

“数商兴农”背景下农村电商数字化发展的破局与创新

黄雨晴¹,章艳华¹,林中正²

(1. 江苏电子信息职业学院,江苏淮安 223003;2. 江苏省淮安市农业农村局,江苏淮安 223001)

[摘要]在“数商兴农”的时代背景下,农村电商数字化发展对于推动乡村振兴战略实施、促进农业产业升级和农民增收具有至关重要的意义。本文旨在深入探讨农村电商数字化发展的有效模式,以解决当前面临的发展困境。通过综合运用案例分析、文献研究等方法,对国内外农村电商数字化发展现状进行剖析。研究发现,尽管当前农村电商数字化取得了一定成果,如农村网络零售额、农产品上行规模逐年递增,电商模式不断创新,包括电商平台、社交电商、直播电商等模式的兴起,但仍面临数字基础设施薄弱、农业数字化转型滞后、电商人才短缺、品牌建设与营销能力不足等问题。基于此,本文提出加强数字基础设施建设、加速农业数字化转型、强化人才培养与引进以及提升品牌建设与营销水平等一系列针对性策略,为“数商兴农”背景下农村电商数字化的持续、健康发展提供理论支持与实践指导。

[关键词]数商兴农;农村电商;数字化

[中图分类号] F724.6; F323.7

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-711X(2025)17-0018-03

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2025.17.007

[本刊网址] <http://www.hbxb.net>

随着互联网、大数据、云计算等技术的日益普及,城市电商发展已然趋近成熟,而农村地区因其独特的产业结构与地域特性,电商发展尚蕴含巨大潜力。在此背景下,“数商兴农”政策的落地,作为一项具有前瞻性与引领性的政策应运而生,它旨在借助数字化手段,全方位打通农村电商的产业链条,涵盖农产品的生产、加工、销售等各个环节,进而实现农业增效、农民增收以及农村繁荣的美好愿景,承载着推动农村电商数字化转型、助力乡村振兴的重任。

一、“数商兴农”与农村电商数字化内涵剖析

“数商兴农”作为数字经济时代助力乡村振兴的关键政策指引,蕴含着深邃的内涵与明确的导向。它旨在全方位激活农村电商潜能,深度赋能农业农村数字化转型。从政策目标来看,其核心聚焦于构建完备且高效的农村电商生态体系。

农村电商数字化是一个涵盖多环节、多领域的系统性变革,它依托前沿数字技术,深度渗透并重塑农村电商的每一个关键节点,使其与传统电商模式形成鲜明对比,展现出独特的时代魅力与发展活力。农村电商数字化立足农村特色资源,以农产品上行与农村消费升级为双驱动,更强调生产源头的数字化改造,借助数字技术贯通产业链上下游,精准对接供需两端;营销模式更注重场景化、体验式,深挖农产品地域文化内涵,强化消费者与农村、农民的情感纽带,全方位展现乡村魅力与农产品价值,开辟出一条独具特色的电商发展新路径。

二、农村电商数字化发展现状分析

(一)“数商兴农”发展现状

随着“数商兴农”战略的深入推进,农村电商数字化发展呈现出蓬勃态势。近年来,农村网络零售额持续攀升,据相关数据显示,2023年农村网络零售额达到2.49万亿元,2024年前三季度,我国农村网络零售额同比增长8.3%,充分展现出农村电商市场的强劲活力,越来越多的特色农产品通过电商平台走向全国乃至全球市场。以江苏省为例,特色农产品资源丰富多样,如阳澄湖大闸蟹、阳山水蜜桃、东台西瓜等,

这些农产品凭借独特品质与地域品牌,在市场上颇具竞争力,为电商发展提供优质货源。

(二)电商数字化发展新模式

1.“电商企业+基地+专业合作社+农户”模式

探索并推广“电商企业+基地+专业合作社+农户”模式,成效显著。众多电商企业深度下沉,与农产品基地、专业合作社紧密携手,构建起稳固且高效的合作桥梁。在生产过程中,电商企业引入先进的物联网技术,对蔬菜生长环境进行实时监测与调控,确保品质优良。专业合作社则发挥组织协调优势,统一农资采购、技术培训与田间管理,降低生产成本,提高生产效率。农户按照标准化流程精心耕耘,收获的蔬菜由电商企业通过线上平台迅速销往全国各地。

2.“融媒体+商务”与电商直播模式

省、市、县、村充分发挥融媒体优势,为电商发展注入强大动力。各地融媒体中心利用自身的传播矩阵,涵盖电视、广播、报纸、新媒体公众号等多平台,全方位宣传本地特色农产品。以南京溧水为例,融媒体制作精美的农产品专题节目,在电视黄金时段播出,同时在新媒体平台推送图文并茂、生动有趣的农产品推文,详细介绍溧水草莓、青梅等特产的种植故事、营养价值与口感风味,引发广泛关注。电商直播更是成为农产品销售的“利器”。众多乡村干部、网红达人纷纷走进直播间,为家乡农产品代言。电商直播不仅拓宽销售渠道,还拉近消费者与农产品产地的距离,增强消费信任,推动农产品上行迈上新台阶。

