

农村电商助力乡村文化产业发展的路径探析

孙沙沙

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年7月8日; 录用日期: 2024年10月17日; 发布日期: 2024年10月24日

摘要

近年来, 农村电商成为推动乡村文化产业的重要渠道与支柱。为促进乡村文化产业稳步发展, 推动乡村振兴战略实施, 本文立足于农村电商与乡村文化产业的互动关系与驱动作用, 分析当前我国农村电商与乡村文化产业融合过程中面临的困境, 从基础设施建设、政策引领、产品标准、人才队伍等方面探寻农村电商助力乡村文化产业高质量发展的实践路径。

关键词

电商, 乡村文化产业, 乡村振兴战略, 路径

Analysis on the Path of Rural E-Commerce to Help Rural Cultural Industry Development

Shasha Sun

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jul. 8th, 2024; accepted: Oct. 17th, 2024; published: Oct. 24th, 2024

Abstract

In recent years, rural e-commerce has become an important channel and pillar to promote rural cultural industry. In order to promote the steady development of rural cultural industry and the implementation of rural revitalization strategy, based on the interactive relationship and driving role of rural e-commerce and rural cultural industry, this paper analyzes the current difficulties faced in the integration process of rural e-commerce and rural cultural industry in China; from the aspects of infrastructure construction, policy guidance, product standards, talent team and so on, explores the practical path of rural e-commerce to help the high-quality development of rural cultural industry.

文章引用: 孙沙沙. 农村电商助力乡村文化产业发展的路径探析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 762-767.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341209

Keywords

E-Commerce, Rural Cultural Industry, Rural Revitalization Strategy, Path

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

随着乡村振兴战略的持续推进，乡村文化振兴取得重大进展。其中乡村文化旅游及文化产业等多方面正在蓬勃发展，各地利用本土特色乡村文化资源从事文化产品生产和文化服务提供等经营性活动，生产出了各类文化产品，以满足其多样化、多层次的精神文化需求并获得经济收益[1]。为持续扩大乡村振兴战略的伟大成效，除宣传片、下乡巡演等传统传播乡村文化的渠道，目前亟需更开放、更直接的渠道。2024年中央一号文件就提出实施农村电商高质量发展工程，深入推进农村电商进农村和农产品走出农村进入更多人的视野，各地积极响应政策，建设县域直播电商基地，为推广文化产品促进乡村文化旅游事业及文化产业发展提供新颖手段和强劲的市场竞争力[2]。

2. 农村电商与乡村文化产业的互动关系

所谓电商其实指的就是依据相关法律法规运用数字信息化技术通过网络平台连接各个交易方从而进行各种线上的交易活动，其中包括产品、服务等交易。而农村电商则是从名称上定位其所涵盖的地理范围[3]。随着农村电商的快速发展，通过农村电商这一媒介，改变着本地文化呈现与传播的方式，塑造着以电商为媒介而形成的农村电商文化，并在一定程度上影响甚至改变着人们的观念与生活方式，促进乡村振兴[4]。对于文化产业而言，由于其具有社会、经济、政治等多重属性，在全面推进乡村振兴进程中起到了无以替代的推动作用[5]。电商作为助力乡村振兴的重要形式，兼具跨时空商品交易及信息传递功能的独有优势，能有效地创新乡村传统文化路径，提高乡村主体文化素质，助力乡村文化振兴[6]。目前乡村文化与农村电商领域有众多研究文章，多集中于论述电商文化及乡村文化产业各自对于乡村文化振兴的助推作用，而农村电商与乡村文化产业的具体互动形式、问题与路径方面缺少讨论。

