

数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究

赵一霖

西南民族大学公共管理学院, 四川 成都

收稿日期: 2024年3月11日; 录用日期: 2024年3月27日; 发布日期: 2024年4月29日

摘要

近些年来, 随着产业的集中化发展和电商发展形势的加剧, 国家陆续出台了一系列有关电商发展方面的扶持政策。基于此, 可见未来我国农村地区电子商务发展前景一片大好。综合各个方面的讨论, 国家为农村电商的成长与发展提供了良好的环境和空间。本文结合国内农村电商数量剧增带动农村地区经济迅猛发展的现状, 从商户和消费者两个层面说明农村电商助力乡村振兴的必然性。研究发现, 现阶段农村电商助力乡村振兴的瓶颈问题主要是缺乏专业性的电商团队、各村之间的农业环境存在差异和物流成本高、冷链体系不健全。在深入分析问题成因后提出了培养农村电商专业人才培养队伍、推进农企合作, 加强产地品牌建设以及利用新局势, 助力发展“互联网+”新模式等针对性的对策建议, 以期有效解决当前农村电商助力乡村振兴的瓶颈问题, 进而拓宽国内农村电商助力乡村振兴的路径。

关键词

数字化, 电商发展, 农村地区, 路径探索

Research on the Path of Rural E-Commerce to Help Rural Revitalization in the Context of Digital Economy

Yilin Zhao

School of Public Administration, Southwest Minzu University, Chengdu Sichuan

Received: Mar. 11th, 2024; accepted: Mar. 27th, 2024; published: Apr. 29th, 2024

Abstract

In recent years, with the centralized development of industry and the intensification of the situation

of e-commerce development, the state has introduced a series of supportive policies related to the development of e-commerce. Based on this, it can be seen that the future prospects for e-commerce development in rural areas of China are very good. After comprehensive discussions in all aspects, the state for the growth and development of rural e-commerce provides a good environment and space. This paper combines the domestic rural e-commerce number of dramatic increase in the rapid development of the economy of rural areas, from the merchant and consumer levels to illustrate the inevitability of rural e-commerce to help revitalize the countryside. It is found that the bottlenecks of rural e-commerce in rural revitalization at this stage are mainly the lack of professional e-commerce team, the differences in the agricultural environment between villages and the high cost of logistics, and the inadequacy of the cold chain system. After an in-depth analysis of the causes of the problem, it puts forward targeted countermeasures and suggestions such as cultivating a professional rural e-commerce team, promoting the cooperation of agribusinesses, strengthening the construction of origin brands, and making use of the new situation to help develop the new mode of "Internet+", in order to effectively solve the current bottlenecks of rural e-commerce to help rural revitalization, and then broaden the path of domestic rural e-commerce.

Keywords

Digitization, E-Commerce Development, Rural Areas, Path Exploration

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. 前言

农村电商是现在乡村振兴、战略振兴、农村经济发展的活力，农村电商的发展不仅可以带动农村地区电商人才的振兴，从而改变农产品的产业振兴，促进农业产业转型升级。由农业到工业到后来的向第三产业服务业转变，为乡村振兴提供重要的动力。另一方面，农村电商的发展不仅可以提纲更多的就业机会，还可以促进当地农副产品的销售，进而对农村地区助农增收、提升当地农民生活水平也有明显的推动作用。

2. 农村电商的发展现状

2.1. 农村电商数量不断增长

在数字经济背景下，农村电商数量发展迅速。在 2021 年全国农村电商发展报告中，农村网络零售额占据电商行业的 30% 与 2019 年相比，增长了大约 14%。农村电商市场具有无限的潜力，目前正在被挖掘。借助农村电商平台，已经构建了农业产业链，农户都在纷纷积极参与新的经济模式，由传统农民变为职业农民。

