

湖北省农村电子商务参与意愿提升路径探索

聂香钰

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年5月27日; 录用日期: 2024年6月19日; 发布日期: 2024年8月16日

摘要

2021年我国脱贫攻坚战取得全面胜利,但脱贫摘帽不是终点,而是新生活、新奋斗的起点,如何在巩固脱贫攻坚成果的基础上继续推进脱贫地区发展和群众生活改善,做好巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,成为我们党和国家未来发展的重要课题。而农村电子商务作为推进精准扶贫与乡村振兴有机结合的重要手段,未来将继续发挥其重要作用。农村地区现存的电商人才空缺、基础设施缺口、制度成效低下问题成为束缚农村电子商务发展的制约因素,因此深入广大农村地区调研农村电子商务发展的痛点,解决农村群众参与电子商务的后顾之忧成为农村电子商务持续健康发展的重中之重。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 湖北省, 电商参与意愿, 政策支持

An Exploration of the Path of Enhancing the Willingness to Participate in Rural E-Commerce in Hubei Province

Xiangyu Nie

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: May 27th, 2024; accepted: Jun. 19th, 2024; published: Aug. 16th, 2024

Abstract

In 2021, China had achieved a comprehensive victory in the battle against poverty, but poverty alleviation is not the end point, but the starting point of a new life and struggle. How to continue to promote the development of poverty-stricken areas and the improvement of people's lives on the basis of consolidating the achievements of poverty alleviation, and effectively connect the consol-

idation and expansion of poverty alleviation achievements with rural revitalization, has become an important issue for the future development of our party and country. As an important means of promoting the organic combination of targeted poverty alleviation and rural revitalization, rural e-commerce will continue to play an important role in the future. The weak ability to access and develop resources, low efficiency in resource allocation, and inadequate infrastructure construction in rural areas have become limiting factors for the development of rural e-commerce. Therefore, conducting in-depth research on the pain points of rural e-commerce development and addressing the concerns of rural communities participating in e-commerce have become the top priority for the sustainable and healthy development of rural e-commerce.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Hubei Province, E-Commerce Participation Willingness, Policy Support

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

随着数字化时代的到来，电子商务已经成为推动经济发展、促进社会进步的重要力量。相较于市场日益饱和、竞争日趋激烈的城市地区，我国农村地区电子商务发展空间更加广阔，农村电子商务的发展不仅刺激农村地区经济增长，更带动相关基础设施建设及劳动力就业。毫不夸张的说，电子商务成为农村地区创业、就业的发展新机遇点，是实现乡村振兴战略的关键支点[1]。

湖北省作为我国中部地区重要省份，农村地区资源丰富，电子商务发展具有巨大潜力。近年来，湖北省各市州重视电商扶贫对乡村振兴、农村减贫的重要作用，在电子通信互联网覆盖、电商物流、电子商务平台、路政建设等方面多管齐下，从根本上消除农村居民开展电子商务活动的诸多障碍、不利条件，进一步促进农村电商事业的发展，为农村电子商务保驾护航[2]。电商促进措施运行至当前取得了值得肯定的成果，但也仍然存在包括政策执行力不强、部分地区电商发展资源短缺等在内的一系列问题。诸多制约因素不仅限制湖北省农村电子商务迈向更高水平发展的步伐，也使有电商参与机会、能力的部分农村居民望而却步，难以有效利用电商平台提高自身生活水平[3]。本文通过梳理湖北省农村电子商务发展现状，找到制约农村居民电商参与意愿的核心要素，解除后顾之忧提高湖北省农村电子商务发展活力。

2. 湖北省农村电子商务发展现状概述

2016 年湖北省在农村发展“十三五”规划纲要中指出，要大力发展电子商务，大力推进电子商务进农村综合示范县建设。发展至今，全省已累计 49 个国家级综合示范县(如图 1)。

2.1. 发展基础

农村电子商务的发展，离不开互联网的普及与应用，更离不开相关配套基础设施的完善。具体而言，信息进村入户、农村公路改造、电子商务支付技术普及、移动通信提速降费、快递末端网点布局、农村普惠金融推广等，都为农村电子商务生态的形成提供了软、硬件设施基础，并且得到不断巩固与完善。

2014~2020 年，农村宽带覆盖情况发展良好。七年时间内，农村宽带用户数翻了两番多，2020 年接入用户达到 570.3 万户，为电子商务发展提供了良好的用户基础与互联网基础。而且，这七年间初中

历以上农村务工人口占比始终保持在 89% 上下，为宽带应用提供了良好的用户基础。其次，湖北省邮政营业网点覆盖率在 2014~2020 年间逐步上升，平均每一营业网点从 2014 年的 33.5 平方公里缩小到 2020 年的 13 平方公里，精确了 61.2%。农村投递路线相对而言发展较为稳定，年度变化不大，给电子商务进农村提供了较稳定的线下运输渠道(如图 2)。

