

乡村振兴视域下农村电子商务发展的问题与策略研究

卢新照, 尚明瑞

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11日; 录用日期: 2024年12月27日; 发布日期: 2025年2月13日

摘要

实施乡村振兴战略是新时代“三农”工作的重要抓手, 其总目标是农业农村现代化。而农村电子商务作为实现乡村振兴战略的新引擎, 是农业农村现代化的重要途径。农村电子商务发展对于推动农村产业转型升级、拓宽农民增收渠道、促进农村消费升级、推动农村信息化建设、助力乡村振兴战略实施等方面具有重要价值。然而在农村电子商务发展的过程中, 仍然面临着产业支撑不足、人才供应不足、城乡信息不对称、监管体制不完善、区域发展不平衡等问题, 针对这些问题提出相应的解决策略, 对于推动农村电子商务健康可持续发展、进一步促进乡村全面振兴具有重要意义。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 发展策略

Research on the Problems and Strategies of Rural E-Commerce Development from the Perspective of Rural Revitalization

Xinzhao Lu, Mingrui Shang

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Dec. 11th, 2024; accepted: Dec. 27th, 2024; published: Feb. 13th, 2025

Abstract

The implementation of the rural revitalization strategy is an important grip for the work regarding agriculture, rural areas, and farmers in the new era. Its overall goal is to achieve the modernization of agriculture and rural areas. Rural e-commerce, as a new engine for achieving the rural revitalization

文章引用: 卢新照, 尚明瑞. 乡村振兴视域下农村电子商务发展的问题与策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(2): 295-303. DOI: 10.12677/ecl.2025.142523

strategy, is a vital pathway to the modernization of agriculture and rural areas. The development of rural e-commerce has significant value in promoting the transformation and upgrading of rural industries, broadening channels for increasing farmers' incomes, facilitating the upgrade of rural consumption, advancing the construction of rural informatization, and supporting the implementation of the rural revitalization strategy. However, in the process of rural e-commerce development, some challenges such as insufficient industrial supports, a shortage of talents supply, asymmetric urban-rural information, the imperfection of regulatory systems, and unbalanced regional development are still present. Proposing corresponding solutions to these issues is of great importance for accelerating the healthy and sustainable development of rural e-commerce and further advancing the comprehensive revitalization of rural areas.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Development Strategies

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全面推进,农村的交通、通信、物流等各项基础设施不断完善,农民的消费需求也更加多元化,促进农村电子商务发展进入了新阶段。农村电子商务作为乡村振兴的重要力量,不仅为农业产业转型升级提供了新机遇,也为农民增收和农村消费升级等方面开辟了新路径。然而,农村电子商务在发展过程中还面临着诸多问题和挑战,因此,分析当前农村电子商务发展的现状和存在的问题,并提出相应的策略,对于推动农村电子商务健康可持续发展、进一步促进乡村全面振兴、实现农业农村现代化具有重要意义。

2. 乡村振兴视域下农村电子商务发展的价值意蕴

农村电子商务发展对于推动农村产业转型升级、拓宽农民增收渠道、促进农村消费升级、推动农村信息化建设、助力乡村振兴战略实施等方面具有重要意义。大力发展农村电子商务,是实现农业农村现代化的重要途径。

2.1. 推动农村产业转型升级

如今我国经济发展已进入一个新的发展阶段,经济结构的调整、优化升级刻不容缓,农村电子商务的发展有助于推动农村经济结构的调整升级。传统上,农村产业多依赖于种植和初级加工,产品附加值低,市场竞争力有限。然而,随着农村电子商务的崛起,农民可以直接接触到广阔市场和消费者需求,从而灵活调整产业结构,开发高附加值的农产品和深加工产品,推动农业由传统生产向现代化、特色化、品牌化方向转变。另外,农村电子商务的蓬勃发展还带动了农村其他相关产业的发展。比如说,一方面,农村物流业和农村电商培训服务业应电子商务发展的需求快速发展,另一方面,借此平台,可以销售、展示农村的特色手工艺品和民间艺术,推动农村文化创意产业的兴起;可以宣传推广农村的自然风光和当地的特色文化,吸引大量的城市游客到农村体验田园生活,推动当地旅游业的发展。总而言之,借助农村电子商务平台,可以将农业、产品加工业、旅游业与服务业等产业紧密结合起来,推动一二三产业协调融合发展,帮助农村形成多元化的产业链,以此“吸引城市消费者和资金投入,推动传统农业向现

