

农村电商助力乡村振兴的现实困境及优化路径

陈从英

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年8月11日; 录用日期: 2024年9月3日; 发布日期: 2024年11月11日

摘要

农村电商的出现为乡村振兴提供了重要抓手, 它有利于缩小城乡发展差距, 加快推进我国农业农村现代化建设的进程。但农村电商在助力乡村振兴的过程中仍面临着基础设施建设落后, 农村电商发展基本承载力不足; 专业直播人才队伍匮乏, 乡村振兴缺乏人才支撑以及直播内容同质化严重, 品牌意识薄弱等现实问题。基于此, 我们必须要加强农村地区的基础设施建设, 夯实农村电商的发展基础; 同时, 加快培养农村电商专业人才, 提升管理服务水平; 除此之外还要加快培育地方特色农产品, 提升农产品的竞争力, 从而使农村电商真正助力乡村全面振兴, 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 高质量发展

The Realistic Dilemma and Optimization Path of Rural E-Commerce to Help Rural Revitalization

Congying Chen

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 11th, 2024; accepted: Sep. 3rd, 2024; published: Nov. 11th, 2024

Abstract

The appearance of rural e-commerce provides an important grasping hand for the rural revitalization, it is beneficial to reduce the gap between urban and rural development, accelerate the process of our agricultural rural modernization construction. However, in the process of helping rural revitalization, rural e-commerce still faces backward infrastructure construction and insufficient basic carrying capacity of rural e-commerce development. There are practical problems such as

lack of professional live broadcast talent team, lack of talent support for rural revitalization, serious homogenization of live broadcast content, and weak brand awareness. Based on this, we must strengthen the infrastructure construction in rural areas and consolidate the development foundation of rural e-commerce. At the same time, accelerate the training of rural e-commerce professionals, improve the level of management services. In addition, it is necessary to accelerate the cultivation of local characteristic agricultural products and enhance the competitiveness of agricultural products, so that rural e-commerce can truly help the comprehensive revitalization of rural areas and comprehensively promote the great rejuvenation of the Chinese nation with Chinese-style modernization.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, High-Quality Development

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

民族要复兴，乡村必振兴。党的十八大以来，我国始终把坚持解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。目前，我国已经打赢脱贫攻坚战，消除了绝对贫困，如期实现第一个百年奋斗目标。党的二十大报告指出：“全面建设社会主义现代化国家，以中国式现代化推进中华民族伟大复兴，最艰巨的任务仍然在农村。”^[1]随着数字经济的发展，农村电商作为赋能乡村振兴的抓手应运而生，它为促进农村经济的发展提供了强有力的支撑。然而农村电商在助力乡村振兴的过程中仍面临着许多问题，诸如物流体系落后，农村直播电商专业人才匮乏以及品牌意识薄弱，这严重阻碍了农村电商的发展。所以，我们亟需探索农村电商赋能乡村振兴的有效路径，为实现全体人民共同富裕打下坚实基础。

2. 我国农村电商的发展现状

互联网的发展使得农村电商在实践中展现出巨大的发展潜力，近年来，在国家的大力支持下农村电商的发展呈现出欣欣向荣的局面，为我国打赢脱贫攻坚战做出了巨大贡献，有效解决了农产品上行困难的难题，但由于受到客观条件的限制，农村电商还具有较大的发展空间。

