

农村电商赋能乡村振兴的困境与出路

——基于J村的实证调研

张雨欣

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年7月23日; 录用日期: 2024年11月4日; 发布日期: 2024年11月11日

摘要

随着乡村振兴战略的实施, 促进农村电商的发展, 加强乡村农产品的销售成为国家发展的重要方向。本文从农村电商赋能乡村振兴的意义出发, 从产业融合、村民就业、缩小城乡收入差距出发, 对农村电商赋能乡村振兴进行价值分析, 体现发展农村电商的重要性。针对当前农村电商发展存在的电商人才匮乏、基础设施薄弱、农产品质量保障缺失与政策支持力度不足的问题, 根据J村的实践调研, 总结经验, 本文从发展人才、完善设施、强化品牌建设等方面提出对策分析, 切实促进农村电商赋能乡村振兴。

关键词

农村电商, 乡村振兴

The Predicament and Way out of Empowering Rural E-Commerce to Revitalize Rural Areas

—Empirical Research Based on J Village

Yuxin Zhang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jul. 23rd, 2024; accepted: Nov. 4th, 2024; published: Nov. 11th, 2024

Abstract

With the implementation of the rural revitalization strategy, promoting the development of rural e-commerce and strengthening the sales of rural agricultural products have become an important

direction of national development. Starting from the significance of rural e-commerce enabling rural revitalization, this paper analyzes the value of rural e-commerce enabling rural revitalization from the perspectives of industrial integration, villager employment, and narrowing the urban-rural income gap, reflecting the importance of developing rural e-commerce. In view of the problems existing in the current development of rural e-commerce, such as lack of e-commerce talent, weak infrastructure, lack of agricultural product quality assurance and insufficient policy support, based on the practical research and experience of J village, this paper proposes countermeasures and analyses from the aspects of developing talents, improving facilities and strengthening brand building, so as to effectively promote rural e-commerce to empower rural revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization

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

在 2024 年中央一号文件中指出, 要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。同时, 加大对新型农业经营主体的扶持力度, 完善农村金融服务体系, 促进乡村产业融合发展。近年来, 随着互联网技术的发展与普及, 农村电商已经成为数字经济时代的新业态新模式, 对扩展农产品的市场销售渠道、激励农民经济增收实现富裕、促进乡村产业的兴旺发展以及推动农业提质增效等方面具有重要意义, 已然成为促进乡村振兴的新引擎[1]。

通过围绕“农村电子商务”进行文献分析, 关于农村电子商务相关研究自 2004 年起逐渐增多, 主要集中在理论价值与实践路径两个方面。如冯宪伟(2022)指出, 农业电子商务能够促进产业结构转型升级, 促进城镇与乡村得到更加融合、和谐的协同发展[2]; 冯金凤(2023)提出依托农村电子商务可以拓宽农产品销售渠道, 解决信息不对称问题[3]; 王朝霞(2024)从技术创新、外部经济、政府引导、企业联盟四个角度提出了农村电商的发展路径[4]。可知, 当前虽然关于农村电子商务的研究成果非常丰富, 但却未能与乡村振兴这一背景深度结合, 相对缺乏与实际案例相结合的论证。因此, 本文旨在以农村电商为切入点, 深入探讨乡村振兴背景下农村电商的独特价值与作用, 根据 J 村的实践调研, 总结经验, 依托产业融合理论模型, 围绕发展人才、完善设施、强化品牌建设等方面提出对策分析, 以推动农村电商在乡村发展中发挥的积极作用。

2. 农村电商赋能乡村振兴的价值分析

2.1. 农村电商能够促进乡村产业发展

据《2023 年上半年中国网络零售市场发展报告》统计, 2023 年上半年全国农村网络零售额达 1.12 万亿元, 同比增长 12.5%; 全国农产品网络零售额 0.27 万亿元, 同比增长 13.1%。可见, 农村电商为乡村传统产业的转型与升级注入了新动能, 促进了其现代化进程。在“互联网+”的扶持下, 电商通过运用大数据监测、预测, 根据市场的需求, 有针对性的开展电商服务。比起传统的产业发展, 农村电商在社会资源帮扶、政府政策支持等条件的帮助下, 突破时空限制, 使得农产品能够更直接、更快速对接到全国乃至全球的消费者。

