

农村电商扶贫发展困境以及对策研究

杨明阳¹, 孟思怡¹, 王鑫²

¹成都锦城学院财务会计学院, 四川 成都

²成都锦城学院电子信息学院, 四川 成都

收稿日期: 2022年8月22日; 录用日期: 2022年10月2日; 发布日期: 2022年10月9日

摘要

当今社会, 网络技术快速发展, 电商扶贫理念应运而生。作为党的十九大重大决策部署, 农村电商赋予了乡村振兴新的发展活力, 赋予了农村经济新的攀升路径, 对成功打赢乡村振兴战略攻坚战、解决好我国“三农”问题起到关键性作用。本文结合我国农村电商的最新发展趋势, 梳理了目前可行的农村电商发展模式, 对农村电商存在的主要问题进行了分析评述并给出合理化建议, 为进一步发展农村电子商务、解决农村相对贫困问题、实现乡村振兴提供参考。

关键词

乡村振兴, 电商扶贫, 农村经济, 电子商务

Research on the Dilemma of Poverty Alleviation and Development of Rural E-Commerce and Its Countermeasures

Mingyang Yang¹, Siyi Meng¹, Xin Wang²

¹Department of Financial Accounting, Chengdu Jincheng College, Chengdu Sichuan

²Department of Electronic Information, Chengdu Jincheng College, Chengdu Sichuan

Received: Aug. 22nd, 2022; accepted: Oct. 2nd, 2022; published: Oct. 9th, 2022

Abstract

Since the concept of poverty alleviation through e-commerce has emerged with the current rapid development of network technology, rural e-commerce has endowed rural revitalization with new

development vitality and new economic path as a major decision of the 19th National Congress of the Communist Party of China. It plays a key role in achieving the strategic battle of rural revitalization and solving the problems of “agriculture, rural areas and farmers” in China. Combined with the latest development trend of China’s rural e-commerce, this paper combs the current feasible development model of rural e-commerce. It analyzes the main problems existing in rural e-commerce and gives reasonable suggestions, so as to provide reference for further developing rural e-commerce, thus solving the problem of rural relative poverty and realizing rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Poverty Alleviation by E-Commerce, Rural Economy, E-Commerce

Copyright © 2022 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

21 世纪我国进入了社会主义发展新时代，党和国家对脱贫攻坚的坚定、对“三农”问题、乡村振兴的重视，一定程度上促进了农村的发展。与此同时，网络技术的发展、互联网的普及，农村电商也相应兴起。农村电商发展对乡村经济振兴具有重要意义，在“十三五”脱贫攻坚规划中农村电商被作为精准扶贫战略的重要载体，通过电商扶贫将是农村未来发展的必经之路，是带动农户增收，创新农产品交易渠道，推动农村产业结构升级，推进乡村振兴战略实现的重要手段。但电商扶贫是一条全新的道路，会面临许多的困难、受到各种因素的阻碍，研究我国农村电商发展模式、困境并提出相应的解决方法对于实现农村电商的蓬勃发展，进而落实农村电商战略，实现农村农业现代化具有重要的现实意义。

2. 文献综述

随着党对乡村振兴的重视，社会经济、互联网的高速发展，农村扶贫成为当下热议的话题，相继有专家学者对农村电商扶贫进行深入地研究。

张喜才(2015)从基础设施、市场主体容量、服务市场主体、政府支持措施四个角度探讨电子商务落实农村的关键所在，并据此指出了在电子商务与实体对接、信息约束、物流配送、市场秩序管理等领域的重大难题，又从不同维度对政府提出了一些政策建议以解决电商扶贫发展瓶颈问题[1]。胡琴、魏君英(2018)从当前中国农村电子商务的发展现状入手，阐述了开展农村电商发展战略对于推动农业发展、实现乡村振兴的重要意义，并研讨了我国农村电商目前发展所面对的关键问题，提出了针对人才培养、物流建设、产品打造、网络加强方面的发展战略[2]。许应楠(2018)则在此基础上，更深入地剖析农村电子商务产业品牌缺口与发展机制，并以江苏肖泾村、浙江遂昌县、山西静乐县为试点，分析试点落实情况，从现实角度为乡村振兴提供参考[3]。衡思昱、徐元善(2020)创新的指出了中国农业电子商务扶贫发展的根本在于农村网络政策的有效落实，和人民消费观念与行为的深刻转变，并认为“贫困户+”的基本模式能促进电子商务和扶贫有效结合，保障地方经济的发展等[4]。陶陈凯、杨宁芳(2022)从销售规模、电商政策、区域发展三个角度分析农村电商扶贫发展的现状，并针对物流水平低、人才缺乏、品牌建设不足提出对应的解决方案[5]。

