

农村电商发展与乡村振兴相关问题研究

卜质琼

(广东技术师范大学, 广东 广州 510665)

摘要:乡村振兴战略是我国未来经济社会发展的一项基本战略目标和规划,在实现这一战略的过程中农村电商具有重要的作用和价值。分析和探讨了农村电商发展对乡村振兴的作用与意义,在此基础上论述了乡村振兴中农村电商发展的现状与问题,重点从缺乏具有市场影响力和主导地位的农产品品牌、以第三方电商平台经营为主缺乏独立经营平台和影响力以及农产品地理分布及其物流仓储要求使得物流成本偏高等方面指出了农村电商发展中存在的问题,最后结合相关理论研究与实践系统性地给出相关的建议、方法与对策。希望能够对农村电商发展、乡村振兴战略的实现起到一定的帮助和参考。

关键词:农村电商;乡村振兴;问题;对策

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.19.019

1 引言

乡村振兴战略是党中央、国务院根据我国总体经济社会发展态势,从城乡均衡发展、社会共同富裕的大局出发,面向未来而提出的我国经济社会发展的一个重要战略,旨在加快推进农业农村的现代化和高质量可持续发展^[1]。在乡村振兴战略的时代背景下,各方主体积极参与和助力农村农业发展,农村电商就是电商发展与乡村振兴深度融合和一体化的过程中兴起和发展起来的,农村电商的发展为农产品的销售和市场拓展了十分广阔的市场空间,有力地实现了农民收入的增加,同时也在更深地层面上改变了农民传统的生产生活方式和消费理念,大幅度地缩小了城乡差距,对于乡村振兴战略的实现与农村农业社会经济的发展做出了重要共享。

2 农村电商发展对乡村振兴的作用和价值分析

随着农村电商的发展,其对乡村振兴战略的实现起到了越来越重要的推动作用,农村电商与农村农业经济和社会发展的融合程度逐步提高,农产品极大地丰富和拓展了电商的产品组合与产品种类,实现了农村经济和农民收入的稳定增长,在某种程度上农村电商已经成为了新时期新形势下农村经济和社会发展的主要动力来源,同时也有助于新时期下农村农民的精准扶贫工程,有利于更好地推动农村供给侧的结构性改革。具体来说农村电商发展对乡村振兴的作用和价值表现在如下几个方面:

2.1 农村电商为广大农村农民提供了良好的创业就业平台

农村电商为广大农村地区的农民提供了门槛相对较低、风险相对较小、可以充分发挥本地资源优势的创业就业平台,广大农民不必离开家乡就可以实现创业就业梦想,因此农村电商吸引了大量的农村剩余劳动力和大量青年,实现了

农村有志青年就业创业的梦想。农村农民在农村电商中实现创业就业可以充分利用农村地理空间环境优势,将当地富有特色的农产品和手工业品向全国范围内的广大市场销售,同时也能够带动相关产业诸如物流、包装、信息、管理、服务等的发展,甚至一些农村地区利用农村电商实现了旅游休闲农业等的一体化发展,从而为广大农村农民提供了良好的创业就业机会,彻底改变了过去简单单一的农业生产劳作模式,活跃了农村经济市场,增强了农村经济社会发展的后劲,有力地推动了乡村振兴战略的落实。

2.2 农村电商为政府落实精准扶贫、脱贫致富提供了新思路

农村电商作为切入农村经济社会的一支新兴力量和经济形态,在为农村农民提供创业就业平台的同时,也赋予了各级政府在扶贫工程中更为精准的手段和新的思路,各级政府可以充分利用农村电商的机遇和平台,以市场化的经济手段将农村收入相对较低的贫困群体整合起来,将农村优势资源和优惠政策向该群体适当倾斜,从而为农村贫困群体提供切实有效的脱贫致富、勤劳致富的手段。政府在利用农村电商解决农村贫困人口就业、收入等问题的同时,也会促进农村农民对现代市场经济的运行机制和理念的理解,从而从思想上、理念上将现代化市场运营思维输入到农村农民群体之中,为农村经济社会的发展增强智力支持和现代市场机制的支持,从而有利于缩小城乡经济的发展差距,为农村农民的脱贫致富创造条件。

