

乡村振兴背景下江苏省农村电商的创新模式与发展策略

左苏齐, 石钰榕, 孙克浦

南京邮电大学社会与人口学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年5月20日; 录用日期: 2024年6月4日; 发布日期: 2024年8月7日

摘要

互联网、物联网等信息技术的进步, 带动了农村电子商务的快速发展。近年来, 江苏省农村电商涌现出一批新业态、新模式, 其中以宿迁、沐阳、连云港为代表的农村电商创新模式最为突出。基于对三类典型模式的分析, 探讨乡村振兴战略背景下农村电商赋能乡村振兴的现存困境, 主要体现在主体认识不足、产销模式单一、专业人才匮乏、产业筹资困难等方面。为此, 需要从强化政策宣讲、加强品牌建设、完善培训体系、多元筹资融资等多方面努力, 以实现农村电商与乡村振兴战略的协同发展。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 电子商务, 江苏

Innovation Model and Development Strategy of Rural E-Commerce in Jiangsu Province under the Background of Rural Revitalization

Suqi Zuo, Yurong Shi, Kepu Sun

School of Sociology & Population Studies, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: May 20th, 2024; accepted: Jun. 4th, 2024; published: Aug. 7th, 2024

Abstract

The progress of information technology such as the Internet and the Internet of Things has led to the rapid development of rural e-commerce. In recent years, a number of new business forms and new models have emerged in rural e-commerce in Jiangsu Province, among which the innovation

model of rural e-commerce represented by Suqian, Muyang and Lianyungang is the most prominent. Based on the analysis of the three typical models, this paper discusses the existing difficulties of rural e-commerce enabling rural revitalization under the background of rural revitalization strategy, which are mainly reflected in the lack of main body understanding, single production and marketing mode, lack of professional talents, and difficulties in industrial financing. To this end, it is necessary to strengthen policy propaganda, strengthen brand building, improve the training system, multiple financing and other efforts to achieve the coordinated development of rural e-commerce and rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, E-Commerce, Jiangsu

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

乡村振兴的政策导向，突出了农业农村在国民经济和社会发展中的重要地位和作用。数智化时代背景下，互联网技术与农村发展的结合，推动农村电商蓬勃发展，为新时代乡村全面振兴赋能助力。2024年发布的中央一号文件首次提出实施农村电商高质量发展工程，明确推进县域电商直播基地建设。从最初的“快递下乡”，至农产品出村进城工程，再到后来的农业农村数字化转型，当前我国农村电子商务发展已迈上高质量发展的新阶段，成为推动农业现代化和乡村振兴的重要力量。

农村电商，即与“三农”紧密相连的电子商务，指的是通过互联网技术搭建的网络平台，将农产品的生产、加工、销售环节与消费者直接连接起来的一种新型商业模式，主要涵盖工业品下乡和农产品进城双向流通的电商，如农产品电商、农村服务业电商和农村扶贫电商等[1]。近年来，江苏省凭借区位优势和资源优势，出台系列扶持政策，持续探索创新发展模式，大力推动农村电商健康快速发展，已稳居国内农村电商发展的第一梯队。为此，本文基于江苏省农村电商发展实践，系统分析典型模式，探讨乡村振兴背景下农村电商的现存困境与优化策略，以为农村电商发展提供有益借鉴。

2. 江苏省农村电商发展概况

2.1. 政策扶持力度加大

近十年，江苏省出台了一系列扶持农业农村电子商务发展的政策措施，在税收优惠、创业补贴、平台建设等方面的支持力度不断加大。2016年，江苏省人民政府发布《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》，明确电子商务对农业和农村经济转型升级具有重要推动作用；2022年，江苏省17部门联合印发《江苏省县域商业体系建设实施方案》，要求补齐乡镇商贸流通基础设施短板，促进农村电商和物流融合发展；2023年，省农业农村厅等部门印发《加快推进农产品电子商务高质量发展的实施意见》，从优化环境、加大宣传、强化协同等方面提出保障农产品电商发展的各类措施。此外，在农村电商人才培养方面，江苏省提出将电商人才纳入乡土人才职称评价体系，并积极开展了一系列电子商务市场主体的培育措施，以提升农村电商的整体运营效能和服务质量。

