

我国农村电子商务发展的地区差异分析及对策研究

葛 谱

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年5月8日; 录用日期: 2025年5月27日; 发布日期: 2025年6月26日

摘 要

随着互联网技术普及和农村基础设施的完善, 农村电子商务在我国得到蓬勃发展, 成为推动乡村振兴和农村经济社会转型的重要力量。国内外对农村电商的研究成果丰富, 国外主要聚焦于电商生态系统构建、精准营销与质量追溯等, 而国内则深入探讨其与乡村产业融合等方面。但我国东、中、西部地区在经济基础、资源条件、技术水平和人才储备等方面差异显著, 致使农村电商发展呈现出明显的地区性特征。本研究旨在分析这些地区差异及其深层次原因, 提出缩小差异、促进均衡发展的策略, 进而为推动乡村振兴战略实施、加快农村经济社会转型、提高农民收入和生活水平提供理论与实践支持。研究发现, 我国农村电商地区差异明显, 东部发展迅猛, 中西部相对滞后。通过因地制宜制定策略, 加强多方协作, 有望缩小差距, 推动农村电商在全国范围内均衡、高质量发展, 为农村经济社会全面振兴注入新活力。

关键词

农村, 电子商务, 发展, 地区差异

Analysis of Regional Differences and Countermeasures for the Development of Rural E-Commerce in China

Pu Ge

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 8th, 2025; accepted: May 27th, 2025; published: Jun. 26th, 2025

Abstract

With the popularization of Internet technology and the improvement of rural infrastructure, rural

文章引用: 葛谱. 我国农村电子商务发展的地区差异分析及对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 2754-2759.
DOI: 10.12677/ec.2025.1462049

e-commerce has flourished in China, becoming an important force driving rural revitalization and the transformation of rural economy and society. Abundant research results on rural e-commerce have been achieved both at home and abroad. Foreign studies mainly focus on the construction of e-commerce ecosystems, precise marketing and quality traceability, while domestic research delves into its integration with rural industries and other aspects. However, significant differences exist among the eastern, central and western regions of China in terms of economic foundation, resource conditions, technological levels and talent reserves, resulting in distinct regional characteristics in the development of rural e-commerce. This study aims to analyze these regional differences and their underlying causes, and propose strategies to narrow the gap and promote balanced development, thereby providing theoretical and practical support for the implementation of the rural revitalization strategy, accelerating the transformation of rural economy and society, and increasing farmers' income and living standards. The research finds that there are obvious regional differences in rural e-commerce in China, with rapid development in the east and relatively lagging progress in the central and western regions. By formulating strategies based on local conditions and strengthening multi-party collaboration, it is expected to narrow the gap and promote balanced and high-quality development of rural e-commerce across the country, injecting new vitality into the comprehensive revitalization of rural economy and society.

Keywords

Rural, E-Commerce, Development, Regional Differences

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

随着互联网技术的普及和农村基础设施的不断完善,农村电子商务在我国呈现出了蓬勃发展的态势,不仅有助于构建新发展格局,而且可以推动城乡经济协调发展,成为推动乡村振兴和农村经济社会转型的重要力量[1]。在全球数字化浪潮下,农村电子商务成为推动农村经济发展的关键力量,国内外研究成果丰富且持续更新。国外研究聚焦于构建电商生态系统、利用数字技术精准营销与质量追溯等,欧盟部分国家整合农产品资源拓展国际市场,东南亚部分国家结合特色文化发展旅游电商。国内研究紧跟步伐,深入探讨农村电商与乡村产业融合、农产品上行创新实践、数字金融助力等内容。然而,我国地域辽阔,东、中、西部地区在经济基础、资源条件、技术水平以及人才储备等方面存在显著差异,这些差异对农村电子商务的发展产生了深远影响,导致不同地区农村电商的发展水平、速度和模式呈现出阶梯状的地域性特征[2]。

