

# 农村电商迈入兴农新阶段

智库圆桌  
(第36期·总86期)

农村电商是“互联网+”现代农业的重要内容,是转变农业发展方式的重要手段。2022年中央一号文件提出,实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村,促进农副产品直播带货规范健康发展。本期邀请四位专家围绕农村电商发展问题进行研讨。

主持人

本报理论部主任、研究员 徐向梅

## 从“电子商务”到“数商兴农”

主持人:中央一号文件提出实施“数商兴农”工程,对此如何理解,有什么特殊意义?

欧阳日辉(中央财经大学中国互联网经济研究院副院长):电子商务是我国数字经济的重要源头,是数字经济最活跃、最集中的新兴产业新业态新模式,是数字经济最重要的组成部分。实践证明,农村电商是发展数字经济、乡村振兴和数字乡村建设最好的抓手,在十几年的发展过程中,我国农村电商发展进程大体可分为三个阶段。

第一阶段,2003年至2015年,农村电商发展路径探索阶段。2005年中央一号文件首次提及电子商务,此后10年国家主要从流通方式、交易方式和平台建设角度部署农村电商发展。比如,2012年中央一号文件提出,充分利用现代信息技术手段,发展农产品电子商务等现代交易方式。2014年中央一号文件提出,启动农村流通设施和农产品批发市场信息化提升工程,加强农产品电子商务平台建设。在政策和市场推动下,我国农村电商经历了2003年至2005年起步期、2006年至2009年小规模增长期、2010年至2014年规模化扩散期,2015年农村网络零售额达到3530亿元。2015年印发的《电子商务“十三五”发展规划》明确提出,积极发展农村电子商务,开展电子商务进农村综合示范,积极开展电子商务精准扶贫等,为农村电商发展指明方向。

第二阶段,2016年至2020年,农村电商进入规模化专业化发展阶段。国家加大对农村电商部署力度,逐步提出更高要求,明确农村

电商的主要工作方向是:加大物流基础设施建设和完善县乡村三级物流体系;开展电子商务进农村综合示范;健全农村电商服务体系;支持涉农电商载体建设和新模式发展等。2016年以来,农村电子商务在促进农产品上行、推动农业数字化转型升级、带动农民就业创业和增收、改善提升农村风貌等方面成效显著,成为推动脱贫攻坚、乡村振兴和数字乡村建设的重要抓手。商务大数据显示,2020年全国农村网络零售额达1.79万亿元,是2015年的5.1倍,远高于全国电子商务整体增速。

第三阶段,2021年以后,农村电商发展进入“数商兴农”高质量发展新阶段。2021年印发的《“十四五”电子商务发展规划》突出电子商务与一二三产业的融合,推动乡村产业振兴、数字乡村建设,大力实施“数商兴农”行动,加快完善农村电商生态体系。2022年中央一号文件进一步明确实施“数商兴农”工程,这是发展农村电商的新举措,也是农村电商发展新方向。

“数商兴农”是发展数字商务振兴农业的简称。“数商兴农”就是充分释放数字技术和数据资源对农村商务领域的赋能效应,全面提升农村商务领域数字化、网络化、智能化水平,推动农村电子商务高质量发展,进而支持和促进农业生产发展与乡村产业振兴。

“数商兴农”是根据“商”与“农”互促互促的经济规律,通过数字技术和数据要素赋能农村商务发展,以涉农商务数字化转型进一步促进农业生产数字化和产业振兴。从《“十

四五”电子商务发展规划》的部署来看,“数商兴农”行动着眼于改善农村电商基础设施、物流配送和农产品电商化,促进产销衔接,是电子商务进农村综合示范工程的升级。

以实施“数商兴农”工程为牵引,夯实“快递进村”工程和“互联网+”农产品出村进城工程,推进电子商务进农村,是中央对发展农村电商的统筹布局。“数商兴农”行动将对农村电商乃至县域经济发挥积极作用。

