

乡村振兴背景下河源市江坑村的电商发展路径研究

包振峯 黄莹莹

(广州工商学院 广东广州 510850)

摘要:当前正是实施乡村振兴战略的运行期,发展农业产业,不断优化产业结构、提升产业实效,让更多的特色农产品走进高端市场,不断提高农民收入,是稳步推进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的重要路径之一。文章基于江坑村的调研,对江坑村电商人才缺失、物流建设不完善、农产品同质化严重等影响电商发展问题进行剖析,并相应提出电商人才培养、完善物流基础建设、打造农产品品牌形象等建议对策。

关键词:乡村振兴;农村电商;发展路径

前言

2021年全国两会政府工作报告中指出:要全面实施乡村振兴战略,促进农业稳定发展和农民增收,抓好农业生产,接续推进脱贫地区发展,改善农村生产生活条件,进一步为发展农村电商、建设“乡村新基建”提供了理论指导。江坑村位于河源市东源县骆湖镇中部,总面积达9.8平方公里,全村共503户,2631人,村民们以种植水稻和花生为主。在脱贫攻坚战中,江坑村发挥村干部力量,联结众多农民,整合村中优质资源,全面推动农土特产“触电”。直至成功“摘帽”,电商为河源脱贫攻坚发挥了积极作用,让许多纯天然农产品进入城市,有效促进贫困群众实现了稳定增收脱贫。

一、乡村振兴背景下农村电商发展的必要性

(一)数字经济时代发展所趋,搭建起双向流模式

近年来,得益于数字经济时代的发展,电商经济渐渐在农村普及并发展,逐渐演变成一种新型销售模式,并且具有广泛的发展前景。电商在服务农村的作用基本在于帮助农民们将农产品运输出去,将城市的优质商品引进来,形成一个双向流的销售模式,推动整体经济的发展。

(二)农村农业转型升级,缩小城乡差距

在美丽乡村建设这一新时代背景下,农村引入电商对于农村农产品的产业融合具有一定促进意义,将农村农业逐渐转型至符合新时代发展的水平,拓宽农村农产品销售渠道,建立品牌并提高销量,强化农民市场化意识的同时,有助于缩小农村与城市之间的差距,对于进一步提升农村农民的生活水平、实现农村及农业更加稳定与可持续性发展具有重要作用。

(三)推动城乡一体化,调动村民积极性

农产品主要由农民手工种植而来,部分农产品则外包加工并销售,但大部分农村各户都基本能够自给自足,这就导致许多农产品滞销,急需通过电商销售这一新形势进行产业融合转型,进一步推动村内农产品通过电商这一方式推广给更多的人,一方面将脱贫攻坚所收获的成果与美丽乡村的建设相衔接,调动起农村农民的生产积极性,共同助力将村中经济以更高效的速度发展,另一方面更是能将更多纯天然、人工精心栽培的农产品带给大众,推动城乡一体化发展。

二、河源市江坑村农村电商的发展现状及困境

(一)江坑村农村电商发展现状

据了解,江坑村位于河源市东源县骆湖镇,在河源市中其地理位置相对来说较为偏僻,其在2017年被确定为广东省省定贫困村。在省委、省政府的部署安排下,省直17个单位对口帮扶,于2020年正式“摘帽”脱贫。脱贫攻坚过程中,江坑村的村民们也在驻村干部的带领下利用拼多多等大型电商平台作为支撑,从一个名叫“多多买菜”的电商小程序开始,帮助村中贫困户快速建立农产品销售渠道,有效促进农产品销售和农民脱贫奔康,带动全村农业产业转型升级。

目前江坑村网民数量在不断增加,村民们通过电商平台销售农产品、购买生活用品,在进村的路上还随处可见许多电商挂牌的线下店铺,可以看出电商在江坑村的市场规模在不断地扩大。据调查

得知,在2020年以东源县为单位,周边村落共同开展产销对接、电商培训等活动106场次,参与人数达4159人次,县级电商公共服务中心企业线上销售农产品成效显著。

(二)农村电商参与度低,人才储备不足

江坑村教育普及率较低,农民的受教育程度普遍不高,对农村电商的认知度、接受度和使用度不高。再加之,随着工业化和城市化的发展,多数青壮年农民涌向城市务工,或是竭力将孩子外送读书,这些原因使得江坑村的“空心”现象加重,仅剩下来的农民大多数是老人、小孩或是因病无法务工的人员,由此导致江坑村农民由于对电商的意识和能力的匮乏,农民不懂、不敢、不会去使用农村电商,使得参与农村电商的发展积极性不高。除了农民的农村电商参与度低外,江坑已有的电商创业农民电商专业素养较低,无法解决较为专业的问题。如农产品的品牌形象的树立、产品包装的设计、营销活动的策划和电商平台的运营等,都需要大量的电商专业人才。所以农村电商人才储备的不足,阻碍了农村电商的发展。

