E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(6), 1924-1929
Published Online June 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1461941

Hans汉斯

“数商兴农”背景下电商助农存在的问题及对策研究

高田田

扬州大学法学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年5月9日；录用日期：2025年5月23日；发布日期：2025年6月19日

摘　要

随着数字经济成为全球经济增长的核心，农村电商作为乡村振兴的关键，在“数商兴农”政策推动下已经步入到高质量发展阶段。然而，当前实践当中仍然面临许多问题，基础设施层面、主体能力层面、产品层面等等。针对这些问题，可以通过创建新的模式，利用新的技术予以解决。同时，在数字化时代，推动“数商兴农”向智慧农业升级，实现农业生产精准化与供应链透明化，为农业农村现代化注入新动能。

关键词

数商兴农，电商助农，乡村振兴，农村电商，数字经济

Research on the Problems and Countermeasures of E-Commerce in Assisting Agriculture under the Background of “Digital Commerce Empowering Agriculture”

Tiantian Gao

Law School of Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: May 9th, 2025; accepted: May 23rd, 2025; published: Jun. 19th, 2025

Abstract

As the digital economy becomes a core driver of global economic growth, rural e-commerce, a key

文章引用: 高田田. “数商兴农”背景下电商助农存在的问题及对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 1924-1929.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1461941

component of rural revitalization, has entered a high-quality development stage driven by the "Digital Commerce Empowering Agriculture" policy. However, current practices still face multiple challenges, including infrastructure gaps, insufficient capabilities of stakeholders, and product standardization issues. To address these problems, innovative models and advanced technologies can be leveraged. Furthermore, in the digital era, upgrading "Digital Commerce Empowering Agriculture" to smart agriculture through AI and blockchain applications—such as intelligent sorting and traceability systems—will enable precision in agricultural production and supply chain transparency, injecting new momentum into the modernization of agriculture and rural areas.

Keywords

Digital Commerce Empowering Agriculture, E-Commerce Poverty Alleviation, Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Digital Economy

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

近年来，随着数字经济的不断发展，全球经济增长的核心也极大地集中于此。在这一背景下，以大数据为支撑的农村电商也是数字经济的重要组成部分，更是推动乡村振兴、实现农业农村现代化的重要手段。2005 年中央一号文件第一次提到了“电子商务”一词，到 2022 年中央一号文件又第一次提出了“数商兴农”这一工程，“数商兴农”成为农村电子商务发展的新方向[1]，再到现在农村电商进入到以数字化升级为核心的高质量发展阶段[2]，我国的电商助农有效缓解了农产品“卖难”问题，成为农民增收、城乡消费升级的重要引擎。但是，与此同时，一些新的问题也随之出现，基础设施短板、主体能力不足、产品标准化滞后、政策落地不均衡等等，如何解决这一系列新的问题成为“数商兴农”工程的重要着力点，以使电商助农真正发挥作用。

2. 数字经济赋能电商助农的理论逻辑

数字经济依托的是数字技术，是一种新的经济形态，传统产业主要是与该技术相融合，以此产生一种新的经济模式，实现经济的数字化。数字经济的核心是数据和信息的高效流通，电商助农依赖于这种流通来实现农产品的市场拓展。数字经济的关键要素包括数据、算法、算力等，其主要特征是数据驱动、网络协同和智能决策。数字经济理论强调信息技术对经济发展的促进作用，包括提升资源配置效率、优化生产流程、创造新的商业模式等。“数商兴农”可以被理解为基于“商”与“农”互联互促经济规律，借助现代化信息技术以及数据资源的有效运用，推动农业经济提升的一项创新举措[3]。通过构建数字经济与农村产业的领导机制、统筹机制、运行机制，以此赋能农业产业，促使转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大农村经济[4]。