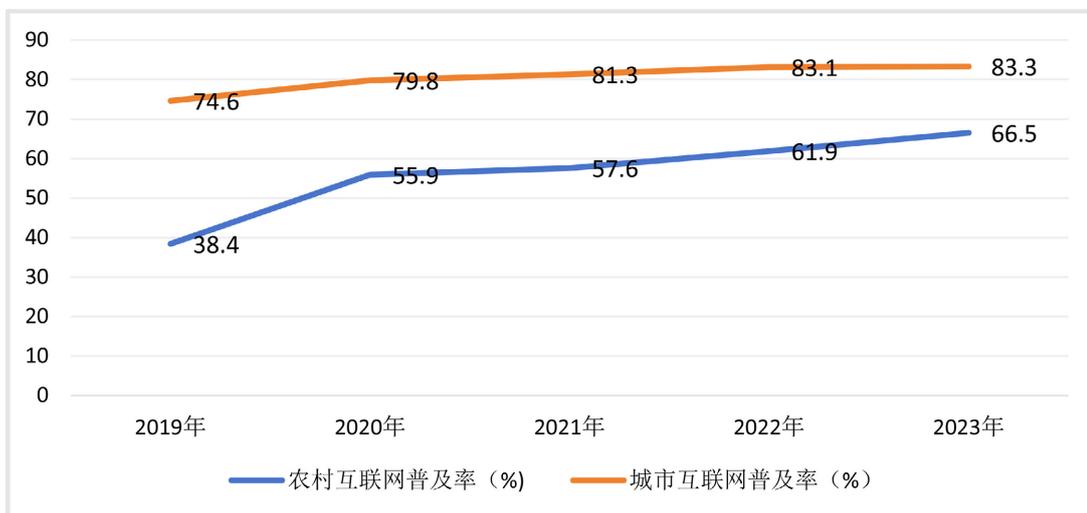
2.1. 农村地区互联网普及率仍有较大发展空间

农村电商是互联网发展到一定阶段的产物，其发展依赖于互联网的普及。近年来，我国互联网普及率不断提升，根据中国互联网络发展状况统计报告显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模已达 10.92 亿人，其中，农村网民达 3.26 亿人，占总数的 29.8%；而城镇网民达 7.66 亿人，占比为 70.2%。目前我国农村地区的互联网普及率与城市相比还较低，并且在 2020 年之后农村地区互联网普及率增速明显放缓（见图 1），而互联网普及率低这一问题将会严重制约电商在农村地区的发展，从而使得农村电商赋能乡村振兴的效果不佳。

2.2. 农村电商零售规模不断扩大

根据电子商务研究中心(智库)监测数据显示，截止到 2023 年，我国电商零售额已达 15.42 万亿元，其中农村电商的零售额为 2.49 万亿元，城市电商的零售额为 12.93 万亿元。同时，我们可以看出，最近

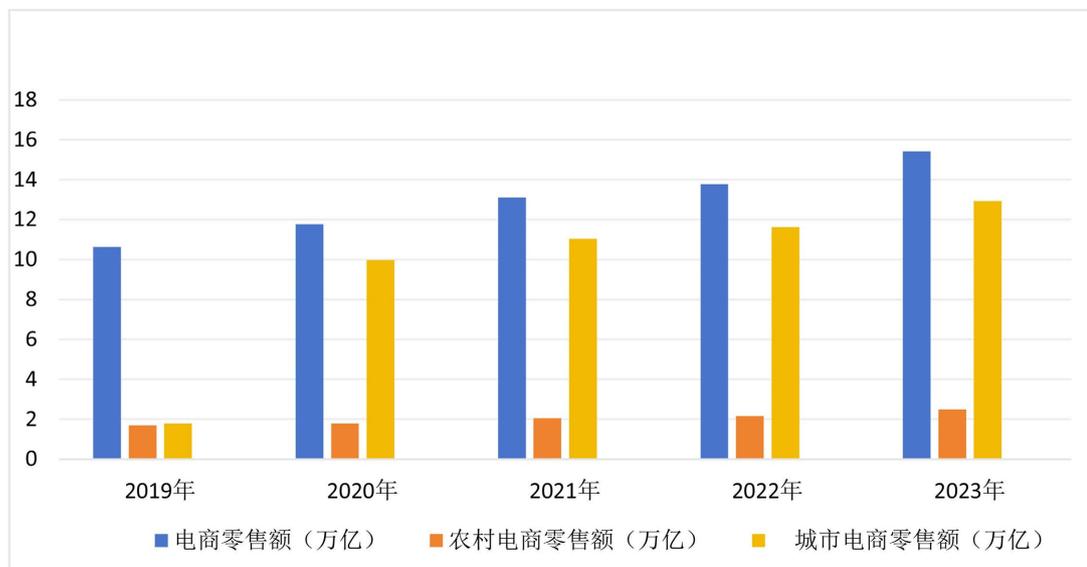
五年我国农村的电商零售规模一直呈上升的趋势(见图 2)。但同时我们也应注意到,在电商发展的过程中,城乡之间还存在着较大的差距,农村地区仍具有较大的发展空间。目前,我国已经迈向全面建设社会主义现代化国家的新征程,亟需推进农业农村现代化,所以,未来在乡村振兴重大战略的支持下,农村电商一定会展现出巨大的发展潜力。



数据来源: 中国互联网络信息中心。

Figure 1. Chart of the Internet penetration rate in rural and urban areas of China from 2019 to 2023

