

乡村振兴背景下甘肃农村电商发展路径研究

张艳娇*, 赵 华[#]

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年3月21日; 录用日期: 2025年4月11日; 发布日期: 2025年5月14日

摘 要

本文以乡村振兴战略为背景, 探讨了甘肃省农村电商发展的路径。通过分析甘肃农村电商发展现状, 指出其在基础设施、人才储备、品牌建设和物流体系等方面所面临的挑战。文章在提出完善基础设施建设、加强电商人才培养、打造特色农产品品牌、优化物流配送体系等发展策略的同时, 也探讨了政府支持、企业参与和农民主体作用在推动农村电商发展中的重要性, 需要通过多方协同努力, 实现农村经济的可持续发展和农民收入的持续增长。

关键词

乡村振兴, 电子商务, 发展路径

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

Yanjiao Zhang*, Hua Zhao[#]

School of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Mar. 21st, 2025; accepted: Apr. 11th, 2025; published: May 14th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the rural revitalization strategy, this paper explores the development path of rural e-commerce in Gansu Province. By analyzing the current situation of rural e-commerce in Gansu, it points out the challenges faced in infrastructure, talent reserves, brand building, and

*第一作者。

[#]通讯作者。

logistics systems. While proposing strategies such as improving infrastructure, strengthening e-commerce talent cultivation, creating distinctive agricultural product brands, and optimizing the logistics distribution system, the article also discusses the significance of government support, enterprise participation, and the leading role of farmers in promoting the development of rural e-commerce. It emphasizes the need for collaborative efforts from multiple parties to achieve sustainable rural economic development and continuous growth in farmers' income.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Development Path

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

党的十九大报告首次提出实施乡村振兴战略,并将其作为新时代“三农”工作的总抓手。乡村振兴战略强调要坚持农业农村优先发展,按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求,建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系,加快推进农业农村现代化。农村电商作为数字经济的重要组成部分,是推动乡村振兴的重要引擎,在促进农业转型升级、农民增收致富、农村繁荣发展等方面发挥着越来越重要的作用[1]。

甘肃省作为我国西部重要的农业省份,拥有丰富的特色农产品资源,但由于地处内陆,交通不便,信息闭塞,农产品“卖难”问题长期存在。近年来,随着互联网技术的快速发展和智能手机的普及,甘肃农村电商发展迅速,为农产品上行、工业品下乡和农村经济发展注入了新的活力。然而,与发达地区相比,甘肃农村电商发展仍处于起步阶段,面临着基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设滞后等诸多挑战。本文旨在探讨乡村振兴背景下甘肃农村电商发展的有效路径,通过分析现状、识别问题、提出对策,为促进甘肃农村电商健康快速发展提供理论依据和实践指导[2]。对于推动甘肃农村电商健康可持续发展、助力乡村振兴具有重要意义。

2. 甘肃农村电商发展现状和问题分析

2.1. 甘肃农村电商发展现状

近年来,甘肃省委、省政府高度重视农村电商发展,将其作为推动乡村振兴的重要抓手,出台了一系列政策措施,取得了显著成效。甘肃省政府先后出台了《关于加快农村电子商务发展的实施意见》《甘肃省农村电子商务三年行动方案(2020~2022年)》等文件,为农村电商发展提供了有力的政策保障。并大力推进农村网络基础设施建设,截至2021年底,全省行政村光纤通达率达到98%以上,为农村电商发展提供了网络基础¹。甘肃省农产品通过电商平台(如抖音、淘宝、拼多多等)实现了显著增长。2024年甘肃省特色农产品在抖音电商的累计销售量超过2000万单,其中一半通过直播间售出²。同时,甘肃省积极推进县乡村三级物流体系建设,为农产品上行和工业品下乡提供了物流保障。农村电商的新兴发展,也为甘肃特色农产品打开了新的销售渠道,苹果、中药材、牛羊肉等特色农产品通过网络销往全国各地,2024

