

农村电商赋能乡村振兴的作用机制、现实困境及优化路径

罗志珍

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年7月29日; 录用日期: 2024年8月14日; 发布日期: 2024年11月4日

摘要

农村电子商务是数智时代推进乡村振兴战略实施, 加快农业农村现代化的重要抓手。现阶段, 农村电商在助推农民增收致富、加快农业转型升级和促进和美乡村建设等方面发挥了重要作用, 但同样面临着农村基础设施不健全、人才体系亟待完善、产品缺乏品牌效应、网络监管不足等发展困境。因此, 要进一步完善基础设施建设、构建人才培养体系、强化电商品牌建设和加强网络安全监管, 推动农村电商的持续性良好发展, 为乡村全面振兴源源不断注入新动能。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 数字乡村

Mechanisms, Realistic Challenges, and Optimization Paths of Rural E-Commerce in Empowering Rural Revitalization

Zhizhen Luo

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jul. 29th, 2024; accepted: Aug. 14th, 2024; published: Nov. 4th, 2024

Abstract

Rural e-commerce is a crucial driver in the digital intelligence era for advancing the rural revitalization strategy and accelerating the modernization of agriculture and rural areas. Currently, rural e-commerce plays a vital role in increasing farmers' incomes, expediting agricultural transformation and upgrading, and fostering the construction of harmonious rural communities. However, it faces

significant challenges such as inadequate rural infrastructure, an underdeveloped talent system, lack of product branding, and insufficient network supervision. Therefore, to promote the sustainable and robust development of rural e-commerce and to continually inject new momentum into comprehensive rural revitalization, it is essential to enhance infrastructure construction, develop a talent cultivation system, strengthen e-commerce brand building, and improve network security supervision.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Digital Villages

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,全面推进乡村振兴[1]。推进乡村振兴,数字技术是重要抓手。《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》强调,发展农村电商是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手,是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑[2]。农村电商作为信息技术与农村经济的深度融合的产物,正成为乡村振兴的新引擎。新形势下,基础设施建设不完善、电商人才缺乏、产品同质化严重、网络监管不足等问题也成为农村电商赋能乡村振兴的限制性因素。

解决好这些棘手问题,才能促进农村电商稳定发展,激发乡村经济发展活力,助力乡村振兴战略顺利推进。

2. 农村电商赋能乡村振兴的作用机制

2.1. 促进农村产业发展,助推农民增收致富

增加农民收入、缩小城乡收入差距是实现乡村振兴过程中的大文章。首先,电子商务渠道可以优化农牧产品的流通流程,使农民能更高效地销售产品并在此过程中节省成本。其次,电商模式创新了农户自主创业、企业内部培训、乡村干部服务等工作方式,为农民提供了多样化的就业途径。再之,农村电商发展为农民增收致富提供了切实可行的路径,吸引了大量的青壮年劳动力回流农村[3]。新业态的崛起推动了农村经济的进一步发展,为农民创造了更多就业机会,为实现共同富裕奠定了坚实基础。

2.2. 优化农业产业结构,加快农业转型升级

通过引入互联网、大数据等先进技术,农村电商为农业生产、流通、销售等各个环节注入了新的动力,推动了农业产业链的数字化、智能化、绿色化发展。农村电商拓展了农产品的销售渠道,打破了地域限制,让优质农产品走出大山,进入更广阔的市场。同时,农村电商还提升了农产品的附加值,利用数字技术通过品牌打造、质量追溯等手段,增强了农产品的竞争力和知名度。因此,农村电商不仅为农民开启了增收致富的大门,更为传统农业转型升级提供了强大的动力。

2.3. 提升乡村治理效能,促进和美乡村建设

农村电商助推乡村治理从“传统治理”向“乡村善治”转变。将电商特色融入乡村建设,以互联网思维、数字技术为引领,推动家家户户都能在电商产业链条上找到位置、释放发展红利,涵养了拼搏创业、

代际和谐的时代新风，助推乡风文明蔚然成风。此外，农村电子商务的推行也有助于刺激农村消费，提高农村地区的整体生活质量，促进农民精神生活共同富裕。随着农村电商的发展，农业生产向可持续方向发展，资源利用更加高效，环境也得到更好的保护，农村地区的经济发展与生态保护得到更好的平衡。农村电商促进乡村塑形与铸魂的统一、物质文明与精神文明的协调，推进了宜居宜业和美乡村的建设。

