

乡村振兴战略下农村电子商务发展存在的问题及对策研究

张亚婷

西安建筑科技大学马克思主义学院，陕西 西安

收稿日期：2024年8月14日；录用日期：2024年11月21日；发布日期：2024年11月28日

摘要

乡村振兴战略实施后，农村经济发展备受党中央的重视。随着互联网的高速发展，电子商务成为提升乡村经济水平的重要措施。充分利用电子商务带来的便利，不断拓宽农村农产品的销售渠道，进而提升乡村居民生活水平及其幸福指数。本文主要从农村基础设施、特色农产品、电商人才、村民、物流设施五个方面探讨在乡村振兴战略下农村电子商务发展中所存在的问题，并针对这些主要问题提出：完善农村电商发展的基础设施、优化农业生产体系、重视农村电子商务人才的培养，树立农村电商发展的主体意识、激发村民的积极性、构建完善的农村物流配送网络等解决对策，旨在为农村电子商务以及经济发展提供一定参考。

关键词

乡村振兴战略，电子商务，农村发展

Research on the Problems and Countermeasures of Rural E-Commerce Development under the Strategy of Rural Revitalization

Yating Zhang

School of Marxism, Xi'an University of Science and Technology, Xi'an Shaanxi

Received: Aug. 14th, 2024; accepted: Nov. 21st, 2024; published: Nov. 28th, 2024

Abstract

After the implementation of the rural revitalization strategy, the development of rural economy has received much attention from the Party Central Committee. With the rapid development of the Internet, e-commerce has become an important measure to improve the economic level of rural areas. We should make full use of the convenience brought by e-commerce, continuously expand the sales channels of rural agricultural products, and thus improve the living standards and happiness index of rural residents. This article mainly discusses the problems existing in the development of rural e-commerce under the strategy of rural revitalization from five aspects: rural infrastructure, characteristic agricultural products, e-commerce talents, villagers, and logistics facilities. In response to these main problems, it proposes solutions such as improving the infrastructure for the development of rural e-commerce, optimizing the agricultural production system, attaching importance to the cultivation of rural e-commerce talents, establishing the main consciousness of rural e-commerce development, stimulating the enthusiasm of villagers, and constructing a sound rural logistics distribution network. The purpose is to provide some reference for rural e-commerce and economic development.

Keywords

Rural Revitalization Strategy, E-Commerce, Rural 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

乡村振兴战略最关键的任务是解决“三农”问题，而电子商务具有独特的优势，能够不断推进乡村整体发展。中国乡村地区相较于城市而言资源较少，分配效益低下，电子商务方面信息尤为匮乏，因此必须健全农村物流服务体系，完善农村地区的电子交易市场体制，让电子商务服务于人民，惠及人民。电子商务的发展同时也标志着中国乡村即将进入一个崭新的发展阶段，农村经济快速增长、农村农业现代化和乡村振兴将迎来历史性发展机遇。在此背景下，探索农村电子商务发展存在的问题及对策，对实现乡村经济全面发展具有现实的指导意义。

2. 乡村振兴战略下农村电子商务概述

2.1. 农村电子商务的概念

农村电子商务是以农村生产经营、农产品交易和农村日常生活为中心，运用数字化、信息化的技术手段，面向广大农村农民进行的各种商业交易活动。它是一项新型商业交易方法，有利于减少农业商贸成本，拓展农业商贸领域。在乡村振兴战略背景下，农村电商打破了农产品的空间地域限制，农产品不再仅仅依托传统的销售模式，农民可以利用网络销售途径销售农产品，如直播带货、短视频带货，期间还涌现了一批农民网红、村长、旅游局局长利用自身的影响力带动农产品销售。农村电商发展的本质，简单来说就是借助互联网大数据平台，让农民充分利用网络资源拓宽销售渠道、扩大销售市场、促进农民增收、带动农村经济发展，具有高便利性和多效益性特点[1]。

