

数字经济背景下农村电商发展的问题及 对策研究

——以河北省石家庄市为例

范卓琪

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26日; 录用日期: 2025年6月13日; 发布日期: 2025年7月15日

摘 要

数字经济的影响力正逐渐渗透进“三农”领域, 与我国实体经济深度融合, 催生出多种创新的乡村经济发展模式。在此转型过程中, 电子商务起到了极为关键的作用, 成为数字化时代的核心支撑点, 推动了社会经济的全面增长, 尤其在提高消费体验方面成果显著。在农村地区, 电子商务起到的促进作用极为明显, 它不仅改变了农村居民的购物习惯, 还激活了农村市场, 为乡村经济发展注入了新的活力。通过文献研究和广泛的社会调研, 笔者发现石家庄市农村电商在整体电商环境和具体业务开展方面均取得了显著进展。然而仍存在数字技术应用、物流供应、品牌市场建设以及人才培养等方面的问题, 基于此, 本文从数字经济发展的视角提出四点对策: 加强数字基础设施建设、完善供应链与物流体系、强化市场竞争与品牌建设、加强人才培养与引进。

关键词

数字经济, 农村电商, 石家庄市, 对策

Research on the Problems and Countermeasures of Rural E-Commerce Development in the Context of Digital Economy —A Case Study of Shijiazhuang City, Hebei Province

Zhuoqi Fan

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

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 13th, 2025; published: Jul. 15th, 2025

文章引用: 范卓琪. 数字经济背景下农村电商发展的问题及对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1184-1190.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1472290

Abstract

The digital economy is increasingly extending its influence into the fields of agriculture, rural areas, and farmers (the “three rurals”), achieving deep integration with China’s real economy and fostering various innovative models for rural economic development. During this transformation, e-commerce has emerged as a crucial driver, serving as a fundamental pillar of the digital era and propelling comprehensive socio-economic growth, with particularly notable achievements in enhancing consumer experiences. In rural regions, the catalytic effect of e-commerce has been especially significant, not only altering the consumption patterns of rural residents but also stimulating rural markets and infusing new vitality into local economic development. Through literature reviews and extensive field research, this study reveals that rural e-commerce in Shijiazhuang City has made remarkable progress in both its overall digital ecosystem and specific business operations. Nevertheless, several challenges remain, including inadequate application of digital technologies, under-developed logistics and supply chains, weak brand and market development, and insufficient talent cultivation. To address these issues, this paper proposes four strategic measures from the perspective of digital economic development: Strengthen the construction of digital infrastructure, improve the supply chain and logistics system, enhance market competition and brand building, strengthen talent cultivation and introduction.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Shijiazhuang City, Countermeasures

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

在全面建设社会主义现代化国家的进程中，追求高质量发展已成为经济和社会发展的核心议题，而确保乡村高质量发展并与国家现代化建设同步推进至关重要。自 2015 年中央一号文件首次提出“农村电子商务”以来，经过多年政策推进，农村电商从乡村数字经济的探索阶段逐步迈入深化阶段。中央在多个政策文件中明确提出推动农村电子商务和数字乡村建设的具体要求。2023 年 7 月，商务部等 9 部门办公厅(室)联合印发了《县域商业三年行动计划(2023~2025 年)》，提出要推动农村电商高质量发展、丰富农村消费市场等，为农村电商的进一步发展提供了坚实保障。

在数字经济蓬勃发展的时代背景下，农村电子商务作为推动乡村经济振兴、缩小城乡差距的重要手段，正发挥着日益重要的作用。作为河北省主要的农业生产基地，石家庄市借助赵县雪花梨、赞皇大枣等多样的特色农产品资源，采用数字技术与互联网平台的深度联合，逐渐创立起带有区域特色的农村电商发展模式。农村电子商务在石家庄地区的发展引发了明显的产业重构效应，给乡村振兴战略的实施赋予了新的动力。伴随数字技术不断突破和政策支持体系渐渐完善，石家庄市农村电子商务显示出良好的发展劲头，其经验对数字乡村建设有着十分重要的借鉴价值。因此，本文聚焦于石家庄市农村电商发展的实际情况，深入探讨当地农村电商发展面临的困境及优化路径，以期改变农村地区经济活力不足的现状，推动农村电商实现高质量可持续发展。

