

乡村振兴视域下天水市农村电商优化路径研究

薛莉, 闫翔

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2024年12月6日; 录用日期: 2024年12月20日; 发布日期: 2025年1月26日

摘要

乡村振兴战略作为新时代解决“三农”问题关键举措, 致力于实现农村强、农村美、农村富的宏伟目标。而农村电商凭借其独特优势, 成为打破城乡二元结构、促进农村经济转型升级的重要力量。本文聚焦乡村振兴战略背景下天水市农村电商发展, 深入剖析天水市农村电商现状, 揭示其在发展进程中面临的基础设施薄弱、人才匮乏以及品牌建设不足等问题。通过对这些问题细致分析, 提出包括强化基础设施建设、培育电商人才、以及加强农产品品牌建设等一系列具有针对性的优化路径, 旨在推动天水市农村电商的高质量、可持续发展, 助力乡村全面振兴。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 路径优化

Study on Optimization Path of Rural E-Commerce in Tianshui City from the Perspective of Rural Revitalization

Li Xue, Xiang Yan

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Dec. 6th, 2024; accepted: Dec. 20th, 2024; published: Jan. 26th, 2025

Abstract

As a key measure to solve issues relating to “agriculture, rural areas, and farmers” in the new era, the rural revitalization strategy is committed to realizing the grand goal of rural strength, rural beauty and rural wealth. With its unique advantages, rural e-commerce has become an important force in breaking the urban-rural dual structure and promoting the transformation and upgrading of the rural economy. This paper focuses on the development of rural e-commerce in Tianshui City

under the background of rural revitalization strategy, deeply analyzes the current situation of rural e-commerce in Tianshui City, and reveals the problems it faces in the development process such as weak infrastructure, lack of talents and insufficient brand building. Through a detailed analysis of these problems, a series of targeted optimization paths are proposed, including strengthening infrastructure construction, cultivating e-commerce talents, and strengthening agricultural product brand construction, in order to promote the high-quality and sustainable development of rural e-commerce in Tianshui City and help the comprehensive revitalization of rural areas.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Path Optimization

Copyright © 2025 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深入推进,农村电商作为推动农业现代化、促进农民增收和农村经济发展的重要引擎,受到了广泛关注。天水市,凭借其独特的地理区位、丰富的农业资源与深厚的文化底蕴,在农村电商领域已取得了一定的进展,初步构建起了覆盖部分乡村的电商网络体系,一些特色农产品如天水花牛苹果、秦安蜜桃等借助电商平台走向了更广阔的市场,为当地农民带来了新的收入增长点。然而,当前天水市农村电商发展仍面临诸多挑战,与实现乡村全面振兴的目标尚存距离。深入研究天水市农村电商的优化路径,对于缩小与乡村振兴目标的距离具有极为重要的意义。通过对物流、人才、产品等关键要素的优化整合,能够进一步提升天水市农村电商的运营效率与效益,拓宽农产品销售渠道,促进农村产业结构优化升级,增加农民就业机会与收入水平,从而为天水市乡村振兴注入强劲动力,也能为其其他地区农村电商发展提供有益借鉴与参考。本研究将深入剖析天水市农村电商现存问题,并提出针对性的优化策略,助力其在乡村振兴进程中更好地发挥作用。

2. 天水市农村电商发展现状

2.1. 电商交易规模与增长趋势

近年来,天水市农村电商呈现出稳步增长态势。2024年上半年,全市电子商务交易额进一步增长至70.95亿元,其中线上销售贫困地区农产品金额7.42亿元,完成东西部协作帮扶金额7.29亿元[1]。2024年“双十一”期间,麦积区40余家区内电商企业自10月下旬至11月13日总销售额达6300余万元[2]。从增长趋势来看,2016年至2022年期间全市电子商务交易额从27.6亿元大幅增长至110亿元,2024年上半年较去年增长15.316% [3]。同时,跨境电商等新兴模式也取得了新突破,2024年8月26日,天水跨境电商甘谷辣椒首单发车,6.5吨甘谷辣椒出口海外,自中国(天水)跨境电商综合服务平台运营以来,甘谷县已有6家企业入驻,涉及多种产品,推动了天水电商交易规模的持续扩大。这些充分彰显了农村电商在天水市农村经济发展中的重要地位和强大韧性。

