

# 乡村振兴背景下电子商务助农研究

杨佳珏, 陈禹含

<sup>1</sup>南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

<sup>2</sup>东北电力大学马克思主义学院, 吉林 吉林

收稿日期: 2024年6月26日; 录用日期: 2024年7月12日; 发布日期: 2024年8月13日

## 摘要

在乡村振兴战略的背景下, 电子商务作为一种新型商业模式, 已经成为实现助农的有效手段, 有力地推动了农业升级、农民增收和农村发展。本文从乡村振兴与电子商务助农的关系、电子商务助农的现状探析以及发展策略等方面展开研究。本研究符合我国乡村振兴和农村电子商务发展的客观需要, 在电商助农的实践推进中具有一定程度的借鉴意义。

## 关键词

乡村振兴, 电子商务, 助农

# Research on E-Commerce to Help Agriculture in the Context of Rural Revitalization

Jiajue Yang, Yuhan Chen

<sup>1</sup>School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

<sup>2</sup>School of Marxism, Northeast Electric Power University, Jilin Jilin

Received: Jun. 26<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jul. 12<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 13<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

In the context of the rural revitalization strategy, e-commerce, as a new business model, has become an effective means to help agriculture, and has effectively promoted agricultural upgrading, farmers' income increase and rural development. This paper studies the relationship between rural revitalization and e-commerce to help agriculture, the current situation of e-commerce to help agriculture, and the development strategy. This study meets the objective needs of rural revitali-

文章引用: 杨佳珏, 陈禹含. 乡村振兴背景下电子商务助农研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 6659-6667.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133824

zation and rural e-commerce development in China, and has a certain degree of reference significance in the practice of e-commerce to help agriculture.

## Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Agricultural Assistance

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

乡村振兴战略旨在全面提升农村地区的经济、社会、文化和生态水平, 实现农业现代化。电子商务作为一种现代商业模式, 在乡村振兴中扮演着重要角色。电子商务助农模式借由互联网平台, 使得农产品能够直接接触到更广泛的市场, 包括城市消费者。这种模式不仅扩大了农产品的销售渠道, 而且提高了农民的收入。此外, 电子商务还促进了农村经济的多元化发展, 增加了就业机会, 有助于缩小城乡差距。

乡村振兴战略的实施, 提高了农村地区的基础设施建设, 包括交通、通讯和互联网接入, 为电子商务的发展创造了良好条件。同时, 乡村振兴战略鼓励发展特色产业, 如乡村旅游、特色手工艺品等, 这些产业与电子商务的结合, 进一步推动了农村经济的发展。电子商务的发展为乡村振兴提供了新的动力, 而乡村振兴又为电子商务的进一步发展提供了广阔的市场和资源。两者相辅相成, 共同推动了农村经济的转型升级和可持续发展。大力发展乡村振兴背景下的农村电子商务, 能够有力推进农村现代化, 对于实现第二个百年计划——使我国成为现代化强国的目标有着非常积极的意义。

## 2. 乡村振兴背景下的电子商务助农概述

### 2.1. 相关概念及其内涵

乡村振兴战略是中国政府为了解决“三农”问题, 推动农业农村现代化, 实现农业强、农村美、农民富的目标而提出的重要战略。这一战略旨在通过一系列政策措施, 促进农村经济发展、社会进步和文化繁荣, 实现城乡融合发展, 最终实现农业农村现代化。

如表 1, 电子商务是运用信息技术进行商品交换的经营活动, 也可以被理解为在互联网、企业网和增值网络上对商品服务进行的线上交易, 是对传统商业活动各个方面的电子化、网络化、信息化。

农村电子商务是指各种服务于农村的资源通过网络平台进行发布, 使得农村信息服务业务和服务领域的发展渠道得到拓展, 使之成为一种能够覆盖农村区域的“三农”信息服务站。

电子商务助农是指利用电子商务平台和技术, 针对农村地区的特定需求, 通过网络销售、在线服务等方式, 实现农产品上行、促进就业、增加收入, 从而帮助农村地区摆脱贫困和增加收入[1]。

