

数商兴农背景下农村电商服务构建研究

——基于大数据推动“黔货出山”的经验调查

潘世秋

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月21日; 录用日期: 2025年4月11日; 发布日期: 2025年5月14日

摘要

在深入实施数商兴农政策的背景下, 贵州大数据产业与农业商业活动深度融合, 为传统农业农村发展带来全新机遇。大数据的推动打破了贵州农业生产与市场之间的信息壁垒, 数字平台得以搭建, 贵品黔货得以出山, 群众收入得以提升。然而, 农村电商服务体系在构建中仍存在物流基础设施薄弱、农特产品优势不明显、人力资源支撑不足等诸多困难。文章将围绕数商兴农背景下农村电商服务构建这一主题, 通过对大数据推动“黔货出山”的经验调查研究, 发现其存在的相关问题, 并针对性地提出相应对策, 进一步为我国农村电商物流体系的优化构建提供新的思路。

关键词

数商兴农, 电商物流, 黔货出山, 服务构建

Research on the Construction of Rural E-Commerce Services under the Background of Digital Commerce Revitalizing Agriculture

—An Empirical Investigation Based on Big Data Promoting “Qian Goods Out of the Mountains”

Shiqiu Pan

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 21st, 2025; accepted: Apr. 11th, 2025; published: May 14th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the in-depth implementation of the policy of promoting rural development

文章引用: 潘世秋. 数商兴农背景下农村电商服务构建研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 556-562.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1451310

through digital commerce, the big data industry in Guizhou has deeply integrated with agricultural commercial activities, bringing new opportunities for the traditional rural and agricultural development. The promotion of big data has broken the information barriers between agricultural production and the market in Guizhou, enabling the establishment of digital platforms, the export of local products, and the increase of people's income. However, in the process of building the rural e-commerce service system, there are still many difficulties such as weak logistics infrastructure, unobvious advantages of agricultural and special products, and insufficient human resource support. This article will focus on the theme of building rural e-commerce services under the background of promoting rural development through digital commerce. Through the investigation and research on the experience of promoting "Guizhou products to go out" by big data, it will discover the existing problems and put forward corresponding countermeasures, further providing new ideas for the optimization and construction of the rural e-commerce logistics system in China.

Keywords

Promoting Agriculture through Digital Commerce, E-Commerce Logistics, Qian Goods Out of the Mountains, Service Construction

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

实施“数商兴农”工程是2022年中央一号文件对农村电商领域提出的新举措，旨在根据“商”与“农”互联互促的经济规律，通过数字技术和数据要素赋能农村商务发展，并通过数字化转型进一步促进农业生产数字化和产业振兴。在此背景下，贵州在农业产业上进行深刻变革，通过利用云计算、大数据等数字技术，搭建数字平台，开拓国内外市场，赋能农村电商发展。在政策的大力扶持和市场的积极响应下，贵州电商助农在全国范围内取得了令人瞩目的成绩，有效拓宽了农产品的销售渠道。然而，不可忽视的是，贵州农村电商在发展过程中仍面临诸多挑战。农村地区的网络基础设施建设虽然取得一定进展，但部分偏远地区网络覆盖不足、信号不稳定的问题依然存在；物流配送体系尚不完善，物流成本居高不下，严重影响了农产品的运输效率和销售利润；农产品品牌化建设滞后，缺乏具有市场影响力的品牌，导致产品附加值难以提升。因此，本文主要通过探讨贵州农村电商发展，进一步分析数商兴农背景下农村电商的发展状况，在提出优化对策的同时，论证电商助农已经成为农业现代化和乡村振兴的重要力量。

2. 数商兴农的内涵及其对农村电商服务的影响

2.1. 数商兴农的内涵与机制发展概况

“数商兴农”是利用数字技术及数据资源，赋能农村商务领域，全面提升农村商务领域数字化、网络化、智能化水平，提升电商与快递物流协同发展水平、提升农产品电商化水平，推动农村电子商务高质量发展，进而支持并促进农业农村的生产发展和乡村产业振兴[1]。当前，我国智慧农业建设正迈入一个全新的发展阶段，随着信息化技术与农业生产进一步耦合，智慧农业将为我国现代农业的转型升级和高质量发展注入更强动力。广泛意义上讲，智慧农业包括农业电子商务、食品溯源防伪、农业休闲旅游、农业信息服务等方面的内容。在智慧农业市场前景良好的驱动下电商行业的发展会持续向好。人们可以不受时间，空间和地域的限制，随时随地在网上进行购物。同时，电商的发展为智慧农业提供了更广阔