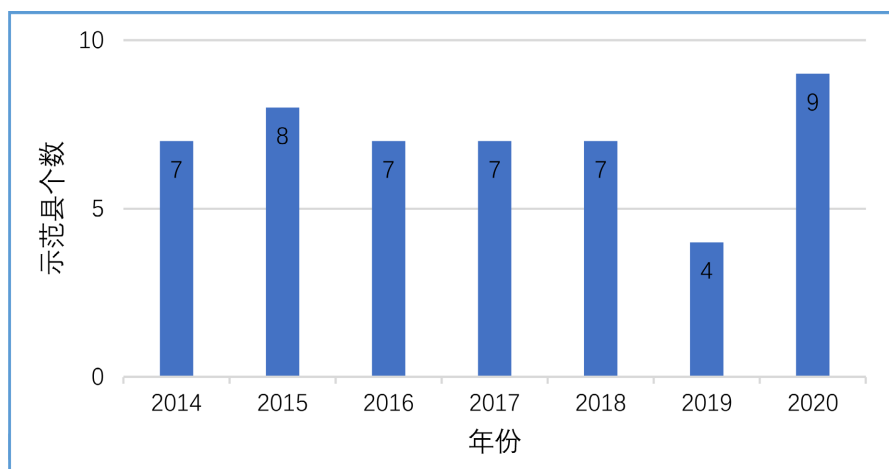


Figure 1. Number of comprehensive demonstration counties for e-commerce in rural areas
图 1. 电子商务进农村综合示范县个数

