

乡村振兴背景下贵州农村电子商务发展研究

谢 丽, 刘平玉, 刘大珍

贵州财经大学商务学院, 贵州 黔南

收稿日期: 2021年11月10日; 录用日期: 2021年12月3日; 发布日期: 2021年12月10日

摘 要

自党的十九大倡导乡村振兴战略以来,信息化的步伐推动着农业农村数字化转型,农村电商迎来了高光时刻,如若搭乘互联网的“便车”,不断深入探索贵州省农村电商的发展,有助于推进贵州农村经济的发展,加速我省乡村振兴的脚步。

关键词

乡村振兴,农村电子商务,电商发展

Research on the Development of Rural E-Commerce in Guizhou under the Background of Rural Revitalization

Li Xie, Pingyu Liu, Dazhen Liu

School of Business, Guizhou University of Finance and Economics, Qiannan Guizhou

Received: Nov. 10th, 2021; accepted: Dec. 3rd, 2021; published: Dec. 10th, 2021

Abstract

Since the 19th National Congress of the Communist Party of China advocated the strategy of rural revitalization, the pace of informatization has promoted the digital transformation of agriculture and rural areas. Rural e-commerce has ushered in a bright moment. Development will help promote the development of the rural economy in Guizhou and accelerate the pace of rural revitalization in our province.

文章引用: 谢丽, 刘平玉, 刘大珍. 乡村振兴背景下贵州农村电子商务发展研究[J]. 社会科学前沿, 2021, 10(12): 3376-3381. DOI: 10.12677/ass.2021.1012462

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, E-Commerce Development

Copyright © 2021 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

乡村振兴战略是当前国内大环境中振兴农村经济发展的重要战略，农村电子商务作为以农产品为交易主体的互联网经营活动，在乡村振兴战略的实施方面，其有着不容小觑的强大力量。农村电子商务能够将农产品供给端和消费者需求端整体联系起来，使得农村地区生产的农产品有了更为广阔的销路，促进现代农业的发展，在助推乡村振兴方面有着非常重要的作用。当前，在国家提出乡村振兴政策的时代背景下，贵州省农村电商的发展有了起色，这也为农村地区农产品的流通提供了便捷通道。

随着贵州省农村地区移动网络基础设施的完善以及手机等移动设备的普及，电子商务逐渐深入到农村基层中去。通过专业的电子商务平台，农产品可以进行任何地点的实时交易，打破了时间和空间的限制，将农产品交易与电子商务模式的融合起来，改变了传统农产品交易模式运行效率低下的情况，增加了农产品市场的获得利益。目前贵州省农村地区与城市在电子商务的运用上存在较大的差距，农村电商市场还处于有待开发的状态，因此农村电子商务具有较大的发展空间，具有很强的可发展性。2021年3月，贵州省出台了《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的实施意见》，其中就提到了在乡村建设行动中，把我省的县城区作为城乡融合发展的关键点，首先是不断完善农村物流体系使得农产品出村进城，其次是提供更多优质的服务，在尽量满足农村升级需要的同时能够吸引城乡居民来乡消费。由此看来，农村电子商务在助力贫困地区农产品流通、推动乡村旅游发展等方面均属于重要抓手。

2. 乡村振兴中发展农村电子商务的意义

2.1. 农村电商物流的建设加速地方农产品流通

当前，贵州省的农产品无论是在生产上还是在销售上仍然采用较为传统的方式进行，因而无法有效地进行市场信息的交换、产品的流通，况且农民对于市场的洞察并不敏锐，信息来源少，通常只能被动地接受市场的选择。近年来，随着农村电子商务的不断发展，农产品的生产、销售、运输等各个环节能够有机地结合起来，通过把有关农产品的市场信息收集起来分析和处理，结合相关的利益群体，为做市场决策提供了有力的支持。同时，农村电商在解决农产品流通方面也提供了广阔的空间。

