

数字经济背景下农村电商发展的挑战与实现路径

陆志良

(广州市番禺区职业技术学校, 广东 广州 511400)

摘要: 在数字经济背景下, 农村电商的发展有助于深层次挖掘农村市场价值的潜能, 从而真正实现城乡经济的协调发展, 加快产业升级, 有效解决我国的“三农”问题, 更好地实现乡村振兴。农村电商能够加快农产品的贸易, 并促进农业产业的高质量发展, 从而推动农村地区的经济发展, 提高发展质量和效果。基于此, 文章对我国农村电商发展现状进行探究, 并对我国农村电商面临的挑战展开分析, 在此基础上提出了数字经济背景下农村电商的发展路径, 以供参考。

关键词: 数字经济; 农村; 跨境电商

数字经济时代为电商行业的发展带来了新的机遇, 也为农村经济发展提供了思路。电商直播作为我国数字经济蓬勃发展的体现, 它成为新的发展形式。在农村经济发展的背景下, 为了实现精准扶贫战略, 挖掘农村市场经济发展潜力, 并完善农村电商工作, 农村地区需要有效利用电商资源, 从而带动本地区经济的发展。

一、我国农村电商发展现状

(一) 发展空间较大

在数字经济时代背景下, 电商作为一种新型的产业, 以更加强势的姿态进入了我国农村地区, 为我国的农产品销售拓宽了渠道, 也拓宽了发展方向。农民通过电商了解到自己农产品的内在优势, 并引导消费者在购物时有了更多类型的选择。消费者能够通过电商以小成本的方式买到更高质量的农产品, 最终实现产业的互利共赢。近年来, 我国农产品在电子商务平台的交易额不但刷新, 这也体现出了我国国民对于农产品的需求。对此, 农村电子商务的发展空间相对较大, 如何提高农产品的销售量, 并增加农民的购买力成为当前农村电子商务需要考虑的关键性因素。

(二) 扶持政策较好

“三农”问题成为全社会关注的热点话题, 农村电子商务的应用有助于提高农产品的销量, 促进地区的产品质量发展。近年来, 我国推出了农村扶持政策, 并推动了农村电子产业的发展, 投入了大量的资金, 并取得了一定的发展成效。现阶段, 电子商务的应用范围越来越广, 在农村的应用程度也大大提高, 农村地区需要根据不同农产品的特点应用不同的电子商务模式。在政策扶持的背景下, 互联网的应用程度越来越高, 有效解决了农产品在销售上的问题, 进一步增强了农民的收入水平, 调动了农民利用电子商务的积极性。

(三) 电商企业加入

农村电子商务领域的建设需要多方面的支持。在现阶段, 电商企业与物流企业合作, 构建了体系化的电子商务体系。然而, 最关键的是, 较多国内电商巨头都将关注重点聚焦于农村产业地区, 实施了电商战略计划。另外, 在我国越来越多的农村地区都建设了集中的服务中心, 为农民带来了较多的服务便利, 也能体现出一定的服务价值。农民真切感受到了电子商务的应用价值, 参与兴业逐渐增加, 为电子商务的发展奠定了坚实的基础。另外, 农村地区也成了电商企业相继争抢的市场, 带动了产业的转型和升级, 促进了产业的升级与发展。

二、我国农村电商面临的挑战

(一) 农村人才流失

电子商务并不是单纯的线上交易。实际上, 电子商务是一个综合计算机、管理学、现代物流等专业知识要点的学科, 具有较强的理论性。电子商务教学要结合实际情况, 培养具有实践经验

的人才, 才能科学有效地制定符合农村电商发展的方式。然而, 在我国农村地区现阶段, 存在人才匮乏的问题。农村发展机会较少, 就业机会也相对较少, 工资水平较低, 社会保障不健全。在经济发展的背景下, 大城市具较大的发展空间, 更多年轻人尝试前往大城市工作和发展, 他们通过网络了解到外界的精彩, 选择前往大城市生活。在这种情况下, 出现了年轻人才的流失, 留在家中的老年人并不精通网络直播工具。另外, 有很多专业的电商人员不愿意忍受艰苦的农村环境, 这就导致了农村电商人才较少, 会在一定程度上造成电商人才的“只出不进”。