2.2. 特色产业集群发展

江苏省产业规模庞大,门类齐全,产业链协同能力强,在全国范围内享有显著地位。目前,江苏已创建多个国家和省级电商示范县、镇、村,省内13个设区市均成功打造了各具特色、充满活力的支柱产业与新兴产业集群,如高淳螃蟹、东阳水晶、南通家纺、常熟服装产业带等等。2021年,江苏省商务厅发布《江苏产业电商发展报告》,展现了省内优势互补、发展互补的产业布局,同时突出了“以农村电商示范引领乡村振兴”是江苏产业电商发展的独特经验。以徐州沙集为代表的“淘宝村”,从2014年的20多家迅速增长到2021年的740多家[2],彰显了利用农村资源促进产业振兴的巨大潜能。通过示范点的带头引领作用,促进了地方特色农产品的品牌化和市场化,增强了农村电商的竞争力。

2.3. 网络零售增长显著

基础设施的完善与信息技术的应用为江苏省农村电商发展提供了坚实保障。随着物流网络的扩展和冷链技术的升级,农产品的流通效率和商品质量大大提升,增加了消费者的购买意愿。此外,大数据分析、云计算和移动互联网等信息技术的应用,使得农村电商的运营更加智能化和精准化,贴近消费者购买需求。近年来,江苏省农村网络零售额连续多年保持增长。2022年,全省农村网络零售额为3000.5亿元,居全国第2。2023上半年,江苏省农村地区网络销售额高达1511.4亿元,同比增长8%,增长势头强劲。同时,农产品网络销售额达到661亿元,同比增长12.2%,可见江苏省的农产品网络销售也呈现出快速增长的趋势[3]。通过电商平台,越来越多的农产品得以走出乡村,进入城市市场。这不仅拓宽了农产品的销售渠道,也提高了农产品的附加值,为农民增收创造了新的途径。

3. 江苏省农村电商的典型模式分析

3.1. 以宿迁为代表的“一村一品一店”模式

除经济发展相对落后的江苏省宿迁市抢抓互联网发展机遇,率先探索出将电子商务与特色产业融合发展的“一村一品一店”模式,该典型模式作为宿迁市推进农民创新创业的重要领域,为当地农业发展、农民增收和农村繁荣做出显著贡献。具体来说,“一村一品一店”模式就是以村为单位,依托区域产业资源禀赋,大力发展特色农产品,每个村至少打造一个主导的特色产品、建设一个标准网店,通过“互联网+”发挥虚拟经济的独特优势,实现“一村”作响“一品”,“一品”带动“一店”,“一店”致富“一片”[4]。“一村一品一店”模式通过推进电商营销网络延伸覆盖到镇村,指导帮助更多新农民开展网络创业,提升新主体的电商营销技能,让他们足不出户就能“买全国、卖全国”,使农村电商正成为便农、惠农、利农、强农、育农的新平台,为农业转型升级注入新动能。

现如今,宿迁市已创建多个国家驰名商标、著名商标和省级名牌产品,推动了农产品的品牌化发展。“一村一品一店”模式得到了省委、省政府的肯定,并在全省范围内推广,成为其他地区学习和借鉴的典范。此外,宿迁市政府出台《宿迁市“一村一品一店”提档升级行动计划(2019~2021年)》,正式对“一村一品一店”开展提档升级行动,进一步推动特色农产品的品牌化和市场化,发展生态、高效、规模的现代农业。

3.2. 以沭阳为代表的“互联网 + 三农”模式

沭阳作为“全国唯一的农产品淘宝村集群”,与全国其他淘宝村集群相比,“互联网 + 三农”是其显著特点。沭阳走出了一条充分体现互联网与农民、农业、农村三者同步融合、全面融合、深度融合的县域电商发展道路。

