

“互联网+”背景下淮安市农村电商创新与融合发展路径

章绪文, 闫 翔

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月11日; 发布日期: 2025年7月8日

摘 要

近年来, 淮安市在“互联网+”背景下, 积极探索农村电商的创新与融合发展路径。当前核心困境包括: 品牌建设分散化、协同不足, 文化内涵挖掘欠缺; 人才职业发展通道受阻, 本土培训与企业需求脱节, 高端人才向发达地区流失; 物流“最后一公里”配送效率低, 冷链全链条保障能力不足, 制约特色农产品上行。为此, 研究提出创新路径: 通过“互联网+”整合区域品牌, 推动标准化生产与文化融合, 提升品牌价值; 构建“政策引导-校企联动”的人才培养体系, 完善职业认证和实战化培训, 吸引人才回流; 借助智能物流系统、交邮融合模式及冷链节点建设, 优化配送效率与全链保鲜能力。该研究为同类地区农村电商从规模扩张向质量提升转型提供了可借鉴的理论框架与实践路径。

关键词

“互联网+”, 农村电商, 创新与融合

The Innovative and Integrative Development Path of Rural E-Commerce in Huai'an City under the Background of “Internet Plus”

Xuwen Zhang, Xiang Yan

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 11th, 2025; published: Jul. 8th, 2025

Abstract

In recent years, against the backdrop of “Internet Plus”, Huai'an City has actively explored

innovative and integrated development paths for rural e-commerce. The current core dilemmas include: Decentralized brand building with insufficient coordination and inadequate exploration of cultural connotations; Obstructed career development pathways for talents, disconnection between local training and enterprise needs, and the outflow of high-end talents to developed regions; Low efficiency in “last mile” logistics distribution and insufficient cold-chain full-chain guarantee capabilities, which restrict the upward circulation of characteristic agricultural products. To address these challenges, the study proposes innovative pathways: Integrate regional brands through “Internet Plus,” promote standardized production and cultural integration, and enhance brand value; Build a “policy guidance-school-enterprise linkage” talent cultivation system, improve professional certification and practical training, and attract talent backflow; Leverage intelligent logistics systems, transportation-postal integration models, and cold-chain node construction to optimize distribution efficiency and full-chain freshness preservation capabilities. This study provides a reference theoretical framework and practical pathways for the transformation of rural e-commerce in similar regions from scale expansion to quality improvement.

Keywords

“Internet Plus”, Rural E-Commerce, Innovation and Integration

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

在“互联网+”战略深度融入乡村振兴的时代背景下,农村电商已成为激活乡村经济活力、促进城乡融合发展的关键动力。作为农业大市,淮安市依托丰富的农产品资源和政策扶持,积极探索“互联网+农业”发展路径,农村电商规模持续增长,逐渐成为农村经济转型升级的重要支撑。然而,在快速发展过程中,品牌建设分散、专业人才短缺、物流体系薄弱等结构性矛盾日益凸显,制约着农村电商向高质量阶段迈进。当前,全国范围内农村电商正从规模扩张转向提质增效的阶段,淮安市如何在“互联网+”浪潮中突破发展瓶颈,实现特色农产品品牌价值提升、人才结构优化与物流供应链升级,成为亟待解决的现实问题。本文通过梳理淮安市农村电商发展现状,剖析品牌化、人才配套、物流配送等核心困境,探索“互联网+”驱动下的创新融合路径,旨在为同类地区农村电商转型升级提供理论参考与实践借鉴。

2. “互联网+”背景下淮安市农村电商发展的现状

近年来,淮安市高度重视农村电商发展,按照省农业农村厅出台了的一系列扶持政策如《江苏省“新农人”培育三年行动计划(2025~2027)》,从资金补贴、税收优惠到土地政策等多方面给予支持,鼓励企业和个人投身农村电商领域。在“互联网+”背景下淮安市的农村电商交易规模呈现出强劲的增长态势。2023年农村电商零售额更高达47.89亿元,同比增长31.1%,其中农产品网络零售额也实现稳步增长。2024年1~8月,全市网络零售额达127.47亿元,同比增长7.3%,其中农村电商零售额为31.9亿元,占比25.03%且同比增长3.57% [1]。这些事实有力凸显了农村电商在淮安市农村经济发展进程中的关键地位,同时淮安市农村电商快速发展的过程中品牌建设分散、专业人才短缺、物流体系薄弱等结构性问题逐渐凸显出来。