2.2. 农村电子商务的发展模式

农村电商发展主要有以下几种模式：第一，“农户 + 电商”的模式。这种模式强调农户的主体性和能动性，通过系统性的互联网知识与电商平台操作培训，让农户成为电商活动的直接参与者。农户们学会利用电商平台展示和销售自家产品，实现了从田间地头到消费者餐桌的直连，减少了中间环节，提高了收入。这种模式不仅促进了农产品的流通效率，还激发了农户的创新意识和市场意识，为农村电商的可持续发展奠定了坚实基础。第二，“农户 + 合作社 + 电商”的模式。此模式以生产合作社为纽带，将分散的农户组织起来，形成合力，打造农产品的特色品牌，共同对抗市场风险。合作社通过统一规划、标准化生产、品牌化运营，提升了农产品的市场竞争力和附加值。与电商平台的合作，进一步拓宽了销售渠道，确保了农产品的稳定销售，有效解决了小农户与大市场对接难的问题，有利于为农村经济的规模化发展开辟新路径。第三，“农户 + 电商 + 龙头企业”的模式。这种模式引入具有资金、技术和市场优势的龙头企业，形成“生产、加工、销售”一体化的全产业链模式。龙头企业拥有先进的生产技术和加工设备，以及品牌影响力和市场渠道。农户与龙头企业紧密合作，共享资源、共担风险、共享收益，形成了紧密的利益联结机制，有利于提升农产品的附加值和市场竞争力。这种模式下，农产品从种植、加工到销售各环节都得到有效整合和优化，有利于提高生产效率，助增农户收入，促进调整产业结构，同时将优秀的企业留住，进一步带动乡村振兴[2]。

3. 乡村振兴战略下农村电子商务发展中存在的问题

3.1. 农村基础设施有待完善

在乡村振兴战略下，农村电子商务发展的同时也遭遇到了农村本身基础设施薄弱的挑战。首先，互联网基础设施的短板尤为明显，特别是在地理位置偏远或经济发展滞后的农村地区，网络覆盖率普遍偏低，且现有的互联网服务在速度上难以达到电子商务顺畅运行的标准。这不仅使得电子商务的操作变得复杂烦琐，交易过程中的用户体验大打折扣，还极大地挫伤了农村居民和企业投身电商领域的热情。其次，电商硬件设施的匮乏也是制约农村电商发展的重要因素。许多农村地区缺乏开展电商业务所必需的现代化设备，比如高性能计算机、智能手机以及高效的扫码设备等。这些硬件的缺失，直接限制了农民在线上高效运营和管理的能力，进而影响到消费者购物体验的顺畅程度以及商家的运营效率。最后，农村居民在电子商务知识与技能方面也有所欠缺。由于长期缺乏接触和实践的机会，许多农民对电子商务的操作设备、应用软件等感到陌生，难以将其有效应用于日常的生产和销售活动中，限制了农村电商市场的潜力挖掘和长远发展[3]。

3.2. 农产品同质化严重，缺乏创新

随着人民生活水平的显著提升，消费者对于农产品的需求由数量向高质量转变，大部分人希望买到高质量并且具有当地特色的农产品，由此对于农户和企业的标准要求更高，而现阶段农产品并未达到消费者的要求，产品同质化严重，缺乏创新，生产者之间互相效仿，不断制造同类产品，长此以往农产品的优势也被迅速削弱，很多商家经营困难，被迫关闭。创新能力在各个领域都发挥着重要的角色，它同时也是一个行业可持续发展的关键因素。农村电子商业发展往往忽略了自身地方特色以及地理环境，一味照搬其他地区的发展模式，迷失方向。同时，参与电子商业发展的村民缺乏顺应时代和及时满足市场需求的能力，不能及时掌握市场信息，主动学习先进技术，仍运用老套的技术进行农产品生产[4]。

3.3. 缺乏专业化的电商人才

依靠互联网的迅猛发展，电子商务日益成为连接人们日常生活与工作不可或缺的桥梁。电子商务的

繁荣依赖于多元化人才的紧密合作与共同推动，然而在农村地区，电子商务领域的专业人才尤为稀缺。相较于传统的销售模式，电子商务更加强调对海量信息数据的精准分析与有效运用，同时也对产品包装的创意设计提出了更高的要求。相关技术人员只有熟知精通电子商务的程序和运营的相关知识，才能保证农产品的生产与销售。但在大多数农村地区由于教育资源不足，高端人才匮乏，加之居民思想观念较为保守，对新事物、新观念的接纳速度较慢，这种对新兴事物本能的排斥心理，无形中削弱了电子商务在农村地区应有的价值体现与影响力。此外，相比较于农村地区，无论是工作环境，还是薪资待遇，城市占据的优势比较多，导致农村的电子商务难以吸引优秀的人才[5]。

3.4. 村民参与意识不强

在农村电商的发展过程中，农民的参与意识是其成功与否的关键。首先，部分偏远且发展滞后的农村地区，由于信息闭塞、交通不便，以及根深蒂固的观念，农民往往倾向于保持封闭，不愿将产品外销。同时，大部分村民对网络销售保持不信任的态度，逐渐导致电商发展的群众基础薄弱，参与人员稀少。其次，农村经济条件的相对滞后，村民认为电子化设备过于昂贵，投入不一定有回报，另外电子产品操作复杂，许多村民存在畏难情绪，不愿投身学习。最后，农民的主体参与意识尚未充分觉醒。部分农民缺乏自主参与的动力，没有树立起通过电商致富的信心与决心，这种心态是制约电商深入发展的内在因素。

