

乡村振兴战略背景下农村电商发展策略研究

吕巧霞¹, 马列淼¹, 温金童^{2*}

¹甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

²陇东学院马克思主义学院, 甘肃 庆阳

收稿日期: 2024年7月17日; 录用日期: 2024年9月7日; 发布日期: 2024年9月14日

摘要

在推进乡村振兴和加快农业农村现代化进程的大背景下, 农村电商已成为新常态下的一种新型产业, 它的兴起对乡村振兴战略的实施起到了至关重要的作用。在快速发展的同时, 我国农村电商也面临诸如农村基础设施建设不足、人才引进和培养存在短板、品牌意识缺乏、售后服务不完善以及相关政策体制不健全的问题与挑战, 针对这些发展中的问题, 本文提出了一些可行的针对性建议和措施, 以期为农村电商的发展提供一定的参考和借鉴。

关键词

乡村振兴战略, 农村电商, 发展策略

Research on the Development Strategy of Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalization Strategy

Qiaoxia Lyu¹, Liemiao Ma¹, Jintong Wen^{2*}

¹College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

²College of Marxism, Longdong College, Qingyang Gansu

Received: Jul. 17th, 2024; accepted: Sep. 7th, 2024; published: Sep. 14th, 2024

Abstract

Against the background of promoting rural revitalization and accelerating the process of modernization of agriculture and rural areas, rural e-commerce has become a new type of industry under the new normal, and its rise has played a crucial role in the implementation of the rural revitalization

*通讯作者。

文章引用: 吕巧霞, 马列淼, 温金童. 乡村振兴战略背景下农村电商发展策略研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 14-20. DOI: 10.12677/ecl.2024.1341116

strategy. At the same time of rapid development, China's rural e-commerce is also faced with problems and challenges such as insufficient rural infrastructure, the introduction and training of talents, the lack of brand awareness, imperfect after-sales service, and the relevant policy system is not sound, in view of these problems in the development, this paper puts forward a number of feasible and targeted recommendations and measures, with a view to providing certain reference and reference for the development of rural e-commerce.

Keywords

Rural Rejuvenation Strategy, Rural Electric Commerce, Development Strategy

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

随着互联网的快速普及，我国数字经济蓬勃发展，农村电子商务迅速崛起，已成为拉动农村经济的新引擎。农村电商是“互联网+”现代农业体系的重要内容，是农村融入数字时代的重要桥梁，也是当前农业发展方式提质升级的重要手段[1]。随着互联网的快速普及，我国数字经济蓬勃发展，农村电子商务迅速崛起，已成为拉动农村经济的新引擎。对此，国内外有众多学者对电子商务的作用、发展模式以及存在的问题等方面进行了深入研究。对于电商的作用，国内学者魏辉认为电商扶贫是一种新型的扶贫开发方式，是指将电子商务作用于帮扶对象，通过电商拓宽农产品销路，增加贫困户的收入以实现脱贫[2]；国外学者 Afsaneh N, Ghavameddin N, Ali A 等认为，农村电子商务打破了传统农产品销售方式中的地域局限，方便快捷地物流拓宽了农产品的市场空间，不仅增加了农民的收入，而且促进了农村经济的发展[3]。在电商发展模式，有直接将农产品电商发展较好的县市划分为一种模式，如“沙集模式”“清河模式”“沐阳模式”[4]；还有按照农产品电商主导者的不同进行划分模式，譬如以农户为主体、以合作社为主体、以专业市场为主体[5]；对于农村电商发展存在的问题，学术界存在的主要观点就是农村基础设施薄弱、地理位置不便、农民受教育程度低、缺乏电商人才等。国内外众多学者对电子商务进行研究，为农村电子商务的发展和实践提供了重要的参考；本文在乡村振兴战略的大背景下，更加深入剖析当前农村电商发展面临的新问题和新挑战，提出更具针对性的解决方案和创新策略。