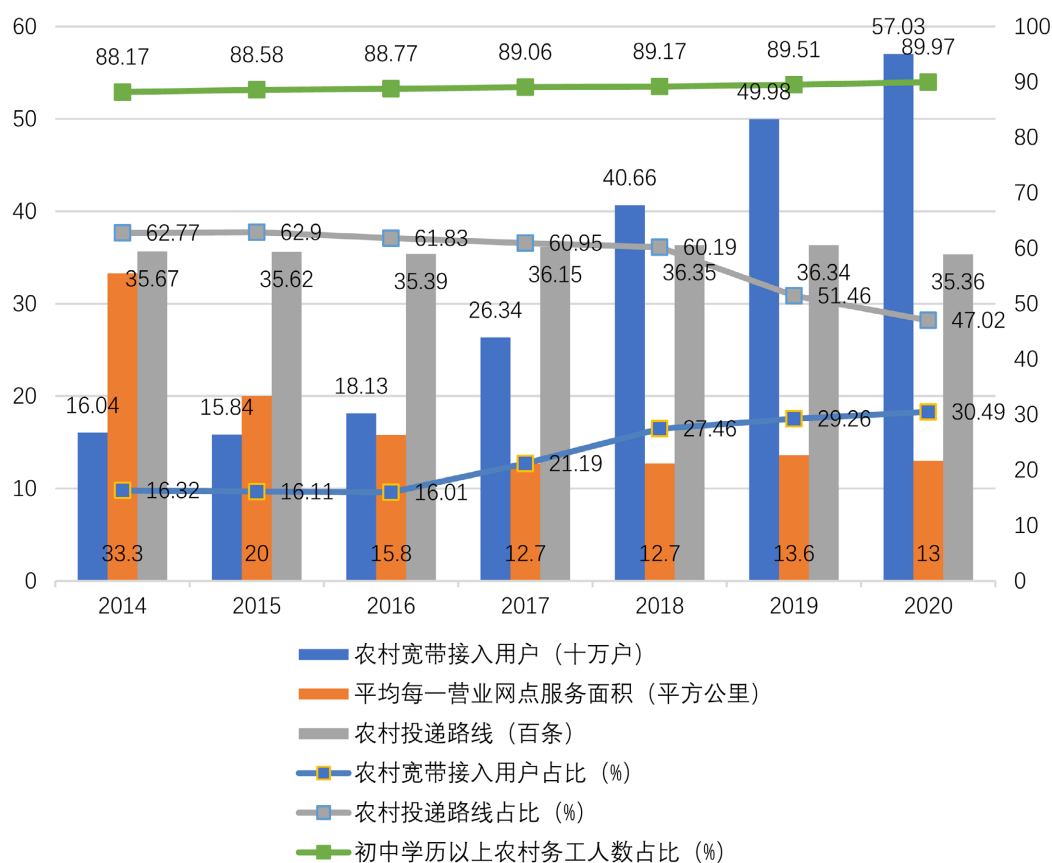


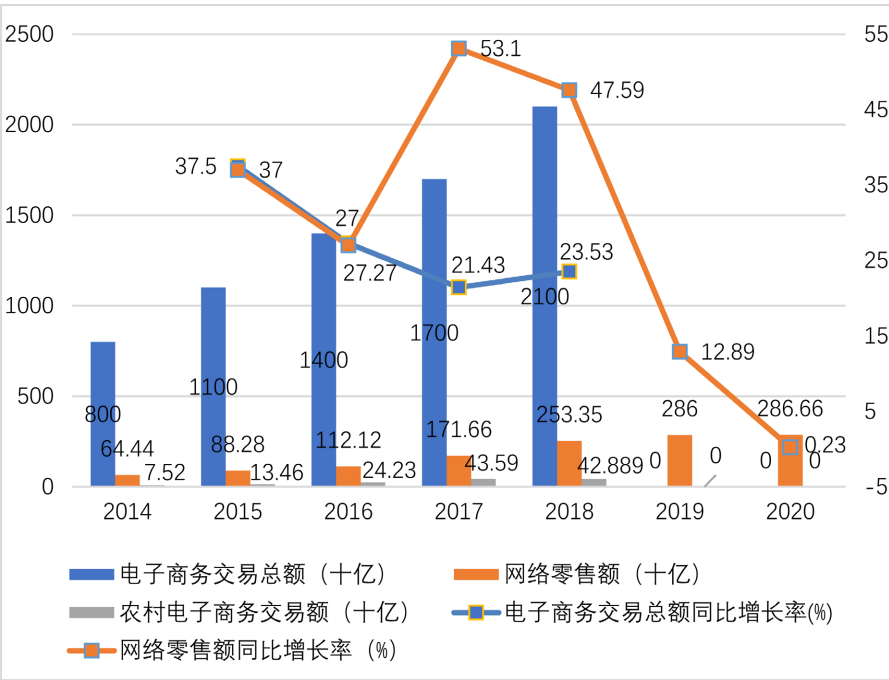
Figure 2. The basic situation of rural e-commerce development
图 2. 农村电子商务发展基础状况

2.2. 发展规模

发展至今，电子商务的应用已十分广泛，参与主体众多，参与模式迥异，且不断发展创新。

企业方面，电子商务交易规模持续扩大，网上零售额稳步增长。一方面，2014~2018 年间，电子商务交易总额逐年增加，且每年的同比增长率都保持在 20%以上。2016~2017 年，电子商务交易总额同比增长率达 53.1%，2018 年，达到了 2100 十亿元；另一方面，网上零售额增长稳定，从 2014 年的 64.44 十亿元到增长到 2020 年的 286.66 十亿元，2016~2017 年，网络零售额同比增长率增长迅速，网络零售额增长势头强劲。农村电子商务交易额也从十亿级别上升至百亿级别，2018 年实现 4.29 百亿元，农村市场潜力巨大(详见图 3)。

居民方面，居民的网上交易行为须全部通过快递物流才能得以完全实现。从图可以看出，快递包裹件数不管是总数量还是人均量，增长趋势十分明显，而且，增长速度加快，2014~2019 年整体处于增速期。2020 年，快递包裹件数达 17.9 亿件，人均持有 30.9 件，相比于 2013 年的水平有了质的提升(详见图 4)。



注：2019~2020 年，由于统计口径发生变化，湖北省不再统计电子商务交易总额和农村电子商务交易额。

Figure 3. Scale of e-commerce transactions (1)
图 3. 电子商务交易规模状况(1)

2.3. 发展潜力

整体来看，电子商务对地区经济社会发展贡献十分明显，发展潜力巨大。经济发展方面，网络零售交易规模的扩大对地方经济愈发重要，网络零售额对社会总零售额贡献率不断上升。网络零售额从 2014 年的六百亿突破至 2020 年的两千亿。网络零售额对社会总零售额贡献率从 2014 年的 4.89% 上升至 2020 年的 15.95% (如图 5)。由此可见，电子商务已然成为经济发展的新动力，推动作用十分明显。

另一方面，随着电子商务逐渐深入农村，淘宝村也应运而生，从 2014 年的 1 家发展到 2020 年的 40 家，发展之迅猛，速度之惊人。相应的，更大规模的淘宝镇也出现了，两年间累计出现 44 家(详见表 1)。淘宝村、淘宝镇的出现也证实了电子商务已经不再局限于城区，农村电子商务发展潜力巨大。

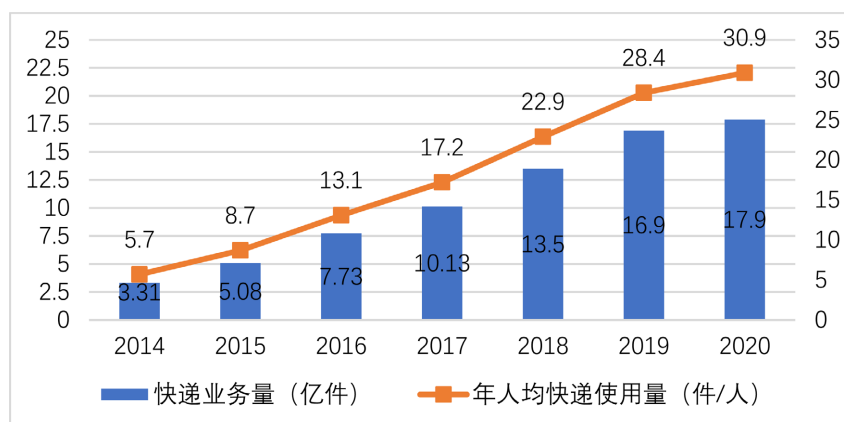


Figure 4. Scale of e-commerce transactions (2)