图 1. 2019~2023 年我国农村和城市互联网普及率对比图



数据来源: 国家统计局。

Figure 2. Statistics on e-commerce retail sales in China

图 2. 我国电商零售规模统计

3. 农村电商助力乡村振兴的现实困境

农村电商的发展改变了乡村贫困落后的面貌,为促进乡村振兴以及农业农村现代化做出了巨大贡献。

但是农村电商在发展中仍然面临着基础设施建设落后、专业人才短缺以及直播内容缺乏创新等现实困境，这使得农村电商助力乡村振兴的作用大打折扣，严重影响了我国乡村振兴的进程。

3.1. 基础设施建设较落后，农村电商发展的基本承载力不足

第一，交通不便，农产品运输成本高。俗话说：“要致富，先修路。”在农村电商赋能乡村振兴的过程中，道路建设发挥着至关重要的作用，因为便利的交通有利于打通农村连接城市的“最后一公里”。近年来，我国广大农村地区实现了村村通公路，这极大地促进了农村地区的发展。然而，在中西部的部分偏远地区仍存在因交通落后而导致其难以发展的问题，这直接影响到了我国乡村振兴的进程。比如我国最贫困的地区之一——四川省大凉山，该地区由于受到地形限制，大部分农民都居住在高山深谷之中，这使其道路建设变得极为困难，不能有效发挥农村电商助力乡村振兴的抓手作用。因为农村电商采取线上销售 + 线下供货的模式，如果农村地区的交通较为落后将会导致农产品的运输时间变长，这在一定程度上会增加其运输成本，而成本的增加必然会导致农产品利润的下降，最终使得农村电商的发展举步维艰。所以，在农村电商赋能乡村振兴的过程中，我们亟需解决制约农村电商发展的交通问题，只有这样才能防止农村地区再次落入贫困陷阱。

第二，物流体系尚不完善，冷链设施不足。近年来，随着电商经济的发展，网络购物悄然兴起，这直接促进了物流行业的发展。然而，由于农村地区居民居住较为分散，使得物流网点止步于乡镇一级，农民取件和寄件存在困难，这导致直播电商在农村“遇冷”。同时，由于农村地区的冷链设施不足，使得农产品的损耗率较高。根据中物联冷链委发布的《农产品产地冷链研究报告》数据显示，当前我国果蔬类在流通中的损耗率高达 20%~30% (美国 11%左右)，肉类在流通中的损耗率为 12%左右(美国 11%左右)，水产品流通中的损耗率为 15%左右(美国 7%左右)。这主要是因为欧美发达国家具备一整套完整的冷链设施，农民在采收生鲜农产品之后会立即对其进行产地预冷，使农产品快速达到保鲜温度，之后再对其进行冷链运输，这使得农产品的存储时间变长，有效降低了农产品的损耗率。而我国大多采用冷库预冷以及真空预冷来代替产地预冷，这容易出现断冷链的情况，并且生鲜农产品具有季节性与时效性的特点，如不能保证其运输效率和存储温度，这将会影响生鲜农产品的口感和质量，不利于农村电商的可持续发展。

3.2. 专业直播人才队伍匮乏，乡村振兴缺乏人才支撑

移动互联网的发展催生了电商经济，当前，直播带货作为电商发展的新形式，不仅为消费者购物提供了全新的平台，而且有利于拓宽农产品的销售渠道，为乡村全面振兴提供重要支撑。但是，在农村电商的发展过程中，专业直播人才队伍的缺失成为制约乡村振兴的重要问题。

第一，农村生活环境较为闭塞，农民对新生事物易产生抵触心理。首先从社会结构来看，农村地区的人口居住较为分散，并且能熟练掌握互联网操作技能的青壮年大都选择外出务工，农村剩余劳动力以老人和儿童为主，人才的流失限制了农村电商的人才供给。同时，与城市相比，农村的社会网络较为闭塞，农民在获取信息、资源以及学习新技术等方面存在困难，使其不能抓住互联网发展的机遇。其次，从文化观念来看，农村地区的人们受教育程度普遍较低，根据中国互联网络发展状况统计报告显示，截至到 2023 年 12 月，在农村网民中，初中及以下学历的网民占 52.1%。教育的落后使得农村地区受传统观念的影响较深，部分农民对新兴电商持保守态度，认为其不稳定、不可靠，担心在直播电商中遇到欺诈行为和技术故障，这种观念消解了农民参与电商活动的积极性，甚至有部分农民由于不信任直播电商而对其产生了严重的抵触心理，使得农村地区难以建立起直播电商的专业人才班子[2]。

