

数字乡村背景下农村电商扶贫现状及模式创新研究

杨雨洁 李婷婷 石翊辰 张振宁
(大连科技学院, 辽宁省大连市, 116000)

摘要: 时代在发展,如今“互联网+”成为扶贫的新型代言词,“互联网+”正在逐渐促进其他产业融合升级。我国农村发展中,由于农村存在生产模式落后、市场信息不流通、地势偏远等因素导致农村发展较为缓慢。在如今的数字农村建设中,运用电子商务这一全新的概念,将互联网与传统农业逐渐融合升级,为农村发展提供了新鲜的活力,改变了农村生产固有的模式,为农村发展带来翻天覆地的变化,将信息技术、生产方式、资源、人才等引领到农村,进一步构造农村电子商务模式,运用多种新技术、新模式融合推动农村经济发展,巩固农村基础设施建设,逐渐完成“规范化”“品牌化”建设,进一步促进农村经济发展。

关键词: “互联网+”,农村电商,电商模式,创新研究

电子商务是作为一种新型商品交易方式,在互联网的快速发展下,实现了交易双方可以在未谋面的情况下进行观测商品、线上支付等以往需要实地考察才能进行的活动,为广大人民提供了便捷性服务。在以往农村发展中,由于市场信息不流通、基础设施落后,农民既难以得到有效的市场信息,也没有良好的技术服务。同时我国农业相关的服务链条不健全,难以建立起完善的销售体系,常出现“菜贱伤农”的现象,导致农民无法得到良好的收入。

近几年,随着互联网的发展和国家对于农村建设的高度重视,要充分发挥信息化对乡村振兴的驱动赋能作用,加快构建引领乡村产业振兴的数字经济体系,推动数字中国建设迈出新步伐。“互联网+农业”的新模式受到广泛关注,电子商务逐步走向农村。农村电子商务的模式,进一步完善农村农业向现代化的发展。淘宝、拼多多等电商平台逐渐向农业领域发展,也随之出现典型的农业商品交易平台——惠农网,为农民带来了全新的商机。随着我国农村电子商务的发展,越来越多居民开始去电商平台购买农产品,据数据显示,我国一线城市的网购人数规模达到5亿,县级、农村的网购人数规模达到9亿,随着网购人数规模的上升和农产品本身的绿色无害,越来越多的电商平台走向农业领域,也出现大量农产品商家入驻电商平台,农村电子商务焕发出了全新的活力,为销售农产品带来了焕然一新的模式。分析、研究农村电子商务的创新点,以解决频频发生的“菜贱害农”的现象,为加快农村电子商务的发展,促进农村农业朝着现代化方向发展,同时也应注重电子商务本身的营销能力、产品质量、产品品牌、管理和体系的创新升级,解决农村本身存在的基础设施落后、市场信息不流通、营销管理不精、电商搭建不完善和农民的电商意识淡薄等问题。由此可见,农村电子商务的创新对农村农业迈向现代化发展有重要的研究意义。

一、农村电子商务体系的构成

(一) 电子商务平台的构成要素

1. 电商交易平台:是卖家和买家在交易过程中运用的信息网络系统。
2. 物流运输中心:用于服务买家下单商品后的配送服务,实时更新货物的物流动向,并在规定时间内将货物配送给买家。
3. 电商基础服务平台:为网络基础服务提供信息服务、网络接入服务等,保证网络服务可以稳定的进行。
4. 支付中心:用于连接买家和卖家之间的资金运算和支付服务,由银行和第三方支付平台构成。
5. 卖方、买方:两者之间可以为个人、团队等,卖家通过电商系统进行提供货物,买家通过电商系统进行购买货物。

(二) 农村电子商务的建立

1. 农村电子商务合理定位。随着互联网的发展,电子商务走向农村的工作正在逐步推进,利用多层次的改善将物联网、大数据等

信息技术走向农村。在多层次改善时,逐渐实现对农村扶贫的目标,也要注意盲目投入等问题,部分农村由于基础设施较差,没有达到预期效果,应在途中进行严格的评估,如对基础设施、物流体系进行有利评估,若在规定时间内无法建设成预期,则先完成对该设施的建设,并淘汰不利环节,进一步提高电商扶贫的质量。

2. 联合多方展开合作。在建设电子商务服务时,应注重多方协作,各个部门应明确定位自己的职责与任务,各司其职,不可以各自的逻辑要求别的组织。注重优化资源,提升工作效率,以多种形式、多种方式参与到建设电子商务工作中。

