

乡村振兴背景下农村电子商务发展创新研究

朱 娜

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年6月21日; 录用日期: 2024年7月3日; 发布日期: 2024年8月8日

摘 要

党的二十大报告提出, 全面推进乡村振兴。我国作为一个农业大国, 国家历来重视农村、农业、农民的发展问题, 农村电商作为解决“三农”问题的有效策略, 在推动农村经济发展过程中发挥着不可替代的作用。发展农村电子商务不仅可以扩大农村市场规模、优化农村产业结构, 还可以为农村带来新思想、新技术, 推动乡村社会发展, 实现村民增产增收。因此, 本文深入分析乡村振兴背景下农村电子商务发展过程中存在的问题、发展创新的意义, 从建设人才队伍、健全物流体系、营造特色品牌、集结监管力量、加强政策扶持等方面探索农村电子商务发展水平以及农村地区的经济建设水平。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 发展创新, 优化路径

Research on the Development and Innovation of Rural E-Commerce in the Background of Rural Revitalization

Na Zhu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 21st, 2024; accepted: Jul. 3rd, 2024; published: Aug. 8th, 2024

Abstract

The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China proposed to comprehensively promote rural revitalization. As a big agricultural country, the state has always attached

importance to the development of countryside, agriculture and farmers. Rural e-commerce, as an effective strategy to solve the problem of “three farmers”, plays an irreplaceable role in promoting the process of rural economic development. The development of rural e-commerce can not only expand the scale of the rural market, and optimize the rural industrial structure, but also bring new ideas and new technologies to the countryside, promote rural social development, and achieve increased production and income of villagers. Therefore, this paper deeply analyzes the problems existing in the development process of rural e-commerce under the background of rural revitalization and the significance of development and innovation, and explores the development level of rural e-commerce and the economic construction level of rural areas from the aspects of building talent team, improving logistics system, creating characteristic brands, gathering regulatory forces, and strengthening policy support.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development and Innovation, Optimized 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

乡村振兴战略是我国党中央在第十九次人民代表大会中提出的农村发展战略方针，能够有效推动我国农村地区的现代化建设，促使农村地区与城市实现共同富裕。现阶段农村电子商务发展势头良好，受到了各级政府、部门的重视。但农村地区的电子商务起步时间晚，在发展过程中存在着缺乏电商人才、物流设施滞后、品牌效应弱等问题。以下本文将从加强人才队伍、完善基础设施、打造特色品牌等方面入手提出创新优化对策。

2. 乡村振兴背景下电子商务发展的意义

2.1. 促进城乡协调发展

伴随互联网技术的迅猛发展和广泛应用，需要立足乡村振兴战略，探讨研究农村电子商务发展路径和策略，构建完善的电商发展体系，全面助力我国农村经济高质量发展。乡村振兴背景下，发展农村电子商务能够整合农村地区的人力、物力等资源，培育多元化市场主体。立足于各自特有的传统文化和生态基础，因地制宜顺势而为，引领广大农民群众大力发展特色优势产业，走共同富裕道路。乡村振兴与电子商务在发展方向和目标路径方面本质上互联互通，因此，在国家乡村振兴的宏大时代背景下，积极发展农村电子商务，对于实现农村经济现代化和缩小城乡差距具有重要意义。

2.2. 激发多元主体投身农村现代化建设

农民是农村建设的主力军，也是实施乡村振兴战略的主力军。受多方因素的影响，越来越多的农村劳动力选择进入城市发展，导致农村地区劳动人口流失严重。传统农业生产模式和相对较差的自然环境和现实条件很难吸引优秀人才就业创业，而电子商务则可以通过整合生产要素和提供技术支持，引进科学经营理念，带动农村产业结构的调整与优化，加速提升农村经济发展水平，为激发农业生产活力和吸引人才回乡创业提供了更多机遇和发展平台，进而有效推动乡村振兴战略的实施。

3. 乡村振兴背景下农村电商发展面临的困境

3.1. 农村缺乏专业电商人才

当前受城乡经济发展不均衡的影响，很多农村劳动力开始迁往城市发展。大部分农村地区的人口流失情况严重，尤其缺乏既熟悉信息技术又懂经营管理的专业人才，城乡之间形成新的“数字鸿沟”，制约农村电子商务发展。再加上农村常住人口多为老龄化人口和妇女居多，更习惯线下实体交易，不愿意接触新事物。发展电子商务不仅要有“三农”情怀，而且要对推广策划、资源整合、网站设计、数据分析、管理运营等情况比较内行，而这些岗位都缺专业的人才，特别是复合型人才[1]。

