

乡村振兴视域下榕江县“村超”助力乡村电商产业发展研究

刘明易*, 梁桦#, 龙小松

贵州大学体育学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月9日; 录用日期: 2024年10月24日; 发布日期: 2024年10月31日

摘要

在乡村振兴背景下探讨贵州“村超”体育赛事助力乡村电商产业发展研究,旨在为榕江县电商发展开发新的路径、注入新的活力。随着大数据时代的快速发展,乡村电商直播进入蓬勃发展时期。体育和乡村电商联系密切,实现电商发展转型升级,在促进城乡融合发展、缓解城乡收入差距、推动新时代乡村振兴事业发展等方面具有重要作用。本文通过分析“村超”助力乡村电商发展现状、机遇,探讨“村超”助力乡村电商发展面临的困境,提出针对性完善策略,以期体育助力乡村电商未来发展提供有益借鉴。

关键词

乡村振兴, 村超, 乡村电商, 数字化, 电商直播

Research on Rural Revitalization of Rongjiang County under the Perspective of “Village Super” to Help Rural E-Commerce Industry Development

Mingyi Liu*, Hua Liang#, Xiaosong Long

School of Physical Education and Sport, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 9th, 2024; accepted: Oct. 24th, 2024; published: Oct. 31st, 2024

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 刘明易, 梁桦, 龙小松. 乡村振兴视域下榕江县“村超”助力乡村电商产业发展研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 934-942. DOI: 10.12677/ecl.2024.1341230

Abstract

In the context of rural revitalization, the study of Guizhou's "village super" sports events to help rural e-commerce industry development is aimed at developing new paths and injecting new vitality into the development of Rongjiang County's e-commerce. With the rapid development of the big data era, rural e-commerce has started to boom. Sports and rural e-commerce are closely linked, and the transformation and upgrading of e-commerce development plays an important role in promoting the integrated development of urban and rural areas, alleviating the income gap between urban and rural areas, and promoting the development of rural revitalization in the new era. This paper analyzes the current situation and opportunities of "village super" to help rural e-commerce development, discusses the dilemmas faced by "village super" to help rural e-commerce development, and puts forward targeted improvement strategies, in order to provide useful reference for the future development of sports to help rural e-commerce.

Keywords

Rural Revitalization, Village Super, Rural E-Commerce, Digitalization, Live 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

党的二十大报告提出：“推进以县城为重要载体的城镇化建设”[1]。榕江县积极实施新型城镇化战略，旨在通过优化资源配置，强化县城的竞争力。尤其注重电子商务、文化旅游与健康养老等新兴产业和业态的发展，以此驱动产业结构的深度转型和升级，以提升整体发展水平。

“村超”火爆席卷全球。习近平总书记在2024年新年贺词中点赞“村超”活力四射；“村超”也被媒体誉为观察中国式现代化的一个窗口[2]。榕江县人民致力于让“村超”的流量变增量的发展助力乡村振兴。

在知网有5.44万篇有关于电商文章，通过高级检索“电商+体育”只有66篇相关文章进行论述，从体育和电商关联性学术研究领域看，学术界聚焦于电商对体育产品影响、消费者购买意愿等方面。从电商对体育产品影响看，朱倨东[3]指出，电子商务能够拓展体育产品市场空间、创新营销模式、促进品牌化战略的实施，提升企业竞争力和客户满意度。袁野植等[4]指出，跨境电商对传统体育用品行业发展影响研究。从消费者购买意愿看，黄颖等[5]指出，体育电商直播中女性的个人特征和居住环境对于体育消费意愿影响研究；王相飞等[6]指出，体育电商直播中主播身材对于意愿影响。但从目前的研究成果看，学术界对体育促进电商直播发展的缺乏研究。本研究对推动体育赛消费事助力电商直播产业的健康发展，助力农民增产增收，促进乡村振兴具有一定的理论与实践参考价值。