3. 培养农民使用电商。在进行多方协作共同建立农村电子商务时,也应培养农民使用电商平台能力与意识,让农民学会如何运用互联网等。在建设农村电子商务的同时为其培养人才,促进农村电子商务的设施建设、人才培养双向局面,从而改善农村固有的生产经营模式,帮助农村走向现代化。

(三) 打造农产品品牌建设

通过建设品牌,可在一定程度上增加消费者对于产品和生产商的信任度,同时商品品牌的影响力也会让商品在竞争中处于优势地位,在增加销售量的同时促进当地的产业发展,使得贫困农户获利,改善农民的收入情况。打造商品品牌化可采取以下几个方面:

1. 以消费者的需求为参考依据。消费者的需求呈现着多元化、多样化的特质,通过满足消费者的需求,并运用电商平台所具有的手机推送信息等其他信息技术宣传农产品,有利于更多消费者了解到心仪的商铺和农产品,有利于建立消费者和农民双方的信任度,完成品牌建设。
2. 与当地优秀企业合作。在国内各个地区都存在优势的产业和农产品,使得农产品本身具有区域化的特点。因此企业也应在建设农产品品牌过程中起到主导作用,与当地优秀企业合作,企业派遣专业人员对农产品生产过程进行严格把控,建立良好的农产品培育环境和农产品质量标准,再运用科技技术进行宣传农产品,逐渐打造知名品牌。
3. 自主打造品牌。当农产品依托电商平台销售提升知名度到一定程度时,已然在市场竞争中处于领先地位。通过自主打造品牌,有利于农产品价值进一步上升。通过申报“绿色”“无害”等专业认证,通过商标注册,有利于农产品的知名品牌建设,提升农产品在市场竞争中的竞争力。
4. 健全相关的法律及监管体系。在建设农产品品牌时,离不开消费者对商家和农产品的信任。因此应健全相关的法律及监管体系,一方面对农产品的生产经营过程严格管控,严格检查农产品的生产过程,保证农产品质量;另一方面建立保护农产品商标的法律,以防出现盗版伪劣对商品的产生不良影响,为农产品品牌化建设提供良好的法律环境。

二、农村电子商务的模式

(一) 农村电商平台模式

随着农村电子商务的兴起,出现大量的农产品商家进入电商平台销售农产品,如:直播售卖农产品、淘宝线上售卖农产品等,农村电商平台主要有以下模式:

1. 入驻分销平台模式。在发展初期,农民手中资金不足,资源匮乏的情况下,可进入大型电商平台的分销体系来线上销售农产品。大型电商的分销平台是移动类分销平台,操作较为简易,农民仅运用智能手机快速注册分销平台网店,然后在平台上挑选上架销售的农产品并自主制定价格。在分销平台中,农民只需要考虑营销、宣传方式,而无须担心农产品配送。在消费者进入农民的网店后,挑选好农产品下单后,将会由供货商将农产品配送给消费者。分销平台对于资金不足、资源匮乏的农民来说,是一个成本较为低的电商平台销售模式,节省了以往销售农产品时需要实地考察的成本,建立了较为简易的操作模式。

2. 合作模式。对于本身具有一定农产品货物的农民,可选择如:淘宝、拼多多等大型电商平台,每年支付一定的商家入驻费用,即可在平台上开自营店;农民同样也可以和农民合作社等建立合作,开设自营店。其中淘宝在支付1000元保证金后,可自行上传商品图片并增添文字信息,将特色农产品以图文方式展示给消费者以供消费者进行选择。除此之外,可以选择如惠农网等典型的农产品电商交易平台,惠农网知名度较高,可为农民探寻到更多的商机。农民只需在惠农网上进行注册登录,将自己的农产品的信息提供给消费者参考,便会有消费者线上前来咨询,增多了农民与消费者直接交流的途径,增加双方的信任度。

(三) 农村电商模式类型

1. 从农村主营产业出发,可分为以下模式。

①自组织模式:当地农民自行组织在淘宝等电商平台售卖农产品,有了一定的经验和进展后,带领其他农民在电商平台开设店铺经营销售农产品,即为自组织模式。②产业再造模式:当地特色产业在当地传统市场中面对日益严峻的竞争力,逐渐丧失了原有的优势,进而通过电商平台,将重心从线下销售逐步转移到线上销售,将原本丧失的竞争力在线上电商平台重新焕发生机。

