

乡村振兴背景下农村电商发展的路径探析

赵紫瑞

江南大学法学院, 江苏 无锡

收稿日期: 2024年5月20日; 录用日期: 2024年6月5日; 发布日期: 2024年8月15日

摘要

我国幅员辽阔, 农村土地面积和人口数量占全国土地和人口相当大的比重, 农村地区的经济也在我国经济社会中占有重大的比重。因此, 挖掘农村地区的经济潜力能够促进我国整体经济的发展。在信息化时代, 电子商务得以迅速发展, 在一定程度上为解决“三农”问题提供了新思路和方法。在乡村振兴背景下, 农村电商的发展有利于拓宽农产品的销售渠道、改变传统的农业生产模式、增加农民收入, 能够增强农村的经济活力。因此, 分析我国农村电商发展的困境, 多角度多层面的探索促进农村电商发展的策略, 对乡村振兴战略的实施起到了至关重要的作用。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 路径探析

Analysis on the Development Path of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Zirui Zhao

School of Law, Jiangnan University, Wuxi Jiangsu

Received: May 20th, 2024; accepted: Jun. 5th, 2024; published: Aug. 15th, 2024

Abstract

Our country vast in territory, the rural land area and population account for the whole country land and population quite a large proportion, the rural area economy also plays a significant proportion in our country economy and society. Therefore, tapping the economic potential of rural areas can promote the overall economic development of our country. In the information age, the rapid development of e-commerce has provided new ideas and methods for solving the problems

of “three rural areas” to a certain extent. In the context of rural revitalization, the development of rural e-commerce is conducive to expanding the sales channels of agricultural products, changing the traditional agricultural production mode, increasing farmers’ income, and enhancing the economic vitality of rural areas. Therefore, the analysis of the dilemma of rural e-commerce development in China and the exploration of strategies to promote the development of rural e-commerce from multiple angles and layers play a crucial role in the implementation of rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Path Analysis

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. 研究背景和研究意义

1.1. 研究背景

我国幅员辽阔,气候条件和土壤环境多样,生产出的农产品也不尽相同。农业作为我国的基础产业,其地位和作用日益凸显。在较长的一段时间里,党和国家对“三农”问题予以高度重视。乡村振兴战略的实施有助于解决“三农”问题,党的十九大报告中明确提出实施乡村振兴战略,要坚持农业农村优先发展,坚持农民主体地位,坚持乡村全面振兴。该文件明确了“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求。党的二十大报告中指出要坚持以推动高质量发展为主题,加快建设现代化经济体系,扎实推动产业振兴、人才振兴,促使我国经济实现质的有效提升和量的合理增长,这为新时代农村电商发展擘画了深远蓝图[1]。2014年至2019年,连续五年党中央在中央一号文件中提出要注重电商的发展。2019年中央一号文件中提出:“实施数字乡村战略”的发展目标,要求“继续开展电子商务进农村综合示范”,实施“互联网+农产品出村进城工程”。2021年中央一号文件中明确提出大力推进电子商务进农村和农产品出村进城,推动城乡产业的融合发展与消费的有效衔接,促进城镇与乡村融合发展。该文件还提出加强农村地区的物流建设,加快完善县乡村三级物流体系建设,大力推进电子商务进农村和农产品出村进城,推动生产与消费有效衔接。

乡村振兴战略的推进离不开农业农村农民的全面发展。随着我国城镇化的不断推进,农村地区的人口大量向城市流动,留守在农村地区的大多为老年人、儿童和妇女,青壮年劳动力的大量外流,对农村地区的劳动力和经济产生了极大的影响,而农村的劳动力是乡村振兴的主体。在农村地区发展电子商务能够增加农民收入,拉动农村地区经济的发展。因此,我国各级政府以及相关部门都对农村电商的发展予以了高度的重视。

1.2. 研究意义

农业是弱质产业,农户处于农业生产的底层,如果不创新农村的发展模式,那么将不利于农村的发展。电子商务作为一种新业态在农村地区开始广泛流行,拓宽了农产品的销售渠道,推动了农村产业兴旺。电子商务平台能够推进农村地区经济的发展,助力实现农民增收致富。积极探索农村地区电子商务的发展路径,能够使农村电商成为实现乡村振兴战略的助推器。农村电子商务是指农村地区的电子商务