综上所述,从专家学者的研究结果来看,多数学者将目光聚焦在电商人才、物流体系、基础设施建设问题和相应解决方案方面,缺乏对农村扶贫发展可行模式和机遇的分析,对人才供给机制深度剖析,对产品不均衡现状的深入了解,对中央出台政策是否和地方相对接的研究,农村电商扶贫发展挑战与机遇共存,该课题的研究仍有较大的现实意义和研究价值。本文创新地提出可行的农村扶贫基本模式和机遇,再从新的角度补充性地指出农村电商扶贫发展过程中所存在的困境问题并提出与之相应的解决措施,以期能为农村电商扶贫发展过程中面临的问题提供新的解决思路。

3. 农村电商扶贫基本模式和机遇

在当前脱贫攻坚关键之年,农村电商扶贫是发展农业经济,改善农村面貌的重要方式。作为精准扶贫背景下扶贫开发的新方向,电商扶贫将产业化扶贫和电子商务进行全方位融合,在促进乡村地区产业发展及帮助贫困群众脱贫方面发挥了重要作用[6]。

“国家政府 + 精准扶贫”模式。明确政府与贫困户一体化的发展思路,依据中国扶贫网以及国家建档立卡大数据资源,以互联网基础构建政府部门对接贫困户的平台,将贫困户与地方政府,企业,电商人才,社会爱心人士等对接起来,了解致贫原因和贫困程度,并根据每一户的具体条件、能力、资源,制定出有针对性的帮扶措施。实现精准施策、到户到人,切实、透明地帮扶贫困。

“政府 + 电商 + 企业”模式。地方政府在推行农村电商扶贫策略时,可与互联网电商平台和运营机构积极合作,将农户,电商平台,龙头企业紧密联合,发挥三方优势,构建电商交易的产业链,并帮助和吸引农户参与其中,利用政府的宣传鼓励消费者助推扶贫,实现先富带动后富的扶贫经济效应。在2022年6月28日石家庄市市场监督管理局深入开展“电商助企”活动,以电商形式助力消费扶贫的过程中便取得了良好的效果。石家庄市市场监督管理局相关负责人表示,通过企业与政府部门的双向交流,发掘“政府搭台、企业唱戏”的助企模式,贯彻落实农村电商扶贫政策,助力当地龙头企业蓬勃发展,实现互利共赢,推动农村农业现代化,在实现贫困户脱贫的同时发展龙头企业,保障当地经济稳定增长。

“农户 + 电商”模式。首先抓住电商扶贫关键,以电商促农业,电商带农村,电商扶农人。其次通过对有知识基础的农户进行电商培训、资源投入、专人指导、市场接入等方式帮助农户参与共建产业链,使农户成为电商主导人和产品经营者。再者,从直播培训,自媒体平台运营到开设店铺、品牌建设培训等方面,深入贯彻“授人以渔”的扶贫理念,让农民在直播平台推销自家的农产品,让他们直接变身为带货主播,其中直播内容要依托于现有的农村资源,包括特色农村文化和农产品。

