

乡村振兴背景下甘肃农村电商发展的问题研究

张若彤, 王石屹, 宋嘉荟, 谢小飞

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2024年9月20日; 录用日期: 2024年10月10日; 发布日期: 2024年11月13日

摘要

乡村电商作为联通农业、制造业与服务业的一种新型产业,是新时代乡村经济高质量发展的重要产业基础。在2023年的中央一号文件中,对农村电商进行了多次提到,并提出了要采用即时零售、农产品电商直采、定制生产等多种方式,并在此基础上,推动农产品直播电商基地的发展,为乡村电商产业的发展提供了一个全新的视角。在政策的支持下如何促进农村电商发展、助农增收成为当下的一个重要问题。本文以甘肃为例对农村电商现状,存在的问题进行分析从而提出相应对策。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 农产品, 甘肃

Research on the Development of Rural E-Commerce in Gansu Province under the Background of Rural Revitalization

Ruotong Zhang, Shiyi Wang, Jiahui Song, Xiaofei Xie

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Sep. 20th, 2024; accepted: Oct. 10th, 2024; published: Nov. 13th, 2024

Abstract

As a new type of industry connecting agriculture, manufacturing and service industries, rural e-commerce is an important industrial foundation for the high-quality development of rural economy in the new era. In the No. 1 document of the central government in 2023, rural e-commerce has been mentioned many times, and it is proposed to adopt a variety of methods such as instant retail, direct procurement of agricultural product e-commerce, customized production, etc., and on this basis, promote the development of agricultural product live broadcast e-commerce base, providing a new

perspective for the development of rural e-commerce industry. With the support of policies, how to promote the development of rural e-commerce and help farmers increase income has become an important issue at present. Taking Gansu as an example, this paper analyzes the current situation and existing problems of rural e-commerce, and puts forward corresponding countermeasures.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Agricultural Products, Gansu

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

在新时代的背景下，农村电商产业已成为推动农村经济转型升级的一股强大动力。它不仅打通了农业与制造业和服务业之间的壁垒，还促进了农村经济结构的多元化和优化。随着互联网技术的不断发展，电商平台的兴起为农村地区带来了前所未有的商机，将农产品直接销售给消费者，让农民能够更直接地对接市场需求，同时可以提供更多创业机会。2018年，中央一号文件全面部署乡村振兴战略，提出要大力建设可以在农村电子商务发展领域起到推动性作用的基础设施，鼓励各市场主体创新发展，构建新的农业产业模式，逐步实现农村流通现代化目标。2024年中央一号文件多次提及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。加强农村流通领域市场监管，持续整治农村假冒伪劣产品，为农村电商行业带来了崭新的思路。由于甘肃地区处于“一带一路”的重要战略地理位置，其发展也显得尤为重要。其中，农村作为扩大内需的主要阵地，便成为了甘肃地区发展潜力最大的电子商务市场。在政策的不断完善和推进下，甘肃农村电商如何扫清障碍快速发展成为了当下的一个热点话题。本文将重点分析甘肃农村电商存在的问题并提出相应的对策。

2. 甘肃农村电商的现状

2.1. 农村电商发展基础设施进一步提升

自脱贫攻坚以来，甘肃省重点实施了通村公路、村内主要干道、巷道、进户路等乡村基础设施工程，并对原来的基础设施进行了运营、管理和维护，为农产品电商的发展提供了良好的条件。甘肃通过投资，建成各类电子商务物流园、孵化园、农产品交易市场和淘宝“特色中国兰州馆”，为农产品电子商务的发展提供了良好的平台及发展基础。随着农业现代化的不断推进和农村经济结构的深刻变化，加强农产品物流体系建设迫在眉睫，为此，《甘肃省市县乡农产品物流体系建设实施方案》和《甘肃省加快农村寄递物流体系建设行动方案》两份文件应运而生，明确指出必须将农村物流发展与当地的电子商务进行深度融合，形成一个有机整体。这些方案不仅强调了冷链物流系统的重要性，而且还提出了加快构建冷链寄递体系的具体措施[1]。通过这一系列的政策指引，旨在推动农产品从田间地头直接送到消费者手中，节省中间环节，降低运输成本，提高流通效率。这样的举措无疑是对现有农产品物流体系的重要补充和完善，也为甘肃省乃至更广泛地区的农产品销售和消费市场带来了新的机遇[1]。