2. 村超助力乡村电商的发展现状

2.1. 政府支持力度不断加大

2022年中央一号文件提出，要“推进电子商务进乡村，促进农副产品直播带货规范健康发展”[7]。根据《省商务厅关于印发〈贵州省推动电子商务发展十百千万工程实施方案〉的通知》(黔商发[2023]1号)、

《中共黔东南州委黔东南州人民政府关于印发〈黔东南州在实施数字经济战略上抢新机工作方案〉的通知》(黔东南党发[2022]23号)[8]和《榕江县2023年农村电商“三新农”新媒体助力乡村振兴工作实施方案》等文件精神及要求,围绕“四新”主攻“四化”,聚焦首位产业、龙头企业开展全产业链招商,引进优强企业,支持行业龙头企业做大做强,提升核心竞争力和带动力[9]。有效接续贵州“村超”流量,保持“村超”合理热度,进一步丰富和完善新媒体产业园业态,延续“村超”品牌、激发文化旅游市场消费活力,切实把“村超”流量转化成游客“留量”和经济“增量”,全力构建我县现代产业体系,构建电子商务跨越式高质量发展格局。榕江县积极为企业纾困解难,各项税费优惠政策高质高效落地,累计减免税费4.28亿元,惠及市场主体1.52万户。

2.2. 带动乡村就业

借助“村超”火爆出圈契机,拓宽搬迁群众就业增收渠道。城镇新增就业人数达3721人,农村劳动力转移就业人数达172,486人,开发乡村公益性岗位累计安置就业13,168人,有组织输出到省外32,803人。在榕江县城,手机成为新农具、数据成为新农资、直播成为新农活,增收致富之路呈现新景象。免费培训非遗传承人、返乡青年、搬迁群众等群体3.4万人次,大力培养“乡村主播”,完成培训44期2316人,还孵化新媒体人才1万余人,打造贵州“村超”乡村主播劳务品牌,培育本地网络直播营销团队2200余个,带动14,000余名群众就业增收。农产品线上线下销售额6.26亿元,助力推动乡村振兴。积极探索村超+直播带岗新举措,累计实现就业创业10,200人。据调查,榕江县的杨云通过直播带货让自家鸡蛋有了新销路,成功帮助家乡父老销售土鸡蛋、百香果、脐橙、竹笋、辣椒等农特产品700多万元,带动120余名农户增收致富,从3孩妈妈、留守妇女成长为威水族乡代言人、兴农人[10]。

