

乡村振兴背景下我国农村电商发展的困境和对策研究

马媛媛

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年6月18日; 录用日期: 2024年7月1日; 发布日期: 2024年8月22日

摘要

随着互联网、物联网的蓬勃发展, 农村电商作为一种新兴产业迅速崛起, 是推动农村经济发展、改善农民生活质量、促进乡村振兴的有效途径。目前, 农村电商在乡村振兴战略下已取得显著成果, 但处于转型升级的关键时期, 仍存在基础设施相对薄弱、专业人才储备不足、产品质量良莠不一、售后服务不够完善等问题。本研究针对农村电商发展困境提出相应的解决策略, 以期促进乡村振兴和农村经济可持续、高质量发展。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 农村经济

Study on the Dilemma and Countermeasures of Rural E-Commerce Development in China in the Context of Rural Revitalization

Yuanyuan Ma

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 18th, 2024; accepted: Jul. 1st, 2024; published: Aug. 22nd, 2024

Abstract

With the booming development of the Internet and the Internet of Things, rural e-commerce is rapidly emerging as a new industry, which is an effective way to promote rural economic development, improve the quality of life of farmers and promote rural revitalization. At present, rural

e-commerce has achieved remarkable results under the strategy of rural revitalization, but it is in a critical period of transformation and upgrading, and there are still problems, such as relatively weak infrastructure, insufficient reserve of professionals, varying quality of products and inadequate after-sales service. This study proposes corresponding solution strategies for the development dilemma of rural e-commerce, with a view to promoting rural revitalization and sustainable, high-quality development of the rural economy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Rural Economy

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

党的二十大报告指出，“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村”。近年来，党中央高度重视农村电商发展，我国农村电商发展迅速，成为乡村振兴战略目标实现的重要推动力量。据商务大数据监测，2023年，全国农村网络零售额达到2.5万亿元，农产品网络零售额达5870.3亿元，我国连续11年成为全球第一大网络零售市场。农村电商作为新产业、新业态，成效显著，为农村经济发展注入了新活力，成为促进农村经济长效、高质量发展的新引擎。

2. 我国农村电商发展的机遇

2.1. 农村基础设施日益完善

近年来，我国持续致力于农村基础设施建设，取得较为可观的成效。首先，“四好农村路”不断发展完善，成为农村地区经济社会高质量发展的重要载体。党的十八大以来，习近平总书记多次就农村公路发展作出重要指示，强调“既要把农村公路建好，更要管好、护好、运营好，为广大农民致富奔小康、为加快推进农业农村现代化提供更好保障。”据人民日报报道，截至2023年底，我国农村公路总里程达460万公里，其中县道69.7万公里、乡道124.3万公里、村道265.9万公里，其中沥青、水泥路比例达到91.8%。其次，农村物流体系也初步建立。在乡村振兴战略背景下，为进一步促进农村电商高质量发展，商务部等9部门联合印发实施意见，为搭建多层次农村电商综合服务平台、加快农村现代物流配送体系建设等提出五年新目标和十四条具体举措。据中国物流与采购联合会发布数据显示，2024年4月份中国电商物流指数为113.2点，5月份有望稳中有升。电商物流体系的优化，使农村电商物流更快捷便利。不仅如此，我国构建了“融合、普及、安全、绿色”的宽带网环境，已初步实现了“市市通千兆”“县县通5G”。基础设施的建设和不断完善，为农村电商产业的发展带来了更多机遇。

2.2. 国家政策扶持

农村电商作为促进农村经济发展的重要途径之一，受到了国家和社会各界的高度重视。2020年习近平总书记在河南省光山县文殊乡东岳村考察时强调：“要积极发展农村电子商务和快递业务，拓展农产品销售渠道，增加农民收入。”2021年，商务部、中央网信办和发展改革委印发了《“十四五”电子商务发展规划》，文件指出电子商务要“服务乡村振兴，带动下沉市场提质扩容”。党的二十大报告也对全面推进