电子商务助农通过拉动网络创业和网络消费, 不仅为解决贫困问题提供了另一种思路, 也是将农村地区经济发展带入快车道的长久之计, 对提升农村地区居民收入、推动农村地区传统产业转型升级具有重要意义。

电子商务助农的科学内涵在于以下两点。首先, 要消除导致贫困的经济因素。农村地区往往地处偏远地区, 自然条件较差, 交通等基础设施不足, 公共服务比较落后, 经济发展受市场、技术和资金等多

重因素的制约。农村地区借助于电子商务这一先进的方式, 立足当地资源禀赋, 因地制宜, 扬长避短, 走特色优质产业绿色化、标准化之路, 通过产业发展和辐射带动促进经济发展, 实现了脱贫致富的目标。

其次, 消除导致贫困的教育因素。当前, 农村地区教育水平落后, 缺乏具备电子商务相关知识的人才。因此, 发展农村地区的电子商务教育, 鼓励农村电商人才参与实际的电商运营活动, 通过实践学习提升电商管理能力和市场营销能力。提供电商平台运维、数据分析等技术支持, 帮助农村电商人才掌握必要的技术能力。通过促进农户不断提高自身教育素质, 提升其致富的能力。

**Table 1.** Main e-commerce models

**表 1.** 主要电子商务模式

模式	具体内容
B2B	是商家(泛指企业)对商家的电子商务, 即企业与企业之间通过互联网进行线上产品、服务和信息的交易。通俗的说法是指进行电子商务交易的双方都是商家企业, 它们使用了网络技术或各种商务网络平台, 完成商务交易的过程
B2C	是企业对消费者自身的电子商务。它是我国最早产生的电子商务模式, 如今的天猫商城、京东商城等网络商务平台均是 B2C 电子商务模式的典型代表
B2G	B2G 是企业对政府的电子商务模式, 主要实现政府采购、海关保税等业务的网络化和电子化
C2C	C2C 是个人对消费者的电子商务模式, C2C 就是通过电子商务平台实现买卖双方在线交易
O2O	即线上到线下, 也就是发挥线上线下的不同优势, 将线下商业活动与互联网线上购买支付相结合, 从而实现商品的买卖。O2O 最重要的特点是能够查询到推广效果, 可以追踪到每项交易

## 2.2. 乡村振兴背景下电子商务助农的参与主体

首先, 政府。政府在农村电子商务助农过程中扮演着至关重要的角色, 政府通过出台相关政策, 引导和鼓励电商企业参与农村扶贫, 提供政策扶持, 如税收减免、财政补贴等, 以降低电商企业的运营成本, 增强其在农村地区的发展动力。改善农村地区的网络通信、物流配送等基础设施也需要政府出力, 为电子商务的发展提供必要条件。例如, 推动宽带网络覆盖和农村物流配送网络建设, 提升电商小件快运服务能力。

通过培训计划和教育资源, 政府为农村人才引进注入活力。培养农村电商人才, 提高他们的电商运营能力和市场营销能力。通过支持农村地区发展特色产业, 推动农产品上行, 促进商品流通。此外, 政府还协助农村地区建立品牌, 提升产品的市场竞争力。通过建立电商扶贫示范县、示范企业和示范合作社, 树立标杆, 推广成功的电商扶贫模式和经验, 引导更多的农村地区参与电商扶贫。政府对电商扶贫项目进行监督管理, 确保项目的有效实施, 并定期进行效果评估, 以便及时调整和优化扶贫策略。

其次, 农村与农户。农村与农户是电子商务助农的对象, 同时也为农村电子商务发展提供销售资源和劳动力。通过电子商务平台, 农村的农产品可以直接销售给消费者, 提高了农产品的附加值和销售效率, 从而增加了农户的收入。此外, 通过参与电子商务活动, 如开设网店、参与电商培训等, 可以提升自身的电商知识和技能, 增强自我发展能力。在某些情况下, 农村的劳动力可以通过参与电子商务相关的工作, 如物流配送、产品包装等, 获得稳定的收入来源。

电子商务助农正是以农村人口的利益为核心, 通过发展电子商务来满足农村地区的发展需求, 也能使农村地区在获得利益的同时共同承担电子商务助农的责任和风险, 从而有利于电子商务助农工作的顺

