

数字经济背景下农村电商发展困境及策略探析

王玉豪

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年3月20日; 录用日期: 2024年4月12日; 发布日期: 2024年5月31日

摘要

数字经济是指以数据、网络、人工智能等为代表的新经济形态, 其快速发展为各行各业带来了新的机遇和挑战。特别是在农村电商领域, 数字经济的发展为农村经济的发展提供了新的动力和思路。因此, 本文旨在探讨数字经济背景下农村电商发展的问题, 以为农村电商的发展提供有益的参考和建议。

关键词

数字经济, 农村电商, 发展策略

Exploring the Development Challenges and Strategies of Rural E-Commerce under the Background of Digital Economy

Yuhao Wang

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 20th, 2024; accepted: Apr. 12th, 2024; published: May 31st, 2024

Abstract

The digital economy refers to a new economic form represented by data, networks, artificial intelligence, etc. Its rapid development has brought new opportunities and challenges to various industries. Especially in the field of rural e-commerce, the development of digital economy has provided new impetus and ideas for the development of rural economy. Therefore, this article aims to explore the development of rural e-commerce in the context of the digital economy, in order to provide useful references and suggestions for the development of rural e-commerce.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Development Strategy

Copyright © 2024 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

随着互联网技术的不断发展，数字经济已经成为全球经济发展的新引擎。我国政府高度重视数字经济发展，将其作为国家战略进行布局。特别是在农村电商领域，数字经济为农村经济发展提供了新的机遇，同时也带来了新的挑战。因此，研究数字经济背景下农村电商发展问题具有重要的现实意义。

2. 数字经济背景下农村电商发展现状

2.1. 农村电商的普及率逐渐提高

随着互联网的普及和移动设备的普及，越来越多的农村地区开始接入互联网，农村电商的普及率逐渐提高。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)公布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 6 月，我国网民规模达 10.79 亿人，较 2022 年 12 月增长 1109 万人，互联网普及率达 76.4%，其中电商直播用户规模从 3.09 亿增长至 4.69 亿，年复合增长率达 23.2% [1]。

2.2. 农村电商的平台逐渐多样化

现在，越来越多的电商平台开始关注农村市场，推出了专门针对农村市场的电商产品和服务，不再局限于传统的电商平台。例如，阿里巴巴、京东等大型电商平台都推出了农村电商产品，为农村消费者提供了更加便捷的购物体验。

2.3. 农村电商的产品种类逐渐丰富

农村电商的蓬勃发展促进了农村消费者的多元化需求，随之，农村电商的产品种类也逐渐丰富。从传统的农产品到生活用品、家居用品等，农村电商的产品种类越来越丰富，为农村消费者提供了更加多样化的购物选择。

2.4. 农村电商的销售额逐年增长

随着农村电商的普及率逐渐提高、平台多样化、产品种类丰富，农村电商的销售额逐年增长。根据商务部数据显示，2023 年农村和农产品网络零售额分别达 2.49 万亿元和 0.59 万亿元，增速均快于网零总体。由此可见，农村电商的发展为农村经济的发展提供了新的动力。

3. 数字经济背景下农村电商发展困境

3.1. 政策支持不足

首先，顶层设计不够完善。尽管政府已经出台了一系列政策支持农村电商发展，如《关于推进农村电子商务发展的指导意见》《农村电子商务发展规划》等文件，明确了发展农村电商的目标和任务，但在具体实施过程中，政策支持力度不够，缺乏针对性。一方面，政策支持没有从全局和战略的高度进行

顶层设计，导致政策目标不明确，政策执行力度不足。另一方面，政策支持缺乏连续性和稳定性，政策执行过程中容易受到各种因素的影响，政策效果难以持久。

其次，政策落实不到位。虽然政策文件中明确了对农村电商发展的支持措施，但在实际操作中，政策落实不到位的问题仍然较为突出。一方面，地方政府对政策支持的理解和执行存在偏差，导致政策效果不明显。另一方面，政策支持措施的实施过程中，缺乏有效的监督和评估机制，政策执行效果难以得到及时反馈和调整。

