

乡村振兴下贵州农村电商发展的新机遇、新模式、新挑战

孙顺钰

(贵州财经大学商务学院, 贵州 黔南州 550600)

摘要: 自 2017 年总书记在十九大报告中提出乡村振兴战略之后, 在坚持扩大内需、提升消费的格局下, 我国广大农村地区各方面的发展都得到了很大的提升和重视, 这对农村电商来说是一个重大的历史机遇。特别是在“互联网+”、大数据、云计算、5G 等新兴技术的快速发展的背景下, 研究农村电商发展的新模式以及目前贵州农村电商发展过程中面临的挑战, 对推动贵州农村电子商务迅猛发展、培育贵州新农人、发展贵州农村经济具有一定的理论与实践意义。

关键词: 乡村振兴; 农村电商; 贵州农村

一、乡村振兴下贵州农村电子商务发展现状

(一) 贵州农村电商基础设施建设全覆盖

2021 年, 贵州省光纤宽带网络建设工作稳步推进, 全省光缆总长度达到 134.6 万公里, 同比增长 9.4%。实现了 30 户以上自然村通 4G 网络。截至 2021 年 12 月, 贵州省固定互联网宽带接入用户达到 1187.4 万户, 比 2020 年增长了 18.5%。其次, 物流体系服务的发展也取得了很大的进步, 随着贵州电子商务进农村示范县项目的建设, 各地积极完善了县级、乡镇以及村级服务站的功能, 同时搭建了网络服务中心, 推动了物流到县、快递到乡、配送到乡的物流体系建设。其中, 贫困地区快递网络覆盖 60% 以上。

(二) 贵州省农村网民规模日益增大

截至 2021 年 12 月, 贵州省网民规模达 2741.8 万人, 其中, 城镇网民为 1765.7 万人, 农村网民为 976.1 万人, 农村网民占比比全国高 6.2%, 全年增加网民 344.2 万人, 互联网普及率 71.1%, 较 2020 年增加 4.5 个百分点, 贵州省互联网网民增长态势进入平稳增长阶段。六盘水市、铜仁市、黔东南州、安顺市、遵义市互联网普及率超过全省平均水平, 分别为 73.1%、71.9%、71.1%、69.8%、67.4%。

(三) 贵州省电商网络零售交易规模稳步增长

从贵州省商务厅提供的数据可知, 自十三五规划以来, 贵州省电子商务得到了很大的提升, 电商与制造业、服务业以及农业等行业的融合发展已成为了推动贵州省快速发展的新模式。据统计, 2021 年上半年, 贵州省网络零售额达到 69.84 亿元, 其中, 实物类商品的网络零售额同比增长 14.71%; 非实物类商品的网络零售额同比增长 7.36%。过去的两年中, 贵州省各州市的网络零售规模都有明显的提升。

(四) 贵州省农村电子商务产业规模不断扩大

到目前为止, 我省共建成 70 个国家级电子商务进农村示范县、23 个省级电子商务进农村示范县。其中, 县级电商运营服务中心 60 余个、村级电商服务站点达到 1.22 万个, 全省 80% 以上的乡镇已完成基本的物流体系建设。2021 年底, 推动了 3000 多家工业企业进行网络化、智能化、数字化改造, 形成大数据+实体经济融合标杆项目 401 个、示范项目 4234 个, 带动 8485 户企业开展融合, 推动 23128 家企业上云。目前, 贵州省电商产业园数量已

经达到 30 多个(不完全统计)。凭借着交通便利等多重优势的贵阳, 其电子商务发展迅速, 电商产业园数量分布最多, 达到了 16 个, 遥遥领先于其他城市。遵义和安顺电商产业园数量分别为 5 个和 4 个, 数量位列第二和第三。

二、乡村振兴下贵州农村电子商务发展新机遇

(一) 贵州特色农产品资源优势

我省耕地总面积占全省面积的 26.68%, 共计 469.95 万公顷, 特色农产品丰富, 仁怀有红高粱、水城的黑山羊肉粉、惠水的黑糯米、都匀有绿壳鸡蛋、正安的野木瓜以及贵州的刺梨、脐橙、杜仲、灵芝、天麻等。其次, 贵州的茶叶也很出名, 因为海拔高、纬度低、日照寡, 因此贵州特别适合生产茶叶, 茶叶的种植面积居全国第一, 达到六百多万亩, 像湄潭的翠芽、都匀的毛尖、凤岗的锌硒茶都是贵州比较出名的茶叶品牌。此外, 贵州还是马铃薯种植大省, 马铃薯的种植面积有 1056.38 亩、产量达到 1133 吨, 居全国第三。