2.3 农村电商为农村农业经济社会发展方式的转变提供了契机

传统农业生产销售过程中市场信息不对称、不充分、不及时,使得农产品生产销售与市场需求之间的脱节现象十分

课题:广东省科技计划(农村科技特派员)项目,《乡镇电子商务产业发展与技术支撑研究》,2021年12月-2024年11月,帮扶镇:湛江市遂溪县草潭镇,项目编号:KTP20210286。

严重,经常会造成农产品价格过低、销售不畅、产品积压滞销等现象。发展建立在信息技术和市场机制之上的农村电商,为农村农业经济社会发展方式的转变提供了契机,特别是在供给侧结构改革的时代背景之下,大力发展农村电商可以有效地推进农村地区的供给侧结构改革,进一步深化和推动农资物料与农业生产、城市市场需求与农产品供给之间的关系调整与优化²。将农产品和农村手工业品从线下搬到线上进行销售,将某区域的特色农产品和手工业品推向全国乃至全球市场,大大地拓展了市场销售空间,对于解决农产品生产销售中信息不对称的问题有较大的缓解和纾困的作用,从而增强了农村农业生产销售的能力和运作效率。

3 乡村振兴中农村电商发展的现状与问题分析

3.1 乡村振兴中农村电商发展的现状

(1)农村电商的规模和发展速度取得了可观的成绩。农村电商在短短几年时间内基本上形成和塑造了产品卖得进来且卖得出去的基本态势和格局框架,形成了有效的市场供给,有效的满足了城乡市场的需求。但是农资产品下乡的速度要远远快于农产品进城的速度,这一点从近几年大型电商企业平台的最佳热销产品排行榜中就可以看出,在排行榜中鲜有农产品的类别或品牌。

(2)农产品销售的季节性强,对于相关物流存储要求较高。农村电商中大多数农产品的生产销售是由明显的季节性的,因此在某个季节时间点上大量的农产品上市就会对市场供求关系、相关物流仓储设施等产生较大的影响和压力,个别生鲜农产品更是对物流仓储有着更高的要求,稍有疏忽就可能造成产品变质、影响销售,最终影响农民收入。

(3)农村电商发展所需要的信息技术支持和人才储备等瓶颈依然存在。由于我国农村地区的信息化建设和水平相对城市来讲还存在很多的不足和不完善的地方,农村农民电商经营者和消费者对电商的相关操作技能还不够熟练。为此不少电商企业和平台在农村建立了相关服务培训网点,助力农村电商发展,并结合本地资源优势探索出来了多样化的发展模式。

3.2 乡村振兴中农村电商发展面临的问题

尽管在我国乡村振兴战略实施中农村电商正以前所未有的速度快速发展,取得了成大的成绩,展现了不可估量的潜力,但实际上还存在着不少的问题,归纳总结起来主要表现在以下几个方面:

(1)缺乏具有市场影响力和主导地位的农产品品牌

农村地区和农村市场在我国所占的实际物理空间是十分广大的,农产品的资源和品类是丰富多广的,从南至北跨越几个不同的气候带,也就有了相应的不同的农产品种类和类型,不少具有当地特色的农产品被推送到农村电商平台中进行销售,赢得了市场的青睐和好评,获得了十分可观的销售数量,但是就全国农村电商的整体来看缺乏具有市场影响力和主导地位的农产品品牌,其背后主要原因是农村电商中销售的农产品从其类型上来讲大多数属于初级的

农产品原材料,经过深加工、具有高附加值的产品占比较少,因此难以形成较好的品牌效应和品牌价值,产品的市场影响力还有待进一步提高,农产品的附加值还有待进一步提升。农村电商发展中缺乏具有市场影响力和主导地位的农产品品牌,对于农村电商的可持续高质量高效益发展带来了一定的问题和困难。

