E-Commerce Letters 电子商务评论, 2024, 13(3), 8160-8165
Published Online August 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2024.1331000

Hans汉斯

乡村振兴及“互联网+”背景下农村电子商务发展现状与对策研究

杨　艳

贵州大学管理学院，贵州　贵阳

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

在国家“乡村振兴”和“互联网+”的背景下，农村电商快速发展，逐步成为促进乡村经济发展的重要动力。本文通过对当前农村电子商务发展现状进行深入调研分析，发现了一系列问题与挑战，如物流配送不畅、网络覆盖不足、农产品品质标准不统一等。从农村物流基础设施建设、电商人才培养和农产品标准化品牌化、政策和制度保障等方面，提出了一些切实可行的优化策略。通过实施这些对策，可以进一步推动农村电子商务的健康发展，实现农村经济的多元化蓬勃发展，达到乡村振兴战略的目标。

关键词

乡村振兴，互联网+，农村电商

Study on the Current Situation and Countermeasures of Rural E-Commerce Development in the Context of Rural Revitalization and “Internet+”

Yan Yang

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

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

Abstract

Against the backdrop of national “rural revitalization” and “Internet+”, rapid development is being

文章引用: 杨艳. 乡村振兴及“互联网+”背景下农村电子商务发展现状与对策研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8160-8165. DOI: 10.12677/ecl.2024.1331000

observed in rural e-commerce, which is gradually becoming an important driving force for rural economic development. Through in-depth research and analysis of the current status of rural e-commerce development, a series of problems and challenges have been identified, such as poor logistics and distribution, insufficient network coverage, and inconsistent quality standards for agricultural products. Practical optimization strategies have been proposed from the aspects of rural logistics infrastructure construction, e-commerce personnel training, standardization and branding of agricultural products, and policy and institutional safeguards. By implementing these countermeasures, the healthy development of rural e-commerce can be further promoted, the diversified and prosperous development of the rural economy can be achieved, and the goal of the rural revitalization strategy can be reached.

Keywords

Rural Revitalization, Internet+, Rural 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，我国政府提出了乡村振兴战略，旨在促进农村经济发展、提高农民生活水平、缩小城乡发展差距。随着这一战略的实施，农村电子商务作为推动乡村经济发展的新引擎逐渐崭露头角。同时，互联网技术的蓬勃发展为农村电子商务提供了前所未有的发展机遇。在互“联网+”时代背景下，农村电子商务不仅为农民增收致富提供了新途径，也为促进农村产业升级、优化农产品供应链、实现城乡资源要素有机流动等提供了新思路和新模式。

然而，尽管农村电子商务发展前景广阔，但也面临着诸多挑战和问题。当前，农村电商发展依然存在着物流配送不畅、网络覆盖不足、农产品品质标准不统一等诸多瓶颈和障碍，制约了其进一步发展。为此，有必要对目前农村电子商务的发展状况进行深入的研究，对其面临的问题与挑战进行剖析，并针对其面临的问题与挑战，制定切实可行的措施与建议，从而促进我国农村电子商务的良性发展，进而推进乡村振兴战略的顺利实施。

本论文旨在通过对乡村振兴及互“联网+”背景下农村电子商务发展现状的深入研究和分析，探讨农村电商发展面临的问题与挑战，并提出相应的对策与建议，旨在为推动农村电子商务的发展，促进乡村振兴战略的实施提供理论支持和政策建议。

2. 农村电子商务的内涵及发展背景

2.1. 农村电子商务的内涵

农村电子商务是指通过互联网和电子商务平台，促进农村产品的销售和购买，实现农业产品和服务的线上交易[1]。其主要特征包括线上线下一体化运营、互联网技术的广泛应用以及电子化设备的使用。农村电子商务涵盖 B2B (Business-to-Business)[1]、B2C (Business-to-Consumer)[2]、C2C (Consumer-to-Consumer)[3]、O2O (Online-to-Offline)[4] 等多种交易模式，通过这些模式，农产品可以在更广泛的市场中流通，农民也能

[1] 企业与企业之间通过专用网络或互联网进行数据信息交换、传递，开展交易活动的商业模式。
[2] 企业与客户之间通过因特网进行产品、服务及信息交换的商业模式。
[3] 客户与客户之间通过专用网络或互联网进行数据信息交换、传递，开展交易活动的商业模式。
[4] 即“线上到线下”的商业模式，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台。

直接与消费者进行交易，减少中间环节，提升收益。

2.2. 乡村振兴战略的提出及对农村电商的影响

乡村振兴战略是我国的一项重大举措，其目的是要以一种新的方式来推动农村经济和社会的综合发展，实现农业强、农村美、农民富的愿景[2]。同时，“三农”政策的出台，也为我国农村电商的发展带来了新的契机与动力。