东部地区,凭借其优越的地理位置、发达的经济基础和较高的信息化水平,农村电子商务兴起较早,发展迅速。从经济地理学的区位理论来看,优越的地理位置使其更容易接触到先进的技术和理念,吸引大量资金投入,从而快速构建起完善的电商生态系统和物流配送体系。相比之下,中部地区虽然也在积极推进农村电商的发展,但受限于经济基础相对薄弱、人才储备不足等因素,其发展速度和规模相对滞后。而西部地区,由于地理位置偏远、交通不便、经济基础薄弱等不利条件,农村电商的发展面临着更多的挑战和困难。

深入分析我国农村电子商务在东、中、西部地区的差异,不仅有助于我们更好地理解农村电商的发展现状和趋势,还能够为制定针对性的对策提供重要依据。本研究旨在通过分析东、中、西部地区农村

电商的发展情况,揭示其背后的深层次原因,并提出缩小地区差异、促进农村电商均衡发展的有效策略。这对于推动乡村振兴战略的实施,加快农村经济社会转型,提高农民收入和生活水平都具有重要意义。

2. 我国农村电子商务的地区发展现状

我国农村电子商务发展在东、中、西部呈现出不同态势。根据区域经济发展理论得知,经济发展水平影响农村电商发展的基础和动力。东部地区凭借经济发达、居民收入高,消费能力强等优势,拥有庞大且增长迅速的农村电商市场,在全国网络零售市场占据主导地位。由中华人民共和国商务部发布的《商务部电子商务司负责人介绍 2022 年网络零售市场发展情况》数据可以看到,2022 年全国网上零售额 13.79 万亿元,东部地区网络零售额占比情况虽未直接明确,但从整体经济和电商发展态势来看,东部地区占据主导地位。其次,东部地区基础设施完备,农村互联网高度普及,物流仓储等配套成熟,电商全产业链实现深度融合且不断升级。同时,专业人才汇聚、技术先进,不仅积极与中西部合作推动全国农村电商市场升级,还借助跨境电商开拓国际市场,引进国外先进经验,推动电商产业国际化。

中部地区农村电商虽起步晚,但发展活力充沛。市场规模虽小于东部,然而增速显著,农村网络零售额占比逐年攀升,发展潜力巨大。在基础设施建设上,农村互联网普及率持续提高,但物流仓储等配套与东部仍有差距。面对人才与技术的限制,中部地区通过引进和培养人才、加强技术合作,提升电商数字化与智能化水平。在协同发展上,中部地区因地制宜,借鉴东西部经验,与东部合作引入技术人才,与西部携手拓展农产品市场。

西部地区农村电商在国家大力支持下也呈现出蓬勃发展的态势,尽管当前市场规模与东中部有差距,但增速可观,发展潜力大。基础设施建设起步晚却进步快,农村互联网普及率和物流仓储配套设施不断改善。虽然受地理位置和经济条件的制约,西部地区人才与技术匮乏,不过通过实施人才激励政策、引入创新技术,正推动电商向技术与模式创新转型。此外,西部地区积极开展区域合作,与东部对接引入技术人才,与中部协作拓宽农产品销售渠道,紧抓“一带一路”契机,打通国际物流通道,与周边国家开展业务交流,截至 2023 年 12 月底,西部陆海新通道铁海联运班列货物运输品类增加到 1100 多种,辐射我国 18 个省(区、市) 70 个城市 144 个铁路站点,通达全球 120 个国家和地区的 490 个港口。

3. 我国农村电子商务发展的地区差异问题

3.1. 区域经济发展理论视角下的经济基础差异

区域经济发展水平是影响农村电子商务发展的重要基础因素。东部地区经济发达,产业结构多元化,并且拥有雄厚的资金积累和完善的产业配套体系。在农村地区,发达的乡镇企业和特色产业能够为电子商务提供丰富的产品资源和稳定的供应链支持。例如浙江义乌,依托强大的小商品制造产业,使农村电商得以迅速崛起,形成产业集群效应,降低了生产成本和交易成本,增强了市场竞争力。但东部地区在迅速发展的过程中,也产生了相应的问题。根据描述性统计分析计算得出的东中西部地区各指标的均值、标准差等,结果显示,东部地区农村网络零售额均值显著高于中西部地区,标准差较大,这说明东部地区整体处于较高水平,但内部发展差异也较大。而中部地区经济发展程度相对较低,产业结构中传统农业占比较大,工业和服务业发展相对滞后,农村经济基础较为薄弱,缺乏能够支撑电商大规模发展的产业基础和资金投入。西部地区经济发展更为落后,农村地区贫困问题较为突出,基础设施建设滞后,难以对农村电商发展形成有力支撑。而且,西部地区地域辽阔,城市和人口分散,这就对农村物流配送体系提出了更高的要求,但物流企业在西部地区的布局较少,配送的交通工具和人员不足,更加剧了物流成本高、配送时间长等问题[3]。

