

乡村振兴战略背景下农村电子商务发展

——存在的问题及研究对策

施董睿航¹ 闫 豪¹ 杨茂强¹ 肖经渊²

1. 广州工商学院商学院 广东 广州 510850

2. 广州工商学院通识教育学院 广东 广州 510850

摘 要: 随着电子商务的不断发展,对我国各个产业都产生了深远影响。随着网络的普及,在乡村振兴战略背景下,农业供给侧结构性改革脚步逐渐加快。农村电子商务的发展较为迅速,农村电子商务的发展极大提高了农民的收入水平,提高了农村人口的就业率,同时也为农村经济发展和脱贫致富开辟了新的方向。本文对于乡村振兴战略背景下农村电子商务发展的研究,对农村电子商务的发展现状进行了系统分析,在分析的基础上指出了现阶段我国农村电子商务发展存在的主要问题,并根据这些问题给出了相应的对策。以期本文的研究对我国农村电子商务的发展和完善有所帮助,对我国政府制定农村电商政策有所帮助,对农村电商从业者的实际经营有所帮助。

关键词: 农村电子商务;乡村振兴;特色农产品

Problems in the Development of Rural E-commerce under the Background of Rural Revitalization Strategy and Research Countermeasures

Dongruihang Shi¹, Hao Yan¹, Maoqiang Yang¹, Jingyuan Xiao²

1. Guangzhou Institute of Technology and business School of Business, Guangzhou, Guangdong 510850

2. Guangzhou Industrial and Commercial College General Education College, Guangzhou, Guangdong 510850

Abstract: With the continuous development of e-commerce, it has had a profound impact on various industries in China. With the popularization of the network, under the background of the rural revitalization strategy, the pace of structural reform of the agricultural supply side has gradually accelerated. The development of rural e-commerce has greatly improved the income level of farmers, increased the employment rate of rural population, and opened up a new direction for rural economic development and poverty alleviation. This paper systematically analyzes the development status of rural e-commerce under the background of rural e-commerce development under the background of rural revitalization strategy, points out the main problems in the development of rural e-commerce in China at this stage on the basis of analysis, and gives corresponding countermeasures according to these problems. In the hope that the research in this paper will be helpful to the development and improvement of rural e-commerce in China, to the formulation of rural e-commerce policies by the Chinese government, and to the actual operation of rural e-commerce practitioners.

Keywords: Rural e-commerce; Rural revitalization; Specialty agricultural products

1 农村电商在乡村振兴中的作用分析

1.1 优化市场资源配置,带动农特产品上行

随着互联网的不断普及,电子商务得以迅速发展。很多农民为了实现自身特色农产品的快速销售,提高销售利润,而选择通过淘宝店铺或者其他短视频平台直播带开展特色农产品的营销。农村电子商务的发展优化了市场资源配置,带动了农产品的快速营销和变现^[2]。提高了农民的收入,促进了农村经济的发展。首先农村电商打破了农产品营销的区域性限制,很多特色农产品能够通过农村电商网络迅速销售到消费者手中,增加了农民销售产品的便利性,也增加了消费者购买农产品的便利性。其次农村电商的发展有效提高了特色农产品的品牌形象和品牌价值,让

更多的消费者认识并了解特色农产品,提高农产品的销量和。销路的良好进一步促进了特色农产品产业结构的发展。再者农村电商的发展,在提高农民收入的同时,增加了农业人口就业的机会,为我国的脱贫攻坚工作作出了重要贡献。总之,农村电商在政府的领导下,不断发展壮大,优化了农产品营销的市场配置,带动了农产品销售规模的不断提高,促进了我国农业经济的发展。

1.2 支持返乡创新创业,推动产业融合转型

长期以来,由于我国城乡发展不够平衡,很多农民进入城镇务工,以提高自身的收入,在提高农民收入水平的同时对我国的城镇化建设作出了贡献。但是大量的农民城镇务工,也造成了部分耕地的荒废和农业耕作人员的不足。

农村电商的发展让进城务工的农民看到了通过生产和经销农产品增产增收的希望,很多农民选择返回家乡发展农村电子商务。这有效促进了我国乡村经济的发展,同时对解决我国部分农村土地荒废问题和留守儿童问题有所帮助。农民返乡创业推动了农业产业的融合,使农业生产和农产品营销有机结合,形成了农村电子商务的特色产业发展模式。

