

乡村振兴视野下贵州省农村电子商务发展的路径探究

龚 远

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月3日; 录用日期: 2024年6月20日; 发布日期: 2024年8月5日

摘 要

随着大数据、互联网的发展, 农村电子商务成为实现乡村振兴的一个新发展模式。通过探究贵州发展农村电子商务的社会、政策、经济、技术环境发现, 贵州省虽有良好的现实优势, 但在农产品品牌化、物流运输、电商专业人才储备和服务体系等方面存在较大问题, 后续提出了助力形成农村电子商务生态圈与品牌化、完善乡村电子商务物流体系、培养乡村电子商务人才、健全农村电子商务服务体系等方面的应对策略, 以期在乡村振兴的视域下贵州农村电子商务的发展路径提供借鉴价值。

关键词

乡村振兴, 电子商务, 路径研究

Research on the Development Path of Rural E-Commerce in Guizhou Province from the Perspective of Rural Revitalization

Yuan Gong

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 3rd, 2024; accepted: Jun. 20th, 2024; published: Aug. 5th, 2024

Abstract

With the development of big data and the Internet, rural e-commerce has become a new development model to achieve rural revitalization. By exploring the social, policy, economic and technologi-

cal environment for the development of rural e-commerce in Guizhou province, it is found that although Guizhou province has good practical advantages, there are big problems in the branding of agricultural products, logistics and transportation, professional talent reserve and service system of e-commerce. Subsequently, it puts forward some countermeasures to help form rural e-commerce ecosystem and brand, improve rural e-commerce logistics system, train rural e-commerce talents, and improve rural e-commerce service system, so as to provide reference value for the development path of rural e-commerce in Guizhou from the perspective of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Path Research

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

电子商务是助力乡村产业振兴的重要方式之一，其不仅能够使农村市场流通起来，还能带动乡村的产业发展。贵州是一个以农业为主的大省，农村人口庞大，占总人口的绝大部分，农产品资源数量丰富，因此，农产品的流通质量和效率是促进贵州省农民增收和实施乡村振兴战略的关键一环。依托“互联网+”和大数据等数字技术支撑，贵州省也积极搭建农村电子商务平台，促进农村农业产业的转型升级，但存在农村电商资源分散、电商配套滞后、电商专业人才匮乏等问题。本文立足于乡村振兴视角，分析了贵州省农村电子商务发展的现实优势，其当下发展现存的困境，以及提出了优化贵州农村电子商务发展的对策建议，以期对贵州农村电子商务发展路径提供借鉴意义。同时，这对于促进贵州省农业现代化、实施乡村振兴具有十分重要的实际意义。

2. 贵州农村电子商务发展的可行性分析

2.1. 社会环境分析

截至 2022 年底，贵州省网民数量达到了 2875.4 万人，相比较于 2021 年底增长了 133.6 万人，增长速度为 4.9%，互联网普及率约为 74.6%。其中，农村网民规模为 894.2 万人，占全省网民总数的 31.1%，比全国农村网民占比高出 2.2 个百分点[1]。2022 年贵州网民访问网站主要是用于网络购物和综合搜索等方面，贵州省电子商务类网站用户覆盖率前三分别是淘宝、天猫和京东，占比分别为 81.9%、73.1%和 32.9%。2022 年贵州全省网络零售金额为 513.7 亿元，同比增长了 69.41%，全省的农产品网络零售额达到 58.63 亿元，同比增长了 34.48%。2022 年，贵州还实施建设节点云仓 30 个，初步实现黔货云仓数据化管理，累计入驻企业 1472 余家；2022 年海关统计贵州跨境电商交易额 105 亿元，跨境电商实绩主体 155 家，同比新增 70 家。贵州省巨大的网民空间和丰富的农产品为农村电商的发展奠定了坚实基础，贵州省农村电商应用潜力无限。与此同时，近年来人们的消费观念发生了极大转变，原生态绿色农产品深受大众喜爱，而通过电商平台，人们可以更方便快捷地购买到既新鲜又便宜的农产品[2]。