“数商兴农”借助大数据实现精准决策。数字经济的核心生产要素是数据。在数字经济的大背景下，大数据技术能够对海量的农业生产数据以及市场需求数据进行收集、整理、存储和深度分析。依据这些数据模型，电商平台能够较精确地预测农产品与大众之间的供求关系，实现供求的合理划分。这一过程能够帮助农户更加科学地规划生产，有效降低因市场波动带来的风险。例如，电商平台通过分析消费者对农产品品种、品质、口感以及营养成分等方面的偏好，可以为农户提供详细的市场需求信息。农户据此可以有针对性地调整种植和养殖结构，从而提高农产品的市场适应性和竞争力。并且，农户在电商平

台积累的交易数据可转化为信用资产，助力其获得数字金融服务，突破传统金融的“精英俘获”困境。与此同时，随着无人机、无人车、机器人等智能设备，以及物联网、云计算、大数据等先进技术在物流配送和田间管理中的广泛应用，农村电商正逐步迈向智能化与数字化的全新发展阶段[5]。数字技术的应用重构了农产品流通链条，通过去中间化、物流智能化、支付便捷化显著降低交易成本。

“数商兴农”依托网络协同提升整体效率。互联网技术的应用打破了传统农业生产和销售之间的地域限制，农户、电商平台、物流企业、消费者等各方能够在一个开放的网络平台上实现高效的协同运作。这使得农产品可以通过网络快速、便捷地从产地直达消费者手中，减少了中间环节，降低了流通成本，提高了销售效率。网络协同还促进了农村电商产业链上下游企业之间的紧密合作，推动农业从单一生产向全产业链升级的产业链延伸，激发了创新活力，形成了更加协同紧密的产业共同体，有力推动了农村电商向规模化和专业化方向发展。另外，政府、企业、科研机构通过数字平台协同合作，构建协同生态。如浙江省“数字乡村大脑”整合农业科研数据与电商销售渠道，形成“产－研－销”闭环。

“数商兴农”借助智能决策优化资源配置。在传统农业中，信息不对称导致农户难以精准把握市场需求，农产品滞销与价格波动频繁。人工智能和机器学习算法能够依据历史数据和实时信息，为农户和电商平台提供智能化的决策支持。比如，现在出现了一种新型的农业模式，即智能农业系统模式。该系统可以根据机器检测出的有关土壤湿度、温度、光照等有关的环境数据，通过智能系统自动调整灌溉、施肥和种植策略，实现农民智能耕作，提高生产效率。电商平台也可以充分利用智能推荐算法这一工具，挖掘并分析消费者的购买历史记录以及兴趣爱好偏好等相关数据信息。通过对这些复杂数据的梳理和解读，智能推荐算法能够准确把握消费者的喜好，从而精确地筛选出符合其特定需求和偏好的各类农产品。这种通过大数据分析预测消费偏好的方式，能够反向指导生产端优化品类结构。如拼多多通过“农地云拼”模式，将分散的农产品需求集中化，形成规模化订单，降低农户销售风险。

3. 电商助农的现状与问题分析

3.1. 发展现状

基础设施逐步完善，新型电商初具雏形。物流网络覆盖不断扩大，截至 2023 年，城镇地区互联网普及率超 80% [6]，“快递进村”的范围也越来越大；冷链物流体系加速布局，如浙江省桐乡市构建“田头到餐桌”的冷链闭环，服务覆盖 10 万亩农产品产区，助农增收 6000 万元[7]。

政策红利不断释放，区域示范彰显效果。中央连续多年部署农村电商政策，在中央一号文件一直强调实现乡村振兴，而“数商兴农”工程在大数据时代就是实现乡村振兴的重要着力点。东部地区引领发展，近年东部农产品网络零售额不断增长，浙江许多地区通过吸纳网红创建新模式带动农民实现增收。

新兴业态激活市场，产销模式创新。在“数商兴农”背景下，直播电商成为核心驱动力，社区团购与近场电商兴起[8]。直播电商降低了营销成本，与传统广告相比，成本更低且效果更直接。社区团购借助社区微信群等社交平台，实现农产品的集中采购和配送。这种方式首先降低了物流成本，以社区为单位进行集中配送，减少了物流环节，降低了配送成本。其次，社区团购满足了消费者个性化需求，消费者可以通过团购平台定制农产品种类和数量。此外，社区团购还增强了用户粘性，形成了稳定的消费群体，为农产品销售提供了持续的市场需求。近场电商则借助线上线下有机融合的创新模式，打破传统交易场景的限制，实现农产品从产地到消费者手中的快速流转与高效配送。