再次，政策支持方式单一。当前，我国政府对农村电商发展的政策支持主要采取财政补贴、税收优惠、贷款贴息等方式，这些方式在一定程度上对农村电商发展起到了积极的推动作用。然而，政策支持方式单一，容易导致农村电商发展过程中出现资源浪费和重复建设的问题，也容易使农村电商发展过程中忽视市场机制的作用，不利于农村电商的长期发展。

3.2. 基础设施落后

农村地区的基础设施相对落后，这是农村电商发展的一个瓶颈。首先，农村地区的交通、通信、能源等基础设施相对落后，导致很多农村地区的居民无法享受到互联网带来的便利。特别是在一些偏远山区和贫困地区，由于交通不便、通信不畅等问题，导致这些地区的居民无法及时了解市场信息，无法享受到农村电商带来的便利。

其次，农村地区的基础设施落后限制了农村电商的发展空间。由于基础设施落后，农村地区的物流、仓储等环节存在很多问题，导致农村电商的运营成本较高，难以实现高效、低成本的运营。此外，也会导致农村电商的推广和宣传受到限制，难以吸引更多的用户和商家参与农村电商的发展。

3.3. 技术水平有限

首先，农村地区的互联网普及率较低。虽然近年来政府大力推动农村信息化建设，但是由于农村地区基础设施薄弱、人口密度低、网络覆盖范围有限等原因，农村地区的互联网普及率仍然很低。这限制了农村电商的发展空间，使得农村消费者难以享受到与城市消费者相同的购物体验。

其次，农村地区的电商平台数量相对较少，且品质参差不齐。由于农村地区消费者数量较少，电商平台在开发产品和服务时，往往只关注城市消费者的需求，忽略了农村消费者的特点和需求。这导致农村地区的电商平台产品和服务质量参差不齐，难以很好地满足农村消费者的需求。

最后，农村地区的网络安全问题较为突出。由于农村地区互联网普及率较低，农村消费者对网络安全的认识不足，容易被网络诈骗、信息泄露等网络安全问题所困扰。这给农村电商带来了较大的风险，需要加强网络安全保障。

3.4. 农村物流配送体系不完善

农村物流配送体系不完善，主要表现在以下几个方面：

基础设施建设滞后。农村物流配送体系的建设需要投入大量的人力、物力和财力。然而，目前我国农村地区的物流基础设施包括仓储设施、运输工具、配送中心等仍然相对落后。这不仅影响了农村电商的物流效率，也制约了农村地区的发展。

配送网络不完善。目前我国的农村配送网络还不够完善，覆盖范围有限，且存在盲区。这导致农村消费者难以享受到和城市消费者相同的购物体验，也限制了农村电商的发展空间。

配送成本高。农村地区的物流配送成本相对较高，主要原因是物流设施落后、运输距离长、物流人员素质低等因素。这使得农村电商的物流成本比城市电商高出很多，也影响了农村消费者的购物体验。

配送服务不到位。主要表现在配送速度慢、配送质量差、配送服务不到位等方面。

3.5. 农民信息化水平低

首先，农民的信息化水平低，导致他们对电商平台的认知和应用能力不足。许多农民并不了解电商平台的概念，也不知道如何使用电商平台进行购物和销售。这导致了农村电商的销售渠道受限，销售量难以提高。

其次，由于农民缺乏电商平台的知识和技能，他们无法有效地利用电商平台进行销售和采购。这导致了农村电商的发展受到限制，难以发挥其应有的作用。

此外，农民的信息化水平低也限制了农村电商的可持续性。由于农民对电商平台的知识和技能缺乏了解，他们无法有效地管理电商平台，也无法有效地维护电商平台。这导致了农村电商的可持续性受到威胁，难以长期发展。