20世纪90年代中期,沭阳县委、县政府出台花木产业发展的指导意见,开始扶持花木产业发展,

推动“大户带农户”“公司 + 农户”发展模式建设。2000 年,随着“花木兴农”战略实施,沭阳花木产业向规模化、专业化、市场化发展,花木面积扩大到约 1.23 万公顷,从业人员约 6.5 万人,年销售额约 8 亿元[5]。在线下交易稳健发展的同时,线上交易模式也悄然兴起。从 2001 年开始,沭阳就有花木农户“触网”搞花木推广、销售。到了 2007 年,花木种植户尝试使用淘宝、天猫、1688 等电商平台进行线上营销,“花木电商”逐渐崭露头角。截至 2015 年,沭阳县电商突破 4 万家,其中约 80% 的电商从事花卉苗木销售,电商交易额达 70 亿元,快递发货量 6000 万件[6]。2023 年,全县花木种植面积约千万公顷,带动约 30 万人就业,花卉苗木类商品的年销售额约 200 亿元。此外,全县拥有 16 个淘宝镇、104 个淘宝村,各类花木网店 30,000 余家,集聚了淘宝、京东约 60% 的花木类卖家,沭阳县花木交易总额中网上交易额占比超过一半,花木农产品网络电商销售额位居全国首位[7]。沭阳县实现了从“贫困生”到“优等生”的逆袭,如今正积极探索花木产业转型机制,全力打造“中国花谷”。

3.3. 以连云港为代表的“电商 + 直播 + 产品”模式

21 世纪以来,连云港全市上下大力推进电子商务高质量发展,将农村电商的加速发展视为乡村振兴和富民增收的重要驱动力。在此过程中,农村电商在增加农民收入、带动就业、惠及民生方面发挥了显著作用,全市农村电商发展潜力进一步释放,农村电商产业展现出蓬勃向上、健康稳定的发展态势。一方面,借助直播电商的东风,连云港市各县区特色产业优势,东海水晶、赣榆海鲜、灌南食用菌和海州运动服饰等成功实现了从市场拓展到销售增长的华丽转身,完成了产业的提档升级;另一方面,在农村电商模式创新过程中,直播电商已成为连云港经济发展中一张亮眼的名片,充分展现了其独特的经济价值和影响力。

连云港市依托其区域优势产业,通过“互联网 + 产业”的深度融合,积极推动特色电商的集聚式发展,为全市电商发展注入了新的活力。近年来,借助农业产业转型升级和互联网的巨大优势,连云港市年轻一代的新型职业农民,开始通过淘宝、京东、快手、微信等网络平台进行农产品直播,转型为网红电商。2019 年,连云港全市农村网络零售额约 259 亿元,农产品网络零售额近 90 亿元,同比去年翻 2 番。2020 年 3 月 29 日淘宝公布的 10 大直播之城名单中,连云港市位列第三,仅次于杭州、广州[8]。直播经济的崛起有效弥补了乡镇经济与广域市场之间的“最后一公里”,“电商 + 直播 + 产品”的模式使那些原本“养在深闺人未识”的优质产品得以走进更广阔的市场,促进了农业增产,实现了农民的增收,为连云港市的农业农村发展注入了新的动力。

4. 农村电商赋能乡村振兴的现实困局

4.1. 主体认识不足,接受程度有限

依据江苏省农村电商的发展实际情况,当前农村电商市场主体对农村电商的经营模式与专业概念的理解仍较为片面,多是简单地认为农村电商就是销售场所的转变,即从集市转移到网络,却忽视了其背后的网络营销和品牌推广策略,容易造成企业生命周期短、经营模式落后等困境。并且,由于教育水平和信息接触的限制,部分农民对电商的概念、运作模式及潜在价值认识不足,缺乏通过电商平台进行农产品销售的意识和主动性,这使得他们对新兴的电商模式持保守态度,不易接受新事物带来的变革。与此同时,一些地区对农村电商的宣传推广力度不够,导致农民对电商的优势和操作方式了解不多,影响了他们参与电商的积极性。

4.2. 产销模式单一,品牌效应不强

当前农产品在电商平台上的产销模式同质化严重,存在产品间相似度高且特色不明、销售模式单一

等问题。农产品生产者和电商平台在面对竞争激烈的市场时，往往选择效仿已有成功案例的销售模式，如模仿爆款短视频的拍摄手法、直播话术等，尽管该做法具有较高的容错率，但却容易导致产销模式趋同，形成单一化的市场定位，致使产品差异化缺失，产品销售范围仍局限于本村本市，难以在市场中脱颖而出。此外，农产品在销售过程中，常存在包装简陋、设计感和专业性缺失等问题，淡化了其品牌特点和品牌文化，品牌效应被忽视。加之大部分农产品缺乏规模化和产业化种植，并未形成标准化管理的产业群，导致产品后续供应不足，农产品市场竞争力有待提高[9]。