利开展。

再次, 电子商务企业和农村新型合作组织。他们在电子商务助农的过程中负责集中资金、技术、信息、经验。通过发展电子商务, 他们可以实现生存和盈利。因此他们扮演者利益主体这一角色。举例而言, 在现实生活中, 辛选集团属于电子商务企业和农村新型合作组织这一范畴。辛选集团通过“输血”和“造血”结合的方式助农, 由里及外激活了农产品线上零售市场, 帮助农民在销售和技能上双重提升, 提高了收入。

最后, 消费者。消费者是贫困地区电子商务助农的需求方。没有消费者的需求, 电子商务助农开发就失去了意义, 也没有存在的必要。消费者通过网络购买所需的商品, 是电子商务运营利润的主要来源。因此, 消费者无形推动了当地产业和电子商务的发展, 促使电子商务企业和新型合作组织提供适合消费者需求的产品。从这个意义上讲, 消费者属于电子商务助农活动中的需求动力。

### 3. 乡村振兴背景下电子商务助农的研究理路

#### 3.1. 乡村振兴背景下电子商务助农的基本理念

五大发展理念是中国共产党在十八届五中全会上提出的指导未来发展的核心理念。党的二十大报告明确提出: “必须完整、准确、全面贯彻新发展理念” [2], 贯彻新发展理念是新时代我国发展壮大的必由之路。此外有学者认为五大发展理念是贯穿高质量发展和中国式现代化的主线[3]。

五大发展理念不仅仅是经济发展的策略, 更是深层次的哲学思想。这些理念体现了马克思主义的世界观和方法论, 反映了中国共产党对人类社会发​​展规律、中国特色社会主义建设规律和党执政规律的深刻认识[4]。

五大发展理念的哲学思想同时也是乡村振兴战略下电子商务助农的指导思想。自 2015 年电子商务扶贫被纳入国家十大助农工程以来, 电子商务及其助力扶贫形势发生了很大变化。在推进电子商务助农过程中, 要落实好“五大发展理念”。

首先, 关于创新的理念。创新发展强调科技创新在国家发展中的核心地位, 它体现了马克思主义关于生产力与生产关系相互作用的原理。创新是引领发展的第一动力, 它解决的是发展动力问题, 即如何通过科技进步和制度创新来推动经济社会发展。理论创新是电子商务发展的基础。在电子商务助农策略中, 创新主要体现在商业模式、技术应用和管理方法上。例如, 通过建立电子商务平台, 搭建从电商中心到物流仓储再到乡镇村级服务站的扶贫供应链体系, 实现“帮买”、“帮卖”的自产农产品的上行增收服务和米面粮油等生活必需品的下行节支服务功能。

其次, 关于协调的理念。协调发展集中体现了马克思主义关于世界普遍联系的观点。它强调的是经济、政治、文化、社会、生态环境等多方面的共同推进, 解决的是发展不平衡问题, 即如何实现各领域、各地区、各群体之间的均衡发展。协调在电子商务助农中的作用表现为政府、企业、社会各方面的协同合作。例如, 政府通过出台相关政策文件, 形成了政府推动、社会参与、协会引领、市场主导、金融支撑、媒体助力的工作机制。

第三, 关于绿色的理念。绿色发展与遵循自然规律的可持续发展有机衔接, 它体现了马克思主义关于人与自然关系的哲学思想。绿色是永续发展的必要条件, 它解决的是人与自然和谐问题, 即如何在发展经济的同时保护生态环境, 实现可持续发展。绿色发展理念在电子商务助农中的体现是通过电子商务平台推广绿色产品, 倡导绿色消费, 同时推动农业生产的绿色化、有机化。例如, 通过电商平台销售绿色农产品, 促进农业生产方式向“订单农业、精准生产”转变, 倒逼特色产业提质增效。