2.2. 电商平台与服务站点建设

天水在电商平台与服务点建设方面已取得显著进展。一方面,电商平台建设成果丰硕,拥有天水市电子商务产业园等省级示范基地[4]天水供销电商直播孵化基地以创新模式推动农产品销售,跨境电商综

合试验区公共服务平台已投入运营,“乐享天水”本土便民生活服务平台也在积极拓展业务;另一方面,服务点建设逐步完善,已建成 7 个县级电子商务中心、113 个乡镇电商服务站以及 2093 个村级电商服务点,行政村覆盖率达 84.02%,脱贫村更是实现全覆盖[5],这些服务点在农产品上行和工业品下行过程中发挥着关键作用,有力推动城乡商品流通与乡村振兴战略的实施,且 2024 年上半年在贫困地区农产品销售及东西部协作帮扶方面成效显著,线上销售金额颇为可观。

2.3. 主要农产品电商销售情况

天水市主要农产品电商销售态势颇为可观。秦州大樱桃在 2024 年截至 7 月 12 日,线上累计销售 143.3 万件、712.5 万斤,销售额约 1.4 亿元且同比增长 18.6% [6];花牛苹果上市后经网络达人直播带货成绩斐然,如甘肃赛腾农业科技有限公司在 2024 年 10 月前已售出数十万斤、十万多箱,秦州区 2024 年 1~9 月农产品网络销售达 4.88 亿元,水果销售贡献突出[7]。秦安县的蜜桃销售同样出色,2023 年农产品电商交易额 7.06 亿元,蜜桃占比较大,2024 年秦安恒号电子商务有限公司已发售大量蜜桃与白脆瓜并实现 51 万美元销售额且有众多订单待发运,此外,郭嘉镇的杂粮等特色产品以及浆水、牛肉等农产品加工品也借助电商平台走向全国,不断拓展天水农产品的市场影响力与销售版图。

3. 天水市农村电商发展存在的问题

3.1. 基础设施薄弱

3.1.1. 网络设施方面

尽管部分区域已实现城乡光纤覆盖,但网络信号质量仍不尽人意。在广大农村地区,免费 WiFi 信号微弱且不稳定,网络传输速度较低,时常出现网络卡顿情况。不仅导致电商运营过程中数据传输缓慢,如商品信息更新延迟、订单处理效率低下,还极大地影响了农民及电商从业者的网络使用体验。例如,在直播带货时,可能因网络卡顿而无法流畅展示农产品细节,致使观众流失;进行线上交易操作时,也可能因网络问题造成支付失败或信息提交错误等状况,严重制约了农村电商业务的高效开展与广泛推广,成为天水市农村电商进一步发展壮大关键阻碍因素之一。

3.1.2. 物流配送方面

多数快递物流企业的配送范围仅止步于乡镇,“快递最后一公里”的难题尤为突出。农村地区地域广袤且村落分散,物流网点难以深入覆盖,这使得农产品从产地到消费者手中的运输时间大幅增加,新鲜度大打折扣。例如,生鲜农产品在长时间的运输与中转过程中,极易出现变质、损坏的情况,从而降低了产品品质与市场竞争力。同时,由于配送线路长、效率低,物流成本也随之攀升,进一步压缩了农村电商的利润空间。不仅限制了农村电商的业务拓展,也打击了农民参与电商经营的积极性,成为阻碍天水市农村电商迈向新高度的绊脚石。

3.2. 人才匮乏

3.2.1. 专业电商人才短缺

天水市农村地区在电商人才的储备与引进方面深陷困境,缺乏能够将电商运营管理专业技能与农业农村知识融会贯通的复合型人才。与此同时,本地高校本应成为农村电商人才的重要输送源,但现实却不尽人意。高校培养出的电商人才在毕业之后,受到城市更多的就业机会、更丰富的资源以及更广阔的发展空间等诸多因素的强烈吸引,绝大多数都毫不犹豫选择走向城市,投身于城市电商浪潮之中。回乡创业就业对于他们来说,并不是优先考虑的选项,这就直接导致了农村电商人才缺口如同滚雪球一般,呈现出不断扩大的趋势,严重制约了天水市农村电商业务的拓展与创新,也使得农村电商发展在激烈的

