

乡村振兴背景下“红色电商” 发展困境及策略探析

黄文博

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年6月24日; 录用日期: 2024年7月11日; 发布日期: 2024年8月19日

摘要

随着乡村振兴战略的实施以及农村互联网技术的普及, 农村电商正处于蓬勃发展的阶段, 而“红色电商”作为农村电商的一种新模式, 对于促进农村经济发展具有重要意义。本文分析了“红色电商”发展的现状与挑战, 并针对当前的发展困境提出了完善乡村基础设施建设、推动红色资源与电商深度融合、引进和培养“红色电商”相关人才、完善“红色电商”相关政策和制度等发展策略, 以期“红色电商”的发展提供参考和建议。

关键词

乡村振兴, 红色电商, 发展策略

Exploring the Development Challenges and Strategies of “Red E-Commerce” under the Background of Rural Revitalization

Wenbo Huang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 24th, 2024; accepted: Jul. 11th, 2024; published: Aug. 19th, 2024

Abstract

With the implementation of rural revitalization strategy and the popularization of rural Internet technology, rural e-commerce is in a stage of vigorous development, and “red e-commerce” as a new mode of rural e-commerce, is of great significance to promote rural economic development.

This paper analyzes the current status and challenges of the development of “red e-commerce”, and puts forward development strategies, such as improving rural infrastructure construction, promoting the deep integration of red resources and e-commerce, introducing and cultivating talents related to “red e-commerce”, and improving policies and systems related to “red e-commerce” in order to provide references and suggestions for the development of “red e-commerce”.

Keywords

Rural Revitalization, Red E-Commerce, Development Strategy

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

习近平总书记指出：“实施乡村振兴战略，是党的十九大作出的重大决策部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务，是新时代做好‘三农’工作的总抓手[1]。”随着信息技术的飞速发展，电商模式逐渐渗透到各个领域，为乡村发展带来了新的机遇与活力。在当前背景下，农村电商领域的竞争日趋激烈，众多从业者迫切地寻求创新的突破口以增强自身的竞争优势。因此，越来越多的人开始将目光投向“红色电商”这一新型模式，以期在激烈的市场竞争中脱颖而出。“红色电商”作为一种具有独特内涵和意义的电商形式，在乡村振兴的背景下展现出巨大的潜力。电商运营中融入红色文化元素，不仅能提升产品的文化内涵和品牌价值，还能够传播红色文化，增强乡村的文化自信和凝聚力。近几年，关于“红色电商”的研究逐渐增多。有学者从政策支持的角度探讨了“红色电商”发展的有利环境，认为国家在农村电商领域的扶持政策为“红色电商”的兴起提供了坚实基础。例如，李卫红提出为深入贯彻落实二十大报告中关于发展数字经济的要求，要运用直播电商平台加快红色资源的开发与转化，使红色资源转化为实实在在的经济效益，并使之成为促进经济社会持续发展的重要精神力量[2]。还有学者聚焦于“红色电商”的技术创新，指出大数据、云计算等新兴技术的应用，可以提升“红色电商”的运营效率和服务质量。例如，游雅娟认为有必要不断提高农村地区信息技术的可用性，促进信息技术在乡村的普及，弥补地域局限性，使农村地区能够受益于互联网技术，享受数字经济红利[3]。“红色电商”打破了传统产品销售的时空限制，拓宽了销售渠道，降低了交易成本。通过整合农村资源，促进了产业融合，带动了农村就业和创业。“红色电商”发展潜力巨大，随着国家对乡村振兴战略的持续推进，相关政策将进一步向农村电商倾斜，为“红色电商”的发展提供更多的政策红利和资金支持[4]。另外，随着农村基础设施不断完善、数字技术持续普及，“红色电商”有望进一步扩大市场规模，丰富产品种类，推动农村经济实现跨越式发展。