2.2. 农村电商推动了农业现代化的进程

农村电商为农村经济的发展开拓了新的空间，为农民解决了农产品缺乏销路的难题，对于农产品的销售而言除了产品自身要有过硬的品质之外，还需要拥有良好的销售渠道以及品牌的建设，农产品的质量这个关键因素农民是可以掌控的，属于可控因素，农民种出优质的特色农产品，并且能够保质保量地供应，政府再进行扶持，不断地推广和宣传，从而能不断提高农产品的经济效益。传统的农产品在宣传的过程中受限于过去信息传播渠道的影响，致使农产品仅仅在本地区域范围内流通，难以形成规模经济效益。然而在农村电商的加持下，由进行合作的电商平台宣传，甚至可以通过直播带货等形式扩展销售

渠道，农产品迎来了更好的发展机遇。

2.3. 农村电商有利于解决农村贫困问题

在国家下发了有关电商扶贫的文件后，各地陆续实施了相关政策，政策的倾斜为农村电子商务渲染了良好的电商氛围。人们常说：“授人以鱼不如授人以渔”，通过发展农村电子商务农民能够从中了解到新事物的发展，获得思想的转变，并且能够掌握产品信息、产品推广、产品品牌建设等多种知识和技能，政府要做的就是帮助农村地区建立良性的经济发展生态圈，从而使得农产品的发展和推广能够不断地良性循环。因此，农村电商能助力农村地区发展特色产业，提高农村地区的经济收益，以此带动就业，解决农民贫困问题[1]。

2.4. 农村电商有助于解决就业问题

近年来，每年都会有几百万大学毕业生面临着毕业即失业的问题，政府也一直比较关心就业问题，尤其是农村大学毕业生的就业，那么针对于农村地区的大学生而言，农村电商的发展，为他们提供了就业、创业的机会。农村大学生能够利用自己在学校所学到的知识和技能去助力家乡经济的发展，同时获得较好的经济收入。目前有不少的大学毕业生回到自己的家乡利用农村电商开设了公司，在推动家乡农村电子商务发展的同时实现了自身的个人价值。

3. 贵州农村电子商务存在的问题

3.1. 农产品经营分散，缺乏市场意识

贵州省内当前许多小规模经营农户缺乏市场意识，对于农村电子商务相关知识和技术了解并不多，所以在经营上仍是重生产、轻市场的状态，缺乏专业的指导。多数农户更多地强调农产品的特色，且贵州本地的农产品具有较大差异化的地域性，因此贵州不乏具有当地的特色农产品，有特色农产品正好具备了市场上特有的竞争优势。

在经营规模方面，农户大部分都是分散经营，虽然具有地方特色农产品的优势，但是由于经营分散，规模较小，产业不集中难以形成规模经济，对于农产品的市场需求考虑得很少，甚至经营同类产品的农户之间打价格战，存在恶性竞争，经营者未形成合力之势，反而各自为战[2]。

在产品方面，产品升级技术有待加强，并且产业链较短。贵州本地产品的销售多是销售原料，在产品的加工上缺乏相关技术支持，因此无法延伸产业链，也不能提高产品的附加价值。产品升级技术的缺乏导致农业现代化程度也比较低，就导致农产品在数量上很难大规模发展，也无法充分利用电商平台开展经营，不能在中市场中保质保量的持续供给，特色农产品优势无法转化成经济优势。

3.2. 农村电商品牌的建设较为落后

在市场经济中，品牌的力量不容忽视，一个有一定知名度的品牌对于消费者来说是有号召力的，它能够在无形中带来高附加值。贵州省相关政府部门一直以来比较重视农产品的标志认证和保护，但是对于农产品本身的经营者却鲜有注重产品本身的品牌建设，前期没有品牌的建设，后期就没有品牌的加持以至于在市场上开始了同质产品之间无休止的恶性竞争。目前，多数电商平台上尤其是拼多多平台有许多的农产品网店，很多店都是销售同一地域特色的农产品，所以也出现了特别激烈的价格竞争，农产品经营者的优质农产品卖不出好价格难以维持下去，就无法形成良性循环的农村电子商务市场局面。由此可以看出，品牌的建设对于农产品销售来说是非常重要的，没有品牌的加持，电商难以做大做强。

