

乡村振兴背景下江苏省农村电子商务发展策略研究

——基于SWOT分析

王紫骄

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年3月13日; 录用日期: 2024年4月24日; 发布日期: 2024年7月12日

摘要

近年来, 我国经济飞速发展, 电子商务市场也逐渐走向成熟阶段。农村市场作为社会主义市场经济体系的重要组成部分结合了电子商务平台从而形成农村电商, 农村电商则为乡村振兴战略注入新的活力, 在连接农村生产与电子商务平台方面发挥了重要作用。而江苏作为电子商务的大省, 围绕产业发展、基层治理、民生服务等需求积极探索多元化的农村电商发展模式。因此, 本文将基于SWOT模型分析法对乡村振兴背景下江苏省农村电商发展策略进行研究, 并提出参考建议。

关键词

乡村振兴, 江苏省, 农村电商, SWOT

Research on the Development Strategy of Rural E-Commerce in Jiangsu Province under the Background of Rural Revitalization

—Based on SWOT Analysis

Zijiao Wang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Mar. 13th, 2024; accepted: Apr. 24th, 2024; published: Jul. 12th, 2024

Abstract

In recent years, with the rapid development of China's economy, the e-commerce market has gradu-

ally moved to a mature stage. As an important part of the socialist market economy system, the rural market combines the e-commerce platform to form rural e-commerce. Rural e-commerce has injected new vitality into the rural revitalization strategy, and it has played an important role in connecting rural production with e-commerce platforms. However, as a large province of e-commerce, Jiangsu actively explores diversified rural e-commerce development models around the needs of industrial development, grassroots governance, and livelihood services. Therefore, based on SWOT model analysis, this paper will study the development strategies of rural e-commerce in Jiangsu Province under the background of rural revitalization, and put forward suggestions for reference.

Keywords

Rural Revitalization, Jiangsu Province, Rural E-Commerce, SWOT

Copyright © 2024 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

党的二十大报告中强调：全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务依然在农村。提出，坚持农村优先发展，坚持城乡融合发展。加快建设农业强国，发展乡村特色产业，拓宽农民收入致富渠道[1]。民族要复兴，乡村必振兴。提出，数字乡村是乡村振兴的重要战略方向，也是建设数字中国的重要内容[2]。同时，在《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》和《数字乡村发展战略纲要》中强调：加快推进数字乡村建设，充分发挥信息化对乡村振兴的驱动引领作用，整体带动和提升农业农村现代化发展，促进农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展[3]。另外，学界在研究电子商务的发展策略大多常用 SWOT 模型的定性分析方法。因此，采用 SWOT 模型分析法来探究乡村振兴背景下的江苏省农村电商发展策略，并提出参考建议具有一定的时代价值和现实价值。

2. 江苏省发展农村电子商务的 SWOT 分析

2.1. 江苏省发展农村电子商务的优势分析

地理位置优越。江苏地理位置是十分优越的，湖泊众多，地势平坦，依托长江入海口，跨越长江、淮河，水资源十分充沛。江苏气候温和为农业提供了得天独厚的生长条件，并具有深厚的文化底蕴悠久的历史。因此，优越的地理位置为江苏农村电子商务提供便利的条件。

经济基础稳中有进。根据《2023 年江苏省国民经济和社会发展统计公报》统计，2023 年江苏全省地区生产总值 128222.2 亿元，同比上年增长 5.8%。其中第一产业增加值 5075.8 亿元，即增长 3.5%。居民消费价格小幅上涨，全年居民消费价格相比于上年增长 0.4%，其中城市上涨 0.5%，农村上涨 0.3%。居民收支平稳增长，居民人均可支配收入为 52,674 元，相较于上年增长 5.6%，城镇居民人均可支配收入为 63,211 元，增长 5.0%；农村居民人均可支配收入 30,488 元，增长 7.0%。城乡居民人均收入比值为 2.07，同比上年缩小 0.04。除此之外，江苏省的电子商务市场规模始终处于扩大状态，发展的环境也逐渐优化，拥有国家电子商务示范基地 5 家、国家电子商务示范企业 12 家，并拥有 106 家省级数字商务企业、65 家省级电子商务示范基地以及 23 家省级县域电商产业集聚区[4]。因此，江苏省良好的经济基础为江苏省农村电子商务提供不竭的动力。