代农业服务业转型” [1]。

2.2. 拓宽农民增收渠道

在电子商务未进入农村之前, 农民的收入渠道比较单一, 主要靠农产品的自产自销, 而且易受天气和自然灾害影响, 收入比较不稳定。自从有了电商平台, 农民可以将部分农产品直接销售给消费者, 减少了流通环节, 提高了销售利润。例如山东的一些草莓种植户, 他们开设了草莓采摘园。在草莓成熟季节, 通过线上社交媒体宣传、线下在周边城镇张贴广告等方式吸引消费者前来采摘体验。消费者直接到草莓园里采摘新鲜草莓, 并按照园方规定的价格支付费用。这样, 农民省去了将草莓批发给水果商, 再由水果商运输到水果店销售的环节, 原本可能被中间商赚取的差价就直接落入了农民口袋, 大大提高了销售利润。同时, 这种方式还能带动周边餐饮、农家乐等附加消费, 进一步增加收入。同时, 有些农产品由于其产品的特殊性, 比如说那些对保鲜性要求比较高的大量的水果产品和鲜花产品等, 还需要依赖中间商环节, 相应也就带动了农村物流、包装、设计、营销等服务行业的兴起发展, 为农民创造了更多的就业机会。所以说农村电商新兴业态的发展, 不仅为农民提供了新的收入来源, 而且有助于农民多元化增收, 提高他们的生活水平。

2.3. 促进农村消费升级

农村电商平台的兴起, 打破了商品和服务的地域限制, 使农村居民可以接触到全国各地的商品和服务, 极大丰富了农村消费市场的选择, 满足了农村居民日益增长的多元化消费需求。同时, 农村电子商务发展拓宽了农民的增收渠道, 增加了农民收入, 使农村居民有能力去消费。通过网络购物, 农村居民可以接触到更多的消费信息和消费方式, 逐渐形成了更加开放和多元的消费观念。他们的消费需求也从生存型消费向发展型消费转变, 从最基本的吃饱、穿暖、有房住到吃好、穿好、住好、玩好, 农民的精神消费需求日益上升, 开始更加注重商品的质量和服务的品质, 愿意为更好的消费体验支付更多的费用。因此, 农村居民消费需求的多元化发展、消费能力的提高、消费观念的转变都推动了农村消费市场的升级, 这种消费升级反过来又刺激了农村经济的发展, 从而形成一种良性循环。

2.4. 推动农村信息化建设

在互联网迅速发展的背景下, 大力推进信息化建设是解决“三农”问题的重要手段, 信息化技术应用用于农村生产、生活和社会管理已成为我国乡村发展振兴的必然趋势。2023年, 我国持续加快信息化服务的普及, 缩小数字鸿沟, 让更多人民能够共享互联网发展成果。农村电子商务的发展离不开信息技术的支持。随着电商业务的拓展, 农村地区的网络基础设施建设向纵深推进, 各类应用场景不断丰富, 推动农村互联网普及率稳步增长。截至12月, 农村地区互联网普及率为66.5%, 较2022年12月提升4.6个百分点[2], 这为农村的信息化建设提供了有力保障。