2.3. 乡村电商直播发展迅猛

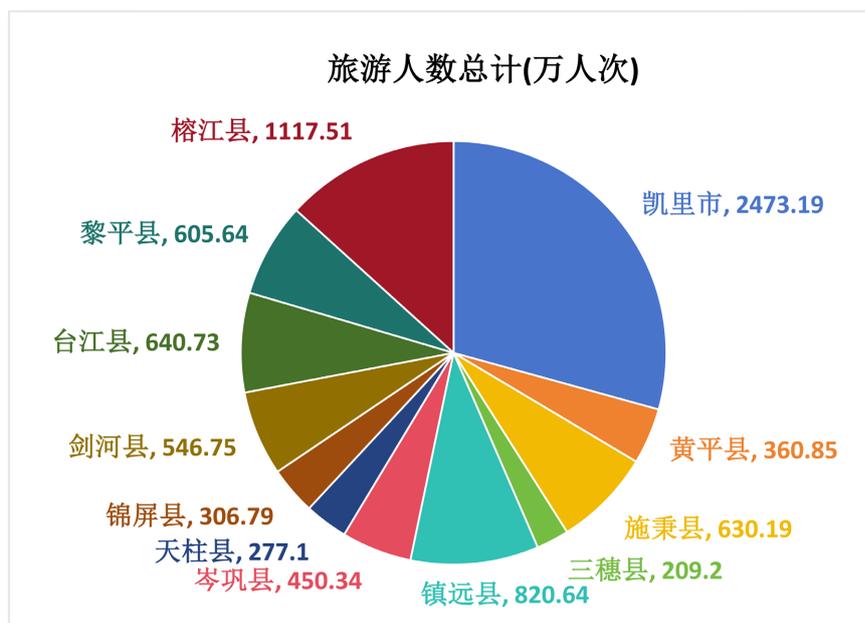
近年来,榕江县以贵州“村超”火爆出圈为契机、聚焦“超经济”流量赋能,围绕手机成为新农具,数据成为新农资,直播成为“新农活”的新发展理念。开展“走出去”外出招商活动33次,新增适时木材智能制造项目、新媒体电商智慧物流园项目等招商引资项目41个,新增产业到位资金11.47亿元,引进广州中旭未来科技有限公司、贵州南山婆集团、宁夏河西女子、湖南华诚生物等企业11家企业,就米粉、刺梨、“村超”可乐等产品达成品牌授权合作。狠抓数字经济与实体经济深度融合,围绕“三新农”发展模式,成功引进佛山大鹏鸟物流、贵州学念体育有限公司等10余家企业入驻新媒体电商产业园,完成线上线下销售额超4亿余元。榕江县新媒体电商直播基地被省商务厅授予贵州省首批电商直播示范基地和榕江县作为唯一县级代表受邀参加商务部主办的2023年中国电子商务大会。同时,榕江县新媒体产业园被省商务厅授予第二批“贵州省电子商务产业发展示范园区”,国家“互联网+”农产品出村进城工程试点县、入选第三批国家农村产业融合发展示范园,

3. 村超助力电商发展的机遇

3.1. 村超 + 流量

火爆全网的贵州“村超”获得了央视新闻、人民日报、新华社、人民网、光明日报、中国新闻网、半月谈等国家级主流媒体刊播稿件超550条。外交部发言人华春莹、汪文斌相继发文点赞,称“这是伟大的比赛”。新华社、央视、人民日报等100+平台跟进直播,BBC、联合早报等国内外媒体1000+次跟进正面报道,“村超”相关内容综合浏览量突破700亿次,全网观看直播人数超6亿人次,单日最多1亿多人观看直播,30+次冲上了抖音、快手、知乎全国热榜。“村超”产生的影响,已经远超体育赛事范畴,不仅找到了乡村体育的乐子,更在乐子里找到了中国式现代化县域实践的新路子。据不完全统计,

有 10 万余名球迷群众自发通过抖音、快手、微信视频号等宣传“村超”，极大助推了赛事出圈。由图 1 可知在 2023 年榕江县接待旅游人数 1117.51 万人[11]，是其它县城 2 倍左右。2024 年在“村超”流量的带动下，5 月 1 日至 4 日假期期间，榕江全县 387 家酒店及民宿的预订量达 98%，全县旅游接待人次 34 万余人次，旅游综合收入超 3.3 亿元。



注：数据来源于贵州统计年鉴。

Figure 1. Statistics on the number of tourists by county in Qiandongnan Prefecture, Guizhou Province

图 1. 贵州省黔东南州各县旅游人数统计表

3.2. 村超 + 政府

全县要按照省商务厅印发的《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》的通知要求，聚焦重点抓关键，聚焦示范抓具体，强化组织领导，强化政策支持，强化督导宣传，着力抓好招商运营入驻、农产品电商基地建设、安全生产等各项工作，对标对表完成省、州下发的各项任务，努力把超媒体产业园打造成为国家级文化产业示范基地、国家级电商产业园、“村超”品牌创新人才聚集地。同时，榕江县工信商务局组织县域致富带头人、大学生返乡创业青年、非遗传承人、数字新农人等代表 50 人，赴佛山市南海区大沥镇党校开展 2024 年东西部协作暨电商类致富带头人培训班培训，旨在以“对标粤港澳大湾区”为方向，让对标成为品牌，推动全县新媒体电商产业健康发展，努力把榕江建设成大湾区的“桥头堡”。