3. 淮安市农村电商发展的困境

3.1. 品牌建设分散, 市场竞争优势不足

农业品牌建设是推动农业高质量发展的重要举措,是促进农民增收、增强农业竞争力的重要途径[2]。虽然淮安市打造了“淮味千年”等区域公用品牌和多个特色农产品品牌,但品牌建设仍存在分散、协同不足的问题。众多农产品品牌各自为战,缺乏统一规划和整合,在品牌定位、包装设计、宣传推广上未能形成合力,导致品牌辨识度不高。本质上是“缺乏系统规划和顶层设计,导致后期实施路径不清晰而忽视本地特色,极易导致同类品牌间出现同质化、泛形象化”的具体表现[3]。部分品牌仅注重产品本身,忽视文化内涵挖掘和品牌故事塑造,难以与消费者建立情感共鸣,限制了农产品附加值的提升和市场份额的扩大。文化价值是品牌可持续发展的核心,需深度融合地域文化、历史传统与消费场景。如广西“三江茶”通过融入侗族文化打造茶旅融合模式,而淮安市未能将洪泽湖渔耕文化、盱眙龙虾节庆等 IP 注入品牌叙事,导致品牌停留在表面,无法形成情感认同[4]。

3.2. 专业人才短缺, 制约创新发展活力

3.2.1. 农村电商人才职业发展通道缺失

当前农村电商人才职业发展存在结构性阻碍,从岗位配置看,淮安市农村电商企业中基础操作岗(客服、打包、物流)占比过高,而网络运营、品牌策划、数据分析等核心岗位占比过低。此现象反映了农村电商人才培育的结构性矛盾。当前农产品电商人才“重操作、轻战略”,多数从业者仅掌握基础网店运营技能,而缺乏数据分析、品牌策划等高端能力,导致岗位结构长期低端化[5]。如许多 90 后从业者在入职几年内仍处于基层岗位,中层管理岗平均晋升周期远高于城市电商企业。同时职业认证体系缺位问题突出,全省统一的农村电商人才职称评定体系尚未建立,大量从业者只能依赖企业内部模糊的考核体系。并且地域发展差距形成“虹吸效应”,农村地区薪资水平较低,且缺乏城市配套的人才公寓、子女教育等政策支持,导致掌握网络营销技能的高端人才流失严重,在直播运营、跨境电商等领域尤为突出。

3.2.2. 本土培训体系与市场需求脱节

培训教的和企业要的对不上号,主要卡在课程、老师、就业三个环节。课程方面,现在培训大多只教电脑基础和开店入门,像怎么用算法做推广、社群怎么运营、数据怎么分析这些实用技能却很少教。有的地方反复开同样的基础课,像抖音投流、小红书推广这类实战课,因为没老师教,干脆就不开了。师资“学院化”是导致培训脱离实际的关键因素。理论型高校师资普遍缺乏行业经验,导致教学停留在“知识传递”而非“技能训练”。淮安电商培训师资结构与之类似,缺乏具备头部电商企业运营经验的“双师型”教师,难以传授前沿实操技巧[6]。而且学完也找不到合适工作,很多人学完还是不会做电商,还有不少人直接转行不干这行,结果就是培训完留不住人,陷入恶性循环。