4. 农村电商扶贫发展中面临的困境分析

4.1. 缺乏多元化人才

电子商务是新兴起的热门商业之一,对于用户的商务专业知识和电子信息操作技术有一定的要求,目前我国在人才存在一定的缺陷,主要问题如图1所示。

教育人才缺乏问题。一方面大部分的农户对电商的概念存在较大的认知障碍、对线上的购物交易有较大的知识屏障,还受到农村旧时观念的约束,从而难以接受电商扶贫的发展道路,另一方面,农村缺乏一批具有高文化素养的青年人对农户进行线上交易知识的普及。在双重影响下,进一步推进农村扶贫显得尤为困难。在《2020中国农村电商人才现状与发展报告》中,显示目前中国农业电子商务经营者的受文化教育水平大多处在中等水平,受大学文化教育水平占比不足五分之一,如图2所示。

由此可知,大部分高校出身的电商知识分子不会投身于基层农村电商的建设,而农村若不引进这些具有较高知识水平的年轻人,就无法改善认知障碍、知识屏障、观念约束的现有格局,进而电商扶贫发展会受到阻滞。

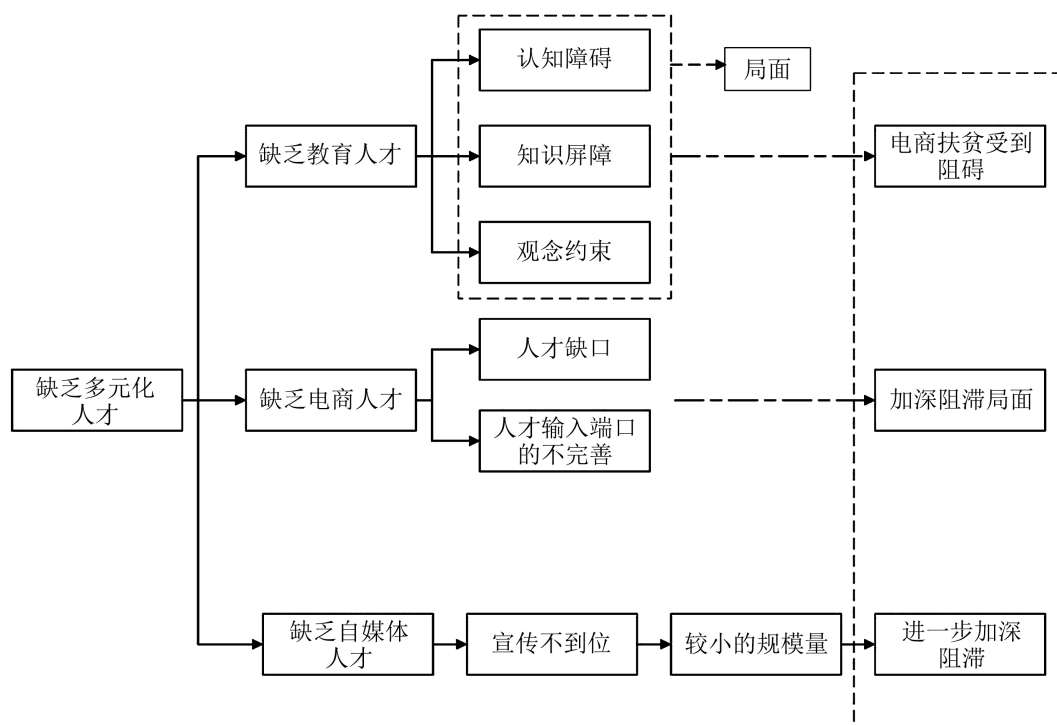


Figure 1. Analysis of rural e-commerce talents

图 1. 农村电商人才问题分析

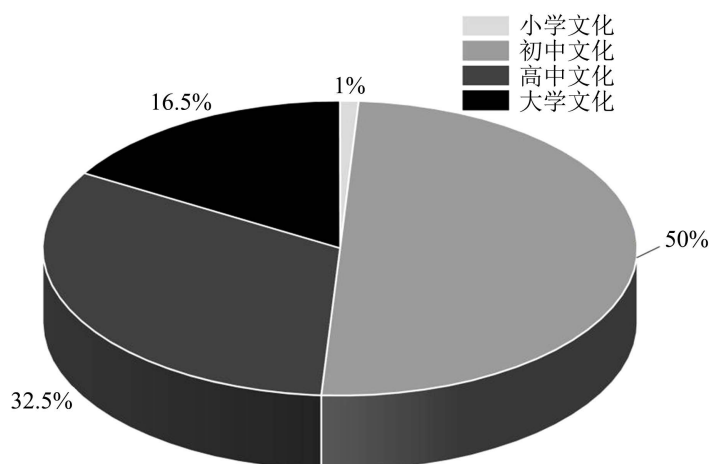


Figure 2. Cultural level of rural e-commerce operators in China in 2020

图 2. 2020 年我国农村电商经营者文化水平情况

电商人才缺乏问题。由于现阶段没有专门针对农村电商方面的人才培养制度，导致农产品研发人才、农产品检验标准化制定人才、农业供应链流程管理人才等农村电商人才出现巨大的缺口[5]，并且在短时间内由于人才输入端口的不完善，电商人才从而不能够相应的进行补足。因此，产品研发 - 产品质量检验 - 产品流转 - 销售营销 - 售后服务的环节运转过程将无法连续高效的发挥各自的作用，从而导致整个生产链、供应链因部分的影响导致整体的一体化运作无法开展进行，电商模式和农村现有生产模式无法进一步融合，进而将加深电商进农村的阻滞发展局面。