(三)乡村物流建设不完善,产品运输成本高

物流是农产品电商的重要环节之一,但大多数农村如江坑村一样,地理位置相对偏僻,离市区远,交通不发达,居住人口少且分散,消费的内容不够集中,没有基本的物流配套设施,所以很多快递公司业务都没有涉足村镇。而且乡村道路小而崎岖,不利于运输车辆的进出,导致农民在邮寄农产品时往往需要驱车前往有物流点的县城去,农产品的运输需要交通工具的多次转移,运输效率低下的同时又增加了运输成本。农村冷链物流技术的不足会制约生鲜农产品的售卖,如江坑村的构树鸡、构树鸡蛋和一些瓜果素菜都属于生鲜类,而这些生鲜农产品的保鲜要求高、保质期短,运输条件都要求极为严苛。因此,有着配套的物流设施是生鲜农产品运输的硬性条件,但江坑村现有的设施和技术相对落后,一些极端天气无法保证生鲜产品的质量。而且对于一些农产品自产自销的农民来说,高昂的包装费用、运输费用和不便捷的邮寄方式,导致农产品的价格也居高不下,与市场上同类农产品相比很难形成竞争力。

(四)农产品同质化严重,品牌辨识度低

江坑村的农产品主要以分散经营的小农经济为主,大多数农产品仅能在满足自给自足的基础上对外进行销售,因而呈现出碎片化、规模小、效益低的现象。又由于江坑村农产品均为比较常见的农产品而且种类不多,可替代性强,包括属于特色生鲜的构树鸡也只在小范围地区内有一定知名度,没有形成一条较为完整且具有特色的品牌链,缺少了品牌辨识度,导致消费者对电商平台上的农产品缺乏认知,无法分辨出优质农产品。在创新产品、深加工方面投入不足,产业链不完整,优质的品牌产品少,市场销售渠道窄,产品增值空间不大。

三、乡村振兴背景下江坑村农村电商发展路径

(一)普及农村电商意识,加强电商人才培养

对于江坑村现有农民对农村电商意识的缺失和对陌生事物不信任等问题,当地的政府部门应当积极开展农村电商相关的宣传活动与服务支持、制定相应的激励奖励机制去引导江坑村农民,对农

(下转第299页)

企业缺少专业翻译技术的研究专业人员,且在这种新的翻译工作方法当中,翻译人员需要把实际产品与语言语境结合作为理论基础,翻译成一些有利于促使受众群体深入了解的基本信息。在国际英文翻译的开展过程中,译者还应当依照国际语境要求翻译相关联的内容,而非单纯采用间接中文汉语拼音或者直接中文翻译的方式。

(2) 重视文化,多元翻译

在我国翻译企业标准化建设工作中,不但翻译内容需要与中国历史文化内涵与中国文化传统特色紧密结合,同时需要定期对产品英文名称翻译设计、简介名称设计等翻译工作,使国外农业客户能够更深入地接触和了解我国地方性的特色优质农产品。企业还同时需要注意确保公司特色品牌农产品中文设计与其农产品本身中文含义相同和符合,重视特色农产品的中文名称、字音、字形等各个方面的文化内容。要真正做到在销售英文翻译产品方面产生一定的市场吸引力,翻译本身应当能够有利于客户阅读,加深国外客户对翻译产品的第一印象及其特征。

(3) 契合形象,联想翻译

尽量减少纯使用汉语拼音的中文译名并不意味着不能使用汉语拼音。如果能在产品英译过程中找到一个英语中文谐音的单词,而且其中所选英语单词的实际意义也都能充分契合特色农产品的实际品质和品牌特色,能充分引起中国消费者对其提升产品质量的积极性和联想,那么这也不失为一种绝佳的翻译使用方法。

目前我国特色品牌农产品中文英译还只是处于初期起步准备

阶段,大部分翻译往往是以汉语拼音作为其中文英译名,这不仅阻碍了我国特色农产品走向国门,且难以真正进入消费者的真实内心。因此,农产品的应用英译工作可以顺着商业语义应用翻译和商业交际应用翻译相辅结合的翻译思路,通过采用简化中文译名语音拼写、功能性配对等翻译策略以及通过使用汉语拼音合理方法臆造谐音化译名等多种方法,以求能够达到理想的翻译效果。