¹ 数据来源:《2021年甘肃省通信业发展统计公报》。

https://gsca.miit.gov.cn/ztzl/jjgdjgz/art/2021/art_9aaa191749264bfebff1ffec8e18e5e1.html。

² 数据来源:《2024丰收节抖音电商助农数据报告》。

年甘肃省通过抖音电商获得收入的农副产品商家同比增长超 1.5 倍, 有效促进了农民增收(同脚注 2)。农民专业合作社、家庭农场、农业龙头企业等新型农业经营主体积极参与农村电商, 形成了多元化的市场主体格局。

2.2. 甘肃农村电商发展存在的问题

2.2.1. 数字化农业农村基础设施薄弱

移动网络和道路是农村电商发展的基础。当前甘肃省农村地区数字基础设施较为薄弱, 部分偏远山区信息网络覆盖尚不完全, 且受到地形和其他因素的影响, 部分地区面临网络信号不稳定、上网费用偏高以及无线通信技术未普及等问题, 制约了农村电商的发展[3]。同时, 农村物流基础设施薄弱, 冷链物流体系不完善, 导致农产品上行成本高、损耗大。

2.2.2. 缺乏对本土电商专业人才的扶持和培育

甘肃农村地区大量青壮年劳动力流入城市, 不仅导致农村“空心化”, 也导致农村“数字化”人才的缺失。留守老人对数字技术和信息技术理解有限且存在一定的抵触心理, 许多农户在面临数字化转型时感到无所适从, 乡村居民普遍缺乏数字技能, 数字化参与程度较低, 缺乏专业的电商运营、营销和技术人才, 且乡镇薪水福利较低的问题也阻碍了电子商务专业人才的招聘与留任[4], 制约了农村电商的快速发展。

2.2.3. 同质化严重, 缺少品牌竞争力

品牌作为识别农产品的一项重要标志, 也作为消费者了解农产品的重要基础。同质化程度高、准入门槛较低的行业往往面临着激烈的竞争, 这也是农村产业中涉农企业可持续发展能力较弱的重要原因之一。首先, 甘肃地区农产品以传统作物为主, 且大部分农产品以初级产品形式销售, 缺乏深加工和精细化包装, 产品缺乏高附加值[5]。其次, 品牌意识薄弱且推广力度不够, 许多农户与企业对品牌建设的认识不足, 仍停留在“卖产品”阶段; 甘肃地区农产品在电商平台上的推广力度较弱, 缺乏系统的营销策略, 对于新兴的推广方式应用不足, 难以吸引消费者的注意。最后, 市场定位模糊且渠道拓展不足, 甘肃农产品在电商平台上的市场定位不清晰, 未能有效区分高端与大众市场[6]; 甘肃农产品主要依赖传统电商平台, 缺乏多元化的销售渠道, 限制市场拓展空间。

2.2.4. 农村电商服务体系不完善

首先, 金融服务存在不足。农村电商企业尤其是中小型企业, 往往面临着资金短缺的问题, 尽管国家出台了一系列扶持政策, 但在实际操作中许多农村电商企业仍然面临融资难、融资贵的问题。农村地区的金融服务产品相对单一, 缺乏针对电商企业的定制化金融产品, 难以满足农村电商企业的多样化需求[3]。其次, 技术培训和技术服务平台的缺失。许多农村电商从业者缺乏系统的技术培训, 各地政府和社会组织所开展的技术培训缺乏针对性和实用性, 导致电商从业者在实际操作中面临许多困难; 农村地区在电商平台搭建、数据安全、网络营销工具使用等方面的技术支持服务较为匮乏, 电商企业在遇到技术难题时难以获得有效的支持。最后, 法律和咨询服务不足。农村电商企业在运营过程中常常面临合同纠纷、知识产权保护等法律问题, 但农村地区缺乏专业的法律服务机构和咨询服务机构, 导致企业在遇到法律问题时难以及时获得有效的法律援助, 在制定发展战略和运营计划时也缺乏科学依据, 难以实现可持续发展。