特色农产品资源丰富。江苏省具有丰富的农产品资源,例如,阳澄湖大闸蟹、无锡阳山水蜜桃、南京雨花茶、南京盐水鸭、高邮咸鸭蛋、镇江香醋等。除此以外,江苏省跨越长江、淮河,东临大海,水资源十分充沛,导致海鲜、鱼虾产品种类多样。因此,江苏省特色农产品资源的多样性增进了江苏省农村电子商务的产品生命周期以及提高了江苏省农村电子商务市场的竞争力,同时,推动消费者需求的多元化选择。

交通基础设施建设良好。江苏省是长三角交通枢纽的重要组成部分,十三个地级城市间都有高速公路相连。其中,高速公路网络实现了“县城通”以及十万人以上城镇的全覆盖。全省公路里程达到 5135 公里,预计 2035 年达到 10,354 公里。在航空设施方面,全省拥有 9 个运输机场和 8 个 A1 类通用机场实现了地面交通 90 分钟车程全覆盖市。在内河航道方面,全省通航总里程约 2.4 万公里,占全国的 1/5。更重要的是,江苏省 2024 年度计划安排投资 2200 亿元,将围绕更大力度发挥交通基础设施建设设施。因此,江苏省强大的交通基础设施为江苏省农村电子商务的物流发展奠定了基础。

2.2. 江苏省发展农村电子商务的劣势分析

农村居民相应专业知识的缺乏导致农村电子商务人才短缺。电子商务专业的出现是在历史必然发生的,会结合着每一个时代的不同出现新的变化。电子商务专业人才一般在一线、二线城市居多,在农村具有电子商务专业知识的人才较少,但是,农村电子商务经济的发展离不开人才的支持。江苏省农村电子商务的发展需要引进专业的电子商务人才,发挥人才优势。农民理论知识的缺乏,导致无法在实践操作中占据优势。除此以外,农民的思想观念保守,消费观念较城市居民落后,信息也相对孤立。因此,这需要政府在观念上潜移默化的引导与政策上的扶持。

信息设施不够完善。江苏省农村地区互联网普及率相比于江苏省城镇地区较低,信息技术建设水平还不够。虽然江苏省农村的交通运输方面比较有优势,但在农村物流方面还是有一定的不足,例如未能构建农村物流服务体系,物流成本较贵,物流速度慢等问题出现。农产品的保质期较短,对运输的要求也就相对较高,需要冷链仓库等仓储设备,但农村的冷链物流设施还较为落后,运输工具种类有限,制约了江苏农村电子商务的发展。因此,需要政府在资源配置上的调控,发挥有效市场与有为政府相结合,强化宏观政策调节,引导农村电子商务市场规范有序发展。

农产品标准化程度不高。农产品标准化程度不高则会导致电子商务的品牌口碑难以建设。农村电子商务产品主要以各类农产品为主,但各类农产品缺统一的标准,产品质量出现鱼龙混杂的市场乱象,导致消费者无法做出正确的评价进而影响农村电子商务的良性发展[5]。另外,农村的养殖户相对分散无法形成统一的定价标准,难以对农村电商大品牌从而无法进行推广。因此,做好农产品的包装,提升农产品的质量,树立农产品的口碑与形象,需要政府建立统一的标准体系,并进行强化监管标准化与规范化体系,适度引导农村零售新业态进而推动农村产品的高质量发展。

2.3. 江苏省发展农村电子商务的机遇分析

政府出台政策扶持。在乡村振兴的背景下,江苏省政府一直将“三农”问题置身于中国式现代化的新实践中研究、提炼与发展,始终以理论之思回答实践之问,并始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想指导“三农研究”,结合江苏农业农村的巨大变化,打造好江苏省在农业农村现代化新实践上的“样本”。根据《关于学习运用“千万工程”经验加快建设新时代鱼米之乡的意见》与《高水平建设农业强省行动方案》中提出加强农业全产业链建设,提升乡村产业发展水平的要求。培育乡村产业新业态新模式,扩展“水韵江苏”的品牌内涵,实施农村电商高质量发展工程,鼓励发展农产品电商直采、定制生产、“生鲜电商+冷链宅配”、“直播电商+产地仓+寄递”等新模式。因此,需要江苏省人民政府的政策扶持,农村电子商务的平台在江苏才能更完善的发展。