自媒体人才不足问题。要使农村电商扶贫的发展到达一个新高度。需要让农村产品走出农村、走向

城市、甚至走向国际。实现新局面的关键要素是宣传，直播便是一个很好的宣传方式。虽然现在网红直播达人很多，但是能够在农村久居、能以更为日常的方式软性宣传当地特色农业产品的沉稳型新型自媒体人才极为稀少。若没有自媒体人的宣传、便没有人知道农产品的优良、就不会有大规模的销售量，农村拥有较为全面的供应链以及成熟的物流传输系统也是无济于事的。因此，新型自媒体的缺乏会导致农村电商扶贫发展限于一个较小的规模，还可能会进一步加深电商扶贫发展的阻滞状况。

4.2. 电商基础设施建设不完善

首先农村互联网覆盖不全面。2017~2021 年中国农村互联网普及情况如图 3 所示，虽说现有农村互联网覆盖率已超 59.2%，但 4G、5G 的使用覆盖率存在一定的局限，并没有深入地惠及各村各户，农村电商扶贫的延伸仍存在死角。

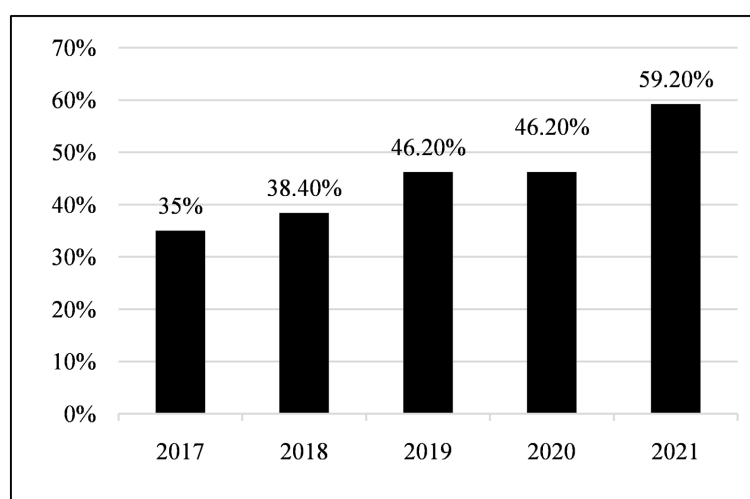


Figure 3. Internet popularity in rural China from 2017 to 2021

图 3. 2017~2021 年中国农村互联网普及情况

其次物流体系基础建设不完善。虽然城市的铁路运输体系成熟，但是农村的铁路、公路建设相较欠缺，公路的建设未拓宽到部分地理位置峻的地区，还有部分地区的公路长期以来缺乏农村道路管理部门的定期维护和修缮，使得道路的质量存在极大的问题，甚至存在一些安全隐患。此外，还存在农村与电商资源整合不完全导致物流的时间以及成本都偏高、网点建设少造成综合化物流集散中心缺少、由于管理不善导致供销环节物流信息错误等问题。正是这些方方面面问题促使形成不完善、不成熟的物流体系，进而阻碍农村电商扶贫的发展道路。