2. 数字经济与农村电商相关理论基础

2.1. 数字经济内涵与特征

数字经济以数字技术为驱动力,利用信息和知识作为生产要素,借助信息网络提升经济效率且优化格局,它涉及技术应用、数据驱动、基础设施与数字化治理等范畴。技术应用关联云计算、大数据等信息技术内容,数据驱动说明数据在经济里的关键作用。而数字经济以新型基础设施为依托,并借助数字化治理优化市场环境,它并非仅仅是技术的变革,也是经济范式的蜕变,对传统产业结构及增长模式影响显著。数字经济的特征体现为高创新性、强渗透性和广覆盖性,高创新性反映在技术迭代带动商业模式的变革;强渗透性表现为与传统产业开展融合,推进数字化转型;广覆盖性体现为数字经济可促进城乡均衡发展,尤其是在农村地区,电子商务、数字金融等模式推动着乡村经济的融入。

2.2. 数字经济与农村电商

农村电子商务主要分为“农产品上行”以及“工业品下行”两种模式,“农产品上行”依托电商平台把特色农产品销往城市,解决流通效率和市场信息方面难题,增加农民所得,而“工业品下行”则是电商平台向农村提供工业消费品与农资产品。诸如社区团购、直播带货的本地化 O2O 模式,扩展了销售路子,助力城乡资源实现高效对接。詹晶、卢春桃等学者认为数字经济的发展显著推动了我国农村电商的进步,因此加速推进“数字乡村”建设,并制定差异化政策以促进农村电商发展显得尤为必要[1]。张苗苗也提到电子商务长期以来对推动农村经济发展和实现乡村振兴具有重要作用[2]。

数字经济的蓬勃发展为农村电商的崛起提供了有力的技术支撑与市场机遇,其影响已渗透至产业链的各个层面。在营销领域,以大数据为依托的用户画像和消费行为分析,使农产品推广策略从“粗放式推广”转变为精准营销,而直播电商等新兴模式的蓬勃兴起重塑了传统的农产品销售渠道,大量降低了流通成本额。正如 R. V. Weeks, N. Lessing 提到当前时代的一个核心宗旨是信息技术和商业系统的融合,这被各种各样的术语称为数字、知识、全球网络或新经济,几乎没有哪个领域没有受到它的影响[3]。在供应链管理方面,采用智能仓储系统和区块链溯源技术,不仅提高了物流的效率,还依靠打造可靠的质量追溯体系再度恢复了消费者信心。Hanyi Gong 在研究得出推进农产品供应链中的市场聚集管理、生产销售相匹配、和技术提高以提升农产品供应链有效率运作,能特别有效地促进农产品电商的发展[4]。同时,金融科技的发展为农村电商注入了关键的资本活力,诸如移动支付和供应链金融的创新模式,有效改善了农村地区长期存在的金融排斥问题。数据要素的市场化配置正推动农业生产方式出现根本性转变,使农户得以根据市场需求预测作出更科学的种植抉择。王鹏、张路阳指出,数字经济在推动新一轮科技革命、产业变革以及乡村振兴方面发挥着关键作用,它通过促进农村产业的升级与发展、提高农民收入、优化消费结构以及推动城乡协调发展,显著助力乡村振兴[5]。

3. 石家庄农村电商发展现状

3.1. 发展规模与增长趋势

根据石家庄市商务局的数据,自 2022 年起,全市跨境电商交易金额已达 2.35 亿美元,经海关监管的跨境电商零售进出口、保税备货进口、企业直接出口以及企业出口海外仓等业务模式均已全面落地实施。截止 2023 年,全市已构建起以小微企业、农业合作社和个体网店为主体的多元化发展模式。从经营类型这方面看,农产品加工企业、农村电商服务站点、直播带货团队与个人创业者等产业结构相对协调。电商经营主体的结构正产生明显变化:农业合作社跟农户联合经营的模式日益普遍,依靠自建电商团队或者与第三方平台协作,做到了产销直接的沟通对接,实实在在缩短了供应链环节;2020 年以来,短视频

