



# 全球视角下的中国农村电子商务发展研究 ——联合国粮农组织首份数字农业报告解读

文/卫龙宝、许王芳、方露<sup>1</sup> 编辑/杨有韦

数字农业是提升农业生产效率、保障粮食安全的重要抓手，是巩固脱贫攻坚成果、推动农民增收的有效手段，是促进青年农人创业、激发乡村活力的主要动力，是实现乡村生态宜居、促进治理有效的有力途径。作为农业农村数字化的核心业态和典型模式，农村电子商务在推动脱贫攻坚和实现乡村振兴的道路上发挥了积极作用。为探索我国农村电子商务的成功经验和最佳实践，并将其总结为可分享、可复制的理念和策略，浙江大学与联合国粮食及农业组织（FAO，简称“联合国粮农组织”）联合撰写与出版了粮农组织历史上第一份以“数字农业报告”名义发布的官方报告 *Digital Agriculture Report: Rural E-Commerce Development Experience from China*（《数字农业报告：中国农村电商发展经验》）。该报告首次从国际视角，系统梳理了中国农村电商的发展历程和现状，阐述了中国农村电商的主要商业模式和应用成果，探讨了农村电商的正向价值和意义，研究了农村电商发展面临的问题和挑战。

作为浙江大学携手联合国粮农组织共同撰写数字农业报告的项目负责人，卫龙宝教授认为，中国农村电商的发展经验表明，作为乡村振兴和数字农业发展的“标配”，农村电商与具体场景的深度结合，针对产品痛点、渠道痛点、人才痛点等起到“靶向治疗”的作用。线上市场的出现帮助工业品下乡，促进农产品进城，从而进一步打破城乡要素流动壁垒，创新了农产品交易方式，增加了农民收入，促进了农业供给侧结构性改革，成为农业农村发展经济的“领头羊”，为乡村振兴做出了独特的贡献。本文对该报告进行详细解读，通过对中国农村电商发展进行经验总结和对策分析，以期为全球农业农村领域数字化转型提供借鉴。

1. 卫龙宝，浙江大学中国农村发展研究院副院长；许王芳，浙江大学中国农村发展研究院博士生；方露，通讯作者，浙江大学新农村发展研究院研究员。

## HISTORY AND STATUS QUO OF E-COMMERCE IN RURAL CHINA

### 一、中国农村电商的发展历程及现状

近年来，中国电子商务市场蓬勃发展，引领全球。国家统计局数据显示，2016—2020年，中国电子商务交易额从26.10万亿元增长到37.21万亿元，年均增长率9.0%，位居世界首位。中国网络购物用户规模已达7.82亿，网络零售市场连续多年保持全球规模最大、最具活力市场地位。作为数字经济最活跃、最集中的表现形式之一，电子商务正成为我国国民经济增长的强劲引擎。

在农业农村领域，电子商务也取得了迅猛发展并发挥了巨大价值。中国农村电商的兴起可以追溯到2004年，农业部（现农业农村部）牵头在全国实施第一轮电子信息进农村项目，全面提升农村的网络覆盖。2009年，全国首个淘宝村的诞生标志着中国农村电商进入了快速成长期。2014年开始，商务部等国家部委大力开展电子商务进农村综合示范工作，力争实现832个国家级贫困县电子商务全覆盖。截至2016年，农业农村市场已经成为各大电商平台争夺的主战场，大量专注于农村电商的平台和创新的农村电商模式应运而生。2020年，全国农村网络零售额达1.79万亿元，同比增长8.9%，农产品网络零售额达4158.9亿元，同比增长26.2%，国家级贫困县网络零售额达3014.5亿元，同比增长26%。淘宝村数量从2009年的3个大幅扩张到2020年的5425个。







