

农村电商赋能贵州乡村发展

李子贊

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月11日; 录用日期: 2024年10月14日; 发布日期: 2024年11月13日

摘要

贵州得天独厚的生态环境为不同类型的农产品提供优质的生产条件。同时,受特殊地理因素的限制,贵州大多数地区发展较为落后。在乡村振兴背景下,贵州农村电子商务是贵州乡村实现全面振兴的重要途径,为实现“黔货出山”提供强有力的支撑。本文以贵州农村电商为主要研究对象,首先从基础设施、政策以及特色农产品优势着手分析当前贵州农村电商发展现状,进而指出其存在的问题及阻碍因素,在此基础上,最后针对性提出未来贵州农村电商发展具体路径规划。

关键词

农村电商, 乡村振兴, 农产品, 贵州省

Empowering the Development of Rural E-Commerce in Guizhou through Rural Revitalization

Ziyun Li

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 11th, 2024; accepted: Oct. 14th, 2024; published: Nov. 13th, 2024

Abstract

Affected by unique geographical conditions, most regions in Guizhou Province are relatively under-developed. However, Guizhou's exceptional ecological environment provides favorable production conditions for various types of agricultural products. Against the backdrop of rural revitalization, rural e-commerce in Guizhou has emerged as a crucial pathway for the province's villages to achieve comprehensive revitalization, offering robust support for the initiative of "Bringing Guizhou's Agricultural Products to the Market." Focusing on rural e-commerce in Guizhou, this paper analyzes the

current development status of rural e-commerce in Guizhou from the perspectives of infrastructure, policies, and the advantages of characteristic agricultural products. Subsequently, it identifies existing problems and obstacles. Based on these insights, specific roadmaps for the future development of rural e-commerce in Guizhou are proposed.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Agricultural Products, Guizhou Province

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

自乡村振兴战略实施以来，贵州在党中央的坚强领导下，在全省人民的不断努力中，成功步入农村发展新阶段。同时，随着农村基础设施逐渐完善和信息技术快速发展，农村电商已经成为促进乡村经济发展的重要力量[1]。贵州省政府也将农村电子商务作为促进农村经济发展的重点项目，如何正确统筹贵州农村地区发展新需求，巩固拓展脱贫攻坚成果，成为贵州发展农村电子商务的核心课题。

2. 贵州农村电商发展现状分析

2.1. 基础设施

完善的基础设施是贵州农村电子商务发展的重要保证。贵州当地地势崎岖复杂，多山路，对传统农业经济与农村电子商务的发展都有极大的负面影响。为保证农产品的正常运输，道路交通的基础建设至关重要，物流是连接农产品生产与销售的中间环节，然而目前贵州省农村基础设施建设水平相对落后，有待进一步完善。与农村电子商务和交通相协调的另一个方面是农村电子商务发展中的网络[2]，网络是电子商务平台支付、查询的重要媒介，贵州农村多地处偏远山区，因此更应该加强网络的普及与维护工作。

2.2. 政策支持

在乡村振兴的进程中，贵州省农村电商发展得到了省政府的高度重视与政策支持。近年来，贵州省政府出台了一系列政策以推动农村电商的快速发展。例如，以《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》作为重要抓手，对电商行业规范化、标准化、可持续发展起到了关键的引导和促进作用。此外，《2024贵州农村电商直播大行动实施方案》进一步明确了通过政府引导、市场主导的方式，开展形式多样的农村直播系列活动，以活动引流，促进农村电商消费和助农增收。提出“打造县域直播电商基地，培养农村电商带头人，培育农村电商特色品牌，创新农村电商应用场景，举办农村直播电商赛事和促销活动”，计划依托新媒体平台，打造专属贵州特色的农产品品牌，宣扬多彩贵州美丽形象。同时，贵州省还结合实际情况，出台了《贵州省进一步加快农村电子商务发展助推脱贫攻坚行动方案》等政策措施，强化与大型电商平台的合作，完善电商供应链，推动线上线下融合发展，加强农村电商品牌培育，完善电商扶贫服务体系，并加强农村电商主体培育。这些政策举措为贵州农村电商的蓬勃发展奠定了坚实基础。