2. 乡村振兴背景下农村电商发展的意义

2.1. 概念界定

2.1.1. 乡村振兴战略

中共十九大报告中首次提出实施乡村振兴战略，并将其视为新时期实施“三农”工作的总抓手。具体来说，乡村振兴战略是一项以农村发展为中心，旨在解决农村发展过程中出现的一系列问题，实现农业现代化、农村综合全面发展和农民生活富裕，推动农村地区可持续发展的政策方针。其中推进农村经济发展，完善农村基础设施，促进环境可持续发展，社会服务水平提升，文化保护等，是落实乡村振兴战略的重要内容。

2.1.2. 农村电商

农村电商是电子商务向农业及农村相关产业发展而产生的新业态。即农村地区运用现代信息技术，

如电脑、网络、多媒体等手段以农产品和农副产品为主要销售对象，实现交易和配送的经济活动，通过将农产品和农村特色产品与城市消费者直接联系起来，既可以消除地理和时间上的限制，方便快捷地促成交易，也提高了农产品的销售量，增加了农民收入。农村电商的快速发展可以助力农村地区的现代化进程和顺利地实现乡村振兴。

2.2. 农村电商对乡村振兴战略实施的重要意义

2.2.1. 促进农村产业优化升级，带动经济发展

乡村振兴，关键是产业要振兴。数字经济的发展和大数据带来的信息传播速度加快，逐渐提高农村产业生产能力上限，实现农村产业结构的重组和优化，推动现代农业体系的整体重建，为农村产业发展带来源源不断的活力[6]。农村电商的发展对推动农村产业转型升级，增强农产品品质和竞争力有着重要地推动作用。过去，农村产业主要是传统的种植业或者初级形式的加工模式，这也导致产品附加值低，市场竞争力不足。随着农村电商的发展，利用网络信息平台极大地促进生产商与消费者之间的信息沟通，农民通过电商平台，能够直接接触到更广阔的市场和消费者需求，从而灵活调整产业结构，发展高附加值的农产品和深加工产品。农民利用电商平台，使农产品打破地域限制，实现全国乃至全球范围内的流通，还可以根据市场需求调整种植结构，发展特色农业，实现产业优化升级。另外，电商平台上的数据化管理，农户能够实时掌握市场动态，调整种植、养殖等规模，从而达到规模化经营。农村电商还支持发展农业休闲旅游、乡村体验等业态，从而推动一、二、三产业深度融合。

2.2.2. 推动城乡区域协调发展，缩小城乡差距

农村电商的快速发展与推广，对缩小城乡差距起着重要作用。因为农村电商能够打破地域空间和时间的限制，农户可以更迅速地获得市场动态信息。此外，农村电商使得城乡之间的资源进行共享，一方面，农户利用城市的资源和信息优势，提高自身素质和竞争力；另一方面，城市居民也可通过电商平台购买到农村的新鲜、优质农产品，享受到更多元化的选择。不仅如此，农村电商地发展也推动了农村基础设施的完善和物流体系的畅通。电商的发展需要加强农村交通网络的建设，通畅的交通运输可以降低农产品的运输成本和时间成本，提高农产品的市场竞争力。城乡一体化的物流体系不仅提高了农村电商的配送效率和配送范围，也进一步拓宽农产品的销售渠道，从而加强了农村与城市之间的联系。

2.2.3. 拓宽农民就业增收渠道，提升生活水平

首先，农户通过电商平台接触到了广阔的市场，扩大了销售范围，销量得到了提高。此外，电商平台使农民可以与消费者进行直接的交流，省去了中间商赚取差价的环节，提高了农产品的售价，增加了农民的收入。其次，农村电商不仅限于农产品的直接销售，还为农民提供了农产品加工和增值服务的机会。农民可以通过电商平台将自己的农产品进行深加工，开发更多的农产品品类，满足消费者的多样化需求。而农产品的包装、物流的配送等增值服务也为农民创造了更多的收入机会。最后，农村电商的发展为农村提供了大量的就业机会。电商平台可以雇佣农民，将产品纳入到平台的供应链中，使农民享受平台的福利和营销补贴。此外，农村电商还可能培育农村地区的轻工业体系，提供更多的就业岗位，如农村物流企业的产品封装、分拣等，为农民提供灵活就业机会。