图 4. 电子商务交易规模状况(2)

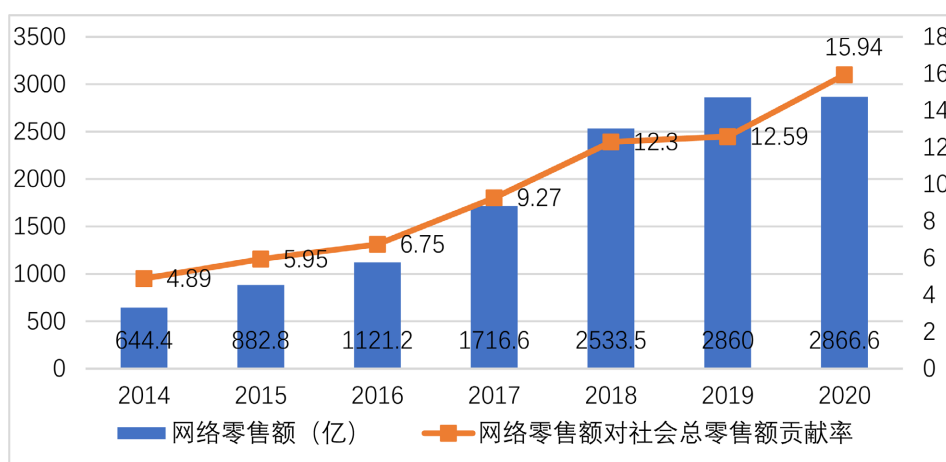


Figure 5. Contribution of e-commerce to the economy

图 5. 电子商务对经济的贡献度

Table 1. Taobao village and Taobao town statistics

表 1. 淘宝村、淘宝镇统计

类型	年份							累计
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
淘宝村	1	1	1	4	10	22	40	79
淘宝镇	-	-	-	-	-	15	29	44

2.4. 政策支持

2014 年来湖北省各市州相继推出电商扶贫政策,如天门市给予新建农村电商服务站免费培训及一次性补贴、支持贫困户(村)开展电商示范创建,给予一次性奖励;襄阳市为较快推进农村电子商务发展颁布《襄阳市市区促进电子商务发展暂行办法》等多项激励性政策鼓励农村电商发展;恩施州在“十三五”经济和社会发展规划中多次指出农村电子商务未来发展规划;荆州市开办电商精准扶贫培训班、出台奖补政策主推电商扶贫;随州市大力开展电子商务进农村、电商助残、电商培训相关工作;十堰市施行电商到户扶持资金计划;孝感市真金白银奖补电商扶贫、八大工程助力乡村振兴、培训“新农人”助力乡

村振兴(见表 2)。

Table 2. Hubei province e-commerce poverty alleviation policy
表 2. 湖北省电商扶贫政策

湖北省发布电商扶贫政策	主要内容
《省人民政府办公厅关于加快推进农村电子商务发展的指导意见》	电商进农村政策、设施支持
《湖北省加快农村电子商务发展三年(2016~2018)行动计划》	农村电商发展规划
《湖北省电商扶贫行动计划》	具体资金、基建支持
《湖北省深化电商扶贫工作方案(2018~2020 年)》	电商扶贫具体措施
《湖北省跨境电子商务产业园区认定管理办法(试行)》	跨境电商管理办法
《湖北省公共海外仓认定管理办法(试行)》	电商海外仓库建设
《2021 年全省商务系统消费促进活动工作方案》	消费促进活动
《省人民政府支持中国(湖北)自由贸易试验区深化改革创新若干措施》	省自贸区为电商发展创造条件
《省人民政府办公厅关于印发湖北省数字经济发展纲要(2019~2022 年)的通知》	数字经济发展规划
《关于复制推广跨境电子商务综合试验区成熟经验做法的实施意见》	电商推广策略学习
《中国(黄石)跨境电子商务综合试验区建设实施方案》	跨境电商试验区建设

3. 湖北省农村电子商务参与意愿调查

3.1. 湖北省农村电子商务参与调查方案设计

1. 调查对象

本调研课题的调查对象是湖北省内各市州的农村居民,受访者需要满足以下条件:(1) 农村居民;(2) 家庭的主要劳动力;(3) 一个家庭只有一位受访者。为了更好地提升问卷质量,保证问卷收集的针对性,使样本满足调查需求,本次调查选择了非概率抽样方法中的判断抽样。

2. 问卷设计

本次问卷制作过程中设置了两大部分,第一大部分为“基本信息”,用于问卷后期的溯源工作,以便及时修正错误;第二大部分为正式的调查问卷内容,具体题目的设置如下:

(1) 电子商务发展潜力:主要调查农村居民家庭上网方式、受教育程度等问题用于探究湖北省农村家庭电商发展前景。

(2) 电子商务发展条件:主要调查湖北省农村地区乡村宽带是否覆盖、有无快递站点、村民生产主要活动等问题,探索湖北省农村地区电子商务发展基础设施完善程度。

(3) 受访者电商参与意愿:主要调查农村居民对发展电子商务的态度、是否愿意参与农村电子商务以及不愿参与电商的主要顾虑所在,探究农村居民对电子商务发展的全面看法。

受访者对电商支持政策的满意度:主要调查当地政府对农村电子商务支持政策的执行情况、农村居民对政府相关支持政策的满意度高低,探究政策对农村居民电商参与意愿的激励程度。