再次, 关于开放的理念。开放发展与遵循社会规律的包容性发展相一致, 它体现了马克思主义关于



社会关系的哲学思想。开放是构建人类命运共同体的必然要求，它解决的是如何在全球化背景下实现互利共赢，即如何在开放中寻求合作与发展。开放发展理念在电子商务助农中的应用是通过开放市场，吸引外部投资，引入先进技术和管理经验，扩大农产品的销售市场。例如，通过与阿里巴巴集团合作实施“千县万村”计划农村淘宝项目，以及与京东、苏宁等电商平台合作，推动了电商发展氛围的形成，提高了群众参与电商发展的热情。

最后，关于共享的理念。共享发展坚持以人民为中心的发展思想，它体现了马克思主义关于人的自由全面发展的哲学思想。共享是社会公平正义的体现，它解决的是如何让发展成果更多更公平地惠及全体人民，即如何实现社会的公平与正义。共享发展理念在电子商务助农中的体现是通过电子商务平台实现资源共享，提高资源利用效率。例如，通过电商平台整合政府、企业、社会的多方资源对接到资源扶贫的具体工作中。积极对接三级政府在扶贫工作中的政策补贴、资源扶持，招标采购等工作，让农民群体切身感受到国家脱贫攻坚的工作成果。

### 3.2. 乡村振兴背景下电子商务助农的逻辑建构

首先，“互联网 + 特色产业”是助农的有效途径。“互联网 + 特色产业”是指利用互联网技术和平台，结合农村地区地方特色产业，推动产业升级和经济发展的模式[5]。在电子商务助农中，这种模式发挥着重要作用。不仅有助于提升农村现行经济发展水平，还有助于实现农村地区的长期稳定的经济发展。

通过互联网平台，特色产业可以突破地域限制，将产品销售到更广阔的市场，尤其是对于那些偏远地区的特色农产品来说，这意味着更多的销售机会和更高的经济效益。互联网平台还提供了一个展示和宣传特色产品的窗口，有助于提升产品的品牌知名度和形象，吸引更多消费者的关注和购买。

“互联网+”模式还可以促进产业升级。互联网技术的应用可以促进特色产业的现代化改造，提高生产效率和产品质量，推动产业向更高端、更具竞争力的方向发展[6]。通过电子商务平台销售特色产品，可以直接增加农民的收入来源，帮助他们脱贫致富。例如，一些地区通过电商平台销售当地特色农产品，实现了农民人均增收。

互联网 + 特色产业模式有助于推动乡村振兴战略的实施，通过发展电子商务，带动农村经济发展，改善农村基础设施，提升农村居民的生活水平。电子商务的发展创造了大量的就业机会，包括电商平台运营、物流配送、网络营销等领域，为农村劳动力提供了新的就业选择。

第二，大数据是助农的重要技术手段。通过建立助农大数据管理平台，可以实现对状况的详细了解，为实现助农提供数据支持。此外，大数据还可以优化资源配置，帮助农村地区的市场主体摆脱当地市场的制约，通过分析电商沉淀的大量数据，找到更加高效对接市场、匹配和满足需求的方式。

大数据还有促进产业发展、提升产品销售和提升服务质量的作用。通过对农村地区的产品实现结构调优，对市场供需的数据分析，为这些地方的结构调优提供方向上的指引，促进产业升级和经济发展。对海量的数据进行分析，还可以帮助农村地区的产品通过电子商务平台销售出去，将产品转化为收入，尤其是对于农产品上行业务，大数据技术可以帮助找到和对接潜在的买家，增加收入[7]。

此外，大数据技术可以帮助提升电子商务服务的质量，通过数据分析，为消费者提供更加个性化的服务，提高客户满意度。大数据技术的应用不仅提高了电子商务助农的效率和效果，还为农村地区的可持续发展提供了有力支持。最终实现农村地区的经济发展和乡村振兴。

第三，人文关怀是助农的题中应有之义。人文关怀是电子商务助农不可或缺的一部分。在推动农村地区经济发展的同时，注重人文关怀，体现了对农民群体的尊重和关爱，这是实现可持续助农的重要保障。