3. 乡村振兴背景下农村电商发展的现实困境

3.1. 基础设施建设不足

近年来农村电商服务体系不断完善，但整体来看部分地区还存在发展不平衡不充分的问题。其一，部分农村地区网络基础设施薄弱。相比较城市地区，农村地区通信设施的建设相对落后，光纤网络、5G网络等还未实现全覆盖，无法满足云计算、物联网、大数据等新技术对网络基础环境的需求。此外，部分农村地区由于地理环境等特殊原因，导致信号覆盖不足、网络速度慢、稳定性差，农民难以使用网络。这会使农村地区信息获取、交易效率低下，限制农村电商平台的扩展与升级。其二，农村物流体系不健全。农村地理分散、交通基础设施薄弱导致高昂的物流成本，削弱了农村电商的价格竞争力。农村物流网络覆盖不足，农村地区的配送时间通常较长，限制了生鲜农产品等对时效性要求较高商品的销售。缺乏先进的物流管理系统和实时跟踪技术，导致物流信息传递不及时，难以实现高效的库存管理和精准的物流调度。物流瓶颈限制了商品的快速流通和市场的扩展，阻碍了农村电商的快速发展和壮大。

3.2. 人才体系亟待完善

由于产业基础薄弱和农民文化水平低，农村电商发展面临严重的人才短缺问题，既难以吸引外部人才，也难以培养和留住本地人才。其一，产业化程度低，电商盈利空间小。农村地区缺乏完善的电商配套设施，如仓储、物流、供应链管理系统等，这使得电商运营的效率 and 可靠性较低，难以吸引专业电商人才。其二，农村刚性吸引力不强，人才流失严重。农村电商市场相对较小，职业发展机会和晋升路径有限，容易导致人才流失。尽管地方政府为了吸引电商人才出台了系列优惠政策，但由于农村地区的工作与生活环境较城市而言仍有较大差距，许多专业技术人才不愿意下沉到农村地区[4]。其三，电商经营门槛高，培训效果不佳。电商培训课程主要侧重于抽象和复杂的理论知识，这些理论知识与农民的实际需求和操作技能之间存在较大差距，农民可能难以掌握。此外，由于年轻一代的外流，农村电商的人才结构老龄化，乡村电商服务站负责人的文化知识水平有限，缺乏现代信息技术和电商运营的经验 and 技能，这也直接限制了他们理解、接受和运用电商技术。

3.3. 产品缺乏品牌效应

品牌是产品的象征和标志，是消费者认识和判断产品的重要依据[5]。但是目前农村产品多数品牌认知度不足，影响力不大，缺乏市场竞争力。其一，农户缺少品牌意识。许多农产品生产者没有认识到品牌的重要性，认为只要产品质量好就足够了，不需要花费时间和精力去打造品牌。即使有些生产者意识到品牌的重要性，但由于相关知识和技能的缺乏，农户也不知道如何有效进行农产品的品牌建设。其二，品质难以保证。农产品生产标准的不统一使得产品品质参差不齐，难以形成统一的品牌形象和标准，导致一些产品计划在电商平台销售时被卡在选品关，销量提升较慢。此外，农产品同质化严重、品牌缺乏创新和独特性等也使得农村产品缺乏明显的市场竞争优势[6]。其三，宣传力度不足。部分地区缺乏具备电商和品牌管理专业知识的人才、网络基础设施不完善和资金限制等问题使得许多农产品生产者难以承担品牌建设和市场推广的高额成本，影响农产品品牌的宣传和推广。

3.4. 存在网络监管漏洞

农村电商依托互联网而发展，农村电商在网络空间中的运行也衍生了一系列问题。首先，农村电商平台对商品质量缺乏有效监管，导致假冒伪劣商品泛滥，消费者维权困难，权益难以保障。其次，商品信息虚假宣传问题突出，商家夸大产品效果或隐瞒重要信息，误导消费者，损害其知情权和选择权。再之，现有法律法规滞后且存在空白，平台对商家资质审核和日常经营行为监管不力，使得不法商家得以进入市场，侵害消费者权益。因此，亟需加强对农村电商的监管，完善相关机制和法律法规，构建全新的网络安全监管体系，以保障农村电商健康发展。

4. 农村电商赋能乡村振兴的优化路径

4.1. 完善基础设施，强化技术赋能

在乡村振兴战略下，农村基础设施建设被视为关键的一环，尤其是互联网和物流方面[7]。在网络基础设施方面，政府应加大对农村通信基础设施的投资，通过财政支持和政策激励，吸引电信企业参与农村网络建设，缩小城乡数字鸿沟。针对地理环境特殊的农村地区，应优化网络布局和设计，采用多种技术手段(如卫星通信、微波传输等)增强信号覆盖，提升网络速度和稳定性。通过“理论授课 + 实践操作 + 案例分析”相结合的电商培训方式教授农民有关电商平台实操、产品包装与推广、产品拍摄与后期处理、客户服务与管理的电商知识，帮助农民在实践中学习和掌握电商技能[8]。同时，设立技术支持服务，如农村电商公共服务平台，解决农民在网络使用过程中遇到的问题。在物流体系方面，政府应加大对农村交通基础设施的投资，建设更多的仓储和配送中心，降低物流成本，提高物流效率。鼓励发展多种物流模式，如合作社物流、自营物流和第三方物流相结合，因地制宜利用当地资源构建灵活高效的物流体系。引入物联网、大数据分析和人工智能技术实现实时监控和数据共享、优化运输路线和仓储管理、推动供应链协同和信息共享，从而全面提高物流效率和服务质量，促进物流行业的智能化转型升级[9]。