3.3. 物流体系薄弱, 冷链基础设施待提升

3.3.1. 物流体系中最后一公里薄弱

农村物流体系建设滞后成为制约淮安市农村电商发展的关键因素。“最后一公里”问题集中在配送效率(如偏远地区每日仅 1 次配送)在盱眙区等农村地形复杂区域,物流配送面临严峻挑战,呈现“单频次、长时效、高损耗”的突出问题。乡村物流的“单频次”困境源于基础设施基底性不足与社会网络动员能力薄弱的双重制约[7]。以盱眙县河桥镇为例,大部分自然村每日仅有一趟配送车清晨进村,若村民错过固定取件时间,包裹便需滞留至次日。生鲜等对时效要求高的商品,常因配送延迟出现腐损。此外,不少村民需步行较长距离,前往村口代收点取件,取件过程极为不便,严重影响农村电商的消费体验与发展活力。

3.3.2. 冷链基础设施不足

同时冷链物流基础设施建设不完善,对于鲜活农产品(如洪泽湖大闸蟹、金湖芡实等)的保鲜运输保障能力不足,导致产品损耗率高,影响产品品质和消费者体验。我国果蔬预冷环节缺口显著,76.92%的生产经营者仅用冷库直接预冷,而非专业预冷设备,导致冷却速度慢、温度不均,加剧腐损[8]。如洪泽湖大闸蟹若未经过压差预冷或真空预冷,直接入库会导致表面冻伤而内部温度不降,损耗率极具增加。这些损耗不仅让农户辛苦劳作打了折扣,更让“淮安特产”的口碑在市场中逐渐褪色,形成“品质好却难走远”的发展瓶颈。

4. “互联网+”背景下淮安市农村电商创新与融合发展路径

4.1. “互联网+”创新促进淮安本土品牌建设

在“互联网+”背景下,促进淮安本土品牌建设需多维度发力。针对品牌建设分散、协同不足的问题,可依托“互联网+”整合“淮味千年”等区域公用品牌。区域公用品牌整合需依托“资源基础与政策推动的协同”,如通过政府主导的品牌规划整合分散品牌,形成“地理标志+文化IP”的差异化定位。淮安可借鉴其“统一标识设计+历史文化叙事”模式[9]。如将洪泽湖渔耕文化融入“淮味千年”品牌故事,通过电商平台传播地域特色,增强消费者情感认同。挖掘农产品文化内涵,塑造品牌故事,通过电商平台、社交媒体等渠道传播,与消费者建立情感共鸣,提升农产品附加值与市场份额。推动农产品标准化生产,改变多数农产品以初级形态销售的现状,加强深加工,释放“淮味千年”等老字号品牌价值,提高品牌信任程度。品牌信任通过区块链溯源使消费者支付意愿提升[10]。如淮安可结合“淮味千年”品牌,引入区块链技术记录洪泽湖大闸蟹养殖环境、捕捞时间等数据,并通过短视频平台传播“洪泽湖生态养殖”故事,增强消费者对品牌的信任度。利用互联网大数据分析市场需求,发展定制化农业,满足消费者个性化需求。例如,可借鉴先进经验,对盱眙龙虾等特色产品进行品牌升级,整合加工、仓储环节,借助电商平台拓宽销售渠道,提升品牌影响力,让淮安农产品凭借优质品牌“走得更远”。

4.2. 淮安市“互联网+”技术专业人才培养

4.2.1. 建立农村电商人才职业发展通道

针对农村电商人才职业发展的结构性障碍,需构建“政策引导-企业主导-社会协同”的立体化职业发展体系,打通从基层操作到核心管理的晋升通道:在政策激励与人才认定层面,将电商人才纳入“乡土人才”“青年拔尖人才”评选体系,给予核心岗位人才专项补贴及配套服务,试点“电商人才积分制”等激励模式;在企业岗位结构与晋升机制方面,引导企业提高网络运营、品牌策划等核心岗位占比,建立“基层操作岗-项目主管岗-部门经理岗”多级晋升通道,缩短核心岗位晋升周期,实施青年骨干培养计划;通过联合行业协会推动“农村电商运营师”等职业技能等级认证,建立“培训-认证-就业”闭环模式,提升职业认可度与市场竞争力;参照人工智能行业通过“技能认证+实战培训”提升人才专业化水平[11]。淮安可参考该模式,联合电商行业协会开发“农村电商运营师”认证标准,将直播运营、数据分析等技能纳入考核体系,并与企业合作开展“认证后实战项目”,实现“培训内容与岗位需求零距离对接”。同时实施“电商人才回流工程”,开展专项引才行动,以“创业孵化基地+导师结对”等模式为返乡人才提供场地供应链等支持,吸引外流人才返乡参与农村电商发展,形成多维度协同的人才发展格局。

