

数字经济环境下农产品电子商务的发展研究

何珂

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年1月9日; 录用日期: 2024年1月22日; 发布日期: 2024年2月29日

摘要

数字经济是数字乡村建设的重要内容, 同时也是乡村振兴战略的基本抓手。随着电子商务和移动支付的普及向广大农村的下沉市场持续渗透, 农产品行业的发展也有了更大的机遇。本文主要通过对农产品电子商务的发展优势与存在的问题等进行分析研究, 提出农产品电子商务可行的发展策略, 以期帮助农产品电子商务市场更好的发展。

关键词

农产品电子商务, 数字经济, 发展对策

Research on the Development of Agricultural Product E-Commerce under the Digital Economy Environment

Ke He

School of Business, Nanjing University of Information Science & Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Jan. 9th, 2024; accepted: Jan. 22nd, 2024; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

Digital economy is an important part of digital rural construction and the basic starting point of rural revitalization strategy. As the popularity of e-commerce and mobile payments continues to penetrate into the vast rural sinking market, the development of the agricultural product industry also has greater opportunities. This article mainly analyzes and studies the development advantages and existing problems of agricultural product e-commerce, and proposes feasible development strategies for agricultural product e-commerce, in order to help the agricultural product e-commerce market develop better.

文章引用: 何珂. 数字经济环境下农产品电子商务的发展研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(1): 161-165.

DOI: 10.12677/ecl.2024.131020

Keywords

E-Commerce of Agricultural Products, Digital Economy, 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

在科技高速发展的如今，大数据时代全面到来，数字经济迅速发展带来的益处延伸到了社会的方方面面。2022年，中央网信办等部门印发《数字乡村发展行动计划(2022~2025年)》，明确指出要着力发展乡村数字经济，坚持统筹协调、城乡融合。发展乡村数字经济，对于降低城乡收入差距，推动农业持续发展，实现乡村振兴具有重要意义[1]。

随着互联网的普及，农村地区也跟上了电子商务行业快速发展的步伐，其中，农产品电子商务在国家政策支持下也发展的越来越成熟。截至2022年年底，中国农村网民规模超过3亿人，全国农村网商(店)已经达到1730.3万家。农村网络零售额达到2.17万亿元；全国农产品网络零售额达5313.8亿元，同比增长9.2%。¹2022年，淘宝村已经覆盖全国28个省(自治区、直辖市)和180个市(地区)，数量达到7780个，较2021年增加757个，增速11%。²由此可见，如今我国农产品电子商务已经成为一大现代化农业经济复苏形态，无论是在优化产品供求体系、促进农民增收，还是在发展当代农业经济上，都有着明显价值。因此，本文探讨数字经济环境下农产品电子商务的发展机理及存在问题，并提出建议。

2. 农产品电子商务发展优势探析

2.1. 价格透明、信息共享

与传统零售模式相比，电子商务平台下的消费者更加关注产品价格，因此产品定价合理与否很重要。网络购物打破了传统的市场问价销售模式，直接将价格、产地、产品信息、产品实物图片等发布在网络上，方便购买者及时、全面地获取信息，还能同时对多家商店的同种产品进行比价，实现信息共享[2]。此外，电子商务平台能够将很多交易人员集聚到网络信息平台上，完善一站购齐式服务体系。

2.2. 因地制宜、特色鲜明

据抖音电商发布《2023丰收节抖音电商助农数据报告》显示，2022年9月至2023年9月，抖音电商里的三农达人数量同比增长105%，农货商家数量同比增长83%。年销售额突破百万元的农货商家超过2.4万个。其中，福建、河南、云南、安徽和四川成为平台里农货商家来源前五省份。

地方丰饶物产，受到了平台消费者的青睐。甘甜多汁的广东茂名荔枝、浏阳蒸菜的“点睛之笔”湖南茶油、融合多种菌类的福建闽东菌汤包，皆在抖音电商里销量高涨，同比增幅分别达到576%、520%和237%。此外，宁夏枸杞、海南椰子鸡、安徽六安瓜片、贵州大方豆干等地方代表性农特产，也获得了更大的销售市场。

¹数据来源：中国商报。

²数据来源：阿里研究院。

2.3. 提高交易效率，缓解资金拖欠

传统的农产品销售需要经过很多中间环节，而电子商务的发展则打破了地域限制，直接连接了农户和消费者，将农产品从山村运送向全国乃至世界各地。中间环节的减少也可以降低交易成本，农产品的线上交易将变得更加便捷和快速，交易效率得以提高。

在传统交易模式中，通常是经销商大量收购农户产品，再分流给各地批发市场或中间商，赚取差价，这种模式下，很可能出现货源积压，出现资金拖欠问题。电子商务的发展可以拓宽交易渠道，提升销量，从而缓解了农村中小企业的资金拖欠问题，更好地实现共同富裕目标[3]。