据统计，今年以来榕江县开展新媒体电商人才培养 30 余期，孵化村寨代言人等新媒体人才一千余人。举办榕江县政府还组织 2024 年“贵州‘村超’”品牌推介暨直播带货大赛活动、2024 年榕江县“绿果甜”电商带货大赛、2024 年“青白茶”品牌推介暨短视频大赛等直播带货活动近十余次，促销农特产品 300 余万元[12]。

3.3. 村超 + 网络

新建 5G 基站 229 个，城区、乡镇人民政府所在地基本实现 5G 信号全覆盖[13]。5G+“村超”·助力贵州乡村振兴加速度项目基于 5G 网络优势，融合大数据、云计算、物联网、4K、VR、高清直播等新

一代信息技术，形成“云-管-边-端”一体化解决方案，实现全领域应用延伸，拟建设 5G 网络及云资源、5G+“村超”赛事直播平台、5G+智慧安检综合管理平台、5G+数字乡村平台等内容，在支撑 5G+“村超”赛事活动的同时，向乡村治理、旅游、电商直播等领域延伸创新应用。

3.4. 村超 + 产业

榕江县以“村超”流量的拉动效应为突破口，协调多方力量，整合各方资源，持续深化乡域主导产业与“村超”的融合发展，有效将流量转化为经济效益的“增量”。借助“村超”流量效应，利用自身民族文化、特色产业发展优势，吸引社会资本参与“村超”+产业发展建设，并充分发挥乡贤、名誉村长的各方资源优势，从资金、人才、市场等方面持续推动乡域特色产业发展。抢抓“村超”爆火出圈机遇，把“村超”足球元素融入产品包装当中，并结合榕江县特色民族文化、相关产业、“村超”等要素，设计品牌形象 logo，助力品牌建设。在榕江“村超”球场产品展示区，开设系列产品展示摊位，向游客宣传介绍榕江县系列产品。同时，榕江县政府开展“走出去”外出招商活动 33 次，新增适时木材智能制造项目、新媒体电商智慧物流园项目等招商引资项目 41 个，新增产业到位资金 11.47 亿元，引进广州中旭未来科技有限公司、贵州南山婆集团、宁夏河西女子、湖南华诚生物等企业 11 家企业，就米粉、刺梨、“村超”可乐等产品达成品牌授权合作。近年来，通过“村超”品牌，引进了汇源果汁、伊利、蒙牛、王老吉、“村超”可乐等签约合作。

3.5. 村超 + 品牌

榕江县域旅游品牌的知名度不断提升。成功获评 2023 年全国县域旅游发展潜力百佳县、全国生态餐饮文化名城、贵州省体教融合试点县、全国首批文化产业赋能乡村振兴试点。榕江县作为全国唯一受邀参加“一带一路”国际智库合作委员会全体大会的县级单位，并在会上分享“村超”有关做法。《贵州榕江县村超足球赛赋能乡村振兴》获中央改革办《改革情况交流》采用推广，并获省委书记徐麟同志肯定性批示。“村超”入选 2023 年度“十大新词语”。“村超”足球场入围 2024 央视龙年春晚分会场初选名单。习近平主席在二〇二四年新年贺词中点赞：“村超”“村晚”活力四射……诠释了人们对美好幸福的追求，也展现了一个活力满满、热气腾腾的中国。

