

基于乡村振兴理念的农产品 电子商务发展策略研究

方林林

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月29日; 录用日期: 2024年5月24日; 发布日期: 2024年8月6日

摘要

随着乡村振兴战略的实施, 农产品电子商务作为一种新型营销模式, 正逐渐成为推动乡村经济发展、改善农民生活的重要手段。本研究旨在探讨基于乡村振兴理念的农产品电子商务发展策略, 通过分析当前农产品电子商务的发展现状和面临的挑战, 包括农产品电子商务基础设施建设有待完善、品牌建设意识缺乏、复合型电商人才缺乏、农产品电子商务成本高昂、信息化水平低下等。从社会工作视角出发, 提出有效的策略和建议, 包括加强农村基础设施建设、提升农产品电子商务品牌建设意识、复合型电子商务人才培养、电子商务成本优化、提升农产品电子商务信息化水平等, 从而为促进农产品电子商务的可持续发展和乡村振兴做出贡献。

关键词

乡村振兴, 农产品电子商务, 发展策略, 社会工作

Research on the Development Strategy of Agricultural Products E-Commerce Based on the Rural Revitalization Concept

Linlin Fang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 29th, 2024; accepted: May 24th, 2024; published: Aug. 6th, 2024

Abstract

With the implementation of the rural revitalization strategy, agricultural products e-commerce, as a

new marketing model, is gradually becoming an important means to promote the development of rural economy and improve farmers' lives. This study aims to explore the concept of rural revitalization of the agricultural e-commerce development strategy, through the analysis of the current agricultural e-commerce development situation and challenges, including agricultural e-commerce infrastructure construction to be improved, lack of brand building consciousness, lack of electricity talents, agricultural cost of e-commerce, low information level, etc. From the perspective of social work, effective strategies and suggestions are put forward, including strengthening rural infrastructure construction, enhancing consciousness of agricultural e-commerce brand construction, compound e-commerce talent training, e-commerce cost optimization, improving agricultural electronic commerce informatization level, etc., to promote the sustainable development of agricultural e-commerce and rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce of Agricultural Products, Development Strategy, Social Work

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

为了应对“三农”难题，政府已经推出了一系列的策略和具体行动。其中，乡村振兴战略不仅是推动农村进步和农产品经营的核心政策，同时也是实现中国特色社会主义现代农业创新建设的关键指导原则[1]。随着乡村振兴战略不断深入推进，农产品作为乡村的重要资源，传统的销售模式已经无法满足农产品市场多样化、个性化的需求。农产品电子商务作为一种新型的销售模式，因其便利、高效和可追溯的特点，已成为农产品营销的重要手段。在“互联网+”背景下，农产品电子商务的转型和高品质发展成为了当前时代各相关部门和研究人员需要共同探讨和解决的关键问题。同时，随着社会工作专业在乡村振兴中扮演着越来越重要的角色，本文在乡村振兴战略背景下，通过关注农产品电子商务发展与社会工作服务的相互关系，来探讨如何利用电子商务优势推进乡村振兴，促进农产品的销售和推广，改善农民生活条件，推动乡村经济的发展。本文将探讨基于乡村振兴理念下的农产品电子商务发展策略，为推进中国乡村振兴事业贡献力量。首先，本文将提供基于乡村振兴理念的农产品电子商务的背景、营销模式和现状分析；其次，对农产品电子商务面临的挑战进行了阐述，并提出相应的应对策略，希望能对实现乡村振兴目标和推进农产品电子商务健康发展起到积极的作用。本文旨在为农产品电子商务和乡村振兴领域的相关政策制定、产业规划和社会行动提供参考建议，致力于促进中国同步发展的经济、社会与环境绿色可持续性，进一步推动社会工作专业服务乡村振兴的行动和实践。

2. 农产品电子商务营销模式分析

在这个新时代的大背景之下，互联网平台和信息技术在多个行业的广泛应用逐步加深，从而推动了电子商务平台营销作为一种新的发展模式的出现。在经历了漫长的发展和建设过程后，农产品的市场营销已经出现了各种不同的模式，这些模式适用于各种不同的参与者和实际需求。农产品电子商务平台的营销模式是其发展壮大关键所在，它涉及到产品推广、用户吸引、交易促进等多个方面。