信息化时代发展迅速。在信息化时代飞速发展的新时代，市场对农产品尤其是对原生态农产品、特色农产品、有机农产品和绿色农产品的需求不断增加，在一定程度上为农村电子商务的发展带来新的机遇[6]。在乡村振兴的大背景下，农村电子商务的发展必然为农村经济注入了新的活力[7]。随着信息化时代的飞速发展，大数据能更为精准的为消费者提供个人偏好的推荐，网络平台能使消费者更直观的感受产品的好坏，主播可以通过在电子商务平台直播的方式进行对农产品的介绍，并可以在评论区进行咨询。因此，O2O 模式的出现大大提升了农村电子商务平台交易的效率。

2.4. 江苏省发展农村电子商务的威胁分析

同类农产品市场竞争激烈。农产品的市场需求量大与其他农业大省外部竞争逐渐增大。每个省份因得天独厚的地理位置与气候条件，具有因地制宜的特色农产品。例如，山东的苹果、丹东的草莓、西湖的龙井等[8]。这些农产品在一定程度上都会影响江苏省农村电子商务市场的份额。除了与外省进行竞争还要跟力量悬殊的电商大平台相竞争，例如京东超市、天猫超市、拼多多等电商大平台竞争。商家若想拥有流量，则需要支付高昂的推广费用，而农村电子商务大多是个体散户，无论是个体散户还是地方政府都并未形成自己在农村电子商务中的核心竞争力。

网络信息安全难以保证导致信任感难以建立。由于农村居民的思想意识观念具有相对保守和消费观念较城市居民落后的特点，对电子支付的安全性采取保守且怀疑的态度，这对于农村电子商务的发展是很不利的。除此之外，部分农村居民对网络购物自身采取不信任的态度是由于对产品质量的怀疑，认为在电子商务平台购买的农产品与实际宣传的农产品是不匹配的，还存在电商平台刷单好评的现象。这种信任感与消费观念的怀疑导致农村电子商务发展的滞后性。因此，需要政府部门完善相关政策法规使农村居民的不信任感转变为信任感，将不确定性转化为确定性离不开政府和人民的共同努力。

3. 乡村振兴背景下江苏省农村电子商务发展对策

3.1. 多方位支持江苏农村电子商务“人才引进工程”

在飞速发展的互联网时代，人才是引领发展的第一动力，是建设现代化经济体系的战略支撑，而电子商务市场之间的竞争归根到底还是人才的竞争。立足电子商务专业人才的培养，江苏省政府可以通过设置人才补贴、与高校合作、设置相应岗位、建立人才库等政策壮大农村电子商务人才队伍。除此以外，更要注重对农民的电子商务知识的培训，农民在电子商务方面的知识和意识还很浅薄，需要政府的协助进行科普电子支付工具及互联网大时代带来的经济转变，让农民深入了解农村电子商务平台的运行流程，进而达到转变传统理念、改变思想意识。

3.2. 高质量推进江苏农村电子商务“基础设施工程”

农村电子商务的发展离不开基础设施的支持。在乡村振兴的大背景下，继续完善基础设施的建设。政府应加大力度对农村基础设施的投入，包括加强光纤网络、提升网络覆盖率、改善网络宽带速度、物流配送、仓储设施等方面促进江苏互联网与农业的融合发展，为农村电商的发展奠定良好的基础。投资农村地区的道路建设，“缩短最后一公里”的配送距离，改善农村物流配送、仓储物流配送、冷链运输设施，解决运输速度快、运费成本低、农产品损失小等问题，进而提升消费者购物的满意程度[9]。另外，江苏政府可以鼓励农民采用先进的物流技术及设备，降低物流成本。