2. 乡村振兴背景下的“红色电商”概述

2.1. 乡村振兴战略概述

乡村振兴战略，作为新时代中国“三农”工作的总抓手，是党和政府为实现农业农村现代化、推动城乡融合发展而提出的重大战略。它旨在通过优先发展农业农村，促进乡村产业兴旺、乡风文明、生活富裕等，进而实现城乡融合，构建完善的政策体系，最终达成农业农村现代化的总目标[5]。

其一，农业农村优先发展是乡村振兴战略的核心理念[6]。这体现了国家对于农业农村发展的重视，也为乡村振兴提供了坚实的政策保障。其二，产业兴旺是乡村振兴的物质基础。通过改革农业供给侧结构，优化农业产业结构，培育和发展乡村新兴产业，从而实现乡村经济的多元化和可持续发展。其三，乡风文明是乡村振兴的精神内核。在乡村振兴的过程中，要注重提升农民的思想道德素质和科学文化素质，倡导文明新风，推动乡村文化的繁荣兴盛。最后，生活富裕是乡村振兴的最终目标。通过促进农民增收、加强农村社会保障，让农民的生活水平得到实质性的提升，享受到乡村振兴带来的实惠。

2.2. “红色电商”的内涵与特点

“红色电商”作为一种新型电商模式，它将电子商务与红色文化结合在一起。它以互联网为平台，以红色文化为核心，涵盖红色文旅、红色文创、红色农产品等多个领域。它不仅能够促进商品销售 and 经济发展，更重要的是，它承载并传播着红色文化，能够使更多人了解红色历史，进而增强民族自豪感和认同感。

“红色电商”这种新型电商模式具有很多特点：其一，它具有突出的文化特质。“红色电商”融入了鲜明的红色文化元素，通过销售的产品和提供的服务，让人们在购物的同时，也能深刻感受到红色精神的熏陶。比如，购买红色书籍、纪念品等，不仅满足了消费需求，更在无形中传播了红色文化。其二，“红色电商”还具备显著的教育功能。它为消费者搭建了一个新的平台，让大家能够更加便捷地了解红色历史，感受那些英勇的事迹和伟大的精神。这无疑是一种富有教育意义的电商模式，有助于提升公众对红色文化的认识和尊重。其三，“红色电商”还展现出了强大的创新力。无论是在营销模式的探索，还是在产品设计的创新上，“红色电商”都在不断突破传统，以新颖独特的方式吸引消费者的关注。

3. 乡村振兴背景下“红色电商”的发展现状

近年来，随着乡村振兴战略的实施以及互联网技术的普及，“红色电商”在农村发展迅速。2024年2月发布的中央一号文件再次明确提出要继续推进“互联网+”现代农业、大力发展农村电商。农村电商在实现农民增收、带动广大网民参与脱贫攻坚行动中承担着重要角色，在助推农村地区经济发展、农业现代化以及农民脱贫致富的减贫过程中作用不可或缺[7]。如今越来越多的农村地区开始通过电商平台销售有本地特色的农产品以及手工艺品。特别是一些具有红色文化底蕴的地区，更是积极探索红色资源与电商平台的结合点，推动了“红色电商”的迅速发展。

3.1. “红色电商”模式不断创新

“红色电商”在发展的过程中，其营销模式随着时代的发展不断进行创新。在传统的电商模式之外，还出现了直播带货电商、社交电商以及线上红色文化体验与产品销售相结合等创新模式。通过抖音、快手、小红书、微博、B站等社交平台进行商品推广与销售，这些用户通过社交平台分享消费体验以促进消费，从而激发其他消费者的购买欲望[8]。这极大地丰富了消费者的购物体验，也提高了产品的销售效率。

3.2. “红色电商”平台多样化

如今，各大电商平台逐渐意识到“红色电商”存在巨大的市场潜力，正逐步向农村“红色电商”靠拢，推出了专门针对农村市场的“红色电商”和服务体验。除了传统的电商平台如淘宝、京东之外，就连逐渐兴起的电商平台如拼多多、抖音、小红书等电商平台也在逐步开拓“红色电商”这项业务，想要在这片广阔的市场中分得利益，以谋求自身更为长远的发展和更广阔的市场空间。