3. 农产品电子商务发展存在的主要问题

3.1. 产品质量无法保证

经济快速发展带动了农产品安全质量标准的增加，人们也要求农产品更加绿色健康[4]。因农产品的特殊性，受天气、气温等自然因素影响，不同时期不同批次的产品或许质量会有较大不同。生产的标准化又为后续物流的标准化奠定基础[5]。一些地区乡村还不能确保生产出质量足够好、稳定性足够高的农产品，很多乡村也没有系统化的农产品生产流程，和针对农产品品质要求方面的标准，还需重视技术与经营模式的改善[6]。

其次，因网络交易的局限性，消费者无法到现场实地查看农产品质量，只能通过商家在产品详情页面上发布的信息进行了解和选购，这给某些不良商家提供了可乘之机，缺斤少两、以次充好情况频发。这不仅损害自身信誉，还会侵犯消费者权益，严重的会受到平台惩罚。

3.2. 物流时效长，冷链物流系统待优化

多数地区物流网点仅设置到乡镇一级，“最后一公里”问题尚未解决[7]。缺乏靠谱的物流系统是电商发展的另一大难点，农产品具备一定的易损坏、较难储存及占有空间大等属性，特别是那些生鲜冷冻产品，物流配送方面的要求比较高，需要配备专业冷藏设备，防止农产品损坏和腐烂。一旦冷链出现问题，将导致电商平台的信誉受到严重的影响[8]。偏远山区的运费高昂也增加了农产品销售成本，导致在市场上没有竞争优势。

《中国冷链物流发展报告(2022)》显示，我国人民群众的消费水平逐渐增高，对农产品的要求越来越严格，相应的冷链物流需求也加大。虽然如今我国农产品冷链物流基础系统逐渐优化，产品运输方式也变得多元化和高效性，但相对于物流产业较发达地区来说，农村或者偏远山区因路途遥远，路况不佳等因素，物流的发展一直较为缓慢，导致有些农产品难以运输到外面，无法满足消费者多样化的需求[9]。路况复杂也会对水果等产品造成一定的磕碰，导致烂果概率提高。

3.3. 高素质电商人才缺乏

电子商务属于一大现代化新兴产业，一般要通过科技成果综合运用来实现其发展，而这离不开高素质专业人才的推动，但如今我国很多乡村的电子商务人才都较缺乏。基于电子商务发展，需要专有人才进行农产品信息研究、数据分析，制订产品包装设计方案，创新农产品运营和智能化支付方式，并强化全过程管理。

如今很多人还认为电子商务就是“会上网就能开网店”，忽略了其他多个环节的理论知识学习和认识，比如农产品策划、安全标准控制、包装设计、营销服务、物流配送等。但实际上，我国农产品电子商务市场竞争越来越激烈，就算是发展那些“粗放型”的乡村电商，也必须足够谨慎，而这些都要依靠

高素质专业人才的管理来实现[10]。但我国很多地区在电子商务专业人才培养工作上的重视度还不够高，导致人才资源匮乏。

4. 数字经济环境下农产品电子商务发展策略

4.1. 深化“互联网+”模式

现如今，直播带货等行业的兴起为农产品电子商务的发展推波助澜，通过短视频、直播、商城货架等全域兴趣电商模式促进产销对接，进一步激活农特产消费市场。一个个农民主播活跃在各平台直播间，将直播场景设立在果园里，直接从树上摘下果子对着镜头展示，这一新奇的销售方式也受到了消费者的追捧。据抖音电商发布《2023 丰收节抖音电商助农数据报告》显示，2022 年 9 月至 2023 年 9 月，抖音电商共助销农特产 47.3 亿单，平均每天就有 1300 万个装有农特产的包裹销往全国各地。

在国家政策的支持下，各销售平台都相继推出助农活动，投入货品补贴、流量扶持、商家培训等，在渠道拓展、品牌打造、产销对接等方面不断助力，完善产业链条。例如，美团买菜通过寻找全国优质农产品，将特色农产品销售到全国城市百姓餐桌，最终帮助农户丰产增收。此外，专门用于电子商务营销服务的自媒体很多，不仅有抖音平台，还有西瓜视频等，直播带货农产品更是成为一种潮流。企业还能够基于微信公众号、微博等开展农产品营销活动，带动宣传。

4.2. 培养农村电子商务专业人才

发展乡村电子商务，人才是关键要素，也是一大短板。基于该情况，必须大力培养和精心精选电子商务专业人才。可以选取当地农民进行电子商务知识培训，也可以吸引高素质人才回乡创业。借助抖音电商等平台，为农民通过互联网实现致富提供了更大的空间。来自福建的田小宇，完善菌菇种植收购、烘干加工、分拣打包等供应链体系，把菌菇做成“小田姑娘”牌菌汤包，单日最高卖出 60 多万包，带动了 300 多人零工就业；在牛梦林的抖音里，有青海壮丽的高原风光和红彤彤的枸杞，她一年卖出了 200 吨枸杞，并上线漠里优选品牌，推出枸杞、沙棘原浆农产品加工制品，让更多村民实现增收；20 多年前走出乡村，杨木旺一路读到博士并留沪工作。他时时想起家乡小城的味道，几年前回安徽创业养鸡，建立了 30 个生态农场，通过抖音电商日售两三千只鸡。³地方政府应落实理论知识宣教工作，让农民意识到以电子商务推动经济振兴的价值和作用，让农民掌握电子商务变现方法和技巧，树立电子商务致富观念。同时也可以与电商平台合作，不定期展开商家交流会和培训会，让农民形成现代化电子商务思维，掌握农产品电子商务运作技能，助力扩大农产品消费市场。