4.3. 专业人才匮乏，培训效果不佳

近年来，电商经济迅猛发展，对于专业电商人才的需求日益增长，尤其是对于能够适应互联网发展、具备电商运营能力的人才更为迫切。而与城市相比，在电商发展起步较晚的农村，更加缺乏适应新技术背景下的电子商务专业人才[10]，系统完善的人才培养体系尚未完全建立。加之农村教育资源相对匮乏，普遍存在文化水平较低的问题，受学习能力的限制，仅依靠当地原住民发展农村电商经济十分困难，如何提升乡村对青年和电商人才的吸引力是一大难题。此外，加强对电商从业者的培训是实现农村电商可持续发展的重要一环。当前一些地区所推出的针对农村电商的人才培训和教育项目屈指可数，电商培训内容重理论而轻实操，知识应用性不足；培训后缺乏有效的跟踪服务和实践机会，使得培训效果难以转化为长期的生产力和经济效益，培训效果仍需提升。

4.4. 产业筹资困难，配套服务滞后

对于农村电商企业尤其是初创企业而言，仍面临较大的融资难题。因缺乏足够的抵押物和信用记录，这些企业很难从传统金融机构获得必要的贷款和资金支持，而政府帮助筹措资金的实际措施较少，一定程度上提高了农村电商的创业门槛和运营成本。同时，配套服务体系的不完全建立进一步为农村电商企业发展增阻添堵。从政策保障来看，在金融服务、用地用电、物流运输、社会保障等方面的政策支持力度有待进一步加强；从物流网络来看，在一些偏远或交通不便的农村地区，物流配送体系仍不完善，直接制约了农产品的流通效率，影响了电商的效率和成本；从网络基础服务来看，信息化设备和技术支持的缺失限制了农村电商的业务拓展和效率提升，使得农产品生产者和电商从业者难以进行市场营销、品牌推广和客户服务，限制了电商平台的吸引力和竞争力。

5. 乡村振兴背景下农村电商的发展对策

5.1. 强化政策宣讲，激发参与意识

首先，应定期组织政策宣讲会，邀请政府官员、电商专家和成功企业家向农民介绍农村电商的相关政策、成功案例和操作流程，加深农村电商市场主体对于农村电商经营模式和专业概念的认识和理解；其次，充分利用电视、广播、报纸以及社交媒体等多种渠道，明确政府对农村电商的扶持政策，如税收减免、创业补贴、贷款优惠等，以降低农民参与电商的门槛，同时做好农村电商政策和电商知识的宣传，传播农村电商发展理念，提高农民对电商的认知度和接受度；再次，在良好政策环境和完善基础设施的基础上，加强对农村电商的宣传推广力度，建立相应激励机制，鼓励农民与合作社、农业企业等建立合作关系，共同参与电商，形成规模效应。

5.2. 创新产销模式，加强品牌建设

其一，通过升级改造县级电商公共服务中心，吸引直播电商平台、专业服务机构等入驻，完善选品展示、内容制作、数据分析等设施设备，并联合企业、院校加强直播团队孵化，打造一批功能完善、特

色突出、带动力强的直播电商基地；其二，在深入了解乡村地区的特点和优势的基础上，挖掘地方特色的自然风光、文化遗产、传统手工艺品等资源，将其作为品牌的核心竞争力。同时，结合乡村特色资源，设计独特的品牌名称、标志、口号等，塑造有故事、有温度的品牌形象；其三，推动农产品的规模化、产业化种植，通过引入先进的农业技术和管理方法，在产品生产各环节推行标准化生产和管理，提高农业生产效率和产品质量。同时，鼓励和支持农业企业、农民合作社、家庭农场等新型农业经营主体的发展，形成规模化、集约化、标准化的农业生产模式，保障农产品的稳定供应，提升农产品的市场竞争力。

5.3. 吸纳专业人才，完善培训体系

一方面，应建立人才引进机制，设立专门的农村电商人才引进计划，通过政策优惠、资金扶持等方式，吸引具有电商经验、创新思维和专业技能的人才到农村从事电商工作。而对于电商高层次人才，如头部主播、营销专家等，可以设立系列奖励措施，以激励更多优秀人才投身农村电商事业。同时，应建立农村电商人才库和人才市场，通过线上线下的招聘活动、人才对接会等形式，促进人才与企业的对接。另一方面，应建立统一的农村电商培训体系管理机构，负责制定培训计划、课程内容和培训标准，并整合各类教育资源，形成优势互补、资源共享的培训格局。此外，可以采用线上线下相结合的培训方式，利用互联网、大数据等现代信息技术手段，提高培训效率和效果。同时，注重实践操作环节的设置，让学员在实践中掌握电商技能和知识。在培训结束后，应加强对学员的后续跟踪服务，建立学员反馈机制，以便不断改进和完善培训体系。