在2022年，甘肃省、在电子商务领域取得了显著的成就。该省成功覆盖了全国68个县(市、区)以及国家级贫困县(县、区)，建立了75个县级电子商务公共服务中心。这些中心不仅提供了基础设施和服务，还促进了农产品的网上销售，帮助当地农民拓宽了收入来源。这一成就标志着甘肃省在实现“精准扶贫”、

“脱贫攻坚”和“乡村振兴”战略目标方面迈出了坚实的步伐。在“精准扶贫”策略的推动下，甘肃为贫困地区的农户提供了个性化、精准化的电商支持，使得他们能够通过网络平台销售自己的产品，从而增加了经济收入。同时，“脱贫攻坚”工程确保了所有贫困县都达到脱贫标准，而“乡村振兴”战略则进一步巩固了脱贫攻坚成果，并着手于乡村全面发展的长远规划。

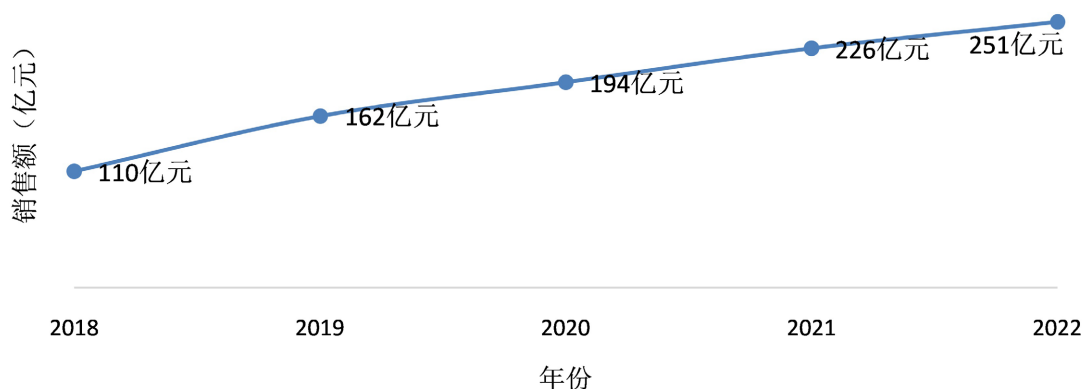
在此基础上，甘肃省还完成了 80 多个“全国电子商务进农村综合示范”工程，旨在推广农村电商模式、提升农村电商服务水平。该项目涉及 80 个贫困村，通过示范作用带动了整个县乡村三级电子商务体系的全面建成。此外，村级电商服务站的覆盖率也达到了 73.6%，这意味着越来越多的村民可以便利地利用互联网进行购物和其他商业活动，极大地提高了生活质量。这些成绩凸显了甘肃省在电子商务领域所做的努力和取得的进步，为推动地方经济社会发展、改善农民生活条件做出了积极贡献。随着更多的人开始认识到电子商务带来的机遇和挑战，预计未来甘肃省的电商生态将会更加繁荣，更多的农村地区将从中受益[2]。

2.2. 农产品品牌规模不断增加，产业集群初步形成

2020 年，甘肃省发布了《“甘味”农产品品牌目录》，其中囊括了 6 个“独一份”、12 个“特别特”、22 个“好中优”和 6 个“错峰头”等多个特色农产品品牌[2]。这一名牌的推出，对于提升地方特色农产品的品牌知名度与影响力，加快“甘味”走出农村、走向市场，具有重要的推动作用。“甘味”在 2021 年度中国地区农业形象品牌影响力指数中排名第一，得分为 842.38，增强了甘肃省农产品品牌发展的信心。“持续强化农产品品牌建设，提升其影响力”已成为甘肃省“十四五”规划的重点。甘肃还将继续发力，加速打造农产品品牌，充分利用数字化的销售渠道。

甘肃拥有丰富的特色农产品，如定西马铃薯、兰州百合、天水花牛苹果等。这些农产品在特定的区域内形成了一定的产业规模，为农村电商的发展提供了坚实的基础。例如，定西市围绕马铃薯产业，形成了种植、加工、销售一体化的产业集群，通过电商平台将马铃薯推向全国市场。同时，随着农村电商的发展，越来越多的电商企业在甘肃农村地区落地生根。这些企业在物流配送、电商培训、农产品品牌建设等方面相互合作，形成了一定的产业集群效应。例如，陇南成县通过政府引导、企业主体的方式，吸引了多家电商企业入驻，共同打造了成县农村电商产业园区。