3.2. 社会文化理论视角下的观念差异

社会文化因素对农村电子商务发展具有潜移默化的影响。东部地区受开放的商业文化影响，居民思想观念较为开放，对新事物的接受程度高，消费观念和购物习惯更倾向于现代化和便捷化，乐于尝试网络购物，为农村电商提供了广阔的市场需求。同时，东部地区创业氛围浓厚，农民参与电商创业的积极性高，形成了良好的电商发展社会环境。从市场营销学角度，市场需求是企业发展的动力源泉。中部地区部分消费者文化水平有限，传统观念束缚较重，对于电子商务的认知和接受程度较低，仍习惯于传统的购物方式。这是导致电子商务发展缓慢的重要原因，从而使得电子商务市场的潜力未能得到充分的挖掘和利用[4]。西部地区由于民族文化多样，部分地区存在语言沟通障碍和特殊的消费习俗，增加了电商推广和运营的难度，导致农村电商发展相对缓慢。

3.3. 政策驱动理论视角下的政策差异

在我国农村电商的发展进程中，国家政策始终扮演着关键的引领者角色。中央一号文件连续八年对农村电商工作进行部署，各部门、地方政府迅速行动，出台电子商务进农村综合示范项目等多项支持政策，为农村电商行业营造良好的发展环境[5]。东部地区凭借其经济优势和政策敏感性，能够争取到更多的政策资源和资金支持。同时，地方政府积极出台一系列鼓励农村电商发展的政策，如税收优惠、创业补贴、电商培训等，为农村电商发展创造了良好的政策环境。中部地区虽然也在逐步加大对农村电商的政策支持力度，但在政策的精准度、执行力度和资金投入上与东部地区仍存在差距。而西部地区由于经济发展压力较大，在农村电商政策扶持方面相对滞后，政策的落地实施效果也有待提高，这使得西部地区农村电商发展在政策驱动力上明显不足。

4. 我国农村电子商务发展的地区差异对策

4.1. 补齐经济基础差异短板

东部地区可通过构建常态化协作机制，定期举办经验交流论坛，搭建人才共享平台，推动区域内发达与欠发达地区电商交流与人才流动，强化产业互补，缩小内部差距；同时，设立专项奖励资金，有利于鼓励企业与科研机构合作创新，加大对电商与新兴产业融合项目扶持，设立产业园区，助力产业升级，提升市场竞争力。

制定农业产业化龙头企业培育计划，给予技术研发补贴，引导企业集中连片发展，打造优势农产品全产业链产业集群，增强产业支撑；此外，引导金融机构开发多元金融产品，鼓励社会资本参与，完善融资服务平台与信用评估体系，拓宽融资渠道，保障资金供给。

农产品标准化对农村电子商务发展的正向影响具备长期稳健性。首先，设立特色产业发展专项资金，支持特色农业和农村手工业的技术研发、品种改良及传承创新，引导农民和电商加强品牌建设，并结合西部地区的特色优势，构建电子商务战略，逐步强化品牌优势[6]。同时，大力发展农产品加工企业和农民经济合作组织，采取多种方式扶持实力强、专业化程度高的农产品加工企业，打造竞争力强、市场影响力大的龙头企业[7]。在基建方面，便利的交通条件是农村物流发展的重要基础，要解决农村电商物流“最后一公里”配送问题，就要完善农村公路系统，并在此基础上，相应的推动农村物流体系的配套和完善，为西部地区农村电子商务的发展提供坚实的物流保障[8]。

4.2. 破解资源差异难题

东部地区持续巩固资源优势，一方面，利用丰富的人才资源，定期举办电商行业高端研讨会，邀请国内外电商专家与本地人才交流，拓宽视野，激发创新思维；设立电商人才激励基金，对在电商技术创新、