产业，是一种依托互联网平台，以农村资源为商品，向客户提供各种服务的商业模式。狭义的农村电商是指利用电子工具进行商务活动，广义的农村电商是指利用电子设备构建网络平台从事商业活动[2]。发展农产品电子商务能够改变农产品销售过程中农户的弱势地位，让更多的农户参与到农业销售过程当中来，不仅解决了农村剩余劳动力的问题，而且增加了农民的收入，提高了农村的经济实力。在农村地区发展电子商务，能够为农村地区经济的发展不断注入新动力。

2. 农村电商发展的重要作用

随着互联网技术的不断发展，电子商务在农村地区也逐渐发展起来。农村电商的发展不仅改变了农村地区传统的农业生产模式，而且对于改变农村经济发展方式也起到了一定的作用。

2.1. 电商改变传统农村销售模式，拓宽销售渠道

在传统的农产品销售模式中，大量农产品的销售都需要依托中间商。有些中间商以比较低的价格收入农产品，却又以比较高的价格售出农产品。这样的间接销售模式不仅增加了农产品的销售成本，而且限制了农民的收入和直接进入市场的机会。

电子商务介入到农村后，打破了传统的农产品销售模式，推动了农业现代化的发展。从生产者的角度来说，电商网络平台介入农村使农产品的销售不再依靠中间商就可以直接对接到消费者，实现了农产品的直营销售。农村电商网络平台为农村地区的居民提供了更广泛的销售渠道和更高效获得信息的途径，他们能够快速获取有需求的客户。从消费者的角度来说，直营的销售方式可以使更多的消费者直接在网站上关注到销售的农产品的信息，有针对性的搜索自己需求的商品再下单。特别是对于城市的消费者来说，电商平台让他们能消费者网上下单，农民在线下农场直接备货。电商平台这种线上与线下相结合的模式，为农民和消费者提供了直接交流的平台，打破了农民销售农产品过程中的信息壁垒，缓解了供求双方信息对接的障碍，拓宽了农产品的销售渠道。

2.2. 农村电商增强农村经济活力，改善农村人居环境

传统农村地区具有经济基础薄弱、硬件设施不完善和生活环境差等特点，传统农村经济以小规模和传统农业为主。电商平台打破了农村与外界的隔阂，为农村地区的村民提供了最新与农业相关的资讯、农业科学技术等的资源。农村地区电子商务的发展能为农村地区的居民提供现代化的技术支持，改变传统农村的生产模式，增强了农村的经济活力。

农村电商的发展所起到的辐射带动作用可以改善农村的风貌，有利于宜居宜业宜游的和美乡村建设。电商引入农村依赖的是互联网，互联网被引入农村为农村地区的居民提供了获取现代化信息技术的平台。现代化信息技术又会引入智能生产模式和智能生产技术，有利于智慧农业的形成，改变农村地区传统的生产模式，优化农村人居环境，为农村地区现代农业的发展创造了条件。电商平台还能够为农民提供农资采购服务，便于他们获取农资[1]，让他们有技术、有资金、有条件、有途径的从事电商工作，优化了农村地区的就业环境。农村电商的兴起为农民提供了参与商品销售活动的网上平台，提高了农民的收入水平，极大的推动了农村地区的经济发展，为乡村振兴战略的推进产生了深远的影响。

3. 乡村振兴背景下农村电商发展的困境

虽然互联网技术的迅猛发展促进了电子商务的成熟，特别是对于城市而言，电商已经成为推动经济增长的重要力量。但是，在农村地区受自然条件和社会条件的限制，农村电商发展还面临着诸多困难，主要体现在物流体系不健全、电商专业人才匮乏和监管不力导致农产品品牌建设不足的问题。