和直播带货成为新的增长契机，涌现出“石家庄老农”“河北特产小张”等一批有影响力的本土农产品带货主播，极大增进了特色农产品的线上销售成绩。此外，石家庄市商务局积极跟高校及电商平台进行合作，实施专业培训，专门扶持返乡青年、退伍军人等群体投身农村电商创业进程，不仅让经营主体的构成变得丰富多样，更为产业发展赋予了新活力。

3.2. 主要电商平台与经营品类

石家庄市农村电商平台体系正表现出多元化的发展走向，主要依赖全国性电商平台跟本地特色平台协同发展。就全国性平台而言，淘宝、拼多多、京东这些主流电商给石家庄农产品搭建了宽广的销售渠道，而本地特色平台各自拥有不一样的亮点：“冀农汇”聚焦开展大宗农产品 B2B 交易，有效地把石家庄周边农产品基地跟全国批发商连起来；“庄里优选”则以创新形式采用社区团购模式，极大降低了物流开支，而且提升了农产品的流通速率。由石家庄市农业农村局主导的平台作为公益助农项目，不但助力贫困地区农产品实现市场对接，还开展专业的电商培训支持。电商平台普遍采用的运营模式，依靠政府政策的支持、企业市场化的运营以及农户稳定的供货，形成了高效的农产品供应体系。

从销售品类这一角度看，石家庄农村电商打造出以农产品为主导、多品类一起发展的格局。调研数据显示，生鲜农产品占据了一大块份额，诸如赵县雪花梨、赞皇大枣、正定土鸡蛋等特色产品表现极为突出；加工食品占据 30% 的比例，以赞皇核桃油、行唐红薯粉条等深加工产品为例证，有着较高的额外附加值；传统手工艺品占比约 10%，无极剪纸、晋州布艺这类非遗产品借助电商渠道重焕生机；乡村旅游及相关服务的占比为 10%，而且表现出快速上升的势头。就具体品类的市场表现而言，赵县雪花梨、赞皇大枣、行唐核桃以其优良品质，长时间占据销售前三。值得注意的是，预制菜品类异军突起，石家庄牛肉板面调料包等产品年销售额增速超过 50%，成为农村电商新的增长点，反映出消费者对方便食品的需求升级以及市场潜力。

3.3. 政策支持与基础设施建设

石家庄市政府出台了一系列强有力的农村电商扶持政策，构建起全面的政策扶持体系。在财政支持层面，给予农村电商企业创业补贴，村级电商服务站也可获得建设相关的补助；就税收政策而言，给符合要求的企业实施增值税与企业所得税减免；从人才培养角度看，和阿里巴巴、京东等头部电商平台一同实施“农村电商万人培训计划”，这些政策做法收到了显著成效，真正优化了农村电商发展的生态面貌。建设和改造基础设施方面同样实现了突破性进展，2023 年达成行政村光纤宽带以及 4G 网络全覆盖，5G 网络正高速向乡镇延伸铺开，为直播电商等新类型业态的发展铺就了基础，物流体系建设成果斐然，已构建起县、乡、村三级物流节点基础设施，打通农村电子商务“最后一公里”[6]，邮政、顺丰、京东等主要快递企业在乡镇设立了配送中心，物流成本明显下降。不过，当前仍面临偏远山区物流成本偏高、部分村级服务站运营能力有待提升等挑战，需要持续优化完善基础设施网络。