模式创新等方面有突出贡献的人才给予重奖,吸引更多高端人才汇聚。另一方面,凭借发达的信息技术,加大对农村电商大数据、人工智能等前沿技术应用的研发投入,推动电商平台智能化升级,精准匹配供需,进一步提升物流运输效率,降低运营成本,稳固在农村电商领域的领先地位,引领行业发展新趋势。

中部地区需要着力弥补人才与技术短板,可以根据政府联合本地高校和职业院校的方式,根据农村电商市场需求,定制电商专业课程体系,努力培养一支懂农业、爱农村、爱农民的“三农”工作队伍,实现学校和乡村的双赢发展[9];同时,出台人才引进优惠政策,如提供住房补贴、创业启动资金等,吸引外出务工的电商相关人才返乡创业。在技术提升上,建立与东部发达地区的技术合作机制,通过技术转让、合作研发等方式,引入先进的电商运营技术和农产品加工技术;此外,还需鼓励本地企业加大技术研发投入,对开展技术创新的企业给予税收减免等政策支持,逐步提升本地的技术水平,增强农村电商发展动力。

西部地区应聚焦于突破资源瓶颈。在人才领域,一方面,可以设立“西部农村电商人才专项培养计划”,由中央和地方财政共同出资,选派本地优秀青年到东部高校和知名电商企业进行定向培养,学成后返乡服务;另一方面,在本地开展大规模电商技能培训,针对不同年龄段和文化层次的人群,提高全民电商素养。在技术领域,积极争取国家科技专项支持,开展适合西部地区地理环境的物流技术研发,如开发山区低成本、高效的物流配送方案等;其次与科研机构合作,引入先进的农业种植养殖技术,提升农产品品质和产量。

4.3. 消除观念差异壁垒

东部地区应继续发挥观念优势,进一步营造创新氛围。利用当地开放的商业文化环境,定期举办电商创新大赛,鼓励农民和创业者提出新颖的电商营销模式、产品创意等,对优秀项目给予资金和技术支持,加速创新成果转化。同时,加强与国内外电商发达地区的交流合作,组织商务考察团学习先进的电商理念和运营模式,不断更新本地居民的电商认知。还可以打造电商文化节,展示本地农村电商的发展成果,吸引更多消费者关注和参与,进一步扩大市场需求,巩固电商发展优势。

针对中部地区消费者观念问题,政府和相关组织应加大宣传推广力度。利用电视、广播、新媒体等多种渠道,开展电商知识普及活动,制作通俗易懂的电商宣传视频和图文资料,介绍电商购物的便利性、安全性以及创业机会。在农村地区定期举办电商知识讲座和培训,邀请电商成功人士分享经验,让农民亲身体验电商带来的好处。通过上述的宣传和引导,帮助中部地区农村居民摆脱传统思维束缚,增强互联网技术运用意识,引导农村居民运用互联网思维拓宽农产品销售渠道,将当地特色农产品推向更广阔市场,切实增加收入[10]。

西部地区需针对民族文化特点采取特色策略。首先,政府联合电商平台,开发多语言版本的电商界面和客服服务,解决语言沟通障碍。深入研究各民族消费习俗,引导电商企业根据不同民族的需求和偏好,定制特色产品和服务。例如,针对少数民族的传统节日,推出相应的特色礼品和节庆用品。加强与当地民族商会、文化机构合作,举办具有民族特色的电商推广活动,将电商与民族文化有机结合。同时,培养熟悉民族文化和电商运营的复合型人才,为农村电商发展提供有力支持。

4.4. 弥合政策差异落差

东部地区应继续凭借经济和政策优势,进一步优化政策效果。加强对现有政策的评估与反馈机制建设,定期收集电商企业和从业者的意见,精准调整税收优惠政策,使其更贴合企业实际运营成本的减免需求。利用政策优势,吸引国内外优质电商资源集聚,形成政策高地,持续引领农村电商发展。

中部地区要着力提升政策的精准度、执行力度和资金投入,深入调研本地农村电商发展的实际情况和需求,制定更具针对性的政策。例如,针对农产品上行困难,出台专门的物流补贴和品牌推广政策。

