

乡村振兴战略下农产品电子商务发展路径研究

张计泽, 钟斯雨

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年5月12日; 录用日期: 2024年5月28日; 发布日期: 2024年8月6日

摘要

新时代电子商务快速发展, 在乡村振兴的背景下, 其对乡村经济的健康发展起着重要作用。大力发展农产品电子商务, 不仅可以使农产品销售信息得以共享, 还能有效减少中间环节和拓展销售渠道。如今, 我国农产品电子商务取得了一系列的成就, 但其的进一步发展也面临着盈利能力较差、人才缺乏、标准化程度低、品牌建设薄弱等制约因素。急需通过加大信息化基础设施建设、完善农产品物流配送体系、培养农村电子商务专业人才、制定农产品标准化体系和打造知名农产品品牌等举措, 优化农产品电子商务发展路径, 推动农产品电子商务持续健康发展。

关键词

农产品电子商务, 乡村振兴, 发展路径, 制约因素

Research on the Development Path of Agricultural Product E-Commerce under the Rural Revitalization Strategy

Jize Zhang, Siyu Zhong

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 12th, 2024; accepted: May 28th, 2024; published: Aug. 6th, 2024

Abstract

With the rapid development of e-commerce in the new era, it plays an important role in the healthy development of rural economy in the context of rural revitalization. Vigorously developing e-commerce for agricultural products not only enables the sharing of agricultural product sales information, but also effectively reduces intermediate links and expands sales channels.

Nowadays, China's agricultural e-commerce has achieved a series of achievements, but its further development also faces constraints such as poor profitability, lack of talent, low standardization, and weak brand building. It is urgent to optimize the development path of agricultural product e-commerce and promote its sustainable and healthy development by increasing the construction of information infrastructure, improving the logistics and distribution system of agricultural products, cultivating rural e-commerce professionals, formulating agricultural product standardization systems, and building well-known agricultural product brands.

Keywords

Agricultural Product E-Commerce, Rural Revitalization, Development Path, Constraints

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

乡村振兴战略, 作为国家层面的重大发展战略, 旨在推动农村经济的全面发展, 提升农民的生活水平, 实现城乡融合发展。而我国自古以来就是一个农业大国, 农业在我国占有重要的战略地位。发展农业具有明显的社会效应与经济效应, 有利于缓解社会矛盾, 改变农村落后的面貌, 是推动乡村振兴的有效途径。

目前, 传统的农业生产模式已难以满足现代社会的需求, 而农产品电子商务作为现代信息技术与农业产业结合的重要产物, 对于推动农业现代化、提升农产品市场竞争力、促进农村经济发展具有显著的作用。然而, 农产品电子商务的发展也面临着诸多问题, 这些问题制约了农产品电子商务的快速发展, 也影响了乡村振兴战略的深入推进。因此, 本文旨在通过深入研究农产品电子商务发展的制约因素, 探讨如何有效推动农产品电子商务的发展, 促进农村经济的全面振兴。

2. 农产品与电子商务融合发展的必要性

农产品电子商务是一种在农村利用网络平台进行交易、提供服务等多种经营活动, 从而推动农业现代化的新型农业生产形式, 又称为“互联网农特网”“网上超市”[1]。农产品的生产销售借助电子商务的优势, 能够突破传统模式, 更好地促进农村经济的发展。

2.1. 信息得以共享

在传统的农产品市场营销模式中, 农产品信息的共享受到了极大的限制。市场销售人员与农产品生产者之间的信息数据存在着显著的不对称性, 导致销售数据无法迅速准确地传递给业务主体。这种信息流通不畅不仅增加了市场决策的复杂性, 还在一定程度上加剧了市场风险。然而, 随着电子商务平台的崛起, 信息传播速度得到提高。电子商务平台通过快速高效地收集、整合、处理和优化信息, 为市场营销提供了全局性的视角和多元化的信息支持。这不仅满足了市场营销在多个方面和多个角度的信息需求, 而且通过深入分析收集到的信息数据, 能够揭示潜在的市场风险, 进而加强预警机制的建设。这种基于数据驱动的决策方式, 为后续的科学决策奠定了坚实的基础, 并为业务主体提供了可靠的数据支持, 有力推动了农产品市场的健康发展。