的市场。商家的产品可以面向全国人民，而全国人民又可以挑选各种各样的产品，这是一种双向的利益。

2.1.1. 搭建线上交易桥梁

借助互联网、移动终端等数字化手段构建的电商平台，成为农村产品通向外界市场的关键渠道。例如淘宝、京东等大型电商平台专门开辟农村电商板块，众多农村地区的特色农产品，像赣南脐橙、五常大米等，通过这些平台走进了全国各地消费者的家中，打破了以往农村产品销售受地域局限的困境。贵州大数据产业以自身平台和技术优势为基，贵州电商抢抓数字经济红利，持续创新业务模式，搭建全链条数据服务体系，助力“黔货出山”。2015年，贵州电商云以大数据为核心，搭建“平台+服务+数据”全链条服务体系，助力“黔货出山”，为省商务厅提供了全省电商数据检测、全省电子化系统管理、成品油等重点行业运行监控等综合数据系统。目前，累计收集数据超5亿条，每年为各级行业主管部门出具数据报告超1000份，为相关决策提供重要参考。2022年，贵州电商云通过打造“一码贵州聚合支付体系”，实现数据多方互通的同时联合银行等金融机构形成供应链金融产品“一码贷”，商家仅通过平台交易数据即可获得授信，破解大中小微商家融资难贵，构建起一套“支付+金融”的平台新生态。

2.1.2. 赋能精准运营管理

大数据技术对农村电商海量交易数据进行深度剖析，能够精准洞察消费者的偏好、购买习惯以及市场趋势走向。以拼多多的“多多买菜”为例，其利用大数据分析农村消费者日常生鲜采购数据，不仅可以提前预判需求，精准补货，还能针对性地向消费者推送符合其口味和消费能力的农产品。同时，人工智能技术可实现智能客服功能，高效解答消费者咨询，提升购物体验；在物流配送方面，通过智能算法优化配送路线，降低成本，提高配送效率，保障农产品新鲜及时送达。电商在农村的主要发展方式为开展网店或进行直播带货。而这些创业形式大大减少了创业者的启动资金。只需要有一台设备，有足够的货源，就可以进行自主创业，这也大大降低了创业难度。更快速的流通和低廉的价格。电商在农村的发展减少了农民的农产品卖不出去的状况。同时通过电商的形式将自己的农产品展现到全国人民面前，这样的一种销售形式减少了中间商谋差价的环节，大大降低了商品的价格。

2.2. 数商兴农对农村电商服务的影响

数商兴农对农村电商服务的影响体现在大数据、电商平台搭建、智慧物流等方面。通过收集、分析海量的农业生产、市场需求、价格波动等数据，帮助农民和农业企业精准掌握市场动态。搭建各类农业电商平台，为农产品销售开辟新渠道。这些平台连接了农产品生产者与全国各地的消费者，打破了地域限制，降低了销售成本。利用物联网、人工智能等技术实现农产品物流配送的智能化管理。通过智能仓储系统，合理安排农产品存储，保持其新鲜度；借助智能配送路线规划，提高配送效率，降低物流损耗。农村电商业务的开展，对网络通信、物流仓储等数字基础设施提出更高需求，进而促使政府和企业加大在农村地区的投入。近年来，在国家政策推动下，农村网络覆盖率大幅提升，截至2023年底，全国农村宽带接入用户数达2.24亿户，同比增长7.8%，4G网络基本实现全覆盖，5G网络也加速向农村地区延伸，为农村电商的顺畅运营筑牢根基。

3. 大数据推动“黔货出山”的内涵及其路径

3.1. 大数据推动“黔货出山”的内涵

利用大数据分析的电子商务公司可以根据当前市场趋势了解客户的购买行为。近年来，贵州以贵阳市、贵安新区获批开展国家级全面深化服务贸易创新发展试点为抓手，深入探索“大数据+服务贸易”新模式、新业态、新路径，加快推动企业集聚、产业升级、贸易扩大。乡村数字基础设施建设取得显著成