## CORE BUSINESS MODELS AND TYPICAL CASES OF E-COMMERCE IN RURAL CHINA

## 二、中国农村电商核心模式及典型案例

### (一) 核心模式

依托农村路网、信息网络等基础设施的不断完善，伴随各大电子商务平台的迅速崛起，立足构建高效快速的农产品上行通道，我国农村电子商务衍生出多样化的商业模式。

一种是基于传统电子商务平台的农村电商模式，典型代表为阿里巴巴。这种模式产生最早，核心是基于平台实现农产品卖家和买家之间的直连，一是可以帮助农民打破空间和时间的限制，扩大销售边界，增加农民收入；二是可以通过搜索推荐等匹配机制，降低消费者搜寻成本，促进农产品交易。基于阿里平台诞生的淘宝村在推动农产品销售、乡村产业兴旺、农民就业创业等方面都发挥了积极的作用。另一种是基于社交电子商务平台的农村电商模式，典型代表为拼多多。在传统电商模式的基础上，社交电商融入了更多依托社交关系的分享、推荐和游戏化属性，进一步降低了交易成本、拓宽了下沉人群市场。再一种是基于新兴直播业态的农村

电商模式。网络直播具有高转化、高复购、品效合一等特性，不仅有利于加速农产品销售，也有利于加强农产品知名度和品牌心智建设。直播电商较低的操作门槛也可以赋能更多的小农户参与到农产品电商销售的大潮之中。

## （二）典型案例

伴随着农村电子商务的迅猛发展，我国涌现出了一批通过大力发展农村电商，赋能农业转型升级，助力农村产业兴旺，推动农民脱贫致富，实现乡村美好生活的典型案例。江苏沭阳，地处经济欠发达的苏北地区，立足自身优势的花卉苗木产业，开展电子商务打造“沭阳速度”，被评为2020年农村电子商务全国十个典型市县之一，并成功跻身中国百强县；山东曹县，作为一个工业基础薄弱、贫困人口数量全省第一的农业县，立足自身优势

的服饰加工产业，通过电商销售表演服实现经济跨越式发展；素有“秦陇锁钥，巴蜀咽喉”之称的陇南，交通不便，经济落后，全市拥有贫困人口83万，贫困发生率近30%，通过大力开展电子商务成功实现脱贫并获得了“全国电商扶贫示范市”殊荣；云南元阳哈尼稻作梯田系统是联合国粮农组织评选的全球重要农业文化遗产，通过互联网营销和传播，不仅让全球了解了中国传统农耕在可持续发展、生物多样性等方面的贡献，弘扬了中国千年稻作文化，还延伸了稻作梯田的产业链，拓宽了农产品加工、旅游等农业综合效益。





### 三、农村电商的价值和意义

农村电商在经济、社会和环境等方面都具有积极的价值和意义。

#### （一）推动农业降本增效，帮助农民脱贫致富，促进农人创业就业

第一，农村电商可以实现农产品销售规模效应，降低农业生产成本，并通过更好的搜集和反馈消费者终端需求，提升农业生产效率。第二，农村电商可以缩减经销环节，促进供需匹配，增加消费者触达，助力农民增收，实现扶贫脱贫。第三，农村电商有助于推动农产品品牌化、特色化和优质化，进一步提升农产品附加值，增强农业产业竞争力。第四，农村电商为农人就业特别是青年农人的创业创新提供了更广阔的舞台，有助于乡村数字化人才和新农人的培育，对于吸引青年农人返乡、激发乡村活力、促进乡村人才振兴都具有重大的意义。

#### （二）促进乡村生态宜居，推动乡村文化繁荣，提升乡村治理水平

首先，农村电商通过提升农民收入水平、

促进乡村产业兴旺等方式，可以有力推动乡村生态环境、医疗健康、基础教育、社会保障等公共服务水平的升级，提升农民生活幸福指数。其次，农村电商为农村文化向城市弘扬提供了新机遇，也为现代理念向农村传播打开了新通道，有助于推动乡村的文化繁荣、扩大乡村的文化影响力。再次，农村电商的普及可以提升农村人口整体的数字化信息化能力，吸引更多青年人才返乡，为进一步提升乡村治理的数字化水平和效率打下良好基础。

#### （三）减少乡村资源浪费，促进绿色农业发展，助力乡村可持续化

首先，农村电商通过直连农户和消费者，一是有助于提升农民的绿色生态意识，降低化肥等有害有毒物质的使用，二是有助于减少农业生产过程中的资源浪费和错配，走绿色农业之路。其次，农村电商的发展有助于推动路网、信息网络等乡村基础配套设施的优化，为乡村的可持续发展扎实基础。