在政策执行方面,要加强监督,建立政策执行效果考核机制,将政策落实情况与相关部门和人员的绩效考核挂钩。最后,可以通过加强与东部地区的政策交流学习,借鉴先进经验,不断完善本地政策体系。

西部地区应加快补齐政策短板,提升政策扶持力度和落地效果。首先,加强政策制定的科学性,组织专家和基层人员共同参与,确保政策符合本地实际。加大对农村电商政策扶持的资金投入,争取中央专项转移支付,同时引导社会资本参与。例如,设立农村电商产业投资引导基金,撬动更多社会资金进入。其次,加强政策宣传和解读,通过线上线下多种渠道,让电商从业者和农民充分了解政策内容和申请流程。最后,建立政策实施跟踪服务机制,及时解决政策执行过程中出现的问题,确保政策落地生根,增强农村电商发展的政策驱动力。

5. 结论

通过对我国东、中、西部地区农村电子商务发展的深入分析,可以发现地区差异显著且影响因素多样。东部地区凭借较为发达的基础设施、较高的互联网普及率以及政府的有力支持,农村电商发展迅猛,形成了较为完善的产业链和市场体系。然而,中西部地区则面临基础设施薄弱、物流成本高、人才短缺等瓶颈制约,导致农村电商发展相对滞后[11]。

针对东部地区,未来的发展重点在于持续优化市场环境,完善跨境物流发展,以及利用技术创新推动农村电商的高质量发展。同时,应关注农村电商与乡村振兴战略的深度融合,促进农村经济社会的全面发展。对于中西部地区,首要任务是加强基础设施建设,特别是物流体系的完善,以降低物流成本,提高配送效率。此外,应加大政策扶持力度,吸引和培养电商人才,提升农村居民的电商意识和技能。同时,注重农产品的品牌化和标准化建设,提高产品质量和市场竞争能力。

综上所述,我国农村电子商务发展的地区差异明显,但各地区都蕴含着巨大的发展潜力。通过因地制宜地制定发展策略,加强政府、企业和农户等多方协作,可以逐步缩小地区差距,推动农村电商在全国范围内的均衡、高质量发展。未来,随着数字经济的蓬勃发展和乡村振兴战略的深入实施,我国农村电商将迎来更加广阔的发展前景,为农村经济社会的全面振兴注入新的活力。

参考文献

- [1] 冯金凤. 农村电子商务发展的意义及其对乡村振兴的助力[J]. 棉花学报, 2023, 35(1): 79-80.
- [2] 幸怡, 邱志萍. 中国电子商务发展的时空演化格局研究[J]. 企业经济, 2022, 41(9): 137-144.
- [3] 张传秀. 当前我国农村电商存在的问题及对策分析[J]. 中共南宁市委党校学报, 2016, 18(1): 16-19.
- [4] 李海平, 刘伟玲. 农村电子商务存在的问题与模式创新[J]. 陕西科技大学学报(自然科学版), 2011, 29(2): 189-191.
- [5] 韩弘. 我国农村电子商务发展现状、问题及对策研究[J]. 商业经济, 2019(9): 118-120.
- [6] 陈红川. “互联网+”背景下现代农业发展路径研究[J]. 广东农业科学, 2015, 42(16): 143-147.
- [7] 乔煜新, 李宪宝. 农产品标准化、品牌效应与农村电子商务发展[J]. 商业经济研究, 2024(18): 111-114.
- [8] 韩业亮, 李绍华, 谢风媛. 基于电子商务的农村产业发展现状与展望[J]. 农业经济, 2024(1): 139-141.
- [9] 韩盼盼, 张玉梅. 农村电商物流“最后一公里”问题分析及对策研究[J]. 未来与发展, 2019, 43(8): 77-80.
- [10] 孙宾. 中国式现代化视阈下农村电子商务发展战略研究——基于 AHP-SWOT 模型[J]. 商业经济研究, 2023(19): 116-120.
- [11] 谢天成, 施祖麟. 农村电子商务发展现状、存在问题与对策[J]. 现代经济探讨, 2016(11): 40-44.