市场竞争中逐渐丧失优势。

3.2.2. 农民电商技能不足

村民缺乏电商知识与技能的问题在农村电商发展过程中较为突出[8]。由于大部分村民长期从事传统农业生产活动,对新兴电商领域认知极为有限,首先是基本电商操作知识匮乏,如在网店搭建环节,面对交易平台的复杂注册流程无从下手,难以完成店铺开设。在商品推广环节,不能有效利用短视频宣传、社交媒体营销等手段提升自身产品知名度,只能依赖传统“吆喝叫卖”等方式,导致销售范围狭窄。其次是没有分析电商销售数据能力,无法有效利用数据精准把握市场需求、调整产品策略。致使许多优质农产品因缺乏合理有效的推广运营而难以走出农村,因此错失电商发展的增收良机,农村电商整体发展也受到阻碍,短期内难以形成规模化、高效化发展格局。

3.3. 品牌建设不足

3.3.1. 品牌知名度低

天水市农村电商发展在品牌建设方面面临着品牌知名度低的严峻挑战。天水虽拥有如秦州大樱桃、花牛苹果等品质卓越的特色农产品,但在电商领域的品牌传播力度严重不足。以秦州大樱桃为例,其口感鲜美、色泽诱人,然而在竞争激烈的水果电商市场中,由于缺乏大规模的品牌推广活动,仅在天水周边地区有一定知名度,在全国乃至国际市场相较于山东大樱桃等知名品牌,知晓度极低。许多消费者在网购樱桃时,很难第一时间联想到天水的产品。再看天水的一些特色杂粮,其营养丰富、绿色天然,但因品牌形象模糊且宣传途径有限,在各大电商平台上被众多其他地区的同类产品淹没,无法凭借品牌魅力脱颖而出,吸引消费者下单购买。这种品牌知名度低的状况,使天水农村电商难以拓展市场份额,阻碍了优质农产品走向更广阔天地的步伐,也制约了当地农村电商产业的蓬勃发展与升级壮大。

3.3.2. 标准化程度低

天水市农村电商发展在标准化程度低,品牌建设不足等方面问题较为突出。以花牛苹果为例,由于缺乏统一生产标准,种植过程中也缺乏沟通交流。在施肥环节中部分果农大量使用化肥追求产量,而有的果农则采用有机肥注重品质,这使得苹果口感和甜度差异较大。没有明确成熟度标准,导致果实过早或过晚采摘,影响储存时间和上市后品质稳定性。在包装方面杂乱无章,不同规格苹果混装,包装材质和设计缺乏规范性和吸引力。又如秦安蜜桃,不同桃园产出的蜜桃在果形、色泽、甜度等方面存在明显差异,没有统一分级标准,消费者购买时难以形成稳定预期。由于标准化程度低,不仅损害了品牌形象,让消费者难以对天水农产品品牌形成信任和忠诚度,在电商销售中亦容易引发售后纠纷,增加运营成本,严重制约天水农村电商品牌在市场中的竞争力和长远发展。

4. 天水市农村电商优化路径

4.1. 加强基础设施建设

4.1.1. 提升网络设施水平

天水市农村及偏远地区互联网基础设施建设相对薄弱是制约农村电商蓬勃发展的关键因素之一,首先由天水市政府牵头,联合当地的通信运营商开展全面的网络信号普查,运用专业的网络检测设备,对农村及偏远地区的网络信号强度、覆盖范围进行精准测绘,明确网络盲区的具体位置与范围。然后运营商根据调研结果,依据人口聚居规模、地理阻隔状况以及电商业务发展潜力等因素,优先在人口密集且电商活动频繁的村庄中心、农产品集散点周边以及主要交通干道沿线增设基站。在山区等地形复杂的区域,采用宏基站和微基站相结合的方式,宏基站可以保障大范围的覆盖,而微基站则针对信号死角进行

