

乡村振兴背景下农村电商发展机遇、 困境及对策研究

孙祥森

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年6月28日; 录用日期: 2024年7月8日; 发布日期: 2024年8月23日

摘 要

随着互联网、物联网等技术的快速发展, 农村电子商务也得到了快速发展, 农村电商有效带动了乡村产业的振兴。农村电商在诸多扶持政策出台和基础设施日益完善的背景下, 迎来了更多的发展机遇, 但仍面临一些挑战, 如农村电商产业在发展中专业技能人才匮乏、基础设施不完善、农村电商营销推广效果欠佳及农产品结构层次度低等, 导致农村电商的发展受到了一定的制约。基于此, 本文提出了相应的解决对策, 包括招揽专业技能人才、完善硬件设施建设、利用新技术创新农产品营销模式及提高农产品结构层次度等策略, 进一步促进农村电商的快速发展, 以期更加有效地推动乡村振兴。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 对策, 农产品营销模式, 农产品结构层次

Research on the Development Opportunities, Dilemmas, and Countermeasures of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Xiangsen Sun

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 28th, 2024; accepted: Jul. 8th, 2024; published: Aug. 23rd, 2024

Abstract

With the rapid development of Internet, Internet of Things and other technologies, rural e-commerce

has also developed rapidly. Rural e-commerce has effectively driven the revitalization of rural industries. Against the backdrop of many supportive policies and increasingly improved infrastructure, rural e-commerce has ushered in more development opportunities, but still faces some challenges, such as a lack of professional and skilled talents in the development of rural e-commerce industry, incomplete infrastructure, poor marketing and promotion effects of rural e-commerce, and low level of agricultural product structure, which have led to certain constraints on the development of rural e-commerce. Based on this, this article proposes corresponding solutions, including recruiting professional skilled talents, improving hardware infrastructure construction, utilizing new technologies to innovate agricultural product marketing models, and improving the hierarchical structure of agricultural products, to further promote the rapid development of rural e-commerce and more effectively promote rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Countermeasures, Agricultural Product Marketing Model, Hierarchy of Agricultural Product Structure

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

党的十九大提出要实施乡村振兴战略，党的二十大报告提出，全面推进乡村振兴。我国作为一个农业大国，国家历来重视农村、农业、农民的发展问题，农村电商作为解决“三农”问题的有效策略，在推动农村经济发展过程中发挥着不可替代的作用。农村电商在促进农民增收和推动农村经济的增长中扮演着至关重要的角色。随着乡村振兴战略的全面实施，农村电商正面临前所未有的发展机会，其发展势头强劲。然而，尽管发展迅速，农村电商在成长的道路上也遭遇了一系列挑战和困境。本研究将深入探讨这些困境，并提出有效的解决策略，以促进农村电商的健康发展，进而为实现乡村振兴战略目标做出贡献。

2. 乡村振兴背景下农村电商的发展机遇

随着互联网技术的发展，在全面推进乡村振兴的背景下，农村电商迎来更多的发展机会，基础设施日益完善、政策支持、信息化智能化新技术发展等机遇将促进农村电子商务发展新进程。

2.1. 农村电商基础设施日益完善

根据国家统计局发布的数据，2022 年，中国农产品电商的销售额不仅完成了既定目标，还超出预期，达到了 5313.8 亿元人民币，这一数字远超 4300 亿元的预定目标。这一成就反映了农产品电商网络零售额的显著增长。同时，根据第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2022 年 12 月，中国农村地区的互联网普及率已经达到 61.9%，比前一年增长了 4.3 个百分点。农村网民的数量也达到了 3.08 亿，比 2021 年 12 月增加了 2371 万^[1]。这些数据突显了中国农村在网络基础设施方面取得的显著进步，并且随着互联网普及率的持续上升，为农村电商的进一步发展提供了强有力的支撑。此外，中国的“四好农村路”建设也取得了显著成效，近十年内新改建的农村公路总长约 253 万公里，极大地改善了农村地区的交通条件，为农产品的运输和电商的发展提供了便利。到 2022 年，全国农村公路的总里程已经达到

453 万公里，等级公路的比例高达 96% [2]。随着农村电商的快速发展，乡镇快递网点的覆盖率已经广泛超过 98%。在 2022 年，中国的快递业务量达到了 1105.8 亿件，连续九年保持世界第一的业务量，业务收入达到了 1.06 万亿元，同比增长 2.3%。快递行业的日处理能力超过了 7 亿件，年人均快件量接近 80 件[3]。由此我们可以看出，互联网的普及和基础设施的改善为农村地区带来了前所未有的机遇，同时也为农村电商的发展提供了广阔的空间和可能性。