3.3. 电商物流设施有待完善

当前,贵州省内的物流交通基础设施日趋完善,但很多农村的道路狭窄崎岖,农产品的生产又多位于更为偏远山村地区,和工商业的产品相比,农产品具有季节性、保质时效短等特点,对物流的要求极高,由于偏远地区的交通运输条件更为落后,物流网络也无法全面覆盖[3],农产品所需要物流时效很难达到,有的地区甚至不能配送,农产品运送不出来或者不能及时运输,再想运营好农村电子商务就显得有些不切实际了。同时,农产品的运输非常重视仓储、冷链物流等模块,但是冷链物流设施的前期投入较大,后期回收期长,多数电商企业投资意愿低。农村电商物流基础不完善导致在运输农产品的过程中产生的损坏率高、配送速度较慢,利润低。农村电商物流设施不完善导致农村电子商务的优势无法充分发挥出来,因此没有好的物流基础,再好的农产品也会错失商机,与省内的城市相比,我省农村地区的物流体系尚不健全、仍需完善。

3.4. 农村电商人才缺乏

在农村电子商务的发展中,对于电商人才的需求更为迫切,随着城市化进程的加快,农村地区受过良好教育的大量青年人并未留在农村,而是选择去到大城市拼搏,留在农村地区的多是缺乏专业电商运营知识的中老年人或者儿童,这些群体也缺乏相关专业人的指导,在农村电子商务的运营过程中电商平台的选择、网店的开发和运营、对市场数据的收集与分析等等方面都离不开专业的电商人才。

目前贵州省乃至全国农村地区的电商人才都是比较欠缺的,无法满足发展农村电子商务的需求。农村电商所需要的人才,不仅要懂电子商务知识和技术并且要能掌握本地区农产品特色开发等相关技术的综合性人才。从农村人口结构来看,留在农村中老年人或者儿童农村这类群体中,普遍没有接受过良好的教育,对于市场信息的捕捉具有较大的盲目性和随意性,因此电商人才的匮乏制约着农村电子商务的发展[4]。

4. 贵州农村电子商务发展促进乡村振兴的对策

4.1. 渲染农村电商氛围,促进农村电商发展

农村电子商务是促进农村经济发展、乡村振兴的抓手。所以政府应该花费力气传播农村电子商务在农村产业经济中的积极意义,以推进农民传统思想观念的转变。大部分较为偏远地区的农民思想较为保守,在面对自己不熟悉的电商虚拟市场交易模式时,一方面保持怀疑、因为不了解不太信任;另一方面又充满了好奇心,想尝试却不敢尝试的心理状态。因此,政府应该发挥自身机制对农民进行引导,通过农民熟悉的方式进行宣传,如村里的会议上强调或者组织观看有关农村电商的电视、短片、视频等方式宣传农村电商的优势和操作方法,潜移默化地提升农民对电子商务的认识。同时可以乡镇或县域范围内建立相关的奖励规则,发展农村电子商务项目的政府应该给予一定的财政支持,并把此项目宣传出去,在乡镇或县域内树立榜样,有了榜样的力量农民自然就会受到农村电子商务氛围的影响,从而激发他们想要发展农村电商的激情,然后再请专业的电子商务培训师进行现场指导和讲解,对率先采用电子商务进行交易的个人和团体在税收、技术、人才方面给予相应的帮扶,引领农村电子商务的发展。

4.2. 推进农产品走品牌化的道路

在农村电子商务的交易活动中,有无品牌直接影响着农村电商运营状况的好坏,在市场上建设自身的品牌往往较容易取得消费者的信赖,而没有品牌则寸步难行,只能陷入无穷无尽的价格战中,也很难取得消费群体的信任,所以走品牌化的道路是农村电商想要取得成功的关键。首先运营农村电商要强化品牌意识,认识到品牌建设的重要性,通过设立一村一个电商培训机构,通过培训机构的指导,让农民