2.2. 政策环境分析

《中共中央国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》中强调，须加快完备县乡村

三级电子商务和快递物流配送体系,建设县域层面的集采集配中心,使得冷链物流服务网络向乡村下沉。这一意见为贵州农村电子商务发展和农村物流进一步发展提供了政策支撑。2023年1月,贵州省商务厅印发《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》中提出,要不断优化电子商务发展政策环境、促进示范效益、实现融合创新,带来贵州省电子商务产业的跨越式高质量发展格局[3]。“一带一路”也为贵州标注了新的“联通地标”,贵州成为西部陆海新通道的重要连接点,是连接“一带”和“一路”的重要纽带。2021年习近平总书记在贵州考察时指出,贵州要积极主动参与到西部陆海新通道的建设中去,主动融入到粤港澳大湾区的发展进程中,紧跟“一带一路”走出去,以开放促改革、促发展[4]。中欧班列、贵州桥梁、茅台、茶叶、吉他等越来越多的贵州元素,入围亚欧大陆的国际贸易“名单”。在“一带一路”的强力推动下,贵州省农村电子商务将迎来蓬勃发展。

2.3. 经济环境分析

2023年,贵州省的生产总值为20913.25亿元,较上年增长4.9%。各地区的生产总值中,排名前三的地区是贵阳、遵义、毕节,最后三名的地区是铜仁、黔东南、安顺,各地区之间呈现发展不平衡的态势。贵州省的经济整体上主要靠农业、旅游业支撑,各地区的经济总量均已攻破千亿瓶颈,经济发展上取得的显著成就也表明了贵州省的农业经济在持续增长,这为贵州省农村电商的发展创造了良好的经济大环境。

2.4. 技术环境分析

近年来,作为国家级大数据综合试验区的贵州,紧跟人工智能、云计算、大数据等前沿数字技术,全力打造了三个重量级主导型产业集群:一是数据中心,目前贵州有数据中心25个,其中有超大型数据中心11个;二是智能终端,其在生物医学、天文气象和建筑抗灾等方面发挥重要作用;三是数据应用,如“一码游贵州”服务平台、“贵商易”服务应用等,贵州省新型数字基础设施建设成效越发显著。同时,贵州省大力推进实现“双千兆”建设,5G与千行百业不断融合发展与升级。随着5G在全省各地区的广泛应用,信息建设步伐不断加速,因此需要统筹推进5G和千兆光网共同发展,贵州的数字经济底座会进一步夯实。截至2023年10月,贵州省行政村实现看村村通光纤宽带、30户以上的自然村通4G网络、乡镇通5G网络、乡镇千兆网覆盖“四个100%”[5]。未来,贵州省各地区还将继续加大力度建设数字基础设施,持续增加5G基站的建设数量,深度赋能千行百业,促进贵州经济高质量发展。

3. 贵州农村电子商务发展存在的问题

3.1. 农产品品牌影响力低

贵州省作为一个农业大省,有着十分丰富的特色农产品,例如贵州刺梨、晴隆脐橙、修文猕猴桃、都匀毛尖、威宁火腿、麻江蓝莓、江口米豆腐、思南红粳等在各地都家喻户晓。但很少有产品形成品牌化,且由于市场没有扩大和宣传力度低等方面原因,这些特色农产品并没有被大众所知晓,有的甚至在本地区都没有推广开,当地人都不熟悉,知名度很低,影响线上销售推广。这在很大程度上影响了贵州省农村电子商务的规模化、专业化发展和高质量发展。

另外,经济水平的提高带来生活质量的提升,大众对农产品的要求越来越高,比如口感、营养、方便食用等方面的要求也越来越高,但是贵州省许多农村地区,大部分农产品还处于原料初级加工阶段,没有做到规模化经营,主要是个体生产或者小规模承包,深度加工的特色农产品比较少。贵州农村的农产品主要为辣椒、洋芋、红薯、熏肉等原产品,加上包装简单、深加工水平低下,使得产品标准化水平较低。而农产品的标准化生产程度低等导致了优质农产品较少,这些弊端都大大限制了贵州省农产品电子商务的发展,因此无法获取更高的经济利益。