效。截至 2022 年底，5G 网络覆盖所有贵州县城城区，实现“村村通宽带”“县县通 5G”，农村网络环境得到极大改善。物流配送体系也在不断完善，菜鸟网络、京东物流等企业加大在农村地区的物流网点布局，通过建设县级物流中心、乡镇配送站和村级服务点，构建起县乡村三级物流配送体系。例如，在遵义部分农村地区，通过整合邮政、快递等资源，实现了农产品从田间地头到城市餐桌的高效配送，配送时间大幅缩短。

3.2. 大数据推动“黔货出山”的路径

贵州实施大数据战略行动，加快推进农产品销售终端智能化，进一步推动批发市场、农贸市场、生鲜超市、配送企业等各类终端信息化改造提升，布局自动售菜机、生鲜自提柜、社区微菜场等便民服务设施设备，采集农产品产地、品种、销量等信息数据，完善电子商务上行数据统计，接入省外大型批发市场销售数据，形成完整农产品供应数据链条。根据 IDC 的报告，预计到 2025 年，数字数据将增长 61%，达到 175 ZB。例如，借助大数据分析消费者对不同蔬菜品种、品质的偏好，种植户可以调整种植结构，生产更符合市场需求的蔬菜，减少农产品滞销风险。同时，基于大数据对天气、土壤等环境因素的分析，能实现精准种植和科学管理，提高农作物产量和质量。

4. 数商兴农背景下“黔货出山”电商服务存在的问题

4.1. 物流体系建设不完善，基础设施较为薄弱

近年来，贵州物流业虽然得到一定的发展，但也存在产业规模不大、物流企业不强、运行效率不高、多式联运起步晚、物流体系不够健全、物流基础设施建设滞后、物流业管理体制尚未理顺等问题，严重制约贵州经济社会高质量发展。由于贵州地形地势较高，山区众多，交通多为不便，电商涉及长途运输，需要面对路程长、耗时久，以及农产品具有季节性且易腐蚀的难题。贵州省电商产品多为特色农产品，需要依赖长途冷链运输，但冷链物流建设模式较为复杂，建设维护成本高，缺乏生鲜冷链农产品产销及物流对接平台，冷库物流供应尚不足。

4.2. 品牌引领作用不明显，产业优势尚未形成

当前，农产品市场同质化现象严重，大多数农产品缺乏独特的品牌形象和品牌故事。农民和农业企业品牌意识淡薄，对品牌建设的投入不足，缺乏有效的品牌营销手段，使得农产品难以在激烈的市场竞争中脱颖而出，难以形成持久的市场竞争力。贵州品牌发展较晚，在全国乃至全世界知名度高的品牌较少，很难产生连锁地域性代表品牌。即使有众多特色农产品，但缺乏清晰的产品定位和规范的企业规模。在农村，区域公共品牌的建设还存在品牌定位模糊、缺乏深度的现象。很多地方把品牌作为一种形式上的宣传工具，而没有真正去挖掘和整合地方特色。虽然农特产品在质量上有优势，但由于缺乏明确的品牌定位，市场认知度低，消费者难以形成持久的记忆。农产品的品牌营销可投入的资金很少，无法形成一定规模，品牌优势相对模糊。

4.3. 农村电商培训不稳定，人力资源支撑不足

首先，部分农民对数字化技术和电商运营知识掌握不足，在产品拍摄、店铺装修、营销推广等方面存在困难，难以充分发挥电商平台的优势。例如，一些农民虽然开设了网店，但由于缺乏图片处理技能，产品图片质量不佳，影响了消费者购买意愿。其次，农村电商知识一般由电商企业讲师或职业院校教师讲授，培训模式，都是案例分析模式，多以典型特色农村电商为例构建当地农村电商体系。但各地产业结构、基础设施完善度、农产品品牌建设情况等存在较大差异，导致农村电商培训知识与农村实际需求脱