2. 根据所依托资源出发,可分为以下模式。

①特色型产业模式:在当地没有优势资源时,产业知名度较低,运用电商类平台进行销售,完善建设,增大知名度,将原本不起名的产业建设成特色型产业模式。②资源型产业模式:在当地拥有优势产业,并借助当地优势产业通过电商平台进行线上销售,增多优势产业的销售方式,拓展新型市场,增多更多的途径,即为资源型产业模式。

3. 从参与角色出发,可分为以下模式。

①自产自销模式:商家自主进行进收货物、自行生产、自主销售,所有的环节由商家自主进行活动。②订单+网销模式:商家通过与农民进行合作,双方签订合作关系,由农民为商家提供货物,商家在电商平台进行线上销售。③自产+多平台网销模式:同一商家在淘宝、拼多多、京东等多个电商平台进行销售农产品,同时在不同平台中使用的是不同的品牌,从而扩大自己的销售渠道进而扩大自己的销售量。④共生模式:在围绕着主营产业,出现的为主营产业而服务的上下游业务,同一产业链的不同模块互相协调,形成整体统一的良好体系。

三、优化农村电子商务模式的建议

(一) 营造有利于农民的模式

互联网、大数据的推广,让电商行业应运而生。传统农业市场只能获取当地的信息,流通信息闭塞并且不能够第一时间直观

地了解市场的需求,无法针对市场做出及时的调整,处于被动方,无法掌握主动权。

随着电子商务的兴起,应利用电子商务为农民打通与外界的通道,打破市场的封闭,促进市场信息流通,营造出有利于农民的营销方式,使农民掌握交易主动权。

(二) 提升农民对电商平台的认识

农村电商的兴起,应给农民提供服务及培训使用电商平台,例如让农民学会科学种田,开展使用智能手机及智能APP的培训等。随着时间的推移,让更多的村民了解电商,让越来越多的村民去利用农村电商,在潜移默化中,村民对互联网意识越来越强,越来越能跟上时代的步伐,破除了贫困地区与社会脱轨的壁垒。

(三) 吸引人才走进农村

随着农村不断振兴,返回家乡创业的人不断增长。回乡创业不仅拥有政策支持,并且是在自己熟悉的地方,拥有更大的优势。农村电商应带动一系列的产业,引进更多的各类人才,推动了人才资源的流动,让各类人才投入农村电商中,以电商为媒介,推动农村资源发展。

(四) 完善农业产业链

电商平台是对接生产和需求的平台。传统产业链下各个环节都是脱节状态,通过电商平台一头对接售卖方,另一头连接着消费者,而且可以与各个物流或者企业合作,实现农业生产销售一条龙链,完善农业产业链。

农村电子商务应突破环境限制、认知限制、资金限制、人才限制等困难,为农村经济带来新模式,在国家政策的支持下,能够推动乡村振兴,帮助农民致富。利用大数据解决信息问题,让供给商和消费者获得联系,让各个环节都能联系到并且紧密配合,共同促进农村经济发展。

四、结语

自电子商务向农村发展以来,国内农村经济发生了翻天覆地的变化,电子商务为助农、扶贫服务的工作都引入了新的活力,注入了新鲜的发展血液。农村电子商务是振兴乡村发展的“催化剂”,是利用数字化信息技术缩小城市与乡村差距的重要利器。目前,我国网络销售量呈上升趋势,在此情况下发展农村电子商务应依据当地情况,对现状进行剖析,多层次提出良好发展的措施。此外,应加强农村电子商务的基础设施建设,完善电商平台的功能,培养农民使用新技术的技能和意识,加强农产品的绿色品牌建设,促进农村经济发展,帮助农民早日摆脱贫困。

参考文献:

- [1] 胡晨曦.“互联网+”背景下我国农业电商发展对策研究[J].上海农业科技,2020(03):26-28.
- [2] 彭芬,刘璐琳.农村电子商务扶贫体系构建研究[J].北京交通大学学报(社会科学版),2019,18(01):75-81.
- [3] 郭承龙.农村电子商务模式探析——基于淘宝村的调研[J].经济体制改革,2015(05):110-115.

基金项目:2022年大学生创新创业训练计划项目,项目名称:《小数字大作用—大数据助农致富创新发展研究》。

作者简介:

李婷婷(1990-)女,汉族,辽宁大连人,大连科技学院经济管理学院教师,研究方向:农业经济管理;

张振宁(1990-)男,汉族,辽宁抚顺人,大连科技学院经济管理学院教师,研究方向:智能财务共享、应用统计学;

杨雨洁(2003-)女,汉族,安徽省淮北市,大连科技学院学生;

石翊辰(2000-)男,汉族,山西省晋中市,大连科技学院学生。