E-Commerce Letters 电子商务评论, 2024, 13(3), 8154-8159
Published Online August 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2024.133999

Hans汉斯

“互联网+”背景下农村电商发展的困境与对策

冯　颖

南京林业大学人文社会科学学院，江苏　南京

收稿日期：2024年6月11日；录用日期：2024年6月24日；发布日期：2024年8月20日

摘　要

随着互联网技术的广泛应用和农村基础设施的持续优化，农村电子商务近年来展现出强劲的发展势头。然而，当前农村电商领域仍面临诸多挑战，包括电商意识薄弱、组织架构不健全、资源供给短缺等问题。针对这些问题，本文提出应当强化电商事业的发展意识、健全组织架构、扩大电商事业资源供给，以促进电商事业的全面发展，进而实现农村的共同富裕。

关键词

互联网+，农村，电商

Dilemmas and Countermeasures of Rural E-Commerce Development in the Context of “Internet+”

Ying Feng

Faculty of Humanities & Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 11th, 2024; accepted: Jun. 24th, 2024; published: Aug. 20th, 2024

Abstract

With the wide application of Internet technology and the continuous optimization of rural infrastructure, rural e-commerce has shown a strong momentum of development in recent years. However, there are still many challenges in the field of rural e-commerce, including weak awareness of e-commerce, imperfect organizational structure, shortage of resources and so on. In view

文章引用: 冯颖. “互联网+”背景下农村电商发展的困境与对策[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8154-8159.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133999

of these problems, this paper proposes that we should strengthen the development awareness of e-commerce, improve the organizational structure, expand the supply of e-commerce resources, so as to promote the all-round development of e-commerce, and then realize the common prosperity of the countryside.

Keywords

Internet+, Rural Areas, E-Commerce

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

近年来，中国农村电子商务的发展取得了显著成就。在电子商务普及和应用上，政府的支持，农村电子商务基础设施不断完善，互联网等数字技术在农村地区的接入和应用不断提高，城乡间“数字鸿沟”不断缩小[1]。政府加大了对农村电商事业的支持力度，出台了一系列政策措施，为农村电商事业的发展提供了良好的政策环境。使得农村电商项目的覆盖面不断扩大，服务内容日益丰富。此外，随着互联网技术的普及，各个平台的兴起，为农村电商事业的发展注入了新的活力。但是在全球化和现代化的浪潮中，农村电商也面临着前所未有的机遇与挑战。随着城乡差距的扩大和农村社会结构的变迁，农村电商的发展不仅关乎农民的基本生活保障，更是衡量一个国家社会进步和文明水平的重要标志。

2. 农村电商发展研究

近年来，农村电商的发展在我国取得了显著的成果，吸引了众多学者的关注。他们对这一现象进行了深入研究，并从不同角度发表了各自的见解。经过深入研究，郭娜和李华伟两位学者提出，农村电子商务的蓬勃发展，对乡村振兴战略的实施起到了重要的推动作用，尤其在产业结构的优化升级以及市场的拓展方面，表现得尤为突出[2]。李国英提出社交电商、直播电商和近场电商这三种新型模式。这些模式是在“数商兴农”的背景下提出的，旨在为农产品尤其是生鲜产品的销售困难提供创新的解决方案。农村电商的发展带动了农村产业链的完善，促进了农村产业融合[3]。廖一红的研究表明，农村电商应该采用农村自治模式，强化农村的主体地位，并以此为基础，形成以村庄为中心的电商发展模式。建议建设直播平台，并建立“农民 + 电商企业”的产销合作模式。这种模式将有助于提高农村电商的发展效率，同时也有利于农民的收入增加。通过电商平台，农民可以将农产品卖到全国各地，甚至海外市场，解决了农产品滞销的问题[4]。冯勇和陈登峰着重指出，将农村电子商务定位为乡村振兴战略的核心支柱与实效性路径至关重要。他们坚信，农村电子商务拥有巨大的发展空间。因此，他们建议加大农村电商项目的监管力度，深入研究并推动适应农村电商发展的多元化模式，旨在充分发挥农村电商的商业与社会价值[5]。总之，农村电商的发展具有广阔的前景，但也需要克服一系列挑战。学者们对农村电商的研究和探讨，有助于我们更好地把握农村电商的发展规律，为政策制定提供科学依据。在今后的发展中，我国应继续关注农村电商的研究，推动农村电商的健康、可持续发展，为农村经济的繁荣做出更大贡献。