3.3. “红色电商”品牌意识逐渐增强

与其它产品类似，为了在激烈的市场竞争中脱颖而出，许多乡村开始注重打造“红色电商”品牌。

希望能够通过“品牌效应”提高产品的市场份额，扩大销售规模。通过建立品牌化和专业化的道路，及时整合低小散农户，打破各自为战的低小散瓶颈[9]。在这过程中，一些企业通过突出本地红色文化特色、提升产品质量和服务水平等多种方式，成功地塑造了具有独特魅力的品牌形象，极大地增强了市场竞争力。

3.4. “红色电商”人才队伍逐渐壮大

伴随着“红色电商”的发展，许多人开始意识到“红色电商”蕴藏着巨大的市场，因此吸引了一批年轻人返乡进行就业或创业。这些年轻人带来了电商运营的知识以及技能，为乡村电商的发展提供了人才支撑。并且在这个过程总，他们将电商运营技术传授给了当地的村民，不断提升当地村民的电商素养。在他们的带动下，越来越多的村民开始接触电商，学习电商知识，利用电商平台销售农产品和特色商品。这不仅能够增加村民的收入，而且能够提升乡村整体的经济实力。

4. 乡村振兴背景下“红色电商”的发展困境

“红色电商”发展整体向好，在乡村振兴背景下展现出了巨大的潜力和广阔的发展前景。不过在发展过程中也面临一些问题，如基础设施仍有待完善、红色资源与电商融合不够深入、人才短缺、相关政策和制度不健全等，这些都制约了其进一步发展。

4.1. 乡村基础设施建设相对滞后

在农村“红色电商”发展的过程中，农村基础设施建设滞后是阻碍其发展的显著问题。在很多农村地区，网络覆盖范围存在漏洞，信号不稳定甚至存在信号盲区。这种情况给农村电商的运营带来了很大的不便，严重影响了电商交易的流畅度和实时性。另外，网络宽带速度的不足会导致数据传输较慢，在商家上传商品信息，或者是消费者浏览购物页面时，都会因为加载速度的问题而受到阻碍，从而会影响用户的购物体验。而且在物流配送方面，也存在不足。乡村地区的道路状况普遍不好，物流运输的通道不够通畅，这不仅会增加运输时间以及成本，而且容易在运输过程中造成货物损坏或是延误的情况。

4.2. 红色资源与农村电商融合不够深入

目前，虽然有部分尝试将红色资源与电商相融合，但多数还只是停留在表面上的结合。人们并没有深入到这两者的内涵里去找真正的共同点和潜在的宝藏。对于红色资源的认知和应用都还停留在比较基础的层面，大多就是把它作为一个简单的标签或者元素加在电商的产品或宣传上。而没有深入探究红色资源背后所蕴含的那些精神、历史和文化魅力，从而导致这种融合缺乏深度和厚度，不能真正打动消费者的心，因此也难以形成长久的吸引力。此外，电商运营的模式和红色资源的结合之间缺乏新意。大多数情况下还是按照传统电商的套路去操作，没有真正思考如何去利用红色资源的独特性来创新电商的模式和营销策略。

4.3. “红色电商”相关人才短缺

尽管红色电商从业者的数量在不断增加，但其增长的速度仍不能完全匹配“红色电商”的快速发展趋势，同时也有部分从业者表现出在专业知识和技能方面的不足，尚未达到所要求的标准。在“红色电商”发展过程中，由于缺乏专业的团队和人才，让红色资源和农村电商的深度融合变得困难起来，因此“红色电商”发展显得较为乏力。在现实中，很难找到既懂红色文化又精于电商运营的复合型人才，因此在实际操作过程中，很难把红色资源的优势转化为电商发展的动力。人才短缺给“红色电商”的发展带来了很多的不利影响。并且，由于人才的短缺，一些先进的电商理念和技术无法及时被引入和应用，