2.1. 传统的营销模式

这一营销策略经过了一个相对漫长的发展和变革阶段，在农产品的市场推广中，它是一种被广泛接受和推广的策略。我国目前农业生产经营中主要采用的是合作社制。这一营销策略是从农户开始的，通过批发市场、收购方和超市将农产品送达消费者手中。在这个过程中，农民将其产品卖给市场上的经销商，由经销商把商品送到消费者手中。此外，也存在一小部分农民是直接将农产品销售给消费者的。

2.2. 是商家与消费者的合作模式

消费者通过平台上的商品展示页面浏览、选择并购买农产品。商家负责提供产品、物流配送以及售后服务等环节。消费者可以通过农产品电子商务平台向商家提出需求，例如定制特定品种或规格的农产品。商家根据消费者的需求提供相应的产品或服务。这种模式可以满足消费者个性化需求，增加产品的多样性。

2.3. 第三方网站——消费者模式

这种营销策略依赖于电子商务平台，确保了商家与消费者之间的无缝连接，其中经销商主要负责信息传播、销售和运输等任务，而其主要的收益来源是佣金。消费者有机会在第三方在线平台、自主创建的网站以及各类社交应用程序上进行农产品的购买。再次是商户-商户模式。该模式的重点是经销商与中间商之间的关系，即经销商向农户或者农产品基地购买完农产品之后，再向中间商转售农产品。该模型的中间商可为多个或被中间商转出售至下层中间商。这时，经销商本质上起着中介的作用，担负运输和销售的风险。

2.4. 直销模式

该模式指农民借助电子商务平台和互联网，向消费者直接出售农产品。相对于商家-消费者模式而言，直销模式略去营销环节，是农户和消费者之间直接进行交易的一种模式，它既保证农产品的品质和质量，又能降低成本。

2.5. 线上线下结合模式

线上线下结合模式^[2]调动了电商平台和线下实体店铺，消费者可以在线上浏览、挑选农产品并下单，再到固定店铺或地点取货。这种模式将线上线下两种营销模式的优势结合在一起，打破空间限制消费者下单，在物流传输上减少时间成本，增强消费者购物体验。

综上所述，农产品电子商务平台的营销模式是一个多方面、多手段的系统工程，同时需要结合产品特点、用户需求和市场环境等，采取有效的营销手段和策略，不断提升平台的知名度、影响力和市场份额。

3. 农产品电子商务现状分析

3.1. 农产品电子商务基础设施建设有待完善

我国农村地区基础设施建设相对滞后，农村电子商务离不开网络通讯设备的支持，乡村建设中基础设施的缺乏与不健全是制约农产品外销与电子商务化发展的又一影响因素。许多农村地区网络覆盖不足，通讯设施落后，限制了农产品电子商务的普及和发展。甚至有些地方网络基础设施建设为零，给农村发展电子商务带来不少困难，降低了农村电子商务发展水平。在我国农村地区，虽然农村已经开始加快推进网络化进程，但是很多农村家庭并没有实现家家通网^[3]农产品作为特殊商品，对于物流仓储设施有着更高的要求。农产品电子商务的物流体系仍有待完善，包括冷链运输、保鲜仓储等基础设施的建设需要加强。有效的金融支付体系是农产品电子商务基础设施的重要组成部分，然而在一些地区，金融支付体

系不健全，缺乏线上支付、线下收款等便利设施，限制了农产品电子商务交易的便利性和安全性。

3.2. 农产品电子商务品牌建设意识缺乏

目前农产品电子商务平台以及相关农产品品牌在市场上缺乏统一的形象和标识，缺乏清晰的品牌定位和传播。多数都是产地直销，产品在原产地中的质量参差不齐，对产品质量没有明确的把控与管理，在电子商务中的农产品大多数是简易包装，没有树立自己的品牌及包装样式，农产品的质量和品质没有相应的保证[4]。农产品电子商务领域的竞争激烈，部分平台对于品牌宣传推广和品牌定位的重视程度不高，导致品牌意识不够清晰。因此，相比于其他行业领域，农产品电子商务品牌的认知度相对较低，消费者对农产品电子商务品牌的了解有限，缺乏深刻的品牌印象。同时，农产品电子商务平台在品牌文化建设方面投入不足，缺乏具有吸引力和影响力的品牌文化内涵，难以形成消费者忠诚度。