3.“旅游+电商”模式

依托丰富的乡村旅游资源,巧妙融合电商元素,开创“旅游+电商”协同发展新局面。苏州、无锡等地乡村旅游景点,借助电商平台推出特色旅游线路预订、乡村民宿在线订购等服务,游客轻点鼠标即可规划完美乡村游行程。同时,将当地特色农产品、手工艺品纳入旅游购物范畴。电商与旅游的深度融合,延长产业链,拓展增收渠道,助力乡村经济多元化发展。

收稿日期:2025-2-21

基金项目:本文系江苏省2023年度高校哲学社会科学研究一般项目资助课题“数字经济背景下高职电商人才培养服务乡村振兴路径研究”(项目编号:2023SJYB1927);受江苏电子信息职业学院“苏电英才”资助。

作者简介:黄雨晴(1991—),女,江苏电子信息职业学院讲师,主要从事电子商务、乡村振兴相关研究。

三、农村电商数字化发展的制约因素

(一)数字基础设施薄弱

我国农村地区在网络基础设施建设方面与城市存在显著差距,这成为制约农村电商数字化发展的关键瓶颈之一。网络覆盖程度不均,城市区域基本实现了高速宽带与5G网络的深度普及,网络信号稳定、传输速率高,能够充分满足电商运营中的海量数据传输、高清直播带货等需求。反观农村,部分偏远山区、贫困地区仍深陷网络覆盖盲区或信号微弱困境,4G网络尚未完全覆盖,5G基站建设滞后,网络信号时常中断、卡顿,严重阻碍电商业务的正常开展,使得农产品直播带货过程中画面卡顿、延迟,消费者购物体验极差,商家订单流失严重。物流配送基础设施不容乐观。物流站点布局失衡,城市物流配送网络密集,快递网点星罗棋布,基本实现社区、商业区全覆盖;农村物流站点少且分布零散,多集中于乡镇中心,偏远村落难以企及,“最后一公里”配送难题突出。

(二)农业数字化转型滞后

农业生产环节的数字化转型滞后,严重制约了农村电商的高质量发展。在生产标准化程度方面,我国农业长期处于较低水平。不同地区、不同农户对于同一种农产品的种植、养殖方式差异显著,缺乏统一规范的操作流程与质量标准。相较于发达国家广泛运用的智能农机装备、自动化灌溉系统以及基于大数据与人工智能的精准农业决策平台,我国农村地区的智能化生产设备普及率极低。多数农户依旧依赖人力劳作,农业生产效率低下,成本居高不下。即便部分地区引入了一些智能设备,也因农民操作技能欠缺、后期维护困难以及设备与当地农业生产模式适配性不佳等问题,导致设备闲置率高,无法充分发挥其提升生产效率、优化资源配置的优势,难以实现农业生产与电商销售需求的高效对接。

(三)电商人才短缺

农村电商人才短缺问题已然成为制约其发展的关键瓶颈之一。一方面,农村电商人才呈现外流态势。相较于城市,农村地区在经济发展水平、基础设施建设、公共服务配套以及就业机会丰富度等诸方面存在显著劣势。另一方面,农村电商专业人才匮乏。从知识技能维度剖析,农村电商从业者大多为农民出身,文化水平普遍偏低。他们虽熟悉农产品特性,但缺乏电商运营、网络营销、数据分析等专业知识,难以驾驭电商平台复杂规则,致使店铺运营效率低下,如许多农户开设网店后,因不懂搜索引擎优化、社交媒体推广技巧,店铺流量少、销量不佳。复合型人才更是稀缺,既懂农业又精通电商、物流、供应链管理的人才凤毛麟角,难以构建起高效协同的农村电商产业链。在人才培养机制层面,农村电商培训体系尚不完善,培训内容理论性过强、实用性不足,与农村实际需求脱节;培训师资力量薄弱,多数培训教师缺乏实战经验,无法给予学员精准指导;培训方式单一,多以集中授课为主,线上线下融合培训模式尚未普及,难以满足不同学员学习需求,制约人才培养质量与效率提升,进而阻碍农村电商向纵深发展。

(四)品牌建设与营销能力不足

农产品品牌建设滞后,品牌知名度低、影响力弱,是农村电商发展面临的一大困境。一方面,品牌培育意识淡薄。许多农户与涉农企业缺乏对品牌战略重要性的深刻认知,仍停留在“卖产品”而非“卖品牌”的初级阶段,未充分意识到品牌蕴含的巨大附加值与市场竞争力。另一方面,品牌塑造与推广能力欠缺。农产品品牌策划缺乏系统性、创新性,品牌名