这严重阻碍了“红色电商”与市场发展同步的步伐。

4.4. “红色电商”相关政策和制度不健全

“红色电商”现在处于发展的初期，相关的政策和制度不完善，这会给“红色电商”的发展带来一些问题。从政策层面上看，现在还没有专门针对“红色电商”的扶持政策。虽然国家大力支持电商的发展和红色文化的传播，但是将两者有机结合的具体政策措施相对较少。在实际操作过程中，往往会因为缺乏清晰的政策和政府的支持而遇到一些问题。在制度层面上，也存在一些问题。例如，“红色电商”的准入机制、运营模式以及质量监管等方面的规定不够具体和明确，这会导致市场秩序产生混乱，产品质量也会参差不齐。并且由于缺乏统一的标准和规范，不同地域、不同企业之间的“红色电商”发展差异显著，从而难以形成有效的合力。另外，在电商领域对红色资源的开发和利用方面，也缺少一些产权保护制度，这会导致红色资源被滥用或是不当开发，从而会损害其深厚的文化价值和社会意义。

5. 乡村振兴背景下“红色电商”的发展策略探析

5.1. 完善乡村基础设施建设

当前，乡村地区在基础设施建设方面仍然存在许多不足。为此，需要采取一系列具体措施来加强乡村的基础设施建设。其一，政府应加大对网络设施的投资，以确保网络覆盖更广、连接更稳定。同时，要着力推动网络服务的提速和降费，为电商业务打造一个便捷的网络环境。其二，物流体系的完善也同样很重要。在这过程中，要建设完善的物流体系，通过优化道路，改善交通，建设物流系统，引入第三方快递企业，建立多个网点物流门店[10]。其三，还应当重视相关技术人才的培养和引进。只有拥有专业的技术人员团队，才能够确保基础设施的稳定运行和维护。通过多方努力，逐步完善乡村“红色电商”基础设施建设，为其发展提供坚实的基础保障，助力乡村振兴战略的深入实施。

5.2. 推动红色资源与电商深度融合

红色资源只有与电商深度融合，才能够充分发挥“红色电商”的优势，而这需要从多个方面去推进和整合。其一，我们必须深入探究红色资源的深刻内涵和其独特价值。对于当地的红色历史、故事和人物，我们要进行全面细致的整理和研究，从而提炼出独特的文化元素，这些元素不仅能够丰富电商产品的内涵，还能够提升产品的附加值。其二，还应对电商的运营模式进行创新。传统的电商模式已经难以满足消费者的需求，因此我们需要利用红色资源的独特魅力，打造具有特色的电商平台或线上专区。其三，在科技应用方面，我们也要紧跟当今时代的步伐，积极运用现代科技手段。随着大数据、人工智能等技术的不断发展，我们可以利用这些技术对消费者的需求和行为进行深入分析，从而更加精准地推荐与红色资源相关的电商产品[11]。

5.3. 引进和培养“红色电商”相关人才

在推动“红色电商”发展的过程中，引进和培养相关人才也是一个重要的环节。在引进人才方面，政府应积极制定相关的人才引进惠利政策，同时将电商教育与知识培训纳入制度安排[12]。农村“红色电商”部门可以和高校、科研机构等建立合作关系，主动去招揽那些既具备电商专业知识，又对红色文化有深刻了解的人才。同时，为了吸引优秀的外部电商人才投身“红色电商”领域，可以为其提供丰厚的薪资待遇、打造舒适的工作环境，并提供广阔的发展空间。在人才培养方面，要构建一套全面的培养体系。可以选择在高校和职业院校中设置相关的专业和课程，系统地传授相关的理论知识和实践技能。此外，还可以开展各类培训项目，针对在职人员进行有针对性的培训，帮助他们更新知识和技能，以更好