3.3. 全面提升江苏农村电子商务“诚信品牌工程”

对于农产品的诚信品牌的提升主要有两个方面，一方面是提升农产品本身的质量，另一方面是提升

农产品标准体系[10]。鼓励江苏农民打造特色品牌,深化拓展“水韵江苏”的品牌内涵,打造“水韵系列”的农产品。推进“苏农云”的深化应用,构建上下贯通、业务融合、数据共享的一体化发展新格局。政府可以通过与企业合作创立诚信政府品牌,制定统一标准,并利用多种渠道进行线上与线下相结合的市场推广,树立品牌形象与故事塑造,增加品牌的知名度[11]。政府还可以通过鼓励农民采用高新技术和设备,提升农产品的质量与包装速度进而提升农产品的口碑。另外,政府可以通过以江苏农村龙头企业为核心打造特色优势农产品诚信品牌。

3.4. 不断完善江苏农村电子商务“法治监管工程”

在互联网大数据时代的飞速发展下,为推动电子商务的发展、防止出现恶性循环的农村电子商务市场,需要完善相关的政策与相关的法律体系[12]。因此,江苏政府应该加大力度对农村电商市场的监管,增加企业的诚信理念,建立奖罚制度,而企业应规范农村电商的经营行为,对农村电子商务市场进行内部约束。立法部门需要完善相关的法律法规,提升法治水平,促进农村电子商务市场的公平竞争与有效保护消费者的权益,认真开展行业内部的监督工作,对农村电子商务市场进行外部制约。另外,要做好具有品牌特色的包装设计,提升产品竞争力,树立农产品的相关知识产权保护意识,设计防伪标识,保护农村电商的乡村特色[13]。

4. 结语

在乡村振兴的背景下,电子商务对促进农村经济发展和改善农民生活质量具有重要价值。江苏省农村电子商务的发展具有广阔的前景,但也会出现一些问题。因此,江苏省农村电子商务更应该充分发挥优势、克服自身劣势、抓住发展机遇、应对威胁挑战,通过农民、企业与政府的共同努力打造“水韵江苏”系列特色品牌建设,实现农村电子商务的可持续发展,促进江苏农村的经济发展。

参考文献

- [1] 韩保江. 构建新发展格局推动高质量发展的着力点[J]. 中国金融, 2023(5): 18-20.
- [2] 郑晶玮, 邱毅. 促进我国农村消费电商发展的对策研究[J]. 农业经济, 2022(5): 131-132.
- [3] 郭培莹, 曲径, 苗冬霜. 集约化数字乡村基础平台建设研究[J]. 建设科技, 2022(15): 35-38.
- [4] 孙炜杰. 全省前三季度网上零售额超 9200 亿元[N]. 江苏经济报, 2023-11-14(008).
- [5] 孙宾. 中国式现代化视阈下农村电子商务发展战略研究——基于 AH-SWOT 模型[J]. 农村市场, 2023(10): 116-120.
- [6] 耿娜. “互联网+”背景下河南省农村电子商务 SWOT 分析及对策研究[J]. 管理工程师, 2016, 21(5): 58-60.
- [7] 李阿红, 李沐阳, 等. 农村电商助力农产品发展的对策研究[J]. 农业经济, 2023(6): 13-16.
- [8] 段一珂. 基于 SWOT 分析的农村电商发展探究——以河南省为例[J]. 广东蚕业, 2023(12): 136-138.
- [9] 张华杰. 乡村振兴背景下农村电子商务创新发展路径研究[J]. 电子商务, 2022(15): 32-35.
- [10] 胡可, 窦钰迪. 乡村振兴视域下农村电子商务发展的路径[J]. 商业研究, 2024(2): 28-31.
- [11] 李云, 彭海静. 大数据背景下江苏农村电子商务发展路径研究[J]. 观察评论, 2020(4): 9-10.
- [12] 杨晨. 乡村振兴背景下电子商务的发展策略研究[J]. 产业经济, 2023(12): 61-64.
- [13] 张瑜. 基于 SWOT 分析的农村电商发展[J]. 广东蚕业, 2021, 55(8): 141-142.