称、标识、包装设计未能充分挖掘地域文化特色与产品核心卖点,难以在琳琅满目的市场中脱颖而出。在品牌推广环节,营销手段单一、落后,过度依赖传统线下展销、批发渠道,对电商平台、社交媒体、网络直播等新兴营销渠道利用不足。部分农村电商虽涉足直播带货,但因直播内容乏味、主播专业素养不高,无法有效吸引消费者关注,品牌推广效果不佳,难以将品牌优势转化为市场份额,制约农村电商向高端化、品牌化发展。

四、推动农村电商数字化发展的策略建议

(一)加强数字基础设施建设

数字基础设施作为农村电商发展的基石,其完备程度直接关乎农村电商数字化进程的快慢。当前,我国农村地区在网络与物流等关键基础设施层面,与城市相较存在显著落差,亟待全方位、大力度地优化升级,为农村电商腾飞筑牢根基。

在网络基础设施建设领域,应持续加大资金投入与政策扶持力度。一方面,加速农村地区5G网络的广泛覆盖,尤其是偏远山区、贫困地区,要确保5G基站建设稳步推进,让高速、稳定的网络信号深入每一寸乡村土地。同时,物流基础设施建设同样刻不容缓。政府需统筹规划,优化物流配送网络布局,在县域、乡镇合理增设物流配送中心与服务站点,提高物流配送的覆盖率与便捷性。鼓励物流企业创新配送模式,运用大数据、智能算法等技术手段,优化配送路线,提升配送效率,降低物流成本。例如,一些地区采用“共同配送”模式,整合多家物流企业资源,实现货物集中运输、统一配送,物流成本降低30%,配送时效提高50%。同时,加大冷链物流设施建设投入,针对生鲜农产品保鲜需求,配备专业冷藏车辆、冷链仓储设备,确保农产品在运输与储存过程中的品质稳定。据统计,完善冷链物流体系后,生鲜农产品损耗率可从25%降至10%以内,极大提升农产品附加值与市场竞争力。

此外,还应强化农村电商服务站建设,为农户提供电商培训、产品展示、代运营等一站式服务,打通农村电商发展的“最后一公里”,让农民在家门口就能享受到便捷、高效的电商服务,激发农村电商发展的内生动力,推动农村电商迈向高质量发展新阶段。

(二)加速农业数字化转型

农业数字化转型作为农村电商蓬勃发展的根基,对推动农村电商向纵深迈进、实现农业现代化起着举足轻重的作用。当下,我国农业数字化虽已初见成效,但与发达国家相比,仍存在较大差距,亟待全方位、深层次地加速推进。

在智能农业技术推广领域,应不遗余力地加大力度。一方面,政府要发挥引领作用,通过财政补贴、税收优惠等政策“组合拳”,激发农业企业、农户引入智能农机装备、物联网监测设备、精准农业管理系统的积极性。另外,农产品质量标准体系建设同样刻不容缓。政府应主导构建涵盖国家标准、行业标准、地方标准的多层次农产品质量标准框架,对农产品的外观、口感、营养成分、农残、重金属含量等关键指标制定严格规范。同时,大力推广农产品质量认证体系,鼓励农户与企业积极开展“三品一标”认证,即无公害农产品、绿色食品、有机农产品认证以及农产品地理标志登记,提升农产品品牌信誉度与市场竞争力。通过加速农业数字化转型,为农村电商注入源源不断的发展动力,助力我国农业农村现代化事业迈向新高峰。

(三)强化人才培养与引进

在本土人才培养层面,需构建全方位、多层次的培育体

系。政府应联合高校、职业院校以及专业培训机构,精准对接农村电商发展需求,定制化开发涵盖电商运营基础、网络营销实战、农产品品牌塑造、物流供应链管理为核心课程的培训项目。政府可以加强携手高校电商专业,为农户量身打造“电商特训营”,通过理论授课、案例剖析、实操演练相结合的方式,深入浅出地传授电商知识与技能。同时,要注重实践教学与田间课堂建设。组织学员深入电商企业、农村电商基地,实地观摩学习电商运营全流程,邀请资深电商从业者、行业专家现场指导,答疑解惑;在田间地头开设“移动课堂”,结合农作物生长周期、农事活动,传授农产品电商实操要点,让农民学员在熟悉的场景中快速掌握实用技能,切实提升培训实效性。