2.2. 政策助力农村电商发展

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》。该规划强调了电子商务与农业、制造业、服务业等各产业的深度融合，旨在通过数字化转型全面改造产业链和供应链，从而成为推动传统产业升级和乡村振兴的关键力量[4]。2022 年，中央政府发布的中央一号文件提出了实施“数商兴农”工程，目的是将电子商务更深入地推进到乡村地区，利用数字化手段促进农业发展[5]。2023 年，中央一号文件进一步强调了要深化“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程的实施，鼓励通过电子商务平台直接采购农产品、发展定制化生产等新型模式，并支持建设以农副产品为中心的直播电商基地[6]。这些政策和工程的推出，标志着政府对于利用数字商务和互联网技术来激发农村电商潜力、推动农产品销售和农业产业升级的坚定决心，预期将为农村电商的发展带来新的增长机遇和动力。

2.3. 信息化、智能化新技术促进农村电商发展

在近十年的时间里，信息技术经历了革命性的进步，尤其是大数据、云计算和人工智能等技术的快速发展，已经极大地推动了数字经济的深入融入到社会的各个生产生活领域，显著提升了数据作为生产力的价值[7]。这些新兴技术对农村地区的农业、电子商务和物流等行业的稳定发展起到了重要的推动作用，为乡村振兴注入了新的动力。在电子商务领域，大数据的应用已经变得无处不在，它为商家们提供了包括销售数据和客户反馈在内的可视化信息，使得商家可以运用这些数据进行深入分析，实现更有针对性的营销策略。此外，AI 为电商平台带来了自动化的营销内容生成能力，比如制作营销文案、设计海报、编辑短视频等。除此之外，AI 还能够不间断地为顾客提供全面的服务支持，包括售前咨询、售中协助和售后服务，甚至能够进行虚拟直播，帮助商家降低成本，提高效率。随着这些信息化和智能化技术的快速发展，预计它们将继续为农村电商的发展提供强有力的支持，推动其进入一个新的发展阶段。

3. 乡村振兴背景下农村电商的发展困境

3.1. 专业技能人才匮乏

电商行业作为技术密集型行业，对人才的需求非常旺盛。在农村地区，电商行业的成长受到劳动力、资金、技术及制度等多方面因素的制约。特别是人才的吸引与培养方面，面临诸多挑战，如地理位置的偏远、经济条件的不足以及相对较低的薪资水平等。此外，现有的培训体系和机制也存在不足，缺少如营销实操、市场分析和数据解读等实用性和专业性强的培训内容。首先，许多年轻人对于回到农村工作持保留态度，主要是因为农村的生活环境和职业机会与城市相比存在差距。薪资待遇问题是核心所在，农村地区的薪资普遍低于城市，这导致年轻人认为农村地区的待遇不足以吸引他们。这使得农村企业在招聘合适的电商人才时面临困难，难以组建和维持一个高效的电商团队。其次，农村地区中老年人的教育水平普遍不高，他们的思维模式较为固定，更倾向于接受传统方法，对新兴事物的接受度较低，这使得他们对电商的认识和理解不足，进一步增加了推动农村电商发展的难度。电商业务并非单纯的交易行为，它需要团队协作和专业人才的支持。因此，解决农村电商领域的人才问题至关重要。除了提升薪资待遇以吸引人才外，还应该加强对人才的培训和教育，增强他们的电商专业知识和技能。此外，农村电

商企业可以通过与高校和专业培训机构的合作,引进有经验的电商专家进行指导和培训,从而吸引和培养更多具备专业能力的人才,以促进农村电商产业的持续发展。

3.2. 基础设施不完善

乡村振兴背景下,农村电商产业的进一步发展受到了基础设施不足的严重制约。首先,农村地区在道路建设、物流体系和通信网络等方面存在明显的滞后,这不仅降低了商品流通的效率,还增加了相关成本。其次,农村物流的信息化程度不高,在农村网点能够使用自动化物流运作设备较少,需要投入的费用较高。农村电商以销售水果、蔬菜等农产品为主,农村物流冷链仓储技术不足[8]。最后,农村地区在电子支付和金融服务的普及率上也存在不足,这限制了消费者的支付选项和企业资金的流动性,进而影响了电商交易的顺畅性。为了解决这些问题,政府需要增加对农村基础设施的投资,特别是要强化农村的交通设施、通信网络和金融服务体系,以提高农村的信息化水平和金融服务的普及率。电商企业也应积极响应,通过深入了解农村市场,开发和提供更符合农民需求的产品和服务。同时,通过开展培训和教育活动,提高农民对电商的了解和接受度,从而提升他们的电商应用能力。由此看来,只有政府和企业协同合作,持续投入和努力,才能逐步解决农村电商发展中的基础设施问题,进而推动农村经济的发展和乡村振兴战略的深入实施。