(二) 大数据技术优势

近几年, 随着大数据在贵州的发展以及每年“数博会”的召开, “数字贵州”已经成为贵州全新的代名词, 自 2014 年阿里巴巴与贵州签署了《云计算和大数据战略合作协议》后, 在阿里集团的支持下, 贵州大力发展大数据、云计算、智慧物流等, 力争将贵阳打造成为我国的大数据产业中心。此外, 十三五规划以来, 我省积极组织大型电商企业下乡, 与农村地区对接, 共同推动当地本土农产品上行。多地农村通过大数据技术进行精准分析, 开展订单式农业, 并且形成了“一店带全村”“一店带多户”的致富新模式。推动了特色农产品销售以及农业的结构性调整。

(三) 交通环境优势

过去, 由于贵州地理位置偏远又多山地, 交通问题一直都是阻碍贵州经济发展的原因。近些年, 在乡村振兴战略的支持下, 目前贵州已经实现了“县县通高速、乡乡通油路、村村通公路”, 截止到 2021 年, 我省公路通车里程达 20.72 万公里, 比上年末增长 0.2%, 高速公路通车里程 8010.46 公里, 增长 3.0%。农村的交通问题得到了解决, 这就为本土农产品上行以及外界物资下行创造了条件, 也为贵州农村电商的发展奠定了基础。

三、乡村振兴下贵州农村电子商务发展新模式

(一) “政府主导+企业运营”模式

自 2014 年与阿里签署《云计算和大数据战略合作协议》后, 贵州省政府通过云计算技术建设了全国第一家省级政务云平台“云上贵州”, 主导整合农产品资源搭建平台, 开启了农村资源与各大电商平台相互合作的模式。其中, 三穗县采用“政府监管+企业运营”模式, 依托县级电商公共服务中心和 97 个村级服务站点, 免费为当地农村电商创业者创造条件, 提供技能培训、网货研发、运营指导、包装设计、农产品上行等系统化的服务, 累计帮助当地农村解决电商难题 267 个, 引导开设电商市场主体 250 余家。

（二）“农户+基地+站点+服务中心+云仓”模式

从开展电子商务进农村示范县工作以来，贵州开始探索到适合自己的独特电商模式，以荔波县为例开启了“农户+基地+站点+服务中心+云仓”的模式。目前，荔波县内66家基地已入驻“一码贵州”平台，电商的龙头企业已有3家，搭建了40个村级服务站。2021年，农产品网络零售额达90.86万元，增速达253%，农产品累计销售4.6亿元。赫章县也趁此东风开始各大电商平台开设自己的店铺，如在拼多多开设“村味小馆”、在淘宝商城搭建“赫章特产馆”、入驻“832”平台销售扶贫产品，全面销售赫章特色农产品。目前，县内已有53家农业企业入驻“一码贵州”平台、2家企业入驻“贵高速最汇购商城”。

（三）“农户+线上线下销售”模式

我省多地农村采取的另一个电商模式为“农户+线上线下销售”。通过统筹实施电子商务进农村以及“互联网+”农产品出村进城等工程，来拓展省内市场，推动“黔货出山”，发展农村经纪人队伍、大力帮扶龙头企业。如遵义市湄潭县通过打造直播平台充分整合线上线下资源，来打响贵州优质特色农产品的知名度，打破传统销售模式信息不对称的问题，拓宽了农产品的销售渠道。铜仁市思南县也通过整合供销合作社和系统资源的优势，依托“扶贫832平台”等各类电商平台来实现“农户+线上线下销售”的模式，引导县内农产品生产企业入驻线上平台，在线上通过“周一爆款”“一日一推”等方式打造站点“网红产品”，线下采取“一网格一团长”“精品线路”等方式来推动“黔货出山”。六盘水市盘州市也积极探索了农产品上线销售的模式，先后培育了四格乌洋芋、万蕊酸菜、天刺力、盘州火腿、信友核桃乳等90多款特色品牌农产品上线电商平台。