2.5. 助力乡村振兴战略实施

农村电子商务作为信息技术与农村经济深度融合的产物, 正成为实现乡村振兴战略的新引擎。通过发展农村电子商务, 可以吸引更多资本、技术、人才等资源向农村流动, 为乡村振兴注入新活力。这些电商人才充分利用电商平台, 将当地的特色农产品进行精心包装和推广, 成功打造出一系列具有地方特色的品牌产品, 让乡村的优质资源得以更广泛地展示和销售。同时, 电子商务发展还带动了农村的产业融合, 推动农村产业链、价值链的重构, 为乡村振兴提供了强大动力。未来, 随着更多创新型商业模式的不断涌现和农村电商领域的不断发展, 农村电商势必成为推动我国农业农村现代化转型的关键力量。

3. 乡村振兴视域下农村电子商务发展的现状分析

自从农村电子商务兴起以来, 已经历了涉农电子商务阶段、农产品电子商务阶段和农村电子商务阶段三个阶段的发展[3], 尤其是进入新时代以来, 农村电子商务更是呈现出蓬勃发展的态势, 对促进乡村产业的融合发展、推动乡村振兴发挥着重要作用。

3.1. 市场规模继续扩大

随着互联网的普及、农村物流体系和网络基础设施的不断完善, 农村电子商务的市场规模不断扩大。据 2021 年第七次人口普查数据显示, 我国居住在乡村地区的人口数量为 50,797 万人, 占全国总人口的 36.11% [4], 这意味着农村电子商务发展有着庞大的潜在市场。商务大数据显示, 1~6 月, 全国农村网络零售额同比增长 9.4%。据映潮科技提供数据显示, 截至 2024 年 6 月, 全国农村网商数达 1853.2 万家, 同比增长 7.6% [5], 这表明农村电子商务从最初的农产品为主已发展为涉及生产和销售的多种类型产品, 并且随着电商平台数量的增多, 进一步扩大了市场规模, 已经成为推动农村经济发展的重要力量。

3.2. 政策支持力度不断加大

2005 年中央一号文件首次提及“电子商务”, 之后 10 年国家主要从流通方式、交易方式和平台建设角度部署农村电商发展。2015 年中央一号文件首次提及“农村电子商务”, 之后政府对于农村电子商务的发展给予了高度关注, 并出台了一系列政策文件来支持。例如, 2022 年, 中央一号文件进一步明确实施“数商兴农”工程, 这是发展农村电商的新举措, 也是农村电商发展的新方向; 2023 年央行等 5 部门发布的《关于金融支持全面推进乡村振兴 加快建设农业强国的指导意见》这一政策文件, 从专项信贷、产业扶持等方向为农村电商提供支持; 此外, 2024 年不仅中央一号文件首次提出要“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和发展乡村土特产网络销售, 而且商务部等 9 部门也联合印发了《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》。这些政策的出台都为农村电子商务的发展提供了坚实的政策保障。

3.3. 农村基础设施逐步完善

第一, 农村地区的物流配送体系一直是农村电商发展中的难题。然而, 随着电商行业的发展, 各大企业开始布局农村物流配送, 各地政府也加强了对农村配送网点的建设。这使得农村电商物流配送体系逐渐完善, 农产品能够更加快速、准确地送达消费者手中。第二, 我国还对农村公路进行了大规模新建和翻新, 到“十五”计划末期实现了 99.9% 的乡镇、96% 的建制村通公路[4], 为农村地区的物流配送提供了便利。第三, 根据中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布的第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》来看, 截至 2022 年 6 月, 我国现有行政村已全面实现“县县通 5G、村村通宽带”, 农村地区互联网普及率的进一步提升和农村网络基础设施的持续完善将推动农村电商持续渗透普及。

3.4. “兴农人”创新创业持续升温

乡村振兴, 人才振兴是基础和前提。随着农村基础设施建设的完善和相关国家政策的引导, 一批大学生、企业家、退役军人等人才加速返乡就业创业。根据农业农村部数据, 从 2012 年到 2022 年底, 返乡入乡创业人员累计达到 1220 万人, 到 2025 年, 将超过 1500 万人。农民工、大学生、退役军人、科技人员等成为返乡入乡创业主力, 这些创业主力也成为了农村电商人才培养的强大后备军, 他们作为农村电商发展的“兴农人”, 既是促进农村电子商务发展的主力军, 也是推进乡村振兴的一支重要力量。