此外，由于传统农业的销售往往以种植粮食作物为主，产业结构相对单一，但伴随农村电商的发展与前进，农民可以根据当地实际情况开展种植，选择更多具有市场潜力的经济作物，发展特色农业与品牌农业，从而实现产业结构的调整与优化，不仅提升乡村产业的竞争力，还能为乡村经济的可持续发展筑牢坚实基础。在推动农村电商发展的同时，也带动了乡村物流、金融、信息服务等关联服务业的兴起。这些新兴产业的成长，为乡村经济注入了新鲜血液，从而推动了产业结构的进一步优化。同时，随着电商平台的不断完善和功能的拓展，乡村产业的服务体系也得到了进一步的提升和完善。

2.2. 农村电商能够推动农村居民创业

根据《2023 丰收节抖音电商助农数据报告》显示，2022 年 9 月至 2023 年 9 月，抖音电商里的三农达人数量同比增长 105%，农货商家数量同比增长 83%。通过数据能够看到，农村电商让人们通过灵活自主的方式促进就业，实现增收。作为一种基于互联网的新型商业模式，农村电商是借助信息技术、自媒体和融媒体等新媒体手段，能够使得农业领域的生产经营者通过网络渠道开展农产品的销售、服务等交易活动，可以看到，在新技术的助力下，农村电商不仅能够为农村居民拓宽通往广阔市场的道路，而且能够为人们提供一条灵活丰富的创业路径，从而促进村民增收[4]。凭借电商平台，农民可以避免传统销售流程中的中间环节，而直接与消费者建立联系，这能够提高农产品的销售效率和利润空间。因此，电商模式能够有效激发农村居民的创业热情，可以在充分利用现有资源与优势的基础上，有更大的自主性选择创业项目，如特色农产品销售、农村手工艺品的推广，能够让村民在尝试中找到自己的发展之路。更重要的是，农村电商能够促进乡村的信息流通与知识共享，打破城乡之间的限制，农民在互联网的帮助下可以掌握市场动态、学习先进种植技术，从而提升产品的竞争力与附加值。总的来说，农村电商成为了推动城乡融合发展的高效平台，为乡村振兴战略的实施注入了强大的动力。

2.3. 农村电商能够助力缩小城乡居民收入差距

农村电商能够为缩小城乡居民收入差距提供助力。农村电商是推动乡村全面振兴的重要抓手，电商的蓬勃发展不仅是对传统农业发展模式的一次深刻变革，也是促进农业产业转型升级的关键力量。

从资源配置的角度出发，农村电商的发展，有力促进了城乡资源的高效整合与优化配置，城市消费者能够通过电商平台轻松接触并购买到来自乡村绿色、健康的农产品，这不仅是符合当前城市居民对高品质生活的追求，也为乡村农产品开拓了更广阔的市场空间，从而提升农民收入水平。同时，农村消费者能够借助电商平台接触到种类丰富的城市商品与服务，促进了消费结构的升级与消费潜力的释放。

此外，农村电商的发展能够促进城乡信息交流与知识共享。在数字化浪潮的推动下，电商平台成为信息传播的重要渠道，使得城乡之间的信息壁垒得以逐步打破。乡村地区能够更加及时、准确地获取市场动态、政策导向及先进的生产技术与管理经验，为农业现代化转型提供了有力支撑。而城市则通过电商平台了解到乡村的真实需求与特色资源，为双方的合作与发展提供了更多可能性。

最后，农村电子商务的发展会促进城乡间在产业链、供应链以及价值链方面的深度整合。通过电商平台，城乡企业之间可以更加便捷地进行跨地域合作，共同开发新产品、拓展新市场，实现资源共享与优势互补[5]。这种深度融合不仅增强了城乡经济的内在联系与韧性，也为双方带来了更多的发展机遇与增长空间。

3. 农村电商赋能乡村振兴面临的挑战

3.1. 人才困境：农村电商人才匮乏

在电商行业中，具备丰富经验、创新能力和战略眼光的人才能够发挥重要的作用，特别是在网络销售的情况下，需要使各类农产品具有一定的特色，能够充分抓住消费者的关注目光。此类人才在电子商