3. “互联网+”背景下农村电商面临的困难

3.1. 电商意识淡薄，参与度不高

尽管社会整体的电商意识在逐渐增强，但农村地区的电商事业仍然缺乏广泛的社会参与。一方面，由于农村居民的收入水平相对较低，他们可能没有足够的资源来进行电商方面的事业；另一方面，由于对“互联网+”、电子商务的认知不足，一些居民可能不知道如何参与或不愿意参与。这种低参与度限制了农村电子商务的发展空间和社会影响力。

农村地区的传统文化和价值观念可能与现代理念存在差异，这在一定程度上影响了电商事业的接受度和参与度。例如，一些传统观念可能认为个人应该首先照顾好自己的家庭，而不是过多地参与外部的电商活动。此外，由于语言和沟通的障碍，外来的电商组织可能难以与当地居民建立有效的沟通和信任关系，这也限制了电商项目的实施效果。信息不对称是另一个制约农村电商事业发展的重要因素。在一些偏远地区，由于交通不便和通讯设施落后，电商事业很难获取到当地的真实需求信息，导致援助资源无法精准投放。同时，由于缺乏有效的信息公开机制，公众对电商项目的了解也相对有限，这在一定程度上影响了社会对农村电商事业的信任和支持。由于农村地区的信息闭塞和文化差异，外界对农村电商的关注度不高，社会参与度有限。农村居民对电商的认知不足，缺乏主动参与和贡献的意识。

3.2. 农村电商事业缺乏完善的组织机构

农村地区由于地理位置偏远、人口分散，往往缺乏稳定和有效的电商组织机构。现有的电商组织可能规模较小，功能单一，难以满足日益增长的需求。然而农村电商组织的资金主要依赖于政府补助，缺乏多元化的资金筹措渠道。由于农村经济发展水平相对较低，当地居民的能力有限，导致电商组织面临资金短缺的问题。

其次，农村项目运作模式不够成熟。农村电商项目往往缺乏科学的规划和评估机制，项目的可持续性和效果评估不足。项目执行过程中可能存在信息不对称、资源分配不均等问题，影响项目的有效实施。农村地区的互联网覆盖不全，物流配送体系不完善，限制了电商的发展。

最后，农村电商事业的政策支持力度不够。虽然国家层面对农村电商事业给予了一定的政策支持，但在地方层面，相关政策的落实和执行力度可能不够。政策宣传和指导不够到位，使得农村电商组织对政策的利用不够充分。缺乏有效的监督和评价机制，导致农村电商组织在资金使用、项目执行等方面存在不透明和不规范的现象。对于电商组织的绩效评估和激励机制不健全，不利于其健康发展和长期稳定。

3.3. 农村电商事业资源供给不足

一是资金的短缺。农村地区普遍经济发展水平较低，居民可支配收入有限，导致个人能力不足。企业和其他社会组织在农村的投资和赞助也相对较少，使得电商项目难以获得足够的资金支持。政府对农村电商事业的财政补贴和税收优惠政策可能不够完善或执行不力，进一步加剧了资金短缺的状况。许多农村电商项目过于依赖外部资金，缺乏自我造血机制，导致项目难以长期持续。一旦外部资金中断，项目就可能面临停滞甚至崩溃的风险。此外，由于缺乏有效的监测和评估机制，一些项目在实施过程中可能出现资源浪费和效率低下的情况，这进一步削弱了其可持续发展的能力。

二是资源分配不均。农村地区电商事业的资源分配问题尤为突出。由于经济发展水平的不均衡，一些贫困地区的电商项目往往难以获得足够的资金和物资支持。导致农村电商产品种类单一，缺乏特色和竞争力，难以满足市场需求。这种不均衡的资源分配不仅限制了这些地区电商项目的规模和影响力，也加剧了城乡之间的发展差距。农村地区物资供应体系相对薄弱，电商组织在获取必要的物资支持方面面

临困难。由于物流成本较高和配送网络不健全，即使有捐赠物资也难以及时送达需要帮助的人群。

三是专业人才短缺。专业人才的缺乏是农村电商事业面临的又一重大挑战。由于农村地区的生活条件相对艰苦，且电商事业的薪酬待遇普遍不高，导致难以吸引和留住专业人才。此外，电子商务发展的时间较短，现有从业者学历水平低、学习能力较弱，所以专业知识不够丰富[6]，在专业知识和技能方面也存在不足。这限制了他们在项目规划、管理和执行方面的能力，影响了电商项目的质量和效果。农村电商组织往往缺乏专业的管理人员和服务人员，很多工作都由当地居民兼职完成，缺乏系统的培训和指导。由于待遇和发展空间有限，难以吸引和留住有才华的专业人士参与农村电商事业。专业的电商人才在农村地区较为稀缺，许多电商组织依赖于志愿者的参与，但志愿者的稳定性和专业性有待提高。由于农村地区生活条件相对艰苦，高素质的专业人才往往不愿意长期在农村工作，导致电商组织难以吸引和保留优秀人才。