2.2. 传统农业实现转型，电商为经济发展增加动力

在数字经济背景下，科学技术发展迅速。互联网企业都在实现数字化转型，很多企业提出支农策略，并且借助平台优势，不断扩大农村电子商务市场规模。2020 年，阿里巴巴在半年帮助 1800 多个农业产业提供数字赋能，共销售 80 多万款农产品，并且进行农产品直播，利用淘宝扶助农民主播销售农产品[1]。2021 年，京东也开始创建基地项目，开设大量仓库，为农产品流通提供帮助。2021 年，美团优选成立“农鲜直收”基地，美团买菜也拥有采购基地，包括水果、蔬菜等等。拼多多也与中国邮政进行合作，建设

大量农产品基地和中心仓网络。

2.3. 农村电商面临重大发展机遇

2015年,国务院提出要促进农业现代化建设,包括鼓励电商参与农商平台建设,建立共享农产品信息平台,提高乡村基础设施建设水平。2018年,国务院提出要把数字农业、农村电商和乡村振兴进行有机结合,建立农村电商示范区。2019年,国家提出要规划数字农业农村发展策略,明确目标和工作任务,推行“万物万联”模式[2]。2020年,国家开始重视农产品物流,设施建设,打造农产品冷链物流基地。2021年,国家提出开通线上线下销售渠道,让农产品更具特色,增加销售优势,完善物流体系,提高农业产业化发展水平。

2.4. 商户层面

从目前现状来看,农村市场电商模式形式多样,批发零售、网络零售相结合,传统电商与新型电商相结合。一方面,商户与合作社经营主体需要在电商平台上宣传以及销售产品,实现农村产品与城市需求的精准对接,提高收入,实现农产品的增值[3]。另一方面,有些商户与合作社担心电商平台会影响线下批发以及零售,导致自己利润受损。所以需要积极引导农村产业开发,优化资源配置,让电商平台与农业经营主体相互协调。

2.5. 消费者层面

强化农村电商平台建设将以满足消费者需求为前提。首先,在需求方面,快速发展的城市生活导致消费者更加关注健康饮食与娱乐,农村电商能为消费者提供物美价廉的产品,帮助消费者提高生活品质。其次,在供给层面,消费者身份能够进行转变,农村电商的出现让农村贫困面貌焕然一新,建立现代化农业可以吸引城市消费者进行创业,从而提供多层次的创业和就业。

3. 农村电商助力乡村振兴的瓶颈

3.1. 缺乏专业性的电商团队

直播带货的变现速度最快,因为通过直播带货可以吸引顾客眼球,但同时需要耗费精力进行运营。目前很多农户具备电商意识,能够利用电商平台进行简单宣传,并且在农产品成熟的时候进行直播带货。但从目前现状来看,电商部存在技术问题,未能成立具备专业的电商团队。因为农产品具有季节性,所以直播时间没有办法固定下来,导致无法拥有大量粉丝和流量,销量存在问题[4]。并且农村地区缺乏专业的电商人才。企业在招募人才的过程中,因为无法提供优厚的待遇,所以未能有效吸引人才,人才短缺是一个严重的短板。

除此之外,产业集群的正向经济效应使得生产管理经验及技术创新在农村亲缘地缘联结的熟人网络中带来模仿效应与连锁效应,促使农村网商可以通过积累生产经验提高生产效率,降低平均成本,但知识溢出效应对农村电商的知识创新作用是有限的,由于农村网商对于知识创新的“惰性”,极易导致简单模仿的行为路径,即“搭便车”行为,甚至出现产权侵权问题。

3.2. 各村之间的农业环境存在差异

首先是地理位置上的差异,有些村子不具备种植蔬果的地理优势,并且瓜果种植需要很长时间,成熟时间晚于其他农村。而且,由于水土不同,不同村庄种植的农产品类型也不相同,产出存在差异[5]。比如A村喜欢种植荔枝,味道鲜甜。B村喜欢种植其他品种的荔枝,种植时间长,成熟时间晚,味道和口感比不上A村。