3.2. 农产品运输“最后一公里”问题

贵州地处西南内陆地区，以高原、山地为主，地势西部高东部低，平均海拔 1100 米，地表蜿蜒崎岖，还有典型的喀斯特地貌。尽管近年来贵州桥梁、贵州高铁享誉各地，也实现了县县通高速，但是贵州部分地区铁路尚未开通。公路运输成本高等问题使得农产品电商发展受到一定程度的制约。由于运输时长较长，农产品在运输过程中仍容易变质腐烂，因此如何冷藏处理农产品是贵州农产品走出去的关键环节。预冷却是农产品冷藏过程中最重要的一步，其可以有效延长产品保质期。然而，因为贵州缺乏完备的预冷设施，大量的农产品在运输途中变坏腐烂，这就成为贵州农产品保鲜的“第一公里”问题。同时，“最后一公里”的保鲜也存在很大问题，比如快件车与储物柜均不能对新鲜的农产品进行冷藏保存，这对新鲜农产品的生产和销售都产生巨大影响。

3.3. 电子商务专业人才匮乏

贵州省高校虽多，但教育资源整体上还是比较薄弱，优质的高校资源较为缺少。尽管部分高校已开展了电子商务专业人才的培养，但是忽视了对农村电子商务方向的人才培养，大多数学习电子商务相关专业的大学生也不愿意回到农村家乡从事电子商务的相关业务，人才的缺乏在很大程度上阻碍了农村电子商务的发展。贵州农村的就业环境、生活条件也一直是制约人才回流的“卡脖子”因素。县区人才培养最为困难，部分农村电子商务人才获得了更好的就业前景就会选择去往发达城市的电商企业，难以继续为乡村电子商务行业服务。吸引不了人才、也留不住人才、高端电子商务人才更是稀缺，这都严重制约着贵州农村电子商务的发展，也严重影响着贵州农村的发展。

尤其是营销推广、网络直播方面的人才较为短缺[6]。有专业电子商务团队负责人表示，目前团队最缺少的是能熟悉互联网、为公司提供优秀产品销售思路的电商专业运营人才。此外，贵州省部分农村地区虽然特色产品种类很多，但产品不集中、品牌影响力不足，电子商务发展的产业基础不稳，很难吸引到人才。目前很多农村电子商务服务站主要的业务是收发快递、支付话费等，还有一些村庄人口稀少，年轻人大多外出务工，村庄呈现“空心化”，或者地理位置偏远，业务量很小，日常经营都难以维持下去。

3.4. 农村电子商务服务体系欠缺

近年来，电子商务迅猛发展，新业态遍地开花，新零售、共享经济、微商等都对传统电子商务模式提出了新挑战[7]，同样也是新机遇，这要求农村电子商务服务体系针对电子商务新业态及时反应、做好服务，才可有力支撑农村电子商务的发展。但目前贵州省农村电子商务服务体系还不够完备，这“拖住”了农村电子商务的发展速度。问题主要有以下 2 个方面：一是在电子商务的新业态方面缺乏科学的规划和指导。近些年贵州省电子商务与第一产业和第三产业领域融合发展，萌发了外卖、团购、直播带货等一批新兴业态，增加了骑手、团长、带货主播等一批就业岗位，农村电商的新模式、新业态不断催生出来。但对这些新模式和新业态缺乏有效监管、合理分配，比如出现产品的虚假宣传、产品之间的恶性竞争，附加出现网络治理方面的问题。二是农村电子商务服务体系不够完善，贵州农村电子商务主体的规模小、市场竞争力弱，农村电商服务业在物流包装、销售推广、人才培养、金融服务、新业态技术服务等方面都存有支撑不足的问题，极大制约了贵州农村电子商务主体的发展。

4. 乡村振兴视野下贵州省农村电子商务发展的路径探究

4.1. 助力形成农村电子商务生态圈与品牌化

做好产业选项，打造农产品电子商务“一县一业”是开展重点产业培育、发展农村电子商务、实现乡村振兴的有力举措。但如果各县域自行选择建设，则很容易产生同质化竞争，这将严重损坏农村电