2.3. 政府支持成效显著，产业价值链不断延伸



数据来源：公开资料整理。

Figure 1. Total online sales of agricultural product in GanSu Province from 2018 to 2022

图 1. 2018~2022 年甘肃省农产品网络销售总额

甘肃以“电商进农村综合示范工程”为契机,在所有贫困县中选择3个村进行电商扶贫,形成了“环县模式”、“陇南经验”等典型的电商发展模式,为全省脱贫攻坚工作提供了有力支撑,也为乡村产业振兴提供了有力支撑。站在新的阶段,站在新的起点,全省商务系统将继续下大力气,在巩固拓展上下功夫,在有效连接上下功夫,在全方位振兴上下功夫。2022年,甘肃的农产品网络销售总额达到了251亿元,较去年同期增长了11.06%,实现5年内连续增长(见图1),带动当地农户人均收入提高616元左右,对乡村产业振兴起到了较大的促进作用。

同时各个环节采取了一系列措施。在生产环节,政府通过引进先进的种植技术和管理经验,提高农产品的产量和质量。同时,鼓励一些电商企业还与农民合作,建立了农产品生产基地,实现了订单农业,降低了农民的生产风险。在加工环节,为了提高农产品的附加值,政府资助企业在农村设厂对农产品进行深加工。例如,将马铃薯加工成淀粉、粉条等产品,将苹果加工成果汁、果脯等产品。销售环节,政府帮助农户搭建电商平台,农民可以通过电商平台直接将农产品销售给消费者,减少了中间环节的流通成本。同时,电商平台还为农产品提供了展示和推广的机会,提高了农产品的知名度和美誉度。

2.4. 电子商务人才培训力度持续加大

甘肃注重“精准滴灌”的培训方法,举办“电商扶贫全覆盖”、“电商专家下乡”等一系列培训,积极组织电商行业中的精英人才前往商务部中国电商中心参加“电商精准扶贫讲师培训班”,旨在培养更多了解和掌握电商精准扶贫方法的专业人才。同时,开设了专门针对扶贫“三品一标”品牌认证的培训课程,以及电商分产业培训课,确保每一个参与培训的人员能够精准地理解和应用所学知识,从而有效促进当地电商产业的发展。对无法参会人员积极开展线上培训,组织了全省直播电商的骨干参与培训网络教学。培训范围广泛,内容多样,参与人数多达两万人,全面提高了甘肃省电子商务从业者的整体素质。通过一系列培训活动,电商从业者的业务能力和服务水平逐步提高,为实现乡村振兴和经济转型升级奠定坚实的基础。

3. 甘肃农村电商发展存在的问题

3.1. 部分农民传统观念的局限性

电子商务在城市被接受程度要远高于农村。随着互联网在农村的普及率不断提高很多农民近几年逐渐开始接触电子商务。由于部分农民的学历水平不高或语言不通、思想较为传统和保守,更加愿意选择传统的营销方式进行售卖,对于新兴事物不愿不敢参与。许多农户对于开设网络店铺、进行网上支付以及开展线上营销等电子商务操作缺乏足够的热情和认知。这种对新技术学习的抵触情绪导致了他们不愿意或不能充分利用电子商务的优势来拓宽销售渠道,进而使得农产品交易依然依赖传统的面对面方式,严重限制了电子商务在农业领域的深入应用和普及。大部分农民不了解电商的操作,销售渠道较为简单,一般当农产品成熟后,农民等待采购商大批量收购,随后再由采购商销往各地批发市场,经历多个阶段转售后,产品才能最后出售给消费者。但环节多、时间长,不仅可能会降低农产品质量,而且会大大削弱农民的利润[3]。

3.2. 物流渠道及冷链物流建设不完善

甘肃农产品主要为水果、蔬菜、禽蛋以及水产等,该类型农产品不易储存,所以对运输环境、物流速度方面提出了较高要求,如果这些条件不达标,会导致农产品腐烂变质,造成较大的经济损失。同时,甘肃农村交通的整体情况不容乐观,由于甘肃地形狭长,乡村地区多以山地为主,铁路渗透率不高,高铁普及率更低,大部分乡村地区都要经过道路中转,这使得农产品的运输速度大大下降,大多数农村地