3. 问卷回收及样本分布情况

本次共计发放 623 份问卷,回收 623 份,其中有效问卷 612 份,有效率 98%,覆盖了湖北省鄂州市、恩施自治州、黄冈市、黄石市、荆门市、荆州市、十堰市、随州市、武汉市、咸宁市、襄阳市、孝感市、宜昌市以及省直辖市共 16 个市州的农村地区,覆盖率达 90%以上,充分满足了样本覆盖率的要求,体现

了问卷调查的全面性。

3.2. 调查结果分析

1. 描述性分析

(1) 被访者基本情况分析

Table 3. Basic information of respondents

表 3. 被访者基本情况

——		计数	频率
是否为建档立卡贫困户	是	107	17.20%
	否	515	82.70%
性别	男	352	56.50%
	女	271	43.50%
年龄	18~25 岁	267	42.90%
	26~40 岁	80	12.80%
	41~60 岁	214	34.30%
	61 岁以上	62	10.00%
受教育程度	私塾	11	1.80%
	小学及以下	104	16.70%
	初中	150	24.10%
	高中(技校或中专)	84	13.50%
	专科及以上	274	44.00%
家庭人数	1 人	6	1.00%
	2 人	23	3.70%
	3 人	137	22.00%
	4 人	221	35.50%
	5 人	165	26.50%
	其他	71	11.40%
家庭劳动力	1 人	90	14.40%
	2 人	334	53.60%
	3 人	122	19.60%
	4 人	67	10.80%
	其他	10	1.60%
去年年均收入	5000 元以下	134	21.50%
	5000~8000 元	166	26.60%
	8000~16,000 元	158	25.40%
	16,000 元以上	165	26.50%

续表

家庭收入来源	其他	18	2.89%
	固定单位、公司上班	161	25.84%
	经商	89	14.29%
	打工	380	61.00%
	务农或养殖	229	36.76%

由上表可知：此次调查中人群覆盖面广，涵盖了不同性别、受教育程度、工作类型及收入水平的农村居民(详见表 3)。具体来看：在对农村贫困群体的调查中，建档立卡贫困户占比 17.2%，体现了对这一少数群体意见与利益的关注。教育普及方面，81.5%的受访者具有初中及以上学历，为农村电商参与提供了教育基础。家庭结构相较于城市仍以多代同堂为主，其中四口人及以上家庭占比 60%以上。经济状况方面，家庭人均年收入多集中在 5000 至 8000 元区间，占比 26.65%，而高收入家庭(人均可支配收入一万六千元以上)占比 26.48%，显示湖北省农村居民收入整体乐观，但仍有 21.51%家庭人均收入低于 5000 元。家庭收入来源以打工为主，占比 61%，其次是务农或养殖，占比 36.76%，反映出农村地区经济活动以务农为主。

(2) 农村电子商务总体参与情况及意愿

在此次问卷结果中，虽然已经参与农村电商的受访者比例较低，但四成以上受访者明确表示愿意将自家农产品进行线上销售(见图 6)，只是暂未付诸实践。可见随着数字经济的发展与相应宣传，湖北省农村地区居民已经认识到电子商务是有效的增收手段，只是苦于诸多限制尚未开始行动。

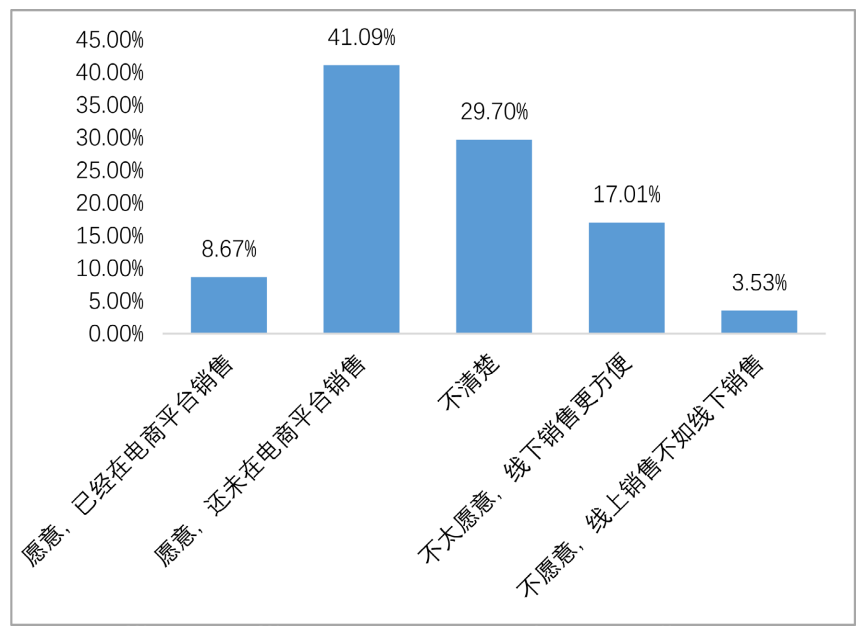


Figure 6. Online sales intention
图 6. 线上销售意向

不愿参与电子商务事业的农村居民中主要顾虑排序如下：网上销售流程不熟悉，缺乏相关知识 > 担心受骗 > 资金不足 > 物流、交通不方便 > 其他(如表 4)。由此可见，参与农村电子商务的最大壁垒就是电商专业知识与技能的掌握，农村居民接触电商等数字经济事业的机会较少，想要掌握运营电子商务