3.2. 农村物流水平滞后

随着乡村振兴战略的实施，我国农村地区的网络营销手段在不断进行改革，政府部门也给予了政策性支持。然而农村地区的基础设施建设不够完善，网络覆盖范围和网速无法满足电商发展所需的要求。致使农村电商的物流配送质量和效率仍然存在一定的问题。因此，农村电子商务在发展过程中，物流的配送问题同样成为影响电子商务发展的主要因素。由于农村的地区的基础设施不够完善，所以基本上很少针对农产品的销售建立物流配送中心，例如：有些农村地区在网络上购物，一般都是将快递放在县城或者乡镇的快递站，农产品在销售过程中也会面临收货难和配送难的问题，物流配送难度更大，这也影响了有效解决物流“最后一公里”的问题。虽然农产业已经建立了专业的生产加工流程，但是网络销售渠道少等问题，自然也会影响农产品产业链的完整性。可见，我国农村电子商务发展特别是交通、通信、物流建设等的投资力度还比较薄弱，配套物流产业跟不上电子商务的发展步伐。

3.3. 农产品品牌效应弱

当前，各农村地区都有属于自己的农产品资源，但并没有将这些资源组合在一起，难以发挥产业优势。在农产品推广方面，大部分选择靠电视媒体推广、广告营销、购物平台的营销以及传统的直播带货等，没有采取创新形式的农产品营销推广模式，导致在打开农产品市场的道路上受到了阻碍。农村农产品种类丰富，很多农村企业、农户迫切需要新的销售渠道，而受技术的影响，能够真正打开线上销售农产品渠道的企业少之又少。再加上大多数消费者在选择网络消费时对品牌效应较为敏感，而国内的农村产品生产者大都尚未创办自己的品牌，这就导致了顾客的流失，减弱了农村产品的竞争力，并且可以出口海外的农产品也非常少，限制了农村电商的长久发展[2]。而农产品的优势是物美价廉、绿色健康，农村电商企业要充分挖掘农产品的特性，借助电商平台推广销售农产品，充分发挥农产品的优势、特点。然而农民在借助电商平台进行农产品交易时，存在着同质化、随大流情况，这很可能会导致价格过低与不良竞争的产生，从而导致农民的获利降低[3]。

3.4. 监管系统缺位

电商已经成为推动农村产业结构转型的重要途径。由于互联网平台本身具有虚拟性、分散性特点，在农产品生产和销售过程中，质量标准和安全规范存在盲点且不统一，给一些不法分子出售假冒伪劣产品提供了机会。电商市场中缺乏统一的行业标准和监管机制，导致一些电商平台和商家存在诚信问题、售后服务问题和商品质量问题。这不仅会破坏消费者对电商市场的信任，也会影响电商企业的声誉和发展。同时，中国农村的电子商务存在着恶性竞争现象、同质化、治理效果不理想等问题。例如：近几年出现的“好评返现、淘宝利单”是商家为了提高消费者对产品的好感度，从而刺激消费的行为。甚至闹出了“刷单骗局”丑闻，不仅没有提高销量还被骗取了大量钱财。如果不能解这类问题，商家间会出现恶性竞争，从而破坏整个电商市场。此前农村电商的产品生产和供应还缺乏完善的质量监管制度，产品

质量意识需要提高。由于消费者无法直接接触产品,一些商家在选品上投机取巧,以次充好屡见不鲜[4]。同时农村电子商务存在农产品采摘处理不当、配送时间过长、冰袋放置不当等诸多不规范现象。一些商家把“冰 + 泡沫箱”当成了“万能钥匙”,这也说明了网上农产品销售的监督体系还不够完善[5]。

3.5. 政策支持不足

在互联网技术支持下,电子商务与众多行业产业深度融合,国家也相继出台各种政策进行激励引导,保证了正确方向。但由于城乡、区域、行业差异明显,国家和地方的相应政策很难统筹兼顾,实施效果不尽人意[6]。但是在政府支持农村地区经济发展过程中,由于不能充分重视相关制度与规定,不能对相应法律文件进行及时有效的制定,导致农村经济发展缺乏约束,并且其规范性不足,进而影响到电子商务在农村地区的实际发展情况,其监管力度也相对不足。正是因为农村电子商务发展过程中的制度不完善,导致其发展过程具有较大限制。