3. 当前我国农村电商发展面临的挑战

农村电商在国家政策的推动下，市场需求快速增加，农村电商也为乡村振兴战略地实施注入了新的活力。但是在农村电商的发展过程中也存在着诸如基础设施建设不完善、缺乏电商专业人才、品牌意识薄弱、售后服务不到位以及相关政策不完善等问题与挑战。

3.1. 农村基础设施建设仍待加强

当前,我国农村电商配套基础设施在交通道路、物流、通信网络等方面仍较为薄弱,这对农村电商的发展潜力与市场规模有着极不利的影响。首先,良好的交通条件是农村电子商务发展的基础。随着乡村振兴战略的实施,我国的乡村公路建设得到了一定程度的提升,但是仍然面临着一些偏远山区缺乏有效的养护、使用年限短、质量差等问题。很多乡村的公路条件很差,道路狭窄且坑洼不平,使货物不能顺畅地运送。例如,有一些地区盛产瓜果和花卉盆栽等特色产品,由于道路状况不良,导致瓜果和盆栽在运输过程中品质受损,从而在售卖过程中影响销售价格。其次,物流配送环节直接影响了农村电商的服务质量和水平。农产品在物流运输途中,可能受到温度、湿度等多种因素的影响,如果无法控制这些因素,运输过程中农产品的质量容易受损,甚至出现腐败、变质等情况[7]。而稳定的电力供应是物流运输,储存的必要条件,但是部分农村地区电力基础设施老旧,电网结构不合理,加上自然条件影响(如雷雨、冰雪天气),导致电力供应不稳定。频繁的停电和电压波动不仅影响电商平台的正常运行,还可能导致商品储存、加工等环节出现问题。同时,大多数农产品存在易变质的问题,因此这也对产品的包装有着更高的要求,这些都会导致快递物流成本提高。最后,信息通信技术设施滞后。在许多偏远农村地区,由于地形复杂、建设成本高昂等因素,宽带网络、移动通信网络等基础设施建设滞后,导致网络覆盖不全或信号质量差。这不仅限制了农民上网获取市场信息、进行在线交易的能力,也影响了电商平台的运营效率和用户体验,阻碍了农村电商的普及和深化。在5G技术引领的互联网发展新时代,虽然省市县已基本实现互联互通,但信息传输在进村入户环节仍存在“梗阻”状况,5G在农村的广泛覆盖任重道远。

3.2. 农村地区存在人才短板问题

人才是农村电子商务发展的重要一环,发展农村电子商务离不开“人”,更离不开这方面的领军人才[8]。近些年来,农村经济不断发展、城镇化进程不断推进、高等教育得到普及,青年人的发展观念也在不断转变。然而,因为乡村在基础设施、社会服务、经济发展等各个方面都远远落后于城镇,因此,许多有才能的年轻人在选择工作的时候,都会倾向于选择发展较快的城市。由于农村经济发展存在滞后性,我国农村电子商务企业的发展规模相对较小,企业在管理模式上比较落后,能够提供的薪资福利待遇与城市也相差较大。这也导致受过高等教育的青年大多不愿返乡,而从事农村电商的人员知识水平普遍较低。此外,农村电商还缺乏复合型人才。在整个农村电商发展产业链中,不仅要了解农产品生产、加工、销售,还需要对产品包装、品牌建设等方面有一定的了解。尤其对一些以销售农特产品及其加工品为主的乡村,对“农业+技术+电子商务”复合型人才需求较大。

3.3. 品牌意识薄弱和品牌建设不足

由于农村地区从事电商的个体经营者多为文化程度较低的农民,他们往往缺乏品牌意识,导致农产品品牌“小、杂、散”现象突出,而且农村地区的教育和培训机制不健全,缺乏专业农产品电子商务物流人才的培训。这使得现有农村电商从业者难以掌握品牌建设所需的技能和知识。