第二，对电商人才的培养缺乏针对性。随着电商经济的兴起，很多地方纷纷开起了直播带货的培训

班。然而，由于很多电商培训具有盲目性，培训内容严重脱离农村实际，导致电商培训的效果欠佳。并且目前的电商培训主要采取课堂讲解以及讲座的形式，缺乏实际操作，使得理论与实践严重脱节，学习者和农民不能将学习到的直播电商理论知识较好地与实践相结合，阻碍了农村电商专业人才的培养。比如，近年来贵州省先后和淘宝、京东、拼多多等电商平台达成合作，各平台派讲师到各县开展电商培训，但由于大多数电商讲师不了解实际情况，使其不能充分挖掘贵州省的地方特色进行有针对性的指导培训，并且培训时间大多以 3~5 天为一个周期，导致培训内容重理论轻实践，学习者不能将理论知识与直播电商进行有机结合，使得培训效果大打折扣，对农村地区电商人才的培养产生了消极影响。

第三，经济落后难以吸引优秀电商人才。虽然我国农村地区的互联网普及率不断提高，但由于受到资金问题的限制，目前，我国农村地区电商发展的配套设施尚不完善，并且在一些深度贫困地区可能还存在网络覆盖不全面，以及网络信号差等问题，使其不能吸引外来优秀电商人才。同时，由于经济的落后导致农村地区的收入水平较低，使其很难留住本地的高知识和高学历人才，阻碍了我国农村电商的发展。随着我国城镇化率的进一步提高，农村地区的人才流失将会进一步加剧，这不利于乡村振兴的发展。目前，“农村电商的内外条件限制阻碍了电商人才的培养与引进，内源乏力、外源不足的人才窘境使得农村电商在人才培养与引进方面任重道远” [3]。

3.3. 直播内容同质化严重，品牌意识薄弱

第一，地方特色农产品有待挖掘。随着人们生活水平和健康意识的提升，使其对特色优质农产品的需求日益增加。具有地方特色以及独特品质的农产品是吸引消费者的重要因素，也是农村电商赖以发展的重要驱动力。然而，由于目前在售农产品主要采取粗加工的方式，技术含量极低，存在较强的可复制性，这使得市场上同类农副产品的相似度极高，增强了同类农副产品的可替代性，这不仅不能满足消费者日益增长的多样化需求，消解消费者的购买欲望，还会导致无序竞争，扰乱市场秩序，更严重的是各地区为了不断扩大自身的市场份额，只能采取薄利多销的方式，不断压低农产品的价格，这不利于农民增收，还会打击农民生产的积极性。粮食安全是“国之大者”。所以，在农村电商助力乡村振兴的过程中，有关主体必须要加大对地方特色农产品的挖掘，不断提升农产品的附加值，促进农民增收，从而激发农民生产的积极性，全方位夯实粮食安全的根基。

第二，品牌意识薄弱。品牌不仅仅是一个简单的标志，它代表着农产品的品质、文化以及服务等附加值，缺乏品牌的农产品难以在激烈的市场竞争中取胜，最终只能靠不断压低农产品的价格来争夺市场份额。就目前的实际情况来看，我国农村地区拥有特色品牌的农副产品较少，这主要是因为，其一，农村地区的人们由于缺乏相关的营销理念，使其不能深入挖掘受众的消费需求，他们不了解什么样的农产品能吸引消费者，使得生产与消费相脱节，最终导致农副产品的有效供给变少。其二，主要是因为各种农副产品的标准化程度较低，包装不够精美，并且在农产品的销售过程中很多主播往往会夸大宣传，而消费者只是通过屏幕来观察产品，难以对产品质量进行全面的了解，使得消费者收到的产品往往与直播间所展示的产品存在较大差距，最终导致消费者产生信任危机，从而选择购买更加具有品质保障的农产品。长此以往，缺乏品牌效应的农产品势必会被激烈的市场竞争所淘汰，最终制约农村电商的发展。

4. 农村电商助力乡村振兴的优化路径

为加快推进农业农村现代化，进一步缩小城乡发展差距，发挥农村电商赋能乡村振兴的特有优势，我们必须要加强基础设施建设，夯实农村电商的发展基础，还要加快建立健全农村电商的人才培养机制，同时打造区域特色品牌，只有这样才能推动农村电商为乡村振兴赋能。