3.2. 核心问题

3.2.1. 人才与组织化短板

首先，农村留守群体文化水平相对较低，对新技术的接受能力不足[9]。农民数字素养普遍较低，导

致其难以独立运营电商。由于农村年轻劳动力大量流入城市，农村地区以老年人、妇女和儿童为主，这些群体受教育程度相对较低，对电商等新技术的认知和应用能力有限。而且农村存在“信息不对称”和“金融排斥”问题，农民对虚拟交易的信任度低，更依赖熟人经济。他们习惯于传统的农业生产销售模式，对电商助农的了解较少，甚至存在误解和疑虑。农民对政策信息的获取能力和利用意愿均较弱。这些使得电商在农村的推广和应用面临较大的困难，不利于农村电商的发展和助农效果的发挥。其次，农村地区专业人才流失严重。由于农村在基础设施、公共服务等方面与城市存在差距，吸引了大量农村人才流向城市，导致农村电商发展缺乏专业的人才支持。农村空心化现象加剧人才短缺，农村中的留守群体难以适应数字化运营的需求。加之，农村产业基础较薄弱、收入又不稳定，难以与城市竞争人才，因此年轻人很少会回到农村经营农业。同时，农村合作社的运营能力也有待提高。农村合作社作为连接农户与市场的纽带，本应发挥重要的组织协调作用，但由于合作社的管理不规范、资金不足、专业技术人才缺乏等问题，使其在实际运营中难以有效地开展电商活动，无法充分发挥其在电商助农中的作用。

3.2.2. 物流基础设施滞后

县乡村三级物流体系不完善。在农村电商不断发展的今天，农村物流基础设施建设却存在明显短板，整体建设进程相对滞后，尤其是县乡村三级物流配送体系的构建并不完善，导致整个农村电商的物流运作效率不高，配送速度较为缓慢，而且运输成本也居高不下。部分农村地区物流网点覆盖不足。物流配送车辆和相关设备大多陈旧简陋，不仅数量而且质量上都无法满足物流配送的要求。在云南，部分偏远地区道路状况差，运输车辆难以顺利通行，导致农产品运输时间延长，新鲜度和品质下降，市场竞争力削弱，尤其体现在蓝莓这一农作物上。当地冷库和冷藏车等冷链物流设施不足，无法满足蓝莓的保鲜需求。冷链缺失加剧了农产品的损耗。农产品的特性之一就是不易保存，容易腐败，这就要求采用冷链的方式进行运输和储存，但现实情况是，农村冷链物流设施不足，冷链运输环节也存在诸多问题，如冷链设备老化、冷链技术落后、冷藏车数量不足等，导致农产品在运输过程中产生了比较高的耗损，销售成本提高，那么农民的收益自然就减少。

3.2.3. 产品标准化与品牌化不足

农产品同质化现象严重。由于农户对产品标准的了解不够深入，这就使农户们忽略了有关这方面的关注。加之农产品种类比较单一，有的地区在特定时间都种相同的作物，而且也主要以初级农产品为主。对于不同农户的产品质量也是不一，缺乏统一的产品标准和认证规范。以上这些都将导致农产品面临缺乏竞争力的问题。同时，农产品品牌建设相对滞后，缺乏质量追溯体系[10]。农户对品牌效应的认知不足，缺乏品牌意识，在销售农产品时无法利用品牌扩大销售。而且即便有相应的品牌，对品牌的培育和推广力度明显不够，导致农产品品牌知名度低，没有市场效应，消费者不买账，难以形成真正的品牌效应，发挥品牌的作用。此外，质量追溯体系的缺失也使得消费者对农产品质量安全的担忧难以消除，影响了农产品的销售和农民的增收。