(2)以第三方电商平台经营为主缺乏独立经营平台和影响力

目前我国农村电商的经营多以第三方电商平台为主,通过在第三方电商平台上开设店铺、进行产品陈列、销售等,大多数农村电商都没有构建独立的经营平台,因此也缺乏具有行业影响力的龙头³。这种情况就造成了大多数农村电商的店铺和产品经营方式在形式上和内容上的同质化程度较高,自身特点和优势不彰显,同时缺乏专业性和实用性,同时相关的市场信息支持体系不健全,特别是在农产品收获季节不能及时地将农村品销售出去,产品滞销的状况没有得到明显的改善。虽然也有一些农村电商创建了自己的网站或平台,但总体上看其网站或平台的建设质量与水平还不高,相关的模块的功能不健全甚至空白,不能够真正地发挥作用,同时由于各种因素的影响,线下交易的数量在农村电商中依然占有很大比例,线上交易的数量增长速度一直不够理想。

(3)农产品地理分布及其物流仓储要求使得物流成本偏高

物流仓储作为电商的配套工程,其运作效率和成本高低是影响电商发展的重要因素。当前困扰农村电商发展的一个重要问题就是物流成本居高不下的问题,导致这一问题出现的原因主要有以下两个方面:首先农村电商的产品大多分布在地里位置相对偏僻、交通不发达的农村地区,这些地区的道路交通条件很少能够满足大型物流运输车辆的通行需求,因此只能采用小批量、多批次的方法将其先收整,然后再往大型物流运输车辆上进行装载,这种额外的工作和环节不但造成了物流效率的下降,而且大幅度地增加了物流成本;其次农产品自身的产品特性使得其对物流仓储的条件要求较高,毫无疑问也会相应地增加物流成本,相应地物流运输中的其他环节诸如仓储、搬运、装卸、运输等方面的成本和费用支出也会相应地增加,最终使得农村电商的农产品物流成本相比其他工业产品来说相对较高。

4 乡村振兴中农村电商发展问题的解决对策与建议

4.1 发展农村电商要坚持创新、协调、绿色的理念与思维

发展农村电商的创新思维在于各级农村电商经营主体和管理主体都要学习和借鉴农村电商的成功经验和模式,立足于本地区本区域农产品资源优势或相关物流仓储优势,实现农村电商产品线组合、物流配送渠道、区域优势等方面的资源整合与创新,加强对农村电商经营主体的相关电商技术、经营理念、商业思维等方面的培训,使其勇于创新、善于创新;农村电商是一个系统性的工程,因此农村电商发

展中要坚持相关资源和要素的均衡协调发展,首先需要到农村电商发展中的相关资源如农产品资源、物流仓储资源、经贸关系资源等进行整合,构建一个资源共享的电商平台综合体^[4];其次要大力开展与国内外大型电商平台企业的合作,拓展农村电商的影响力和发展格局,不失时机地实现对农村相关产业的转型和升级发挥应有的推动作用;再次,要立足自身资源优势和实际情况,致力于构建和打造农村电商经营主体自己的品牌和平台特色建设,实现差异化发展和错位化竞争;农村电商在发展中必须坚持绿色可持续发展的理念,农产品生产销售物流仓储等环节中必须注重环境的外部性影响,减少对环境的污染和不友好行为,构建绿色物流仓储体系。

4.2 加强农村信息建设和物流基础设施建设以及电商人才培养力度

农村信息建设和物流基础设施建设是农村电商发展的硬件设施和公共资源,对此各级地方政府应该大力加强扶持,对相关农村信息网络、电力、道路交通、仓储园区等加大建设力度和扶持力度,扩大信息网络在农村的覆盖面积和范围,让更多的农村人口使用上高速互联网络,从而为农村电商的发展准备必要的条件,同时要加快农村地区的物流基础设施建设,建立和健全完善的物流配送体系和机制,加快农村电商公共服务网点建设,实现农村物流配送的高效率与完善化,全面提升农村电商的服务水平;专业人才的缺乏是困扰农村电商发展的重要软环境,目前来讲农村地区吸引人才的条件相比城市来说还存在较大的差距,因此短时间内很难吸引城市人才去农村电商去就业,基于此应该大力面向农村广大青年,全面加强关于电商知识、网络知识、市场机制、商业经营等方面的培训和教育,培育大量的适合新时代农村电商发展需要的农村青年,使之成为活跃在农村电商中的创业者和就业者,同时也可以面向职业技术学院订单式培养农村电商所需的人才,通过校企联合、产教融合的方式实现农村电商人才的订单式培养,政府层面应该给予人才从事农村电商的相关优惠政策和绿色通道,鼓励和刺激全社会有志青年和人才进入到农村电商领域创造一番天地、成就一番事业。