4.2. 推动人才培育，夯实智力支持

乡村振兴战略的深入实施，需要一大批优秀人才，“人才振兴”是乡村振兴的重要基础和保障。第一，建立复合型人才培养体系。可由地方政府牵头，联合高校及研究院等协同合作，打造电商人才“产研融合、产教结合、网红联合”的培养机制系统开展电商规划、课题研究、网货研发、创业创新等教研活动，培养一批具备扎实理论知识又拥有实际操作技能的“新农人”。第二，创新人才引进机制。各地应因地制宜实施多层次的人才引进政策，创建创新型人才绿色通道、优化薪酬与职业发展体系、为农村电商人才营造良好的生活和工作环境，吸引城市电商人才返乡创业、鼓励高校毕业生到农村电商领域就业，增强人才吸引力与留存率。第三，完善电商产业发展配套设施。建设一体化供应链云仓的电商产业基地，实现集数字应用、企业孵化、电商实操、直播体验、创业合作、项目培植等功能于一体的普惠化电商产业孵化，为电商人才创业就业搭建平台，提升农村电商整体实力，保证各地能留住人才。

4.3. 实施品牌战略，提升竞争能力

在乡村振兴的大背景下，农业品牌化成为提升农产品竞争力、推进农业供给侧结构性改革的有效途径[10]。首先，加强品牌教育与培训，提升农户品牌意识。邀请品牌建设专家和电商从业者，为农民提供关于品牌建设、营销策略、产品包装等方面的系统培训。其次，优化农业产品质量，明确产品品牌定位。必须严格把控农产品种植、加工、包装等各个环节，提升产品质量标准。引入现代农业技术，提高产品科技含量，满足消费者对健康、绿色、高品质产品的需求。通过深入挖掘当地的文化、历史和自然资源，将地域特色融入产品，形成独特品牌故事，增强品牌的市场识别度。再之，创新营销模式，注重品牌宣

传和推广。结合现代电商平台的营销工具，如直播、短视频、社区营销等，利用电商平台、社交媒体等多元渠道讲述品牌故事，展示品牌形象，增强消费者的品牌认同感和忠诚度从而提升品牌知名度和美誉度。

4.4. 加强网络监管，保障持续发展

农村电商发展迅猛，为了规范网络市场交易秩序，保障消费者的权益，促进农村电子商务健康有序发展，建立健全农村电商监管机制势在必行[11]。第一，制定和更新相关法律法规，如《中华人民共和国电子商务法》《互联网直播服务管理规定》《消费者权益保护法实施条例》等，进一步压实电商网络经营者主体责任，积极营造公平竞争的网络市场交易环境，提升消费者满意度、安全感、幸福感。第二，应用大数据分析、人工智能等技术，实时监控电商平台的运营活动，及时发现和应对违规促销、刷单炒信、销售侵权商品等行为，从而提高监管效率和准确性。第三，对商家的管理能力、经济偿还能力、营运能力、历史交易及信用情况等多方面进行评估，对评级商家发放统一的信用等级评价编号、牌证和标识，记录和公开信用信息，鼓励诚信经营，抑制不良行为，营造良好的信用环境。

5. 结论

数字技术的蓬勃发展为乡村振兴提供了新机遇，农村电商作为数字经济时代的新业态新模式，已然成为助推“三农”高质量发展、助力乡村振兴的强劲动力。

农村电商的深入发展是一场持久战，也是一项系统工程。面对农村电商发展过程中的瓶颈，只有通过政府、农民和社会各组织的合作，不断完善基础设施建设、创新人才培养体系、提升农产品品牌价值、加强网络监管，才可以推动电商助农的可持续发展，为农村经济的繁荣和农民的幸福生活提供坚实的基础，从而实现乡村振兴的美好愿景。

参考文献

- [1] 习近平: 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022: 30.
- [2] 中国政府网. 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm, 2024-03-05.
- [3] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [4] 郑伟. 乡村振兴战略下农村电商人才的培养模式和路径研究[J]. 中国果树, 2023(11): 152.
- [5] 阮晓文. 乡村振兴背景下苏北农村电商发展的瓶颈及对策[J]. 江苏农业科学, 2023, 51(18): 259-264.
- [6] 王玉霞, 高维全. 直播电商赋能下农产品营销模式优化研究[J]. 价格理论与实践, 2021(2): 119-122.
- [7] 周添骄. 乡村振兴背景下电商助力乡村农产品经济发展[J]. 农业工程技术, 2023, 43(35): 101-102.
- [8] 甘颖. 整合式赋能: 小农户有效对接电商市场的实践路径[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2022, 22(1): 88-97.
- [9] 吴迪. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(5): 101-104.
- [10] 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.
- [11] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.