(二) 农村交通运输业不发达

大部分农村地区位于偏远的山区, 地广人稀, 地势相对复杂。有些农村处于偏远的地区, 基础设施并不健全, 交通条件较差, 交通并不发达并且路途遥远, 这就导致很少有快递公司会进入到这些地区。一方面, 农村地区的通讯速度较慢, 会受到限制和影响。另一方面, 农村地区没有办法形成较好的线上交易。而在交通运输方面, 农村地区绝大多数道路狭窄, 这就导致了运输货物的交通工具受到了限制。从快递行业的视角看, 虽然我国电商行业的发展推动了快递行业的发展, 但是对于农村地区来讲, 会出现运营难度、运营成本上的问题, 快递企业建立的站点也相对较少, 物流体系构建就出现了问题。

(三) 社会环境和法律制度有待完善

电子商务属于新兴发展产业, 农村电商的发展时间更加短暂。对此, 我国关于电商的法律制度并不多, 也没有一个完善的法律体系保障, 这就导致了法律制度上存在不完整, 缺乏系统性的建设。另外, 电子商务的信用风险比较高, 如果没有一个良好的投资环境, 会遇到较大的投资风险, 这也会影响到农村电商的发展。

(四) 缺乏知名品牌号召力

农产品容易受到气温、干湿度、时间等方面因素的影响, 在生产、销售运输等方面出现一定问题。然而, 伴随市场规模的逐渐增大, 市场的竞争力度逐渐增加, 在与同类型产品进行竞争时, 往往会因为缺乏品牌的推广, 而受到一系列的阻碍。为了更好地推动农村电商的发展, 并让农村电商更好地推动脱贫攻坚的脚步, 农村电商工作者要寻找突破点, 解决关键性的问题。在这种情况下, 就需要考虑如何提高产品的品牌知名度, 并提高利润, 从而拓宽农产品的销售路径, 打造一个系统化的农产品品牌。造成产品品牌落后的方面主要有四个原因: 首先, 是对于品牌重要性的认知不足, 很多产品负责人并不愿意尝试一个新型的销售手段, 也难以构建一个品牌。其次, 相同的农产品在不同的地区, 具有不同的质量特点, 如果后续的加工步骤不同, 也难以构建一个系统化的品牌。再次, 已形成的农产品品牌大多数缺乏推广宣传力度, 有很多品牌仅仅在某些地区有应用效果, 并没有实现跨省推广,

这就导致了农产品虽然质量较高,但是缺乏一定的市场号召力度,销售的效果较差,难以获得更多的经济效益。最后,大部分农产品产业加工是家族式的经营模式,生产的效率相对较低,设备也比较落后,缺乏知识理论的引导,这也为电商销售管理工作增加了难度。

三、数字经济背景下农村电商发展的路径

在新的时代背景下,电商行业的机遇与挑战并存,农村地区要有效利用电商产业,实现产业的优化升级。电商直播作为我国数字经济蓬勃发展的体现,它成了新的发展形式。在农村经济发展的背景下,为了实现精准扶贫战略,挖掘农村市场经济发展潜力,并完善农村电商工作,农村地区需要有效利用电商资源,从而带动本地区经济的发展。

(一) 挖掘地域特色, 打造特色品牌

在农产品品牌建设方面,农村电商要结合地区的特点,挖掘产品的特色,从而打造特色品牌。农产品的网络销售在发展到一定程度后,就会出现由量变引起的质变,从而形成品牌影响力,又进一步提升农产品的销售量,从而形成一个良性的循环系统。做大做强农村电商产业,要解决农产品的可持续发展问题,就需要打造具有区域特点的产品。产品同质化竞争成了农村电商的一个问题,只有挖掘产品的特色,构建具有地域特色的优质产品,才能提高产品的竞争力。对此,在农产品品牌建设中,电商工作人员要做好协调工作,加强品牌的建设,增加品牌的附加值。在品牌建设期间,企业除了要提高产品本身的质量,还需要强化农产品的安全意识。对此,企业要建立健全完备的质量监督机制,从基本的源头出发进行合理管控,建立农产品质量标准体系,规范整个农产品储存、包装流程,从而更好地达到质量标准。在农产品品牌建设中,要体现出整个工作的规范性,从而促进确保品牌建设的科学性、有效性,并达到预期的成效。总之,农村电商建设需要多元体系协同发展,农村电商建设是一个重大的工程,需要政府、平台、电商等多方的努力,从而达到预期的建设标准,构建具有区域特点的产品。

