

农村电子商务助力 乡村振兴的路径分析

徐丽艳 郑艳霞

【摘要】乡村振兴战略是解决“三农”问题的重要举措，电子商务是实现乡村振兴战略的有效抓手。农村电子商务通过政策路径、基础设施路径、要素路径、产业路径及延伸路径助力乡村振兴。电子商务所带动的政策扶持、基础设施建设和生产要素供给为乡村振兴提供了基本保障；电子商务推动了农产品品牌建设、农业产业结构优化及产业融合，助推乡村产业兴旺；电子商务能够实现精准扶贫，提高农民的生活水平，促进他们关注并加强乡村文明建设，也会提升当地政府的治理能力和治理水平。当前我国农村电子商务发展存在政策落实力度不够、基础设施建设滞后、专业人才缺乏、农产品品牌化建设不足、区域经济发展不平衡与产业融合不深入等现实障碍，应采取有效措施消除这些障碍，以强化电子商务助力乡村振兴的功能。

【关键词】乡村振兴 电子商务 产业结构优化 产业融合

【作者简介】徐丽艳，经济学博士，中国社会科学院大学经济学院副教授；

郑艳霞（通讯作者），理学博士，中国社会科学院大学经济学院副教授。

【中图分类号】F323.8 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000—2952（2021）02—0109—12

习近平总书记在党的十九大报告中明确提出：“实施乡村振兴战略。……要坚持农业农村优先发展，按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求，建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系，加快推进农业农村现代化。”^① 2018年9月，中共中央、国务院印发了《乡村振兴战略规划（2018—2022年）》，^② 对乡村振兴的背景、指导思想、具体内容、政策体系等方面作出了详细、明确的规定。

实施乡村振兴战略是我国社会主义现代化建设发展到一定阶段的必然要求。习近平总书记强调：“全面建设社会主义现代化国家，既要有城市现代化，也要有农业农村现代化。”^③ “全党务必充分认

① 《习近平在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》，<http://cpc.people.com.cn/n1/2017/1028/c64094-29613660-7.html>，2020年12月28日。
② 《中共中央 国务院印发〈乡村振兴战略规划（2018—2022年）〉》，http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/201809/t20180926_6159028.htm，2020年12月26日。
③ 《习近平在浙江考察时强调 统筹推进疫情防控和经济社会发展工作 奋力实现今年经济社会发展目标任务》，<http://news.cctv.com/2020/04/01/ARTIwjNMBjnhBKicWrp0T5wo200401.shtml>，2020年12月26日。

识新发展阶段做好“三农”工作的重要性和紧迫性，坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，举全党全社会之力推动乡村振兴，促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足。”^①为扎实推进乡村振兴，2021年国家在国务院扶贫办的基础上成立国家乡村振兴局。胡春华副总理指出，组建国家乡村振兴局是以习近平同志为核心的党中央作出的重大决策，是做好巩固拓展脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接的重要举措。^②

实现乡村振兴战略的目标，需要找到有效抓手。产业兴旺位居乡村振兴战略总要求的首位，是乡村振兴战略的主要任务和工作重点，为乡村振兴提供经济基础和不竭动力。^③只有产业发展，才能实现农民收入水平的提升；仓廩实而知礼节，只有居民的物质水平提高了，他们才会注重自身素质提升和乡村文明建设，关注并加强生态环境建设，最终实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕五大乡村振兴目标。农村电子商务能够有力推动产业兴旺，实现农民生活富裕，同时提升农村治理水平，是实现乡村振兴战略的重要抓手。

一、文献综述

自从乡村振兴战略提出以来，很多学者从不同角度展开了探讨。

（一）关于实现乡村振兴的路径的研究

有的学者认为，通过优化配置以人口、土地、产业、文化为核心的物质与非物质要素，有效管理内核与外缘系统间的要素流动，实现乡村系统“生产—生活—生态—文化”功能的全面提升，有助于实现乡村振兴。^④有的学者认为，人才是乡村振兴的关键。^⑤有的学者认为，产业融合是引领乡村振兴的有效路径。^⑥有的学者认为，乡村振兴需要依靠农村生产力的提升，而生产力提升必须以科学技术的进步为基础。^⑦有的学者基于对四川省农村现实的研究提出，以特色优势产业发展为核心，激活土地要素、壮大集体经济，通过“融合”“绿色”“善治”“人文”“差异”和“激活”六大战略路径实现乡村振兴。^⑧有的学者基于对日本马路村的案例研究并结合中国农村现实，认为鼓励第二、三产业反哺第一产业以及推动互联网销售平台搭建，为农村老人和妇女创造更多的就业机会，有助于促进中国的乡村振兴。^⑨也有学者认为，农村电子商务是助推乡村振兴的重要途径。^⑩

（二）关于电子商务对乡村振兴的作用机制的研究

1. 促进农产品流通

电子商务将农户与城市大市场进行低成本对接，推动“农产品上行”，破解了中国农业现代化发

① 《习近平出席中央农村工作会议并发表重要讲话》，http://www.gov.cn/xinwen/2020-12/29/content_5574955.htm?_gov，2020年12月30日。

② 《胡春华出席国家乡村振兴局挂牌仪式》，http://www.cpad.gov.cn/art/2021/2/25/art_61_187460.html，2021年2月27日。