乡村振兴战略提出后，国家对农村电商的扶持不断加强，除了加快农村网络基础设施建设外，还提出了以下几个方面的对策：一是加强物流基础设施建设，构建县域农村三级物流网络；实施“电商下乡”综合示范工程；扶持农村电子商务平台的发展，培育新型农村电商平台；促进农业生产的发展，促进农业生产的发展[3]。不仅促进了农村电商的发展，也提高了农户加入电商行业的积极性和主动性。

2.3. “互联网+”的概念及其对农村电商的影响

“互联网+”是指互联网与传统行业的结合，通过互联网技术推动传统产业的转型升级。自 2015 年我国提出“互联网+”战略以来，互联网技术已逐步渗透进各行各业，农村电商也不例外[4]。“互联网+”背景下的农村电子商务是指利用互联网技术和信息化手段，在农村地区开展的电子商务活动。它包括农产品的线上销售、农村消费品的电子商务配送以及与农业相关的服务业，如农资电商、农业技术咨询和农村金融服务等[5]。通过互联网，农民可以将农产品直接销售给消费者，减少中间环节，提高农产品的销售效率。

“互联网+”推动了电子商务的快速发展。通过“互联网+”，农民能够更便捷地获取市场信息，及时调整生产结构，提高生产效率。同时，互联网技术也使得农产品能够通过电商平台直接进入消费者手中，减少中间环节，降低交易成本，增加农民收入[6]。此外，电子商务平台的建立和发展，不仅提供了更多就业岗位，也逐渐吸引了众多年轻人回乡创业，改善农村就业和创业环境的同时，使农村经济实现了多元化发展。

3. 农村电子商务发展面临的挑战

3.1. 基础设施建设问题

基础设施建设不足是农村电子商务发展中较为显著的问题，制约了其进一步扩展和效益提升。首先，农村和偏远地区往往存在网络覆盖不全面或网络连接质量低的情况，容易造成“数字鸿沟”的问题[7] [8]。互联网普及率虽然在我国农村地区已大幅提升，但与城镇地区之间的差距仍然很大。此外，网络协同效率低下导致农产品在生产、流通、销售环节的信息不对称，使得农产品难以在最短时间内送达消费者，影响了产品的质量和销售。

其次，农村电商的发展对交通条件有很高的要求，但偏远地区的道路建设和维护不足，影响了农产品的运输效率和质量。例如，道路颠簸导致水果在运输过程中受损，影响了其市场价值。此外，物流配送问题也是农村电商发展的难点，农村地区往往面临快递服务不到位、送取货物不便捷等问题，且缺乏预冷、贮藏、冷链等环节，容易在运输或存储过程中造成部分农产品变质，无法保证终端产品的品质。

3.2. 缺乏专业电商人才

首先，农村的生活环境和待遇无法与城市相比，导致许多年轻人不愿意回农村就业，使得农村企业难以吸引到高素质的人才。同时，由于农村人的教育文化水平普遍较低，思维模式相对固定，使得他们对于电商的认知和接受度较低，推动农村电商的发展更加困难。此外，农村缺乏专业的互联网人才，使得农村电商的发展受到限制，众多电商物流平台在许多农村家庭中无法被充分应用。另外，农村缺乏实

用性和专业性强的人才培训方式和机制，使得农村电商人才的培养存在一定的困难。最后，由于缺乏具备电商专业知识和技能的复合型人才，农村电商产业融合发展面临着人才短缺的挑战，这对农村电商的进一步发展构成了障碍[9]。

3.3. 农产品标准化和品牌化问题

农村电商面临着农产品标准化和品牌化问题。首先，农产品的品牌意识普遍不强，部分农户甚至不具备自主品牌意识，农产品同质化问题显著。一方面，农产品生产者缺乏品牌建设意识，更偏向于传统的统购统销模式。另一方面，现有农村电商平台对入驻商家的品牌建设意识也不足，更注重入驻商家的数量和速度，导致平台上同质化产品过多[10]。此外，农产品品牌多局限于地域范围，难以在全国市场竞争中崭露头角。最后，农产品品牌培育的资本投入不足，难以获得融资进行品牌建设，相关的政策扶持、推广平台、营销活动也都有待加强。

其次，农产品的标准化程度低也是一个突出问题。农产品缺乏统一的标准和规格，导致在质量、安全等方面存在差异，难以得到消费者的信任和认可。这种标准化程度低不仅影响了农产品的销售，也导致农村电子商务发展受限。低标准化的农产品会增加消费者在网络购买时的风险，因为产品的真实品质难以判断，这对农产品在电商平台的推广和销售造成不利影响。同时，农产品的生产环节中也存在着一些问题，如部分农产品生产者以次充好，产品在仓储、配送过程中易受损坏，进一步影响了产品的质量和可持续发展。