2.1. 乡村文化产业丰富农村电商内容

由于文化产业本身具有强辐射性、高渗透等特征，这决定了乡村文化要素可以与农业技术、农产品以及市场需求有机融合起来，以提升农业价值链的增值功能，为农村发展开拓新的空间[7]。中国传统文化的根在乡村，依托乡村文化资源发展的乡村文化产业也是我国文化产业的重要组成部分，并生产出大量特色文创产品，如漆扇、扎染布艺等。可为以销售农副产品为主的农村电商提供更为丰富多彩的内容。乡村文化产业中的民俗旅游活动、传统手工艺品等都是农村电商的热门内容。一方面，可以策划侧重点不同的文化旅游项目，通过直播平台销售此类行程完整、费用具体明晰的团体旅游项目；另一方面，可以通过直播售卖具有独特的文化内涵和艺术价值的乡村文创产品，将乡村文化设计成各种符号、形象形成文化价值，如当地农民的手工艺品、以特色地貌为灵感的冰箱贴及文具用品等，用独特的设计及包装形式得到大量观众的关注和喜爱，以获取更高的经济效益。

2.2. 农村电商推动乡村文化产业兴旺

产业兴，乡村才能振兴。在社会转型期间，人民对于精神文化方面的需求提高，文化产业目前成为乡村产业链中的重要一环，如何推动乡村文化产业兴旺的问题摆在了社会面前。农村电商作为一种新的乡村发展媒介，其对于乡村文化的呈现有着重要的转向作用，为乡村文化的发展注入新的活力，影响着农村地区传统乡村文化的创新和交融。首先农村电商的发展在一定程度上拓宽了农村文创产品的销售面，给予外界更多认识的机会，从而吸引资本更愿意流入农村文化产业市场。此外伴随着农村文化产业利润的增加，进一步为农业农村发展提供了资金支持，给农村地区带来更多先进的技术和生产方法，让农村文化产品生产活动变得更加便利高效，同时开拓出更多的生产空间。在获得了资金和技术的双重作用下，促进农村地区文化产业结构优化升级。通过农村电商的发展不断推动调整农村文化产业结构的同时也调节了农村文化生产体系，实现产业兴旺，并在一定程度上影响甚至改变着人们的观念与生活方式。

在农村电商与农村文化产业的互助过程中，两者形成了积极的互动关系，即电商平台为乡村文化产业提供了广泛的观众基础和传播渠道，使乡村文化得以更好地传承和发展，提高了乡村的知名度和影响力[8]；农村电商则通过乡村文化产业生产的本土文化产品，通过独特的文化意蕴打造出一条新的销售链，获得可观的经济收益。

3. 我国农村电商与乡村文化产业发展的问题分析

随着我国农村地区网络基础设施条件的不断完善，逐步建成了更加广泛的网络宽带环境，农村互联网普及率进一步得到提高，吸引了大批电商直播人员进入农村产业，逐步推动电子商务进农村规模的不断扩大。当前农村电商处于统筹规划阶段，乡村文化产业作为乡村产业发展的重要组成部分，在与电商平台合作过程中仍有部分问题亟需解决。

3.1. 农村电商平台缺乏规范化管理与完备基础设施

据中国互联网络信息中心发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2023 年 12 月，我国农村地区互联网普及率为 66.5%，农村网民规模达 3.26 亿人，增速超过城镇网民[9]。随着网络直播平台不断高潮发展，大批人转向电商行业，当地农户或拥有较大粉丝量基础的直播平台发挥自然资源优势，自家进行售卖或是与农户间联合形成文化产品电商合作。使用互联网模式在多渠道、多平台进行网络销售，此种模式在初步阶段取得了显著成效，但发展过程中暴露出了不同程度的问题。

目前大部分乡村地区中，由于农村文化产业的组织化程度不高，对文化产品的生产及经营管理松散，还未形成对设计、生产、销售的可追溯体系，使得乡村文创在电商渠道销售受阻。并且农户、乡村文化企业与电商平台之间的利益共享与售后风险机制不完善；电商平台操作复杂，使得部分受众在后期退货、换货过程中存在问题，不利于消费者维护自身权益。并且农村多地在具体进行文创产品加工时往往是以人工与机械设备相结合的加工形式，这种加工方式虽然能够适应小规模在农村电商发展，农村电商基础设施缺乏连续性，使得文化产品的电商渠道仍旧存在一定的落后性，与现代的加工行业相比生产效率和质量相对较低，使得农村电商与乡村文化产业的发展都存在限制瓶颈[10]。