4. 石家庄市农村电商发展面临的问题

4.1. 数字技术应用短板

石家庄市农村电商的数字技术应用存在显著不足，主要体现在两个维度。首先是农村电商从业者数字素养普遍较低，调研结果显示，全市从事农村电商的人员中，45 岁以上人群所占比例高达 38%，这部分人对直播运营、数据分析这类新型电商工具的掌握水平不高。在实际工作中，大概 60% 的村级服务站工作人员仅可处理基础订单，而对店铺装修、流量优化这类进阶操作上有明显困难，存在“有设备却不会上手”的现象，本地电商平台的数字化水准急需提升。以“冀农汇”为代表的 B2B 平台存在界面设计

老化、移动端适配效果差等问题，搜索功能的精准度较低，农产品溯源系统的覆盖占比不高，远比不上长三角地区同类平台的水平，数字化应用滞后直接影响了用户的体验以及交易效率。

4.2. 供应链与物流困境

石家庄市农产品的标准化水平欠佳，现阶段全市采用了标准化生产的合作社不到半数，使得线上售卖的农产品在规格和质量上存在显著差异。以赵县雪花梨为例证，不同批次的糖度、果径等指标起伏较大，线上顾客给出差评的比率为 15%，大大降低了消费者复购的积极性。农村地区发展电商，主要以销售农产品为主，要保证农产品品质好，就要缩短物流时间，从农村地区运输到城市要经过仓储、运输、冷藏多个过程[7]，但当前电商冷链物流存在较明显的短板，尽管已逐步建立“田头 + 直销 + 网络”的多层次冷链寄递物流体系，加强产业链上下游企业合作[8]，但乡镇这一级别的冷链覆盖率低，引发草莓等易腐农产品的运输损耗率依旧较高。就物流配送情况而言，“最后一公里”难题依旧没能完全解决，偏远山区的物流成本相比平原地区较高，物流信息系统的智能化程度欠佳，订单跟踪的精准率比不上城市地区，直接造成农产品上行成本上升，使市场竞争力下降。

4.3. 市场竞争与品牌建设难题

与工业品不同，农产品较难产生让消费者能够明显感知的可持续差异化[9]。在目前激烈的市场竞争态势中，石家庄农村电商正面临严苛挑战。从外部当下环境看，山东、陕西等地的同类农产品凭借规模化管理和补贴方针，持续挤压着石家庄农产品的市场占比。同时因社区团购平台进行全国化布局，外地低价农产品大量涌入本地市场，引发石家庄部分传统优势农产品线上价格持续下跌。品牌建设方面的问题极为明显，即便已打造出“赵州梨”等区域公共品牌，但经消费者认知度调查后显示，于一线城市而言，这些品牌的识别率不足 30%。品牌培育主要碰到三大难点：未具备系统的品牌战略规划，有 80% 的合作社未配备专业品牌团队；品牌推广投入的资金规模有限，各个品牌年度推广预算平均不足 50 万元；第三点是对品牌故事的挖掘不够深入，难以形成具有差异的竞争优势局面，导致石家庄农产品难以突破中低端市场的局限。

4.4. 人才短缺问题

人才稀缺已然是制约石家庄农村电商发展的关键瓶颈，这一困境导致诸多电商项目只能保持低水平操作，不易达成突破性成效。现阶段人才不足呈现出明显的结构特质：从专业构成相关方面看，全市农村电商行业合格的运营总监级人才短缺，拥有直播策划本事的专业人才缺口明显；就地域分布而言，县级及以下区域的电商人才密度只是市区的五分之一。在技术岗位方面，大数据分析、视觉设计等的高级人才乃是稀缺资源。而引发这一人才困境的缘由是多方面的：人才引进与留存机制未健全，县级电商产业园配套政策的吸引力不充分，造成大多数电商专业毕业生更偏好选择一二线城市就业；培训体系的完善程度欠佳，当下现有的培训课程里面，只有 30% 涉及直播电商这类前沿领域；职业发展的上升通道不通达，农村电商从业者的发展空间和薪酬标准一般低于城市同类岗位。

