

乡村振兴背景下农村电商发展现状及对策分析

赵佳倩

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年6月12日; 录用日期: 2024年6月26日; 发布日期: 2024年8月14日

摘要

乡村全面振兴, 电商大有可为。大力发展农村电商致力于促进农村信息共享, 高效衔接城乡生产与消费, 推动农村传统业态转型升级, 改善农村经济形式, 提高农民经济收入。农村电子商务已成农民增收的新引擎, 高质量赋能乡村振兴的新能源。但在其发展过程中还存在专业电商人才匮乏, 农产品品牌建设意识薄弱, 乡村基础设施不足等问题不益于农村电商的可持续永恒发展。因此在乡村振兴背景下, 推动农村电子商务发展要从问题实际出发, 探索切实可行的对策, 为推动农村电子商务可持续发展、助力乡村振兴战略实施提供保障。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 问题, 对策

Analysis of the Current Situation of Rural E-Commerce Development and Countermeasures in the Background of Rural Revitalization

Jiaqian Zhao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 12th, 2024; accepted: Jun. 26th, 2024; published: Aug. 14th, 2024

Abstract

With the comprehensive revitalization of the countryside, e-commerce has great potential. Vigorously developing rural e-commerce is committed to promoting rural information sharing, effi-

ciently connecting urban and rural production and consumption, promoting the transformation and upgrading of traditional rural industries, improving the rural economy, and raising the economic income of farmers. Rural e-commerce has become a new engine for farmers to increase their income, and a new energy source for high-quality rural revitalization. However, there is still a lack of professional e-commerce talents in the process of its development, weak awareness of brand building of agricultural products, and insufficient rural infrastructure, which is not conducive to the eternal development of rural e-commerce. Therefore, in the context of rural revitalization, the promotion of rural e-commerce development should be based on the actual problems, and practical countermeasures should be explored, so as to promote the sustainable development of rural e-commerce and help the implementation of the rural revitalization strategy to provide a guarantee.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Problems, Measures

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

实施乡村振兴战略是实现两个一百年奋斗目标的必然要求，乡村全面振兴，电商大有可为。农村电子商务的发展为农村产品销售给予了新渠道，能够高效联系产业链的两端：生产者和消费者[1]。2024年中央一号文件点明了乡村振兴战略实施的方向，确定了发展的行径，文件对全面推进乡村振兴做出重要部署，明确了新时代新征程上加快建设农业强国、推进农产品电子商务现代化发展的重大任务[2]。如今，我国农村电商发展如火如荼，已经成为推动乡村产业振兴的重要引擎，不论是在促进农产品信息共享，衔接城乡生产与消费，农村传统业态转型升级，还是改善农村经济形势，提高农民经济收入等方面，都有重大价值。但目前，我国农村电子商务发展还仍存在问题。比如在专业人才、农产品品牌打造、农村基础设施建设等方面存在一些欠缺。基于此，我们必须对这些问题进行深入剖析，寻求针对性的解决方案。致力于促进农村电子商务的可持续发展，为实施乡村振兴战略提供强有力的支撑[3]。

2. 电子商务助力乡村振兴的价值意蕴

2.1. 促进信息共享，衔接城乡生产与消费

利用乡村农产品的电子商务平台，人们能够实时获取农产品的详细资料，从而信息共享。在传统的农产品销售模式下，农户很难迅速和全面地获得农产品的相关信息。仅仅依赖农产品的生产和销售经验来进行评估，不仅可能错失销售的机会，还可能导致经济损失，例如中间商可能从中获得价格差异或产品滞销等问题。随着农产品电子商务的持续发展，乡村农产品产业链的信息共享成为可能，可以根据需求分配农产品的信息和资源，并在第三方平台上进行展示，从而实现供需之间的共享。作为农村电商的重要组成部分，农产品电商通过数字化平台有效缩短了农产品的交易链条，拓宽了农产品的交易范围。更为重要的是，它构建了一种全方位、即时化的供需对接模式，从而解决了农产品为谁生产、生产什么、生产多少的根本问题。同时，农村电商还对农产品的质量提出了更高的要求，这倒逼农民采用更为绿色、生态、高品质的种植、养殖模式，从而推动农业生产走上专业化和标准化的发