2.3. 特色农产品优势

贵州具有丰富的特色农产品资源，发展农村电商拥有独特的地理区位优势[3]，得天独厚的生态环境

使得贵州的农产品从源头上就具备了绿色健康的特征。贵州的土壤、气候条件以及丰富的森林资源，为农产品提供了优越的生长环境，保证了产品的生态品质。贵州抹茶、鲜椒等农产品品质好、产量高，带动数千人稳定就业。与此情况类似的，还有贵州的刺梨、猕猴桃、天麻等特色农产品凭借其绿色健康、高品质、多种类等优势，为贵州乡村振兴做出了重要贡献。

3. 贵州农村电商发展问题探析

3.1. 农村电商基础建设落后

电子商务可以让农户不再依托公司这个市场信息中介，在大市场上找到自己的需求，找到更大的赢利空间，从无到有地创生出新的产业依托，激活农村贫困地区的创业创新潜力，形成新的供给，破除内源性的贫困[4]，贵州农村电子商务发展发展的首要问题在于在基础设施建设的落后。首先，贵州农村地区网络基础设施尚不健全，网速较慢，且偏远山区的宽带普及率仍有待提升，直接影响了农村电商的流畅运营和消费者的购物体验。其次，物流体系建设滞后，物流成本高。为响应党中央乡村振兴战略的号召，现在贵州省实现了村村通路的目标，但是由于地形的特性，局限了交通的发展，使得贵州省还存在部分无一寸铁路的地区([5], p. 160)。例如：正安、务川、思南等多地。物流网点少，导致“最后一公里”配送难题突出，农产品上行和工业品下行均面临物流瓶颈。由于特殊的地形地势，特色农产品难以开展大规模种植，作为理性经济人，在农村没有形成规模效益前，出于利益最大化目的，电商创业者不愿意也不可能在偏远农村设置配送点[6]。

3.2. 相关政策尚未完善，农村电子商务资金周转困难

贵州省政府出台了许多鼓励发展农村电商的政策，取得了显著进展，但仍存在一些不足之处，这些不足限制了农村电商的进一步繁荣与深化。首先，政策统筹与协调机制尚不健全。贵州省内农村电商资源分散，各地方政府和电商企业在发展过程中往往各自为政，缺乏统一的规划与协调，导致资源浪费和效率低下。这种缺乏全局性统筹的情况，使得电商政策难以形成合力，影响了整体农村电商生态的健康发展。其次，电商人才培养与引进机制不够完善。实施乡村振兴战略离不开人才队伍的建设，乡村电商的发展也离不开人才队伍的智力支撑[7]，但贵州省在电商人才培养和引进方面还存在一定短板。本地电商人才储备不足，难以满足日益增长的电商需求，引进外部电商人才的政策和激励机制尚不健全，难以吸引和留住优秀人才。

贵州农村电子商务在近年来虽取得一定进展，但资金周转困难成为制约其发展的主要瓶颈之一。由于农村地区经济基础薄弱，金融市场发展滞后，电商平台及农户普遍面临融资难题。加之物流成本高、产品标准化程度低等因素，进一步加剧了资金流动的压力。具体来说，电商平台在市场推广、供应链建设及运营维护等方面需要大量资金投入，而农村金融体系尚不完善，融资渠道有限，难以满足其需求。一方面，农户因缺乏有效抵押物及良好信用记录，难以获得银行贷款等正规金融支持，难以扩大生产规模，提升产品竞争力。另一方面，贵州省的财政支出也相对有限，难以进一步支持农村电商的发展和扩张。