3.4. 物流和配送体系不完善

尽管农村电子商务迅速发展，但物流配送问题仍是其发展的主要制约因素。首先，农村地域分散，交通设施匮乏，物流成本高、难度大、时间长，特别是新疆和西藏等边远地区，其农产品销往外地难度更高，限制了电商的便捷性。大部分物流企业仍以城市为主，未覆盖全部农村地区，导致大多数农村居民无法使用送货上门的服务，对网购体验产生不良影响，有碍于农村电商经济的发展。

其次，农产品的运输要求高，但现有技术无法满足，需要加强冷链物流建设。农村电商的发展需要便捷的物流网络支持，如商丘市等地已建立起“市–乡(区)–镇”物流体系，但偏远地区物流建设滞后，农民需自行运输产品，增加了成本[11]。农村物流配送环节发展滞后，仓储、冷链物流等方面存在问题，导致部分产品腐损率高，阻碍了电商的发展。最后，农村物流网络建设和运营管理水平不足，配送服务范围不足，时效性差，信息不透明，制约了电商的信誉和用户体验。

3.5. 政策和制度保障不足

农村电商在政策和制度保障方面面临多重问题。首先，我国现行法律法规主要针对线下实体店销售，对线上电子商务监管存在盲区，监管力度不足，监管工作人员水平低，各监管部门缺乏合作与协调，监管手段滞后，在农产品质量、食品安全等方面缺乏监管经验。农村电商行业协会、企业协会没有强烈的监管意识，使得农村电商发展落后于城市。其次，农村电商配套政策体系不健全，政策精准度不高，各部门间协作不足，导致政策执行效果不佳，缺乏实质性、精准性政策措施，限制了农村电商的发展。此外，电商交易主体资格不明确，知识产权和隐私权侵权问题严重，缺乏有效监管和维权机制，导致交易市场秩序混乱，消费者权益难以保障，妨碍了农村电商行业的健康发展。

4. 农村电子商务发展的优化策略

4.1. 完善基础设施建设

为完善基础设施建设，首先应积极建设农村电商示范区，通过针对不同地区的农业特点，推动特色

在线农业的发展，创造促进农产品进城的渠道，解决农村电商物流的“最后一公里”问题。其次，建立合理的农村基础设施基金，借助市场融资体系，政府可与中央部门严格按比例设立政策性金融机构，在农村基础设施建设中吸引更多社会资金的投入，特别是农村电商产业的基础设施。同时，建立健全农村基建产权制度与长效管理维护机制，明确产权和责任，为基础设施的后续维护提供保障。

4.2. 提升农村电商人才队伍建设水平

为了培养农村电商人才，可以在各地区乡镇建立农村电子商务人才培训中心，政府和相关机构应定期组织专业培训，涵盖电子商务运营、品牌建设、市场营销等内容，帮助农村电商从业者提升技能。此外，可以与高校和职业院校合作，开设电商相关课程，培养更多专业人才。通过线上和线下结合的方式，确保培训的广泛覆盖和持续效果。

另一方面，要对现有的电商从业者进行定期的教育和培训，将基本的电商知识与技巧传授给他们，同时还要开展一些实践活动，以此来建立具有乡村特色的电商培训体系，让农户们能够主动地参加进来。与此同时，还应该有专门的技术人员和专家来指导乡村电商人才，保证他们对信息化设备和软件的掌握，这样才能更好地推动乡村电商的发展。有关部门也应出台政策与措施，鼓励青年回乡创业，打造一支高素质、复合型的电子商务人才队伍。这可以通过多种方式培养本地电商人才，包括远程网络教育、培训班等，充分利用高校资源，为农村电子商务的发展注入新的活力。

4.3. 推进农产品标准化和品牌化

农村电商推进农产品标准化和品牌化的策略主要涵盖三个关键方面。首先需要建立和完善农产品标准体系。政府和相关行业组织应制定统一的质量标准、生产规范和检验检测制度，确保农产品在生产、加工、包装等环节都有明确的标准可依。通过严格的标准化管理，提升农产品的整体质量和安全性，为品牌化建设奠定坚实基础。其次，打造农产品品牌名片。通过挖掘传承与创新相结合，根据当地产品特色采用差异化销售策略，举办农产品展览会吸引优秀农民合作，提供高质量的农产品，对特色农产品品牌进行全面宣传和推广，赢得更多流通渠道，把握消费升级的需求趋势。最后，建立农产品溯源体系是关键步骤。包括追踪产地信息、统计销售情况，构建农产品大数据平台，纳入供应链体系，实现新的生产循环，加强品牌设计，打造农产品特色品牌，为乡村振兴增添力量。