4. 榕江村超助力电商发展的瓶颈

4.1. 政策不完善，乡镇覆盖不完全

2024 年中央一号文件又首次提出要实施农村电商高质量发展工程，实现数字经济与农村产业的深度融合，为乡村振兴战略全局添薪助力。一直以来，各级政府在农村治理中发挥主导作用，对于农村电商发展也非常重视。“村超”火爆以来，旨在促进农村地区电商产业发展的措施层出不穷，但是在落实过程中也凸显出以下不足之处：一方面，榕江县政府制定相应的政策，但由于电子商务兴起时间较短，现阶段农村电商法律法规还不够完善，农户对于这方面缺乏了解；第二方面，对于相关政策的落实不到位，导致不同地区电商发展进度不协调，如榕江县忠诚镇、三宝洞寨有明确的定位和发展方向，但是一些偏远的乡镇发展还缺乏明确的定位，电商发展也滞后。第三方面，电商主播的奖惩机制和调配机制不完善，导致挫伤主播的积极性，影响电商的发展。

4.2. 村超流量迁移，品牌发展受限，网络购买力降低

在榕江县电商发展过程中，“村超”流量起着至关重要的作用。刘杰^[14]研究指出，品牌往往可以带给消费者良好的口碑，从而激起更大的购买热情。“村超”品牌是榕江县的无形资产，也增加了榕江县

的商业价值，加强品牌建设有良好的促进作用。据调查，“村超”流量从 2023 年实时在线 100 万以上，到 2024 年初 50 万以上，到现在“超级星期六”同步在线只有几万人。对于广大消费者来说，店铺口碑和销售排名都严重影响着消费者对店铺和产品的直观印象，进而影响购买力。农村电商的具体发展特征主要以规模较小为主，这种发展规模好处是能充分保障其发展的灵活性，又能及时根据市场变化进行发展策略调整。但从另一角度来看，电商发展主要以排名机制为主，规模相对较小的店铺如果不进行有效营销，就无法进入前列之中。小规模是资金实力弱的表现，意味着电商排名是难以进入上游的，导致抖音、快手、淘宝等平台不对你进行大规模的流量输送，从而让““村超”可乐”“榕江西瓜”“榕江茶叶”等产品销量滞缓。

4.3. 农副产品为主导，无法形成规模效应

乡村振兴战略上紧紧围绕“十二字方针”，通过产业的发展、生态的建设、乡风的塑造、治理的提升以及群众的富足，多方合力共同打造“路子多起来，口袋鼓起来，群众笑起来”的乡村幸福之路。由表 1 可知榕江县常年种植百香果、西瓜、茶叶、杨梅、葛根等产品为主[15]，部分产品具有明显季节性，不能长期进行销售，不具有延长产业链增加产品附加值，会导致一段时期产品“空档期”，电商发展严重滞缓以及不能满足消费者需求。正如全网粉丝超 200 万的网络带货达人唐胜忠所说：“我在不同季节有不同的身份，直播不一样的内容”。另一方面，生产周期限制，由于农副产品的生产依赖于自然条件和生长周期，它们不能像工业产品那样通过加班或增加班次来提高产量。最后是技术和创新的限制，虽然现代农业技术可以在一定程度上延长生产季节和改善储存条件，但这些技术的应用往往需要较高的成本，并且对于榕江县乡镇的小规模农户来说可能不易获得。

Table 1. Main cultivated products in Rongjiang County

表 1. 榕江县主要种植产品

类别	采摘时期(月)	售卖时长	种植次数(年)	种植面积(万亩)
西瓜	4~5	2 个月左右	一年一次	0.81
杨梅	4~5	1 个月左右	一年一次	0.15
百香果	7~8	2 个月左右	一年一次	1.16
猕猴桃	9~10	1 个月左右	一年一次	0.11
橙子	11~12	2 个月左右	一年一次	0.05
罗汉果	9~10	全年	一年一次	2.19
油茶	3~4	全年	一年一次	11.5
茶叶	3~4	全年	一年一次	2.59
葛根	12~1	全年	一年一次	0.03