3.3. 复合型电子商务人才缺乏

许多农村电商平台缺乏专门从事农产品销售的专业人才，导致销售技巧、市场营销、电商运营等方面的不足，影响了农产品在电商平台上的竞争力。首先，就业环境不利。农村地区的电商发展相对滞后，缺乏有吸引力的就业机会和发展前景，导致电商从业人员缺乏从业动力。同时，农村地区教育资源相对匮乏，缺少专业的电商培训机构和师资力量，难以为工作人员提供高质量的培训。其次，技术水平较低。村民普遍缺乏现代电商技术知识和操作能力，需要进行基础培训和提升。再次，缺乏实践机会。在农村地区往往缺乏电商实践平台和机会，工作人员难以接触实际操作，无法培养实战能力。最后信息获取有限。工作人员缺乏对电商行业的认知和知识，未获得信息资源，创业意识薄弱，对电商平台了解较少。

3.4. 农产品电子商务成本高昂

农产品的特殊性导致其物流成本相对较高，例如冷链运输、保鲜处理等需要额外投入，而农产品电子商务往往涉及跨区域、跨城市的物流配送，因此物流成本较高。农产品的质量检测与保障是电子商务中不可或缺的环节，而这一流程所需的成本包括设备投入、人力成本、技术培训等，这使得农产品电子商务的成本较高。同时，为了支持农产品电子商务平台的运营，需要投入大量资金用于数据管理系统、交易平台、支付系统等信息化技术设施的建设与维护，对技术人才培养、信息安全保障等方面的成本也较高。通过各种渠道开展推广与营销活动，这包括线上广告投放、线下宣传、合作推广等，而这些活动都需要较高的投入。其售后服务也需要额外的成本支持，例如退换货的费用、客户服务人员的成本等，这也是农产品电子商务成本较高的体现之一。

3.5. 农产品电子商务信息化水平低下

农产品电子商务缺乏信息化基础设施，如电子支付系统、数据管理系统、客户关系管理系统等，导致信息化水平低下。不同环节的信息无法实现有效共享和互通，各个部门或企业之间存在信息闭塞，难以形成信息互联互通的全面信息化系统。缺乏先进的信息技术应用于农产品电子商务，例如大数据分析、人工智能、区块链等技术的运用较少，限制了信息化水平的提升。由于信息安全保障体系不健全，农产品电子商务平台容易受到数据泄露、网络攻击等安全威胁，从而导致信息化水平低下。缺乏具有信息化技术背景和经验的人才，导致农产品电子商务企业难以有效利用信息化技术来提升运营效率和服务水平。