## VALUE AND SIGNIFICANCE OF E-COMMERCE IN RURAL AREAS





#### 四、农村电商的挑战和问题

虽然我国农村电商的发展取得了巨大的成绩，但仍面临着诸多挑战和问题。

##### （一）乡村基础设施水平有待提升

乡村基础设施配套水平是制约我国以及大部分其他发展中国家农村电商发展的重要一环。近年来，我国农村地区在道路网络、互联网等相关基础设施建设方面取得了长足进步，但在电力供应、冷链物流网络建设、最后一公里物流覆盖率、互联网覆盖率等方面仍与城市地区存在较大差距。

##### （二）农民文化程度和信息化水平有待提高

农村电商发展面临的另一大挑战是农民群体整体文化程度不高、

信息化素养有限，大部分农人尚不具备充分的电商经营所需的网店运营、物流管理、销售营销等基础能力，更难以跟上移动互联网、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术的发展步伐。同时，农村地区在电商人才培养、引进、长期留用等方面也缺乏基本的培育条件和吸引力。

##### （三）“数字鸿沟”等不平等问题有待解决

农村电商的发展，特别是前期起步环节，往往需要大量级的资金、人力、技术等资源投入。在这些方面相对弱势的地区（比如西部地区）和群体（比如小农户、妇女和青年）往往无法同步享受农村电商发展的红利，产生一系列不平等问题。阿里研究院最新数据显示，截至 2021

## CHALLENGES AND PROBLEMS WITH E-COMMERCE IN RURAL AREA





年9月，93.1%的淘宝村位于东部沿海经济发达地区。国家统计局数据显示，2020年东部地区贡献了全国农村网络零售额的77.9%。如何缓解协调农村电商发展过程中的区域不平衡、群体不平衡问题，缩小数字化进程中的“数字鸿沟”，会是亟待解决的一大挑战。

#### （四）农产品电商供应链体系有待完善

一是农产品标准化程度低，产品追溯和质量监管体系仍在建立，规范性的法律法规

或政策规定尚不完善，使得电商市场农产品质量参差不齐，消费者溯源困难，影响了农产品线上销售的效率。二是电商主体联系有待系统化加强。农民、农业企业和电商平台之间的联系尚不牢固，容易产销脱节。同时，农村地区电商培训、代运营、摄影美工等服务缺乏且滞后，制约了农户和电商平台建立更紧密的连接。亟须建立一个政府、农民、电商平台等各主体合作共赢、开放共享的电子商务生态系统。

## 五、发展农村电商的对策及建议

### （一）经验总结

农村电子商务的发展需要不同主体共同构建一个赋能、高效、可持续的生态系统。中国农村电商生态系统的建设离不开政策支持、产业基础、平台发展、物流体系、数字能力等5个关键要素，如图1所示。

一是政策支持。中国政府为相关私营部门提供试验的空间，推出广泛的政策和项目，

改善国家的互联网基础设施，帮助构建农村电子商务技能体系。

二是产业基础。特色农业产区充分利用产业优势，积极创造电商创业和创新的条件与环境，增强产业集聚效应，引导电商创业往集群化的方向发展。

三是平台发展。电子商务平台与产业链中各方建立数字化链接等新模式，鼓励发展

## COUNTERMEASURES AND SUGGESTIONS FOR DEVELOPING E-COMMERCE IN RURAL AREA

直播带货、社交电子商务、社群电子商务、跨境电商等新模式，支持线下零售门店如餐饮、医药等拓展线上市场，主动适应新模式、新业态发展特点，充分释放电子商务创新的市场活力和社会创造力。

四是物流系统。在中国，物流体系是建立在政府的运输基础设施和农村流通网络之上的。但仍需进一步努力：在贫困农村，加强信息化物流顶层设计，建立农村电子商务物流信息化平台。

五是人才带动。能人引领是农村产业兴旺进程中不可或缺的助推器，通过激活农村能人的资源，鼓励农村能人自发创业，传播和分享电商知识和经验，释放能人引领效应，带动更多农民从事农村电商工作，走上脱贫奔康勤劳致富之路。