四、乡村振兴下贵州农村电子商务发展面临的新挑战

（一）特色农产品上行外销不理想

研究发现，要想实现“黔货出山”，这个“货”必须要适合电商模式，并且“货”要达到指定的规模，如果无法满足这些条件，将会耗费大量的营销与物流成本，从而阻碍农村电商的发展。我省虽然特色农产品丰富，但是多数都是以小农生产为主，这种模式比较分散，而且量少，无法满足规模化发展的要求。其次，多数地区的农产品加工方式都还处在低级阶段，农产品商品的转化率不高，从而无法提高知名度。此外，由于缺乏专业的团队和技术人才，农产品的流通之前没有注册商标、包装、推广，农民也没有办理证照的意识，导致农产品售卖后被消费者投诉的现象时有发生。因此，农村的特色农产品上行效果不理想。

（二）农产品标准化、品牌化程度低。

在乡村振兴战略的支持以及新型电商模式如社交电商、社群电商、社区团购以及直播带货飞速发展的影响下，已经有很多农民开始通过新媒体传播途径在销售自家的特色农产品，人们看到网络红利的同时也出现了一些棘手的问题，比如农产品生产过程的把控、质检的标准、如何包装以及包装的材料、如何进行冷藏保鲜等一系列的问题随之而来。因此，如何实现农产品的标准化生产、如何树立农产品的品牌形象、如何提供销售服务等都是广大农村发展电子商务亟须解决的问题。

（三）农村电商专业人才缺乏

从农村人口结构来看，留在农村中老年人或者儿童农村这类

群体中，普遍没有接受过良好的教育，对于市场信息的捕捉具有较大的盲目性和随意性，因此电商人才的匮乏制约着农村电子商务的发展。目前贵州省乃至全国农村地区的电商人才都是比较欠缺的，无法满足发展农村电子商务的需求。农村电商所需要的人才，不仅要懂电子商务知识和技术并且要能掌握本地区农产品特色开发等相关技术的综合性人才。

五、贵州农村电子商务发展路径分析

（一）探索“互联网+农业”模式，推动农产品上行

贵州农村要实现电子商务又好又快的发展，最关键的问题就是如何把资源变成产品，再把产品变成网络商品。我们利用大数据优势，创新智慧农业建设，提升整体农业生产信息化水平，通过“互联网+农业”的方式来探索适合贵州特色农产品上行的路径，建立新型的农村电商市场体系以及农产品流通体系，其次，根据贵州省各县域的资源特点，加快特色农产品开发，以市场需求为导向，打造“特色产业”，培育电商新农人与新平台，推动农村特色农产品上行。

（二）进行农产品标准化生产，打造特色品牌

我省特色农产品资源丰富且营养价值较高，但主要以农户个体的小规模种植为主，未形成标准化和规模化生产，并且不能有效控制作物的质量，因此，政府可牵头组织建立农产品产业园区，鼓励农民组成合作社进行规模化种植。其次，引进专业电商技术人才，对当地农民进行技术培训、并且采购先进的农业生产器械，降低农产品的生产成本，提高农产品质量，实现农产品生产规模化与标准化，从而打造具有当地特色的农产品品牌。

（三）加强对电商人才的培养

农村电子商务的发展离不开专业人才，贵州农村农民的整体文化程度较低，对新技术与新型电商模式的接收能力不强，无法掌握电商的新平台、发展的新趋势。因此，贵州要发展农村电商不仅要引进专业电商人才，并且要培养本地的专业技术人才，政府还应想办法留住人才。其次，对农村种植大户、农村合作社、农业龙头企业等重要的农村电商主体进行专业技术培训，优先提高一批人的专业素质，让他们成为带头人形成示范带动力量，成为发展新时代农村电商新农人代表。

参考文献：

- [1] 冯小娅, 唐小平. 乡村振兴视角下农村电商发展对农村经济的影响研究——以贵州省为例 [J]. 物流科技, 2021, 44 (04): 85-87.
- [2] 何佳宁, 马坤. 贵州桐梓县农村电商发展现状与改进建议 [J]. 黑龙江粮食, 2020 (11): 68-69+72.
- [3] 刘远志, 刘昊天, 胡争艳. 贵州黔南电商扶贫模式案例分析 [J]. 经济研究导刊, 2019 (18): 125-128.
- [4] 张喜才. 电子商务进农村的现状、问题及对策 [J]. 农业经济与管理, 2015 (3): 71-80.
- [5] 刘起林. 大数据背景下贵州农村电商发展研究 [J]. 电子商务, 2018 (07): 11-12+18.
- [6] 肖智, 孟立霞, 周江菊. “互联网+”与黔东南特色农产品电商营销 [J]. 凯里学院学报, 2015 (6): 107-109.
- [7] 文叶飞. 打造中西部农村电商“铜仁样板” [J]. 当代贵州, 2016 (2): 30-31.