5. 石家庄市农村电商发展的对策分析

5.1. 加强数字基础设施建设

石家庄市应搭建“三级联动”的数字素养培训体系。就市级层面而言，设立农村电商数字学院，联合河北经贸大学等高校开展阶梯式课程体系开发；在县级层面，筹备实训基地，配备直播模拟室、数据可视化实验室等配套设施，每年按既定计划开展实操培训；在村级层面，实施“数字导师”制度，从返乡大学生、退伍军人里面选拔并造就数字辅导员，实施“一对一”辅导，构建培训效果跟踪体系，把结业学

员的店铺运营数据放进考核体系。

实施平台赋能特别行动，政府拿出资金设立数字化改造专项，采取“以奖代补”的做法支持平台升级，聚焦推动三大改造：一是实施用户界面的智能化改造工作，采用 AI 客服、语音搜索等功能，实现平台响应速度提升至毫秒级；二是实施供应链数字化改造举措，采用并推广区块链溯源系统，慢慢实现主要农产品“一物一码”的全面覆盖；三是实施运营管理系统的升级操作，引入智能选品、自动定价等算法工具。构建“政企数据共享平台”，把农业农村局的产地相关数据、市场监管局的质检相关数据和平台销售数据整合，构建起农产品全生命周期的数据库，择取出色本地平台作为示范标杆，引入杭州、深圳等地技术服务商实施结对帮扶，打造富有石家庄特色的数字化解决路径。

5.2. 完善供应链与物流体系

健全的物流体系不仅能拓宽农产品销售渠道，增加农民销售收入，更有助丰富农村产业构成，增加就业岗位，促进乡村发展[10]。促进农村电商发展、完善供应链与物流体系需集中于两大核心方向：供应链实现标准化与物流达成协同化，进而达成双向拉动。从农产品的生产阶段到加工阶段，应当全面开展标准化操作，包括建立一套完善的农产品分级、包装及溯源体系，可有效塑造具有代表性的“石家庄农产品”区域公共品牌，进而提高农产品的市场竞争力与品牌价值。在物流方面，应把邮政、供销社等现有的物流资源整合起来，组建一个覆盖县、乡、村三级的共同配送体系，以让配送效率提高。推广客户和货物、邮件的融合配送模式以及冷链技术采用，能保障农产品在运输期间的品质与新鲜度。通过这些综合措施，最终目标是构建一个“品质可控、配送高效”的农村电商生态系统，为乡村振兴战略的实施提供坚实保障。

5.3. 强化市场竞争与品牌建设

重点发展三大类产品：其一是推出功能型农产品，开发富硒梨、低糖核桃这类健康产品；二是贴合场景的产品，推出石家庄宴礼盒套装，整合以藁城宫面、正定崩肝为主的地方特色美食；其三为体验型产品，设计果树认养、农耕研学这类增值服务。同时筹备产品创新实验室，与河北省农科院联合开展品种改良及加工工艺研发工作，设立“电商大数据 + 科研机构 + 生产企业”的协同创新体系，依照消费趋势实时调整产品结构。

着手品牌矩阵组建项目，建成区域“公共品牌 + 企业品牌 + 产品品牌”的三级架构体系，招用专业品牌策划机构，针对“赵州梨”等区域品牌设计统一的视觉识别及品牌话语体系。推动各大电商平台加大农村市场投入力度，通过发起助农专项活动，拓宽农产品的营销空间，充分利用流量优势，打造有特色的优质农产品电商品牌，使农产品的流量优势转化为市场销量[11]。更新品牌传播手段，打造出属于“石家庄农产品虚拟代言人”，采用元宇宙技术达成沉浸式品牌体验，构建品牌授权应用的制度，制订严格的进入准则与退出机制。

5.4. 加强人才培养与引进

农村电商的人才培养也是农村电商高质量发展新生态的一项重要内容，通过引进和培养两个方面，提高农村电商从业人员素质水平[12]。落实人才培养计划的实施，构建以“学历教育 + 职业培训 + 实践锻炼”为主的综合培养体系。通过与高校重点专业开展对接，搭建农村电商人才储备库，对入库人才采取动态管理和不间断教育。实施“新农人”培育工程，关键培养既熟悉农业领域又熟悉电商领域的复合型人才，在县级职业教育中心普遍设置电商专业班，采用灵活的学制安排，还借助与头部电商平台的合作建立认证体系，促成培训证书跟平台流量扶持政策相挂钩。