加大政策扶持和资金投入。政府应出台针对农产品标准化和品牌化的专项扶持政策，如技术指导、资金补贴和市场推广支持等，鼓励农户和企业积极参与标准化和品牌化建设。同时，吸引社会资本和金融机构加大对农产品品牌建设的投资力度，通过多方合力推动农产品标准化和品牌化的全面发展，为乡村经济振兴注入新的动力。

4.4. 构建高效的物流和配送体系

建立高效的物流和配送体系是农村电商发展的重要保障。首先，需要增加物流配送点，完善县、乡、村三级物流配送体系，以解决农村居民分散居住和路牌不清的问题。此外，建立统一的物流服务质量标准，加强对农产品物流的管控力度，依托“互联网+”发展专业化农产品物流服务和冷链仓储加工设施，夯实农产品产地冷链物流基础。最后，提升农村快递末端服务水平，推动农村电商产业与物流业的融合发展，采取推广末端共配模式、建立物流追溯体系等措施，促进农产品销售和乡村振兴。

在实践中充分发挥农村邮政快递作用至关重要，通过与邮政快递合作，保证产品能够送达指定区域，提升服务覆盖率。同时，推广末端共配模式，健全末端共同配送机制，构建起安全便捷、实惠经济的农村寄递物流体系。此外，完善冷链寄递体系，引入冷链物流技术，提高农产品的运输质量和安全保障，

从而促进乡村电商的物流和配送的体系完整。

4.5. 加强政策支持和制度保障

政府应制定相关法律法规，为农村电商发展提供政策环境，包括减免税费、提供土地资源等方面的支持。同时，建立电商示范村和农村电商产业园区，通过示范村的建设和运营向其他农村地区宣传和推广农村电商的经验和模式。

其次，提供金融服务，解决农村电商的融资难题。政府应推动金融创新，开展普惠金融和农村金融改革，吸引更多投资者参与农村电商领域，并推动农村电商的快速发展。最后，建立健全乡村电商组织体系，并提供金融支持和政策倾斜。政府可以设立专门的贷款机构，提供创业贷款和发展资金，并制定税收政策和补贴政策，降低乡村电商经营成本，提高其竞争力。同时，政府需要加强政策宣传和解读，确保政策有效落地，加强对政策实施情况的监督和管理。

5. 结语

本文对于乡村振兴战略下农村电子商务发展现状及对策进行了深入研究和探讨。在当前“互联网+”时代的背景下，农村电子商务作为推动乡村经济发展、促进农产品销售的重要手段，具有巨大的发展潜力和广阔的市场前景。然而，农村电商发展仍面临着诸多挑战，如物流配送、人才培养、品牌建设等方面存在的问题。为了有效推动农村电商的健康发展，需要政府、企业和社会各界共同努力，形成政策支持、技术创新、人才培养、市场营销等方面的良性互动。只有通过各方的合力协作，才能够进一步激发乡村电商的活力，促进农村经济的全面振兴。期待未来农村电商将在乡村振兴战略的指引下，为实现乡村富裕、美丽、幸福作出更大的贡献。

参考文献

[1] 高山. 乡村振兴视域下农村电子商务发展探讨[J]. 全国流通经济, 2023(21): 136-139.

[2] 唐小平, 邓雯雯. “互联网+”背景下周口市农村电子商务发展现状及路径分析[J]. 经济研究导刊, 2022(3): 138-140.

[3] 杨嫚, 冯庆华. “互联网+”背景下我国农村电商物流发展现状及对策研究[J]. 电子商务, 2020(7): 30-31.

[4] 申童. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径[J]. 全国流通经济, 2024(6): 161-164.

[5] 中华人民共和国商务部. 中国电子商务报告(2021-2022) [EB/OL]. http://m.mofcom.gov.cn/article/bnjg/202211/20221103368045.shtml, 2024-05-09.

[6] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.

[7] 李蛟. 农村电商赋能县域经济高质量发展——基于国家电商示范县的实证[J]. 商业经济研究, 2023(24): 114-117.

[8] 段雨欣, 马培武, 李英嫽. “数商兴农”背景下我国农村电商发展前景探析[J]. 物流研究, 2024(3): 64-67, 79.

[9] 王萧杭. 乡村振兴战略背景下电商产业融合发展路径研究[J]. 中国商论, 2024(4): 26-29.

[10] 郑福, 周祚山. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究[J]. 中国商论, 2024(7): 29-32.

[11] 胡可, 窦钰迪. 乡村振兴视域下农村电子商务发展的路径[J]. 全国流通经济, 2024(2): 28-31.