4. 乡村振兴背景下农村电子商务的发展创新策略

4.1. 加强专业电商人才培养

乡村振兴战略背景下,要深入实施数商兴农、互联网 + 农产品等工程,而引进专业的电商人才,同时发展农户成为电商新农人,将持续推动农村电商的发展。引进专业电商人才,发展电商新农人,培养人才新天地,具体举措如下:一是政府要加强对农民工和大学生群体的返乡创业工作的重视,并对其进行一定的资金支持,从而培育出新一代的农村电子商务管理人员,进而推动农村电子商务的整体发展[7]。二是农村地区要挖掘自身优势,吸引大学生和社会创业者回乡建设。可以从现有的创业者中选出典型,加大对他们的扶持力度,利用这些创业者吸引更多电商人才回到农村进行创业[8]。引导大学生返乡就业创业,营造情感感召人、事业吸引人、环境激励人的良好氛围,举办农业经纪人和创业达人沙龙对话活动,树立标杆和先进典型,激发大学生“三农”情怀,主动关心参与电子商务学习实践,成为现代农村电子商务技术服务和宣传推广的骨干力量。三是推进大众创业万众创新,设立乡村振兴发展项目,吸引具有一定文化基础的中青年农民参加当地农技站与电商服务中心开办的培训班,带头转变思想观念,掌握相关专业知识和技能,实现从传统农民向电商化发展转型。四是创新电子商务人才培养体制,发展农村村民成为电子商务新农人,“政府 + 电商平台 + 学校”三方合作为农户提供专业设备设施以及优质培训,特别是要培训关于农村电商平台 AI 功能的使用知识、步骤,也要让培训更加简洁易懂,多操作,少讲理论,理论联系实际,让更多人运用 AI 来参与到农村电商。同时鼓励淘实惠、乐村淘等企业参与帮扶工作,为农村电子商务发展提供更多企业支持[9]。

4.2. 健全农村物流体系建设

在乡村振兴背景下,积极建设农村电子商务发展模式,与当地发展政策结合,利用农村生态资源,配备完善的物流设施,促进农产品与科技融合,有助于扩大产品销路,实现共同富裕的目标[10]。农村电商要加速发展,必须与农村物流协同发展,要持续加强智能化物流基础设施建设,改善物流服务水平,让农村物流跟得上、赶得上智能化物流。首先,可以参考电商巨头渠道下沉的布局方式,整合物流配送体系。例如:在村镇建立电商服务点,扩大覆盖面。其次,对传统的农村物流运输方法进行创新,采用智慧电商物流的新趋势——智慧物流,保障了农产品从生产、供应、运输到销售的全过程,保持了农村地区物流运输的连续性。这减少了物流“断链”的发生,促进了城乡之间的货物双向流动。菜鸟、京东等龙头物流企业已经与地方政府合作,利用大数据平台技术在农村地区开展智慧物流项目。支持冷链物流基础设施建设,弥补农产品冷链物流的不足,为农产品运输提供更优质服务。最后,政府部门还要增

加在交通建设方面的财政拨款，确保农产品的运输道路畅通，提高农产品的交互性和流通量。为了提高配送效率和品质，在条件允许的情况下，农户也可以采用自配送的方式将农产品送到消费者手中。这样就能有效解决配送难的问题，还能建立一条全新的配送渠道，提高配送效率，得到消费者的好评。因此，农村电商进一步发展，离不开信息化、智能化的农村物流以及优质的物流服务水平。

4.3. 营造特色农产品品牌

在发展农村电子商务的过程中，要想提高某种农产品的知名度，就要打造属于本地区的特色品牌。各地政府可以邀请专家开展电商课堂，详细介绍电商经营模式、运营管理、法律规范等内容，深化农村地区居民对电商的认识，为政策推广奠定基础[11]。通过拓宽农产品的销售渠道，提高农产品的知名度，持续打造个性农产品品牌，才能有效赢得线上的消费市场，进而促进农村电商的发展，为农民降本增效，促进乡村产业振兴。农村地区可以通过坚持“一村一品牌”的建设，将电子商务和当地的特色产业结合在一起，建立完善的产业链条。例如：“电子商务 + 文创产品”，部分农村地区有丰富的历史文化资源、特色手工艺品、古老技艺传承等等。短视频宣传，这也是一种很好的品牌宣传方式。电商人才可以采取多种宣传手段，包括广播、电视、报纸、横幅等传统宣传手段以及微博、微信、短视频等新媒体宣传手段，还可以积极建设农产品电子商务网站，培育电商帮扶开发机制，关注农户的生产经营需求与发展目标，了解农户的需求，然后采取有效的解决措施，增加资金和技术的投入[12]。同时也需要因地制宜开发和培育特色农业产品，科学进行产品定位和价值分析，通过转变生产方式扩大规模和容量，提高农业产品市场附加值，避免同质化增强竞争力，形成良好的农业品牌效应[13]。除此之外，同时要完善网销产品之后的售后服务，让客户体验到优质的服务，并充分发挥品牌的口碑效应，在提高客户复购率的同时，也能带来质变效果，吸引更多消费者进行购买该品牌的农产品。农产品品牌建设的加强以及建立健全售后服务体系等辅助性手段等都有助于推动数字农产品电商的创新发展，从而为进一步推动数字农产品电商的健康发展，促进农村经济的蓬勃发展和社会的全面进步作出贡献。