注：数据来源于榕江县政府官网。

4.4. 乡村新媒体人才的缺乏

根据近年的相关报告显示，当前参与农产品电商行业的从业者主要以中等文化水平为主，其中初中文化和高中文化的比例超过 80% [16]。农村电商人才存在大量缺口，阿里研究《县域电子商务人才研究微报告》显示，未来两年县域网商对电商人才的需求量超过 350 万，电商人才的缺失严重制约着农村电商发展与创新。榕江县由于村超迅速的火爆出圈，导致电子商务产业链相关的服务形式尚未形成规模化业态，刚性吸引力不强；另一个方面，农民文化水平低、经济发展滞后等原因，造成了农村电商人才引

不来、留不住、难培养，形成了高端人才难引进、本地人才孵化慢的人才困局，使得农村电商发展迟缓；再一个方面，因为“村超”流量而来的外来电商人才“快餐式”的服务后离开；加之地方机构或高校缺乏对电商人才的培养，从而导致电商人才无法扎根“乡土”，造成电商人才的流失和缺乏。

4.5. 基础设施建设不足

“村超”现象的兴起根植于深厚的足球文化基础，其炽热之势不仅推动了新媒体行业的兴盛，而且促使诸如“甜甜榕江西瓜”、“百香果”等本地特色产品乘上了大数据的顺风车，从而极大地促进了榕江县的经济发展。然而当前基础建设的不足显著地制约了其发展，首先是表现为产地仓、移动田头仓、冷藏保鲜库等设施建设不足。在县城一期建造物流园区已然不能满足巨大的需求量，二期工程还在建造中；其中农产品产地的冷链设施基础最不健全，与冷链物流网络的骨干部分缺乏有效的连接，导致农产品在流通过程中依靠冷藏保险的方式遭受较大的损失。另外，虽然榕江县政府近年来高位推进，加快建设农村寄递物流体系，增加多条乡村路线，推动寄递物流往村覆盖、向户延伸。但是榕江县有20个乡镇，接近250个村，有些乡镇经济发展较为落后电商覆盖不完全，快递服务点并未实现全覆盖，不少地理位置偏僻、人口稀少的欠发展乡村仍有寄递服务点空缺、稀疏、监管盲区的问题，严重阻碍了农村服务的现代化建设进程。

5. 村超助力电商发展的解决措施

5.1. 健全机制，完善政策，新媒体电商发展

首先，强化组织管理领导力。成立以县委、县政府成立了由主要行政领导担任双组长的专项新媒体电商驱动乡村振兴工作组，通过部门间的人员调配成立了专门的新媒体团队。借助整合的资金资源，我们建设了新媒体电商产业园区。同时，在20个乡镇设立了全面的县级新媒体服务中心，并在250个村级设置了服务站点，由此搭建起县、乡、村三级联动的新媒体服务体系。其次，科技的推动显著促进其传播效能。通过科技驱动乡村产业进步，我们聚焦“云化”策略，包括“云团队、云教育、云服务、云交流与云竞赛”五个关键领域，实施支部的“云”行动计划，同时强调宣传电商相关的法律与法规知识。再次，优化调度体系。对各乡镇主播培育、政府领导层采取了严格的监控机制，就业与直播带货等经济活动的推动上，县长级别官员执行每月一次的调度，副县长级别的负责人则实施每周调度，以确保工作的高效进行。最后，在于建立完善的激励与惩罚体系。提议设立专门的新媒体电商发展扶持基金，其运作策略涵盖电商人才的培养与激励(如定期走访与评估)、技术转化、内容创新以及农村电商主体的培育。我们实施乡镇党政领导定期探访关怀新媒体人才的机制，以此激发其积极性，营造出浓厚的新媒体电商竞争与优化创新环境。