2.2. 中间环节减少

在传统的农产品销售模式中, 通常包括农户、商贩和顾客三个环节, 这种模式下农产品流通环节繁琐, 流转时间长, 且中间商的存在导致农户和顾客的利益受到一定压缩。相比之下, 农产品电子商务模式则直接连接了农户和顾客, 简化了销售流程, 仅包含农户和顾客两个环节。这种新型销售模式不仅减少了农产品的流转时间, 还消除了中间商环节, 使农户和顾客能够更直接地进行交易, 实现双方利益最大化。在传统模式下, 农户往往受限于固定的中间商合作, 销售渠道单一, 议价能力较弱, 定价权更多掌握在商贩手中。然而, 农产品电子商务模式的推广为农户提供了更广阔的销售渠道, 使他们能够将产品更广泛地推向市场, 提高交易效率, 进而获得更大的收益。同时, 这一模式简化了商贩环节, 使销售过程更为简单高效, 有利于增加农产品的交易量, 促进农业经济的蓬勃发展。因此, 农产品电子商务模式不仅优化了农产品销售流程, 还提升了农户和顾客的交易体验, 为农业经济的持续发展注入了新的活力。

2.3. 销售渠道得到拓展

传统的农产品销售方式往往受到地理位置的限制, 其消费群体主要局限于生产地周边。特别是在农村地区, 许多地方地理位置偏僻, 交通不便, 这导致大部分农产品只能满足周边地区的需求, 难以拓展更广阔的市场。当农产品供应超过当地需求时, 就会面临销售难题, 农产品无法及时卖出, 导致积压甚至变质。农民在面临这种情况时, 往往只能采取降价销售的方式, 甚至无奈地看着农产品烂在地里。然而, 互联网销售平台的兴起为农产品销售带来了变革, 这些平台有效地打破了地理限制, 拓宽了销售渠道, 使得农产品能够更好推向市场。通过互联网销售平台, 农产品可以展示给全国乃至全球的消费者, 被更多人看到并选择。这不仅极大地提高了农产品的销售范围, 也为农民带来了更多的销售机会和更高的收益。同时, 这种销售模式还有效地拉动了农村经济的增长, 为乡村振兴注入了新的活力。

3. 乡村振兴背景下农产品电子商务发展取得的成就

农产品电子商务的发展, 开启了农村发展的新模式, 对实施乡村振兴战略具有重要意义。在现代科技的推动下, 我国农产品电子商务系统的构建已有一定的成效。

3.1. 农产品销售额不断增加

近年来, 电商模式不断创新, 社交电商、直播带货、短视频营销等新型模式受到广泛关注。这些创新模式的出现, 为农产品销售开辟了新的广阔天地, 使得农产品能够突破地域和时间的限制, 流通更加自由, 销售额也呈现出持续增长的态势。据商务部电子商务和信息化司发布的《2023年上半年中国网络零售市场发展报告》显示, 上半年全国农村网络零售额达到 1.12 万亿元, 同比增长 12.5%。在农村实物商品网络零售方面, 更是实现了 1.02 万亿元的销售额, 同比增长 11.3%, 其中农产品网络零售额也达到了 0.27 万亿元, 同比增长 13.1% [2]。这一系列数据充分表明, “互联网+”在推动现代农业发展中的作用日益凸显。未来, 随着技术的不断进步和模式的不断创新, 农村电子商务将为现代农业发展注入更多活力, 推动农业产业实现更加繁荣的发展。

3.2. 销售方式更加多样

随着互联网技术的持续发展, 电子商务成为农业农村数字经济的崭新突破口, 为农产品销售注入了全新的活力与可能。近年来, 我国农产品电商市场经过不懈的探索与发展, 已逐步形成了多个梯队并存的格局。其中, 顺丰优选、京东、阿里、本来、易果网、天天果园、1 号店等优秀农产品电商企业崭露

头角, 成为行业的佼佼者[3]。这些农产品电商企业, 凭借各自独特的经营模式和优势, 灵活运用 B2B、O2O、B2C 等多种模式, 使农产品电商市场变得愈发丰富与多元。多元化的模式能根据不同消费者的需求, 制定个性化的销售方案, 不仅拓宽了农产品的销售渠道, 更在打造农业品牌、提升农产品附加值方面发挥了重要作用。

3.3. 农产品电商规模扩大

为了提升农产品供给的品质和效率, 政府充分利用农产品电商在营销、信息整合以及资源调配等方面的显著优势, 积极组织并推进农产品电子商务平台的建设工作。2022 年, 全国范围内农村涉农电子商务平台数量已突破 3 万个, 其中专注于农产品的电商平台更是达到了 4000 多个, 占比约为 13.3%, 并且涌现出 37 万余家状态为在业、存续、迁入、迁出的农副产品电商相关企业[3]。同时参与农产品电商平台建设和管理的市场主体亦在稳步增长, 这些主体包括新型农业经营主体、大型农产品加工企业、农产品批发市场、经营生鲜农产品的大型连锁零售企业、第三方农产品储运企业、农产品电商企业以及电子商务技术开发和信息服务企业等。这些不同类型的市场主体深度参与农产品电商应用, 为农业生产提供了从产前规划、产中管理到产后销售的全方位服务, 有效解决了农业生产中的粗放化问题, 推动了农产品生产的标准化、机械化和现代化水平提升, 为农业产业的持续发展注入了新的活力。