4. “互联网+”背景下农村电商事业发展对策

4.1. 加强农村电商事业意识，提高参与度

提高农村居民的参与意识，通过宣传教育，提高农村居民对电商事业的认识和参与意愿，让他们成为电商活动的积极推动者和受益者。鼓励农村居民参与到电商项目的规划、实施和监督中来，实现电商活动的民主化和本土化。对农村电商组织的工作人员进行专业培训，提高其项目管理、资金筹措、宣传推广等能力。开展电商理念和技能的普及教育，提高农村居民的电商意识和参与能力。

组织定期的电商宣传活动，通过悬挂横幅、发放宣传资料、举办讲座等形式，普及电商理念和农村电商事业的重要性。利用广播、电视、网络等媒体平台，扩大农村电商事业的影响力，提高公众的关注度和参与热情。收集和宣传农村电商事业的成功案例，特别是那些能够带动当地经济发展、改善居民生活条件的项目，以激发更多人的参与兴趣。通过故事化的方式，展示农村电商活动的实际效果和社会价值，增强人们的认同感和参与感。

建立社区参与平台，鼓励居民参与到电商项目的规划、实施和监督中来，让他们成为电商活动的主体和受益者。通过村民大会、社区议事会等形式，收集居民意见，确保电商项目符合当地实际需求，提高项目的接受度和参与度。对于积极参与农村电商事业的个人和组织，可以给予物质奖励或者精神表彰，如颁发荣誉证书、提供小额资金支持等，以激励更多的人参与。对于表现突出的电商组织，可以推荐其参与更广泛的电商活动，或者提供培训和发展机会，提升其能力和影响力。

4.2. 完善农村电商事业组织机构，提高质量

一是建立健全农村电商组织，加强政府引导与支持。鼓励和支持农村居民成立各类电商组织，如电商协会、志愿者服务队等，明确其宗旨、职责和运作机制。为这些组织提供必要的培训，包括项目管理、资金筹措、法律法规等，以提升其专业能力和服务水平。政府应出台相应政策，对农村电商组织给予政策上的支持，如税收优惠、资金补贴等，以降低其运营成本。政府可设立专项基金，用于资助农村电商项目，确保资金的有效使用和监管。完善相关法律法规，明确电商活动的合法地位和权益保护，为农村电商事业的健康发展提供法律保障。建立健全农村电商监管体系，规范市场秩序，保护消费者权益。同时，加强对农产品质量安全的监管，确保消费者购买到优质、安全的农产品。

二是加强农村基础设施建设。传统基础设施的健全与农村电子商务的应用相辅相成[7]。改善农村交通、通信等基础设施，以便于电商组织的人员和物资能够顺畅地进入农村地区。建立信息化平台，方便电商组织与农村居民之间的信息交流和项目对接。促进城乡电商资源的整合，鼓励城市电商组织向农村延伸服务，形成城乡互补的电商服务体系。建立城乡电商合作机制，共同开展跨区域的电商项目。加快

农村宽带网络建设，提高农村网络覆盖率，为农村电商的发展提供良好的网络环境。

三是创新电商模式。结合农村实际，探索适合农村特点的电商模式，如“扶贫 + 扶智”“产业扶贫”等，使电商活动更具针对性和实效性。利用互联网技术，开展线上、志愿服务等新型电商活动，拓宽农村电商的参与渠道和服务范围，融入更多现代化的科技支持。鼓励农民通过合作社、家庭农场等形式，实现规模化生产，提高产品质量和附加值。同时，推动农村电商与旅游、文化等产业融合发展，打造特色化的农村电商品牌。依托电商平台强化网购管理，加强网购平台的便利化搭建[8]。

4.3. 拓展农村电商事业资源供给，吸引人才

首先，政府应出台更加具体和有力的政策，明确支持农村电商事业的发展，包括税收优惠、土地使用政策、金融创新等方面。政府应加大对农村物流体系的投入，优化物流配送网络，降低物流成本。同时，鼓励物流企业拓展农村市场，提供定制化的物流解决方案，满足农村电商的需求。提高项目透明度和公信力：建立公开透明的项目管理和财务报告制度，提高公众对农村电商事业的信任度，从而吸引更多的资源投入。鼓励城市电商组织与农村电商组织建立合作关系，实现资源共享和经验交流，共同推动农村电商事业的发展。