的能力依靠个人的力量相较城市居民更困难，一方面其受教育程度相较于城市较低，另一方面自身数字素养偏弱。其次，在互联网、AI 等新技术的不断发展下，网络诈骗，尤其是以电商购物为载体的网络诈骗事件多发，农村居民也表现出对参与电商上当受骗的普遍担忧[4]。最后，对开展电商的资金基础与物流交通等基础设施的顾虑一定程度上也阻碍了农村居民参与农村电商事业。

Table 4. Main concerns about reluctance to participate
表 4. 不愿参与主要顾虑

	频次
物流、交通不方便	115
网上销售流程不熟悉，缺乏相关知识	229
资金不足	116
担心受骗	139
其他	32

(3) 农村电商宣传激励政策执行情况

Table 5. Policy implementation
表 5. 政策执行情况

政策执行情况				
——		频率	百分比	累积百分比
是否开展过电子商务相关宣传	否	220	35.3	35.3
	不清楚	182	29.2	64.5
	是	221	35.5	100
是否发放资金补贴或实物补助支持电商事业	否	180	28.9	28.9
	不清楚	125	20.1	49
	是	318	51	100
是否组织过电商技能培训	否	131	21	21
	不清楚	194	31.1	52.2
	是	298	47.8	100

湖北省各市州颁布了相关的电商促进条例，但在政策执行情况上看，各个地区的政策执行情况有所差异，本次调查主要从是否开展电商相关宣传、是否发放资金或实物补贴支持电商事业、是否组织过电商技能配许三个方面进行。

从电商宣传角度上看，仅 35.5%农村居民明确表示当地政府开展过电商相关的宣传，虽然可能存在部分农村居民对电子商务关注度较低的情况，但一定程度上仍暴露出当地政府对相关宣传工作的普及度、针对性存在一定缺陷。从发放资金或实物补贴支持电商事业角度上看，51%的农村居民明确表示政府发放相应补贴支持电商事业，各市州发放补贴情况差距大，表明湖北省内各市州经济发展差异较大，电商补助政策碎片化明显。从电商培训角度上看，47.8%的农村居民表示当地政府组织过电商培训，一定程度上表明湖北省各地政府对农村地区人力资源建设上做出了一定努力但尚存进步空间(详见表 5)。

2. 相关性分析

结合对湖北省农村电子商务的发展条件进行梳理，在农村电商发展的基础设施上，基建推进速度快，效果显著。如湖北省农村地区网络覆盖率、交通基础设施等方面进展情况良好，已经不再是困扰农村地区发展的制约因素，故而本文将目光转移到电商支持政策的执行度上，探索政策支持对农村电商参与意愿的影响。

(1) 政策执行度对农村电商参与意愿的影响

Table 6. Correlation between the degree of policy implementation and willingness to participate in rural e-commerce
表 6. 政策执行度与农村电商参与意愿相关性

		相关性			
		电商参与意愿	电商宣传	电商补助	电商技能培训
电商参与意愿	皮尔逊相关性	1	0.277**	0.233**	0.181**
	显著性(双尾)		0.000	0.000	0.000
	个案数	623	623	623	623
电商宣传	皮尔逊相关性	0.277**	1	0.537**	0.461**
	显著性(双尾)	0.000		0.000	0.000
	个案数	623	623	623	623
电商补贴	皮尔逊相关性	0.233**	0.537**	1	0.512**
	显著性(双尾)	0.000	0.000		0.000
	个案数	623	623	623	623
电商技能培训	皮尔逊相关性	0.181**	0.461**	0.512**	1
	显著性(双尾)	0.000	0.000	0.000	
	个案数	623	623	623	623

**在 0.01 级别(双尾)，相关性显著。

双变量 Pearson 检验结果显示，当地政府是否开展过电商相关宣传、是否发放过补贴支持电商事业、是否组织过电商技能培训均与农村居民是否愿意参与农村电子商务在 0.01 级别上存在显著相关关系，P 值均小于 0.001，r 值分别为 0.277、0.233、0.181 (详见表 6)，可以判断电商宣传、电商补贴、电商培训均与农村居民电商意愿存在显著正相关关系。