节[2]。因此，农村电商从业者没有接受系统培训，仅掌握一些基本电商常识，难以适应农村电商发展需求。

4.4. 数字平台搭建不深入，数据成果缺少利用

随着智能化技术不断渗透和嵌入人类生产生活，高标准、多类型、个性化的数字场景进一步扩展[3]。贵州农村电商在交易过程中，从农产品上架展示、消费者浏览下单，到支付结算、物流运输等各个环节，都产生了海量的数据。这些数据涵盖产品信息、消费者行为、物流轨迹等多方面内容，为农村数字化建设提供了丰富的数据资源。但是，贵州农村地区没有根据这些数据开展数字化治理，如通过分析农产品销售数据，合理规划农业产业布局；利用物流数据优化农村物流配送体系等，农村治理和服务模式没有创新。因此，农村电商数字基础设施建设不齐全不完善，数据成果缺少利用，影响了农民及时准确获得网上交易信息，加上数字技术应用能力欠缺，线下生产的特色农产品无法及时搬到线上推广销售[3]。

4.5. 乡村振兴链条不连贯，产业融合难以连动

目前，贵州乡村产业融合发展呈现出二三产业发展相对滞后的特点，表现为农业内部结构失衡、一二三产业融合深度与层次不够等。同时，在乡村产业发展中也存在引领农户增收能力受限的问题，主要表现为农业产业链短，产品转化能力不足；非农产业割裂，“农业+”模式尚未得到广泛有效应用；乡村产业融合过程中侧重经济功能，生态、文化等其他重要功能拓展不够。因此，当前乡村产业融合发展在农民增收、协调发展以及产业融合功能的开发与激活等方面存在短板，制约了贵州乡村产业高质量发展。

5. 数商兴农背景下农村电商服务构建的优化策略

5.1. 根植政策，完善农村物流体系建设

贵州根植政策，顺时而动、应势而为。贵州省商务厅深入贯彻落实商务部、省委、省政府相关决策部署，勾勒清晰的政策引领主线，聚焦创新驱动、消费升级、商产融合，构建电子商务新发展格局，推动电商生态体系不断完善。近十年来，贵州积极争取国家级电子商务进农村综合示范项目、印发《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》、开展村播培育计划先行试点。2024年来，遵义市余庆县不断整合和优化配置物流资源，深入推进“交邮融合+”县乡村三级物流体系建设，切实提升全县快递服务能力，实现统一仓储、统一分拣、统一配送，形成高效的物流网络，提高物流效率和降低物流成本达30%以上，同时有效降低农产品运输成本和群众寄递包裹成本，切实解决快递进村和农特产品进城问题。下一步，贵州省应整合资源，加大工作力度，进一步推进“交邮融合+县乡村”三级物流体系建设，通过“快快合作”邮快合作“客货邮融合”的方式，更好推进快递进村工作，让老百姓在家门口能够取得了快递，寄得出产品。

5.2. 强化引领，突出农村特色品牌优势

每个地区都有其独特的自然环境和人文历史，孕育出特色鲜明的农产品。深入挖掘这些特色农产品，打造区域公共品牌，能有效提升农产品市场竞争力。首先，对本地特色农产品进行全面梳理和评估，确定具有潜力的品牌培育对象。然后，通过统一品牌形象设计、制定品牌标准、加强品牌宣传等措施，提升品牌知名度和美誉度。如贵州茅台，通过打造区域公共品牌，统一品牌标识、包装和质量标准，在市场上形成了强大的品牌影响力，价格也较普通脐橙高出许多。同时，加强品牌保护，打击假冒伪劣产品，维护品牌形象和市场秩序。

5.3. 立足当前，培育农村电商专业人才

培育农村电商专业人才需以返乡高校毕业生、返乡青年、大学生“村官”、农村青年、巾帼致富带头人

人等为主体，实施人才回引和电商人才培训工程，加强农村电商人才队伍建设，培养一批爱电商、懂电商的农村电商实用型人才和产业带头人。例如近年来，榕江县创新打造“e播新未来”党建品牌，组建榕江县新媒体产业园党支部和网络主播党支部，将党员网络主播纳入“云”管理，持续开展支部“云”活动，充分发挥党员网络主播在新媒体电商产业上的示范引领作用。据了解，该县以加强新媒体产业人才队伍建设为切入点，结合新媒体人才技能需求，创建榕易拍、榕易剪、榕易编、榕易播、榕易卖、榕易创“六易”特色教学培训体系，对农村党员、非物质文化遗产代表性传承人、农村妇女、返乡创业青年等开展针对性集中培训，组建新媒体人才队伍。