乡村振兴作出了重大战略部署。2023 年中央一号文件提出要“深入实施‘数商兴农’和‘互联网+’农产品出村进城工程”。2024 年中央一号文件提出“实施农村电商高质量发展工程”，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售。在党中央和国家政策的大力支持下，农村电商对农村生产和消费的巨大潜能充分释放，并已成为促进农村发展提质增效、推进农业农村现代化迈出新步伐的重要引擎[1]。

2.3. 农产品资源丰富

我国作为农业大国，农产品资源非常丰富，已成为全球覆盖农产品最多、业务模式最丰富的农业大国之一，为农村电商的发展提供了稳定充足的货源。据农业农村部发布数据：最近十年，中国粮食产量从 5 亿吨增加到 6.6 亿吨，肉蛋奶产量从 1.2 亿吨增加到 1.4 亿吨，水产养殖产量从 3100 万吨增加到 4700 万吨。我国幅员辽阔、地形多样、南北跨度大、热量差异显著等原因，每个地区都有各具特色的农产品资源。近年来，随着中国科技和信息技术的飞速发展，“互联网+”助农模式也不断发展，农产品生产效率更高、质量更好，丰富的农产品资源极大地满足了个性化的消费者需求。我国丰富的农产品资源有助于扩大农产品市场，甚至开拓海外市场，扩大农产品销路。

3. 我国农村电商发展的困境

3.1. 基础设施相对薄弱

乡村振兴背景下，农村电商产业发展面临着基础设施不完善的现状，这是制约其进一步发展的重要挑战[2]。2024 年 3 月 22 日，中国互联网络信息中心发布了《中国互联网络发展状况统计报告》，报告显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，较 2022 年 12 月新增网民 2480 万人，互联网普及率达 77.5%。即便如此，农村互联网普及率仍低于城市一大截，信号不稳定、网络覆盖率不高、网络稳定性较差等问题依然存在，不足以支撑农村电商的快速发展。不仅如此，农村电商在我国仍处于发展的初级阶段，农村的物流体系相对不完善，成为制约农村电商发展的瓶颈之一。农村居民大多是一家一户，居住分散，不少农村仍存在道路崎岖、交通落后等问题，“最后一公里”问题仍然很突出，物流网点无法实现全覆盖，物流配送成本较高、难度较大、效率较低等问题尚未得到妥善解决。

3.2. 专业人才储备不足

制约我国农村电商进一步发展的突出瓶颈就是电子商务专业人才短缺的问题。近年来，城乡差距逐渐缩小，但人才分布仍不均衡，中国农业大学《中国农村电商人才现状与发展报告》指出，到 2025 年农产品上行电商人才缺口将达到 350 万人。农村电商发展缺乏相应的电子商务专业人才，造成专业人才短缺的原因主要有：一是农村人口“走出去”，城市人口“引不进来”。2010 年全国高校应届毕业生人数为 631 万人，2024 年全国高校应届毕业生人数将达到 1187 万人，大部分毕业生选择城市就业而非农村。城市发展前景好，农村就业机会相比城市少、薪资低，青年返乡意愿低，不少受过高等教育的农村年轻人都纷纷选择去城市打拼，以致农村难以招募到足够多的电子商务专业人才，农村人才储备较为薄弱。二是农村电商人才培养滞后。不少农村仅限于在各院校招募人才，但忽视了当地村民和选择留下来就业的年轻人，农村电商人才专业技能培训机制不到位，无法满足当地村民求知欲望和留村人才的发展需求。高素质电商人才在数量和结构上均不能满足农村电商高速发展的需求，这已经成为制约我国农村电商健康可持续发展的重要因素之一[3]。