(2) 政策满意度对农村电商参与意愿的影响

从政策满意度角度衡量其对农村电商参与意愿的影响，双变量 Pearson 检验结果显示，村民对电商宣传、电商补贴、电商培训满意度与农村居民是否愿意参与农村电子商务在 0.01 级别上存在显著相关关系，P 值均小于 0.001，r 值分别为 0.343、0.392、0.332 (详见表 7)，可以判断村民对电商宣传、电商补贴、电商培训的满意度均与农村居民电商意愿存在显著正相关关系。与是否执行电商发展政策相比，电商发展政策的满意度对湖北省农村居民电子商务参与意愿影响更大。一定程度上可以推断：仅仅实施电商帮扶政策以提高湖北省农村居民电商意愿远远不够，只有同步关注政策及其施行效果，以更精细、更具针对性的帮扶政策效果才能达到最优。

4. 湖北省农村电子商务参与意愿提升困境

4.1. 村民电商技能掌握度低

尽管农村居民受教育程度相较于之前有了显著的提高，但电子商务这一经济活动需要参与者具有

Table 7. Correlation between policy satisfaction and willingness to participate in rural e-commerce
表 7. 政策满意度与农村电商参与意愿相关性

		相关性			
		电商参与意愿	电商宣传满意度	电商补助满意度	电商培训满意度
电商参与意愿	皮尔逊相关性	1	0.343**	0.392**	0.332**
	显著性(双尾)		0.000	0.000	0.000
	个案数	623	402	305	325
电商宣传满意度	皮尔逊相关性	0.343**	1	0.784**	0.777**
	显著性(双尾)	0.000		0.000	0.000
	个案数	402	402	269	267
电商补助满意度	皮尔逊相关性	0.392**	0.784**	1	0.783**
	显著性(双尾)	0.000	0.000		0.000
	个案数	305	269	305	238
电商培训满意度	皮尔逊相关性	0.332**	0.777**	0.783**	1
	显著性(双尾)	0.000	0.000	0.000	
	个案数	325	267	238	325

**在 0.01 级别(双尾), 相关性显著。

一定的专业、实操技能，仅仅具备学习电商的能力但缺乏学习电商的渠道，使得湖北省农村地区大多数村民对电子商务知识和操作技能掌握不足，难以使用电商平台开展网上交易[5]。一方面，他们普遍缺乏数字化操作技能，很多农民对电商平台的使用存在恐慌心理，担心操作不当会造成损失。另一方面，他们对电商模式的运营机制和盈利模式认知不足，无法准确评估参与电商的收益，难以客观认识电商带来的机遇。这些技能缺乏和认知局限，极大地限制了农民主动参与电商的意愿和积极性。一些农民虽有参与意愿，但因缺乏基本操作能力而难以真正开展电商活动，错失了电商带来的收益机会。另一些农民则存在顾虑和担忧，对电商持观望态度，难以转变传统经营模式。因此，提升农民电商技能掌握水平，增强他们对电商模式的认知，是推动湖北农村电商参与意愿的关键所在。

4.2. 配套基础设施有待升级

湖北省农村地区电子商务发展的硬件基础设施，如物流配送、宽带网络建设等发展程度不均，部分地区还存在较大缺口，直接制约了农民参与电商的积极性。由于农村人口分散，一些较为偏远的地区网络信号覆盖不足、通信质量较差，给网上购物和产品销售带来不便。农民难以实现线上下单、线下配送的基本电商交易环节。同时，湖北农村物流体系不健全，快递进村受限，产品销售和配送存在障碍。部分农产品因缺乏有效物流支撑，只能局限在当地销售，难以通过电商渠道走向省内乃至全国市场。这些基础设施短板，不仅增加了农民参与电商的成本和时间投入，也降低了他们对电商模式的信任度。一些农民表示，即便有参与意愿，也难以找到合适的物流服务商，或承受不起高昂的配送费用，从而放弃了电商尝试。因此，补齐湖北农村电商发展的硬件短板，提升基础设施服务水平，对于激发广大农民的电商参与热情至关重要。

4.3. 电商激励政策执行力弱

尽管湖北省政府近年来出台了一系列扶持农村电商发展的优惠政策，但实际执行效果并不理想。一

些政策在具体落地过程中，操作性和针对性不足，难以真正激发农民参与电商的积极性。如部分政策过于笼统，难以满足不同类型农民的实际需求；有些政策优惠力度不够，激励作用有限。加之相关监管力度不够，导致部分政策红利无法真正惠及广大农民，影响了他们对电商的信任和参与意愿。农民反映，有时在申请政策支持时，遇到繁琐的手续、严格的门槛，实际获得的帮助较少。此外，部分政策缺乏针对性评估和动态调整，难以随着电商发展实际需求而优化完善，进一步挫伤了农民的参与热情。