5.4. 科技赋能，推动农村本地平台建设

电商平台是智能销售的基础载体，打造更多更大更优的电商平台至关重要。随着“一码贵州”上线，集“信息采集平台、一站式购物平台、数据管理后台”三大块于一体。数据将成为农村电商创新发展的核心驱动力。支持地方性电商平台发展，能更好地满足本地市场需求，服务本地农村电商发展。地方政府和企业应结合本地实际情况，建设具有地方特色的电商平台。本地化平台可以专注于本地特色农产品销售、本地生活服务、农村电商服务等领域。例如，一些地区建设的农产品电商平台，不仅销售本地特色农产品，还提供农产品配送、农村电商培训、物流信息查询等服务，为本地农村电商发展提供了有力支撑。在平台建设过程中，要注重用户体验，优化平台界面设计和功能设置，提高平台的易用性和稳定性。同时，加强平台推广，吸引本地用户和商家入驻，形成良好的平台生态。因此，科技赋能数据能为农业生产提供决策依据，指导农户合理安排种植养殖品种和规模，实现农业生产的精准化和智能化，提高农业生产效益和农产品市场适应性。

5.5. 创新发展，延长农村产业多元链条

农村产业融合综合规划，延长农村产业链条，纵向以精细化特色农业为核心，沿着产业链的方向发展农业科技服务、精深加工、物流、品牌营销等融合产业[4]。农村电商将与乡村旅游、休闲农业等产业深度融合。以农村电商为纽带，将农产品销售与乡村旅游体验相结合，游客在乡村旅游过程中不仅可以亲身体验农产品采摘、制作等活动，还能通过电商平台购买当地特色农产品和手工艺品。例如，一些乡村旅游景区推出“电商 + 民宿”模式，游客在入住民宿期间，通过扫描二维码即可购买民宿周边农户种植的水果、自制的农家美食等，实现多产业协同发展，进一步拓展农村经济发展空间，助力乡村振兴战略全面实施。发展“乡村规划师”团队，根据乡村产业特点优势，深度挖掘农耕文化、传统文化、人文历史、民族特色资源等，结合农业多功能性拓展，策划产业融合项目。依托 5G、大数据、物联网等新技术，推动生产经营体系转型升级。因地制宜发展种养结合型、链条延伸型、功能拓展型、技术渗透型、多元复合型等多种融合模式。

6. 结语

总的来说，数商兴农的背景下，农村电商作为推动农业现代化和乡村振兴的重要力量，发展前景广阔。随着 5G、大数据、区块链等新技术的不断发展和应用，电商助农将朝着智能化、精准化方向迈进。5G 技术的高速率、低延迟特点将为农产品直播带货、远程农业技术指导等提供更流畅的体验；大数据技术能够实现对农产品生产过程的实时监测和精准调控，提高农产品质量和生产效率；区块链技术则可以为农产品质量追溯提供可靠的技术支持，增强消费者对农产品的信任。同时，电商助农的发展需要政府、企业、农民等多方主体的协同合作。政府应持续完善政策支持体系，加强基础设施建设，优化营商环境；企业应加大技术创新和市场开拓力度，提升电商服务水平；农民则要积极参与电商培训，提高自身的电

商运营能力和市场意识。通过各方共同努力，构建完善的农村电商生态系统，实现农业增效、农民增收和农村繁荣的目标，为乡村振兴战略的全面实施提供强大动力。

参考文献

- [1] 欧阳日辉. 2022 年中央一号文件解读：“数商兴农”是农村电子商务发展的新方向[J]. 科技与金融, 2022(4): 49-53.
- [2] 郑野. “数商兴农”背景下浙江农村电商发展路径探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(5): 100-103.
- [3] 张世贵, 刘海军. 数字经济背景下农村电商的困境与出路[J]. 数字经济, 2023(11): 20-25.
- [4] 高刚. 参与式乡村人才振兴的机制创新[J]. 当代贵州, 2024(52): 54-55.