③ 刘明月、汪三贵：《产业扶贫与产业兴旺的有机衔接：逻辑关系、面临困境及实现路径》，《西北师大学报》（社会科学版）2020年第4期，第137页。

④ 刘俊杰、朱新华：《基于“要素—结构—功能”视角的乡村振兴实施路径研究》，《经济体制改革》2020年第6期，第80页。

⑤ 钟云华、刘娜：《乡村振兴战略背景下大学生农村就业意愿的影响因素分析——基于推拉理论的视角》，《高等教育研究》2019年第8期，第89页。

⑥ 赵之阳：《以产业融合引领乡村振兴》，《中国农业资源与区划》2018年第8期，第60页。

⑦ 储节旺、曹振祥：《乡村振兴战略科技支撑路径的理论模型构建》，《安徽大学学报》（哲学社会科学版）2020年第4期，第133页。

⑧ 杨亚东等：《四川省乡村振兴的战略目标与路径分析》，《中国农业资源与区划》2020年第10期，第212页。

⑨ 何银春、薛婷婷：《日本6次产业化理论在马路村乡村振兴中的实践》，《现代日本经济》2020年第5期，第72页。

⑩ 郭红东等：《电商发展与经济欠发达地区乡村振兴——以山东曹县为例》，《广西民族大学学报》（哲学社会科学版）2019年第5期，第49页。

展面临的千年难题——农产品的销售难、农民增收难。^①同时，农村电子商务还实现了虚拟价值链和农村综合服务的实体价值链耦合，实现了“工业品下行”，而城市工业品下行可以更好地服务于新农村建设，助力乡村振兴。^②

2. 推动农业发展方式转变

农村电子商务能够更有效地整合农村资源，为农村经济发展提供更有效的发展方式。^③中国农村自然环境的差异大，特色产品较多，农村电子商务有助于发展农村特色农业，推动农业发展方式的转变。^④

3. 促进农村产业升级

农村电子商务成功地开辟了农村小企业连接网络大市场的通道，^⑤拓展了农产品的销售渠道，减少了信息不对称，提升了销售价格，使资源配置更合理，从而优化了农业产业结构。^⑥农村电子商务还通过商品化的产业嵌入促进了传统产业的发展和 innovation，提升了村民的收入，并形成了村庄内部产业模仿和扩散以及村庄外部的资源虹吸，强化了乡村的产业集群效应。^⑦基于电子商务平台的农村产业集群集聚，不仅能带动农民提高生活质量，还能推动传统农业转型、推动城乡建设。^⑧

4. 实现脱贫攻坚

电子商务作为典型的互联网经济形式，扩展了交易空间，使农民直接面对消费者，大大提高贫困人口的参与度和抵抗未来风险的能力，是对传统扶贫方式的根本突破；^⑨而脱贫攻坚和乡村振兴目标一致，只是发展阶段不同，电子商务通过人力资本、物质资本和社会资本三个方面的投资实现脱贫攻坚和乡村振兴。^⑩同时，电子商务还能倒逼贫困地区的产业基础设施升级，促进当地的产业融合发展，电子商务带来的收入水平提升还可以转变贫困地区人口的思想观念，进一步促进经济增长，并实现良性循环。^⑪

现有文献为电子商务促进乡村振兴的研究提供了重要参考；但目前的研究比较分散，大多数只分析了电子商务促进乡村振兴的路径的某一个方面，缺少系统性分析。笔者将对农村电子商务助力乡村振兴的路径展开全面、系统的论证，并针对农村电子商务助力乡村振兴路径中的现实障碍提出对策建议。

二、农村电子商务助力乡村振兴的路径模型

笔者构建了农村电子商务助力乡村振兴的路径模型，如图1所示。农村电子商务促进乡村振兴有五条路径，即政策路径、基础设施路径、要素路径、产业路径和延伸路径。这五条路径对应着五