务企业中扮演着至关重要的角色。然而，现实情况显示，我国城乡二元结构长期存在，城市的工作机会与生活条件对农村人才流入产生了一定的虹吸效应。二元分化的逐步加重，让人才前往乡村工作的机会成本增加，由此，人才流失问题日益凸显。中国农业大学智慧电商研究院发布的《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》中预测到 2025 年全国农村电商人才缺口高达 350 万[6]。众多接受过高等教育的人才倾向于将个人的职业发展与生活重心迁移至其他更为发达或更具吸引力的地区，这一趋势直接导致了一个现象：即那些掌握着先进信息技术、本应成为乡村发展重要驱动力的青年群体，普遍表现出对回归乡村工作环境的抗拒态度。现象的出现体现出农业电商的发展中缺少创新型人才，这反而制约了农村电商企业的创新能力。

农村自身发展不足也制约了电商人才的回流。当前，乡村振兴战略的实施，虽然一定程度上提升了村民生活品质与居住环境，但由于乡村内容仍缺乏统筹规划，使得新增建筑无序扩张、村民居住相对分散，阻碍了乡村多元化发展的步伐。此外，城乡基础设施与公共服务供给的失衡，导致农村在基础设施建设、公共服务供给上落后于城市，削弱了农村的生产生活便利性，缺少丰富的文化娱乐设施，与城市丰富的文化生活形成鲜明对比，使得青年群体对乡村的向往大打折扣，进一步加剧了人才回流的困境。

3.2. 设施困境：农村电商基础设施薄弱

农村电商基础设施的薄弱首先体现在网络基础设施的滞后。尽管近年来我国在农村网络覆盖方面已取得显著进展，截至 2021 年 11 月底，我国现有行政村已全面实现“村村通宽带”，但网络信号的不稳定性和传输速度的滞后性在广大农村地区，尤其是偏远地带，仍显突出。这种“数字鸿沟”现象不仅制约了农民对电商平台的有效利用，也影响了农产品信息的及时传递与市场对接，从而削弱了电商助农的实际效果。

交通运输基础设施亟须进一步完善。农村道路条件普遍较差，公路维护资金匮乏，导致路面破损严重，运输效率低下。这对于易损农产品而言，尤为不利，因为长时间的运输与崎岖的路况加剧了农产品的损耗，降低了其市场价值，比如无花果的鲜果保鲜期短，外运的困难不利于无花果的销售。这反而影响了农户参与电商的积极性。

此外，农村物流配送中心稀缺，区、镇、村三级物流网络尚未健全，冷链物流体系更是亟待拓展[7]。同时，物流公司在农村地区的配送范围有限，农产品经营者往往需要依赖中间商才能进入大型电商平台，这进一步增加了物流与交易成本，压缩了电商助农的经济利润空间，削弱了电商的竞争力。

3.3. 产品困境：农产品质量保障缺失与政策支持力度不足

农产品作为农村电商生态中的核心商品，其质量不仅是消费者信任感的基石，也是决定市场竞争力的关键因素。然而，农业生产存在地域性、季节性和生物性等特点，这使得农产品在品种多样性和品质稳定性上有着显著的复杂性和挑战性。尤为突出的是，部分农村地区尚未构建起系统化的生产作业流程与标准化的质量监控体系，这直接导致了农产品在品种选择、品质控制上的差异性显著且难以预测。例如，在部分地区由于缺乏科学的种植管理和有效的病虫害防治措施，导致农产品农药残留超标，那么，现代消费者对于绿色、健康农产品的迫切需求就不能得到充分满足。这种供需失衡不仅损害了消费者的健康权益，也严重削弱了农产品在电商平台上的品牌形象和市场竞争力。因此，建立健全农产品质量监管体系，加强产品认证、产地证明、检测检疫等环节监管力度，是提升产品质量、保障消费者权益、促进农村电商健康发展的当务之急[8]。

其次，政策支持力度的不足也是制约农村电商发展的重要因素。尽管我国政府已出台了一系列促进农村电商发展的政策措施，但在招商引资、政策提升，以及产品营销服务策略的制定等方面，仍有着显