展道路。

2.2. 推动农村传统业态转型升级

农村电商高质量发展推动农村形成新业态和新模式，最终形成新发展动能。农村电商发展推动了农村产业从单一向多元转变。农产品电商化需要对初级农产品进行深加工，也需要仓储、包装、物流、运营等多个产业体系支撑，由此，农村电商带动了农村第二、三产业蓬勃发展，优化了农村经济结构。农村电商发展还有利于发展新产业模式、打造新产业样态，从而实现从传统模式向新发展模式的转变。比如，电商发展需要农村开采地方色资源、塑造地方特色产业、整合多元产业，从而提升知名度和竞争力。此外，不断涌现的农村新业态和新模式，不仅为本地人才提供了更多就业创业的机会，进一步吸引了包括科技工作者、创业者和艺术家等在内的“数字游民”来到乡村，而且也借此与城市的技术、资本和市场形成深度链接，进一步为农村社会发展提供了新动能。

2.3. 改善农村经济形式，提高农民经济收入

现阶段，国家已提出多项乡村振兴改革策略并相继施行，其中，农村电商赋能乡村产业振兴发展就是一项重要举措，这项措施可以提高农民经济收入，改善农村经济形势。农村电商的优势突出，具有门槛低、投资少、风险小的条件优势，可提高优秀人才返乡就业率，融合农村留守人员的劳动价值，为其提供有偿的劳动报酬，对于当前就业困难的形势具有缓解作用，这些本土农村人员不仅风土人情知之甚详，而且对家乡具有情感羁绊，能够通过发展电子商务建设家乡，还可以带动父老乡亲共同致富。想要实现乡村振兴的战略目标，就应该始终坚持“以农为本”的工作原则，基于此，农村电商的繁荣发展也应根据“分阶段”和“以农为本”的指示[4]。农村电商在一定程度上具有扶贫致富的功能，可以帮助农村居民直接匹配城市市场，促进相关服务行业的发展，提高农村居民就业率，对农村产业的兴旺发展具有推动作用，提高农村居民经济收入，对农村居民的生产、生活、消费等习惯正发生着潜移默化的改变：农村居民传统的生产消费思维方式产生了转变，农村的基础设施建设也发生了极大的改变，由传统自产自销，转向市场经济下电商交易。

3. 乡村振兴背景下农村电子商务发展存在的主要问题

3.1. 专业高素质电商人才匮乏

人才是第一生产力，农村电子商务的可持续发展离不开专业化的电子商务人才。随着乡村振兴计划的推进，农村电商的生产规模与销售范围持续增长，因此对于电商专业人才的需要也同比增大。然而，目前农村欠缺专业的电子商务人才，制约了农村电商的快速发展。一方面，随着城市化进程加速，我国农村“空心化”[5]现象浮现，大部分青年外出接受教育或工作，而留在农村的主要是中老年和小孩。这部分人群教育程度相对较低，因此他们往往难以深入地掌握电子商务的运营知识。另一方面，我国城乡经济差距还存在鸿沟，尤其是一些贫困地区难以吸引优质的电子商务人才。因此注重商务人才教育，增加人才引进的力度，是破解该困境的核心所在。

3.2. 农产品品牌建设不足

农产品品牌是农产品获得质量认证和商标权的标识[6]，它强调了某种农产品在法律上的所有权地位。生产商通过各种途径来传播这些品牌信息，旨在提升消费者对产品的信任度，增加购买意愿，并拓宽农产品的市场份额，从而协助农民提高收入。但是我国农产品品牌建设起步晚，具体体现在以下几个方面。第一，农民品牌意识薄弱。受小农思想观念的影响，农民生产观念陈旧，主要注重农产品生产过程，缺