3.5. 物流配送体系不健全

物流配送体系不健全是乡村振兴背景下农村电子商务发展面临的突出问题。

首先，农村地区的物流基础设施亟待完善。农产品的快递配送存在很多不利因素，如道路狭窄、崎岖不平，甚至部分村落尚未实现路面硬化，此外部分偏远农村交通条件落后，地广人稀，严重制约了快递配送车辆的有效通行，进而影响了物流网络在农村地区的全面覆盖。其次，农村物流网点的布局存在明显不合理性。出于成本控制的考虑，多数物流企业倾向于在经济较为发达或人口集中的区域设立配送网点，而偏远的农村地区则往往被忽视，缺乏专门的物流配送点。这种布局不仅增加了农产品的运输难度与成本，也限制了农产品的销量。再者，农村物流市场的需求量相对较小且订单量不稳定，难以形成规模效益，无法吸引银行和投资机构的资金支持，农村物流配送效率和服务提升由此被限制。最后，物流人才与技术的短缺也是制约农村电子商务物流发展的重要因素。农村地区缺乏专业的物流技术人员，无法引入和应用先进的物流管理技术和手段，影响了物流作业的效率与质量[6]。

4. 乡村振兴战略下农村电子商务发展的具体对策

在乡村振兴战略背景下，要充分发挥农村电商发展的效果，需要政府、企业、电商、农民多方共同努力。政府要对农村现状和农民的真实需求做细致入微的调查，结合实际情况制定政策，协调各方力量，进行资金支持；企业要具有社会责任感，担起帮扶的一份责任，积极投资农村农户，实现企业与农户的共赢；电商要深入农村，进一步打开农村市场，为农产品往外输出，及时向农户传达市场信息提供便利；农民要主动学习电商平台操作的基本知识，利用互联网大数据，打破时间和空间的限制，拓展农产品销售市场。

4.1. 加强农村信息基础设施建设

首先，政府应该出台相关政策以及财政补贴对电子商务的运营提供支持，制定全面的农村信息基础设施建设计划，努力提升偏远地区互联网普及和网络流通速度。要充分利用现有资源，在此基础上发展电子商务，如建设农村电商服务站、开通农村电商物流专线、提供农村电商技术培训，还可以将村委会或学校的闲置房间改造为数字服务中心，配备电子设备，为村民打造一个良好的电商营销条件。其次，

相关企业需要进一步加大对农村地区电子信息方面的投资力度，可以拓宽铺设光纤网络覆盖面，实现互联网全覆盖，尽力满足农村电子商务发展所需要的硬件设备。最后，要对电商平台企业与农村合作社的合作加大支持，打造出具有当地特色的电子商务平台，同时帮助农业产品生产者更好地联系消费者，提供农产品质量追溯、在线销售、物流配送等一站式服务。

4.2. 优化农业生产体系，缓解产品同质化问题

首先，农业农村部门要针对农村资源优势、历史传承、地理特色，以及农业市场需求变化等因素提出科学措施以引导农村行业的发展趋势，并充分运用农业大数据平台调整农村产业结构，以推动农业产品品种结构的持续优化。其次，企业要快速建设和完善优化农业大数据平台，健全农业供需信息网络，建立农业监控制度，及时监测农村行业动向，及时准确分类农村大数据信息，多方向传递，及时回应。最后，培育农产品品牌主体，重点支持城镇的一些龙头企业。农村与企业共同打造农业品牌，建立健全的农产品品牌管理体系，强化监管服务制度，建立和完善农产品监管机制和品牌目录，构建一个良好的环境，帮助农产品打造优质品牌，避免产品同质化问题发生[7]。

4.3. 高度重视农村电子商务人才的培养

在乡村振兴战略的有力推动下，电子商务成为驱动农村经济发展的重要引擎。为促进农村电商的蓬勃发展，首要任务是引导广大农民正确把握“互联网+”时代的脉搏，树立通过电商实现增收致富的坚定信念，充分激发他们利用电商转型升级的积极性和创造力。政府应积极开展多样化的学习培训活动，鼓励农民广泛参与，不仅传授电商专业知识与技能，更要激发他们自我提升、勇于尝试的精神，为电商转型奠定坚实的人才基础。随着城乡一体化步伐的加快，国家也出台了一系列优惠扶持政策，旨在吸引并激励优秀人才投身农村电商建设，为农村发展注入新鲜血液。对于外来优秀人才的引进与融合，我们应特别注重沟通桥梁的构建，促进他们与当地农民的深度交流与合作。发挥外来人才在计算机技术、电子商务领域的专长，与当地村民合作交流，共同挖掘产品潜力，精准对接市场需求，从而提升农村电商的竞争力。