补盲, 以确保网络信号均匀的覆盖。以确保网络信号全覆盖, 数据传输稳定流畅, 让村民及电商从业者能够随时随地接入高速网络[9], 最后建立基站建设动态监测机制, 定期对已建基站的运行状态和信号覆盖效果进行评估, 实时监控基站的信号发射功率、信道利用率、掉线率等关键指标。同时天水市通信管理部门组织运营商深入了解电商从业者和村民的网络使用习惯、业务流量需求以及经济承受能力。通过调查问卷、上门访谈、焦点小组讨论等方式来收集信息, 着重分析用户在电商运营过程中对网络速度、流量套餐大小、费用结构等方面的偏好和痛点。鼓励运营商推出适合农村电商发展的优惠套餐, 降低网络使用成本, 减轻用户负担。

4.1.2. 完善物流配送体系

首先整合现有物流资源, 由市商务局牵头, 组织召开快递物流企业农村业务拓展对接会, 邀请邮政、顺丰、圆通、中通等各大物流企业参加, 鼓励企业之间共享农村物流资源, 如共用乡镇到村落的运输线路、共享物流仓储设施等, 提高资源利用率, 降低运营成本, 这样可以引导其在乡镇建立更多的物流配送中心, 在村落设置物流服务站, 实现物流网络的深度下沉。其次加大对物流配送车辆、仓储设施等硬件设备的资金投入, 尤其要重视冷链物流建设, 针对生鲜农产品运输与储存的需求, 物流企业应该与专业的冷链设备制造商合作, 冷链车辆要配备温度监控系统、冷藏保鲜设备, 这样才能确保生鲜农产品在运输过程中的温度始终控制在适宜范围内。在乡镇物流配送中心建设冷藏仓储区, 其面积不少于 100 平方米, 同时具备冷藏、冷冻、保鲜等不同功能分区, 可根据农产品种类进行分类存储。最后通过建立物流信息共享平台, 实现物流企业与电商商家、农户之间的信息互通, 提高物流配送效率, 降低配送成本, 减少农产品在途时间。例如, 可借鉴成功地区经验, 发展“物流联盟”模式, 联合多家物流企业共同配送, 优化配送线路, 解决“快递最后一公里”难题, 从而为天水农村电商打通物流脉络[10], 促进城乡商品的高效流通, 让更多优质的农村产品顺畅抵达消费者手中。

4.2. 培育电商人才

4.2.1. 引进专业电商人才

首先由天水市政府设立专门的农村电商人才住房补贴专项资金, 根据人才的专业技能水平和职位级别划分补贴标准。补贴期限为首次在天水市农村地区就业并签订工作合同后的两年内, 且人才需在当地连续工作满半年以上方可申请领取当季度补贴; 由市财政每年为农村电商创业提供扶持资金, 分为创业启动资金和项目发展资金。对于有创新型电商创业项目的个人或团队, 经专家评审后可获得创业启动资金, 用于办公场地租赁、设备购置、人员招聘。其次由天水市商务局、教育局联合各大高校和电商培训机构, 每年定期举办两场农村电商专项招聘会。在招聘会筹备阶段, 由高校和培训机构负责收集整理本校或本机构电商专业学生及学员的就业意向、专业技能信息等, 建立人才信息库; 同时, 市商务局组织农村电商企业梳理岗位需求, 明确岗位要求、薪资待遇等信息, 形成岗位需求库。招聘会采用线上线下相结合的方式。线上通过专门的招聘网站、微信公众号、抖音直播等平台发布招聘会信息、企业岗位信息和个人简历投递入口, 实现企业与人才的初步对接沟通。最后, 企业要定期组织内部培训和考核评估, 为员工提供提升专业技能和管理能力的机会。对于在培训考核中表现优秀、有突出贡献的员工, 在职业晋升时给予优先考虑。同时, 鼓励员工跨部门交流学习, 培养复合型人才, 为员工提供更广阔的职业发展空间。例如, 运营人员可通过学习美工设计知识, 转型为既能运营又能进行简单页面设计的复合型人才, 从而拓宽自己的晋升路径。通过营造良好的人才发展环境, 让人才引得进、留得住、用得好, 使其为天水农村电商发展注入新活力, 推动农村电商快速发展。