消除贫困、改善民生、实现共同富裕, 是社会主义的本质要求。对于农民群体来说, 心理上的困扰和压力同样需要关注和缓解。应鼓励和帮助该群体参与电子商务助农过程中的社会活动, 增强他们的社会认同感和归属感, 减少社会隔离感, 促进社会和谐[8]。培养自立能力, 通过教育和培训, 提高农民群体的知识水平和技能, 帮助他们实现自我发展, 摆脱贫困的束缚。

人文关怀不仅是对农民群体物质需求的满足, 更是对其精神需求和社会地位的关注, 它强调的是人的全面发展和尊严的维护。在电子商务助农的过程中, 只有将人文关怀融入每一个环节, 才能真正实现助农工作的长远效果, 让农村地区的人民增长收入的同时, 也能享有更加丰富的生活。

#### 4. 乡村振兴背景下的电子商务助农存在的问题

消除贫困、改善民生、实现共同富裕, 是社会主义的本质要求。第一个百年已经完成, 现在我们正向着第二个百年目标——建设社会主义现代化强国努力。要达到这个目标, 实现乡村振兴、大力发展农村电子商务助农实践刻不容缓。

电子商务助农已经成为中国扶贫工作的重要组成部分, 其目的是通过电子商务平台帮助农村地区的农民销售产品, 从而增加收入, 改善生活条件。

中国政府高度重视电子商务助农, 已经制定了一系列政策和措施来推动其发展。例如, 财政部和商务部公布了 2015 年电子商务进农村综合示范工作 200 个示范县名单, 并安排专项资金进行扶持农村电商发展, 重点向建设县、乡、村三级物流配送体系倾斜。

许多省份已经开始尝试通过在贫困村设立电商扶贫实验基地、采取“平台 + 园区 + 培训”等方式, 整合贫困地区优势产品、对接市场, 以此提高扶贫工作效果。此外, 还有一些企业, 如京东, 也积极参与到电子商务助农中, 通过提供物流网络、电商平台等资源, 帮助农村地区农民销售产品, 提高收入[9]。

在乡村振兴背景下, 电子商务助农虽然取得了一定的成效, 但也存在一些不足和挑战。

##### 4.1. 基础设施不足

一些偏远农村地区的网络覆盖和物流配送体系仍然不完善, 影响了电子商务的普及和效率。网络速度慢、物流成本高、配送时间长等问题限制了电商的发展。在一些偏远农村地区, 宽带和移动网络覆盖不足, 网速慢, 稳定性差, 这限制了电子商务活动的开展。农民无法顺畅地进行在线交易、支付和信息查询, 影响了电商平台的活跃度和用户体验[10]。

##### 4.2. 人才短缺

农村地区普遍缺乏电子商务专业人才, 农民对电商的认知和操作能力有限, 难以充分利用电商平台进行产品销售和市场拓展。缺乏专业的电商运营人才, 导致农村电商平台的运营效率不高, 无法有效吸引和维护消费者, 影响了电商平台的活跃度和交易量。没有足够的市场营销人才, 农村电商难以进行有效的市场分析和营销策略制定, 限制了产品的市场拓展和品牌建设。最后, 农村地区的生活和工作条件相对较差, 即使培养出一些电商人才, 也面临着被城市企业挖角的风险, 导致人才流失。

##### 4.3. 产品同质化严重

许多农村地区的农产品缺乏差异化, 同质化竞争严重, 导致价格战, 影响了农民的利润空间。比如, 由于某地气候适宜、土壤肥沃, 许多农户选择种植苹果。起初由于苹果品质好、市场需求大, 农户们获得了不错的收益。然而, 随着越来越多的农户加入苹果种植行列, 种植面积迅速扩大, 市场上苹果的供应量大幅增加。随着市场供应量的增加, 苹果的价格开始下降。为了争夺市场份额, 农户们不得不降低售价, 甚至出现恶性竞争, 导致利润空间被严重压缩。同时, 由于缺乏品牌效应和差异化竞争, 农户们