3.1. 物流体系有待完善，配套服务体系不健全

与城市相比，农村基础设施的建设比较薄弱，物流网点的分布也比较集中。但是，大多数的农村地区人们居住比较分散[3]。这就会造成农村居民取、寄快递不方便，或者需要增加成本安排更多的配送车辆才能实现全网点覆盖。另外，我国大部分农村位置比较偏远。交通不便不仅是我国农村的一大特点，而且也成为了促进农村地区发展的一大阻力。农村地区道路崎岖不平，严重影响了农产品运输的效率，与城市的物流配送速度相比慢很多。然而，农产品具有鲜活易腐的特性，配送效率不达标还会影响到农产品的品质，进而会产生更高的成本。因此，对于一些考虑利润的物流企业来说，他们不会积极的为农村地区提供物流服务。与城市相比农村的物流服务商整体数量较少，难以实现每天配送。

3.2. 电商专业人才匮乏，农村电商运营不成熟

我国农村空心化问题严重，人口大量外流，电商人才匮乏。留守农村的多为老年人、儿童和妇女，不利于农村改革创新推动。农村留守人口普遍文化水平低下且中老年人口多，而电商平台操作复杂，难以将他们培养成电商人才，不能充分带动农村地区居民的内生转化。农村电商涉及农业技术、互联网信息技术、大数据分析、电子商务营销、电子商务管理及物流等多个领域，需要不同领域不同层次的专业人才，需要从业人员具备专业的电子商务知识和熟练的操作技巧[4]。农村地区的青年人才返乡意愿不强，而城市中的电商人才受农村地区习俗、生活工作环境、职业晋升空间等的影响也不愿意到农村地区中工作。因此，大多数的农村电商企业难以招募到真正的电商专业人才，农村电商企业的运营不成熟。

3.3. 电商政策不够健全，农产品品牌建设不足

互联网虽然拓宽了农产品的销售渠道，但是互联网的虚拟性也使得一些无良商家以次充好，严重破坏了市场秩序。品牌是一种无形的资产，在消费水平不断提高的背景下，消费者在进行消费选择时更加注重品牌[4]。农户受文化水平的限制，创建品牌的意识不强，大多只顾眼前，以销售完当季的农产品为目的。此外，相关政策不健全，消费者权益受到侵犯时没有健全的法律政策维护他们的权益。农民的法律意识不强，不健全的相关政策更是让一些想要通过电商平台销售商品进而赚取大额利润的农户钻了空子。随着农村电商的不断成熟，不良的销售行为会降低农产品品牌的竞争力。农产品以次充好、假冒产品横行的现象频发，会降低消费者对电商平台销售的农产品的信任度。农产品不同于工业品，不同农户种植出来的农产品品质参差不齐，使得农产品的标准化程度低。电子商务监督部门对农村电商市场监管力度不强，没有制定明确的农产品销售标准与农产品销售的制度。没有标准和制度的限制，这就放纵了某些无证厂商以假乱真、以次充好、制造销售劣质产品的行为，导致农村电商市场混乱，最后使得农村电商集群发展受到制约[5]。

4. 乡村振兴背景下农村电商发展的路径探析

农村地区发展电子商务对于农村经济具有深而远的意义。打破农村电商在发展过程中遇到的困难，促进农村电商的健康发展能够为农村产业振兴带来新的机遇，进一步实现农村经济的可持续发展。

4.1. 完善农村物流配送体系，健全电商服务体系建设

提高物流的效率，降低物流的成本，是保证农村物流高效运行的关键。要解决农村地区物流的配送效率，关键在于解决“最后一公里”的问题。而解决此问题的关键在于健全物流网络，实现全网点覆盖。

要实现这一目标，必须加大农村宽带网络的建设力度，在资源共享和质量追溯等方面为农村电商物流的发展提供技术支撑[6]。加强农村网络的基础设施建设，保证农村的网络信号，提高农村地区的网速。