一是“数商兴农”工程与“快递进村”工程、“互联网+”农产品出村进城工程相结合,扩大电子商务进农村覆盖面。二是“数商兴农”行动将全面加快农村“新基建”,改善农村电商基础设施,健全农村寄递物流体系,深入发展县乡村三级物流共同配送,贯通县乡村物流配送体系。三是“数商兴农”行动将推动电子商务与一二三产业加速融合,全面促进农业产业链供应链数字化改造,助力农业转型升级和乡村振兴。四是“数商兴农”行动加快普及短视频电商、直播电商、小程序、社区团购等新兴业态,打造农产品网络品牌,催生农民专业合作社、种植大户、农产品加工企业、网商经纪人、物流配送队伍等行业融合发展,带动电商服务业、乡村旅游、餐饮及民宿等产业发展。

从2005年中央一号文件第一次提到“电子商务”,到2022年提出实施“数商兴农”工程,中央把握农村电商发展规律和趋势,发展农村电商的工作思路逐步明确。“十四五”时期,数字化生活消费方式变革将重塑农村市场,农村电商生态要素将加速整合,农村电商对农业生产和农村消费的巨大潜能将加速释放,成为推动乡村振兴取得新进展、农业农村现代化迈出新步伐的重要引擎。

主持人:请用一个典型案例分享农村电商对农业农村发展的作用。

张国(农业农村部信息中心原副主任、中国农业展览协会常务副会长):我国高度重视农村电商发展,近年来颁布了包括《中华人民共和国电子商务法》在内的多个法规和政策文件,有力推动农村电商发展,各类社会资源投资参与农村电商建设热情不减,农村电商发展取得可喜成绩。

湖北省五峰土家族自治县是典型的山区农业县,农业人口占全县总人口的70%。五峰特色产业资源丰富,但产品销售渠道不畅、市场价格不高,制约着产业发展。近几年该县紧抓机遇,大力发展农村电子商务。

一是严控网销农产品质量。建立了包括可视化实时监管系统、农产品质量溯源系统和快速检测检验中心等在内的网货质量监管体系,确保网销农产品安全。

二是重点培育本土电商龙头企业。充分调动社会资源,在电商增值培训、政策扶持、发展规划、融资服务、环境建设等方面给予重点倾斜,鼓励发展“电商+市场主体+产业+农户”的现代化经营新模式,加速形成满足市场需求、集约化、现代化的特色产业,提升特色产品规模效益和市场竞争能力。

三是深挖好山货,培育好品牌。一方面加速推进特色产品网货化,推进产品大数据建设,将全县2623种产品统一建档,进行开发培育;另一方面完成40多个本土网货品牌注册工作,五峰茶叶、马尔科土豆、牛庄天麻、土家腊肉等一批绿色农产品借助农村电商走出大山。

四是对接电商平台。建立本土电商平台“五峰蓝”,先后在供销E家、邮乐网、汉购网、当当网、京东等平台开通五峰地方特色馆,积极对接天猫、苏宁、1号店、一亩田、“832”等交易平台,拓宽五峰茶叶等特色农产品、手工艺品的线上销售渠道。

五是建设大物流。优化物流服务平台,建立三条物流专线,由县电商物流公共服务中心统一调配、协同配送,实现快递24小时到乡镇、48小时到村,快递物流价格下降55%,县内运输时效平均缩减16个小时。同时,充分整合县域冷链运输资源,在各乡镇租赁或自建冷库,在主要服务站点配备冰柜,购置冷链运输车辆,由县服务中心统一管理,有效解决五峰生鲜农产品和新鲜果蔬运输难题。

六是探索新模式。通过“电商企业+合作社+农户”模式,积极完善农产品产业链,合作社与农户签订包销协议,发展订单农业,统一提供种子、技术指导、回购包装等,线上线下共同发力,拓宽农产品销售渠道,提高农产品交易速度。

目前,五峰已建成较为完善的县乡村三级电商公共服务体系,涌现出五峰印象、采花毛尖、万绿电商、五峰老腊肉、重寨磨具等一批电子商务龙头企业,全县电商从业人员5600多人,带动就业人员超过3000人,2021年网络零售额总额达5.71亿元,较2020年增长近20%,其中农产品网络零售总额为3.25亿元,比2020年增长29.48%。