4.4. 建设高标准监督体系

在乡村振兴的新时代背景下，发展电子商务必须遵循社会道德标准和法律规范，基于法律法规制度框架维护和保障农业产品提供者及消费者的合法权益政府主管部门应牵头制定促进农业生产发展的工作规范和符合农产品实际的绿色质量标准，坚决防止“三无”产品产生和外流。在加强品质提升与品牌建设同时，更加注重农村电子商务法律法规体系建设，发挥法律咨询服务机构的作用和功能，意识到媒介信息的接近权、使用权、传播权是公民的基本权利。同时，政府也应当聘请专业技术人才在农村地区建立独立的数据系统，保护农村地区电商网络的安全，避免因信息泄露影响到农村电商企业的正常发展；政府要在电商行业建立更多自律机构，发挥自律机构的内部协调和监督作用，提高行业的自律意识；各级监管部门在积极参与农村电子商务监督工作的同时扩大宣传，鼓励消费者主动维护自己的权利，在收到劣质产品、看到虚假广告时及时向电商平台或相关部门投诉；社会媒体要做好舆论监督、引导的工作，深入农村地区了解电子商务的运营发展情况，积极替消费者、电商企业发声。这样就能集结监管力量，将监管责任落到实处，推动农村电子商务规范化发展。

4.5. 加强政府政策扶持

党的十八大以来，农业农村优先发展始终摆在重要位置，历年来中央一号文件都对惠农、支农和发展农村经济进行了全面系统的部署，确立了相应的顶层设计和政策安排。各级政府和相关部门应加速推进农业农村大数据建设应用，通过收集、整合和分析各类农业数据指导农业生产和农产品营销等决策，

包括土壤质量、市场需求等方面,从而促进农产品电商的发展。加大资金投入,支持和鼓励农业科技人员进行技术研发和实践,推动智慧农业技术的创新,提高农业生产效率和产品质量。建设农业科技示范基地和科普教育基地,为农民提供最新的农业科技知识和技术指导,帮助他们更好地适应农产品电商发展的需求,应对农业生产中的各种挑战。此外,政府鼓励农业农村部与当地企业联合,深入探索农村地区的资源优势、地质特征、市场条件等,以此为基础制定科学的发展规划,发挥大数据分析 with 挖掘能力,促进产业结构优化调整[14]。同时鼓励特色品牌企业向外发展,进入国内大型销售网站及国家级、省级绿色食品网站,以及开设淘宝店铺、微信小店、拼多多店铺;鼓励农村电子商务企业进驻当地的电子商务公共服务中心,整合项目以开展业务活动。

5. 结语

综上所述,发展农村电子商务对于落实乡村振兴战略的重大意义。现阶段农村电子商务还未形成完善的发展基础,缺少电商人才,缺少完善的基础设施,监督管理工作不到位。需要政府加大引导力度,完善扶持政策、加强电商人才队伍的建设、集结监管力量、引导电商企业打造特色品牌等,这样才能推动农村电子商务飞速发展,为乡村发展提供更多活力,以此发挥农村电子商务在推动农村经济发展过程中的主导作用,最终实现乡村振兴的目标。

参考文献

- [1] 杨莉惠. 农村电子商务发展的困难问题与对策建议[J]. 全国流通经济, 2020(31): 18-20.
- [2] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [3] 路标. 农村电子商务推动乡村振兴的动力机制与发展路径研究[J]. 农业经济, 2019(12): 129-130.
- [4] 朱薇. 乡村振兴战略背景下甘肃农村电子商务发展的问题及对策[J]. 兰州工业学院学报, 2023, 30(1): 114-117.
- [5] 陈婷. “互联网+”背景下农村电商发展的现实意义及对策分析[J]. 农业经济, 2021(2): 143-144.
- [6] 董航. 中国农村电子商务在农产品营销领域的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2022.
- [7] 冯兴宏. 乡村振兴战略下的农村电商发展研究[J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(4): 14-15.
- [8] 吴洁. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的问题及对策[J]. 广东蚕业, 2023, 57(2): 105-107.
- [9] 金字. 乡村振兴战略下农村电子商务精准扶贫路径探究[J]. 今日财富, 2021(8): 61-62.
- [10] 刘欣奕. 基于完善工程项目建设全过程咨询服务工作的思考[J]. 工程造价管理, 2022(6): 92-95.
- [11] 冷荷香. 浅谈全过程咨询在水利工程建设中的作用[J]. 治淮, 2021(9): 75-76.
- [12] 李兴双, 马坤. 乡村振兴视域下江西吉安农村电子商务助推精准扶贫的思考[J]. 黑龙江粮食, 2020(11): 65-67.
- [13] 尹晓楠, 方雪琴. 信息减贫语境下农村地区媒介素养提升路径[J]. 新闻爱好者, 2022(11): 95-97.
- [14] 徐丽艳, 郑艳霞. 农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021(2): 109-120.