4.3. 产品结构不均衡

在一次实际调查中，受访居民对网购农货次数少的原因进行反馈，调查结果如图 4 所示，其中有高达 47.4% 的人认为“农货质量难保障”。由此可知，目前农产品质量仍存在很大问题并有待解决。

产品的同质化严重。受地方地理、气候、降水等因素的影响，同一地区的农村商户销售同一种类的农产品无可厚非，但是地方的龙头商户销售情况乐观，其他商户便跟风、模仿该商户的产品包装、宣传方式、营销手段的作为，极大程度地加深了地方产品同质化。造成了地方产品大同小异、缺乏卖点，无法更好的推动地方特色品牌的建设，同时消费者很难对这种大同小异、相似营销的产品买单，因此电商扶贫便难以进一步推进。

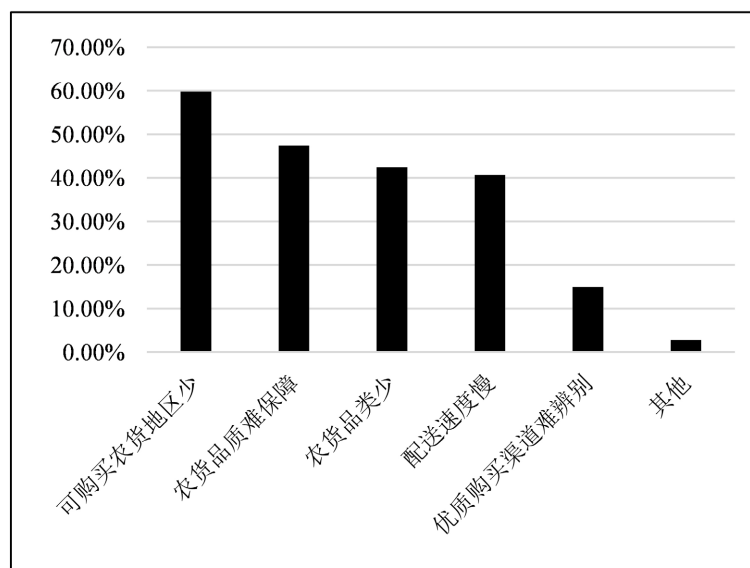


Figure 4. Investigation on the causes of insufficient agricultural goods consumption in 2021

图 4. 2021 年农货消费不足的原因调查

产品的劣质化严重。该现象并不单单是因为某一原因，而是由于方方面面的问题一直未整改，进而影响深度化，是一个长期积累的结果。首先，部分农户的品牌建设意识薄弱，会把劣质产品当作优良产品销售、会将次等品充当优等品卖出；部分商户恶性竞争，为减少成本并且获得高额利润，用精美的、符合当代人审美的外壳去包装质量不合格的产品。最终造成市场上产品质量参差不齐，长期以往劣质化便加深。其次，农村没有严苛的产品质量标准化参考，产品质量检测监督体系不完善，让少数不良商家利用缺口，维持原有以次充好的销售方式，促使市场产品的劣质化更加肆虐。

4.4. 地方电商扶持政策不到位

在电商扶贫方面国家出台了一系列相关政策文件如《关于促进电商精准扶贫的指导意见》、《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》、《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》、《关于促进农村电子商务发展指导意见》等，但就目前发展形势来看还有所欠缺。

首先，政策的针对性有待提高。由于不同农村的经济情况、人才资源、基础设施等要素不尽相同，地方政府在参考中央有关农村电商政策时没有根据地方农村特色和当地电商发展现状做出相应调整，造成财产的重复投入，人才资源的浪费，政策的实施效果大打折扣。没有做出有针对性的政策措施以做到精准扶贫，因地制宜。

