

我国乡村电商高质量发展的战略路径

赵厚华

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年4月24日; 录用日期: 2024年5月11日; 发布日期: 2024年8月6日

摘要

进入新时代后, 随着信息技术的快速发展和互联网的普及, 电子商务在乡村经济发展中扮演着越来越重要的角色。它既有利于促进乡村产业振兴、人才振兴, 又有利于促进乡村生态振兴。与此同时, 由于我国城乡经济发展不平衡原因, 我国乡村电商经济发展面临着电商人才短缺、基础设施落后、品牌建设不足、政策支持和落实不到位等诸多挑战。因此, 在新的时代背景下, 必须坚持以问题为导向, 加大乡村电商人才引进和培育力度、完善乡村电商基础设施建设、打造乡村电商产品特色品牌、增强乡村电商的政策扶持力度等路径大力推动我国乡村电商高质量发展。

关键词

乡村电商, 高质量发展, 战略路径

The Strategic Path of High-Quality Development of Rural E-Commerce in China

Houhua Zhao

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Apr. 24th, 2024; accepted: May 11th, 2024; published: Aug. 6th, 2024

Abstract

After entering the new era, with the rapid development of information technology and the popularity of the Internet, e-commerce is playing an increasingly important role in rural economic development. It is conducive to the promotion of rural industrial revitalization, talent revitalization and rural ecological revitalization. At the same time, due to the reasons of unbalanced economic development between urban and rural areas in China, the development of China's rural e-commerce economy faces many challenges such as the shortage of e-commerce talents, backward infrastructure, insufficient branding, and lack of policy support and implementation. Therefore, in the con-

text of the new era, it is necessary to adhere to the problem-oriented, increase the introduction of rural e-commerce talent and cultivation efforts, improve rural e-commerce infrastructure construction, create rural e-commerce product characteristics of the brand, and enhance rural e-commerce policy support and other paths to vigorously promote the high-quality development of China's rural e-commerce.

Keywords

Rural E-Commerce, High-Quality Development, Strategic Path

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

电子商务通常是指在因特网开放的网络环境下,基于客户端应用方式,买卖双方不谋面地进行各种商贸活动,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式[1]。民族要复兴,乡村必振兴。进入新时代后,随着乡村振兴战略深入实施,电商凭借便捷,高效,低成本,覆盖面广等优势,逐渐成为我国乡村经济高质量发展的重要推动力和创新载体。正如习近平总书记所言:“电商作为新兴业态,既可以推销农副产品、帮助群众脱贫致富,又可以推动乡村振兴,是大有可为的。”[2]与此同时,事物的发展前途是光明的,道路是曲折的。当前,在我国乡村电子商务发展的过程中有很多阻碍因素,为其发展带来了不利影响。鉴于此,本文拟从电子商务在乡村经济发展中的重要作用、面临的挑战以及消解路径三个方面进行探析,旨在为我国乡村电商高质量发展提供有益借鉴和可行参考。

2. 电子商务在乡村经济发展中的重要作用

2.1. 促进了乡村产业振兴

电子商务作为一种新兴的商业模式,对乡村产业振兴起到了积极的推动作用。首先,拓展了乡村既有产业的网络销售。当今,生活在互联网时代,人们足不出户就可以享受到各种上门服务,互联网发展成果极大改变了人们的生活消费习惯。与传统的农产品销售方式相比,电子商务这一互联网时代背景下衍生出的新型营销方式,打破了地域区隔,扩大了乡村产品的销售范围,能够有效带动乡村产业发展和农民增收[3]。其次,推动了乡村原有产业的转型升级。通过电商平台这一信息中介,农户能够更为迅速便捷地获取市场需求信息,方便农户以市场需求为导向调整产品结构与产业结构乃至生产组织形式,从而优化农业产业结构,提高农产品附加值,增加农民经济收入。最后,促进了产业融合发展。乡村电商的发展不仅可以带动物流、包装、设计、营销等相关产业的发展,形成了产业联动效应,而且有助于促进农业与服务业、制造业、旅游业等其他产业的融合,从而推动乡村产业多元化发展。