1.3 推进脱贫攻坚工作,帮助群众致富增收

发展农村电商是我国各级政府指导农民脱贫致富的重要措施,很多贫困地区发展特色农业,同时在政府的指导下开展电商营销,创建地区特色农产品品牌。形成农产品的营销产业链,帮助贫困地区人口快速脱贫致富。很多贫困地区通过生产和销售特色农产品逐步脱贫致富。切实发展形成了较为稳定的特色农产品生产和营销产业链,进一步促进了农村人口收入的提高和农村经济的稳定。乡村振兴战略下农村电商的不断发展,是我国开展农业经济的重要举措,能够有效提高农村人口的收入水平,逐步缩小城乡差距。

2 乡村振兴视角下农村电商的发展现状

2.1 农村电商保持良好发展势头

根据商务部发布的信息,2021年我国电子商务规模进一步扩大,我国电子商务销售额达到13.1万亿元,同比增长14.1%,这说明我国电子商务产业规模正在不断扩大,在我国经济发展中起到重要作用。同时2021年我国农村电子商务的零售额为2.05万亿元,比上一年增长11.3%。而在农村电子商务营销中,农产品电子商务的销售总额为4221亿元,同比增长2.8%。由此可以看出我国的电子商务发展较为迅速且规模逐渐扩大,保持了良好的发展势头。

2.2 社交电商等新业态异军突起

初期的农村电子商务主要依靠农民或者当地政府,在淘宝、京东等电子商务平台开设特色农产品店铺,进行当地特色农产品的电商营销,这种电子商务模式有效促进了农产品的销售。但是这种销售模式缺乏直观,短时间内难以获得消费者的认可。而现阶段农村电商采取的抖音、快手当短视频平台采用短视频促销的方式和直播带货的方式进行的农产品电商营销,能够让消费者更加全面直观的特色农产品。对其营养价值、产品口味、产品文化和产品形象当有更深刻的了解。能够快速有效地实现农产品的营销,社交电商的不断发展,进一步深化了农村电商的发展^[2]。使农村电商获得了更多的发展机遇和发展空间。

2.3 消费扶贫等新路径成效明显

消费扶贫理念的提出以后,我各地方政府都开展了积极的探索。消费扶贫就是消费者通过购买来自贫困地区的农产品和其他产品,来帮助贫困地区人口脱贫致富。这种扶贫改变了以往的依靠物资救济的扶贫方式,也不同于帮助贫困户建立扶贫项目以后,缺乏后续服务的情况。消费扶贫做到了对贫困户从产到销的全程服务。在电商营销的支持下,消费扶贫的实施,有效提高了脱贫攻坚的效率,为脱贫攻坚工作开启了新路径,而且取得了较为优异的成果,现阶段农村电子商务为基础的消费扶贫,正在全国各个贫困乡村,很多大学生村官和驻村扶贫干部,都在积极推广消费扶贫,鼓励农民发展特色农业,开展电商营销,很多地方政府官员也积极参与地方特色农产品的电商推广,帮助农民快速脱贫致富。

3 农村电商发展过程中存在的问题

3.1 小农意识深植,品牌观念淡薄

很多加入农村电商的农民,文化程度偏低,在电商营销过程中,存在小农意识,没有树立所经营品牌的品牌形象。首先由于部分从事农村电商营销的从业者文化程度较低,缺乏产品销售中产品质量检验和产品经营许可等相关法律法规的了解,造成其所销售产品质量不合格,对特色农产品电商营销的品牌形象造成影响。其次部分农村电商从业者在电商营销中,虚假宣传,夸大产品价值,影响了产品的品牌形象,不利于产品品牌形象的提升。再者部分农村电商从业者打着支农助农的旗号高价售卖劣质农产品,让很多消费者对农村电商失去信任,对农村电商的整体营销产生影响。

3.2 电商人才匮乏,盈利模式不清

现阶段我国农村电子商务的发展,主要以小微企业和个人电商营销为主,这种电商营销模式缺少规模化经营,无法树立品牌形象,也无法实现农村电商营销的可持续发展。现阶段农村电商营销专业化人才相对匮乏,无法对农村电商营销的经营模式、经营方向和长期发展战略等作出规划和调整,无法实现农村电商营销的产业化经营。各级政府和就业指导服务机构组织的电商营销相关培训,在一定程度上提高了农村电商营销从业人员的素质和能力,但是由于培训时间较短,而且缺乏专业化针对性的经营发展指导,无法从根本上解决现阶段农村电子商务存在的问题。受到农村基础设施和工资水平的影响,电商营销专业人才,不愿意参与农村电商营销,也是造成农村电子商务人才匮乏的重要原因。而且现阶段农村电商营销存在盈利模式不清的问题,很多农民在生产农产品以后,开展电商营销进行销售。在产品销售以后,由于产品生产、加工、营销、