4. 社会工作介入农产品电子商务发展对策

4.1. 加强农村基础设施建设

社会工作在加强农村基础设施建设方面发挥着重要作用。首先，社会工作者可以促进农村社区的参

与和合作，通过组织农村合作社或农村合作组织，帮助他们共同投资和建设基础设施，如网络接入、物流配送中心等，以支持农产品电子商务的发展。在农村地区建立健全信息服务平台，加强网络技术应用，完善农村信息基础设施，加快农村信息化建设进程，提高农产品电子商务发展水平与效率。三大运营商也需要为农村网络出台各种各样的优惠政策，确保村村户户能够通网，实现电子商务的全覆盖[5]。其次，社会工作者发挥政策影响者的角色，推动相关政策的制定和实施，政府需要加快推进网络化发展，加大对农业基础设施和公共资源的投入力度，给予资金、物力及政策大力支持，为农产品电子商务提供一个良好的发展环境[6]。例如提供农村电子商务基础设施建设的财政支持、税收优惠或补贴政策等，以鼓励企业和投资者参与到农村基础设施建设中来。同时，社会工作者可以促进农村与城市、企业、学术机构等各方的跨界合作，共同开展基础设施建设项目，利用各方资源优势，建立健全的金融支付体系，完善线上和线下支付等便利设备，确保农产品电子商务的便利性和安全性，加速农产品电子商务在农村地区的推广和发展。最后，社会工作者推动各方参与监督和评估基础设施建设项目的实施情况，确保农产品物流体系逐渐健全，质量得到保障，冷链运输、保鲜仓储等基础设备得到加强，资金使用合理、效果显著，能够为下一步的项目提供经验教训和借鉴。这些对策可以帮助加强农村基础设施建设，促进农产品电子商务的健康发展，提高农民的收入和生活水平。

4.2. 提升农产品电子商务品牌建设意识

社会工作者可以与相关部门合作，倡导政策支持农产品电子商务品牌建设，例如提供品牌建设的财政补助或税收优惠政策，鼓励农民和农村企业注重品牌发展。组织培训课程，向农民和农村企业传授品牌建设的知识和技能，帮助他们了解品牌对农产品电子商务发展的重要性，以及如何打造、推广和维护自己的品牌。建立资讯分享平台，为农民和农村企业提供品牌建设的案例研究、成功经验以及相关资源，帮助他们更好地理解品牌建设的意义和方法。协助农民和农村企业利用社交媒体和其他网络渠道，进行品牌推广和营销，提高他们的知名度和美誉度。组织农产品电子商务品牌建设的合作交流活动，促进农村地区各方资源的整合，帮助农产品品牌在市场上获得更大的关注和认可。通过以上方法，社会工作可以帮助农产品电子商务从业者增强品牌建设意识，提升其竞争力和市场表现，从而促进农产品电子商务的健康发展。

4.3. 复合型电子商务人才培养

社会工作者通过提供职业规划咨询、培训和技能提升、创业孵化支持、实践机会提供等培养农村复合型电商人才。社会工作者提供农村青年和有意从事农产品电商的人员职业规划咨询服务，为他们提供个性化的职业发展建议，并帮助他们制定长期和短期的发展计划。链接相关电商企业资源、邀请农村电商专家，举办专业培训班、讲座等，传授电商技巧和经验，提升农村电商从业者的技术和管理能力。开展创业培训和孵化服务，为有创业意愿的农村电商人才提供相关资源支持，如商业计划书编写、项目评估、融资指导等。定期组织工作人员实地考察、交流和实习活动，让农村电商人才亲身体验和学习成功的电商案例，激发他们的创新精神和实践能力。建立农村电商人才的社群平台，提供行业动态、政策解读、市场信息等内容的分享和交流。促进农村电商人才与当地农民、合作社、政府部门等的合作与交流，推动合作伙伴之间的互利共赢。链接相关法律专业和热线，提供相关咨询和指导，帮助他们了解网络交易的合法合规性，并提供防范网络风险的建议。

4.4. 电子商务成本优化

社会工作组织农产品电商平台可以与物流公司合作，寻求合理的运输方案和成本优化措施，例如建

立集中物流配送中心、优化运输路线等，从而降低农产品运输成本。社会工作机构链接相关方提供质量检测 and 认证服务，确保农产品的质量和安全。设立专门的检测实验室或与已有的实验室合作，为农产品提供权威的检测报告，增强消费者对产品的信任度。支持农产品电子商务平台的信息化建设与维护工作，包括网站建设、数据管理系统、在线支付系统等方面。他们可以为农民提供培训和支持，使他们能够熟练使用这些技术设施。加强售后服务支持，包括客户投诉处理、产品退换货服务、用户满意度调查等。他们可以设立客服中心或者提供在线客服支持，确保消费者在购买农产品后能够获得及时的帮助和支持。链接相关法律专业和热线，为农产品电商从业人员提供相关咨询和指导，帮助他们了解网络交易的合法合规性，并提供防范网络风险的建议。通过以上方式，社会工作可以帮助降低农产品电子商务的成本，促进其健康发展，同时提升农产品的市场竞争力。