地适应“红色电商”领域的要求。

5.4. 完善“红色电商”相关政策和制度

为了推动“红色电商”健康、快速发展，政府要完善相关的政策和制度。其一，政府应明确“红色电商”的发展蓝图，阐明“红色电商”的发展目标、重点领域以及实施路径，为各方参与者提供清晰的行动指南。同时要充分注重红色资源的独特性，也要符合电商发展的规律，确保这两者能够自然的融合，并相互促进。其二，应构建健全的法律法规体系。明确“红色电商”中各主体的权益与责任，维护市场公平和秩序，保护消费者的权益和企业的合法利益。其三，要进一步完善监管制度。加强对“红色电商”运营过程的监督和管理，防止产生恶性竞争、虚假宣传等不当行为。其四，要根据市场的变化和发展，不断调整和优化现有的政策和制度，使其更加符合市场的需求，推动“红色电商”健康、持续地发展。

6. 结语

在乡村振兴战略的大背景下，深入探究“红色电商”发展路径，对乡村的未来发展具有重要的现实意义和深远影响。本文为研究“红色电商”在乡村中的发展提供了全面且深入的视角，有助于推动相关领域的理论研究。将红色文化与电商发展在乡村振兴的大背景下进行综合研究，突破了以往对电商或红色文化单独研究的局限，为乡村发展提供了新的思路。此外，针对发展困境所提出的策略具有一定的实践指导价值，能够为政策制定者、电商从业者以及乡村发展的参与者提供有益的参考，助力他们更有效地应对挑战，推动“红色电商”的健康发展。然而，我们也要认识到，“红色电商”的发展之路仍面临许多挑战与问题，需要我们不断的关注和持续的研究。本研究对乡村振兴背景下“红色电商”的发展困境及策略进行了探讨，并且指出未来仍有广阔的研究空间等待进一步挖掘。未来可能会出现更多的“红色电商”与旅游、教育、文创等产业融合的创新模式，用以拓展“红色电商”的发展空间。因此未来要进一步深化对“红色电商”的探索与创新，进一步探索“红色电商”如何与农村的第一、二、三产业实现更深度的融合，以形成更完整、高效的产业链。不断优化发展路径，让“红色电商”在乡村振兴中发挥更加重要的作用。

参考文献

- [1] 田应奎. 新时代经济思想研究[M]. 北京: 人民出版社, 2019: 172.
- [2] 李卫红, 仲晨星. 直播电商平台赋能郑州市红色旅游资源开发策略[J]. 商展经济, 2024(1): 43-46.
- [3] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [4] 郑洁. 乡村振兴背景下农村电商发展模式与运营体系构建[J]. 商业经济, 2021(2): 115-116.
- [5] 史纪, 宋文博. 乡村振兴整体内容逻辑框架研究[J]. 城市住宅, 2018, 26(6): 6-9.
- [6] 刘芦梅. 乡村振兴战略的时代背景及其基本内涵[J]. 新疆社科论坛, 2018(4): 63-68.
- [7] 张世贵. 缓解相对贫困视角下的农村电商扶贫: 机制与路径[J]. 电子政务, 2021(3): 94-102.
- [8] 申春跃. 新媒体时代国产化妆品的数字营销浅析——以花西子和完美日记为例[J]. 全国流通经济, 2022(5): 11-15.
- [9] 邹良影, 叶听蕉. 新媒体时代农村电商直播现象探析[J]. 传媒, 2023(4): 78-80.
- [10] 许艳. 数字经济背景下福州市乡村电商供给侧平台的构建研究[J]. 吉林农业科技学院学报, 2019, 28(1): 67-70.
- [11] 陈俊. 数字经济时代下的新型消费行为与趋势[J]. 财讯, 2023(7): 27-30.
- [12] 王玮, 陈文敬. 新发展格局背景下农村电商发展路径研究[J]. 国际经济合作, 2021(6): 73-76.