其次，政策的落实不到位。各级政府部门从不同方面出台了有关促进农村电商发展的政策措施，但各部门的协调性，积极性有待提高，部分政策文件的印发显然不够，还需要地方政府的深入贯彻，积极领导，建立标准化的政策服务体系。若仅有国家政策文件的指引、宣传，没有地方政府的确切落实，则会造成相关政策的落实不到位、不及时，无法激发农户电商创业的激情，同时缺少资金技术方面的支持，对于电商在农村的可持续发展造成不利影响。

最后，农户在电商方面的合法权益得不到有效保障。该问题主要体现在网络诈骗，恶意营销等方面，追其原因是农村电商经济振兴法律制度不健全和农村电商经济振兴的监管制度不完善。农村电商经济振兴是国家重点发展项目，电商行业入驻农村贫困地区，为农村贫困地区经济发展指明了崭新的道路。

电商行业想要在农村顺利开展,完善相关法律制度是基础工作[7]。强化市场监管是保障农户的合法权益,减少纠纷,保障乡村电商振兴战略顺利推行的重点。

5. 应对农村电商扶贫发展困境对策研究

5.1. 促进多元化人才培养

电商人才在很大程度上决定了电商行业的发展走向。然而,当前农村电子商务面临人才不足的挑战,培养高能力、高素质农村多元化人才迫在眉睫[8]。

引进电商教育人才,健全农村电商教育体系。为了更好更快地带动农村电商的发展,引进电商教育人才是必要的,对于打破农户在电商方面的认知障碍,知识屏障以及观念约束方面起到了至关重要的作用。首先,各政府部门应加强乡镇电商培训机构的建设,引入理论知识扎实、实践经验丰富的电商人才,到农村对农户进行系统性、针对性的培训。当地政府部门应加强与电商培训机构、电子商务平台、高校之间的沟通合作,定期组织进行电商知识与技能培训活动,并组织相关农户到培训点、高校学习电商知识[9]。大力引进农村电商教育人才,建立健全农村电商教育体系,不断提高农户电商知识、技能水平,不仅是要从经济上扶贫,更要从文化上扶贫。

引入电商知识分子,完善农村电商人才结构。农村电商扶贫工作的顺利开展需要农村领军人物,包括优秀管理人才和电商人才的引进。人才的引进可为电商知识匮乏的农户带来科学有效的电商经营经验,是保障农村电商扶贫策略快速实施的关键因素。引进人才和留住人才的关键在于优化农村就职条件,首先从优惠政策的角度出发,需要在财政、医疗、住房、教育等方面给予一定的支持;其次在农村电商创业方面给予政策鼓励、支持、吸引更多电商人才回乡创业、就业,带动农村电商产业快速发展。

培养新型自媒体人才,打通农村电商宣传渠道。在农村电商发展中,自媒体宣传也是重点项目,包括对农产品、农村面貌、农村日常等的宣传。自媒体是大家了解农村、走进农村、帮扶农村的主要渠道,当前阶段需加快对农村自媒体专业人才的培养,发挥出自媒体行业带动农村经济发展的重要作用。要与高校建立协同培养人才模式,在相关自媒体专业课程中,让学生到农村进行实践类培训,而农户可利用高校现有自媒体教学资源进行农村人才培养。尽快培养出一批具有高素质高水平的、符合农村发展需求的新型自媒体人才。

5.2. 完善农村基础设施建设

完善农村基础设施建设是保障农村电商振兴战略顺利推行和巩固我国脱贫攻坚成果的基础工作和重点工作,对乡村振兴起到举足轻重的作用。首先,加强农村物流设施建设。电商物流是推动农村电商快速发展的基本保障,2022年我国乡镇通三级及以上公路比例为82.2%,全国仍有很多贫困地区交通不发达,面临着出村难、进村难的问题,应加快推进乡镇地区通三级及以上等级公路建设;除此之外,目前在我国约690,000个建制村中,超过73%的建制村尚未配备快递服务网点,对农村电商建设造成了极大的不便,需加强农村快递服务网点建设。其次,加快现代农业科技进农村。政府应扩大乡村振兴的投入资本,对大型、高端智能农机购置予以补贴政策,切实提高农村种植、养殖效益,推进农业科技水平现代化转型。最后,加快农村数字化建设。政府应该大力推进互联网进农村,加速数字化技术入基建因为互联网普及不仅是农村电商建设的基础保障,也是政府部门开展扶贫工作的重要方式。