2.2.5. 导向性政策落实不到位

首先, “水土不服”现象突出, 不同地区农村的产业基础、资源禀赋存在差异, 且部分地区政策解读

和落地能力不足, 导致资源分配失衡。其次, 政策动态评估缺乏, 如农产品标准化生产、质量追溯体系等配套措施缺少跟踪监测和反馈机制, 导致政策效果大打折扣。最后, 尽管政府鼓励社会资本进入, 但农村电商投资周期长、回报率低、企业参与意愿不高, 制约了社会资本的投入与参与。

3. 乡村振兴背景下甘肃农村电商发展路径

3.1. 完善基础设施, 降低物流成本

首先, 通过加强农村网络基础设施建设, 推进农村地区光纤宽带网络建设, 实现行政村光纤通达率100%, 自然村光纤通达率稳步提升; 鼓励电信运营商推出适合农村地区的优惠资费套餐, 降低农村居民上网成本, 提高网络使用率; 加强农村网络维护和升级, 确保网络稳定运行, 满足农村电商发展的需求。其次, 完善农村物流体系。加快县乡村三级物流体系建设, 在县级建设物流配送中心, 在乡镇建设物流服务站, 在村级设立物流服务点, 形成覆盖乡村三级的物流网络; 鼓励物流企业下沉农村, 通过政策支持, 设立乡镇物流配送中心和村级物流服务点; 发展共同配送, 整合物流资源, 鼓励多家物流企业合作开展共同配送, 降低物流成本。支持冷链物流设施建设, 完善农产品冷链物流体系, 降低农产品损耗。最后, 建设农村电商产业园[7]。在有条件的县区建设农村电商产业园, 为农村电商企业提供办公场所、仓储物流、培训孵化等一站式服务, 促进农村电商集聚发展; 提供完善的供水、通信、道路等基础设施, 为农村电商企业发展提供良好的发展环境; 为入驻产业园的农产品电商企业提供享有相应的优惠政策, 降低企业运营成本。

3.2. 加强人才培养, 壮大电商队伍

首先, 开展多层次电商培训。针对不同群体开展差异化电商培训, 提高培训的针对性和实效性。对村干部、返乡创业人员、农村青年等开展电商基础知识培训, 对电商从业人员开展专业技能培训, 对电商企业负责人开展经营管理培训; 创新培训方式, 采用线上线下相结合的方式, 利用网络平台开展线上培训, 组织线下培训班, 进行面对面交流和实操训练。其次, 引进电商专业人才。制定优惠政策, 提供住房、生活补贴等, 吸引电商专业人才到农村创业就业; 搭建人才引进平台, 鼓励高校、职业院校毕业生到农村电商企业工作, 为农村电商发展提供人才支撑; 建立健全人才激励机制, 激发人才的积极性和创造性。最后, 培育本土电商人才。鼓励农村电商企业与高校、职业院校合作, 建立实习实训基地, 培养本土电商人才; 支持农村电商企业开展“传帮带”活动, 鼓励经验丰富的电商从业者对新入职员工进行“一对一”指导, 组织电商企业之间交流学习, 分享经验和资源; 培养一批懂电商、会经营的农村电商带头人, 鼓励他们带头创业, 带动更多农民参与到电商发展中。

3.3. 打造特色品牌, 提升产品竞争力

首先, 挖掘特色农产品资源。对当地特色农产品资源进行全面普查, 建立特色农产品资源库, 为品牌建设提供基础数据; 深入挖掘特色农产品的地域文化内涵, 将地域特色融入品牌建设, 提升品牌的文化价值[8]。依托甘肃丰富的特色农产品资源, 重点打造苹果、中药材、牛羊肉、高原夏菜等特色农产品品牌。鼓励企业开发具有地域特色的农产品, 提高产品附加值。其次, 加强品牌建设。鼓励企业注册农产品商标, 申请地理标志产品保护, 打造区域公用品牌和企业品牌。利用电商平台、社交媒体等渠道推广农产品品牌, 扩大品牌影响力, 提升农产品整体竞争力。最后, 提升产品质量。加强农产品质量安全监管, 建立农产品质量安全追溯体系, 保障农产品质量安全; 推广农产品标准化生产技术, 提高农产品生产的标准化水平, 确保产品质量稳定。鼓励企业开展绿色食品、有机农产品认证, 提高产品品质, 提升产品品牌价值。