其次，多元化资金筹措渠道，除了传统的政府拨款和个人捐赠外，还可以探索建立电商基金、社会责任投资、电商众筹等新型融资模式。利用线上线下渠道，开展公众募捐活动，提高社会公众对农村电商事业的关注度和参与度。建立健全的物资储备和分发系统，确保电商项目在需要时能够及时获得必要的物资支持。建立公开透明的财务报告制度，增加捐赠者和潜在投资者的信心，吸引更多的资金流入。

最后，培养农村电商人才。通过教育和培训，提升农村电商组织工作人员的专业能力，提高农村居民对电商事业的认识和参与度，培养一批懂业务、善管理的农村电商人才。同时，与高校合作，设立相关专业或课程，培养未来的电商人才。鼓励高校毕业生、退休人员等加入农村电商组织，为其注入新鲜血液。制定优惠政策，吸引专业人才到农村从事电商工作。提供具有竞争力的薪酬和福利待遇，吸引和留住优秀人才。对于志愿者，可以提供必要的生活补贴、技能培训和职业发展机会，以吸引更多的志愿者参与。促进城乡电商组织之间的合作与交流，让农村电商组织的工作人员有机会学习城市电商组织的先进经验和管理技巧。建设一支懂互联网、懂电子商务、懂农村和热爱农村的电子商务人才队伍[9]。

5. 结语

乡村振兴战略的实施，深刻体现了对现代化建设规律及城乡关系演变特性的精准把握，这是达成全面小康社会与推进国家现代化进程的关键任务。电子商务作为一项颠覆性的新技术，为农产品的高速销售搭建了坚实的平台，进而促成了现代化农产品电子商务体系的形成，该体系有效联结了农业生产者和消费者。在具体运营过程中，必须调和不同利益相关者，改善乡村商业环境，并优化产品结构。互联网技术的进步推动了乡村农产品电子商务平台的建设与拓展，它不仅推动了农产品经营模式的创新和营销途径的改善，还促进了农产品资源的流通，为乡村振兴目标的迅速实现，以及帮助人民摆脱贫困提供了坚实的基础，因此受到了社会各界的广泛关注。当前，中国农村地区电子商务的实施机制正逐渐走向成熟与完备。政府支持、社会组织参与、村民自治以及市场力量的相互配合，共同为农村电商的进展提供了坚实的支撑。公众对乡村振兴战略框架下的农产品电子商务发展持有高度认可，但在具体执行过程中仍面临诸多挑战，迫切需要我们针对这些具体问题，采取有效的策略，尽管如此，我们仍需持续深入地探讨与优化相关机制，以适应农村社会日新月异的变化及其发展所需，从而进一步激活与挖掘农村电商的活力与潜力，探寻出一条符合乡村振兴战略的农产品电子商务可持续发展之路，以加速实现乡村的全面振兴目标。

参考文献

[1] 陈享光, 汤龙, 唐跃桓. 农村电商政策有助于缩小城乡收入差距吗——基于要素流动和支出结构的视角[J]. 农业技术经济, 2023(3): 89-103.

[2] 郭娜, 李华伟. 农村电商与乡村振兴互动发展的系统动力学研究[J]. 中国生态农业学报, 2019, 4(4): 654-664.

[3] 李国英. 新型农村电商模式的产业逻辑及发展路径——基于农产品上行的视角[J]. 当代农村财经, 2022(10): 55-59.

[4] 廖一红. 乡村振兴视域下农村电商发展模式的探索及启示——基于乡村共同体的思考[J]. 税务与经济, 2022(3): 74-80.

[5] 冯勇, 陈登峰. 农村电商平台发展现状和趋势分析[J]. 改革与开放, 2020(12): 29-31.

[6] 任铂霖. “互联网+”背景下农业电子商务发展对策研究[J]. 产业创新研究, 2021(19): 43-44.

[7] 方师乐, 韩诗卉, 徐欣南. 电商发展与农村共同富裕[J]. 数量经济技术经济研究, 2024, 41(2): 89-108.

[8] 林莉. 互联网时代下生鲜农产品电子商务运营模式创新研究[J]. 农业经济, 2020(6): 139-141.

[9] 王婧. 基于乡村振兴战略的乡村电子商务发展困境及对策研究[J]. 中国储运, 2022(9): 129-130.