3.3. 农产品保鲜技术与物流质量有待提高

近年来贵州在冷链物流领域取得了一定进展，但农产品在保鲜技术和物流运输方面仍面临挑战。贵州农产品多为生鲜，多山地势阻碍了农产品大规模生产，农产品产量较低。贵州的生鲜仅仅能够支撑城市周边的消费，甚至周边的消费都无法满足，除少数特色农产品可以销售出省以外，其他农产品几乎完全由省内消化[8]。在保鲜技术方面，部分农产品仍依赖传统方法，难以有效延长保鲜期，导致产品在运

输过程中损耗较大。在物流质量方面，由于冷链设施分布不均、技术落后及市场化程度低，农产品在物流环节中的温控效果不稳定，影响产品的最终品质，或难以外运，生鲜农产品只能在周边市场销售流通，不利于打造贵州农产品品牌形象与提升竞争优势。

3.4. 知名农产品品牌空缺

贵州自然资源丰富，农产品品质优良，地方特色鲜明，然而贵州农产品在国内及国际市场上的品牌知名度和影响力尚显不足。由于品牌意识的不强、市场推广力度欠缺以及包装设计创新不足等多方面因素的消极作用，制约了贵州农产品市场价值的充分实现，也影响了当地农民的增收和农业产业的升级发展。为了改善这一状况，贵州需要强化品牌培育，提升农产品附加值，通过政府与企业的共同努力，促进市场对贵州农产品的进一步认知，助力乡村振兴和农业现代化的推进。

4. 乡村振兴战略下贵州农村电子商务发展路径探索

4.1. 进一步完善基础设施建设

完善贵州农村基础设施建设包括交通运输建设与信息化覆盖工程两个方面。有关政府及部门应加强省内外公路网、铁路网建设，为农村电子商务的发展提供强有力的保证。完善的交通网络不仅有利于对外输出新鲜的农产品，还具有辐射效应，带动贵州农村经济协调发展。信息化覆盖包括广泛的大数据、云计算等基础设施建设情况。在网络基础设施建设过程中，要协调不同区域之间的基础设施建设情况。对于经济发展相对落后的地区更应该加大资金与政策的支持力度，构建完善的信息化体系([5], p. 161)。

4.2. 针对性政策支持

当前贵州省内已经有很多电商扶持政策，然而还有一些政策空白区有待进一步完善，例如农民资金周转扶持与农村电商人才培养。

缓解农民资金周转压力，首先，政府及有关部门可以通过设立财政专项资金、乡村振兴补助资金，直接支持农业生产及配套设施建设，促进农村经济发展。同时，加强与金融机构合作，推动政策性农业信贷担保业务，重点支持粮食、地方特色农产品等重要农产品生产，确保农民能够获得低成本、高效率的融资服务。此外，政府还优化涉农资金整合政策，允许重点帮扶县统筹整合使用涉农资金，提高资金使用灵活性和效率。

为高效且创新地培育贵州农村电商人才，政府需采取一系列综合策略。首要任务是政府发挥引领作用，通过举办电商培训班和直播技能提升课程，结合实战演练，如“苗侗山珍”年货节直播活动，提高村民及返乡青年的电商操作能力和直播技巧。设立专项基金，用于资助电商培训课程、工作坊以及实战项目，确保培训内容紧跟行业动态。通过与地方高校、职业院校的紧密合作，定制符合农村电商需求的课程体系，实施“产学研”一体化教学模式，让学生在实践中学习，在学习中创新。同时，鼓励村民参与电商直播、短视频创作，展现乡村风貌，推广本土特色产品，从而吸引更多消费者关注和支持。

4.3. 优化物流配送体系

物流是电商发展中必不可少的组成部分，也是“黔货出山”的重要保障。贵州为优化农产品物流配送体系，可采取多维度策略以提升效率与覆盖面。首先，加强农村基础设施建设，特别是道路网络的完善与升级，确保农产品能够顺畅运出山区，缩短运输时间，降低损耗率。同时，推动冷链物流的发展，引进先进的保鲜技术和设备，确保农产品在运输过程中的新鲜度与品质，满足市场对高品质农产品的需求。其次，构建高效的物流信息平台，实现农产品供需信息的快速匹配与传递，减少信息不对称带来的市场