3.6. 市场竞争激烈

3.6.1. 电商平台竞争

随着农村电商市场的不断扩大，电商平台之间的竞争越来越激烈。各大电商平台纷纷加大投入，通过优化产品、降低价格、提高服务质量等方式吸引用户，提高市场份额。一方面，这种竞争格局对于农村电商的健康发展具有重要的推动作用。另一方面，竞争激烈的市场格局也容易导致恶性竞争，造成市场价格波动，影响消费者权益，亦或导致一些小型电商平台被淘汰，从而限制了农村电商市场的竞争活力。

3.6.2. 产品同质化竞争

农村电商的产品同质化竞争也是市场竞争激烈的一个重要表现。由于农村市场的特殊性，电商平台在选择产品时往往面临着相似的竞争压力。为了在竞争中脱颖而出，电商平台不得不通过提高产品质量、优化售后服务等方式来吸引消费者。这种竞争格局对于农村电商的发展具有一定的阻碍作用。

3.6.3. 服务竞争

随着农村电商市场竞争的加剧，服务竞争也日益激烈。电商平台之间的竞争不再仅仅局限于产品价格和质量，而是开始转向服务竞争。电商平台需要提供更加优质的服务，如售后服务、物流配送、技术支持等，以吸引和留住消费者。然而，服务竞争同样也带来了不少问题，如服务费用过高、服务不周到等。

4. 数字经济背景下农村电商发展策略探析

4.1. 完善政策支持体系

首先，政府应加大对农村电商发展的支持力度，完善政策支持的具体措施。例如，在财政支持方面，政府可以加大对农村电商企业的资金投入，提高贷款额度；在税收优惠方面，政府可以针对农村电商企业提供一定的税收减免政策。

其次，针对农村电商发展的具体问题，如人才培养、产业链完善等方面，政府应进一步提供有针对性的政策支持。例如，政府可以出台针对农村电商人才培养的优惠政策，鼓励高校、职业院校与企业合作，共同培养农村电商人才。

最后，政府应加强对农村电商政策支持体系实施效果的监测，确保政策支持措施落地生根。政府可以定期对政策支持措施的执行情况进行评估，对执行效果不佳的政策措施进行调整。同时，政府还应加

强对政策支持措施的宣传，提高农村电商企业的政策意识。

4.2. 加大基础设施建设投入

目前，农村地区的网络基础设施相对薄弱，很多农村地区甚至没有网络覆盖。这限制了农村电商的发展。政府和企业应当加大对于农村地区基础设施建设的投入，提升网络覆盖范围和网络速度，加快农村电商平台的建设和运营[2]。

其次，农村地区的电力和通信设施建设相对滞后，需要加大基础设施建设投入，加强农村地区的电力和通信设施建设，提高农村地区的电力和通信能力。

此外，农村地区的物流设施建设也是农村电商发展面临的一个问题。因此，需要加大基础设施建设投入，加强农村地区的物流设施建设，提高农村地区的物流能力。

4.3. 提高技术水平，促进产业升级

首先，政府应该加大对农村电商的扶持力度，提供资金和技术支持。应将农村信息化基础设施建设纳入国家信息化战略，并以政府为核心予以部署及推动，形成由政府政策主导、涉农企业参与、农村居民共享的信息化工程[3]。

其次，农村电商企业应该注重技术创新，提高技术水平。企业应该注重技术研发，不断推出新的产品和服务，提高用户体验。企业还应该加强信息化建设，提高网站和 APP 的可用性和易用性，吸引更多的用户。

最后，消费者也应该提高自身的信息素养，学习如何使用电商平台，提高购物体验。消费者应该了解如何辨别真伪、如何选择合适的商品、如何保护个人信息等，提高自身的安全意识和风险意识。