农村电商的快速发展,有力促进了农村消费升级、消费品下乡、农产品出村,电商示范服务中心、农村电商产业园、电商产品生产基地、直播基地、网红小镇等建设快速发展,平台电商、垂直电商、内容电商、乡村团购、直播电商、兴趣电商等新业态新模式在乡村遍地开花。电商倒逼乡村产业发展,挖掘产业潜力,优化资源配置,促进产业融合,擦亮农业品牌,提升产品质量,拓宽营销渠道,提高流通效率,扩大农民就业,增加农民收入,活跃农村经济。电商也改变了农民观念习惯,提升了农村生活品质,缩小了城乡差距。农村电商对助力乡村振兴的作用日益凸显。

## 赋能产业升级带动电商创新创业

一是助力脱贫攻坚取得胜利。

电子商务进农村综合示范工程启动以来,已累计支持1489个县开展电子商务进农村综合示范。商务大数据监测显示,2020年国家级贫困县农产品网络零售额为406.6亿元,同比增长43.5%,增速较2019年提高14.6个百分点,更多农民将线下农产品转向线上销售。截至2020年底,国家级贫困县网商总数达306.5万家,较2019年增加36.6万家,增长13.7%。

二是赋能产业数字化转型,为乡村振兴提供新动能。一方面,农村电商助力农村地区制造业转型升级。浙江义乌小商品、山东曹县演出服、江苏睢宁小家具等传统特色产业借助农村电商快速发展。山东曹县由最初工业基础薄弱、贫困人口数量全省第一的贫困县,发展成为全球最大的木制品跨境电商基地、全国最大的演出服饰产业基地。另一方面,农村电商助力农业供给侧改革。浙江象山围绕“象山红美人”柑橘进行数字化生产、营销与推广,通过原产地背书、加强知识产权保护等方式,提高产品质量,扩大区域公共品牌影响力,帮助农民增收超30%。

三是推动农村创新创业升温。电商已成为农村创新创业的新舞台,吸引越来越多农民工、大学生返乡创业。2021年,我国返乡入乡创业人员达1120万人,比2020年增长110万人,同比增长10.9%,80%以上创业项目是一二三产业融合项目,带动农事体验、直播等蓬勃兴起。2021年底,全国农村网商、网店有1632.5万家。以青海省海东市平安区为例,在国家税务局的扶持下,地方政府积极引入阿里巴巴集团为代表的电商资源,建设青海青绣数字化总部,不断深化消费帮扶,在人才培养等方面提供支持,累计带动青绣工坊40家,入驻青绣企业140家,培养青绣传承人301人,年产值达1.25亿元,不仅辐射带动10余万村民就业增收,而且促进青绣文化传播,为巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接提供支撑。

2021年农村网络零售额达到  
2.05万亿元 增长11.3%

截至2021年年底 全国农村网商、网店达1632.5万家

2021年累计改造 县级物流配送中心1212个

村级电商快递服务站14.8万个

全国98%的乡镇实现品牌快递直通

80%以上的行政村实现快递直达

数据来源:商务部

## 推进农村电商可持续健康发展

主持人:我国农村电商发展还存在哪些问题,应从哪些方面入手,促进其健康发展?

李鸣涛(中国国际电子商务中心电子商务首席专家):我国农村电商经过多年发展,已成为工业品下行和农产品上行销售的重要渠道,在解决农民买货难问题、助力农民增收、带动农村地区产业发展及促进乡村振兴等方面发挥重要作用。但农村电商在快速发展过程中,也暴露出品控能力弱、产品标准化不足、品牌影响力弱、物流及供应链问题突出、人才短缺、服务不规范、政策协同不足等一些值得高度关注的问题。围绕发展农村电商、助力乡村振兴、促进共同富裕的发展目标,建议从以下方面入手促进农村电商健康发展。

一是进一步提升对农村电商战略价值的认识。对于农民而言,农村电商一方面是满足消费的新渠道,另一方面是售卖农产品的重要途径。对于电商企业而言,发展农村电商是渠道下沉寻找增量市场的重要方向,也是发挥企业社会公益价值的重要载体。对于政府而言,农村电商是助力乡村振兴的新模式,农村产

业发展的新生态。农村电商将会在一定程度上影响土地、资金、人员、技术、数据等生产要素配置,成为农村新生产力的重要组成部分,引发一系列产业变革和场景创新,在促进乡村振兴和共同富裕中发挥重要作用。面向未来,农村电商深层次战略价值需要进一步挖掘。