(二) 培养电商人才, 提供政策鼓励

在“互联网+”的背景下,数字技术的应用为电商制造了发展的机遇,能否抓住发展机遇主要取决于农村电子商务的人才数量与质量。对此,农村相关企业需要重视对电商人才的培养,提高农村居民的计算机操作能力,提高电子商务应用能力,从而为他们的就业提供机会。农村电子商务的发展情景比较广阔,一方面根据电子商务制定培训内容,并运用多元化的培训形式,调动农村群体的培训积极性,真正使更多群体在接受培训后发展成为新时代的应用型人才。在培训过程中,培训人员还需要激发农村人员的创新意识,为他们提供创新发展的思路,这样农村居民的就业形势就能够得到缓解,电子商务创业也会成为新时代农村地区的发展方向。另一方面,注重培养农村居民的整体信息素质,加强他们对于电子商务的认识,确保他们可以灵活运用电子商务平台获取信息,增强他们的电子商务应用能力。另外,要将最新的国家扶持政策向农民进行讲解,为他们提供专业的教育指导,让农民提高对于电子商务平台的操作力度,并有效完成交易,扩大自己的收入。

(三) 完善基础设施, 降低贸易成本

首先,加强农村网络的基础设施完善,将网络宽带覆盖到农村所有居民家中,并确保宽带费用的合理性,构建一个系统性的农村电子商务平台。电子网络平台要做好建设,确保多项功能的全面覆盖,这样才能为广大农村居民提供更多的便利。其次,加

强对现代物流体系的完善。在特色农产品产地建立物流分公司,并购置网络设备,有助于对农产品进行合理包装,提高农产品物流的速度,尽可能地降低物流成本,实现物流的高效信息沟通,让更多人能够获得方便。再次,地方政府要加强政策补贴力度,在创业、工商注册、物流、税收方面给予补贴,通过设置相关的政策,为社会资本提供丰富的助推力,带动地区电商的发展。最后,对于农村电子商务项目,要简化办理手续,尽量延长贷款的时间限制,将农村电子商务创业当作首要选择,提高市场开发的力度。

(四) 提高产品质量, 树立品牌意识

第一,要加强对农产品安全质量的检查和管理,充分利用数字智能技术,推动农产品的智能化、自动化发展,从而提高农产品的质量和效率。第二,在电商生产贸易阶段,要不断延伸农产品的产业链,通过农产品的深加工打造农产品跨境贸易的新形式。第三,深化农业合作社和农产品贸易公司的有效合作,实现“生产+流通”的一体化模式,构建产业群体,从而提高产业的品牌效应,提高市场竞争力度。第四,在商品流通环节,要创新产品的营销方式,突破产品的特色,并结合新的互联网技术分析国内贸易市场的变化规律,根据农产品的发展需求变化进行判断,从而引导国内产业的快速升级,通过数字技术的应用,提高农产品贸易的品牌价值。

(五) 融合数字技术, 提高信息水平

在信息化转型的背景下,“区块链+农村电商”模式的发展与农村企业信息化转型密切相关,但由于我国农村经济发展比较落后,在农村产业链中除了核心企业或龙头企业具有信息化转型的能力之外,产业链上涉及其他企业,也存在信息建设不足的问题。对此,农村地区企业要实现技术转型,从而实现产业升级。在数字经济建设的时代背景下,大数据、人工智能的应用为全球的贸易提供了更多的信息支撑。对于农村电商贸易来讲,若要提高数字应用技术,就需要利用数字技术,打通农村电商的相关产业链,提升农村电商的发展效率。特别是,要加快中西部地区农村电商产业的数字化发展进程,从而缩小地区之间的发展差距。

以格利食品网为例,为商家提供用户数据分析,提供精细化解决方案:利用SaaS+pc+app+小程序赋能商城交易交付销售与后台系统一体化,最后实现产业链+多个供应链的产业化生态;加强互联网技术赋能企业平台化、产业平台化、节点化的技术,打造私域流量+公域流量+平台流量降低品牌推广低成本,转化率高。通过新技术的应用,打造新的商业形式,才能丰富电商产品贸易的结构,提高产业的信息化水平。

四、结语

综上所述,农村电商产业具有较大的发展空间和发展潜力,农村企业需要认识到电子商务的应用价值,从而推动农村经济的快速发展,加强农村电子商务人才的培养,并加大投入资金支持。除此之外,农村电商产业要做好监管工作,构建系统化的法律体系,优化物流体系结构,确保网络配套,保证农村电商主体的科学性和规范性,助力农村经济建设,发挥助推作用,从而实现乡村振兴。

参考文献:

- [1] 陈敏骅,徐锐.我国农村电商发展存在的问题及建议[J].山西农经,2022(3):60-62+106.
- [2] 陶陈凯,杨宁芳.乡村振兴视域下农村电商发展问题与对策探究[J].中国商论,2022(1):64-66.
- [3] 段言.乡村振兴背景下农村电商发展探究[J].上海商业,2022(05):37-39.