2.2. 促进了乡村人才振兴

人是推动乡村经济发展的主体,人才资源是第一资源。电子商务在乡村经济发展促进了乡村人才振兴。其一,吸引了人才回流。进入新时代后,随着乡村电商的兴起,一些在外打工的年轻人看到了家乡既有广大的施展才华空间,又有创造财富的商机,因此,大量的农民工、大学生和其他社会群体纷纷回

乡做电商，实现了乡村人才的回流[4]。同时，乡村电商的不断普及，也让很多城市青年看到了乡村电商广阔的发展前景。尤其是近些年，由于严峻的就业形式，部分城市青年在城市地区难以寻得满意的工作，而乡村电商产业的发展为这类人才提供了创业思路，组队组团共赴乡村开展创业活动的人才逐年增长。其二，提高了农民素质。电子商务的发展需要农民掌握网络营销、在线交易、物流配送等技能，这促使农民通过培训和学习成为具备现代商务知识的新职业农民。其三，优化了人才结构。电子商务的发展需要各种类型的人才，从技术支持、营销推广到物流管理，这种多样化的人才需求促使乡村人才结构向更加合理的方向发展。

2.3. 促进了乡村生态振兴

“绿水青山就是金山银山。”乡村经济发展总是与生态环境息息相关。近些年来，电子商务在乡村经济发展为生态振兴带来新的机遇[5]。一是生态补偿机制。一方面，乡村电商的发展拓宽了农民增加收入的渠道，改变了传统意义上靠砍伐树木、做手工艺、养殖业等赚钱养生的方式，实现了低污染的乡村工商业复兴。与此同时，电商经济的收益还可以用于支持生态补偿项目，比如植树造林、湿地保护等，这些项目有助于恢复和改善乡村生态环境，推动美丽乡村建设。二是市场需求导向。在“大数据”时代背景下，电商平台能够快速反馈消费者的需求，使得乡村生产者能够根据市场趋势调整生产结构，更多倾向于生产绿色、环保、有机的农产品，这有助于减少化学肥料和农药的使用，保护生态环境，推动乡村经济健康可持续发展。三是意识观念改变。电商经济的发展改变了乡村居民的生活和消费方式，促进了环保意识和生态友好型生活方式的形成。比如，在农业生产过程中，农民采用更加环保的生产方式，如生物防治、有机耕作等，这些都有利于维护生物多样性和土壤健康。

3. 当前我国乡村电商高质量发展面临的挑战

3.1. 乡村电商人才短缺

当前，虽然乡村电商产业的发展，吸引了人才回流，但是由于乡村地区经济发展相对滞后，绝大多数年轻人特别是接受过高等教育的年轻人更愿意在城市生活和工作。与此同时，乡村电商产业发展水平较低，缺乏有吸引力的就业机会和创业平台，也难以吸引和留住人才。因此，乡村地区仍然普遍存在着人才短缺的现象，尤其是偏远的山区更为突出。可以说，乡村电商人才匮乏是阻碍其发展的首要因素。在这个日新月异的互联网时代，创新是引领发展的一切动力。我国乡村电商高质量发展需要不断更新思维、创新理念、掌握新技术作为支撑，但是这些都离不开既“爱农业、爱农村、爱农民”，又具有一定文化素养和专业水准的电商人才[6]。此外，乡村电商在运行和维护过程中，相关人员不单要具备一定的网络技术知识，还要熟悉农产品品类、有农产品相关的电商知识和专业技能等，而当前除了部分乡村电商平台有一定的人员配备外，更多从事农产品线上销售的人员，都是农业生产者，这些人虽然熟悉农业生产，但是缺乏相关的网络技能和知识，这些都制约了乡村电商经济的发展。