乏长远目光,不了解产品加工、形象包装和产品营销的作用,还未察觉到农产品附加值的影响力。第二,农产品科技含量低,品牌潜力有待挖掘。现阶段,我国农产品加工技术仍处于初级阶段,科技水平低,产品同质化严重,缺乏市场竞争力。第三,品牌形象不突出。首先主要体现在品牌名称上,同质化明显,多数以“产地+品牌”命名。其次体现在产品包装上。大多农产品无防伪标识,使不法商贩有机可乘,消费者无法辨别真假,影响对产品的评价结果,也不利于维护品牌形象[7]。此外,大多数农产品企业缺乏现代企业经营理念,多为小规模、家族式企业,设备落后、人才缺乏,缺少品牌化、标准化经营意识,导致经营效益低下,电商发展难以做大做强[8]。

3.3. 农村基础设施建设相对薄弱

农村电子商务的发展依赖于完善且坚实的基础设施支持。目前,我国农村地域在基础设施构建上尚显薄弱,具体表现为物流网络覆盖不全、互联网建设滞后以及金融服务体系有待提升。这些不足难以满足当前电子商务高效运作的需求,更成为制约其持续健康发展的瓶颈。针对物流体系建设,农村地区因人口密度低且部分地区地理位置偏远,导致物流节点稀少,物流成本偏高。虽然我国100%的乡镇都有邮政点,97%的乡镇有了快递点[5]。但是稍微偏远落后的乡村没有快递点,村民只能去镇上邮寄或者自取产品,进而降低了产品物流配送速度。针对农村信息化建设,截止到2021年12月,我国农村网民规模已达2.84亿,农村地区互联网普及率为57.6%[9],大约一半的农村地区没有普及互联网,制约着农村电子商务的进步。针对金融服务体系,农村电商的可持续发展离不开资金支持,但农村银行网点少,农民对金融方面了解较少,电商融资困难[10]。

4. 乡村振兴背景下农村电子商务发展策略

4.1. 培养专业化电子商务人才

专业高素质人才是农村电子商务发展的内核动力。想要高效推动农村电子商务的发展,就要重视人才的培养,从根本推动农村电子商务的发展。首先,国家应该出台相关政策鼓励相关专业的大学生留乡建设家乡,比如“三支一扶”,明确给予留乡建设的大学生一定的补助鼓励。其次,农村应定期组织针对村干部、村民以及回乡大学生的系统农村电商培训课,系统学习外部电子商务知识,理念和模式,进而提升整个农村在农产品电商领域的专业能力。此外,农村应该建立健全农产品电子商务的人才培养机制,采取措施不断提高农村的综合实力,通过销售额等指标评选出农产品电子商务优秀人才,给予一定的奖励,如授予奖杯,鼓励人才在全村发表演讲,向村民传授自己的经验,也起到先锋模范作用。最后,农村应该加强与当地高校的合作,邀请高校教授来村提供指导和建议,邀请高校学生来农村参观和体验农产品电子商务的实际流程,在为大学生提供实践机会的同时,增加大学生留乡建设的兴趣,为农村农产品电子商务专业化人才的引入奠定基础。

4.2. 打造农产品特色品牌

农产品特色品牌的构建是推动农村电子商务持续发展的关键路径。深入发掘并培养具有鲜明地域特色的农业产业,同时精心塑造相应的农产品特色品牌,可显著提升农产品的市场识别度和竞争能力,从而为农村电子商务的持续发展提供强劲动力。首先,各级农业农村部门应对本区域内农产品的生产领域及市场需求进行深入调研,结合地方资源优势、历史文化底蕴及产业发展基础,明确农产品研发的重点,并制定区域电商品牌建设策略规划。其次,相关电商部门应扶持和培育本土农业龙头企业。具体行动包括但不限于助力企业引入先进生产技术,购置标准化生产设备,以提升农产品整体质量。同时,应充分利用龙头企业的引领作用,整合目前分散的农产品生产资源,推动农产品生产与经营走向规模化,进