政府部门应该增加资金的投入，制定相关的优惠政策，动员当地的农村居民从事物流配送工作，为物流公司减轻配送压力，激励更多的物流公司参与到农村地区的投资中来。打破政府与物流公司间的信息闭塞，实现政府与物流公司信息的共享。相关部门做好物流网络建设，为不同的物流公司提供合作交流的平台，鼓励物流企业之间相互合作，改变物流公司间只有竞争没有合作的局面，通过不同公司间整合资源、优势互补，建立起共同配送的合作模式，能够降低运营成本，提高效益[7]。

4.2. 创新电商人才培养模式，鼓励农业企业发展电商

人才是农村社会发展的基石，农村电子商务的发展对优秀人才而言是巨大的商业契机，因此必须引进农村电商的人才。相关部门要把握好农村外流人口群体，做好他们的思想指导工作。同时，为愿意返乡的外流群体创造优越的就业条件。

有关部门为愿意返乡从事农村电商工作的群体提供专业的培训，通过政策引导和资金扶持等方式吸引外流人口群体返乡。然而，充足的专业人才供给是实现农村电商高速发展的基础。因此，不仅要注重人才的引进，相关部门更要加强对人才培养的重视。对有潜力的农村电商企业或者是农村地区的居民提供系统的专业培养，联合农村电商企业一同培养农促电商人才，为农村电商企业的成熟发展打好坚实的基础。充分利用有声望的电商精英，鼓励他们组织专业性的学术讲座，为更多的人了解农村电商、加入农村电商提供机会。

4.3. 加强农村电商市场监管，规范农产商品品牌建设

乡村振兴背景下，农产品的质量对于建设良好的农产品品牌具有十分重要的意义。加强农村电商市场的监管力度，有利于提高农产品的质量。

政府要高度重视农产品的标准化问题，对农产品进行严格的检查，制定相应的生产和销售标准，认真对待农产品的质量认定工作。转变农户的思想，提高他们对品牌认知度建设重要性的认识。一方面，政府要加大投资，健全电商网路平台，搜集整合农产品的销售量、退货率、好评与差评的比率等数据。定期汇总相关数据，对农产品的生产质量、销售数量、售后满意比率等进行反馈，加大对农产品生产过程、销售过程和售后服务等的监督。另一方面，政府带头加大对农产品的宣传。政府部门要鼓励各地区充分利用好自身的区域特色，因地制宜的开发农产品，生产具有当地特色的农产品。政府部门帮助电商企业做好特色农产品的宣传工作，让更多的消费者了解到特色产品的信息。这样不仅可以提高农产品在市场上的认可度，而且还能够促进电商品牌的建设。

5. 结束语

在实施乡村振兴战略的背景之下，创新农村的发展模式是必然的趋势。农村电商的发展为乡村振兴战略提供了新的动力，对于实现农村地区经济可持续发展具有重要的意义。乡村振兴战略的实施也为农村电商的发展创造了良好的条件，农村电商与乡村振兴二者之间相互促进、相互依存。本文着重探讨了乡村振兴背景下农村电商的作用、发展困境以及解决措施，要破解农村电商发展过程中遇到的种种困难，切实推动农村电商的高质量发展，促进农村电商与乡村振兴二者间的良性互动，形成良性循环。

参考文献

- [1] 宫相娥. 乡村振兴背景下农村电商发展策略探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(3): 138-140.
- [2] 易明胜, 朱哲. 农村电商发展助推乡村振兴战略实施的路径研究[J]. 现代商业, 2024(7): 19-22.
- [3] 赵钱容, 罗蓉, 王志凌. 乡村振兴视角下农村电商物流发展问题及优化路径研究[J]. 物流科技 2024, 47(7): 73-74.

- [4] 田孟晨. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径探索[J]. 黑龙江粮食, 2024(1): 87-89.
- [5] 李鲁, 李剑芳. 乡村振兴战略背景下农村电商高效化发展的路径探索[J]. 价值工程, 2019, 38(6): 62-64.
- [6] 张超. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径研究: 以陕西省为例[J]. 投资与创业, 2021(20): 58-61.
- [7] 戴小廷, 陈娅楠. 交通运输和邮政快递深度融合的农村物流共同配送模式与利益分配模型研究[J]. 电子科技大学学报(社科版), 2022, 24(4): 65-74.