3.3. 农村电商营销推广效果欠佳

农村电商企业在市场推广方面主要依赖于传统手段,如电视广告、媒体营销、在线购物平台以及常规的直播销售等,而缺乏创新的营销策略。这种做法在一定程度上限制了农产品市场拓展的潜力。鉴于农产品的多样性和天然优势,如高性价比和健康属性,农村电商需要更深入地利用这些优势,通过电商平台进行有效推广。然而,目前农村电商在营销推广上存在几个主要问题:第一,由于缺乏创新的营销手段,农村电商企业难以在线上市场取得突破。农产品往往因为附加值不高、品牌影响力不足,以及种植模式单一,导致销售主要依赖自产自销或中间商,未能充分利用线上市场潜力。第二,尽管企业在平台上进行了广告推广,但由于转化率和复购率较低,营销活动的持续性和效果并不理想。第三,在电商平台上销售农产品时,宣传推广往往缺乏针对性,未能采用精准营销的策略,导致推广成本上升而效果不佳。针对这些问题,农村电商企业需要探索更多元化和创新的营销方式,比如利用社交媒体、内容营销、故事化营销等手段,以及开发更多与消费者需求和偏好相匹配的定制化产品。同时,加强品牌建设和提升产品质量,以增加农产品的市场竞争力和吸引力。

3.4. 农产品结构层次度低

农村电商产业的发展受到了农产品种类单一、品质参差不齐和附加值低等问题的制约。在传统的农业经营中,农村地区主要种植传统作物,导致农产品种类不够丰富,无法满足市场的多样化需求,也难以吸引消费者。随着经济的发展和消费升级,消费者对农产品的质量和品牌有了更高的期待。但是,目前许多农产品市场仍以低端产品为主,缺乏高品质和知名品牌的产品,这降低了消费者的购买意愿,未能满足他们对品质和品牌的需求。大多数农产品仍处于初级阶段,缺乏深加工和品牌化,导致附加值低,难以激发消费者的购买兴趣。在市场和消费者需求的推动下,农产品产业迫切需要加强品牌建设,提升加工精细度,以提高产品的附加值,满足消费者对高品质农产品的需求。同时,也存在部分农户为了追求利润,将低质量的农产品与高端产品混合销售,这损害了农产品的整体质量和品牌形象,影响了消费者的信任,对建立高端农产品产业链产生了负面影响。因此,农产品产业需要通过提升产品质量、加强品牌建设和精细化加工,来改善消费者对农产品的看法,提升其在市场中的竞争力,实现可持续发展。这不仅能够满足消费者的需求,也能为农产品产业带来长期的增长动力。

4. 乡村振兴背景下农村电商的发展对策

4.1. 招揽专业技能人才

人才是任何企业成长和创新的关键动力，对于在农村电商领域的企业尤其如此。在竞争激烈的商业环境中，拥有一支专业知识和技能过硬的团队对于企业的长期发展至关重要。因此，农村电商企业必须重视人才的引进和培养。首先是构建一个全面的培训体系，涵盖专业课程、实操培训和研讨活动，以提升人才的专业技能和创新思维。这包括对电商运营、市场推广和物流管理等方面的系统培训，确保从业人员能掌握必要的知识和技能。其次，政府的角色同样重要，应出台政策，设立专门基金来支持农村电商人才的培养。通过激励高校、培训机构与企业之间的合作，共同推进人才培养计划，加强产学研结合，为学生提供实践机会，从而提升他们的实战能力。此外，推广成功的农村电商案例和经验，可以吸引更多人投身于这一行业，并激发他们的创业热情。为此，提供专业的培训和指导至关重要。最后，建立导师制度，让经验丰富的企业家和专家亲自指导年轻人，分享他们的实战经验和管理技巧，这对于提升农村电商行业整体的专业水平和竞争力具有重要意义。同时，与高等教育机构合作建立研究中心和实验基地，将进一步推动理论与实践的结合，为农村电商的持续发展打下坚实的基础。

4.2. 完善硬件设施建设

农村电商物流的发展在完善硬件设施建设方面需要综合考虑多方面因素，并采取一系列专业措施：第一，建立装备有自动化分拣和智能仓储系统的现代物流配送中心，目的是集中管理农产品及其他商品，提高物流的效率与服务质量。第二，改善农村道路状况，建设高速公路和农村公路网络，增强物流的可达性和便捷度，同时考虑发展水路和铁路运输，以提供多元化的物流解决方案。第三，投资冷藏设施和冷藏运输工具，保证农产品在运输过程中的新鲜度和质量，延长其保质期，增强市场竞争力。第四，采用现代化的仓库和储存技术，提升农产品的存储条件，减少库存成本，降低运营风险[9]。第五，利用物联网、大数据、人工智能等技术，实现物流信息的实时监控和管理，优化配送路线，提高配送效率，增加客户满意度。通过这些措施，农村电商物流可以提供更高效、便捷的服务，加强与消费者和供应商的联系，促进整个行业的持续发展。