4. 乡村振兴视域下农村电子商务发展存在的问题

尽管农村电子商务的发展已取得了显著成效,但是在发展过程中不可避免还面临着一些问题和挑战。

4.1. 产业支撑不足

农村地区电子商务产业支撑不足,主要体现在供应链薄弱与外部服务制约两方面,严重阻碍了农产品上行及农村经济的进一步发展。在供应链层面,首先,由于缺乏有效的品牌建设和市场推广策略,农产品的特色不够鲜明,产业优势不明显,难以在众多同类产品中脱颖而出,市场竞争力比较低。其次,农产品品质的不稳定性也是一大障碍,这既可能是由于种植或养殖过程中的管理不善,也可能是因为缺乏统一的质量控制和标准化生产流程,导致产品质量参差不齐,影响消费者体验。再者,供应规模和稳定性受限也是一个不容忽视的问题,部分优质农产品因生产规模小、地域性强、季节性强等因素,难以满足市场需求,造成供需失衡。在外部服务方面,农村电子商务产业的发展还深受技术、包装运营、仓储物流等服务方的制约。比如说,技术上,农民和农村电商从业者对电子商务技术的掌握和应用能力有限,缺乏专业的电商运营人才和技术支持,难以开展精准营销、数据分析等高级电商业务,因而制约农村电商产业的创新发展和运营效率提升。包装运营上,农村地区缺乏专业的包装设计和运营团队,农产品包装往往简单粗糙、缺乏创意,无法有效保护产品、展示产品特色和提升产品附加值。在仓储物流上,部分农村地区的冷链物流体系尚不完善,导致农产品在运输过程中损耗大,保鲜期短,极大地限制了农产品的远程销售和市场竞争力。上述供应链与外部服务层面的问题相互交织、相互影响,形成了一个恶性循环,进一步加剧了农村电子商务产业支撑不足的困境。

4.2. 人才供应不足

农村电子商务的发展离不开专业人才的支持,目前农村电商领域缺乏高素质的专业人才。例如,管理层面缺乏能够高效组织运营、制定长远战略规划的管理人才;技术领域需要精通信息技术、数据分析、市场营销的专业人才;此外,还需要一批能够洞察市场趋势、推动农村电商模式的不断创新与突破的创新人才。农村电商人才之所以供应不足,主要有两方面的原因。一方面,农村地区整体经济发展水平相对滞后,所能提供的薪酬待遇与城市相比差距较大,而且相较于城市完善的基础设施和丰富多元的娱乐、教育医疗等生活配套服务,农村地区在交通便利性、生活便利性以及公共服务资源可获取性方面存在明显短板,所以很难吸引和留住人才;另一方面,农村地区的教育资源相对有限,尤其是在高等教育和职业教育层面,农村地区缺乏专业的电商相关院校或专业设置,无法为当地电商产业发展直接输送适配性强的专业人才。另外,农村地区尚未构建起完善的电商人才培养体系,缺乏相关的电商培训和教育机构[6],导致农村电商人才的自我提升和成长空间受到极大限制。这些不利因素都加剧了农村电商人才短缺。

4.3. 城乡信息不对称

农村电商发展的城乡信息不对称问题,既源于镇村干部对电商知识的匮乏,也受限于城乡电商从业者之间缺乏有效沟通与合作的平台。部分镇村干部由于工作环境和接触领域的局限性,对电子商务这一新兴领域的了解相对有限,他们未能深入掌握电商的运营机制、市场趋势及潜在机遇,因此在指导当地产业转型升级、促进电商产业发展方面显得力不从心,难以制定出符合当地特色发展策略。同时,在当前城乡电商发展格局中,缺乏专门针对城乡电商从业者互动交流的综合性信息平台。现有的电商平台多侧重于商品交易功能,忽视了城乡从业者之间信息共享、经验交流、技术合作等多元化需求的满足。由于没有统一规范且功能完备的沟通平台,城乡电商从业者难以跨越地域限制进行有效对接,导致信息在