4.1. 加强基础设施建设，夯实农村电商的发展基础

第一，加强农村地区道路交通基础设施建设。首先，要科学布局，保证每个行政村至少有一条水泥路。在农村电商的发展过程中，必须根据其发展需求合理规划和布局农村交通网络，确保农产品产地与物流中心以及市场之间的连接畅通无阻，打通农村连接城市的“最后一公里”。其次，在道路建设过程中，对路面厚度和宽度的设计必须要符合今后农业产业化运输的要求，尽可能减少因道路交通问题对农村电商发展而造成的不利影响，进一步夯实农村电商的发展基础[4]。同时，政府还可以和社会资本合作，不断扩大农村道路建设的资金来源，促进农村地区道路交通基础设施的建设。比如，在农村道路建设方面我们可以采取“PPP+EPC+运营期政府补贴”模式，由社会资本独资成立项目公司，具体负责项目的融资、建设与运营等事宜。在项目运营期收益达不到预期时，政府会给予一定的资金补助，当收益超过预期时，超额部分归政府。这一模式不仅有利于减轻政府的财政压力，降低企业的经营风险，还有利于促进农村地区道路交通基础设施的建设，实现经济效益和社会效益的统一。总之，在农村电商助力乡村振兴的过程中，交通基础设施建设发挥着至关重要的作用，我们必须持续加强农村道路建设，促进乡村振兴可持续发展。

第二，加快建立完善的物流体系，确保农副产品冷链供应充足。缺乏完善的物流体系以及农产品冷链供应不充足是制约农村电商发展的两大原因，所以为发挥农村电商助力乡村振兴的重要作用，一方面，我们必须加快建立县、乡、村三级物流服务网点。目前，很多地区由于经济落后，使其物流网点只覆盖到了乡镇一级，这不利于促进农村电商的发展。所以，在农村电商的发展过程中，我们必须合理布局与规划农村物流服务站，推动农村物流配送全覆盖，有效解决农民所存在的寄件与收件难题，发挥农村电商赋能乡村振兴的内在优势。另一方面，必须要加快建立完备的冷链系统，还可以引进国外先进的冷链技术以及加大对保温箱以及冷库的研发力度，同时在有条件的地方直接采取产地预冷的方式，确保农产品从采摘到销售一直执行严格的保鲜标准，从而降低生鲜农产品的损耗率，最大程度保证农产品的口感与质量。

4.2. 培养农村电商专业人才，提升管理服务水平

第一，为农民普及基本的电商知识，增强其对电商平台的信任感。通常来看人们总是会对未知的事情充满恐惧，农村电商的发展亦是如此，由于农村地区大部分农民的受教育程度较低，缺乏基本的互联网知识，使其对农村电商的发展产生严重的抵触心理，这不利于激发农民参与农村电商助力乡村振兴的积极性。所以，农村地区有关部门应该加强对农民互联网技能的培训，让农民具备基本的互联网操作技能，同时还要邀请专业的直播电商人才为农民普及基本的电商知识，增强农民对农村电商赋能乡村振兴的信心，尽可能地减少农民的抵触心理，鼓励农民参与到农村电商的发展与建设中来，营造农户与企业共赢的局面。

第二，增强培训内容的针对性和有效性。理论与实际相脱节使得农村电商人才培养的效果不佳，为了加快农村电商人才的培养进程，一方面，我们必须整合产学研资源，建立健全农村电商人才培养体系。有关高校和行业协会必须对当地产业进行深入调研，了解当地产业的发展状况、趋势以及人才需求，以此来明确当地产业的发展方向，并针对此共同制定人才培养计划，确保人才培养计划符合当地实际。同时在课程设置方面学校以及各培训机构除了需要为学习者开设电子商务概论、市场营销学以及大数据分析等课程，还需要为学习者开设农业经济学、农村电子商务以及农业概论等课程，增强人才培养的针对性和专业性，确保培养的人才能够服务于农村电商的发展。另一方面，必须要注重对学习者实践能力的培养。理论必须要与实践相结合才能展现出强大的生命力，在农村电商的人才培养过程中，相关方除了需要给学习者讲授基本的电商理论知识以及营销策略之外，还应该注重实践项目的设置。学校和培训

机构应积极与企业达成战略合作关系，不断为学习者提供良好的实习机会，让学习者能快速掌握直播电商的运营模式，增强学习者的实际操作能力与综合服务能力。比如浙江省宁波市宁海县强蛟镇通过结合PMCSS培训模式来开设“农村电商学堂”，该课程除了注重对学习者实践能力的培养，还为学习者提供了模拟化的培训场景，让学习者在模拟中体验和验证培训内容，有效提升了学习者的实际操作能力。