子商务的生态圈聚合与可持续发展能力。故贵州省内可通过数字乡村建设,搭建公共共享信息平台,搭建“人、物、财”的数据纽带。让同质产品可以共享省内农村电子商务的生态合力,也能集成省级优质品牌,推广农村土特产品的知名度、提升农产品的品牌影响力和农产品的附加值,促进贵州农村土特产品产业专业化、品牌规模化的建设,推动贵州农村地区的产业升级转型,以及农村特色产品电子商务供应链体系不断完备。同时,生态圈形成的合力也可为非技能型常住人员提供网店售后、包装加工等就业岗位,为农村电子商务发展助力乡村振兴提供就业支撑。

还可借助贵州大数据技术、云计算,构建农村电子商务“云仓库”销售模式,聚合产品资源,并结合数字乡村建设构建的农村电子商务生态圈,实现省内农产品规模化、规范化处理,打破县域网格化产销障碍。针对农产品网络零售下行站点多、上行仓储少的问题[7],通过大数据技术完成精准调度,将上行的仓储智能融合在下行的站点之中,由此可以实现全省各地区订单的快速匹配、分装,极大增强供应链的反应速度,使得产品销售的流通成本得以大大降低,助力农村电子商务的规模化、标准化建设,阻止农村电子商务呈现分化趋势。

4.2. 完善乡村电子商务物流体系

贵州省农村地区的物流运输主要以公路为主。近年来,贵州省各地方政府不断加大对道路建设的投入,农村公路交通日益便利,但农村地区的公路体系完善并非一蹴而就就能完成的。目前,贵州省农村地区的主干道大多以柏油路 and 水泥路为主,但仍有不少乡村分支道路是以土路为主且狭窄,仅允许小型货车行驶,还无法承载大中型货车。因为部分道路状况无法保障,大型货车无法运输导致运输时长增加等使得农产品在运输过程中极易变质腐烂,也额外增加了很多不必要的成本。因此,贵州各级地方政府要充分发挥对农村道路修建的主导作用,制定合理科学的道路建设规划,落实道路建设所需资金,因地制宜地开展实际道路建设工作。

现有物流资源要充分挖掘,大力引进优质的物流企业,实现农产品运输资源的联合。制定最优物流运输方案,与规模较大的物流企业合作,建立物流中转站,为农村电子商务的运输发展提供更好的服务。此外,要建立“最后一公里”的方式,减少农村物流的运输费用。当下,贵州省很多农村地区都没有达成“最后一公里”的目标规划。而要推进这项建设工作,首先要完善农村物流的各类基础设施,比如加强修缮农村道路。同时,优化地方道路,请专业道路设计团队制定最优路径,得出村-镇-县三级运输道路的最佳方案,以减少产品供应链的运输成本。路径选择最优,车辆安排更加合理,物流运输才会更加方便快捷。

4.3. 培养乡村电子商务人才

人才出处。首先,贵州省高校必须扎根农村,培养能够满足农村电子商务需要的大学生,并在此基础上同相关企业进行长期合作。比如可以通过校企合作,学校组织学生进入企业,开展形式多样的实习、见习和社会实践,让学生在实践获得更多的知识。其次,培养具备创新服务能力的人才,各个高校可以积极组织大学生参加“互联网+”创新比赛或者活动,引导电子商务、市场营销、工商管理等专业的学生,通过为农村电子商务主体开展项目活动,进行创新创业实践,降低农村电子商务主体的经营成本。最后,高校要积极有意识地为农村输送优秀的电子商务人才,这需要高校加强与地方政府的深入合作,激励大学生们积极为农村电子商务的发展出一份力。另外,利用各类媒体平台,多方位打造农产品品牌的创建与电子商务创业的融合[8]。

电子商务培训。首先,可以依靠县域服务组织向农民开展相关的电子商务培训。培训内容包括但不限于对互联网基础知识的了解、电子商务技术的应用、电子商务平台的使用等内容,帮助农民了解和掌