4.4. 树立农村电商发展的主体意识，激发村民的积极性

在电商兴农的道路上，首要之务在于“扶志”，即激发并树立村民的电商发展主体意识，增强他们的自信心与坚定信念。具体而言，我们应采取以下策略：第一、强化政策宣传与思想动员。通过持续不断地向贫困农民宣讲农村电商发展的政策措施、作用与意义，激发他们的内在动力，积极投身于电商实践中。这一过程中，关键在于增强农民对增产增收的信心，坚定其通过电商实现农业致富的决心，真正实现“电商发展先扶志”。第二、注重教育与技能培训。相关部门应定期组织电商基本操作与互联网知识的培训。通过“扶智”举措，使农民在政府的大力支持下，能够依靠自身力量，解决电商发展过程中的实际问题，确保电商之路越走越宽广。第三、构建多元共治的发展格局。农村电商的繁荣发展，仅凭政府之力远远不够。因此，需要政府、社会与企业三方携手，共同构建起农村电商发展的共同体。在充分发挥农民主观能动性和积极性的基础上，引入外部优质资源，实现资源的有效整合与优势互补。通过齐力合作，推动农村电商在各方面取得长足进展，确保发展目标的顺利实现。

4.5. 构建完善的农村物流配送网络

首先，政府应扮演积极角色，致力于优化农村交通基础设施，确保物流网络的广泛覆盖与高效畅通。政府需加大资金投入，专注于修缮与扩建通往偏远村镇的道路网络，特别是要重点推进村级道路的硬化与拓宽工程，为农村电子商务的物流配送奠定坚实的交通基础。其次，物流企业需积极响应市场需求，

在农村地区增设配送网点，进一步优化物流网络的布局。在巩固县级物流中心的基础上，应将服务触角延伸至乡镇乃至村庄层面，通过建立乡村级物流站点、设置自提柜以及利用当地公共服务中心、商店、超市等作为灵活配送点，为村民寄取包裹提供便利。此外，物流企业还需加强信息技术在农村物流领域的深度融合与应用。通过运用大数据、云计算、物联网等前沿技术，优化物流作业流程，构建覆盖农村物流全链条的在线信息追踪系统。这一系统能够实时监测包裹的运输状态，提供精准的物流信息，不仅会提升物流管理的效率与透明度，还有效保障了农产品在运输过程中的安全与品质，为农村电子商务的可持续发展注入了强劲动力[8]。

5. 结语

乡村振兴背景下，农村电子商务的发展正处于重要阶段，它作为新兴产业，有很大的市场发展前景，同时也存在着许多困难。要积极通过政府、企业与农户的协同努力，逐步弥补农村基础设施不足，规范生产流程，优化物流网络，形成适应农村电子商务发展的综合支持体系。同时，也要进一步健全农村电子商务有关规章制度，完善农村工程，引导和积极地培养技术人才，以提升产品质量，推动农村品牌规模化经营，从而推进我国农村电子商务的全面发展，改善农村地区的文化生活生产条件，推动乡村可持续发展。

参考文献

- [1] 张云云. 乡村振兴战略背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 农家参谋, 2022(16): 105-107.
- [2] 李开川, 李榕. 乡村振兴战略背景下农村电商发展路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 186-189.
- [3] 陈一欣. 乡村振兴背景下农村电子商务发展路径研究[J]. 天津经济, 2024(7): 76-78.
- [4] 莫柳娥. 乡村振兴战略背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 投资与合作, 2021(7): 11-12.
- [5] 蒙坤. 乡村振兴战略背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 上海商业, 2022(2): 48-49.
- [6] 李伟达. 乡村振兴背景下农村电子商务高质量发展路径探究[J]. 延边党校学报, 2024, 40(3): 58-62.
- [7] 谭词, 杨军, 孙嘉泽. 数字乡村背景下农村电子商务如何提高农业劳动生产率——基于电子商务进农村综合示范县的准自然实验[J]. 世界农业, 2022(8): 77-89.
- [8] 孙华. 乡村振兴背景下农村电子商务发展现状、问题与对策——评《农村电子商务理论与实践》[J]. 商业经济研究, 2022(20): 2.