4.3. 利用新技术创新农产品营销模式

互联网、大数据、云计算、人工智能等新技术迅速发展，将有效帮助农村电商快速发展，进而助力乡村振兴[10]。传统的营销手段，如电视广告，已不足以吸引线上消费者，因此需要创新的在线营销策略来拓展农产品的网络市场。首先，可以采用虚拟主播和自动化直播技术进行农产品的线上直播销售，同时培养本地的农村主播，利用他们的粉丝基础和影响力来推广农产品。这不仅能为农村企业和农户创造收益，还能提升当地农产品的市场知名度和品牌价值。其次，在农村电商的平台上，应充分利用人工智能和大数据技术来实施精准营销。例如，使用智能客服提高客户服务体验，并结合 AI 和大数据分析销售数据和用户反馈，以实现更有针对性的市场推广。最后，通过私域流量的运营，农产品的销售主体可以通过各种营销活动、内容分享和社群互动来吸引和维护线上客户群体。利用微信等社交平台的工具，如朋友圈、公众号和小程序，来实现流量的转化和销售。同时，建立一套完整的私域运营体系，规范化操作流程，以提高销售转化率和客户的重复购买率。综上所述，通过直播销售、精准营销和私域流量运营等创新手段，结合新技术的应用，可以有效推动农产品的在线销售，促进农村电商的创新和发展。

4.4. 提高农产品结构层次度

乡村振兴背景下，提高农产品的结构层次度是农村电商产业发展的重要策略。农产品的结构层次度

指的是农产品的种类多样性和附加值的提高程度。随着消费者越来越重视健康、安全和环保,对有机和绿色农产品的需求不断上升。农村电商企业有机会通过推广有机和环保的农业技术,引导农民生产无污染、无化学残留的农产品,从而提升这些产品的价值。同时,这些企业也需要建立强大的品牌战略,满足市场对健康食品的需求,通过创造独特的产品线和品牌影响力来吸引并留住顾客,逐步扩大市场份额。为了保障产品质量和企业的长期声誉,还需要制定严格的产品标准和奖惩制度,防止劣质产品流入市场。通过这些措施,不仅可以提升农产品的经济价值和竞争力,还能推动农村电商产业的发展,为农村经济的振兴做出贡献。在乡村振兴战略的背景下,农村电商物流的发展需要政府、企业和社会各界的共同努力。关键在于整合资源,建立一个完善的农村物流系统。这需要深入分析当前物流发展中遇到的问题,并制定出切实可行的解决策略,以实现城乡发展的和谐与均衡,进而推动乡村全面振兴。在这个过程中,政府的角色是提供政策支持和方向指引,企业则需要在技术革新和管理提升上投入努力,社会各界也应积极参与进来。通过这种协同合作,可以推动农村电商物流行业向着更加繁荣和可持续发展的方向发展。

5. 结语

在乡村振兴战略下的农村电商发展,是促进乡村经济社会健康发展、促进乡村文化复兴的重大措施之一。农村电商发展的重点应着眼于招揽专业技能人才、完善硬件设施建设、利用新技术创新农产品营销模式和提高农产品结构层次度等方面。政府、企业以及社会各界都应该积极参与到这一进程中,通过共同努力,推动农村电商的持续健康发展。唯有共同努力,农村电商才能在乡村振兴中发挥更大的作用,为实现乡村全面振兴的目标贡献力量。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2023/0807/MAIN169137187130308PEDV637M.pdf>, 2024-05-05.
- [2] 韩鑫. “四好农村路”铺就发展快车道[N]. 人民日报, 2023-04-20(007).
- [3] 李心萍. 快递服务覆盖全国 95%建制村[N]. 人民日报, 2023-01-18(010).
- [4] 中华人民共和国商务部. 商务部 中央网信办 发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》的通知[EB/OL]. <http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/zhengce/hyfg/202202/130798.html>, 2024-05-29.
- [5] 中共中央国务院关于做好二〇二二年全面推进乡村振兴重点工作的意见[N]. 人民日报, 2022-02-23(001).
- [6] 中共中央国务院关于做好二〇二三年全面推进乡村振兴重点工作的意见[N]. 人民日报, 2023-02-14(001).
- [7] 加快构建中国特色数据基础制度体系促进全体人民共享数字经济发展红利[J]. 宏观经济管理, 2023(3): 13-15, 34.
- [8] 杨维新, 郑秀. 乡村振兴背景下农村物流所面临的问题与对策研究[J]. 物流科技, 2023, 46(4): 1-4.
- [9] 尚欢. 乡村振兴背景下农产品电商物流发展研究[J]. 产业创新研究, 2024(4): 71-73.
- [10] 冯敏贤, 林杰婷, 吴晓菊. 浅析乡村振兴背景下农村电商发展现状及对策[J]. 山西农经, 2024(8): 67-69.