3.2.4. 政策落地不均衡

部分地区财政支持不足。首先是经济发展的不平衡。东部地区经济发达，能较好地整合资源，形成产业化、规模化经营模式，政策支持效果显著。而中西部一些地区，经济发展相对滞后，交通、物流等基础设施薄弱，虽有政策扶持，但落地效果不佳，像部分偏远山区，虽也出台相应政策鼓励农产品电商发展，但因物流配送网络不完善、冷链设施不足等问题，农产品出村困难，难以实现电商助农的预期效益。这种政策落地的差异，使得不同地区电商助农的发展水平参差不齐。其次是尽管国家出台了一系列支持电商助农的政策，但在一些地区，政策的落实不到位，财政支持资金有限，无法满足农村电商发展的实

际需求。这导致农村电商基础设施建设、人才培养、物流配送等方面的投入不足，制约了电商助农的成效。对于农户的电商培训在许多地区也是浮于表面、走形式。一些地方的培训只关注于理论方面，缺乏实践，加之培训的方式过于简单，无法使农户学到真正具有可操作性的电商销售知识。此外，培训后的跟踪指导和服务不足，无法有效帮助农民将所学知识应用到实际电商运营中，使得培训效果大打折扣。

4. 对策建议

4.1. 培育本土化电商生态

建立“政府 + 企业 + 农户”合作模式能够充分发挥各方优势。“好技术”需要多方参与，促进产学研、政府与社会资本合作破解技术应用难题[11]。政府凭借政策调控职能，为农业产业链铺设发展基石，从税收减免、财政补贴到交通、仓储等基础设施建设全方位护航，为农村电商崛起筑牢根基；企业则作为技术创新与市场拓展的主力军，将前沿技术如大数据精准溯源、区块链防伪等引入田间地头，将品牌化营销理念植入传统农业，盘活农产品市场价值；而农户以土地、劳动力及原生态种养殖技艺入股，成为产业链前端的关键一环。例如，云南元阳县梯田红米项目正构建此类生态系统，政府申报“梯田红米”地理标志保护，引入数字孪生技术复刻梯田种植模型，云南农大培育抗倒伏新品种，合作社统一农机服务降低种植成本，农户通过短视频直播打造“梯田守望者”IP，集体分红收益不断增长，为乡村振兴注入强劲数字动能。探索农村电商人才培养的可行路径，提高农村电商人才培养效果，为农村电商发展赋能，实现强农富民目标，全面推进“数商兴农”工程[12]。例如，武汉黄陂区通过建立直播基地，每年培训超过千名主播，培养了一批懂电商、会直播的“新农人”，为农村电商发展注入了新活力。

4.2. 强化基础设施建设

完善县乡村三级物流网络是关键。可以通过整合现有物流资源，建立物流共配中心，推广“共享冷链”模式。例如，浙江衢江区通过构建物流共配体系，实现了冷链物流的高效利用，降低了物流成本，减少了农产品在运输过程中的损耗。此外，应完善县乡村三级物流节点，在县域建设集散中心，乡镇设立中转站，村级布局智能快递柜，形成“统仓共配”网络，减少重复运输。推进农村 5G 网络覆盖，能够为电商运营提供更快速、更稳定的网络支持，从而降低电商运营成本，提升运营效率。这些都将有助于农村电商更好地开展直播带货、在线交易等活动，拓展农产品销售渠道。