4.2.2. 加强农民电商培训

村民电商知识匮乏是制约天水市农村电商可持续发展的重要因素, 首先培训内容包括电商基础知识,

如各大电商平台的注册、店铺开设与管理流程；网络营销技巧，像利用社交媒体、直播带货等推广农产品；农产品的拍摄与图像处理，使产品展示更具吸引力；电商交易安全与法律法规，增强风险防范意识。培训方式可以采用线上线下相结合的混合式培训。线上利用专门开发的手机应用或微信小程序，上传系列课程视频，设置在线答疑、互动交流社区，方便农民随时学习。线下则开展集中面授，进行理论深入讲解与实践操作指导，组织小组讨论、案例分析、模拟电商运营场景等活动，提升农民的实际操作能力。其次以乡镇为核心设立固定培训点，可选择在乡镇政府会议室、文化站、学校教室等场所，配备电脑、网络、投影仪等设备。同时，部分实践课程可安排在当地电商服务站、示范农场或农民家中，便于实地操作与指导。邀请电商行业专家，分享前沿的电商理念与成功案例；专业的电商平台运营讲师，传授平台操作与运营技巧；本地的电商成功从业者，以亲身经历提供接地气的经验；农业技术专家，讲解农产品的特性与优势挖掘，从不同角度为农民电商发展助力。最后建立多元化评估体系，包括理论知识考核，通过线上或线下的试卷测试，检验农民对电商知识的掌握程度；实践操作评估，观察农民在模拟或真实电商运营中的表现，如店铺搭建的合理性、营销推广的效果等；经济效益评估，跟踪农民培训后一段时间内的电商交易额、利润等数据，衡量培训对农民实际电商业务开展的推动作用，根据评估结果及时调整优化培训方案，确保培训效果持续提升。

4.3. 加强农产品品牌建设

4.3.1. 打造特色品牌

结合市场需求创造有差异化竞争优势的特色品牌，就需要深入挖掘天水农产品地域特色和文化内涵。组建由天水市文化专家、农业学者、市场营销人员组成的品牌调研团队，深入天水的乡村田野、历史古迹、民俗村落等地开展为期两个月的实地调研。通过与当地老农、民间艺人、文化传承者交流，详细记录天水农产品的种植历史、传统农耕技艺、独特的地域生长环境以及与之相关的民间传说、民俗文化等内容。例如，了解到天水花牛苹果因当地独特的土壤和气候条件而口感鲜美、色泽艳丽，且在当地有关于苹果丰收祈福的民俗活动，这些都将成为品牌内涵的重要素材。其次以天水历史文化名城底蕴为依托，在品牌营造过程中加入如“羲皇故里，麦积烟雨，净土松涛”等文旅符号，来提升品牌文化附加值。设计品牌视觉形象时，以天水的自然风光和历史文化遗迹为灵感源泉。如以麦积山的轮廓为基础，进行简化和艺术化处理，作为品牌标识的轮廓框架，内部融入代表农产品品类的图案元素，像苹果花的图案用于苹果品牌标识，蜜桃形状用于蜜桃品牌标识等；同时，将伏羲八卦图案的线条元素巧妙地运用在品牌包装的装饰花边或防伪标识上，使消费者在看到品牌的瞬间就能联想到天水的独特文化魅力，包装设计既要注重外观精美雅致，又要确保设计独特，使其在众多竞品中脱颖而出，易于辨别。最后建立消费者反馈收集系统，在天水农产品的销售终端、电商平台店铺、客服热线等渠道设置消费者评价和投诉入口，及时收集消费者对产品品质、口感、包装、服务等方面的反馈意见。每月对消费者反馈数据进行整理分析，计算消费者满意度评分，统计好评率、差评率和投诉率，评估品牌在消费者心目中的形象和声誉。