4. 乡村振兴背景下农产品电子商务发展的制约因素

在乡村振兴的背景下, 农产品电子商务取得了一系列的成就, 但其的进一步发展面临着一系列的制约因素, 影响了农产品的流通和销售, 不利于农产品电商在乡村振兴中发挥更大的作用。

4.1. 农产品电子商务盈利能力较差

我国农产品电子商务的现行状况尽管展现出蓬勃的发展态势, 但亏损现象依旧存在。首要问题在于生鲜农产品, 尤其是蔬菜水果类, 消费者对其品质要求严苛, 期望获得新鲜、健康且无损伤的产品, 这导致了此类农产品在运输和储存上需投入更高的成本, 不仅要运用冷冻技术确保产品新鲜, 还需防止在运输过程中因碰撞而受损。根据数据, 生鲜食品在物流过程中损失显著, 通常损失率在 10%至 30%之间, 造成了物流费用的居高不下, 高达 40% [1]。因此, 在生鲜农产品的电商运作中, 对运输、配送费用及损失的把控至关重要。此外, 农民在农产品电子商务中扮演着核心角色, 然而他们在网络营销方面的认知有限, 对市场接受度不高, 难以适应农产品电子商务的运营模式。再者, 多数农民的文化和教育水平较低, 无论是网络营销还是技术应用都面临诸多挑战。他们往往局限于经营自己的小店铺, 缺乏获取市场最新动态和预测未来发展的能力。因此, 农产品在市场上的竞争力相对较弱, 难以抢占市场份额, 最终导致农村电子商务盈利能力不足。

4.2. 电子商务人才缺乏, 电子商务平台不够完善

目前, 农村地区在电子商务领域面临着严重的人才短缺问题。留在农村的务农人员以中老年群体为主, 他们的文化程度普遍较低, 对电子商务信息的了解和运用能力有限。他们往往不知道如何利用互联网平台进行经营, 难以从中获取有效信息, 更不知晓如何高效地管理客户和订单。与此同时, 农村中受过高等教育的年轻人和专业人才更倾向于留在城市发展, 这导致了农村人才库的不断流失, 造成农产品电子商务领域的人才供给缺口。由于缺乏专业人才的支持, 农产品在网络销售过程中遇到的困难难以得到及时有效的解决, 直接影响了农产品电子商务的发展。此外, 农村地区的网络通信技术和基础设施建设也相对滞后, 这进一步制约了电子商务平台的运营水平。农产品没有形成产业链条集中化, 不同部门之间没有实现信息共享, 共同协作效率低[4], 并且消费者的消费习惯也在不断变化, 他们越来越注重消

费体验,对电商平台有了更高的要求。例如,电商直播这种营销模式因其能够给消费者带来感官上的消费体验,并能与商家进行互动,受到了消费者的青睐。因此,农产品的推广销售需要紧跟时代潮流,不断完善农产品的电商平台,以满足消费者的需求。

4.3. 农产品标准化程度低

众所周知,我国农业历经千百年的传承与发展,传统管理理念深植于其中,难以迅速转变。在现代农业经济迅猛发展的当下,农产品质量标准体系正逐步根据现实需求得以构建,然而从整体上看,该体系仍存在着诸多问题和不足。首先,农产品质量标准在量化方面未能充分结合现实需要和实际情况,导致标准的科学性和合理性有所欠缺。尽管已出台一系列管理制度,但由于缺乏统一的标准和指导性,这些制度在产品管控方面的约束作用有限,甚至在一定程度上影响了农产品电商平台消费者的购买体验。其次,质量标准缺乏有效的统一。电子商务平台的兴起,虽打破了传统营销模式下时间和空间的限制,但不同地区农产品的质量标准体系差异较大,这直接制约了电商优势的发挥。最后,农产品电商跨境质量标准体系尚未完善。跨境电商业务的发展,要求产品必须严格遵循贸易所在国的质量标准体系。然而,由于我国质量标准尚未与国际接轨,这在很大程度上阻碍了跨境电商业务的开发与拓展。