就吸引外部人才而言,要打造具有吸引力的政策“磁石”。各地政府可出台系列优惠政策,诸如为返乡创业电商人才提供创业补贴、场地租赁补贴、贷款贴息等支持,减轻创业资金压力;在住房、子女教育、医疗等配套服务方面给予保障,消除后顾之忧。

(四)提升品牌建设水平

挖掘农产品品牌价值是品牌建设的根基。各地应深入探寻本地农产品的独特地域文化内涵,每一种农产品往往都承载着当地的历史传承、民俗风情。以浙江安吉白茶为例,安吉素有“中国白茶之乡”的美誉,其白茶种植历史悠久,当地茶农世代相传的制茶工艺精湛独特。通过将文化元素巧妙融入品牌故事、包装设计,安吉白茶成功塑造出高端、生态的品牌形象,在市场上脱颖而出,价格远超普通白茶,极大提升了产品附加值。

创新营销方式是农产品品牌推广的关键驱动力。社交媒体营销已然成为当下潮流,具有成本低、传播快、互动强的显著优势。农村电商从业者应积极借助微博、微信、抖音等热门社交平台,精心策划丰富多彩的营销活动。例如,邀请

网红博主深入农产品产地,实地体验农事劳作、品尝新鲜农产品,以直播、短视频的形式生动展现农产品的生长过程、采摘乐趣,引发网友的广泛关注与共鸣。

五、结论与展望

本研究深入剖析“数商兴农”背景下农村电商数字化发展模式,明确其在乡村振兴战略中的关键地位与深远意义。通过解读政策内涵、剖析农村电商数字化各环节变革,揭示其发展必要性。现状分析展现我国农村电商规模增长、模式多元的良好态势,探讨创新实践与现存问题。进一步探究制约因素,涵盖数字基建薄弱、农业转型滞后、人才匮乏、品牌与营销短板以及政策落实与监管不足等。多维度举措旨在破除瓶颈,推动农村电商数字化高质量发展,实现农业增效、农民增收、农村繁荣,助力乡村振兴宏伟蓝图落地。

参考文献:

- [1]王昕天,荆林波,张斌. 电商如何驱动农业产业链数字化:理论阐释与实践演进[J]. 中国软科学,2024(3):47-56.
- [2]林戴嘉,黄炫洲,刘柳灵. 数字化新质生产力赋能农村直播电商路径研究——以广东省汕尾市为例[J]. 中国商论,2024,33(24):88-92.
- [3]尹淑杰. 数字技术助力我国农村电商发展的实践路径[J]. 市场瞭望,2024(21):25-27.
- [4]李旭辉,陈梦伟. 中国乡村数字化转型:测度、区域差异及推进路径[J]. 农业经济问题,2023(11):89-104.
- [5]仇明慧. 数字经济背景下农村电商发展现状、问题与对策[J]. 湖北开放职业学院学报,2023,36(8):166-168.
- [6]章雁峰. “数商兴农”工程助力农村电商数字化发展[J]. 价值工程,2022,41(26):166-168.
- [7]鲁钊阳. 网络直播与生鲜农产品电商发展:驱动机理与实证检验[J]. 中国软科学,2021(3).

The Breakthrough and Innovation of Rural E-commerce Digital Development under the Background of “Digital Business for Rural Development”

HUANG Yu-qing¹, ZHANG Yan-hua¹, LIN Zhong-zheng²

(1. Jiangsu Vocational College of Electronics and Information, Huai'an Jiangsu 223003;

2. Jiangsu Province Huai'an City Agriculture and Rural Affairs Bureau, Huai'an Jiangsu 223001, China)

Abstract: In the context of the era of “promoting agriculture through digital commerce”, the digital development of rural e-commerce is of great significance for promoting the implementation of rural revitalization strategies, upgrading agricultural industries, and increasing farmers' income. This paper aims to explore in depth the effective models for the digital development of rural e-commerce, in order to address the current development challenges. It analyzes the current status of digital development of rural e-commerce both domestically and internationally through the comprehensive use of case analysis, literature research, and other methods. Research has found that although digitalization of rural e-commerce has achieved certain results, such as increasing rural online retail sales and the scale of agricultural product growth year by year, and continuous innovation in e-commerce models, including the rise of e-commerce platforms, social e-commerce, live streaming e-commerce, etc., it still faces problems such as weak digital infrastructure, lagging agricultural digital transformation, shortage of e-commerce talents, and insufficient brand building and marketing capabilities. Based on this, this paper proposes a series of targeted strategies, including strengthening digital infrastructure construction, accelerating agricultural digital transformation, enhancing talent cultivation and introduction, and improving brand building and marketing level, to provide theoretical support and practical guidance for the sustainable and healthy development of rural e-commerce digitization under the background of “promoting agriculture through digital commerce”.

Key words: digital business for rural development; rural e-commerce; digitalization

(责任编辑:章樊)