著的提升空间。特别是在面对农产品质量保障、品牌建设、物流体系建设等关键问题时，政策支持往往显得力不从心。随着网络技术的快速发展，部分早期制定的电商建设计划和方案已难以适应现代化标准和要求，无法有效支撑农产品电商体系的建设和可持续发展。因此，加强政策研究和创新，完善政策支持体系，为农村电商提供更为精准、有效的政策扶持，是推动其高质量发展的关键所在。

4. 农村电商赋能乡村振兴的提升路径

4.1. 构建人才振兴的基石：加强农村电商人才培养

面对当前农村电商人才匮乏、人才回流难等问题，需要构建一个多层次、全方位、可持续的培养体系，以创新为动力，促进农村电子商务的转型升级。在J村的发展过程中，始终关注人才的发展，让人才与农村电商之间形成互动推动关系，促进产业在乡村的高质量发展。

首先，乡村要优化人才培育机制，培育一批生产经营型、专业技能型、社会服务型高素质人才，确保人才供应链的广泛性与专业性。乡村需要鼓励返乡农民工、农村青年、村干部等群体参与电商技能培训，利用线上线下结合的方式，提供灵活多样的学习机会。J村两委积极鼓励支持村年轻后备干部创办“家庭农场”，总规模达100多亩，采用塑料大棚增温技术，配套高效节水灌溉设施，以种植韭菜、莴菜等各类绿色蔬果为主，产品直销高邮、扬州等地，是人才推动乡村振兴的重要体现。此外，针对农村妇女、留守老人等特殊群体，应采取更加贴近其实际需求的培训方式，如以老带新、培训讲座等，确保电商知识普及无死角。

其次，推进“产、学、研、用”深度融合，形成协同育人的良好生态。政府应发挥引导作用，推动农村专业合作社、村集体与高校建立紧密的合作关系，通过校农联盟、产教联盟等形式，实现资源共享、优势互补。同时，支持企业在农村建立实训基地，为学员提供真实的电商操作环境，促进理论知识与实践经验的有机结合。J村积极将合作社与农业院所和高校建立产学研合作关系，加强人才建设，联合开发5个彩色稻米新品种，形成了高档水稻品种种植新格局。

J村持续加强人才建设，聘请各类中高级专业技术人员15名，与本地土专家及种田能手，组建成村级科研团队，几年来带动本村农民开设网络店铺24家，招聘微商80余家，从业人员480余人，实现年销售农产品5000余件，是推动乡村发展的典范[9]。

4.2. 强化电商发展的物质基础：完善农村基础设施建设

完善农村基础设施建设是实现乡村全面振兴的重要策略，它不仅关乎农村经济的繁荣，更是实现城乡一体化发展的基础。在当前数字化时代背景下，这一任务更显迫切与重要。

农村交通基础设施的完善是打破城乡壁垒、促进资源流动的关键。需着力构建覆盖全面、便捷高效的农村交通网络，进一步强化“村村通公路”的建设成果，促进农村交通发展。这不仅包括主干道的硬化与拓宽，还需注重支线路网的合理规划与建设，特别是针对偏远及电商聚集区，应优先安排道路升级与新建，以扎实农村电商的发展基础。J村在发展初期，由于四面环水，面临着“车进不来，农副产品送不出去”的窘境，但是通过全体村民的共同努力，不断改善交通建设，优化村庄道路，并建设完成一条长50多米，宽5米的桥，是名副其实联通外界的“黄金桥”，这也为J村采用“互联网+农业”技术模式，并成功建成品牌稻米网络销售平台打下坚实基础[9]。同时，乡村要加强农村物流配送体系建设，通过设立合理的配送网点、推广共同配送模式、优化配送路线，以及建设完备的物流仓储运输体系，这能够有效降低物流成本，提升农村物流效率，为农产品上行与工业品下行畅通渠道。