其次，存在基础设施上的差异。有些村子交通落后，种植的农产品出不去。而且道路条件差，在运输过程中农产品经常会破损，只能承载少量运输，导致运输效率无法提升[6]。

3.3. 物流成本高，冷链体系不健全

通过对农户进行采访之后发现，为确保农产品质量，很多农户都会选择顺丰快递。但是顺丰快递的运费很高，大约占据总成本的 1/3，而且运输体系比不上城市。农产品出发之后，即使运输速度很快，但因为冷链原因，农产品可能会发生变质。而像水果这一类的农产品讲究新鲜度，如果消费者发现收到不新鲜的水果，将不会再次购买。

4. 数字经济时代背景下农村电商助力乡村振兴的路径

4.1. 培养农村电商专业人才队伍

人才复兴是中国农村经济复兴的关键，因为现代化农村、绿色农民、休闲农业、乡村电商等如雨后春笋般不断涌现，需要大量的新型职业农民，所以政府要积极培养有才有能的专业人士，真正做到中国农村人才复兴。改革开放以来，在推进城镇化、工业化的进程中，农村城市经济蓬勃发展，大量农业剩余劳动力大规模地向城市流动，外出务工成为乡村人口流动的主要去向，农村地区人力资源流失严重[7]。数字技术人才“供不应求”是当前实现数字乡村服务乡村振兴的一大拦路虎。认准人才振兴这一数字乡村建设的原动力，组织振兴、产业振兴、文化振兴、生态振兴才有可能推动乡村振兴。数字化人才是乡村数字化进程的实践者，有了他们才能将理论转化成具体路线，在数字乡村建设中落实。

如何能够农村电商成为吸引大家返乡创业手段，成为了许多人关心的问题。这不仅仅需要在农村之中建设网络目标，更要同时在城市校园之中加强对于乡村电商的大力宣传，以及政府的政策扶持提供一个良好的电商环境。就目前而言，乡村电商仍然是将农产品以及低技术的手工产品作为主要的交易手段，还未开发出乡村电商的全部潜力，在古代就有流浪于各个乡村之间的杂戏表演者等等艺人，包括目前逐渐兴起的农家乐，乡村电商仍然有大量可以开发的空

间。各地政府应该重视当前农村现状，鼓励大学生回乡创业发展，把自己的才华贡献给农村的电商建设，积极加入农村电子商务发展事业的队伍当中，将自身的文化知识与专业技能运用到农村电商发展中。政府还要继续制定一些乡村扶持政策，以及返乡优惠政策，吸引大量外界电子商务专业人才入驻农村，并给予他们大量资金补助以及良好的待遇[8]。在新型乡村振兴促进方面，要推动乡村地区的网络工程建设，积极吸纳信息人员，充分利用大学生社会创业的资源，运用大数据分析乡村地区蓬勃发展的市场需求，积极促进乡村电商数字乡村蓬勃发展，要指导乡村地区网络企业建立产品与营销信息相衔接的农产品服务平台，进一步提升乡村乡镇农产品的综合服务质量，促进乡村农产品科学技术成果的转化运用，走质量兴农路线。

4.2. 推进农企合作，加强产地品牌建设

企业和农户可以积极合作，利用双方的优势，实现互补。企业从农户这里可以得到稳定的货源，而农户也将获得稳定收入。即使很多农户进行自产自销，但还存在部分农户不了解电商行业以及抱有抵触情绪的农户。企业需要积极和农户合作，让农户了解互联网知识和时代的新产物，最终以双方都满意的价格达成合作。

在农村电商发展的过程中，既要利用电商平台的优势，又要防止市场上存在过多的同质化产品。因此，在发展农村电商时需要具备产品特色，可以融入地方文化特色，把产品和当地淳朴的民风以及名人轶事进行结合，具备品牌效应，实现特色电商发展模式。

企业需要扩大农产品生产面积，可以进行承包实现货源稳定，节省生产经营成本。农户也要积极学习电子商务知识，掌握电子商务技能，提高互联网知识的实践能力，在日常经营过程中利用电商策略。对农产品进行销售，不应只局限于转发朋友圈等方式。农户需要了解新型电商运营方式，学习更多的先进理论，接触当下最流行的电商模式。