政府对应部门应增强政策支持力度,实施一系列优惠政策,包括优先办理落户、优先实施住房保障、优先开展创业扶持等。筹备人才发展专项资金,为引进的电商行业高级人才给予补贴。实施“人才返乡”工程,建立针对在外电商人才的档案库,推出个性化的返乡就业服务。革新人才任用机制,启用“云端顾问”等柔性引才方式。完备职业发展路径,新增农村电商专业职称评审序列,采用评选电商十大领军人物等方式,给予电商人才政治方面的荣誉以及物质奖赏。

6. 结论

农村电商已成为推动数字经济发展的关键力量,积极推动石家庄农村电商产业的发展,不仅能让农民充分享受与城市居民同等的数字化红利,还能进一步促进农村地区的建设与发展。本文在分析国内外数字经济背景下农村电商发展现状的基础上,对石家庄市的农村电商现状及问题进行了全面调研与分析。研究发现,尽管石家庄农村电商取得了一定进展,但在数字技术应用、物流供应、品牌市场建设以及人才培养等方面仍存在明显不足,农村电商的经营模式也亟待创新。针对上述问题,本文从数字经济发展的角度提出以下对策:加强数字基础设施建设,提升农村电商的技术支撑能力完善供应链与物流体系,优化农村电商的供应链管理;强化市场竞争与品牌建设,提高农村电商的市场竞争力;加强人才培养与引进,为农村电商发展提供智力支持,从而为推动农村电子商务的发展,助力乡村振兴进程提供有益的参考和启示。

参考文献

- [1] 詹晶, 卢春桃. 数字经济对我国农村电商发展的影响效应研究[J]. 调研世界, 2022(9): 3-11.
- [2] 张苗苗. 数字经济赋能农村电商发展的优化路径研究[J]. 现代商业, 2024(3): 7-10.
- [3] Weeks, R.V. and Lessing, N. (2001) Convergence of Emerging Information Technology and Business Practice in the Digital Economy. *SA Journal of Information Management*, 3, a140. <https://doi.org/10.4102/sajim.v3i3/4.140>
- [4] Gong, H.Y. (2019) Research on the Agricultural Products Supply Chain Model in Sichuan Province under E-Commerce Environment. *Proceedings of the 1st International Symposium on Economic Development and Management Innovation (EDMI 2019)*, Hohhot, 28-29 July 2019, 528-532. <https://doi.org/10.2991/edmi-19.2019.85>
- [5] 王鹏, 张路阳. 数字经济赋能乡村振兴的实现路径、挑战与对策[J]. 发展研究, 2023, 40(4): 18-23.
- [6] 石家庄市人民政府办公厅. 关于加快推进农村电子商务全覆盖的实施意见[EB/OL]. <http://www.sjz.gov.cn/columns/e12f78c0-9c81-4f1d-b279-4c9d8a66df6a/201706/02/47090b09-0da8-487e-8cf4-59cd626a0c73.html>, 2016-09-24.
- [7] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [8] 石家庄市人民政府办公室. 关于加快农村寄递物流体系建设的若干措施[EB/OL]. <http://www.sjz.gov.cn/columns/3761c125-e069-4547-b4de-c6bdf405c007/202112/02/1e752a72-551c-43de-8d54-d5b4bcddee9f.html>, 2021-11-12.
- [9] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.
- [10] 杨玉新, 张妍. 数字经济引领农村电商生态建设的现实困境与推进策略[J]. 农业经济, 2024(9): 140-142.
- [11] 文进爱, 邱伟芳. 数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J]. 农业经济, 2024(9): 137-139.
- [12] 余花, 李学卫. 乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2025(3): 136-137.