5.3. 创新产业结构,打造特色化产品

为改善农村产品劣质化、同质化的现象,解决产品结构不均衡的问题。首先需整合农村电商资源,打造综合一体化的产品集散中心,该集散中心能够有组织的对农村产品的生产流程、质量检测、物流环

节、销售营销环节做统一管理,有效避免了由产品以次充好、以劣充优、相似营销导致的劣质化、同质化问题,从而能逐步实现农业电商化、产业结构革新化。其次充分发挥地方的地理优势、生态资源、气候变化、文化底蕴等,创新产品理念,打造独特的、特色化的农产品和服务。最后通过线上直播、创新包装、拍摄农产品生产、采摘的全过程等多样的宣传方式,砥砺全方位构建特色化农产品品牌的形象,从而创新产业的结构,拓宽营销渠道,促进多样化销售,有效地推动电商扶贫的发展。

5.4. 优化管理制度、完善电商扶贫政策

完善电商扶贫政策是优化农村电商经营环境、促进电商快速发展的重要因素,在助力乡村振兴方面起着保障作用。首先各政府部门在行使政策文件时,需根据各地经济发展情况、电商发展情况、地方实际情况等制定有较强适应性的具体举措,落实精准扶贫、因地制宜的扶贫理念,以减少人力财力的重复投入,提高农产品的适应性。其次各级政府部门应加大对农村电商政策的宣传力度以及在电商优惠政策、福利的投入力度,如降低税收、免息贷款、购置减免等,在提高农户对电商的兴趣与参与热情基础上,吸引更多的电商企业和人才入驻农村。最后,政府部门应加大对农村电商管制力度,出台相关法律法规,规范农村电商违法行为,创造和谐公平的电商经营环境,保障农户合法权益。

6. 结语

总而言之,现阶段农村电商发展是乡村振兴战略中至关重要的一环,发展前景广阔,在农村经济文化的拓展、农村面貌的改善方面占据重要地位。但在实际发展过程中存在着一系列挑战与问题,结合农村电商最新发展趋势,本文梳理了切实可行的农村电商发展模式,对农村电商存在的主要问题进行了分析评述并给出合理化建议,相信随着研究的不断深入,农村电商面临的各类难题将会逐步得到解决,并在未来几年内实现标准化与产业化的实质运用。

参考文献

- [1] 张喜才. 电子商务进农村的现状、问题及对策[J]. 农业经济与管理, 2015(3): 71-80.
- [2] 胡琴, 魏君英. 乡村振兴战略视域下农村电商发展困境及对策[J]. 长江大学学报(自科版), 2018, 15(18): 75-78.
- [3] 许应楠. 推动乡村振兴的我国农村电子商务区域品牌形成及演进机制——基于案例的实证研究[J]. 江苏农业科学, 2018, 46(21): 361-366.
- [4] 衡思昱, 徐元善. 乡村振兴战略背景下农村电商扶贫问题研究[J]. 电子商务, 2020(2): 7-8.
- [5] 陶陈凯, 杨宁芳. 乡村振兴视域下农村电商发展问题与对策探究[J]. 中国商论, 2022(11): 64-66.
- [6] 吴太轩, 叶明智. 电商扶贫问题的软法治理研究[J]. 理论与改革, 2018(2): 150-161.
- [7] 尹晓波. 乡村振兴背景下农村电商精准扶贫问题研究[J]. 常州工学院学报(社科版), 2021, 39(1): 124-128.
- [8] 黄青香. 乡村振兴背景下农村电商发展策略研究[J]. 经济研究导刊, 2022(19): 43-45.
- [9] 杨霄, 徐珊珊. 乡村振兴战略背景下农村电商扶贫发展现状及策略研究[J]. 智慧农业导刊, 2022, 2(14): 112-113+122.