4.4. 完善农村物流配送体系

建立一个完善的物流配送网络。目前，农村地区的物流配送网络不够完善，导致农村电商的物流成本较高，影响了农村电商的发展。因此，要建设完善的物流体系，通过优化道路，改善交通，建设物流系统，引入第三方快递企业，建立多个网点物流门店[4]。此外，还需要加强物流配送网络的信息化建设，提高物流配送效率。

加强农村物流配送人员的培训。农村电商的物流配送人员需要具备一定的物流知识和技能，才能更好地完成物流配送工作。因此，需要加强对农村物流配送人员的培训，提高他们的物流知识和技能水平。

加强农村物流配送设施的建设。农村电商的物流配送设施需要符合一定的标准和要求，才能保证物流配送的质量和效率。因此，需要加强农村物流配送设施的建设，包括仓储、配送中心、物流配送站等。

4.5. 提高农民信息化水平

目前，农村地区的电力、通信等基础设施也相对薄弱，这给农村电商的发展带来了极大的困难。因此，加强农村地区的信息基础设施建设是提高农民信息化水平的关键之一。

其次，农民信息化水平的提高需要加强教育培训。随着数字经济的不断推进，农民需要掌握的信息和技术越来越多，而目前农村地区的教育培训体系还不够完善，很多农民缺乏必要的技能和知识。因此，还需要加大在农村的宣传培训工作，注重提高农民的信息素质，培养本土农村电商人才，为宣传和销售当地农产品及乡村旅游提供人才保障[5]。

最后，农民信息化水平的提高需要加强政策支持。政府应该出台一系列政策，鼓励农民参与农村电商的发展，提高农民的积极性。例如，政府可以提供税收优惠、贷款支持、技术培训等政策，鼓励农民参与农村电商的发展。此外，政府还可以出台一些政策，加强对农村电商市场的监管，保障农民的合法

权益，促进农村电商的健康发展。

4.6. 加强市场竞争，推动农村电商创新

市场竞争是推动农村电商创新的重要因素之一。当前，农村电商市场虽然呈现出快速增长的趋势，但是市场竞争还不够激烈，许多电商企业缺乏创新意识和能力。加强市场竞争，可以促使电商企业加强创新，提高产品质量和服务水平，从而更好地满足消费者的需求。

此外，推动农村电商创新也是加强市场竞争的重要手段之一。推动农村电商创新，需要政府、企业和消费者等多方面的支持和参与。在这一过程中，政府部门要充分发挥好统筹带头的作用，突破传统产业的数据壁垒，实现传统产业和电商平台的融合，积极进行商业模式的创新，优化供应链，推动资源的合理配置，用科技和现代技术助推产业的发展，为农村电商的发展壮大提供新的活力[6]。企业应该注重创新，提高产品质量和服务水平，同时加强品牌建设，提高市场竞争力。消费者也应该积极参与农村电商的发展，提高消费观念和消费能力，促进农村电商的繁荣发展。

5. 结语

农村电子商务产业的发展对农村经济的推动起到了保驾护航的作用。然而，随着数字经济的发展，农村电子商务产业既获得了发展机遇，也面临着诸多发展困境。本文基于数字经济的视角，探讨了农村电商产业的发展现状、遇到的困境，以及应对这些问题的解决策略。政府相关部门和农村电商企业需要积极完善基础设施，打造信息化物流网络，培养电商人才，实现技术创新，从而推动农村电商产业进一步发展，为农村的经济发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 第52次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[EB/OL]. <https://cnnic.cn/n4/2023/0828/c199-10830.html>, 2024-02-06.
- [2] 刘媛媛. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 全国流通经济, 2023(18): 60-63.
- [3] 吴迪. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(5): 101-104.
- [4] 许艳. 数字经济背景下福州市乡村电商供给侧平台的构建研究[J]. 吉林农业科技学院学报, 2019, 28(1): 67-70.
- [5] 彭娟娟. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(22): 246-250.
- [6] 刘璨. 数字经济时代农村电商发展困境与对策[J]. 中国农业会计, 2024, 34(3): 105-107.