第三，政府应加快建立健全人才引进机制。近年来，农村地区的人才流失成为制约乡村振兴的一大难题，党的二十大报告指出：“教育、科技、人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑”[5]，所以在农村电商助力乡村振兴的过程中我们必须要注重人力资源的开发。首先，国家应加大对农村地区的资金投入力度，加快建立健全农村的基础设施建设，缩小城乡之间的医疗、教育、交通以及收入等差距，为农村电商从业者营造良好的工作与生活环境，吸引农村广大青年返乡创业，增强乡村振兴的内生活力。同时，政府还可以出台一系列人才引进优惠政策，在薪资待遇、住房、职位晋升等方面向外来优秀电商人才倾斜，加快建立农村电商发展的优秀人才队伍。

4.3. 培育地方特色农产品，提升农产品的竞争力

第一，深入挖掘地方特色。具有地方特色的农产品不仅能增加农产品的附加值，还能推动其实现规模化经营。比如贵州省榕江县“三妹”王启红通过直播向消费者展示本地区高山糯米的生长环境及制作过程，并在直播中融入苗族文化元素，带动村里的高山糯米、红辣椒等农产品销往世界各地，提升了产品的文化内涵和附加值。浙江省遂昌县地处山区，生态环境优越，当地村民充分利用这一优势大力种植竹炭和竹笋，成功打造了绿色、健康、有机的农产品品牌形象，这不仅推动当地农特产品实现规模化经营，而且还增加了农产品的增值空间。福建省霞浦县村民充分利用其丰富的海洋资源，推广海鲜、海产品等特色农产品，形成了具有地方特色的电商产业，于2021年跻身全国农产品电商百强县。所以，为了增强农产品的竞争力，我们必须因地制宜发展多样化的特色农产品，倡导“一村一品”、“一县一业”，这样不仅能避免农产品同质化，实现各地产业差异化竞争，而且还能满足消费者日益增长的多样化需求，增加特色优质农产品的有效供给，为县域经济的发展注入新的活力。

第二，加快打造品牌集群效应。品牌代表着企业的形象和产品的价值，一个好的品牌有利于提升农产品的竞争力与附加值。比如永嘉县行禅村以“早为贵、香为奇、仙为禅”为核心，打造茶园体验区与品牌展示馆，实现了茶产业产品标准化开发与品牌化运营。山西省大同市广灵县以电子商务进农村综合示范为契机，结合地方特色打造了区域公共品牌“广灵珍品”，并鼓励企业打造“企业品牌”，通过“区域品牌+企业品牌”联动发力，有效提升了品牌的影响力。江西省通过实施“生态潘阳湖绿色农产品”品牌战略，成功打造了多个具有影响力的农产品品牌集群，赣南脐橙、庐山云雾茶等区域品牌更是入选全国品牌价值百强榜，实现了品牌价值的显著提升。所以，在农村电商的发展过程中我必须树立品牌意识，加快打造品牌集群效应，不断促进地区产业结构优化升级。

5. 总结

实施乡村振兴战略是中共十九大做出的重大决策部署，是新时代“三农”工作的总抓手。目前，我国虽已打赢了脱贫攻坚战，实现了经济发展由高速向高质量转变，但城乡之间存在的巨大发展鸿沟将会影响我国现代化建设的进程。而互联网的发展使得农村电商应运而生，这将为我国的乡村振兴提供重要支撑，可以说农村电商的出现对于促进农村经济发展，推进乡村全面振兴具有重大的时代意义。然而，由于受到农村基础设施建设落后，专业直播人才队伍匮乏以及直播内容同质化严重等客观条件的制约，使得农村电商助力乡村振兴的作用受限。所以，我们必须不断在实践中探索农村电商助力乡村振兴的长效机制，加快推进农村地区的基础设施建设以及人才培养步伐，同时还要引导各地区打造区域特色品牌，

使农村电商真正为乡村振兴赋能助力，让互联网发展成果惠及全体人民。

参考文献

- [1] 谢德城, 涂明辉. 数字经济推进乡村振兴高质量发展的思考——学习党的二十大报告[J]. 农业考古, 2023(3): 201-208.
- [2] 刘庆, 贺亚亚. 乡村振兴背景下农村电子商务发展现状与策略[J]. 湖南农业科学, 2023(5): 101-104.
- [3] 王海杰. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴路径[J]. 中国集体经济, 2024(3): 10-13.
- [4] 翁丹. 加强农村道路建设促进农村经济发展[J]. 现代农村科技, 2024(3): 132-133.
- [5] 缪劲翔. 以教育、科技、人才助推乡村全面振兴[J]. 理论导报, 2024(1): 47-49.