5.4. 多元筹资融资，提升服务质效

首先，政府应设立专项资金用于基础设施建设、人才培养、市场推广等方面，为农村电商提供稳定的资金来源，并通过政策优惠、税收优惠等方式，吸引社会资本投入农村电商领域；其次，应鼓励银行、信用社等金融机构为农村电商提供贷款支持，降低融资门槛，简化贷款手续。同时，探索发展农村电商的供应链金融、应收账款融资等新型金融产品，并借助互联网金融平台，为农村电商提供多元化的融资渠道；再次，加大农村电商基础设施建设投入，包括网络覆盖、物流配送、仓储设施等，提高农村电商的服务能力和效率；此外，可根据农村市场的特点，创新农村电商的服务模式。例如，开展“互联网 + 农业”模式，推动农产品上行；开展农村电商扶贫项目，帮助贫困地区脱贫致富。

6. 结语

本文在乡村振兴的政策导向下，深入探讨了江苏省农村电商的创新模式与发展策略。基于对以宿迁为代表的“一村一品一店”、以沐阳为代表的“互联网 + 三农”及以连云港为代表的“电商 + 直播 + 产品”三种典型模式的重点分析，总结出当前江苏省农村电商在赋能乡村振兴过程中面临的诸多困局，包括主体认识不足、产销模式单一、专业人才匮乏、产业筹资困难等方面。为进一步推动农业现代化和乡村振兴，本文针对性地提出了强化政策宣讲、创新产销模式、吸纳专业人才和多元筹资融资等对策，以期实现农村电商与乡村振兴战略的协同发展。

尽管本文所提出的发展对策有助于为农村电商的发展提供理论和实践经验，但仍存在一些不足之处。首先，本文的研究范围局限于江苏省，对其他地区农村电商的发展情况缺乏全面阐述，因而对策建议可能欠缺普适性和推广性。其次，研究中使用的数据和案例存在时效性问题，市场环境和政策导向随着时间的推移会发生何种变化尚无定论。因此，未来的研究可以进一步拓展研究范围，进行跨区域的比较分析，以揭示不同地区农村电商发展的共性和特性。此外，也可运用实地调研和数据分析等方法，更加全面、准确地评估农村电商在乡村振兴中的作用和效果。

在数智化时代背景下，随着互联网技术与农村发展的进一步结合，农村电商有望实现更加蓬勃、稳健的发展。为此，笔者期待看到更多富有创新性和地方特色的农村电商模式的涌现，为乡村振兴注入新的活力。同时也希望未来的研究能够运用跨学科知识进一步丰富和深化对农村电商发展模式的认识，为农村电商发展提供有益借鉴。

基金项目

国家级大学生创新训练计划项目“社工嵌入与乡村自治力提升研究”(202310293054Z)。

参考文献

- [1] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.
- [2] 凤凰网江苏. 电商时代, 江苏如何乘风破浪? [EB/OL]. <http://js.ifeng.com/c/8H6PC80L3pv>, 2024-05-11.
- [3] 江苏省人民政府. 上半年江苏农村地区网络零售额 1511.4 亿元 同比增长 8% [EB/OL]. http://www.jiangsu.gov.cn/art/2023/8/15/art_89091_10983578.html, 2024-05-11.
- [4] 王雨. 乡村振兴战略背景下江苏农村电商创新发展策略[J]. 农业经济, 2021(7): 122-124.
- [5] 马立军, 葛宁静. 发展农村电商助力辽宁乡村振兴——农村电商“沭阳模式”的经验借鉴[J]. 辽宁经济, 2023(11): 59-62.
- [6] 澎湃新闻. 淘宝高峰论坛首落沭阳: 全国唯一土地里“长”出的淘宝村集群[EB/OL]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1552205, 2024-05-11.
- [7] 澎湃新闻. 江苏沭阳致力于打造“中国花谷”, 探索花木产业转型[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1778190874060113059&wfr=spider&for=pc>, 2024-05-11.
- [8] 何宁秀, 路辉. 浅析农村电商直播发展前景——以连云港为例[J]. 农业与技术, 2020, 40(14): 167-168.
- [9] 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.
- [10] 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.