城乡之间的传递受阻, 无法实现及时、高效的流通与共享。这种沟通机制的缺失, 进一步加剧了城乡电商发展中的信息不对称问题, 也阻碍了将城市先进的电商理念和技术有效引入农村, 促进农村电商生态的健康发展。

4.4. 监管体制不完善

在当今快速发展的电子商务环境下, 农村电商发展相关监管机制的建设仍然面临着诸多挑战, 处于一个尚待完善的阶段。其中, 一个显著的问题就是标准规范的缺失。由于鉴定认证体系滞后, 对农产品的品种梳理和资质控制方面缺少专门的鉴定机构和认证标准, 导致电子商务平台上的农产品质量不一[7], 而且大部分的农村电商行业尚处于起步与发展阶段, 行业自律不足, 这进一步削弱了农产品质量安全的保障力度。更为关键的是, 体系构建障碍也是导致监管体制不完善的重要原因。一是体系构建受到技术与资源的限制, 构建全面、系统的农产品监管体系需要强大的信息技术支持与大量的资源投入, 以实现从生产源头到消费终端的全程信息追踪与数据共享。而当前在农村地区从生产源头到流通环节, 再到最终消费端, 各个链条之间的信息孤岛现象严重, 数据共享机制不健全, 极大地阻碍了监管体系的整合与完善。二是农产品质量监管涉及农业农村、市场监管、商务、交通运输等多个部门, 各部门在职责划分上存在一定的交叉与模糊地带, 容易导致监管职能的重复或空白, 难以形成监管合力, 严重影响了监管效率与效果。此外, 农产品电商交易平台的监管缺失也是一个不容忽视的难题, 平台方往往出于自身利益考虑, 对入驻商家的资质审核与管理不够严格, 对农产品质量信息的披露与监督缺乏主动性与有效性, 导致虚假宣传、欺诈等违法行为在平台上时有发生, 损害消费者权益, 而平台却未能承担起应有的监管责任与义务。另外监管部门在对平台的日常监管中, 由于缺乏专业的技术工具与数据监测分析能力, 难以对平台上海量的农产品交易信息进行实时筛选与精准识别, 无法及时发现潜在的质量安全问题与违法违规行。同时, 对于平台违法行为的处罚力度不够, 未能形成有效的威慑力, 使得平台方在利益驱动下忽视质量监管, 纵容不良商家在平台上从事非法经营活动。因此, 加强农产品质量安全监管机制建设, 构建统一高效的监管体系, 已成为推动农村电子商务高质量发展的当务之急。

4.5. 区域发展不平衡

农村电商区域发展不平衡的问题是当前农村电商发展中面临的一个重要挑战。从地域分布来看, 农村电商的发展呈现出东部地区高于中西部地区, 沿海地区高于内陆地区的特点。根据商务部的数据, 2022年东、中、西部和东北地区农村网络零售额占全国比重分别为 77.6%、14.0%、6.3%和 2.2%。从省份分布来看, 农村电商的发展也存在显著差异。浙江、江苏、福建、河北和山东等省份在农村网络零售额方面名列前茅, 累计比重占全国农村网络零售额的 72.4%, 而西藏、甘肃、海南、青海、吉林、内蒙古和重庆等省份农村网络零售额累计比重仅占全国比重的 2.82% [8]。显然农村电子商务东西发展不平衡, 一些中西部省份的农村电商发展相对滞后, 还有很大的发展空间。这主要是因为东部沿海地区凭借其长期积累的雄厚经济基础, 在农村电商发展中占据先机。这些地区工业化与城市化进程较早且发展迅速, 形成了较为完善的产业体系, 具备强大的制造业、服务业以及农业产业化集群优势。丰富的产业资源为农村电商提供了充足且多样化的商品供应, 能够满足不同层次消费者的需求, 从而有力地推动了农村电商的蓬勃发展。相比之下, 中西部地区经济发展水平相对滞后, 产业结构较为单一, 传统农业仍占据主导地位, 工业和服务业发展相对薄弱。农村地区缺乏规模化、产业化的特色产业支撑, 农产品附加值较低, 难以形成具有市场竞争力的电商产品体系。同时, 由于经济实力有限, 在农村电商基础设施建设、技术研发投入、人才培养引进等方面相对不足, 制约了农村电商的发展速度与规模。