① 曾德彬、卢海霞：《农村电子商务提高农民收入和消费的原理研究——基于科斯的“交易成本”视角》，《商业经济研究》2020年第13期，第139页。

② 张正荣、杨金东：《乡村振兴视角下农村电商如何优化“工业品下行”路径——基于“双链”耦合机制的扎根研究》，《农业经济问题》2019年第4期，第118页。

③ 韩鹏辉：《电子商务的勃兴与中国农村社区嵌入型创业研究》，《农业经济》2019年第3期，第134页。

④ 路标：《农村电子商务推动乡村振兴的动力机制与发展路径研究》，《农业经济》2019年第12期，第129页。

⑤ 张婷婷：《农村电子商务助力乡村振兴的辩证考察》，《中共山西省委党校学报》2018年第4期，第63~64页。

⑥ 张兴敏等：《供给侧结构性改革背景下农村电商促进农业产业结构优化路径研究》，《铜仁学院学报》2019年第5期，第120~124页。

⑦ 潘劲平、王艺璇：《技术的社会嵌入：农产品淘宝村形成机制研究——基于W村的实证分析》，《西南大学学报》（社会科学版）2020年第1期，第64页。

⑧ 宋丽霞：《打造农村电商产业集群的现实路径》，《人民论坛》2019年第28期，第62页。

⑨ 刘婧娇、董才生：《“电子商务+农村扶贫”的理论阐释与实践路径探索》，《兰州学刊》2018年第5期，第178页。

⑩ 唐红涛、李胜楠：《电子商务、脱贫攻坚与乡村振兴：作用及其路径》，《广东财经大学学报》2020年第6期，第65~68页。

⑪ 陆刚、孙芸莉：《电商扶贫助力乡村振兴：基于河北省实践的再思考》，《当代经济管理》2019年第8期，第27~28页。

大功能模块，它们在实际运作中既相对独立，又相辅相成、相互促进，构成了一个复杂的生态系统。

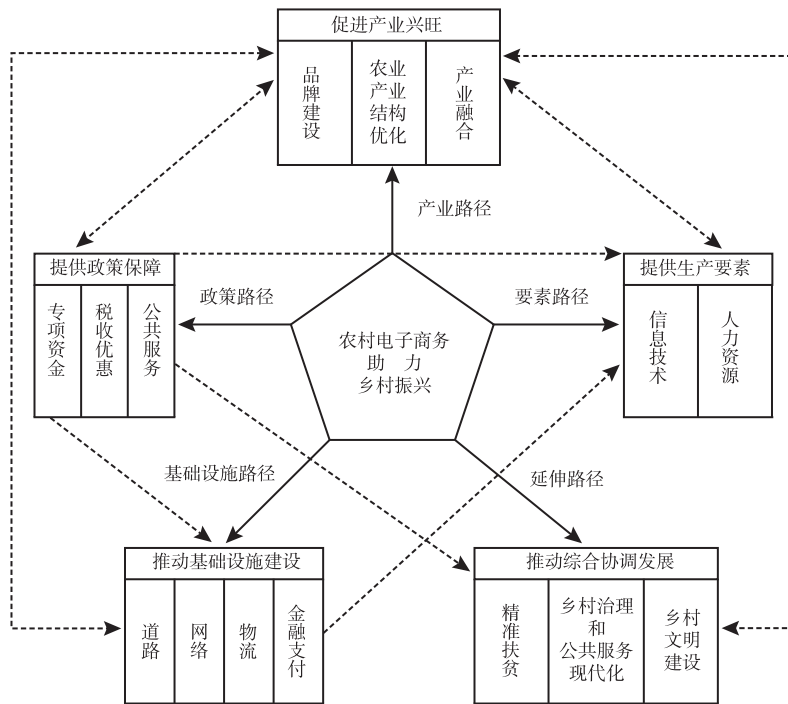


图1 农村电子商务助力乡村振兴的路径模型

在路径模型中，产业功能模块是重心，产业功能模块的发展深刻影响并有力带动其他四个模块的完善和发展。农村电子商务带动农村产业兴旺，必然会吸引和留住人才，通过更充分、更有效地运用信息技术，强化了生产要素模块的功能；必然会推动国家出台更多的优惠政策、提供更有效的定向公共服务，使政策功能模块发挥更大的作用；必然会强化和加速农村基础设施建设，使物流、网络、金融等多项基础设施更加完善；必然会推动农村多方面事业的高质量 and 可持续发展，在我国脱贫攻坚战取得全面胜利的历史性阶段，进一步夯实和巩固农村脱贫的伟大成果，实现乡村文明、乡村治理及公共服务水平的显著提升。同时，其他四个功能模块分别为产业兴旺提供了专属政策支持、基础设施保障、生产要素供给和综合协调发展的推动力。另外，这四个功能模块又相互影响，完善的国家支持政策既有助于完善基础设施，又能助推农村扶贫、提高乡村治理水平和促进乡村文明建设，而农村基础设施的不断完善也会强化人才和信息技术等生产要素的供给和有效利用。

(一) 政策路径

电子商务在农村的发展越来越得到国家的重视。从2014年开始，国家陆续出台促进农村电子商务发展的若干政策，既包括战略性规划，又包括具体细则，为农村电子商务发展指明方向并扫除政策障碍。比如，财政部《关于做好2020年电子商务进农村综合示范工作的通知》强调，鼓励各地优先采取贷款贴息、购买服务、以奖代补等支持方式，加快资金拨付进度，提高资金使用效益，通过中央财政资金撬动社会资本，共同推动农村电子商务发展；财政资金重点支持农产品进城，兼顾工

业品下乡。^① 国家多项政策还涉及如何利用电子商务平台来促进农业发展方式的转变，如何解决农产品销售难题以及实现农业的信息化、现代化等，这些都为实现农村产业兴旺提供了政策保障，其中，配套资金则为产业建设提供了重要的资金支持。农村电子商务是农村新兴产业的重要组成部分，国家针对农村电子商务的政策也是乡村产业振兴政策的重要组成部分，在促进农村电子商务发展的同时，也促进了乡村产业发展，并带动了乡村振兴。

在实践中，支持电子商务发展的国家政策出台后，各级政府及相关部门积极响应，根据本地区的特点对电子商务经营给予各种政策优惠和资源支持，以促进本地区电子商务的快速发展，带动居民提高收入。

（二）基础设施路径

农村电子商务的发展不仅是简单地将售卖方式由线下搬到线上，而且需要道路、网络、物流、仓储、金融支付等一系列基础设施的支撑，这正是农村经济发展必须具备的基本条件。道路建设是农村尤其是偏远地区农村致富的关键因素，只有道路畅通，才能保证农产品顺利进入消费市场，并获得回报。只有网络系统完善了，才能使农村经济具备信息化的基础。较好的物流、仓储及金融支付等条件，则是农村产业现代化的基础。农村电子商务促进国家对农村基础设施加大投资，突破了农村经济发展的瓶颈，并为农村经济的现代化发展提供有力支撑。

近几年，我国农村公路建设里程呈现增长态势。截至 2019 年末，我国农村公路里程达到 420.05 万公里，其中，县道里程 58.03 万公里，乡道里程 119.82 万公里，村道里程 242.20 万公里。^② 较 2018 年增长情况为：农村公路总里程增长 3.98%，其中，县道里程增长 5.57%，乡道里程增长 2.08%，村道里程增长 4.57%。^③ 在国家和基础通信企业的大力推动下，农村网络基本实现了进乡入村，2019 年，我国行政村通光纤和 4G 的比例均超过 98%，贫困村通宽带的比例达到 99%。^④ 农村电子商务促进了基础设施的较快发展，并为农村经济发展提供了必要条件。