3.2. 乡村电商基础设施落后

乡村电商基础设施落后是制约乡村电商高质量发展的重要原因。一是乡村道路设施薄弱。“要想富，先修路”。乡村的道路设施是推进乡村电商发展的重要条件。但是，长期以来，我国乡村道路受到“重城轻乡”观念和城乡二元经济的影响[7]，乡村道路的投资、建设力度上均落后于我国乡村的实际需求，乡村电商产业难以开展。二是物流配送体系不完善。由于缺乏统一规划，各地区物流基础建设发展不平衡，仓储产品品种过多，库存量过大，导致仓储保鲜成本过高，同时加大了农产品的损耗。运输时间太长，加大物流成本，农产品损耗有保障的农村物流覆盖范围有限，农村需求分散导致“最后一公里”配

送难题尤其突出[8]。三是网络通信条件较差。乡村地区的网络通信基础设施不足，互联网速度慢，覆盖率低，尤其是偏远的山区，阴雨天信号非常弱甚至出现断电的情况，这就限制了电商活动的开展，影响了交易效率和信息获取速度。四是信息技术应用水平低。由于基础设施的限制，乡村地区在信息技术应用方面落后，缺乏必要的电商平台、数据分析工具和网络安全措施，这些都制约了电商业务的拓展和升级。

3.3. 乡村电商产品品牌建设不足

改革开放以来尤其是进入新时代后，随着我国经济的飞速发展，人民生活水平日益提高，越来越多的人开始注重生活质量，追求高品位生活，对产品的要求也越来越高。但是，由于乡村传统的生产方式和现实发展状况，导致乡村电商产品品牌建设不足，在一定程度上影响了人们对乡村产品的信赖度，进而阻碍了乡村电商高质量发展。就乡村产品质量而言，目前我国的农业生产主要以家庭作坊式生产为主[9]，农业分散经营、粗放经营的现象普遍，缺乏统一的生产模式和产品标准，导致乡村电商所销售的产品质量参差不齐，难以满足消费者的需求，进而无法产生品牌效应。此外，由于乡村地区的农产品加工设施和工艺相对落后的同时，又缺乏有效的质量控制体系，导致产品在种植、养殖、加工、储蓄等环节存在质量隐患，令人担忧；就品牌建设而言，乡村电商经营者往往缺乏品牌意识和营销经验，即不愿意或不知道如何投入资源进行品牌建设，再加之，资金和资源的限制，乡村电商产品在市场上的营销推广不足，很难树立起自己的品牌形象。

3.4. 政策支持和落实不到位

除上述原因外，政策支持和落实不到位也是影响我国乡村电商高质量发展的一个重要困境。虽然我国出台了一系列支持乡村电商发展的政策，但在地方落实过程中或多或少地存在着不到位的情况。主要表现在：一是政策设计与实际需求脱节。政策方案只有与具体实际相结合，才能够被地方政府和相关部分理解接受，避免政策悬浮不实的问题，从而促进乡村电商政策落地生根，发挥其应有的效果。但是，在乡村电商政策的制定过程中，由于未能充分考虑乡村电商的实际情况，或者未能因地制宜地进行乡村调研工作，导致政策效果与预期有差距；二是资金和资源分配不均。政府在资金和政策资源分配上不均衡会导致乡村电商发展的不平衡，尤其是对于一些偏远地区而言，如果没有国家财政支持或者享受不到政策红利，乡村电商就止步不前，高质量发展更无从谈起；三是监管和评估机制不健全。由于缺乏行之有效的监管和评估机制，导致乡村电商市场准入和监管不力，出现了诸如假冒伪劣商品横行、不正当竞争等问题，不仅损害了消费者权益，而且影响了乡村电商产品的形象，阻碍了乡村电商的健康发展。