4.4. 品牌建设薄弱

在农产品电子商务蓬勃发展的大背景下,我国拥有丰富多样的特色农产品,不少农产品都可以成为电商市场的亮点,然而农户往往受到跟风心理的影响,缺乏对当地特色农产品的深入了解和认识,盲目跟风种植,导致产品同质化严重,缺乏品牌建设。这种缺乏品牌意识的现象,使得原本十分具有特色的农产品在市场竞争中难以脱颖而出,产品附加值低,农民难以获得品牌带来的丰厚收益。此外,农产品深加工也是制约电商发展的一个重要因素。许多农户由于技术、资金等方面的限制,无法进行深加工,只能以原材料或初加工产品出售,难以形成具有竞争力的电子商务产品。所以,农村电商主体还没有发展出具有特色的农产品,选择随意、代表性差,产品缺乏核心竞争力,成为制约其发展的瓶颈。

5. 乡村振兴背景下农产品电子商务发展的优化路径

在数字化时代的浪潮下,数字技术的应用极大地促进了我国经济的繁荣。在这样的时代背景下,农产品电子商务作为乡村振兴的重要一环,同样不能滞后。我们应以乡村振兴战略为指引,针对当前农产品电子商务发展中存在的问题,持续不断地进行改进和优化,以构建更加完善、高效的发展体系,确保农产品电子商务与国家的整体发展步伐保持同步。

5.1. 加大信息化基础设施建设

农村电子商务的基础设施对于农产品电子商务的顺利发展起着至关重要的作用,它不仅是刚性需求,更是推动农村农产品电子商务发展的重要前提。在乡村振兴战略的大背景下,我们首要任务就是要完善农村电子商务的基础设施。首先,基础设施建设要构建一个高效、稳定的信息网络环境,这包括加大资金投入,购置先进的硬件设施如计算机等,以及开发或引进优质的软件设施如网络信息交流平台,从而构建一个良好的信息网络环境。这样的环境将极大地提高信息数据的共享效率,为农产品电子商务的发展提供有力支持。其次,还需要构建专业的农产品电子商务服务网站,这需要借助互联网接入服务,与各大运营商进行深入合作,共同推进农产品电子商务的繁荣发展。通过这些专业网站,可以集中展示各类农产品,提高农产品的网络曝光度,增加其市场竞争力。最后,还应借助完善的基础设施,加强农产品电子商务企业之间的协同合作。通过统筹规划农产品电子商务产业发展,共同打造具有地方特色的农

产品品牌, 形成区域集中优势, 提升农产品的网络知名度[5]。这样的合作模式不仅可以提升农产品的整体品质, 还能更好地满足市场需求, 促进农产品电子商务的持续健康发展。

5.2. 完善农产品物流配送体系

农产品的电子商务模式涵盖了生产、营销、派送及售后服务四大核心机制[6]。其中, 派送机制作为农民与顾客之间的重要桥梁, 对于确保农产品安全、及时地送达客户手中至关重要。在乡村振兴战略的推动下, 农村应当加强农产品物流配送体系的建设。首先, 农村应积极与各大快递公司展开深度合作, 通过商业洽谈达成长期、科学的农产品物流配送协议, 以降低物流成本。同时, 快递公司应加大物流冷链的建设投入, 为农产品提供专用的仓储设施, 提升农产品的保鲜效果, 实现与农村农产品电子商务的互利共赢。其次, 农村可以与多多买菜、美团优选等头部电商平台建立合作关系, 借助这些平台强大的销售与派送能力, 推动农产品的销售与配送。这种合作不仅能够有效提升农产品派送的便捷性, 还能进一步扩大农产品的市场覆盖范围。最后, 电商平台和物流公司应积极引入先进技术, 如智能技术, 将其应用于农产品的储存和运输过程中, 通过实现智能物流管理, 提高农产品物流配送体系的现代化和系统化水平, 进而推动电商行业和物流行业的共同发展。

5.3. 培养农村电子商务专业人才

乡村电子商务的繁荣, 关键在于人才的培养与引进。面对人才短缺的挑战, 我们需要双管齐下, 既要大力培养本地电子商务人才, 也要积极吸引外来高素质专业人才。为了培育高素质电子商务专有人才, 首要任务是深入开展电子商务理论知识宣教, 让农民深刻认识到电子商务对乡村振兴的推动作用, 掌握电子商务变现的方法和技巧, 树立通过电子商务致富的观念, 推动电子商务营销业态的转型升级。其次, 要鼓励农民积极参与专业化知识学习和技能培训, 通过再学习形成现代化的电子商务思维, 掌握农产品电子商务的运作技能。同时, 还可以积极引进高校毕业生、返乡大学生等高素质人才, 鼓励他们参与乡村农产品电子商务平台的建设, 发挥他们的专业知识和技能, 带动和引导乡村电子商务的发展。