5.2. 制造热点，强化品牌，助力新媒体电商提质增效

电商的发展一直是榕江政府较为关心的事物，采取合理的手段才能事半功倍。第一开发新形式，2013年，习近平主席提出共建“一带一路”的倡议，这不仅是中国实现和平崛起的必由之路，也是世界各国共享机遇、共谋发展的区域合作举措。“村超”拥有巨大的流量资源，借助“一带一路”契机，让乡村体育赛事持续走向国际，让“一带一路”国家与“村超”进行文化探讨，足球交流联动，从“村超”品牌中挖掘文化资源，从推动经济社会发展中寻求合作共赢平台。第二制造新热点，贝宁乡村足球联赛(村超)效仿了中国贵州的成功案例和运营模式，并在此基础上融入了本土特色。借此契机，贝宁“村超”吸引了来自世界各地的球员，尤其是那些参与“榕江村超”赛事的非洲球员，这不仅促进了国际间的交流与合作，还催生了一个全新的文化热点。第三推出“星”影响，体育赛事品牌出海，有助于讲好中国故事。

2024年5月27日，我们有幸迎来巴西球星卡卡，他将亲临“村超”竞技场，参与“逐梦”冠军公益赛事。为“村超”带来巨大的流量，这也凸显了“村超”等乡村赛事在讲好中国故事、塑造中国形象、助推中华文化走向世界等方面的独特价值。

5.3. 县企联合，资源共享，延长农产品产业链、提升附加值

首先，政府层面规划并实施策略，吸引有利于榕江县产业进步的相关企业入驻；成立政府专门工作团队和技术创新小组，强化与企业的协同合作，推动新产品研发，以实现利益的最大化效益。同时引进企业如汇源、伊利、蒙牛等深化对农产品的开发和优化，特别是针对产品的季节性限制，寻求解决方案以提升产品品质与效益。同时，这些企业在确保产品质量和优质服务的前提下，将有力地推动电商行业的升级和发展。农户应当积极响应专业指导，强化品牌认知，并积极提升电子商务技能，以推进“黔货出山”战略，从而驱动农产品行业增长。

5.4. 干群结合，校企共育，新媒体电商培训提质增效

一是通过党校系统对干部进行教育培训。在党校教育中融入新媒体教学元素，选定新媒体电商产业园区作为实地考察与实践教学的核心区域。推动全县各级行政人员参与，要求他们开设抖音账号，以此提升新媒体应用能力。此举旨在培养和激励党员干部发挥引领作用，通过网络直播平台为家乡推广和销售产品，从而激发群众经济增收的潜力。其次，推进企业主播的培训项目。平台企业发起设立榕易职业技能培训学校，创新实施“六易”教学模式，旨在推出大规模的“万人计划”、“村寨代言人”及“致富领航人”无偿教育项目，专注于提升主播的直播销售技能和内容创作能力。三是对学生进行职业教育和培训。我们致力于深化校企协同创新，特别在榕江职业学校设立直播电商专业服务班，该课程涵盖了广泛的实战技能，如直播电商操作实践、短视频及直播的运营与管理、视频拍摄与剪辑技术、数据分析及其在商业中的应用以及网络营销策略等。我们以产业需求为导向，实施定制化的电商主播和直播运营人才培养计划，旨在推动此类专业人才的职业化进程，朝着更高水平的专业化发展。

5.5. 整合资源、区域共享，新媒体路径越走越宽

一是统筹项目资金抓建设。投入东西部资金、中央专项(衔接)资金推动全县新媒体产业发展，加强基础设施建设完善配套设施。二是用好优质资源抓协作。用足用好自然优势，积极谋求与大湾区的产业联动，通过形式多样的活动，形成与大湾区的新“网”来。三是整合物流资源抓服务。充分整合利用国家级电子商务进农村综合示范项目资源，整合“三通一达”等社会快递企业资源，强化提升县乡村三级物流配送云仓驿站体系、农产品进城公共服务体系以及工业品下乡流通服务体系，实现快递下乡进村提速降费，实现“点对点”服务。