4.3.2. 建立农产品标准化体系

构建严格的质量标准体系是农产品品牌建设的关键步骤。由天水市农业农村局牵头，联合市市场监管局、科研院校以及行业协会成立天水市农产品质量标准制定委员会。深入天水市各农产品产区，针对当地特色农产品如苹果、蜜桃、樱桃等开展全面的品种特性调研。在国家法律法规及规范要求的基础上，结合本地农产品特征制定有地方特色的质量标准，例如可以根据果品的外形、甜度、色泽、规格等参数的不同划分为优等品、普通品等，并且针对不同种类农产品明确相应的样品选择方法、实验检测标准、仪器参数等检测要求。推广标准化种植技术，引导果农规范化选种，合理化施肥，精准化施药，保障质量稳定。还需建立质量溯源体系，利用信息技术为农产品赋码，记录采摘(生产)、包装、运输全过程信息。

消费者只需扫码或输码就能了解产地、生产过程与检测结果等产品信息,提升消费者信任度,助力天水农产品品牌树立良好口碑与信誉,增强其市场竞争力与影响力[11]。最后建立有效的评估机制,定期开展消费者满意度调查,通过线上问卷、线下访谈等方式,了解消费者对溯源信息查询的便捷性、信息内容的丰富性和可行度的评价。

5. 结论

乡村振兴战略为天水农村电商提供了发展机遇,而农村电商的发展亦会成为推动乡村振兴的重要引擎[12]。政府应带头充分发挥天水市产业优势、文化优势,积极整合各方资源,加大政策扶持力度,推进农村电商产业升级,使其成为乡村产业兴旺的强劲引擎、农民增收致富的有效渠道、农村社会进步的重要支撑,实现农村电商与乡村振兴同步发展,并为实现乡村振兴贡献力量,让乡村在数字经济时代绽放新光彩,开启城乡融合发展新篇章。

参考文献

- [1] 天水市商务局. 关于对市政协第八届委员会第三次会议第 081 号提案的答复[EB/OL]. 天水市商务局. <https://www.tianshui.gov.cn/sswj/info/1642/50742.htm>, 2024-08-23.
- [2] 麦积区融媒体中心. 麦积区: 电商走俏“双十一”助企兴农促振兴[EB/OL]. 麦积发布. <https://www.maiji.gov.cn/info/18851/498312.htm>, 2024-11-15.
- [3] 天水市商务局. 天水市商务局关于对市政协第八届委员会第二次会议第 307 号提案的答复[EB/OL]. 天水市商务局. <https://www.tianshui.gov.cn/sswj/info/1642/32452.htm>, 2024-09-08.
- [4] 冯婕. 天水大樱桃网络营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州大学, 2019.
- [5] 天水市商务局. 天水市商务局关于对市人大第八届委员会第三次会议第 126 号建议的答复[EB/OL]. 天水市人民政府官网. <https://www.tianshui.gov.cn/sswj/info/1642/50762.htm>, 2024-08-23.
- [6] 秦州区融媒体中心. 销售 143.3 万件!秦州大樱桃搭乘电商快车走俏全国[EB/OL]. 秦州区人民政府官网. http://m.toutiao.com/group/7390681448459780642/?upstream_biz, 2024-07-12.
- [7] 新华社. 花牛缘何“牛”——一颗红苹果的产业之路[EB/OL]. 新华社. http://m.toutiao.com/group/7439687031975854632/?upstream_biz, 2024-11-21.
- [8] 努尔娅·阿布都热合曼. 我国农村电商发展与农村剩余劳动力安置问题研究[J]. 当代经济, 2018(24): 42-43.
- [9] 郭剑, 丁吉涛. 描绘“数字化农村”新画卷——山东网通推进农村信息化建设纪实[J]. 山东经济战略研究, 2008(Z1): 102-105.
- [10] 王宇. 农村物流配送最后一公里难题,“城乡通”如何破解? [J]. 运输经理世界, 2019(3): 56-60.
- [11] 闫永祥. 天水市农产品地理标志发展现状与对策探讨[J]. 甘肃农业, 2020(1): 115-117.
- [12] 丁晓雯, 钱施光. 农村电商助力新型城镇化发展研究[J]. 合作经济与科技, 2020(20): 82-84.