3.2. 乡村文化产业资金投入及产品标准不稳定

作为农村电商所对标的产品，乡村文化产业对当地所生产的手工业品、文创产品、旅游专线等也需解决内部存在诸多问题。由于各地乡村经济发展与城市仍存在较大的差距，乡村文化产业缺乏进行扩大生产的资金支持，乡村文化数字技术平台的搭建难以推进，资金的投入也是需要解决的问题。

当代社会，各类媒体平台盛行，刮起了一阵乡村文化旅游的风潮。乡村文化的价值在于其独特性和

差异性,大部分乡村跟随流行风尚,没有深度挖掘并融合自身独特优势,找准其文化产业发展定位,导致乡村文化产业同质化问题突出,特色文化产业稀少,文化产品的创新不足、特点不突出,难以获得消费者的青睐,核心竞争力较弱[11]。此外,由于一些传统手工技艺和产业由于制作过程的繁琐、制作的周期长,难以量产,导致其成本高,农村电商平台难以拉到投资。另外,产业缺乏更为具体的产品品牌,同时一些乡村企业未充分认识到品牌对于文化产品的价值,并且在打造品牌的过程中,产品外包装设计、品牌定位及营销策略等环节缺乏专业性。使得一些乡村文化产品仍然知名度偏低以及大量存在质量问题的盗版产品打着乡村特色的旗号进入电商平台,严重侵害了该地产业的优质形象与消费者的利益[12]。

3.3. 农村电商与乡村文化专业人才匮乏

顺应时代的发展,专业人员应积极把握住农村电商于乡村文化产业的助推作用,将农村电商与乡村文化产业进行全方位地结合,加强连接,实现共赢。但是现阶段,农村电子商务人才队伍培养缺乏积极性,人才队伍建设与农村实际环境脱轨,既懂农村电商又懂乡村文化产业的复合型人才数量较少。

首先,当前我国农村人口流失严重,大部分年轻人选择外出务工、求学,从而农村老龄化程度深与受教育水平较低等问题突出[13]。此外,当前农村干部中党员数量依然较少,青年群体的占比较少,使得农村干部队伍缺少新鲜血液和思想,不利于农村产业改革创新推动。而对于当前农村电商的发展来说,最需要解决的人才问题是缺乏对基层操作人员的培养机制,不能为农村电商提供足够的人才支撑。

其次,乡村文化产业方面人才储备也存在严重不足现象,当地政府尚未充分认识到文化专业人才对于发展乡村文化产业的巨大推动力。并且实际开发乡村专业文化人才中,部分地区仅注重当地本土乡村文化人才的培养,忽略了外来专业文化人才的渠道。招募的人才岗位也未切实考虑到当地乡村文化发展的具体需求,存在对当地乡村文化了解不足、研究方向与所处的乡村文化发展方向不贴合、本土乡村文化的创造性转化和创新性发展的能力不够等现象。

4. 农村电商助力乡村文化产业发展的建议与对策

随着科技的不断发展与政策支持,我国农村电商与乡村文化产业必将迎来一个高速成长期,但在发展过程中不可避免地会遭到多种障碍干扰,对于两者融合面临的基础设施、产品标准、品牌定位、人才队伍等问题亟需寻找相应措施解决。