而增强农产品的市场竞争力。最后,需加强农民品牌塑造意识,使其转变传统销售方式,比如,可尝试实施“电商与旅游”相融合的策略,打造农村电子商务产业园区,以吸引游客。此模式不仅有助于促进乡村旅游产业的发展,还能让游客更深入地体验当地的电子商务环境,对提升农产品的品牌形象、扩大品牌影响及拓展产品市场具有显著作用[11]。

4.3. 完善基础设施建设

为提升农村电子商务的发展水平,需持续加强基础设施建设,尤其是网络设施。鉴于网络设施的完善对电子商务的快速发展具有至关重要的作用,且其质量直接影响电子商务的整体发展效果,因此应被置于首要位置。尽管我国农村地区网络布局已在加速推进,但网络的全覆盖尚未实现。基于此,政府部门需进一步加大网络建设力度,并激励电信运营商为农村提供优惠政策,以确保网络覆盖至每个村落、每户家庭,从而实现电子商务的全面渗透。同时,农村电子商务服务站的功能优化亦不可忽视。这些服务站应致力于提供多元化的本地化电子商务服务,为民众解答在电子商务发展中遇到的难题,进而推动电子商务的高质量发展。第二要务是优化物流体系。为此,政府需科学规划并实施农村道路改善计划,以提升农村交通通达性。在此基础上,应构建层级明确、覆盖广泛的县、镇、村快递服务网络,特别是要着力解决村级物流配送难题,确保“最后一公里”服务的顺畅进行。同时,为推动物流行业的现代化与智能化发展,应建立先进的物流集散中心,以提高物流信息化水平,进而促进农村电子商务的高效运作。

5. 结语

综上所述,乡村振兴战略背景下农村经济获得了快速发展,与此同时,新时代科学技术水平的更新迭代为电子商务的发展创造了有利条件。在乡村振兴战略的大背景下,各地政府部门应当积极主动推动农村电子商务的发展,着力培养一支高素质的电商人才队伍,加强农产品品牌建设,不断完善农村电商发展的基础设施,为农村电子商务的健康可持续发展营造良好环境氛围。基于此,在世界格局复杂化、我国区域相对不平衡发展的现实情况下仍需需要完善自身发展、寻求多元化发展模式、探究深层次发展路径。农村电子商务将不断为我国农村经济社会发展注入源源不断的动力,加快全面乡村振兴步伐。

参考文献

- [1] 陈前恒. 消费扶贫: 架起城乡需求的桥梁[J]. 人民论坛, 2019(23): 80-82.
- [2] 2024 年中央一号文件公布提出推进乡村全面振兴“路线图” [J]. 给水排水, 2024, 60(2): 95.
- [3] 葛梅, 白丽, 曹君瑞. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J]. 农业经济, 2023(8): 118-121.
- [4] 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.
- [5] 陈怡平, 张义. 黄土高原丘陵沟壑区乡村可持续振兴模式[J]. 中国科学院院刊, 2019, 34(6): 708-716.
- [6] 张莉莉. 农产品品牌化经营战略研究[J]. 河北农业, 2023(11): 37-38.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 国务院新闻办公室. 国务院新闻办就邮政快递业助力脱贫攻坚有关情况举行新闻发布会[EB/OL]. 2020-09-21. http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/21/content_5545219.htm, 2022-04-08.
- [10] 中国互联网络信息中心. 第 49 次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. 2022-02-25. <https://cnnic.cn/n4/2022/0401/c88-1131.html>, 2024-04-13.
- [11] 陈荣贵. 农村电子商务高质量发展的的问题与对策[J]. 广东蚕业, 2022, 56(8): 154-156.