3.4. 完善服务体系, 促进电商发展

鼓励社会资本进入农村电商服务领域, 通过政策引导和资金支持, 鼓励社会资本进入农村电商服务领域, 培育一批专业的电商服务商, 为农村电商企业提供网店运营、营销推广、摄影美工、包装设计等多元化服务, 为农村电商企业提供更加专业、高效的服务。整合政府、企业、社会等各方资源, 大力建设省级农村电商公共服务平台, 为农村电商企业提供信息发布、人才培养、法律咨询、金融对接等服务。利用大数据、人工智能等技术, 分析农村电商企业的需求, 为其提供精准化、个性化的服务。建立健全农村电商行业监管机制, 规范市场秩序, 维护消费者权益。加强对农村电商平台的监管, 打击假冒伪劣、虚假宣传等违法行为, 营造公平公正的市场环境, 促进农村电商企业的健康发展。

3.5. 加强政策支持, 优化发展环境

加大财政支持力度, 各级政府应设立农村电商发展专项资金, 支持农村电商基础设施建设、人才培养、品牌建设等, 通过政府引导社会资本进入农村电商领域, 形成多元化的投入机制。落实税收优惠政策, 对农村电商企业落实增值税、企业所得税等税收优惠政策, 减轻企业税收负担, 简化税收征管流程, 降低企业纳税成本。加强金融支持, 鼓励金融机构创新农村电商金融产品, 为农村电商企业提供贷款、保险等金融服务。通过政府贴息、风险补偿等方式, 解决农村电商企业融资难、融资贵的问题。

4. 总结

农村电商是推动乡村振兴的重要引擎, 其健康发展对于促进农业现代化、增加农民收入和改善农村生活条件具有重要意义。在乡村振兴背景下, 甘肃农村电商发展面临着机遇与挑战并存的局面。通过完善基础设施、加强人才培养、打造特色品牌、完善服务体系、推动产业融合等路径, 可以有效促进甘肃农村电商的健康发展, 为乡村振兴注入新的动力。未来, 甘肃农村电商应充分利用自身优势, 抓住数字经济发展机遇, 不断创新模式, 提升竞争力, 为乡村振兴注入新动能。同时, 应注重可持续发展, 平衡经济效益、社会效益和生态效益, 实现农村电商的长期健康发展。

基金项目

甘肃省科技厅 2024 年软科学计划项目, 项目名称: 甘肃小农户与现代农业有机衔接的路径研究, 项目编号: 24JRZA161。

参考文献

- [1] 郭馨梅, 郭金阳. 发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 34-38+224.
- [2] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65, 76.
- [3] 孙禹. 基于中国乡村振兴综合调查的农村电商增收效应机制分析[J]. 商业经济研究, 2025(3): 118-121.
- [4] 文进爱, 邱伟芳. 数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J]. 农业经济, 2024(9): 137-139.
- [5] 宗世法, 孙兆霞. 社会治理视角下西部地区农村电商产业发展路径研究——基于对贵州省四区县的实地调研[J]. 中共福建省委党校(福建行政学院)学报, 2024(3): 135-142.
- [6] 宁晚枚, 张雪玉. 共同富裕背景下农村电商对农民增收的影响研究[J]. 商业经济研究, 2023(4): 103-106.
- [7] 马静怡. 区域协同视域下西部地区农村电商产业融合效应与优化策略[J]. 商业经济研究, 2022(3): 101-104.
- [8] 闫广实. 农村电商发展对乡村经济韧性的影响机制研究[J]. 商业经济研究, 2024(11): 101-104.