目前大多数农村电商发展中的农产品及其加工产品还是以小农户生产经营方式为主,各个环节缺乏统一的标准,不同农户对生产资料的使用、生产环节的把握、管理方式和时间不统一,导致产品质量参差不齐,难以形成统一的品牌标准。农产品拥有良好的质量是品牌建设的最大底气,但小农户的生产方式很难形成标准化生产,标准化程度低使得线上产品的质量难以控制,难以培育消费者的忠诚度。此外,开展农村电商的资金和资源投入有限,导致品牌建设难以得到充分的支持。尽管国家对此进行了一定的财政补助和政策扶持,但是,我国农村经济发展程度不高,农户个人的融资需求十分有限,融资渠道也十分狭窄。

同时,同质化问题也在农村电商中普遍存在,由于缺乏品牌特色使得农产品难以在激烈的竞争中脱颖而出,导致市场竞争力不足。另外,产品包装的美观度与创新性是新媒体数字营销时代吸引消费者和树立品牌形象的关键要素之一。部分农产品的包装不美观,营销方式缺乏创新性,无法吸引消费者。在农产品品牌建设过程中还出现了“过度保护”“过度使用”以及品牌形象难维持、农产品品牌定位过于狭窄等问题[9],为我国农产品品牌建设带来了挑战。

3.4. 缺乏完善的售后服务

我国农村电商的发展在一定程度上受售后服务不完善的制约。一方面,由于农村地区的交通不便和物流配送方式的限制,使得很多偏远地区的用户无法享受到完善的售后服务。这可能表现为在农村地区的售后服务网点稀少,或者即使有,也因为物流效率低下而难以保证及时的售后支持,还有受交通不便和物流效率的限制,使得退换货或维修的运输时间较长,拉长了售后处理的周期。另一方面,平台与供应商之间在售后服务的责任划分上可能存在模糊地带,导致消费者在维权时面临困难。当消费者需要退换货或维修时,可能不清楚应该联系平台还是直接联系供应商,导致问题处理效率低下。由于供应商和消费者之间还缺乏有效的信息沟通途径,使得售后服务过程中存在着不透明的现象,这会造成顾客在遭遇问题时,不能及时与售后人员取得联系,或者售后人员在处理问题时无法准确获取消费者的反馈和需求。

3.5. 相关政策机制不健全

政府在乡村治理的过程中一直处于主导地位,农村电商的发展在很大程度上依赖于政府政策的倾斜。随着乡村振兴战略的实施,各地的政府也都积极指导和支持农村电子商务的发展,许多政策措施都相继实施。但是在政府推进农村电商发展过程中也呈现出了一些不足。如财税政策不优惠、金融支持力度不足、市场准入门槛高等问题。一方面,各地政府政策支持力度的不同,导致各地农村电商发展的不协调;另一方面,农村电商作为新兴产物,其发展时间较短,现阶段相应的政策、法规还不够健全。虽然各级地方政府对于农村电商发展进行了一定的补贴和扶持,但是区域之间制定与执行差异也会使得农村电商发展受到阻碍,农村电商发展过程中的实际需求得不到很好的满足。

4. 乡村振兴战略背景下农村电商发展的路径

针对目前农村电商发展遇到的挑战,分别从基础设施建设、人才引进和培养、品牌建设和市场推广、完善售后服务以及健全相关政策体制几个方面提出针对性措施以推动我国农村电商的快速健康发展。

4.1. 加强农村电商基础设施建设

首先,完善农村交通运输网络,包括改善农村道路和公路条件,修建高速公路和农村公路,以提高物流运输的通达性和便捷性。此外,还可以根据各地区实际情况,利用特殊地理位置,发展水路运输和铁路运输等,以多样化的方式满足不同地区的物流需求。其次,在物流服务体系上,一方面,创新物流管理技术,鼓励快递物流企业加大对信息技术的投资,积极优化物流配送管理,如在农村地区设立到站自提点、智能配货等方式,优化运输路线、提升配送效率和配送质量。推动县级物流配送中心、乡镇快递网点的数字化改造,提升村级配送效率。支持建设县级寄递公共配送中心,引导农村电商服务站、寄递物流综合服务站等站点共建、服务共享,实现“一点多能、一网多用”。另一方面,建设冷链物流设施,提高农产品在运输过程中新鲜度。如利用冷藏库、冷藏车辆等设施延长农产品的保质期,从而提高商品的品质和市场竞争力。最后,政府应当积极进行政策与财政支持,完善农村地区网络设施的完善,统筹推进5G网络建设和应用,加强通信基站建设,全面提高通信基础设施的服务能力,加强农村网络数