（三）要素路径

农村电子商务发展促进农村生产要素的集聚与重组，为乡村振兴提供了重要支撑。

1. 信息技术要素

作为互联网发展的产物，电子商务本身就是信息技术要素，其应用能提高农村和农业的生产效率和经营效率。事实上，近些年农村电子商务在推动“工业品下行”方面的成效显著。生产资料在网络平台的售卖，让农民一方面有了更多的选择空间；另一方面，能降低生产资料的采购成本，进而提高农产品的利润空间。农村电子商务运用网络信息技术，便于收集交易信息、了解客户的消费偏好、及时准确获取市场需求的信息。同时，以市场需求为导向调整不同产品的生产规模与品质，在一定程度上解决了农业生产周期长和信息不对称所带来的生产盲目性问题，降低了产品因无法适销对路而出现积压的风险。农村电子商务通过缩减销售链条、降低销售成本，实现了与消费者的共赢。农村电子商务还打破了地域限制，拓展了农产品的销售市场范围，从而有利于解决农产品的销售难问题。2019 年，全国县域农产品网络零售额达 2693.1 亿元，同比增长 28.5%，农产品电子商

① 《关于做好 2020 年电子商务进农村综合示范工作的通知》，http://jjs.mof.gov.cn/tongzhigonggao/202006/t20200601_3523779.htm，2020 年 12 月 12 日。

② 《2019 年交通运输行业发展统计公报》，http://www.gov.cn/xinwen/2020-05/12/content_5510817.htm，2020 年 12 月 12 日。

③ 根据《2018 年交通运输行业发展统计公报》《2019 年交通运输行业发展统计公报》的相关数据整理计算。参见《2018 年交通运输行业发展统计公报》，http://xxgk.mot.gov.cn/jigou/zhghs/201904/t20190412_3186720.html，2020 年 12 月 12 日；《2019 年交通运输行业发展统计公报》，http://www.gov.cn/xinwen/2020-05/12/content_5510817.htm，2020 年 12 月 12 日。

④ 《中国贫困村通宽带比例达 99% 专家：农业数字化驶入“高速公路”》，<https://www.chinanews.com/cj/2020/09-15/9291680.shtml>，2020 年 12 月 15 日。

务市场被进一步激活。^①

2. 人力资源要素

人力资源是乡村振兴必不可少的要素。而中国长期的城乡二元结构导致农村青壮年劳动力持续外迁,农村“空心化”现象严重,产业发展所需的劳动力严重不足。一方面,农村电子商务通过对当地第二、三产业的拉动,创造大量的工作岗位,吸引大批外出青年农民工返乡就业;另一方面,农村电子商务拓展了创业领域,降低了创业成本,吸引了一些农民工返乡创业,促进了劳动力要素的城乡双向流动,为乡村振兴提供人才支撑。

受农村电子商务政策的引导,京东、淘宝、拼多多、苏宁等知名电商企业纷纷布局农村,并培养农村电子商务人才,吸引了一些高校毕业生下沉农村,参与农村的发展建设。农村电子商务人才的缺口,也促使电商平台加大对电子商务人才的培训。《2020 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示,2019年,阿里云农业大脑帮助2.6万农户和企业实现科学种养;多多农园培养了5000名本土农村电商人才,孵化和打造100个特色农产品品牌,构建一体化扶贫兴农产业链;快手在全国各地孵化100位快手幸福乡村带头人,通过个体赋能,实现乡村振兴。^② 报告还显示,2019年,我国县域返乡入乡创新创业人员超过850万人,^③ 占当年乡村就业人口总数的2.77%。^④

农村电子商务的发展优化了农村人力资源的配置,新型农民不再只专注于农业生产,可以根据自身禀赋条件进行更多的经营选择。例如,“网络直播”就吸引了很多有禀赋的人才加入。农村电子商务蓬勃发展引发的人才吸引、人才培养,初步填补了乡村振兴所需要的人才缺口。农村电子商务人才的多领域发展,也推动了农村多种产业的兴起和发展。

(四) 产业路径

乡村振兴的关键支撑是产业发展和提升。^⑤ 只有产业发展起来了,才能为农民增加收入提供持续性保障。产业路径的依托是农产品,关键是农业产业结构的升级,而更高目标则是产业融合。农村电子商务促使农村企业及农民根据地域特点打造特色农产品,加强农产品的品牌建设,提升产品的附加值,进而实现农业的产业化经营,优化农业产业结构。另外,农村电子商务以农业为核心、基于电子商务平台,有助于实现三次产业的融合,建立现代化农村产业体系,以实现农村的产业振兴。

1. 特色农产品和品牌建设

农业经营的主要载体是农产品,但农产品本身的差别化程度低,价格调控空间有限;要提高价格控制能力,必须实行差异化策略,打造产品的特色。在传统的农产品经营中,由于市场需求有限,加工的成本又高,农民对农产品深加工的意愿不强。而在农村电子商务的经营模式下,市场空间被大大拓展,市场需求增加,可以实现规模化生产以降低生产成本;农民及农业企业经营特色产品的积极性大大提高,会更注重品牌建设和品牌化经营,提高农产品价格控制能力,并获得更多的价值增值。《2020 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示,品牌农产品的竞争优势凸显,著名品牌电商的市场占比较大。2019年,休闲食品中的“三只松鼠”全网销售第一,网络零售额占比为

① 《2020 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》, <http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202004/P020200430664543232916.pdf>, 2020年12月30日,第15页。

② 《2020 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》, <http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202004/P020200430664543232916.pdf>, 2020年12月30日,第29~31页。

③ 《2020 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》, <http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202004/P020200430664543232916.pdf>, 2020年12月30日,第3~4页。