4. 乡村电商高质量发展的路径策略

4.1. 加大乡村电商人才引进和培育力度

电商人才的引进和培养是实现乡村电商高质量发展的重要驱动力，必须引进和培育一大批电商专业人才[10]。一方面，努力引进电商专业人才。通过提供优惠政策、良好的工作环境和平台，吸引具有电商经验和专业技能的人才到乡村地区工作的同时，积极与城市的高校、研究机构和企业建立合作关系，引进外部专家和优秀毕业生，为乡村电商注入新鲜血液。另一方面，大力培育电商人才。针对乡村当地居民，开展电商知识、运营管理、网络营销等方面的培训，提升其电商技能和创业能力。其具体途径可以通过在乡村建立电商实训基地，对学员进行实操培训，让他们在实际操作中学习和掌握电商技能。同时，还可以充分利用网络平台，开展远程教育和在线培训，以打破地域限制，让乡村人才能够接受更广泛的教育资源。除此之外，为了留住人，还必须改善乡村的基础设施和生活条件，创造良好的工作

和生活环境，为电商人才提供清晰的职业发展路径和持续的学习机会，帮助他们实现个人价值和职业成长，从而增强人才留任的吸引力。

4.2. 完善乡村电商基础设施建设

加快完善电商基础设施是实现乡村电商高质量发展的重要保障。首先，改善交通运输条件。交通运输是物流配送的基础，改善交通运输条件既可以减少运输时间，提高物流效率，降低运输成本，又可以减少运输过程中因震动、颠簸而造成的产品损毁问题，保持产品的完整性，而且道路畅通还能够使得乡村产品更容易进入城市市场，甚至远销海外，扩大市场覆盖范围，进而提高经济收入。其次，优化物流配送体系。物流是电商的命脉。我国乡村电商经济高质量发展，必须努力打造县、乡、村三级物流配送体系[11]。尤其是要充分运用供应链管理技术与方法，实现生鲜农产品从产地到销地的一体化冷链运作，推动冷链物流服务由基础服务向增值服务延伸。再次，加强网络基础设施。过去中国电子商务的发展更多在于城市电子商务，未来更多的机遇在乡村，而目前乡村市场开拓的一个难点就在于网络基础设施的不完善。因此，加快乡村地区的光纤宽带和移动网络覆盖，以确保乡村电商活动的稳定性和高效性[12]。最后，提升信息技术应用水平。在乡村学校开设信息技术课程和信息技术培训班，教授农民和返乡创业者们电商运营、数据分析等知识和相关技能，推动乡村电商经济向更高质量方向发展。

4.3. 打造乡村电商产品特色品牌

打造乡村特色品牌，就是让“绿色”成为农产品的“本色”，就是让特色品牌成为当地乡村经济的一张名片[13]。质言之，打造具有竞争力的品牌是推动乡村电商高质量发展的有效途径。第一，挖掘本土特色。每个地方都有每个地方的特色，只有通过研究和发掘本地的自然资源、文化资源、农产品特色等方式来确定自己的品牌定位和核心价值，才能避免同质化，从而在瞬息万变的市场竞争中始终处于主动位置。第二，加强品牌宣传。宣传是提升品牌影响力的重要手段。针对不同受众人群选择有效的宣传手段和渠道，如电商平台、农产品专业展会、线下销售点等，实施专业化的品牌推广策略，可以最大范围扩大产品的知名度。第三，建立品牌信誉。品牌信誉建立在品牌的优质产品和服务的基础之上，是品牌理念长期贯彻的结果。品牌一旦在用户心目中树立了良好的信誉，就会产生巨大的经济效应。因此，通过质量认证、参与评奖、建立消费者反馈机制等方式，努力提升品牌信誉[14]。第四，持续创新。创新有助于品牌打造独特的品牌文化和价值观，增强品牌的认同感和忠诚度。在新的时代背景下，要根据市场变化和消费者需求，不断进行产品创新和品牌升级。