同时，农村电商经营主体也要积极关注同类产品的竞争。如果发现产品同质化现象，需要加大推广利用自身产品特色，发挥品牌效应，防止和低档产品鱼目混珠。并且要始终坚持个性化道路，构建品牌特色，提高核心竞争力。

4.3. 利用新局势，助力发展“互联网+”新模式

根据国家部门所出台的相关政策，从农村地区经济发展实际情况角度出发，保障相关政策的积极作用能够有效发挥，相关管理政策得到充分落实。还需要借助到监管部门的积极作用。要重视与农村电商相关的基建，为西部乡村电商的发展奠定良好的基础，在基建方面提供足够的支持。

在数字经济背景下，“互联网+”模式逐渐普遍。农村地区的青年在农产品成熟的季节，可以进行直播带货，为农村地区增加收入。在淡季需要稳定流量在互联网上搭建农村地区与外界沟通的桥梁，为乡村振兴作出贡献。可以在农村地区打造规模化产业基地，构建农产品产业园区，为客户提供更加优质的服务。企业也要及时了解市场需求变化，农村电商服务站需要积极拓展职能。在农村地区引进电商发展新型模式，重视国家政策，突出地方发展特色，实现创新发展战略。政府和企业需要通力合作，加大宣传力度，整合各项资源，以合作模式解决农村地区的物流问题。同时，建立科学合理的激励机制，为农村电商服务站的发展做出有效保障，更好地实现乡村振兴，让农村电商发展壮大起来。

除此之外，也要完善基础设施配套建设，增强物流“硬实力”。政府要加快完善基础设施建设，增加快递覆盖率，完善冷链物流，实现农村地区互联网网络设施建设。同时，确保交通通畅，设立村、镇物流服务中心，解决最后一公里问题。加快建设冷链物流体系，大力支持冷链物流体系建设。比如，A村对农产品品质要求很高，物流成本也非常高，而建设冷链物流体系能够有效促进农村电商的发展。

最后，改变经济发展模式，将依赖劳务产出的农、工业转化为三产，并积极带动农村电商的发展，才能带动农村经济成长，为农村公共空间治理提供强劲的经济支持。将乡村农副产品和电子商务平台相结合，在“农村淘宝”、“农村京东”等电子商务平台售卖农村特产商品等。

5. 结语

综上所述，在数字经济时代，需要紧紧抓住机遇，大力发展农村电商，为乡村振兴提供动力。同时，在发展农村电商的过程中，要及时发现不足，针对问题提出有效的解决措施。需要培养农村电商专业队伍；推进农企合作，加强产地品牌建设；利用新局势，助力发展“互联网+”新模式。农村电商已经成为建设数字乡村的大势所趋，而且可以为乡村振兴提供发展路径。

参考文献

- [1] 袁来. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 黑龙江粮食, 2022(7): 55-57.
- [2] 吴文通, 钟春连, 张倩男. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴的瓶颈研究——以茂名市根子镇为例[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(11): 255-257+264.
- [3] 肖真, 刘文婕, 陈鸯. 数字经济赋能乡村振兴发展路径研究——以吉安市为例[J]. 现代农机, 2022(5): 3.
- [4] 王兴国. 辽宁省农村电商推动数字经济发展对策研究[J]. 智慧农业导刊, 2021, 1(4): 99-101.
- [5] 李超, 李皎洁. 乡村振兴战略背景下电子商务专业大学生创新创业问题及策略研究[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(2): 262-264.

- [6] 杨建国. 数字经济为乡村振兴提供新动能[J]. 当代县域经济, 2019(7): 8.
- [7] 邹佳利, 杨树根. 德阳农村电商助推乡村振兴战略研究[J]. 投资与创业, 2020, 31(20): 36-38.
- [8] 赵冰, 王伟, 李红陞. 数字经济下新型电商助力乡村振兴的机制和路径研究[J]. 石家庄学院学报, 2022, 24(5): 65-68+136.