难以通过提高产品附加值来增加收入。

#### 4.4. 缺乏有效营销模式

农村电子商务营销往往依赖于传统的在线销售平台, 缺乏多元化的营销策略和创新手段, 如社交媒体营销、内容营销等, 这限制了市场的拓展和客户的吸引。于营销模式的局限性, 农产品难以触及更广阔的市场, 尤其是城市和国际市场, 这限制了农民收入的增长潜力。此外, 营销模式的不足可能导致农村电商的发展缓慢, 进而影响整个农村经济的转型和现代化进程。缺乏有效的营销策略和手段使得农村产品在市场上缺乏吸引力, 难以与城市产品竞争, 影响了农民的市场份额。电子商务作为一种新型业态, 能够创造就业机会。营销模式的缺乏意味着这一领域的就业机会减少, 不利于农村劳动力的转移和就业。

#### 4.5. 金融支持不完善

金融服务不完善导致农村地区的农民在电商运营中面临资金短缺、融资难、保险服务不足等问题。农村地区的金融机构网点分布不均衡, 金融服务的可达性和便利性不足, 导致农民难以获得及时有效的金融服务。针对农村电子商务的特定需求, 金融产品和服务的创新不够, 无法满足农民在电商活动中的多样化金融需求。此外, 由于农村地区农户缺乏足够的抵押物和信用记录, 传统金融机构难以有效评估信贷风险, 导致农户在电商活动中面临融资难题。农村电子商务产业链上下游信息不对称, 金融机构难以有效评估农户的信用风险, 影响了资金的流动性和效率。尽管金融科技在提高金融服务效率和降低成本方面具有潜力, 但在农村地区的应用程度仍然较低, 限制了农村电子商务的发展。

针对上述不足, 需要政府、企业和社会各界共同努力, 通过加强基础设施建设、提升人才培养、优化产品结构、加强品牌建设、完善金融服务、加大政策支持、推动产业链整合、充分利用数据资源等措施, 不断完善电子商务助农的体系, 推动乡村振兴战略的实施。总的来说, 乡村振兴背景下的电子商务助农在中国已经取得了显著的进展, 但仍需继续努力, 以实现更广泛、更深入的影响。

### 5. 乡村振兴背景下的电子商务助农的发展策略

在乡村振兴的背景下, 电子商务作为一种新兴的经济形态, 对于助力农业发展和农民增收具有重要作用。以下是一些电子商务助农的发展策略。

#### 5.1. 加强基础设施建设

提升农村地区的网络覆盖率和网速, 改善物流配送体系, 特别是冷链物流的建设, 以保证农产品的快速、高效、低损耗运输。提升宽带网络覆盖, 加快 4G/5G 网络建设, 提高移动互联网的覆盖率和速度。支持电信运营商在农村地区投资建设基站和光纤网络。建立健全农村物流配送体系, 特别是在偏远地区设立物流站点。发展冷链物流, 保障生鲜农产品的质量和安全。在乡镇设立电商服务中心, 为农民提供电商咨询、培训、代运营等服务。中心可配备必要的硬件设施, 如电脑、打印机、扫描仪等, 方便农民使用[11]。

#### 5.2. 培育电商人才

通过线上线下相结合的方式, 开展电商技能培训, 提升农民的电商操作能力和市场营销知识, 培养一批懂技术、会经营的新型农民。与高校、职业学院合作, 开设电商专业或相关课程, 为农村培养专业电商人才。设立农村电商培训基地, 提供实践操作平台, 让学员能够边学边做。针对农村电商的特点, 举办短期集中培训班, 教授电商基础知识、网店运营、网络营销等技能。邀请电商行业专家、成功创业者进行讲座, 分享经验。利用网络平台提供在线课程, 方便农民随时随地学习电商知识。开发手机应用

程序, 提供视频教程、互动问答等功能, 提高学习的便捷性。

### 5.3. 建立特色农产品品牌

还可以通过推广特色农产品挖掘和推广地方特色农产品, 通过品牌建设和地理标志保护, 提升产品附加值和市场竞争力。进行深入的市场调研, 了解消费者的需求偏好和市场趋势。根据调研结果, 明确特色农产品的市场定位, 确定目标消费群体。创建地方特色农产品品牌, 通过品牌故事、文化内涵等元素提升品牌形象。申请地理标志认证, 保护并提升地方特产的独特性和知名度。制作高质量的产品介绍视频、图文等内容, 展示农产品的生长环境、加工过程等。通过故事化的营销手法, 讲述农产品的背后故事, 增加产品的情感价值。举办农产品展销会、节庆活动等, 吸引消费者线下体验和购买。在旅游景点、商业街等地设立体验店或专卖店, 提升产品可见度。