4.3 进一步健全和完善农村物流配送体系

健全完善的物流配送体系是农村电商发展的必要保障和重要的前提条件,在农村电商的发展中,需要对农村经贸体系下原有的物流流通设施和资源进行有效的整合,并在这个过程中不断地探索适合本地区本区域情况的农村电商物流配送体系、方式与模式,最终实现物流配送的效益化与效率化,提高物流配送的质量,降低物流配送的成本,从而为农村电商的发展带来成本优势和市场竞争力。考虑到农产品品类较多以及自身的物流配送方面的个性化需求,这就需要加大人力、物力、财力等方面的投入,发展和建设一批专业化、高效化的物流配送企业,从整体上解决和改观目前农

村电商物流配送体系的面貌^[5]。在健全完善的物流配送体系支持下,就可以有效地将大量的农产品线下交易搬到线上交易和农村电商平台中去,确保农产品的顺利销售,减少农产品收货旺季产品滞销、积压的状况,同时也有利于农产品通过电商平台快速地向更为开阔的市场乃至全球市场进行拓展,最终实现增加农民收入、实现农村电商高质量发展的目标。

4.4 加强农村电商网站平台系统建设、整合资源培育农村电商品牌

农村电商从一开始起基本上沿用了第三方电商平台的方式进行快速店铺建设和经营,这种方式在发展初期对于农村电商的发展起到了很大的推动作用,有效地解决了农村电商人才缺乏、技术缺乏以及产品快速销售需求等问题,但随着农村电商的发展阶段和发展质量的转变与提升,就必须致力于发展独立自主的具有自身鲜明品牌特征的网站平台系统建设。目前不少农村电商经营主体也意识到了这个问题并纷纷架设了自己的网站平台系统,但总体来看质量参差不齐,发展和应用中出现的问题也比较多,诸如虚假宣传、服务质量、商业信誉等,因此在农村电商网站平台系统建设中地方政府相关部门应该发挥出监督和管理的职能,对于出现的问题及时采取措施加以解决;品牌在市场经济下对于任何经济主体都是一项非常具有价值的软资源,农村电商立足于本地区本区域的特色农产品,因此培育农村电商品牌具有很强的必要性和可行性,农村电商经营主体一定要提高品牌意识和品牌理念,加强对本地区本区域农产品资源的整合,形成品牌特色与品牌优势,继而探索农村电商发展的新模式和新业态,提高农产品质量及其附加值,最终促进农村农业经济社会的全民可持续高质量发展。

参考文献

- [1]费威,杜晓镜.打造农产品区域品牌:以地理标志为依托的思考[J].学习与实践,2020(08).
- [2]杜晓光.制约农村电商发展的几个因素[J].农产品市场,2020(16).
- [3]王宛濮.农产品物流配送模式与对策研究[J].技术经济与管理研究,2020(06).
- [4]陈前.电商行业生鲜农产品冷链物流品质提升政策研究[J].中外企业家,2020(08).
- [5]冯兴宏.乡村振兴战略下的农村电商发展研究[J].产业与科技论坛,2020(04).
- [6]孟晓志.乡村振兴下农村电商对于外流劳动力的影响及其路径优化[J].电子商务,2020(01).

作者简介:卜质琼(1975,02-),女,汉族,籍贯:湖南益阳,硕士研究生,讲师,研究方向:电子政务、电子商务、管理信息系统等。