波动。鼓励物流企业与农户、合作社建立长期稳定的合作关系，形成稳定的供应链体系，提高物流配送的精准度与灵活性。此外，积极引入物联网、大数据等现代信息技术，推动物流管理的智能化与自动化，提高整体运营效率。

4.4. 构建知名农产品品牌

贵州省电商缺乏强烈的品牌意识，没有有力品牌的背书，会让消费者对产品的质量和售后存在质疑，导致对农产品的信任度会降低[9]。打造贵州农产品品牌，需从源头抓起，注重品质与特色并重。首先，深入挖掘贵州独特的自然生态优势，如高原山地、清新空气与丰富水源，作为品牌故事的核心，展现“绿色、健康、原生态”的品牌形象。其次，强化标准化生产，引入现代农业技术，提升农产品质量，确保每一份产品都能达到高标准要求。同时，注重品牌设计与包装，融合贵州民族文化元素与现代审美，让产品在市场上脱颖而出。再次，利用互联网+农业模式，拓宽销售渠道，通过电商平台、直播带货等方式，增加品牌曝光度，直接触达消费者。构建以县城为中心、乡镇为纽带、村组为腹地的乡村现代化特色产业体系，每年打造一批宜居、宜游、宜业的乡村振兴标志性名村强村，实现农业强、农村美、农民富[10]。最后，加强品牌宣传与营销，积极参与国内外农产品博览会，举办特色农产品文化节，提升品牌知名度和美誉度。

培育贵州农村电商人才是一个系统工程，需要政府、学校、企业及社会各界的共同努力。通过精准施策、创新驱动、资源共享，形成合力，推动电商与农村一二三产业深度融合，助力乡村振兴。

5. 结语

贵州农村电商发展道路仍面临诸多困难，如何解决这些难题正是推动其发展的关键所在。贵州省政府应争做“引路人”，完善相关政策措施与基础设施建设，为贵州农村电商培育更多优秀人才。企业应积极助力“数商兴农”，发挥电商企业自身优势，避免同质化竞争，打造知名农产品品牌，推动农业数字化转型，促进农民就业增收。农民也应主动参与到农村电商发展计划中来，提供绿色健康的农产品，转变自身守旧观念，助力农村电商发展。

参考文献

- [1] 廖一红. 乡村振兴视域下农村电商发展模式的探索及启示: 基于乡村共同体的思考[J]. 税务与经济, 2022(3): 74-80.
- [2] 陈晓钰. 贵州特色农产品的电商推广: 乡村旅游电子商务平台的机遇与挑战[J]. 中国商论, 2024(11): 26-29.
- [3] 王菲. 浅析短视频平台对电子商务营销的推动——以抖音为例[J]. 科技经济导刊, 2020(16): 215.
- [4] 袁琳燕. 贵州省农村电商发展问题研究[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(15): 160-162.
- [5] 汪向东. 农村经济社会转型的新模式——以沙集电子商务为例[J]. 工程研究, 2013(6): 194-200.
- [6] 李帅帅. 贵州省农村电子商务发展问题研究[J]. 电子商务, 2018(7): 13-14.
- [7] 张鑫. 农村电商赋能乡村振兴模式探索——以贵州省为例[J]. 南方农机, 2024, 55(10): 127-129+150.
- [8] 员雯洁, 黄榕川. 乡村振兴背景下农村电商人才培育路径探究[J]. 中国集体经济, 2023(24): 28-31.
- [9] 曹登科, 王慧. 贵州农村产业革命助推乡村振兴的探索研究[J]. 中小企业管理与科技(中旬刊), 2021(11): 34-36.
- [10] 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.