为了更有效地提升农民的电子商务能力, 需要制定现代化的人才培训活动方案, 为农户提供丰富的电子商务知识学习机会, 介绍电子商务平台运营商品的优点, 并通过公共场所的海报宣传, 让农民更直观地了解电子商务知识, 形成“电子商务促发展”的乡村新风尚。此外, 定期或不定期地开展农民集体技能培训活动, 不断优化人员素质培训体系, 也是至关重要的。在此过程中, 政府的支持同样不可或缺。政府应大力投入, 创建现代化的电子商务技能培训平台, 提供高质量的培训资源, 以提升人才培育的效率, 为乡村电子商务的发展提供强有力的保障。

5.4. 制定农产品标准化体系

农业产业化的可持续健康发展, 离不开农产品标准化的有力支撑。构建一套完善的农产品标准化、规范化体系, 对于提升农产品质量、增加附加值、塑造农产品品牌以及维护消费者利益具有重要意义。一方面, 需要深入掌握农产品的种类和数量, 细致研究国内和国际相关标准, 结合市场调研, 制定出一系列科学严谨的农产品生产标准、质量级别标准、包装标准和技术标准。从初加工到包装、运输的各个环节, 都应实施严格的分类和监测, 以确保农产品的质量安全, 同时增强消费者对产品的认同度和信任感。另一方面, 必须高度重视农产品的营销安全, 切实保障消费者的食品安全。农产品在达到既定品质和标准后, 才可在销售平台上进行交易。对此, 要切实加强对农产品的农药残留检测工作, 严格把控农产品质量安全。同时, 加强对农产品物流运输的监控, 避免在运输过程中受到环境污染, 确保消费者购买到的农产品始终保持优质状态。

5.5. 打造知名农产品品牌

消费者的购买决策往往深受品牌影响, 因此, 对于农产品生产经营者来说, 强化品牌建设、提升品牌知名度是提升农产品市场竞争力、推动农产品网络营销持续发展的关键环节[7]。为实现这一目标, 农产品生产经营者可采取以下策略。首先, 应着重提升农产品质量, 这是品牌建设的基础。优质的产品品质是品牌口碑和信任感的基石, 能够直接提升农产品的市场竞争力。其次, 必须树立强烈的品牌意识, 并加大品牌保护与宣传的力度。农产品生产经营者应当重视品牌形象的塑造, 通过多样化的途径和渠道, 让更多消费者了解并认可自家品牌, 进而提升品牌的知名度和美誉度。再次, 明确目标消费群体, 制定有针对性的品牌战略至关重要。农产品生产经营者需要深入了解目标消费者的需求和偏好, 制定切实可行的品牌战略, 从而精准定位市场, 提高市场份额和竞争力。最后, 发挥品牌作用, 扩大品牌影响力。在保障产品功能与质量的同时, 农产品生产经营者还应从横向角度拓展品牌及子品牌, 通过品牌延伸提高品牌的整体成功率和市场认可度, 进而实现农产品品牌的持续增值和市场扩张。

6. 结语

农产品电子商务是乡村振兴的重要载体, 可为农村产业转型升级提供支持。在乡村振兴背景下, 应积极有效地解决农产品电子商务存在的问题, 通过加大信息化基础设施建设、完善农产品物流配送体系、培养农村电子商务专业人才、制定农产品标准化体系和打造知名农产品品牌等举措, 推动农产品电子商务持续健康发展。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 界面新闻. 上半年全国农村网络零售额达 1.12 万亿元, 农村直播电商兴起[EB/OL]. 2023-08-02. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1773083822346475930&wfr=spider&for=pc>, 2024-04-25.
- [3] 谭爽, 杨丽莎, 谢会强. 农产品电子商务发展的现状、问题与对策[J]. 物流科技, 2024, 47(5): 66-68.
- [4] 高华. 浅析农产品电子商务发展的现状和对策[J]. 黑龙江粮食, 2023(3): 84-86.
- [5] 刘安妮, 周姣, 彭润红. 乡村振兴背景下广西农产品电子商务发展现状及对策研究——以兴安县为例[J]. 中小企业管理与科技, 2023(5): 164-166.
- [6] 严玥. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展现状及优化策略[J]. 商场现代化, 2023(24): 33-35.
- [7] 武思民. 台州市特色农产品网络营销模式创新策略研究[J]. 乡村科技, 2022, 13(23): 61-64.