6. 结论

在乡村振兴的视域下，榕江县“村超”模式对于推动乡村电商产业发展具有显著的促进作用。政府支持与村超结合为乡村电商提供了坚实的基础。随着政策扶持力度的加大，村超作为新兴平台，有效带动了乡村就业，促进了地方经济的活跃。同时，村超在流量获取、政府合作、网络利用、产业升级和品牌建设方面展现出巨大潜力。这些机遇的把握，为乡村电商的持续发展注入了新动力。尽管存在诸多机遇，榕江村超在助力电商发展的过程中也面临着一些瓶颈，如政策覆盖不全面、品牌发展受限、农副产品规模效应不足、新媒体人才缺乏以及基础设施落后等问题。针对上述问题，提出了一系列解决措施，包括完善政策机制、强化品牌建设、延长产业链、提升农产品附加值、加强新媒体电商培训等，以期实现乡村电商产业的高质量发展。最终，通过整合资源、区域共享等方式，可以进一步拓宽新媒体电商的发展

路径,为乡村振兴战略的实施提供有力支撑。

综上所述,榕江县“村超”模式在助力乡村电商产业发展方面取得了积极成效,但仍需针对存在的问题采取有效措施,以实现乡村电商的长远发展。未来,应继续深化“村超”模式的研究与实践,探索更多创新路径,为乡村振兴贡献更大力量。

基金项目

贵州省高校人文社会科学研究项目(2024RW19)。

参考文献

- [1] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》[J]. 国家图书馆学刊, 2022(4): 84.
- [2] 人民日报评论员. 这一年的步伐,我们走得很见神采[N]. 人民日报, 2024-01-03(001).
- [3] 朱倨东. 电商经济对体育商品产业经济的影响分析[J]. 商场现代化, 2024(10): 13-15.
- [4] 袁野植, 黄云燕. 我国体育用品企业发展跨境电商的机遇与挑战——以安踏为例[J]. 商展经济, 2022(16): 26-28.
- [5] 黄颖, 孙淑慧. 体育电商直播女性观众的个人特征与居住环境对在线体育消费的综合影响[J]. 武汉体育学院学报, 2024, 58(5): 51-58.
- [6] 王相飞, 延怡冉, 康益豪, 等. 符号互动视域下体育电商直播中的身体消费[J]. 武汉体育学院学报, 2021, 55(11): 56-61.
- [7] 蒙菊花, 李良, 李辉. 农产品电商直播营销发展现状、现实困境与优化策略[J]. 商业经济研究, 2024(11): 126-129.
- [8] 榕江县人民政府. 榕江县 2023 年村超联名产品新媒体供应链服务平台项目实施方案[EB/OL]. https://www.rongjiang.gov.cn/xwzx_5903512/gsgg_5903517/202404/t20240407_84154722.html, 2024-07-07.
- [9] 榕江县人民政府. 榕江:“村超”流量激活乡村就业创业[EB/OL]. https://www.rongjiang.gov.cn/xwzx_5903512/rjyw_5903513/202405/t20240510_84613862.html, 2024-07-07.
- [10] 榕江县人民政府. 中国体育报业总社调研组到我县调研[EB/OL]. https://www.rongjiang.gov.cn/xwzx_5903512/rjyw_5903513/202404/t20240412_84202871.html, 2024-07-07.
- [11] 贵州省统计局. 贵州省宏观经济数据库[EB/OL]. <http://hgk.guizhou.gov.cn/index.vhtml>, 2024-07-07.
- [12] 榕江县人民政府. 榕江县借助“村超”流量促进“黔货出山”[EB/OL]. <https://www.rongjiang.gov.cn>, 2024-07-07.
- [13] 榕江县人民政府. 城市建设概况[EB/OL]. <https://www.rongjiang.gov.cn>, 2024-07-07.
- [14] 刘杰. 直播电商视角下农产品供应链整合的逻辑、现实问题及对策建议[J]. 商业经济研究, 2021(24): 150-153.
- [15] 榕江县人民政府. 榕江县经济发展概况展[EB/OL]. <https://www.rongjiang.gov.cn>, 2024-07-07.
- [16] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.