4.2.2. 淮安市“互联网+”重构产教融合的实战化培训体系

针对本土培训“重理论轻实战”“课程与产业脱节”的痛点,以“互联网+”重塑“需求导向-校企联动-技能落地”的培训生态:深化校企协同机制,推动院校与龙头企业共建“电商产业学院”,开发

“直播电商运营”“大数据选品”等模块化课程。将农村电商人才培养与高职教育结合,成立专门的电商学院,或者在乡村区域组织短期电商技能培训[12]。将企业真实项目纳入教学场景,试点“双元制”培训,由企业导师带学员参与实战任务并考核录用;优化课程内容与师资结构,侧重算法推广、跨境电商运营等实战模块,建立“行业大师+高校教师+企业高管”的多元化师资库,邀请行业专家开展实战教学;完善“培训-认证-就业”闭环服务,引入职业技能认证,依托县级电商公共服务中心设“人才服务窗口”,提供岗位对接、创业指导等服务,推行“定向培训+企业直聘”模式,缓解“培训完即流失”问题,形成以需求为导向、校企深度联动、聚焦技能落地的新型培训体系。

4.3. 加强物流体系创新融合建设,提高供应链效率

4.3.1. 淮安市“互联网+”改善物流体系中最后一公里薄弱

针对农村物流“单频次、长时效、高损耗”的痛点,以“互联网+”为引擎构建立体化物流网络:深化交邮融合模式,依托现有线路和村级服务点,整合邮政、快递、公交等运力资源。通过多元主体合作网络扩大信息开放流通效应[13]。在地形复杂区域推行以“公交带货”,以“数据跑路”提升信息获取效率[13]。增加配送频次,优化邮路规划,实现城乡物资双向高效流通,相关经验在生鲜主产区推广。引入智能物流系统,搭建统一信息平台,利用大数据动态优化配送路线,在村级服务点部署智能快递柜实现自助取件,解决“取件难”。同时加大物流技术推广经费投入,并引导社会资本参与智能设备部署,避免因资金短缺导致技术应用滞后[14]。

4.3.2. 完善冷链基础设施

针对冷链物流“设施薄弱、损耗率高”的瓶颈,以“互联网+”为核心驱动力,在主产区推广“田间移动预冷站+村级冷藏柜”模式,借助物联网温控系统实时监测环境参数,并通过控制温度、湿度降低农产品腐败速度,减少损耗[15]。实现农产品采摘后快速预冷处理,保障鲜活产品运输前的保鲜状态;依托县级物流中心冷链库容,整合多方资源建设区域性冷链分拨中心,形成“产地预冷-干线冷链-末端配送”的全链条保鲜体系,并引入“共享冷链”模式,通过智能调度平台提升资源利用效率;通过共享模式与产业结构优化而减少资源浪费,提升低碳环保技术应用[16]。在运输车辆和仓储设施部署物联网设备,通过统一管理平台实现全流程可视化监控,同时推广“冷链物流+农食加工”综合园区模式,建设集冷藏仓储、加工包装、电商配送于一体的冷链综合体,实现“前店后仓”高效运作,降低中间环节损耗。最终形成“智能温控保品质、节点网络提效率、数字管理降损耗、模式创新增效益”的冷链发展新格局。