据信息的互联互通，方便农村电商的信息流通与监管。此外还应加强农村电网建设和改造，提高电力供应的稳定性和可靠性，确保电商运营不受电力问题影响。同时，加强教育和培训，提高农民对互联网的认知和使用能力，通过补贴或降低互联网运营商的收费标准，降低农村居民的互联网使用成本，提高网络普及率。

4.2. 加大农村电商专业人才的引进与培养力度

在农村电商专业人才引进方面，要针对农村电子商务发展的特殊人才需求条件，积极制定特殊优惠政策，鼓励大学毕业生返乡创业，吸引更多的复合型电商专业人才投身到农村电子商务发展中。除此之外，在财政政策的制定上，要增加对复合型人才补贴，根据不同的职业层次，通过住房补贴、生活补贴和医疗补贴等方式，为他们的生活和工作提供一定的物质保障。

在农村电商人才培育方面，一方面，通过联合办学、共同培训、实习基地等学习方式，开展富有特色的实用性电子商务人才培养教育模式。推动电商与各职业院校、教育机构进行合作，鼓励毕业生回乡创业，努力为创业人员搭建好各类平台资源。另一方面，对农村中年失业人员、贫困户、返乡创业农民工、村干部和有一定劳动能力的残疾人等人群进行了电子商务的普及教育，帮助他们进行就业技能的再培养，激励他们回乡创业，让他们在农产品种植、农产品包装、农产品营销、电商平台开店、物流包装等各方面都发挥着积极的作用。培训可以采用线上线下相结合的方式，例如组织专业电商人才进行线下授课，同时提供在线学习平台，将电商专家团队送到村庄，为当地农民提供电子商务知识和技能培训，加强对农村电商发展的宣传和普及。

4.3. 注重品牌建设和市场推广

在品牌建设上，农村电商需要明确自己的品牌定位，这包括产品的目标市场、消费者需求以及竞争优势。通过整合和优化特色资源，充分发挥当地的生态环境和产品技术上的优势，对独具特色的农产品进行包装和打造，创造极具特色的地域标识。围绕“山水林田湖草沙”等场景，将电商与农产品采摘采收、土特展销、农历赶集、乡村美食节等活动相结合，加载优秀传统文化、乡情民俗等元素，吸引城市居民下乡消费。农村电商应注重包装设计，使其既符合产品特点，又能吸引消费者的眼球。同时，包装上应清晰标注品牌名称、logo 以及产品信息，以便消费者识别和记忆。此外，品牌的核心是产品质量。农村电商应注重提高产品的品质，确保产品安全、健康、环保。只有高质量的产品才能赢得消费者的信任和口碑，从而树立良好的品牌形象。

在市场推广上，要制定有针对性的营销策略，通过线上平台推广、社交媒体营销、直播带货等方式提高产品的曝光度和销量。还可以采取农产品体验式营销方式，例如，组织农场参观、采摘活动、农产品制作课程等，让消费者在参与产品的生产和加工过程中，亲身感受其中的乐趣和过程，更深入地了解 and 体验农产品的价值和特色。此外，定期开展促销活动是吸引消费者的重要手段，通过开展一些优惠活动和一些促销策略，比如在节假日、周年庆等日子，推出优惠折扣、满减、赠品等促销活动，激发消费者的购买欲望。

4.4. 完善售后服务体系

为了提升农村电商的服务质量，必须建立完善的售后服务体系。一是要增强服务意识，农村电商企业应树立以消费者为中心的服务理念，将满足消费者需求作为服务的出发点和落脚点。为了保障服务质量和效率，农村电商企业应建立明确的服务流程、服务时间、服务内容、服务价格等。通过建立服务标准，提高消费者的满意度和信任度。二是要建立健全顾客反馈体系，主动听取顾客的意见。通过定期的