5. 乡村振兴视域下农村电子商务发展的策略

农村电子商务不仅是乡村振兴战略实施的关键举措, 而且是推动农村经济发展的新路径。我们必须深刻认识到农村电子商务发展过程中存在的各种问题, 并积极探寻有效的解决方案, 确保其能够在助力乡村振兴方面充分发挥作用。

5.1. 加强稳固产业支撑

要使农村电子商务持续蓬勃发展, 需要政府、企业和当地农民等角色共同发挥作用, 做好电子商务发展的产业支撑工作。

对于政府而言, 首先要做好政策引导, 利用当地的特色、优势, 在规划引导、设施建设、资金支持、人才支持等方面, 积极研究、制定促进电子商务与传统商业深度结合的政策与措施[9]。比如说, 政府应组织专业团队对本地农村的地理、人文、产业等资源进行全面摸底, 精准挖掘特色与优势。基于调研结果, 出台专门针对农村电子商务的扶持政策细则。在规划引导方面, 制定农村电商产业园区建设规划, 明确园区选址、功能分区等, 吸引电商企业和相关配套企业入驻。其次, 要加大对农村电子商务建设的财政支持力度, 继续完善农村地区、尤其是偏远山区的道路、网络、物流、金融支付等基础设施建设, 为农村电子商务发展奠定良好的基础产业支撑。例如, 地方政府在年度财政预算中, 单独列支农村电子商务发展专项资金, 且每年保持一定比例的增长, 将该资金专项用于农村电商基础设施建设、企业扶持、人才培养等。

对于企业而言, 应积极参与农村地区的基础设施建设, 挖掘和整合当地的特色农产品资源, 发展特色产业, 打造农产品品牌, 提升农产品的品牌知名度和影响力。例如, 聘请专业设计团队设计品牌标识、包装等, 注重体现农产品的乡土气息和文化内涵, 采用传统农耕图案和乡村风景元素设计包装, 提升品牌辨识度和吸引力等。同时, 不断创新营销模式, 积极利用淘宝、京东、拼多多等电商平台, 以及抖音、快手等直播平台, 开展农产品线上销售和推广活动。企业可以与抖音、快手等直播平台的网红主播合作, 定期开展农产品直播带货活动, 并安排专业技术人员和销售人员在直播中讲解农产品的种植养殖过程、特色功效、烹饪方法等, 增强消费者信任度和购买欲望。此外, 加强农产品采购、加工、包装、储存、运输等环节的标准化、规范化管理, 逐步完善产品的供应链体系, 比如, 建立内部质量检测实验室, 对农产品进行严格的质量检测, 包括农药残留、重金属含量等指标检测, 确保农产品质量安全。对检测合格的农产品出具质量检测报告, 随货同行。

对于当地农民而言, 一是要加强知识培训。政府农业部门或专业培训机构定期组织农民参加食品安全知识培训, 培训内容包括农药、兽药的正确使用方法、安全间隔期等知识, 采用理论授课与现场实操相结合的方式, 确保农民熟练掌握食品安全知识, 保障农产品质量安全。农民还可以根据市场需求和培训所学知识, 优化农产品种植养殖品种和技术。二是要了解有关电子商务的知识, 借助电子商务平台与消费者进行沟通交流, 提高售后服务质量, 明确市场需求, 以提升平台农产品销售额[10]。