二是提升农产品网货转化及供应链保障能力。网售商品要适应网民海量消费需求,标准化程度要高,产品迭代要快。而这些方面恰恰是农村网售商品的短板,农产品尤其是地方特色农产品生产周期长、产量有限,一旦成为爆款很难及时满足大量需求。此外,农产品标准化程度低,产品更新也很难在短时间内完成。应针对性提升农村地区“农货”变“网货”能力,在补齐农村电商基础设施短板基础上,体系化推进选品、分拣、包装、品牌策划、供应链保障等。

三是要着力补足农村电商相关要素短板。农村电商发展首先要解决物流问题,工业品下行的“最后一公里”伴随快递下乡、电商服务站建设等有所缓解。从长远看,需考虑成本收益问题,政府补贴退坡后,应发挥互联网优势,汇聚农村地区消费与售卖双向需求,使分散需求规模化,驱动市场化机制形成。同时,农产品上行“最初一公里”的问题

也需破局,农产品上行销售对冷链、分拣、初加工、包装等环节要求较高,配套设施还需政府、市场持续投入。应继续改善农村电商人才供给问题,采取公益培训和市场增值培训相结合的方式,以创业孵化为重要载体从产品、营销、物流、品牌等方面,提升农村电商人才的综合能力。应基于农村电商企业规模小、固定资产少、信用等级低等特点,创新农村电商金融服务方式,把电商交易数据纳入融资依据范围,倡导平台企业开发农村电商金融服务新产品。

四是进一步发挥好政府与市场在农村电商领域的协同作用。长期以来,相关部门大量投入农村电商公共服务体系建设,有效解决了许多制约农村电商发展的瓶颈问题。大量电商平台企业也纷纷布局农村电商市场,建基地、建仓储、开发特色产品等,营造良好的农村电商服务生态。在已有基础上,应把农村电商公共服务资源与电商企业运营服务体系有机对接,在盘活存量资源的同时,提升公共服务可持续运营能力。此外,提升农村电商市场规范性,也需协同发挥政府监管力和平台企业市场引导力,解决好当前农村电商领域暴露出的突出问题。

下一阶段,农村电商应以实现自身高质量发展为基础,以带动农村产业发展、助力乡村振兴为核心目标,大力培育农村电商“新农人”和相关企业,继续补足基础设施短板,加强规范与引导,实现农村电商可持续健康发展。



主持人:近年来,我国农村电商发展状况如何?

洪勇(商务部研究院电子商务研究所副研究员):近年来,我国农村电子商务保持良好发展势头。一是农村电商规模持续扩大。2021年,全国农村网络零售额2.05万亿元,同比增长11.3%,增速比上年加快2.4%。全国农产品网络零售额4221亿元,同比增长2.8%,电子商务促进农民增收的作用进一步显现。

二是农村网民数量持续增加。近年来,我国大力推动互联网基础设施建设,截至2021年11月底,我国现有行政村已全面实现“村村通宽带”。第49次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,截至2021年12月份,我国网民规模达10.32亿人,其中农村网民规模为2.84亿人,占网民整体的27.6%。我国农村地区互联网普及率为57.6%,较2020年12月份提升1.7个百分点,城乡互联网普及率差异缩小0.2个百分点。

三是农村物流体系更加健全。国家邮政局数据显示,2021年农村地区收投快递包裹总量370亿件,带动农产品出村进城和工业品下乡进村超1.85万亿元。通过整合和优化各类物流资源,县乡村三级物流体系建设进一步完善,已基本形成“两中心一节点”农村电商物流运营体系。2021年累计改造县级物流配送中心1212个,村级电商快递服务站14.8万个。目前,全国98%的乡镇实现品牌快递直通,80%以上的行政村实现快递直达。

四是新业态新模式加速应用。手机成为新农具,直播成为新农活,数据成为新农资。越来越多的农民尝试农产品直播,带货规模迅速扩大。《2021快手年度数据报告》显示,2021年1至10月份,超4.2亿个农产品订单经由快手直播电商从农村发往全国各地。

农村电商在助力脱贫攻坚、赋能产业数字化转型升级、推动农村创新创业等方面发挥了重要作用。