握电子商务的工具和技术。其次，组织实践活动和经验分享。可以邀请电子商务专家来做讲座，或是宣传和分享农村电子商务领域的创业成功案例经验，鼓励农民在农产品销售、电子商务运营等领域的积极探索和应用，壮大乡村电子商务人才队伍；最后，举办乡村电子商务创业大赛、创业项目孵化等活动，提供创业指导和资源支持。这有利于营造良好的电子商务创业环境和氛围，激发更多乡村电子商务人才的兴趣，为乡村电子商务发展提供人才支持和智力支持，促进经济和社会的可持续发展。

4.4. 健全农村电子商务服务体系

规划蓝图。要想实现农村电子商务的可持续发展，总体规划必不可少，制定详细的发展规划，引进人力物力财力资源，实施电子商务保护政策等，将农村电子商务资源有效统筹整合。同时，有关部门须根据本地区的实际农业生产，引导开发有区域特色的农产品，并对产品制定统一高标准的质量标准，做到标准化生产，严格监管，保证农产品的品质佳。着力实施品牌效应，打开市场销路，增强产品竞争力。

服务支撑。一方面，贵州省各个乡镇政府要努力推动农村电子商务建设，构建多形式多渠道的信息服务平台。不仅要提供便捷、标准、高效的信息管理服务，也要大幅度降低电子商务市场的准入门槛，净化营商环境，解决个人和企业的电子商务发展困境，为农村电子商务的发展提供有效支撑。另一方面，除了积极引进或发展第三方服务企业，各乡镇政府还应加大对农村电子商务企业的支持，提供全面服务，包括网点基础设施建设、业务咨询、产品包装加工、推广宣传等，与此同时，建立完善的电子商务信用体系，以保障农村电子商务的可持续发展。通过提供全面的农村电商服务体系，包括纠纷调解、争议处理、法律顾问等，形成一个完备的政府支撑体系，为农村电子商务的可持续发展提供一个长期稳定的大后方。农村电子商务服务体系的持续完善，不仅有助于农村电子商务的提效增速，而且能带动电子商务的周边配套产业发展，增加农民的就业岗位。

5. 结语

“十四五”时期是农村电子商务发展的重要窗口期，贵州农村电子商务如何成为贵州乡村全面振兴的重要推手，将是贵州农村电子商务路径研究的重点方向。因此，必须解决好贵州农村电子商务发展中的现存问题，让贵州农村电子商务获得更高水平的发展，更有效地促进贵州省乡村经济的发展，实现百姓富裕。同时，在乡村振兴的视域下，贵州省农村电子商务也将积极探索更多新发展模式、新业态服务，让贵州农村电子商务实现高水平发展，进一步助推乡村振兴战略的实施。

参考文献

- [1] 贵州省通信管理局. 《2022 年贵州省互联网发展报告》发布 2875.4 万贵州网民的“画像”来了[EB/OL]. https://gzca.miit.gov.cn/xwdt/xydt/art/2023/art_b62bf86775c84f8aa48262010b7f7deb.html, 2023-07-03.
- [2] 王艺. 乡村振兴战略视域下农村电商发展困境及对策[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(4): 240-243.
- [3] 中国新闻网. 贵州布局电商高质量发展格局 2023 年网络零售额目标 650 亿元[EB/OL]. <http://ku.m.chinanews.com/wapapp/zaker/cj/2023/04-18/9992361.shtml>, 2023-04-18.
- [4] 贵州省人民政府. 大道同行天地阔——贵州深度融入共建“一带一路”述评[EB/OL]. http://www.guizhou.gov.cn/home/gzyw/202310/t20231017_82761563.html, 2023-10-17.
- [5] 贵州省人民政府. 数字新生活转型新变化——贵州省 5G 融合发展见新景[EB/OL]. http://www.guizhou.gov.cn/home/gzyw/202401/t20240107_83475239.html, 2024-01-07.
- [6] 余世沙. 贵州农村电商发展策略探究[J]. 广东蚕业, 2023, 57(9): 111-113.
- [7] 杨汝洁, 邹春芳. 乡村振兴战略下贵州农村电子商务发展路径探析[J]. 时代经贸, 2023, 20(10): 47-49.
- [8] 干梦芳. 乡村振兴战略下河南农村电子商务发展路径探析[J]. 郑州师范教育, 2024, 13(3): 93-96.