4.4. 增强乡村电商的政策扶持力度

我国乡村电商高质量发展离不开政策的支持与引导。无论是电商人才的引进与培养，还是电商基础设施的完善，抑或是乡村特色品牌的打造，都需要寻求政府政策的支持。其一，制定总体规划。2021年10月，商务部、中央网信办、发展改革委三部门联合发布的《“十四五”电子商务发展规划》明确指出，实施“数商兴农”行动，不仅为我国乡村电商高质量发展指明了方向，而且将成为推动乡村振兴取得新进展、农业农村现代化迈出新步伐的巨大引擎[15]。其二，财政支持和税收优惠。政府通过财政和税收优惠政策，支持乡村电商企业的技术创新、产品研发和品牌建设，不仅可以有效地激发乡村电商活力，给乡村电商发展带来新的机遇，推动乡村电商实现可持续发展，而且可以促进农产品上行和农民增收，加快乡村振兴步伐。其三，强化监管服务。加大对乡村电商市场的监管力度，打击假冒劣质商品、虚假宣传等违法行为，维护公平竞争的市场秩序。持续开展农村网络市场专项整治行动，着力解决事关乡村电商行业健康发展和消费者切身利益的突出问题，推动乡村电商向更高质量、更有效率、更可持续的方向

发展。

5. 结语

综上所述，乡村电商高质量发展对于促进乡村产业振兴、人才振兴和生态振兴都具有重要意义。然而，在推进这一进程中，我们仍需面对电商人才短缺、基础设施落后、产品质量和品牌建设不足等挑战。未来，我们应从加大乡村电商人才引进和培育力度、完善乡村电商基础设施、打造乡村电商产品特色品牌、增强乡村电商的政策扶持力度等方面，大力推动我国乡村电商高质量发展。

参考文献

- [1] 郭承龙. 农村电子商务模式探析——基于淘宝村的调研[J]. 经济体制改革, 2015(5): 110-115.
- [2] 龚云. 讲好脱贫攻坚的中国故事[J]. 红旗文稿, 2020(21): 21-23.
- [3] 张晓婉. 电子商务对乡村经济发展的促进作用研究[J]. 商场现代化, 2024(8): 37-39.
- [4] 范冰冰. 乡村振兴战略背景下农村电商发展存在的问题及对策浅析[J]. 现代农业研究, 2024, 30(1): 68-71.
- [5] 马俊, 盛启燊. 乡村振兴背景下推进农村电子商务高质量发展的策略研究[J]. 全国流通经济, 2023(20): 136-139.
- [6] 皮武良. 试论新时代我国农村电商经济健康发展路径[J]. 农业经济, 2018(11): 141-142.
- [7] 樊祥成. 中国共产党关于“三农”发展的战略思路与政策实践——以社会主要矛盾转化为主线的考察[J]. 东岳论丛, 2021, 42(7): 141-147.
- [8] 成德宁, 汪浩, 黄杨. “互联网 + 农业”背景下我国农业产业链的改造与升级[J]. 农村经济, 2017(5): 52-57.
- [9] 王秋丽. 基于新农村建设环境下的农业经济管理优化方法分析[J]. 山西农经, 2020(1): 72, 74.
- [10] 路帆. 数字时代农村电商高质量发展困境与破解[J]. 当代县域经济, 2024(4): 81-83.
- [11] 郑福, 周祚山. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究[J]. 中国商论, 2024(7): 29-32.
- [12] 俎晨雪. 乡村振兴背景下农村电商发展策略探析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(1): 350-355.
- [13] 陈治宇. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展面临的主要问题及对策[J]. 科学发展, 2024(1): 61-67.
- [14] 胡玲玲. 乡村振兴背景下我国农产品电商发展探究[J]. 产业创新研究, 2022(13): 111-113.
- [15] 邓霞. 乡村振兴背景下农村电子商务营销与培训服务研究——以云浮市农村科技特派员驻镇帮镇扶村服务专项为例[J]. 广东经济, 2024(3): 79-82.