④ 根据《2020 中国农村统计年鉴》数据整理计算。参见国家统计局农村社会经济调查司:《2020 中国农村统计年鉴》,中国统计出版社2020年版,第32页。

⑤ 杨亚东等:《四川省乡村振兴的战略目标与路径分析》,《中国农业资源与区划》2020年第10期,第217页。

14.3%，消费者黏度较大；“百草味”“良品铺子”分列第二、三位，全网零售额占比分别为6.9%和6.2%。^①可见，电子商务能促进特色农产品经营及品牌建设，提高市场竞争力。

2. 农业产业结构优化

技术创新是产业进化的根本动力。^②作为技术创新的产物，电子商务能够优化农业资源配置及产业结构。农村电子商务发展推动农业供给侧改革，生产出来的产品在数量和质量上更加符合消费者的需求，有利于形成结构合理、保障有力的农产品供给体系。近年来，绿色有机农产品获得了更多顾客的认可，网络销售的比例有所上升。电子商务改变了农业的产业发展和经营模式，促进农业全产业链发展，提升了农业产业的附加值，^③对优化农业产业结构具有积极作用。农村电子商务打破了区域壁垒，降低了产品在不同区域之间的流通成本，区域间的竞争加强也会推进本地区的产业优化，进而促进整个农业产业结构的优化。

电子商务还会使农村形成产业集群，带动农业产业结构的优化与升级。农产品一般具有地域性的特点，同一个地域的农产品在电子商务经营中表现出同质化，为避免同质化的恶性竞争，当地基层组织或合作社牵头将各经营农户集中起来，实现资源共享，形成产业集群与协同发展。产业集群有利于强化地方品牌，增强集体竞争力，在市场竞争中也更容易获得成功。如安徽省六安市政府推动农村电子商务发展，积极打造龙头企业和产业集群，目前已经形成了徽六瓜片、过湾农业、大别山百合、安徽龙华竹业、金寨三个农民等年网销超亿元的农产品电商企业，以及裕安丁集婚纱、舒城童车童床等电子商务产业集群，^④推动了传统农业向现代产业的转型与升级。

3. 促进产业融合

产业融合是指不同产业或同一产业内由于技术融合、业务融合、市场融合等，实现相互渗透、交叉、重组，进而形成新的产业发展形态的一种动态演变过程。^⑤乡村振兴的持续推进，离不开农村各产业的协同发展。传统的农村经济发展主要以农业为主，其他产业非常薄弱，而农业在吸收劳动力、创造GDP等方面的作用远远弱于其他产业，这也是农村经济一直难以提振的重要原因。农村电子商务具有集聚效应，通过链接产业资源形成规模效应，促进农村发展方式的多样性、适用性和成长性，使农民获得更多的网络红利。^⑥

农村电子商务作为中间组织，既可以打破传统的生产及经营限制，将农业从生产拓展到加工和销售领域，实现农业产业的纵向融合，延伸农产品的价值链，提升产品的附加值；也可以推动农业与其他产业之间的横向融合，如休闲农业、创意农业、会展农业等，从单一的农产品生产或销售转向在线多元模式发展，促进第一、二、三产业的有机融合。农业与旅游业的融合是目前横向融合比较成功的典型领域之一。很多农村地区的自然生态资源丰富，原汁原味的农家饭菜、田园风光以及简单的生活方式，对忙碌的城市居民有很强的吸引力。农村电子商务平台不仅可以完成农村旅游的展示和宣传，还可以通过电商平台实现咨询、预订及售后服务等功能，让农村旅游实现信息化和智慧化。农村在线旅游的高速增长又会带动农村特色农产品、在线餐饮、生活服务等增长，进而全面

① 《2020全国县域数字农业农村电子商务发展报告》，<http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202004/P020200430664543232916.pdf>，2020年12月30日，第16~17页。

② 龚轶等：《技术创新推动下的中国产业结构进化》，《科学学研究》2013年第8期，第1252页。

③ 刘国斌、董俊杰：《产业结构优化与农村三产融合发展研究——以吉林省为例》，《东北农业科学》2020年第2期，第70页。

④ 张正琴：《大别山区农业电子商务产业集群培育研究——以六安市为例》，《安徽农业通报》2020年第19期，第19页。

⑤ 刘国斌、董俊杰：《产业结构优化与农村三产融合发展研究——以吉林省为例》，《东北农业科学》2020年第2期，第68页。

⑥ 唐红涛、李胜楠：《电子商务、脱贫攻坚与乡村振兴：作用及其路径》，《广东财经大学学报》2020年第6期，第67页。

推动农村经济的发展。《2020 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示,在农村电子商务领域,乡村旅游的增长最为迅速;2019年,乡村旅游接待游客约32亿人次,交通旅游网络零售额同比增长552.4%,呈井喷式的增长态势。^①

(五) 延伸路径

农村电子商务除了通过政策路径、基础设施路径、要素路径和产业路径助推乡村振兴之外,还有向外延伸的其他路径,推动农村的综合协调发展,有助于实现乡村振兴的多元目标。

1. 实现精准扶贫

农村电子商务可以根据每个农村发展的差异实现精准扶贫。基于电子商务的特征与优势,电商扶贫较传统扶贫更适合农村贫困地区与贫困农户的脱贫工作。^②通过电子商务销售农副产品已经成为中西部地区脱贫减贫的新举措,体现了电子商务促进农业及农村发展的实效。农村电子商务具有优化资源配置和信息集成的作用,能够有效地统筹政府、企业、社会等扶贫参与主体,更好地对接贫困户与供求市场,推动多方面的资源向贫困户聚集。农村电子商务提供的强大平台,能激发农村贫困户的主动性和积极性,并发挥自身优势。农村电子商务的进入门槛较低,经营平台的业务范围广阔、经营成本较低,让贫困户一方面可以用较低的成本购买生产资料和生活资料,另一方面可以为自己的产品找到更好的市场。农村电子商务扶贫是国家实现精准扶贫、摆脱贫困的有效手段,也是贫困地区农民生活水平提升的重要保障。2019年,全国农产品网络零售额达3975亿元,同比增长27%,带动了300多万贫困农民增收。^③2020年,有119个淘宝村位于10个省的41个国家级贫困县,电商交易总额超过48亿元,^④大多数地区实现了农村脱贫。