5.2. 加快电商人才引进与培养

乡村振兴, 关键在于人才, 而农村电子商务蓬勃发展的关键就是电商人才队伍建设。一方面要加强人才的引进。首先, 当地政府可以制定一些优惠的人才引进政策, 从一些高校、职业院校以及农村电商发展成熟的东部地区引进一批电商专业人才, 并给予这些高层次的电商人才一定的资金、资源支持, 鼓励和支持这些人才参与当地电子商务的发展; 其次, 可通过举办校园招聘会、线上人才对接会等形式, 搭建起企业与人才之间的直接沟通桥梁, 有效促进优秀电商人才的快速就业。另一方面, 必须完善农村电商人才的培养机制。其一, 政府可支持开办一些专业的电商培训和教育机构, 并与这些电商培训机构

联合, 对当地农民和电商运营人员开展针对性的培训项目, 如电商平台的使用、在线营销技巧、物流配送管理、电子支付系统操作等实用技能[11]; 其二, 高校与职业院校可以结合电商行业的最新趋势与技能要求, 定制化设计课程体系, 并通过定期的行业讲座、工作坊和实战演练, 确保学生在校期间就能掌握实用的电商知识与技能; 其三, 电商企业可以为高校提供实训基地, 让学生直接参与到农村电商的实际运营中, 更好地理解市场需求和业务流程, 成为符合市场需求的复合型、应用型人才[11]; 这样通过校企合作还可以推进产教融合, 推动农村经济的转型升级, 助力乡村振兴战略的实施。

5.3. 构建城乡信息对称机制

要想解决农村电商发展的城乡信息不对称问题, 首先, 要加强对镇村干部关于电子商务相关知识与技能的培训, 定期邀请电商行业专家、成功企业家以及相关政策解读人员到农村地区开展培训讲座与实操演练。培训课程涵盖电商平台搭建与运营的详细步骤, 如店铺注册、商品上架、订单处理等基础操作, 以及营销推广策略, 包括社交媒体营销、搜索引擎优化等高级技巧等, 促使镇村干部切实提升电商素养与实操能力, 成为推动当地电商发展的有力引领者和实践者。其次, 完善农村电子商务信息服务体系, 建立统一的信息发布平台, 及时发布市场供需信息, 包括农产品价格走势、热销产品类别、消费者偏好变化等关键数据, 帮助农民了解市场动态, 调整种植养殖结构, 避免盲目生产。最后, 充分利用现代信息技术手段, 如大数据、云计算、人工智能等精准预测市场需求、优化资源配置, 不断提高信息收集和分析能力, 为农业生产提供精准指导。

5.4. 完善电商监管体制

电商监管体制的建立需要政府和电商企业共同发力、互相配合。就政府而言, 首先要健全农产品电商质量安全监管体系, 明确各部门职责分工, 加强部门间协作配合, 制定统一的农产品质量标准和监管要求, 提高农产品标准化程度, 比如说实行以二维码溯源为主的市场准入和产地准出机制, 通过二维码进行溯源, 真实了解与农产品品质等相关的信息, 让消费者享受到优质的售前保障服务[7]。其次, 加强法律法规建设, 制定和完善针对农村电商的专项法律法规, 明确农村电商市场开办者、服务管理机构的责任要求; 加大对违法行为的处罚力度, 提高违法成本, 形成有效震慑。再次, 强化监管手段, 利用大数据、人工智能等现代信息技术手段, 提高监管效率和准确性, 并加强对农村电商平台的日常监管和检查, 及时发现和纠正违法行为。最后, 提升监管能力, 加强对监管人员培训和教育, 提高其业务能力和监管水平, 同时引入第三方检测机构和专业机构参与农产品质量安全检测和监督。就企业而言, 一是要做好行业自律, 鼓励农村电商企业加强自律管理, 建立健全内部质量控制体系, 例如, 在农产品的源头把控上, 企业要深入到种植养殖基地, 与农户签订严格的质量协议, 明确规定农药、化肥、兽药等农业投入品的使用规范和限量标准, 从源头上保障农产品的质量安全。二是要加强行业交流与合作, 企业之间可以通过定期举办行业研讨会、经验分享会等形式, 促进彼此之间的交流与学习, 推动形成行业标准和规范。