4.1. 优化农村电商发展的制度与基础设施建设

自实施乡村振兴战略以来,政府已出台了多项政策,鼓励乡村文化产业的发展,以此传承发扬中华优秀传统文化乡村文化,为乡村振兴凝魂聚力。在此基础上,各地方政府也需要出台更具体的政策,从微观层面上具体落实国家对乡村文化产业与农村电商的支持。首先各地政府可根据管辖范围内乡村的实际发展情况,制定具体办法和措施,加大对乡村文化产业与农村电商结合的鼓励,为乡村文化产业的电商发展提供良好的服务和发展指导[14]。其次,动用地方县级融媒体对国家及地方电商政策进行宣传与解读,对广大人群及社会企业进行媒介动员,并出台扶持政策吸引广大企业,加大对乡村文化产业电商创业的资金扶持力度,为农村电商和乡村文化产业从业人员提供产品研发、营销策略等多方面的资金帮助。建立文化产品可追溯系统,实现质量安全可追溯及物流信息管理贯穿全产业链,提高消费者对文化产品的信任度。

各地完善农村电商与乡村文化产业相应鼓励扶持政策后,还应立足电商发展实际需求,不断完善农村基础设施建设。第一,实施农村道路畅通工程,大力推动农村公路建设。政府给予足够的资金进行道路铺设,加快构建便捷高效的农村公路骨干网络,通过整体交通环境的优化为农村电商物流工作打好基

础。第二，应加强乡村通信网络建设，实现乡村地区的网络服务站点全覆盖，加强发展数字农业，加快数字乡村建设[15]。

4.2. 加大农村电商与乡村文化产品资金投入与品牌建设

转变乡村文化产业发展方式、提升文化产业竞争力是实现乡村振兴，加强文化产品进入农村电商的重要途径。为此，各地可以依托当地文化产品资源，以新颖设计为基础、电商平台为载体、以安全品质为核心打造电商品牌，从而不断提升该地乡村文化产业的 brand 影响力和产品附加值，吸引社会与企业进行投资。

首先，应明确该地品牌建设思路，对现有品牌进行创新升级。为了推动农村电商的整体发展，应明确品牌标志、色彩、应用规范等统一标准以及包装、宣传、销售、售后等其他标准；将当地独有的历史、地貌、人文风俗等元素融入品牌标志设计、品牌文化打造中，从而让电商品牌变得更丰满、更富文化意蕴，打造吸引投资的新颖优势[16]。其次，政府和文化企业要严格把好产品质量大关，制定严格的准入标准。推进标准化和规模化建设，保障资金链的稳定，加快乡村文化产品认定、产地认证的步伐。经济实力较强的乡村文化企业在新兴产业和关键技术研发方面可进行自我提高，增强自主创新能力，引进新设备，打造高品质文化产品，积极开发新产品，从而提高文化产品竞争力，以内容电商、直播电商、社交电商等新模式提高农村区域知名度和美誉度[17]。

4.3. 提升农村电商与乡村文化产业人才队伍建设

人才资源的开发与积累是保证乡村文化产业发展的核心资源，是促进文化产业振兴与农村电商蓬勃发展的基础。目前我国乡村传统文化手工艺从业者年龄普遍偏大，存在断层现象，因此对于手工艺从业者的培养和传承至关重要[18]。而这一问题最直接的解决途径就是利用当地村民进行培训转化，充分带动当地居民的内生转化，政府应重视手工艺从业者的培养，出台政策给予手工艺从业者职业的认可以，激发年轻人对手工艺行业的兴趣和认可。政府、企业等可以与各类职业院校合作，通过手工艺文化进课堂和学校，重点对产品技艺与乡村文化的融合进行培训，激发学生对进入乡村文化手工艺行业的热情[19]。

政府对当地文化产品手工业者、经营者等进行农村电商政策和基本知识普及培训，帮助农户了解基本电商知识实操。还应着力培养本土的电商致富带头人，组织经验分享会等座谈会，增强农户们从事农村电商的决心，鼓励外出工作的青年返乡创业，培养农民的农村电商运营能力，积极扩大电商致富带头人的覆盖范围[20]。应结合地方农村电商发展现状、电商从业人员技能水平培养本地电商人才队伍，引导有实践经验的电商从业人员返乡创业，创新完善人才培养体系和机制，强化物流管理、店铺运营推广、数据分析等电子商务专业技能培训，并持续不断优化人才发展环境，形成一支具有地域特色的电商人才团队，从而满足农村电商行业飞速发展的需要。