2. 乡村治理和公共服务现代化

电子商务具有较强的外部经济效应,一部分农户使用电子商务取得超额利润,会促使农村电子商务发展产生裂变效应,不断向外扩散。全国农村网络零售额由2014年的1800亿元增长到2019年的1.7万亿元,扩大了8.4倍;^⑤农村电子商务规模的扩大也会倒逼当地政府及相关部门加强对电商企业的管理和指导,如制定相应制度、组织农户参加相关业务培训等,从而提升治理水平。当然,县、乡镇及村委会也会基于电子商务发展需要而主动转变治理思维,更新治理理念,提升治理水平。网络与乡村治理的结合会促进乡村治理的数字化,能扩大治理的覆盖范围、提高治理的现代化水平。正如国务院扶贫办在答复全国人大代表马化腾提出的建议时表示,将加大对贫困地区互联网基础设施的建设力度,继续推动乡村治理的数字化,通过运用互联网信息平台扩大基层治理的触达范围,提升乡村治理能力,加快推进乡村治理体系和治理能力的现代化。^⑥此外,农村电子商务带来农村产业的繁荣兴旺,会激发企业和地方政府加快农村基础设施建设的热情和动力,并提升农村公共服务水平,进而改善农村的工作与生活居住环境。^⑦

① 《2020 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》, <http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202004/P020200430664543232916.pdf>, 2020年12月30日,第3~6页。

② 张夏恒:《电子商务进农村推动精准扶贫的机理与路径》,《北京工业大学学报》(社会科学版)2018年第4期,第30页。

③ 郭泽涵:《中国发布|商务部:去年全国农产品网络零售额达3975亿元,带动300多万贫困农民增收》, http://news.china.com.cn/txt/2020-05/12/content_76035964.htm, 2020年12月12日。

④ 《1%的改变:2020中国淘宝村研究报告》, <http://www.aliresearch.com/ch/presentation/presentationdetails?articleCode=126860487966199808&-type=%E6%8A%A5%E5%91%8A&-organName=>, 2020年12月20日,第25页。

⑤ 《国务院新闻办就网络扶贫行动实施情况举行发布会》, http://www.gov.cn/xinwen/2020-11/06/content_5558468.htm, 2020年11月26日。

⑥ 李舒瑜:《国务院扶贫办答复全国人大代表马化腾建议——深化网络赋能效应 助力乡村振兴发展》,《深圳特区报》2021年2月20日。

⑦ 周振鹏:《乡村振兴战略下的农村电子商务发展策略》,《农村经济与科技》2019年第23期,第143页。

3. 提高乡村文明建设水平

中国长期存在城乡二元结构，带来的不仅是城乡的收入差距，还有因收入差距所引致的文化差距。城市由于收入水平高，一直处于文化引领地位，农村则始终处于跟随地位。在社会认识方面，农民往往以能够进城学习城市居民的生活方式为荣，在衣食住行等方面向城市靠拢。农村电子商务不但缩小了城乡的收入差距，其强大的信息传播能力还可以让农民足不出户就可以了解全世界的消费时尚和消费品位，缩小了城乡的文化差距。同时，优美的自然风光、健康的绿色食品、淳朴的民风、质朴的生活方式通过农村电子商务方式得到更广泛的宣传，吸引着一些城市居民，也提升了农民对乡土文化的自信心。因此，电子商务使城乡文化互通并相互融合，在一定程度上会提升农村居民的文化素质，乡村文明水平也能得到一定程度的提高。

综上，农村电子商务发展主要推动了农业产业结构优化及产业融合，带动农民收入水平提升；而产业发展和农民收入水平提高互相促进、形成良性循环，构成了农村经济发展的内生动能，实现了乡村振兴战略中的产业兴旺、生活富裕的目标。农村电子商务还在发展过程中倒逼政府成立专门推进电子商务运作的机构和部门，并利用互联网技术增强治理能力和治理水平。产业兴旺、生活富裕的目标得以实现，政府部门的治理能力和治理水平得到提升，必然会进一步提高生态宜居和乡风建设水平，促进乡村振兴目标的全面实现。

三、农村电子商务助力乡村振兴的现实障碍

农村电子商务可以从多方面推动乡村振兴，但在目前的农村电子商务发展中存在一些障碍，限制了其促进乡村振兴功能的有效发挥。

（一）政策落实力度不够

近几年，党和国家十分重视农村电子商务的发展；但到了政策执行层面，会因为有些地方政府领导的不重视、资金不足或人才缺乏等导致落实困难。尤其是需要多部门联动才能解决的问题，执行时会因为缺乏协调而搁浅。目前，有些地方政府在优惠政策制定、专项资金投入、引导农民开展电子商务经营等方面存在不足，导致农村电子商务发展缓慢。