5.5. 促进区域经济协调发展

农村电商区域发展不平衡现象在当下农村电商发展格局中极为突出, 解决这一问题应从多方面发力。首先, 国家应该给予适当的政策倾斜, 不断缩小东西部地区经济发展的差异, 并继续加大对中西部地区和欠发达省份的政策支持和资金扶持力度[12], 推动这些地区的农村电商发展, 而且还要不断加强对政策落实情况的监督和评估, 确保政策效果得到有效发挥。其次, 应加快中西部地区和欠发达省份的基础设施建设步伐, 特别是网络、物流、仓储等方面的建设。通过提升基础设施水平, 为农村电商的发展提供

更好的支撑和保障。再次, 应加大对农村电商人才的培养和引进力度, 通过举办培训班、开展交流活动等方式, 加强发达地区与落后地区的经验交流和帮扶。最后, 应加强不同地区之间的合作与交流, 推动区域协同发展。通过共享资源、互通有无等方式, 实现优势互补、共同发展。例如, 可以建立跨区域的电商平台或合作机制, 促进农产品等商品的跨区域流通和销售。

6. 结论

在乡村振兴战略的宏观背景下, 农村电子商务的发展被寄予厚望并展现出巨大潜力。本研究虽对农村电子商务发展的问题与策略进行了较为系统的剖析, 但仍存在一定局限性。例如, 在问题的分析过程中, 对于微观层面的因素挖掘深度不够, 如不同农村地区的经济发展水平、文化习俗、社会关系网络、不同类型的农产品等对电商发展的潜在影响尚未充分探讨, 所以提出的对策具体针对性不明显; 同时, 所提出的策略在实际落地过程中的具体实施细节与动态调整机制研究尚不深入, 且缺乏对不同策略实施先后顺序与协同效应的精准量化分析。展望未来研究, 可以加强对策略实施的实证研究, 通过案例跟踪与大数据分析, 精准评估策略的实际效果并及时优化调整。此外, 还应注重跨学科研究方法的应用, 融合经济学、社会学、信息科学等多学科知识, 为农村电子商务的健康可持续发展提供更具创新性、系统性与前瞻性的理论支持与实践指导。

参考文献

- [1] 魏群勇. 互联网背景下农村电子商务对农业经济高质量发展的驱动[J]. 棉花学报, 2024, 36(2): 175.
- [2] 中国互联网络信息中心. 《第 53 次中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.199it.com/archives/1682273.html>, 2024-11-09.
- [3] 刘静娴, 沈文星. 农村电子商务演化历程及路径研究[J]. 商业经济研究, 2019(19): 123-126.
- [4] 韩业亮, 李绍华, 谢风媛. 基于电子商务的农村产业发展现状与展望[J]. 农业经济, 2024(1): 139-141.
- [5] 商务部流通发展司负责人谈 2024 年上半年批发和零售业发展情况[EB/OL]. 2024-07-23. https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjzrzb/art/2024/art_aa7b3c1b5a0e41b08b23b8aa5898abf7.html, 2024-12-02.
- [6] 陈志伦, 许喆. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展路径研究[J]. 现代化农业, 2024(9): 66-69.
- [7] 王萍. 经济新常态下农村电子商务发展策略[J]. 农村科学实验, 2024(19): 90-92.
- [8] 中国电子商务报告(2022) [EB/OL]. 2023-06-09. http://dzsws.mofcom.gov.cn/zthd/ndbg/art/2023/art_21d89f715e43476eae4c420a9d787d41.html, 2024-12-03.
- [9] 欧明超. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的困境与对策探析[J]. 经济研究导刊, 2024(20): 26-29.
- [10] 林霜. 数字经济视域下玉林市农村电子商务发展现状问题及对策[J]. 南方农业, 2024, 18(14): 97-99.
- [11] 马玲娜. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的路径[J]. 全国流通经济, 2024(15): 52-55.
- [12] 徐丽艳. 农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021(2): 109-120.