区仍然依赖公路作为主要的运输方式。尤其是自“村村通”政策实施以来，农村公路网络得到了显著的改善和扩展。这些公路通常更加宽敞、安全，并且几乎覆盖了每一个角落，为当地居民和农产品的运输提供了极大的便利。但是由于高速公路的覆盖率较东部发达地区仍然不高，所以也无法完全满足农产品运输的需求。

3.3. 农村电子商务人才缺失

甘肃农村电子商务的发展，不仅要有懂得种植的农民和现代化的技术，还要有懂得如何运用互联网的电子商务人才。由于城市生活水平优于农村生活水平，且发展空间较大，很多电子商务人没有意愿去农村工作，认为在农村的发展受各种基础条件的约束无法大展身手，而当地农民大多为中年人对互联网缺乏兴趣且电子商务理论体系的更新速度快学习起来较为困难，引导农民进行营销，形成农村电商营销平台也难以实现[4]。即便有农村信息服务网络和众多扶持政策没有电商人才，也无法很好运作，人才的缺失阻碍了甘肃电商进入农村的步伐，严重影响了农村电商的发展。

3.4. 缺乏品牌的建设，同质化现象严重

在政策的不断完善、政府的支持力度不断加大的背景下，农村电子商务虽得到一定发展，但由于缺乏正向引导和品牌建立意识导致甘肃农产品缺乏市场竞争力。品牌可以作为识别农产品的一项重要标志，也是消费者建立对农产品信任度的重要基础。甘肃农业发展没有整体标准及规划，消费者对该地农产品特色缺乏了解，品牌分辨能力不足，使得消费者更加倾向于购买其他大众品牌[5]。甘肃农产品仅局限于简单加工，未实施深加工[6]，缺乏创新度，企业对农产品的加工与利用普遍存在缺乏主动性、技术落后、缺乏科技投入等问题。在以上问题的影响下，甘肃农产品的种类比较单一，并且季节性过剩问题突出，对当地农民增收造成严重影响。所以，提升农业效益、增加农产品附加值，已成为甘肃农村电商发展的关键。

4. 甘肃农村电商发展的对策

4.1. 加大电商宣传，拓宽销售渠道

甘肃省各级政府要在互联网方面加大资源投入，加大对电商优点的宣传力度，让农村居民主动使用网络，让他们了解电商的相关知识，并为他们提供支持和指导，对于“顽固派”以实际行动说服[7]，加快电商进农村的步伐，让农民从中尝到“甜头”，自主自愿加入电商队伍，拓宽农产品销售渠道、丰富产品种类、增加农民收入。运用电商平台助力农村电商数字化转型，丰富农村电商经营形式，发展社区团购、直播带货、短视频宣传等农村电商新模式，为农民销售农产品提供更多的可能性。

4.2. 完善物流渠道及冷链物流建设

政府根据当地情况，加强农村公路建设，合理建立电商发展服务站点，进行网络全覆盖，打破农户和市场信息不对称的困境。努力解决物流问题、完善农村物流体系的建设，重点扶持建设改造县级数字化、智能的物流配送平台、农村物流配送中心和乡村配送运输服务站，进一步健全储存、分拣、打包、装卸、物流配送等基础设施，进一步提高城市对农村的辐射能力[8]。针对甘肃的特色农产品，如水果、蔬菜、肉类等，强化农产品冷链物流体系，运用新技术、新设备，构建从灭菌到冷藏包装，再到加工的完整的物流体系[9]，确保农产品的质量安全，构建完整且高效率农村电商服务体系。鼓励邮政、快递、物流企业等加强合作，整合物流资源，开展共同配送、集中配送等模式，降低物流成本。支持发展“电商 + 产地仓 + 寄递物流”模式[10]，形成集货、加工、配送、网销等统一的供应链条，提高农产品上行效率。