5. 总结

在“互联网+”背景下,淮安市农村电商呈现政策驱动增长与结构性瓶颈并存的特点。一方面,政府通过专项行动计划等政策扶持,推动农村电商规模稳步扩大,为农村经济注入活力;另一方面,品牌化程度低、专业人才短缺、物流冷链薄弱等问题凸显,制约产业进一步升级。当前发展困境集中体现在三方面:品牌建设缺乏统筹规划,区域公用品牌价值未充分释放,产品标准化不足且文化内涵挖掘有限,难以形成市场辨识度;人才结构失衡,基础操作岗占比过高,核心运营人才流失严重,本土培训重理论轻实战,与企业需求脱节物流“最后一公里”效率低下,冷链设施覆盖不足,生鲜产品损耗率高,特色农产品“走出去”受限。为此,淮安以“互联网+”为创新引擎,探索融合发展路径:通过整合区域品牌、挖掘文化IP、推动标准化生产与定制化农业,提升品牌溢价能力;构建“政策引导-校企联动”的人才培养体系,完善职业发展通道,引入实战化培训和认证机制,破解人才供需错配;依托智能物流系统、交邮融合模式和冷链节点建设,打通城乡双向流通链路,实现“智能调度降本、冷链下沉保质”。通过多维度创新,淮安正着力突破发展瓶颈,推动农村电商从规模扩张向质量效益型转型,助力乡村振兴与产

业融合。

参考文献

- [1] 淮安市商务局. 1-8 月我市网络零售额为 127.47 亿元 同比增长 7.3% [EB/OL]. 淮安市商务局.
http://boc.huaian.gov.cn/col/13385_681314/art/17251200/1727075139576iJzvBoTf.html, 2025-04-28.
- [2] 朱美乔. 发展农业品牌 兴农强农富农[EB/OL].
<https://www.cnfood.cn/article?id=1732918453625524225>, 2023-12-08.
- [3] 刘遗志, 付艺, 朱满德, 等. 特色农产品区域公用品牌建设路径研究[J]. 价格理论与实践, 2025(2): 150-154.
- [4] 韩旭东, 喻志军, 郑风田. 高质量农产品区域品牌建设的路径[J]. 中国人口·资源与环境, 2025, 35(2): 205-216.
- [5] 葛梅, 白丽, 曹君瑞. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J]. 农业经济, 2023(8): 118-121.
- [6] 周金超, 买发元, 孙家珏, 等. 构建应用型本科高校人才培养生态体系路径研究——以扬州大学广陵学院服装与服饰设计专业为例[J]. 皮革科学与工程, 2025, 35(3): 126-132.
- [7] 林颖, 郑怡娴. 拯救“最后一公里”: 乡村快递基础设施的弥合与社会交往实践——兼论“人作为基础设施”的分析框架[J]. 新闻大学, 2024(12): 18-32+117-118.
- [8] 张睿智, 刘倩媛, 刘冰, 等. 农产品(果蔬)产地仓储保鲜冷链设施建设模式研究[J]. 中国农机化学报, 2024, 45(12): 127-132.
- [9] 张姝君. 农产品区域品牌资产影响因素及优化策略研究[J]. 农业经济, 2025(1): 139-141.
- [10] 李光泗, 郑佳龙, 马俊凯. 农产品区域公用品牌建设何以促进农民增收? [J/OL]. 中国农业资源与区划, 1-13.
<http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.3513.S.20240925.1637.004.html>, 2025-06-04.
- [11] 张晓蕾, 高立军, 郝志强, 等. 人工智能行业人才需求与职业院校专业设置匹配分析[J]. 中国职业技术教育, 2025(8): 31-40.
- [12] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [13] 陈朝兵, 董政铎. 数字赋能何以打通河长制政策执行“最后一公里”? [J/OL]. 农林经济管理学报, 1-11.
<http://kns.cnki.net/kcms/detail/36.1328.F.20250527.1849.002.html>, 2025-06-04.
- [14] 毛世平, 刘婉钰, 林青宁. 中国农业科技投入强度、结构及政策取向——兼论农业科技创新“最后一公里”的经费投入[J]. 农业经济问题, 2025(3): 18-31.
- [15] 张丽. 冷链物流发展对区域农产品价格稳定性的影响——基于长江经济带沿线省域的实证分析[J]. 商业经济研究, 2025(2): 99-102.
- [16] 李义华, 邓梦杰. 数字经济赋能冷链物流绿色化发展机理与路径研究[J]. 财经理论与实践, 2024, 45(6): 131-138.