### (二) 政策建议

中国农村电商的经验表明，农村电商的发展需要包括各级政府、以电商平台为代表的私营部门和农人群体等在内的不同主体紧密合作，共同构建一个赋能、高效、普惠、可持续的农村电商生态系统。

从政府层面来看，政府发挥着顶层谋划、战略指引、统领指挥、系统推进的核心作用，对于农村电商生态系统的建立至关重要。一是要不断出台鼓励和扶持农村电商发展的政策和法规，促进农产品电商市场的有序、长期、稳定发展。二是要进一步完善农村交通、信息网络等方面的基础设施建设，包括畅通电商进农村“最后一公里”、鼓励物流企业向村镇下沉等。三是要加大对农人创业创新的扶持，加强农村电商人

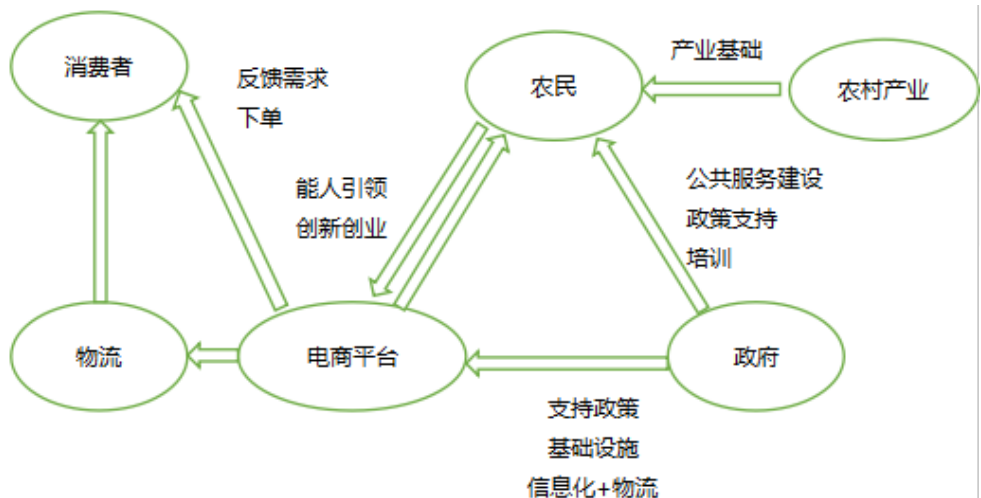


图1 中国农村电商生态系统





才培养，引导具有实践经验的电商从业者返乡创业、带头致富。四是要提供普惠、创新的金融产品及服务，鼓励金融社会资本助力农村电商的规模化发展。

从私营企业层面来看，私营企业可以通过创新数字支付、建设物流网络、建立信用体系、设计用户便捷工具、推出大数据智能产品、开展云计算研究等方式进一步完善农村电商的基础设施，并提升中小农户的创业积极性和创业可行性。

从农人群体层面来看，农村电商可以增加农村就业机会和就业质量，提升农村经济社会文化发展水平，从而吸引优质乡贤、农民工、大学生、退伍军人等人才返乡创业。当前，需要加强农人群体对农村电商价值的认同，进一步宣传农村电商的成功经验，并创造一个农人群体可以广泛有效参与、共享价值链增值收益的普惠生态系统。

## CONCLUDING REMARKS



## 六、结语

该报告已以 FAO—浙江大学联合发布、联合出版的方式向全球公开发布。借助报告我们呼吁更多国内外合作伙伴的加入，加强数字农业和农村电商的成功经验分享，不断创新改进数字解决方案与方法，促进农业农村的普惠、高效与可持续发展，共同推动农业农村领域的数字化进程，从而实现更好生产、更好营养、更好环境和更好生活的联合国粮食与农业组织发展倡议。

## DIGITAL AGRICULTURE REPORT

• 扫码阅读报告全文



scan QR code  
to download



Food and Agriculture  
Organization of the  
United Nations



浙江大学  
ZHEJIANG UNIVERSITY