了解有关品牌建设的知识和具体操作技能。例如,讲解品牌建设过程中商标注册、专利申请流程,加强特色农产品品牌化建设,提升产品价值和品牌知名度。其次,政府要引导和支持媒体、乡村宣传栏全方位展示和宣传农村电商品牌助力乡村振兴的事迹,增强品牌影响力。目前随着“5G”的普及,可以引导农民利用电商直播等技术手段提升农村电商品牌知名度,同时能够把流量转化为订单。

4.3. 加快物流基础的建设,鼓励电商企业加入

农村电商的发展离不开农村物流基础设施的建设,想要通过电商这把利剑助推乡村振兴还得把物流基础设施筑牢才行。要不断地学习和建立农产品的冷链物流体系,同时农产品的质量的也要得到保证,品牌才会走得更高更远,农村电商才能环环相扣、良性循环地持续发展下去。因此,政府应不断完善农村物流基础,鼓励农民参与进来,共同打造出农村电子商务示范基地,建成有利于电商发展的公共基础环境[5]。

面对时时刻刻在发生变化的互联网信息流时,对于缺乏相关经验的农民来说,想要自己的产品信息不被淹没无疑是比较头疼的。因此农村电商需要与专业化的电商平台进行合作,通过和电商平台的合作才能够让产品的需求者获取到产品信息。我省目前可以在县域或者乡镇内建立服务中心提供服务,完善有关政策,可预先建立一部分电商产业园作为示范基地,积极引进一些物流企业、电商平台入驻电商产业园区,让这些企业带领一个地方的电子商务发展实现规模效应。

4.4. 加大农村电商人才培养力度

一直以来,贵州省的偏远农村因缺乏专业的电子商务人才,所以农村电商的发展相对于其他省份来说较为滞后,在电商人才的引进或者培养方面,政府有着非常重要的作用。政府可以制定相应的政策吸引电商专业人才,鼓励本地的外出人员或者大学生返乡创业。另外,政府应该花费精力开展农村电子商务相关知识和技能的培训和指导,通过电商专业人员对农民进行农村电商基础知识的普及,不断提升农民对电子商务的认识,推进电商与农业农村深度融合。同时,在培训中应加强对品牌建设、农产品的运营等知识的培养,与电商企业进行深度合作,设立实训基地,利用电商专业人才带动发展,提高农民经济收益。

5. 结束语

解决好农村电子商务发展中存在的问题是实施乡村振兴战略的关键。电子商务作为技术手段可以激发农村群众的创业创新的潜力,扩宽农产品销售的渠道,使得纯天然、无污染的农产品有更多的机会被市场所看到,拓展了农民增收致富的新空间,解决农村毕业大学生就业问题,成为促进农村经济增长的有效手段,但目前仍存在经营分散、缺少品牌建设、物流设施落后、缺乏专业人才等方面的问题。因此,政府要继续加深对农村电子商务的管理,补齐短板,发挥长处,促进电子商务稳健发展。

基金项目

贵州省教育厅高校人文社会科学研究课题:比较优势下贵州农村电子商务发展特色研究(课题批准号:2021ZC033)。

参考文献

- [1] 杨波渊. 电子商务对农村经济发展的影响[J]. 财会学习, 2018(7): 157-158.
- [2] 周振鹏. 乡村振兴战略下的农村电子商务发展策略[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(23): 143-146.
- [3] 孙桂财. 乡村振兴背景下农村电商发展问题研究[J]. 财经界, 2020(30): 12-13.

-
- [4] 潘鹏, 刘莲花. 乡村振兴背景下农村电商发展的制约因素与对策[J]. 电子商务, 2019(9): 35-37.
<https://doi.org/10.14011/j.cnki.dzsw.2019.09.015>
- [5] 石瑜阳. 贵州农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 现代营销(下旬刊), 2018(1): 162.