3.3. 产品质量良莠不齐

农村电商推动了农产品标准化、品牌化、规模化的发展[4]，但质量问题仍是农村电商发展过程的难

点和痛点问题。一是农产品生产标准化程度低。农村大多是个体经营，各家各户农产品的质量、规格等参差不齐，散户的生产和加工方式，不便于统一经营和管理，导致农产品标准化程度低。一些农村企业为扩大销量，存在缺斤少两、以次充好的恶劣现象，影响消费者对当地农产品的体验感和信任度。二是农产品同质化严重。部分大规模生产的农产品，村民因缺乏专业知识、不了解市场规则等原因，简单粗暴生产，加工层次低，存在诸多相同或相似产品，以至于出现供大于求、资源浪费的情况。同质化生产导致各地农产品缺乏特色，辨识度低，同地区相互竞争，分散竞争力，不利于当地经济发展和农产品改善进步。三是农产品没有形成独特的品牌，农产品附加值低。例如，“物美价廉”、“健康无害”是大多农产品打出的“特色”，一个口号打响后，众多农村前后效仿，让本身具有优势的农产品成为了“廉价品”。农产品的品牌效应低，认可度也会降低，从而影响农产品的销售市场，农村电商发展变得步履维艰。

3.4. 售后服务不够完善

农村电商的快速发展中，电商售后服务作为连接售卖者与消费者的桥梁，必须并肩同行。首先，我国农村电商发展一定程度上受到服务不到位的制约。不难发现，我国农村电商的售后服务非常薄弱，货物发出即完成交易，但这无法形成一个完整的闭环。电商售后服务繁琐，涉及诸多环节，甚至会出现预料不到的情况，农村电商企业经营规模小、认知受限、经验不足、数据分析能力有限等问题导致农村电商服务水平低，无法满足消费者售后个性化需求。其次，售后服务不完善一定程度上也在于没有相关政策的保障。售后服务的复杂性、多变性和不可测性，导致很难有相关政策去推动落实，无法保证优质的售后服务。不仅如此，同一农村企业会在淘宝、抖音、拼多多等多平台进行销售，以致经常出现沟通不畅、处理问题不及时、遗漏问题等情况，从而影响消费者的服务体验和满意度。

4. 我国农村电商发展的对策

4.1. 加强基础设施建设

完善的基础设施建设对农村电商的可持续发展至关重要，必须和农村电商协同发展。首先，政府要加强完善农村网络和通讯基础设施建设。电商交易主要依靠的搭载平台是网络，但农村网络状况依旧不乐观，限制了售前、售中和售后服务的效率。为了赶得上、追得上农村电商的发展需求，满足消费者的购买需求，改善农村网络状况势在必行，要进一步提高农村互联网的覆盖率和运行速度。其次，政府要加大对当地农村道路的修复、建设工程。完善交通线路规划，对交通线路进行合理布局，提高交通线路的覆盖率，解决配送“最后一公里”问题，确保安全、高效的产品输送。同时，加强电商物流体系建设。要善于将大数据、互联网、人工智能与物流体系相结合，提高订单配送、路线追踪的透明度，进行可视化管理，最大程度地保障产品质量、提高运输效率和精确度。不仅如此，还要加强冷链物流建设。农产品以生鲜产品居多，对运输过程中的温度、速度有较高的要求。进一步提高农产品的市场竞争力，对其口感的影响因素要格外注意，要提供符合当地农产品特点的保鲜技术和冷链物流体系建设。换言之，农村电商要进一步高质量长效发展，必须打造智能化的农村物流体系，让农村物流跟得上农村电商发展速度。

4.2. 强化人才引进工作

电商领域具有高度的专业性，与其所采取的一般商业运营模式截然不同。在这一领域，除了需掌握基础的文化理论外，还对计算机科学、数据库管理以及电子商务平台等方面有着深入的了解[5]。《国家乡村振兴战略规划(2018~2022年)》中提出：“实行更加积极、更加开放、更加有效的人才政策，推动乡村人才振兴，让各类人才在乡村大施所能、大展才华、大显身手。”人才是农村电商发展的中坚力量，