（二）基础设施建设滞后

当前，中国大部分农村，尤其是偏远地区的农村，基础设施建设远远不能满足电子商务发展的需要，甚至成为发展的瓶颈。

从道路和物流建设的角度来看，地处偏远的农村，其道路建设比较落后，还有一些村庄尚未通公路；即便有些农村实现了公路连通，但物流点设置少、物流时间长、流通成本高，制约了农村电子商务的发展。目前，我国97%的乡镇已经设立了快递网点，但快递能进村的只占到40%，还有60%的快递只能到乡镇，需要农民自己开摩托车或坐车到乡镇里去取。^①粮食等大宗农产品的售卖对物流的要求很高，蔬菜水果等鲜活农产品的保质期短、运输损耗大，对道路、仓储、包装、物流等提出了更高要求；但当前农村基础设施条件无法满足这些农产品交易的需要。

从网络建设的角度来看，农村网络覆盖率虽然得到了极大提高；但上网费对于农民来说仍是不小的负担，降低了网络的普及率。截止到2020年6月，农村地区互联网的普及率为52.3%，^②也就

① 《国务院新闻办就邮政快递业助力脱贫攻坚有关情况举行新闻发布会》，http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/21/content_5545219.htm，2020年12月21日。

② 《第46次中国互联网络发展状况统计报告》，<http://www.cnnic.net.cn/hlwzfzy/hlwzxbg/hlwjbg/202009/P020210205509651950014.pdf>，2020年12月29日，第19页。

是说,还有将近一半的农村地区尚未普及互联网。此外,还存在网速慢及信号差等问题,严重限制了农村电子商务的发展。

从金融支付手段的角度来看,由于我国农村人口密度相对较低,银行等金融机构不愿将经营网点开设在农村,使得农村电子商务结算的金融服务保障体系明显落后,也限制了农村电子商务的发展潜能。

(三) 专业人才缺乏

电子商务能在城市得到快速渗透和发展,既是因为城市消费者的认知能力强及需求旺盛,也是因为相关领域专业人才的供给相对充足;而在农村,电子商务的相关人才非常缺乏。由表1可以清晰地看出,2013—2018年,我国乡村居民有七成以上都只有小学和初中文化水平,还有8%左右的文盲,高中文化只占到一成左右,大专及以上学历不足5%。总体上,农村居民的学历较低、学习能力较弱,在一定程度上导致了他们电子商务知识和技能的缺乏。事实上,大多数电子商务经营者只是在平台上进行产品的简单售卖,而其关于市场信息的搜集和分析、商品管理、市场营销等方面的知识和能力严重不足,从而限制了农村电子商务的发展。尤其是随着大数据技术的应用和普及,对电子商务数据的搜集和分析能力显得更为重要,电子商务人才的重要性也进一步显现;但当前农村懂产品和商业知识且能进行数据分析的人才非常缺乏。虽然农村电子商务的发展及知名电商平台企业的进驻,吸引了一些青年农民工返乡和大学毕业生进村;但总体比重较小,而且系统的专业技能培训也需要有一个过程,这也抑制了农村电子商务的发展。

表1 2013—2018年我国乡村居民受教育程度的占比(%)

| | 文盲 | 小学 | 初中 | 高中 | 大专及以上 |
|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| 2013年 | 7.47 | 35.73 | 45.01 | 9.39 | 2.40 |
| 2014年 | 8.16 | 35.04 | 44.40 | 9.88 | 2.52 |
| 2015年 | 8.65 | 35.36 | 42.28 | 10.22 | 3.48 |
| 2016年 | 8.81 | 34.70 | 43.00 | 10.39 | 3.11 |
| 2017年 | 8.17 | 34.61 | 42.72 | 11.03 | 3.47 |
| 2018年 | 8.26 | 34.69 | 41.83 | 10.99 | 4.24 |

资料来源:根据2014—2019年《中国人口和就业统计年鉴》数据整理计算得到。参见国家统计局人口和就业统计司:《中国人口和就业统计年鉴2014》,中国统计出版社2014年版,第92~93页;国家统计局人口和就业统计司:《中国人口和就业统计年鉴2015》,中国统计出版社2015年版,第92~93页;国家统计局人口和就业统计司:《中国人口和就业统计年鉴2016》,中国统计出版社2017年版,第99~101页;国家统计局人口和就业统计司:《中国人口和就业统计年鉴2017》,中国统计出版社2017年版,第98~99页;国家统计局人口和就业统计司:《中国人口和就业统计年鉴2018》,中国统计出版社2018年版,第102~103页;国家统计局人口和就业统计司:《中国人口和就业统计年鉴2019》,中国统计出版社2019年版,第104~105页。

(四) 农产品的品牌化建设不足

我国农村生产模式大多比较粗放,缺少科学规划。种植农产品多以当前市场需求为导向,生产扎堆、产品同质化严重,而且多数是简单生产或加工,农产品的附加值较低。大多数农村电商采取分散化的经营模式,缺乏品牌意识,乡土文化、民俗文化的开发非常欠缺,电商平台所售农产品的特色不足,独特性和辨识度普遍较低。由于品牌化建设缺乏,市场竞争力较弱,无法获得稳定的客户群。当前我国大多数农村生态旅游的产品和服务较为单一,具有地域特点的乡村游项目开发不足,地域资源优势未能转化成经济优势。

(五) 区域经济发展不平衡、产业融合不深入

农村电子商务的发展水平与当地经济发展程度密不可分。中国不同地区间的经济发展不均衡导

致了农村电子商务发展的不均衡，进而导致产业融合程度存在差异。东部地区一直是我国经济发展的“领头羊”，居民收入水平高，网络覆盖、物流建设、投资力度等方面都表现出了明显的优势，农村电子商务发展也较快。2019年，我国东部、中部、西部和东北地区的农村网络零售额分别占全国农村网络零售额的76.6%、12.0%、9.4%和2.0%。^①东部地区农村电子商务发达，更容易通过电子商务平台实现三次产业的融合；而西部地区的大部分农村由于经济发展落后，电子商务发展缓慢，对产业的带动作用较弱，产业融合程度偏低。