4.3. 推动产品标准化与品牌化

当前农产品竞争较大，如何提高农产品的竞争力，是电商助农要关注的一方面。构建完善的农产品质量认证体系是保障农产品质量安全的重要方面，也是提升农产品竞争力的手段之一。可以通过制定统一的质量标准和认证流程，获得消费者的信任、市场认可度以及竞争力，以此增加受众。在实际操作中，政府相关部门应牵头制定一套全国统一、科学合理且具有可操作性的农产品质量标准及认证流程，确保每一个环节都有章可循、有据可依。通过严格的认证程序，筛选出符合高标准的优质农产品，为其颁发具有公信力的质量认证标识，使消费者在购买时能够安心放心，从而显著提升农产品的市场认可度和整体竞争力，吸引更广泛的消费群体。同时，通过打造区域公用品牌提升农产品的知名度和附加值，打响名号。区域公用品牌整合了一地区域的自然、文化、历史等独特资源，赋予农产品独特的地域身份标识，能够有效提升农产品的知名度与附加值。例如，临沂市通过打造“兰陵蔬菜”“蒙阴蜜桃”等区域公用品牌，实现了农产品的溢价销售，增加了农民收入。此外，可以利用大数据对消费者的消费习惯以及消费偏好进行分析，精准地推送农产品品类，以及根据需求推送不同品质要求的产品，进一步提高农产品的市场适应性。

4.4. 优化政策与金融支持

加大财政补贴力度，设立农村电商专项基金，可以为农村电商发展提供资金保障。这将有助于吸引更多的社会资本投入农村电商领域，推动基础设施建设、人才培养和市场拓展。扩大普惠金融的服务范围，提高金融业对农村中小微企业的支持力度，强化农村经济发展过程中的金融服务[13]。通过健全的政策体系与坚实的金融扶持，能够有力地激发农户参与电商销售的热情，让他们在投身电商的过程中无后顾之忧。此外，应当持续完善市场监管机制，加大打击虚假宣传、刷单等违法违规行为的力度，多管齐下维护市场秩序，全方位保护消费者合法权益，从而打造出一个健康、有序的电商生态环境。

5. 结语

电商助农的实践表明，其核心矛盾在于“人、货、场”三者的系统性失衡，应当妥善解决。在“人”的层面，必须注重培育具备数字素养的新型职业农民，提升其对新技术的接受度和应用能力，如武汉黄陂区通过系统培训孵化千名主播，极大增强了农村电商运营的本土力量。在“货”的方面，重点应放在推动农产品的标准化与品牌化建设上，通过建立严格的质量认证体系和打造具有地域特色的公用品牌，提高农产品的市场辨识度和附加值，临沂市“兰陵蔬菜”“蒙阴蜜桃”等品牌的成功经验为此提供了示范。而“场”的构建则需要强化电商平台与农村市场的对接，完善农村电商生态体系，拓展农产品销售渠道。未来，电商助农的发展方向应聚焦于前沿技术的探索应用，积极探索 AI、区块链等技术在农产品溯源体系中的创新应用，为乡村振兴和农业农村现代化注入新的活力与动力。

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] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.

[3] 杨建南. 论“数商兴农”背景下农户与电商市场对接路径[J]. 现代农业研究, 2024, 30(3): 47-50.

[4] 崔慧霞. 数字经济与农业经济融合的需求、机制及路径[J]. 农业经济, 2022(4): 6-8.

[5] 杜国臣. 数商兴农迈上新阶段[J]. 经济, 2023(3): 26-29.

[6] 刘露. 数商兴农背景下中国农村电商发展研究[J]. 物流工程与管理, 2024, 46(5): 56-59.

[7] 齐志明. 数商兴农: 助力乡村消费升级[N]. 人民日报, 2022-07-06(019).

[8] 朱焕焕. 数字经济时代“数商兴农”大有可为[J]. 蔬菜, 2023(4): 1-13.

[9] 李晓夏, 赵秀凤. 数字赋能与乡村人才振兴——“数商兴农”背景下新农人培育循环体建设研究[J]. 成人教育, 2023, 43(9): 36-42.

[10] 余星雨. “数商兴农”背景下农产品电商营销策略研究[J]. 山西农经, 2023(24): 160-163.

[11] 彭超, 翟世贤. 数商兴农: 从新型农业经营主体看农产品电商高质量发展[J]. 中国农民合作社, 2022(9): 12-15.

[12] 李易霖. “数商兴农”视域下湖南农村电商人才培养探索与实践[J]. 广东蚕业, 2023, 57(8): 74-76.

[13] 王蔷馨, 苏昕. “数商兴农”背景下数字经济赋能农村经济发展路径探索[J]. 商业经济研究, 2023(11): 86-89.