农村电商发展的各个环节都离不开专业人才的参与和支持。首先，要招揽电子商务专业人才。各地政府要积极推出优惠政策和补贴措施，吸引、鼓励专业人才来农村就业，加强校企合作，积极引进各高校、高职、中职院校的高水平专业人才投身乡村振兴战略，为农村电商发展输送新鲜的血液。其次，加强电子商务专业技能培训。当地政府有关部门应对当地村民和引进人才定期进行专业知识和技能培训，内容可以包括电商平台注册、电商设备运用、产品宣传、营销策略等，通过开设电商知识培训班、电商技能运用等方式提高当地村民的专业化水平。

4.3. 严格把控产品质量

随着人民生活水平越来越高，人民所追求的是安全、优质的农产品，对农产品的质量要求越来越高。首先，各农村地区要提高农产品质量。各地区在打造农产品时应把质量问题放在首位，注重精细化加工，树立起农产品的质量口碑。为加强对农产品质量的严格把控，各地政府要建立健全农产品质量检测机制，加强对农产品质量的监管工作，确保推出的农产品都是有质量保障的优质农产品。同时，建立农产品溯源体系，追溯农产品的生产、加工、运输等各个环节，确保产品的质量和安全[4]。其次，加强农产品的品牌建设。随着消费水平的提高，消费者在选择产品时更加注重品牌，品牌效应一旦形成，会潜移默化提高农产品的回购率。各农村企业要培育当地农产品的品牌认知度，形成品牌效应，通过品牌形象的塑造提升农产品的价值和市场参与度，扩大农产品的竞争力和市场影响力。最后，各地区要善于因地制宜打造专属品牌。产品特色是各农村电商扩大销售市场的关键，应结合当地资源优势挖掘特色产业，寻找差异和特色，有针对性地进行创新售卖点，例如：赣南脐橙、五常大米、武夷岩茶等，做好“土特产”，突破同质化困境，树立自己的专属品牌。

4.4. 优化电商售后服务体系

售后服务，即在商品售出后为消费者提供的多种服务，是一种延伸消费。优化电商售后服务体系，可以提升用户体验感，是二次消费的关键。一是要提供投诉和反馈渠道。用户的反馈对于归纳用户需求、改进产品至关重要，是衡量农村电商发展水平的重要标尺。通过反馈信息的归纳和整合，可以清楚了解到消费者的购买需求，对于消费者反馈的问题，当地电商企业要做到“有则改之，无则加勉”，及时调整农产品，从而增强用户黏性。二是要完善售后保障体系。网络销售最常见的就是退货和换货问题，这项服务做的好与不好直接影响消费者的体验感和回头率，要通过在线客服、电话追踪、售后投诉等方式及时解决消费者反馈的问题。三是定期访问老客户。格言曾说：“你忘记客户，客户也会忘记你”。在成交之后，售后服务人员要定期回访客户，了解客户对当地农产品的满意程度和消费感受，虚心听取意见反馈给相关部门，赢得消费者的信任。另外，需密切关注行业发展趋势和用户需求变化，不断优化电商平台功能和服务，保持竞争优势[6]。通过不断优化薄弱的电商售后服务体系，形成一条完整、高效的售后服务链，助力农村电商的高质量发展。

5. 结束语

在我国乡村振兴战略背景下，农村电商发展如火如荼，成为推进乡村振兴，解决“三农”问题的澎湃动能。要抓住农村电商发展的机遇，发挥农村电商的潜力，妥善处理发展中遇到的困境和瓶颈，为农村电商高质量、高水平、可持续发展铺路架桥。

参考文献

- [1] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [2] 徐荣. 乡村振兴背景下农村电商产业发展策略研究[J]. 中国商论, 2024(9): 5-8.

- [3] 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.
- [4] 范冰冰. 乡村振兴战略背景下农村电商发展存在的问题及对策浅析[J]. 现代农业研究, 2024, 30(1): 68-71.
- [5] 马辉. 大数据背景下农村电商发展存在的制约因素与解决对策分析[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(10): 5-8.
- [6] 王秀芬. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径分析[J]. 商场现代化, 2024(10): 56-58.