4.3. 大量引进农村电商人才

在人才培养方面,政府应加大对优秀人才的吸引力度,出台各种优惠政策将优秀人才留在甘肃农村发展。目前,甘肃农村电商发展处于探索性阶段,这主要是因为人才引进力度不足,并且无法保证人才后期管理和发展,留不住人才[11]。为此,应与各高校电商专业构建人才交流与沟通的桥梁,在甘肃农村设立实习基地。政府应当采取切实有效的措施,不断增强招商引资的吸引力和竞争力。可以通过多种途径吸引投资,如利用甘肃得天独厚的旅游资源开展旅游招商活动,借助丰富的文化遗产举办文化招商项目,以及在各类展会上展示甘肃特色,实施展会招商策略。此外还可以组织跨区域的组团招商活动,形成合力,共同推进甘肃农业产业的快速成长[12]。同时,为了推动甘肃电商产业的蓬勃发展,政府也应该出台相应政策,优化电商环境,提供技术支持,打造品牌形象,从而激发市场活力,扩大电商平台的影响力和辐射力。另外,在网络宣传方面加大力度,加大与农民沟通力度,帮助农户快速掌握电商管理的要领,培养农村电商人才。

4.4. 加强农产品的标准化和品牌化建设

甘肃农村的特色农产品大多由农户以个人为单位出售,或者由村集体统一收购后出售,受陈旧形式、固有包装、消费人群等影响,无法形成完整的产业链。例如武威张义的人参果由于储藏困难,只能作为鲜果出售,深加工程度较低,仅仅可以做成果汁或果酱。而在白银靖远,枸杞产业已经发展出了各种产品,如:枸杞蜂蜜、枸杞茶、枸杞果汁等,并形成了一条完整的产业链。因此,应由政府牵头,引入加工制造企业,由农户配合建立健全农业产业链,提升农产品附加值,创新农产品包装,响应中央一号文件政策号召,打造甘肃特色农产品品牌,加大品牌宣传力度,不断提升市场竞争力,使农产品品牌更具代表性。

5. 结论

党的二十大报告中明确指出,全面建设社会主义现代化国家,最艰巨最繁重的任务仍然在农村。在乡村振兴背景下,如何实现农村电商的高质量发展成为当下农村发展的一个重要课题,甘肃作为国家重点扶持对象,其农村的发展尤为重要。当地政府应针对农村电商现存的问题,主要从电商普及、农业的数字化、渠道的拓宽、物流的完善、品牌的建设等方面利用科学手段加以更新改进,从而使农村电子商务得以跨越式发展,让农村社会经济焕发新生机。

基金项目

甘肃省哲学社会科学规划项目(2022QN016),题目:小农户参与农业全产业链的增值收益机制研究——基于行为偏好选择视角。

参考文献

- [1] 张兴华,冯媛媛.乡村振兴视角下农村电商发展研究——以甘肃为例[J].山西农经,2023(16):84-86.
- [2] 邹爱丽,赵云慧,王磊,等.乡村振兴背景下电商助农实施路径研究——以济宁市金乡县兴隆镇为例[J].中国商论,2023(3):40-43.
- [3] 何珮珺,谭词.电子商务与乡村经济韧性——基于“电子商务进农村综合示范”政策的经验证据[J].中南财经政法大学学报,2023(1):97-108.
- [4] 王昆,崔菁菁.青年返乡电商创业赋能乡村产业振兴的现实问题、典型案例和实践路径[J].经济纵横,2023(11):122-128.
- [5] 唐艺,刘昊,徐建奎.基于农村电商融资的创新思维模式研究——以江苏省沭阳县花木行业为例[J].农业经济

- 问题, 2021(9): 97-105.
- [6] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
 - [7] 张鸿, 杜童, 任少军, 等. 农村电商人才胜任力模型构建——以川陕地区为例[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2018, 18(5): 55-62.
 - [8] 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.
 - [9] 陈尘, 刘翔, 郑迪文. 区块链赋能下我国农村电商模式创新与发展研究[J]. 农业经济, 2022(12): 123-125.
 - [10] “陕西要有勇立潮头、争当时代弄潮儿的志向和气魄”: 习近平总书记陕西考察纪实[N]. 人民日报, 2020-04-25(1).
 - [11] 廖钟迪. 农村电商产业集群发展的现实困境及关键路径[J]. 农业经济, 2022(10): 139-140.
 - [12] 熊雪, 聂凤英. 脱贫地区农户融入电商价值链的增收机制与效应分析——以云南、贵州、陕西和甘肃为例的实证研究[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2022, 48(2): 95-106.