5. 提升路径探索

5.1. 人才驱动带动电商发展

针对湖北农村电商人才缺乏的瓶颈，湖北省省政府应加大培养力度，通过多种形式的培训，系统提升广大农民的电商操作技能和电商模式认知。一方面，可以因地制宜组织线上线下相结合的电商知识培训，重点传授网店经营、产品营销、数据分析等实用技能。培训内容紧扣农民实际需求，通过案例讲解、实操演练等方式，帮助他们掌握电商运作的全流程。另一方面，湖北还应选派一批“电商带头人”，充分发挥他们在电商实践中的示范引领作用，带动更多农民参与电商实践。这些带头人可以是有电商经验的村干部、农民合作社负责人，也可以是从事电商的返乡青年[6]。通过他们的带动，形成点带面的辐射效应，激发周围农民的电商参与热情。同时，构建政府、企业和农民之间的电商人才培养协作机制，整合各方资源，形成持续的人才供给体系，为湖北农村电商发展注入强大动力。

5.2. 模式探索开拓发展空间

针对农民参与电商意愿不高的问题，湖北应鼓励农村电商发展模式不断创新，满足不同类型农民的参与需求。一种可探索的模式是“电商 + 合作社”，通过整合分散的农民生产和经营资源，发挥合作社的规模效应，集中开展电商销售[7]。这不仅有利于提升农产品品质和销售能力，也能降低个体农民的电商参与成本，增强他们的电商参与意愿。同时，湖北还可鼓励电商平台与当地农产品生产基地深度对接，以“公司 + 农户”的模式带动小农户电商参与。电商平台提供技术、资金等支持，帮助农户建立标准化生产，并通过统一采购、统一销售的方式，确保农产品质量和销量，从而吸引更多农民加入电商行列。此外，探索农村电商与乡村旅游、文化创意等产业融合发展的新路径，为农民创造更多电商增收机会，进一步激发他们的电商参与热情。

5.3. 政策优先营造良好环境

湖北省政府应优化农村电商发展的政策环境，强化电商基础设施建设，完善电商服务体系，为广大农民参与电商创造有利条件。一方面，加大对农村宽带网络、物流配送等基础设施的投入力度，消除制约农村电商发展的“瓶颈”。重点完善偏远山区的通信网络覆盖，提升网络质量和稳定性，确保农民用户能够顺畅接入电商平台。同时，健全农村物流体系，支持快递企业延伸服务到乡村，降低农产品配送成本。通过持续完善基础设施，为农民参与电商活动提供坚实的硬件支撑。另一方面，湖北政府要完善电商培训、融资、税收等配套政策，切实增强政策的针对性和可操作性。针对不同类型农民的需求差异，提供差异化的政策支持。如加大对新手农民的电商技能培训补贴，降低其参与成本；为有电商意愿但缺乏启动资金的农民提供融资优惠；对参与电商的农民实行税收优惠等。同时，健全电商监管机制，规范电商经营行为，维护农民权益，增强他们参与电商的信心和积极性。最后，湖北政府还要充分发挥各方力量，构建政府、企业、农民的电商生态协同机制[8]。政府主导制定完善的电商发展规划和政策体系，企业提供技术、资金、渠道等全方位支持，农民积极参与电商实践，形成良性互动。只有各方紧密协作，才能营造有利于农村电商发展的整体环境，切实推动湖北广大农民主动融入电商时代。

6. 结语

总体而言,湖北省农村电子商务发展进程正在稳步推进中,无论是电商发展基础、发展规模、还是发展潜力均取得了一定突破,且在全国范围内处于较为领先的水平。2022年,湖北省新型基础设施建设进入全国第一方阵,武汉市新型基础设施达到国内领先水平,均标志着湖北省农村电商发展前景光明。针对农村电商发展暂存的制约因素应该由政府牵头,着力从电商参与意愿着手,以农村居民获得感、满意度为标准衡量电商发展政策效果,并进一步提高农村居民电商参与能力,以此为锚点提升农村居民数字素养,加速融入数字经济市场。

基金项目

中国商业经济学会 2022 年度研究课题“过度劳动与消费降级问题研究”(课题编号:20231010)。

参考文献

- [1] 赖玲玲,彭丽芳.新型职业农民参与农村电商发展意愿研究[J].价格理论与实践,2022(7):122-125+203.
- [2] 张硕,乔晗,张迎晨,等.农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J].管理学报,2022,19(4):624-632.
- [3] 邱子迅,周亚虹.电子商务对农村家庭增收作用的机制分析——基于需求与供给有效对接的微观检验[J].中国农村经济,2021(4):36-52.
- [4] 向丽,胡珑瑛.生计风险感知对农民参与电商扶贫意愿的影响及代际差异研究[J].农业技术经济,2019(5):85-98.
- [5] 周冬,叶睿.农村电子商务发展的影响因素与政府的支持——基于模糊集定性比较分析的实证研究[J].农村经济,2019(2):110-116.
- [6] 马泽波.农民参与农村电商扶贫:意愿·障碍·对策——基于云南省红河州的调查分析[J].中共云南省委党校学报,2017,18(5):145-149.
- [7] 马泽波.农户禀赋、区域环境与电商扶贫参与意愿——基于边疆民族地区630个农民的问卷调查[J].中国流通经济,2017,31(5):47-54.
- [8] 郭承龙.农村电子商务模式探析——基于淘宝村的调研[J].经济体制改革,2015(5):110-115.