4.5. 提升农产品电子商务信息化水平

社会工作机构可以参与制定政策，倡导政府出台支持农产品电子商务发展、推动信息化技术在农村地区的普及和应用的政策和措施。社会工作机构可以开展培训和教育活动，向农民和农产品电子商务从业者普及信息化技术知识和应用技能，帮助他们了解电子商务平台的基本操作、产品上架、订单管理、数据分析等相关技能。社会工作组织可以提供技术援助，包括为农产品电子商务企业或合作社建立电子商务平台、建设农产品信息化采集系统、结合物联网技术提高农产品生产数据的采集与运用效率等，提升整个农产品电子商务的信息化水平。社会工作组织可以牵线搭桥，推动农产品电子商务企业与信息化技术公司、互联网平台等建立合作伙伴关系，以促进信息化技术在农产品电子商务领域的广泛应用。通过以上方式，社会工作可以帮助提升农产品电子商务的信息化水平，加速农村地区信息化进程，提升农产品销售的效益和竞争力。

5. 结论与展望

本研究深入探讨了基于乡村振兴理念的农产品电子商务发展策略，旨在通过电子商务平台促进农村经济发展，提高农民收入，实现农业现代化。研究表明，电子商务在连接城乡市场、拓宽农产品销售渠道、提升农产品品牌价值等方面发挥了重要作用。有效的电子商务策略能够显著提升农产品的市场竞争力，促进农村产业结构的优化升级。然而，农产品电子商务的发展仍面临诸多挑战。本文从整合资源、拓展市场、培育电商人才等角度提出了一系列策略和建议，旨在推动农产品电子商务的健康发展，为乡村振兴做出贡献。

展望未来，农产品电子商务将继续在乡村振兴战略中扮演关键角色。随着技术的不断进步和消费者需求的日益多样化，农产品电子商务将迎来新的发展机遇。首先，技术的革新将为农产品电子商务带来新的增长点[7]。物联网、大数据、人工智能等技术的应用将使得农产品的生产、加工、销售全过程更加智能化、精准化。例如，通过大数据分析，可以更准确地预测市场需求，实现农产品的精准营销；物联网技术可以实现农产品的全程追溯，提高产品质量管理水平。其次，消费者对健康、绿色、有机农产品的需求将持续增长，这为农产品电子商务提供了新的市场空间。电商平台可以利用自身优势，推广绿色有机农产品，满足消费者对高品质生活的追求。再次，国际市场的开拓将为农产品电子商务带来新的增长点。随着“一带一路”等国际合作倡议的推进，中国的农产品将有更多机会进入国际市场。电商平台可以利用跨境电商模式，将优质农产品推向全球。最后，未来的研究可以进一步探讨如何通过电子商务平台促进农村文化传承，实现经济与文化的双重振兴。同时，研究可以关注农产品电子商务的可持续发展模式，探讨如何在保护环境的前提下实现农业的绿色发展。

参考文献

- [1] 李末芝, 海欣, 刘晓东. 基于乡村振兴视角的农产品电子商务发展对策[J]. 商场现代化, 2023(24): 30-32.
- [2] 姜雪松, 潘琳, 刘文静. 乡村振兴背景下农产品自媒体电商经营模式发展策略研究[J]. 商业经济, 2024(5): 104-106+136.
- [3] 张文艳. 乡村振兴战略背景下农业农村高质量发展之探索[J]. 农家参谋, 2021(24): 124-125.
- [4] 王宇. 乡村振兴背景下农产品电子商务模式研究分析[J]. 商场现代化, 2023(23): 7-9.
- [5] 刘来拾. 乡村振兴背景下农产品电子商务的发展路径[J]. 上海商业, 2023(6): 40-42.
- [6] 孙承文, 孙文月. 乡村振兴背景下农产品电子商务发展存在的问题及对策研究[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(15): 146-148.
- [7] 刘淑琪. 农产品品牌营销策略研究[J]. 山西农经, 2023(24): 154-156.