物流等投入的资金成本和人力成本等无法准确衡量,缺乏准确详细的账目。造成产品销售以后的实际利润无法衡量。同时很多农村电商营销团队为了抢占客户和市场,在电商营销中,与其他同类产品经营者打价格战,造成自身的利润下降,无法准确衡量产品打折以后造成的利润下降、销量提升、产品定位下降之间的关系,无法实现产品经营的利益最大化。

3.3 物流设施薄弱, 经营成本增加

现阶段农村电子商务发展迅速,很多农业生产者加入到农村电商营销产业中,但是由于物流产业并没有实现对我国广大农村地区的全面覆盖,造成农村地区物流设施相对薄弱,造成很多农村电商经营者,只能先把产品运输到城镇的物流网点进行发货,这极大增加了农村电商经营者的物流成本和时间成本,不利于农村电商的长期稳定发展。由于电商营销必须具有时效性,很多时候,农村电子商务经营者,仅为了一个几十元的小订单,为了按时发货也要到几十公里以为的县城进行发货,其所增加的物流成本甚至超过产品利润,造成利益损失。很多农村电商经营者,为了赢得消费者的好评和信任,都不得不采取提高物流成本的方式经营。这不利于农村电商的长期发展。

4 农村电商服务乡村振兴的对策及建议

4.1 培育新型职业农民, 塑造地域产品品牌

培育新型职业农民是解决农村电子商务中小农意识的重要举措。首先需要通过组织学习和免费培训等,向农村电商从业者宣称电子商务和食品安全等相关法律法规,促使农村电商经营者按照法律法规合法经营。其次工商部门、质检部门和食品安全部门等应深入广大农村为农村电子商务从业者提供精准服务,帮助农村电商从业者完善经营许可,完善商标和包装,完善食品安全检验,促进农村电子商务的发展。再者地方政府应组织力量宣传地方特色农产品,帮助农民建立并发展地区特色品牌,不断提高品牌形象和品牌价值。通过品牌知名度实现特色农产品的规模化经营。最后各地农村电商从业者需要在政府的协调和组织下形成地方电商联盟,避免同类地方特色农产品陷入价格竞争,而是制定同样的价格浮动区间、同样的质量标准、同样的外包装和品牌形象,形成区域经营的规模化,维护区域电子商务经营者的共同利益,形成地方品牌。

4.2 培养创新创业人才, 建立市场化运作模式

农村电商的发展需要引进和培养专业化的农村电商经营人才,同时建立市场化运作模式,才能有效促进农村电商的长期稳定发展。首先各级政府需要提高对于农村电商发展重视,建立专业的农村电商发展指导部门,对农村电商的经营进行指导,接受农村电商从业者的咨询,同时调节农村电商从业者之间的竞争和矛盾,解决农村电商从业者的实际问题。同时也接受并处理全国各地的消费者对于本区域电商营销的投诉和建议,以实现农村电商的规范化经营。其次各级政府应聘请专家指导当地农村电商的发展,制定规模化发展战略。引进农村电商营销专业人才,促进农村电商的发展。再者为了解决农村电商人才匮乏的问题,各级政府可以在本区域的农村电商从业者中选择有想法有文化基础的年轻从业者,将其输送到各个高校的电子商务等相关专业进行短期的培训,以实现培训电商人才的目标,这些从业者再指导本区域其他电商经营者,实现区域的科学有序经营。最后农村电商需要建立市场化经营模式,遵循市场发展规律,积极发展经济方向,拓宽经济思路,积极开展融资,扶持部分有潜力的电商营销小微企业实现规模化孵化,以带动本区域农村电商营销的发展。

5 结语

乡村振兴战略为农村电商发展带来新机遇。同时,农村电商的发展,促进了农村和城市资源要素双向流动,并初步形成了农村电商的新兴业态,为乡村振兴注入巨大活力。尽管农村电商发展的程度还比较初级,但农产品电商已经率先向线上线下融合进军,顺应消费需求的新变化,多渠道增加优质产品和服务供给,与消费升级、乡村振兴战略实施、脱贫攻坚等更紧密地结合起来,破除农村电商发展的瓶颈因素,坚持包容审慎监管,支持新业态新模式发展,在补短板中释放农村电商更大的活力。

参考文献:

- [1] 左洪娜.乡村振兴战略背景下农村电子商务发展刍议[J].开封大学学报,2021,35(04):21-23.
- [2] 安雪娜.乡村振兴战略背景下延吉市农村电子商务发展研究[D].延边大学,2021.