5. 结语

通过建设，乡村文化产业成为在现代市场经济大潮和全球化浪潮的冲击中传承、保护和发展乡村文化的一个重大的理论和实践问题，随着数字经济的发展，农村电商逐渐走进乡村文化产业领域。农村电商应凭借自身带有的广泛的销售面、庞大的品牌影响力的特性，各地政府出台具体扶持政策引领农户进入乡村文化产品产业，并完善农村电商的基础设施建设，乡村文化产品销售渠道；通过创新产品设计与优化产品标准来吸引资金投入，构建强大的专业人才队伍，促进乡村文化产业又快又好发展，不断取得新成效。

参考文献

- [1] 殷冬阳. 云南乡村文化产业经营模式研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南财经大学, 2018.
- [2] 人民日报. 按下农村电商发展“快进键” [EB/OL].
http://www.moa.gov.cn/ztzl/ymksn/rmrbbd/202404/t20240408_6453244.htm, 2024-04-08.
- [3] 马创. 农村电商对乡村旅游高质量发展的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 河南农业大学, 2024.
- [4] 郭名洋. 重庆市秀山县电商文化赋能乡村振兴研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南大学, 2023.
- [5] 丁晓洋. 文化产业助推乡村振兴的内在机理与实践路径[J]. 学术交流, 2023(1): 108-121.
- [6] 宋名舰, 田云刚. 电商助力乡村文化振兴路径探究[J]. 文化学刊, 2021(11): 39-42.
- [7] 李军红. 文化产业助力乡村振兴战略: 机理·模式·路径[J]. 齐鲁艺苑, 2019(3): 110-115.
- [8] 李娇. 乡村文化的数字化传承: 网络直播平台的潜力与挑战[J]. 文化创新比较研究, 2024, 8(3): 61-65.
- [9] 农民日报. 我国农村地区互联网普及率达到 66.5% [EB/OL].
http://agri.jl.gov.cn/rdzt/jnpz/gzdt/202404/t20240411_8892985.html, 2024-04-11.
- [10] 张鹏, 王华生, 吴取芳. 乡村振兴背景下农村电商的发展策略研究——以安徽省巢湖市为例[J]. 中国商论, 2024(12): 44-47.
- [11] 徐文玉, 沙兵启. 乡村文化产业高质量发展的困境、趋势与实践路径[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(9): 42-45.
- [12] 周舟, 赵兴云. 乡村振兴视域下乡村文化产业高质量发展的困境与路径——以黔西南州为例[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(23): 110-113.
- [13] 张翔宇, 黄萌. 乡村振兴视阈下乡村文化产业的发展路径探析[J]. 中国集体经济, 2024(11): 16-19.
- [14] 许应楠. “一带一路”下我国乡村文化产业跨境电商发展影响因素研究——以手工艺产业为例[J]. 农业科研经济管理, 2021(3): 1-7.
- [15] 申姝红, 郭晶. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(8): 122-125.
- [16] 胡鑫, 李洁菲, 庞海龙. 乡村振兴背景下南阳市农村电商发展策略研究[J]. 南方农机, 2024, 55(12): 140-142.
- [17] 杨欣. 乡村振兴背景下五常市农村电商发展路径研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2024.
- [18] 黄菲菲. 乡村振兴战略视域下福州市乡村文化产业发展研究[D]: [硕士学位论文]. 福州: 福建师范大学, 2024.
- [19] 范佳妮, 尹文甫. 基于科技创新视角的湖北省民族地区文化产业发展路径研究[J]. 科技传播, 2022, 14(2): 48-50.
- [20] 邓蒙. 南阳市农村电子商务发展模式研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 中南民族大学, 2023.