问卷调查, 网上留言, 电话回访, 公司能够对用户的需要与反馈情况进行实时的了解, 从而能够及时地改善和调整问题。三是要优化退换货流程, 退换货是售后服务中的重要环节, 也是消费者最关心的问题之一。农村电商企业应优化退换货流程, 简化操作步骤和手续。同时, 企业应制定明确的退换货政策, 确保消费者在购买过程中享有充分的权益保障。

4.5. 建立健全农村电商发展机制

政府政策的支持激励对于农村电商的发展具有重要的指导作用。一方面, 要强化财政等政策支持, 政府要与当地金融机构合作, 进一步发挥地方类金融机构作用, 为助力农村电商发展提供信贷支持和利率优惠。如设立农村电商专项贷款产品, 为农村电商企业提供贷款支持。通过优惠的利率, 灵活的还款期限, 以及抵押担保等手段, 减少了企业的融资成本与风险。建立“创业担保贷款”制度, 对有创业意向的农村电商创业企业, 给予低利率甚至免息贷款, 并以项目收益为还款来源, 缓解创业企业的经济压力。另一方面, 推动电商运营诚信体系构建。农村电商从业人员具有趋利性, 他们经营的目的只是为了盈利, 政府与第三方监管机构要注重提升企业诚信, 发挥监督作用, 打造良好消费环境。定期普及农村电商相关法律知识, 积极组织免费法律知识培训, 提高群众法律意识。贯彻落实《电商法》, 相关职能部门做好日常跟踪和督促检查, 对违规违纪的电商企业加强督查督办, 确保电商行业健康快速发展。

5. 结语

农村电商对乡村振兴、农业经济发展具有重大意义。在乡村振兴背景下, 农村电商快速发展, 这得益于农村互联网基础设施建设与数字技术的渗透、农村物流体系的初步建立、政府的大力支持与企业的积极参与, 也得益于我国农产品资源丰富多样。然而, 在发展中存在基础设施建设不足、农村电商专业人才匮乏、缺乏农产品品牌意识和建设、农村电商售后服务体系不完善等问题。针对这些问题, 政府、企业和社会各界都应积极参与其中, 采取恰当合适的措施, 共同携手努力助力农村电商的可持续发展。唯有共同努力, 农村电商才能发挥更大的作用, 助力乡村振兴迈出更加有力的脚步, 为乡村振兴目标的实现做出贡献。

基金项目

教育部人文社会科学研究专项任务项目“中国共产党革命精神与‘四史’教育有机融合研究”(21JD710009)。

参考文献

- [1] 王小莉. 农村电商助推科技振兴乡村作用机制研究[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 166-169+204.
- [2] 魏辉. 基于市场角度下农村电子商务扶贫助农存在的问题与对策[J]. 商业经济, 2021(9): 121-124.
- [3] Afsaneh, N., Ghavameddin, N., Ali, A., et al. (2019) SAIDI Constrained Economic Planning and Utilization of Central Storage in Rural Distribution Networks. *IEEE Systems Journal*, **13**, 842-853.
<https://doi.org/10.1109/JSYST.2018.2852630>
- [4] 张俊城, 范林榜. 农村电子商务淘宝村模式研究综述[J]. 物流工程与管理, 2019, 41(11): 30-34.
- [5] 郭娜, 周奥朔. 河北省农村电子商务发展模式分析[J]. 产业与科技论坛, 2021, 20(8): 17-18.
- [6] 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.
- [7] 吴佳佳. 冷链物流发展存在的问题及对策研究[J]. 中国集体经济, 2022(31): 106-108.
- [8] 马玮. 沙雅县农户参与农村电子商务的意愿调查研究[D]: [硕士学位论文]. 乌鲁木齐: 新疆农业大学, 2022.
- [9] 黄慧化. 乡村振兴背景下农产品品牌体系构建研究[J]. 现代农村科技, 2023(10): 98-100.