其次，通信基础设施的升级对于推动农村信息化进程至关重要，能够为农村电商的发展保驾护航。

应加大对农村地区网络通信设施的投资力度, 加快光纤宽带和移动通信网络的覆盖, 特别是针对经济发展水平薄弱的地区, 通过政策扶持与运营商补贴, 确保网络信号稳定、覆盖无死角[10]。这有利于互联网在乡村的利用程度提高, 缩小数字鸿沟, 并为农村电商的发展提供了稳定的网络架构支持。J村在发展进程中加大硬件投入, 为营造良好的电子商务发展氛围, 新建网络销售中心, 安装 100 M 光纤网络, 开通 400 客服电话, 并与物流合作开通产品配送服务, 充分助力农产品与快递的出村进城[9]。

4.3. 拓宽产业发展的广度与深度: 加强农村电商的农产品品牌建设

在乡村振兴战略背景下, 强化农产品的品牌塑造是提升农产品市场竞争力、促进农民增收、推动农业转型升级的重要途径。为提升农产品质量, 就必须促进农产品标准化与品牌化建设。J村正是通过“一粒米”的 19 次“裂变”, 培育出著名乡村特色品牌的优良软米品种, 荣获“江苏省名牌”“江苏省著名商标”等称号。

农产品标准化是品牌建设的基础。乡村应携手电商平台共同推动农产品标准化建设, 制定科学合理的质量标准, 确保农产品品质稳定可靠。通过建立农产品质量追溯体系, 实现产品从生产到销售的全程监控, 增强消费者对产品的信任度。此外, 要鼓励农民采用先进的种植养殖技术, 提高农产品的品质和产量。J村在培育特色农业品牌时, 通过构建“党支部 + 村委会 + 合作社 + 基地 + 农户”的优质稻米产业化经营模式, 购置农机设备 160 多台套, 让村民在稻米的种植过程中, 实现优质稻米生产全程机械化[9]。

此外, 要进一步促进产销对接与合作, 加强消费者与商家之间的产销对接, 建立稳定的购销关系。乡村要在政府支持下搭建农产品产销对接平台, 为农民和商家提供信息交流、产品展示和交易撮合等服务[11]。J村培训农民开设网店几十家, 发展稻米经纪人, 依托电商平台, 宣传品牌大米系列产品, 密切与消费者之间的联系, 目前已经携手稻米产品网销额达到 500 多万元。J村还积极参与各类展示展销活动, 充分利用农产品交易会, 以及省、市级知名展会活动, 全方位向消费者展示特色品牌产品, 为发展农村电商, 促进产品销售, 进一步深化产销合作。

5. 结语

农村电商是数字经济的重要组成部分, 可以为农产品的流通提供广阔空间, 而电商的进一步加快发展, 可以在乡村振兴中发挥积极作用。虽然当前农村电商发展存在的电商人才匮乏、基础设施薄弱、农产品质量保障缺失与政策支持力度不足等问题, 但通过培养电商人才、优化基础设施、强化品牌建设, 农村电商能够得到良好的发展, 为乡村振兴的实现添砖加瓦。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 冯宪伟. 乡村振兴视角下农村电子商务创新发展研究[J]. 核农学报, 2022, 36(10): 2095-2096.
- [3] 冯金凤. 农村电子商务发展的意义及其对乡村振兴的助力[J]. 棉花学报, 2023, 35(1): 79-80.
- [4] 王朝霞. 农村电子商务集群的形成机制及其发展路径[J]. 商业经济研究, 2024(11): 105-108.
- [5] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.
- [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] 郭凯, 黄海东, 阎世平. 数字技术赋能乡村产业振兴的路径研究——以贵港市覃塘区数字乡村建设为例[J]. 广西经济, 2023, 41(6): 81-87.
- [8] 白亚青, 杨小燕, 张磊. 基于和田乡村电商视域下特色农产品营销路径探索[J]. 山西农经, 2024(13): 91-93.
- [9] 瞿康洁. 常州市金坛区黄金村稻米产业品牌化发展研究[D]: [硕士学位论文]. 扬州: 扬州大学, 2023.

- [10] 庄洪艳. 数字经济对乡村振兴高质量发展的影响及路径分析[J]. 中国集体经济, 2024(17): 24-27.
- [11] 宗世法, 孙兆霞. 社会治理视角下西部地区农村电商产业发展路径研究——基于对贵州省四区县的实地调研[J]. 中共福建省委党校(福建行政学院)学报, 2024(3): 135-142.