四、促进农村电子商务发展、助力乡村振兴的对策建议

农村电子商务是实施乡村振兴战略的重要抓手，也是促进农村经济发展的新渠道。要充分认识农村电子商务发展中的障碍，并寻找有效的对策，以强化农村电子商务助力乡村振兴的功能。

（一）强化政策落实

电子商务发挥积极作用，离不开政府的支持。首先，各级政府要充分重视电子商务对农村经济发展的作用，并加强电子商务政策宣传，引导农民增强电子商务经营意识。其次，要加大对农村电子商务建设的财政支持力度，给予专项资金支持，切实解决农村电子商务发展中的融资难、融资贵问题；根据本地的发展特点，通过税收、土地租赁等优惠措施吸引优秀电商平台进驻；扶持龙头企业，打造区域品牌。再次，建议相关部门联动办公，并做好沟通与协调，以确保相关政策真正落实。

（二）加强基础设施建设

交通运输部、商务部、农业农村部、工业和信息化部、国家邮政局等多个部门需要协调配合，投入更多资金，扫除农村电子商务发展的基础设施障碍。逐步实现村村通路、村村通网；建立现代化智能物流集散中心，提高物流的标准化水平，缩短物流时间；加强与物流配套的仓储、包装等基础设施建设，切实解决物流在农村建设的“最后一公里”问题。进一步完善金融支付手段，为农村电子商务发展打通通道。

（三）加快培养农村电子商务人才

农村电子商务人才培养是一项全方位、系统性的工程。首先，需要进一步引导在城市务工的青年农民工返乡，并加大培训力度，组织他们学习电子商务知识和技能。其次，国家支持有条件的地区建立专业的电子商务人才培训基地和师资队伍，培养既懂理论又懂业务的复合型人才。再次，通过优惠政策引导高校毕业生、大学生村官等高素质人才到农村从事电子商务运营。研究表明，45.3%的大学生有意愿到农村就业；优惠的就业政策、生活低成本和就业宣传是促进大学生到农村就业的积极因素。^②各级政府可以制定激励大学生到农村就业的政策，如对从事农村电子商务经营的大学生给予补贴、改善农村的工作和生活环境等，吸引更多的大学生及优秀人才投身于农村电子商务发展。

（四）推进农产品的品牌化建设

把特色产品和品牌建设作为促进当地电子商务发展，并带动当地经济发展的重要支点。首先，各级农业农村管理部门要深刻认识到品牌兴农的重要意义，改变分散经营的局面，将农户组织起来，培育本地的龙头企业，形成规模化生产和经营，提高产品的竞争力。其次，利用电商平台强大的信

^① 《中国农村电子商务发展报告（2019—2020）》，http://rec.ec.com.cn/2020rec/report_20192020.pdf，2020年12月29日，第11页。

^② 钟云华、刘嫻：《乡村振兴战略背景下大学生农村就业意愿的影响因素分析——基于推拉理论的视角》，《高等教育研究》2019年第8期，第88页。

息获取能力,对接市场需求,结合本地的地理条件、资源禀赋、历史文化特点及产业基础,因地制宜地开发特色农产品或服务。再次,倡导农民或电商企业尽早对特色农产品或服务进行商标注册,实施区域化品牌建设,并强化品牌营销,将展会、产品发布会等传统营销渠道与互联网平台等现代化营销渠道相结合,进行品牌推广,提升品牌的影响力和渗透力。

(五) 促进区域经济的均衡发展和产业融合

国家应该给予适当的政策倾斜,一方面缩小东西部地区经济发展的差异;另一方面,要继续加大对西部电子商务发展的政策扶持力度,尤其要通过税收减免、低息贷款等优惠条件来引导社会资本积极投入到发展比较落后的农村电子商务中去。还可以组织发达地区与落后地区之间的经验交流与帮扶等,让成功的发展经验在更多的农村推广,由点到面实现农村电子商务的整体发展。同时,进一步挖掘原生态农产品或服务,并加强科技创新或服务创新,建立集观光、体验、休闲娱乐和特色农产品购物于一体的综合电商平台,以加强产业联动,实现三大产业的进一步融合与发展。

(责任编辑:黄敬宝 任朝旺)

Analysis on the Path of Rural E-Commerce Promoting Rural Revitalization

Xu Liyan Zheng Yanxia

Abstract: The rural revitalization strategy is an important measure to address issues relating to agriculture, rural areas and farmers. E-commerce is an effective way to implement the rural revitalization strategy. Rural e-commerce contributes to rural revitalization through policies, infrastructure, production factors, industries and extension paths. The policy support, infrastructure construction and production factors supply driven by e-commerce provide the basic guarantee for rural revitalization. E-commerce promotes the brand development of agricultural produces, the optimization of agricultural industrial structure and industrial integration, and spurs the prosperity of rural industry. E-commerce can achieve targeted poverty alleviation, improve the living standards of farmers, and encourage them to pay attention to and strengthen the development of rural civilization. In addition it will improve the governance capacity and level of local governments. At present, there are some practical obstacles to the development of rural e-commerce in China, such as deficient policy implementation, lagging infrastructure construction, lack of professional talents, insufficient brand development of agricultural produces, unbalanced regional economic development and inadequate industrial integration. We should take effective measures to eliminate these obstacles so as to enhance the role of e-commerce in stimulating rural revitalization.

Keywords: rural revitalization; e-commerce; industrial structure optimization; industrial integration