电商制度的供给困境与创新路径[J]. 农业现代化研究, 2022, 43(1): 59-68.
- [7] 戴锡联. 聚力打造乡村振兴新引擎——江苏农村电商的调研与思考[J]. 江苏农村经济, 2020(11): 56-57.

- [8] 孙婷婷. 数字经济背景下农村电子商务发展策略研究[J]. 电子商务评论, 2014, 13(4): 6761-6770.
- [9] 李秋燕. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 182-185.
- [10] 洪思洁, 杨伟恒, 方晨宇, 等. 数智化赋能农村电商高质量发展研究[J]. 粮油与饲料科技, 2024(6): 64-66.