参考文献:

[1]陈黎.农产品简介的英译原则探析[J].南方农机,2021,52(11)

[2]方芳.地方特色农产品英译难点及标准化翻译[J].农家参谋,2020(04)

[3]高彤彤.浅谈我国特色农产品的标准化英语翻译策略[J].农村经济与科技,2018,29(06)

作者简介:金子,女,广州工商学院2018级商务英语学生;奚少敏,女,广州工商学院党委办公室副主任,硕士,助理研究员,研究方向:公共管理。

基金项目:广州工商学院大学创新创业训练计划项目《U+生活馆:“媒体+电商”助销特色农产品的领风者》(xj202113714105)

(上接第297页)

村电商的了解、认识和参与。为了让农村电商在江坑村充分发挥其作用,就需要对农民进行相应的电商技能培训或是引入电商资源与电商人才。所以,当地的政府部门要充分发挥其职能作用,与电商企业协作开展免费技能培训,拉动农业企业的赞助支持,对接社会公益组织的帮扶,出台相应的政策优惠吸引返乡人员、电商人才的加入等。从而全面增强农民开展农村电商活动的积极性,提升农村电商的普及程度,全面推进农村电商的发展,促进乡村振兴的推进。

(二) 完善物流基础建设,提升物流技术

政府部门应以乡村振兴为目的,着力改善乡村交通、基础网络的建设,保障物流运输的“硬条件”从而提升运输的效率。根据农村电商的发展趋势合理的规划农产品的运输路线,完善乡镇快递业务点的布局,积极推进县镇村三级物流体系的建设及覆盖,同时可以鼓励村便利店、电商站点、菜店等便民设施整合功能,减少多次中转运输,从而提升效率和降低运输成本。对于农产品运输来说,冷链物流的发展是必不可少的,通过吸引、拉动一些农业巨头企业或生鲜电商企业来参与农村电商的建设,建立相应功能得物流中心,完善冷链配送、冷藏保鲜、物流信息系统的基础设施,配套学习专业的普通包装和冷链包装,科学合理地使用农产品包装材料,降低包装成本和做到绿色物流。

(三) 打造品牌形象,施行差异化营销

现阶段解决农产品同质化困境可以从品牌形象的树立和差异化营销两方面去做。在这农产品良莠不齐的电商平台,良好的品牌形象可以提高消费者对产品的信赖度,因为良好的品牌意味着能为消费者提供高质量的产品、合理的价格以及高满意度的客服服务,同时品牌形象也有利于农产品在市场溢价。文化是农业品牌灵魂的“富集地”,也是重要的价值源泉。如江坑村为例,可以通过结合当地特有的“追龙”文化,设计特色的农产品包装、宣传海报、推

广视频等,以当地独有的品牌形象在同类农产品中脱颖而出,做到设计方面的差异化营销。对于乡村单一或少数的农产品种类来说,乡村可根据农产品市场的实际情况,科学合理地进行新农产品的栽种,通过合理布局、规范种植、统一管理,从而有效的培育新农产品,提高乡村农产品供给力,最终减少乡村农产品同质化的困境。

结语

进入新发展阶段,电商平台用户对于农产品的需求及要求呈现出同步增长的趋势,农产品品牌进入市场的门槛也逐步升高,农村电商在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的过程中更有着巨大的发展空间。在农村电商愈发流行的基础上,依托乡村振兴发展优势进一步激发江坑村农业内生动力,依靠广大农村居民的广泛宣传和动员,以市场消费需求为导向,以品牌农产品为引领,打造出产销一体化的生产体系,使江坑村的农产品品牌化并逐步推广到更加广阔的市场。

参考文献:

[1]王石林生.微观视角下的农产品电子商务同质化竞争研究[J].商业经济研究,2017(02)

[2]叶明睿,陈桂川.分担、共享与互促:县级融媒体在农村电商发展中的媒介动员[J].现代出版,2021(05)

[3]姜向鹏.农产品品牌建设的思考[J].农产品质量与安全,2021(05)

作者简介:包振峯,男,广州工商学院2018级电子商务学生;黄莹莹,女,广州工商学院2018级市场营销学生。

基金项目:广州工商学院大学创新创业训练计划项目《U+生活馆:“媒体+电商”助销特色农产品的领风者》(xj202113714105)