4.3. 建立智慧物流配送链

对于农产品来说，物流速度是决定农产品在电子商务这个大平台上成败的关键。冷链物流是一个复杂的过程，直接决定了生鲜农产品最后的品质和价格[11]。相对于其他产品来说，农产品对产品本身的保存要求较高，物流的快慢会决定消费者对农产品的接受程度。农产品以退货的形式进行交易对于商家而言损失惨重。因此，物流的选择至关重要，采用电子商务模式需要严格要求合作的物流单位。

此外，我国如今一些乡村的农产品仓储技术和设备还不完善，尤其是在保鲜冷链方面，使得农产品配送难度加大、成本持高不减，影响乡村农产品电子商务发展。因此，乡村电商企业首先必须加强针对冷链物流的技术研发，创建出新型乡村农产品物流配送平台，建设智慧物流配送链，衔接好各个配送环节，确保物流配送即时性，有效控制物流运营和管理成本[12]。

³数据来源：《2023 丰收节抖音电商助农数据报告》。

4.4. 加强政府监管力度

农产品质量良莠不齐一直是市场的一个痛点,发展乡村农产品电子商务,生产出质量达标的特色农产品很重要,且要加强质量监管,从源头上保障农产品高品质。必须通过政府和有关部门介入来严格规范农产品生产、加工和营销流程,避免出现农药残留超标、产品不合格等质量安全问题。同时,在乡村民众中加强农产品品质重要性知识宣传,增强品质观念,

政府质监部门应当严格审查电商企业的安全资质,对农产品品质进行检测,做出抽样调查和分析。电商平台也可以推行农产品安全追溯,建立安全报告体系,使得农产品质量获得消费者信任,提高市场成交率。同时,政府部门也应加大对农业的扶持,不断优化农业基础设施建设水平,鼓励农民积极使用现代化农业设备[13]。

5. 总结

电子商务这种新兴技术,为农产品快销提供了基台,最终形成现代化农产品电子商务平台,能够有效联系农业生产者和消费者。农产品电子商务市场的繁荣发展,可以响应我国乡村振兴战略,帮助人民脱贫攻坚奠定坚实基础,为缩小我国贫富差距做出巨大贡献。

鉴于农产品线上销售所具有的显著经济优势,有必要着力培育更多农民参与电商经营,增加农产品电商销售,促进农民增收。目前尽管电子商务有力促进了农产品流通和平台等乡村新业态发展,但农民从中获益有限,电商助力乡村振兴仍有很大空间。具体实施中还存在农产品质量良莠不齐、发展基础不健全、冷链物流短板、电商人才缺乏、政策支持力度有待加强等问题,需要政府部门和当地村民一起想办法,采取有针对性的策略,探索出一条农产品电子商务可持续发展之路,快速实现乡村全面振兴目标。

参考文献

- [1] 马国波. 数字经济助力乡村振兴的难点与化解机制[J]. 农业经济, 2023(11): 47-49.
- [2] 葛梅, 白丽, 曹君瑞. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J]. 农业经济, 2023(8): 118-121.
- [3] 陈陶然, 彭越. 电子商务发展与农村中小企业创新[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2022, 22(1): 98-105.
- [4] 张威, 温雅心. 数字经济助力新时代乡村振兴的对策研究[J]. 中国商论, 2023(5): 33-35.
- [5] 李吉艳. 基于“乡村振兴”的农产品流通效率提升契机及战略措施[J]. 农业经济, 2022(1): 138-140.
- [6] 李末芝, 海欣, 刘晓东. 基于乡村振兴视角的农产品电子商务发展对策[J]. 商场现代化, 2023(24): 30-32.
- [7] 李亚琪. 农村电子商务发展对农民增收的影响研究[J]. 中国商论, 2023(22): 37-40.
- [8] 杨晨. 基于电子商务的农产品物流模式创新研究[J]. 中国果树, 2023(12): 150-151.
- [9] 刘娜娜, 张峰伟. 农产品电子商务全渠道供应链的逆向整合与优化[J]. 商业经济研究, 2022(22): 153-156.
- [10] 降雪辉. 基于大数据的特色农产品电子商务发展[J]. 核农学报, 2020, 34(9): 2129.
- [11] 岳嘉嘉. 农产品冷链物流建设及电商销售成本构成分析[J]. 农业经济, 2020(3): 140-142.
- [12] 吕晓永. 我国农产品电子商务发展的局限性与应对策略[J]. 商业经济研究, 2021(10): 83-86.
- [13] 李娟. 基于农村电子商务的智慧农业发展路径探析[J]. 商业经济研究, 2020(7): 140-142.