### 5.4. 创新营销模式

利用社交媒体、直播带货、短视频等新型营销手段, 拓宽农产品的销售渠道, 提高市场曝光度和销售额。利用微信、微博、抖音等社交媒体平台, 建立农产品社群, 通过口碑传播和用户分享来推广产品。开展拼团、砍价、秒杀等社交电商活动, 激发消费者的参与热情。利用直播平台进行产品展示和销售, 通过主播的实时互动和推荐, 增加产品的吸引力。直播中可以展示农产品的种植、收获、加工过程, 提高产品的透明度和信任度。提供个性化定制服务, 满足消费者对产品个性化的需求, 如定制包装、定制礼盒等。通过定制服务, 提高产品的附加值, 增加利润空间。

### 5.5. 做好金融支持

金融支持是助农实践中重要的一环。提供小额信贷、保险服务等金融支持, 降低农民从事电商活动的经济风险, 增加其参与电商的积极性。金融机构提供小额贷款给农民或农村电商经营者, 帮助他们启动或扩大电商业务。这种贷款通常具有较低的利率和灵活的还款期限, 以减轻农民的财务压力。建立信用担保机制, 为农民或农村电商提供信用担保服务, 帮助他们获得银行贷款[12]。信用担保可以降低银行的信贷风险, 使农民更容易获得贷款。通过供应链金融解决方案, 为农产品生产和销售的各个环节提供融资支持。提供农业保险, 覆盖自然灾害、病虫害等风险, 减少农民因不可抗力因素造成的损失。电商经营保险, 保障农民在电商运营过程中可能遇到的风险, 如物流延误、商品损坏等。

通过实施上述策略, 可以有效地推动电子商务在农村的应用, 帮助农民拓宽销售渠道, 提升产品价值, 增加收入, 同时也促进了乡村经济的振兴和发展。

## 6. 结语

我国农村电子商务的发展正在不断完善, 尽管取得了显著成效, 但仍有诸多挑战需要克服。因此, 需要社会各界的共同努力和深度合作, 共同推动电子商务助农发展。当前, 我国正处于砥砺奋进实现第二个百年目标的路上, 研究与发展乡村振兴背景下的电子商务助农有着非常积极的意义。

## 参考文献

- [1] 周晗, 朱谦, 孙晓然. 扶贫助农视角下的农产品电子商务发展策略研究[J]. 农业经济, 2024(5): 140-142.
- [2] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2022-10-26(001).
- [3] 陈健, 张旭. 新发展理念的政治经济学阐释[J]. 中州学刊, 2023(6): 34-41.
- [4] 周革. 五大发展理念中的哲学思想分析[J]. 赤子(上中旬), 2016(11): 7.



- 
- [5] 王珊珊. “互联网 + 助农”背景下西安县区电子商务体系的建设研究[J]. 中国物流与采购, 2024(9): 110-111.
- [6] 吕宪军. “互联网 + 农业”智能化技术应用推动农村经济的发展路径[J]. 农业工程技术, 2023, 43(23): 143-144.
- [7] 杨春朝, 陈莹, 高国兴, 等. 大数据在农业生产中的应用研究综述与展望[J]. 科技创新与应用, 2024, 14(2): 6-10.
- [8] 罗松. 新时代国有企业做好人文关怀的策略思考[J]. 企业文明, 2024(4): 72-73.
- [9] 程佳聪. 农村电商对县域经济发展影响研究——兼论创业活跃度的中介效应[J]. 商业经济研究, 2024(11): 189-192.
- [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.
- [11] 郭小敏. 新农村建设视角下农业电子商务发展障碍及对策研究[J]. 农业科技与信息, 2024(5): 131-134.
- [12] 李金祥, 李翠平. 发展普惠金融, 消除金融服务“空白村”——沧州市利用助农取款点助推脱贫攻坚情况调查[J]. 河北金融, 2017(12): 64-65+68.