

农村电商发展的现状与策略研究

党 婧, 陈启辉, 安琳苑, 商晓晶

河北金融学院 河北保定

【摘要】乡村振兴背景下国家大力推行电商扶贫,推动特色农产品上行,基于此,本文分析了乡村振兴背景下农村电商发展现状,剖析了制约农村电商发展的关键因素,提出农村电商发展优化策略。

【关键词】乡村振兴;农村电商;互联网+

【基金项目】2021 年度河北金融学院省级大学生创新创业训练计划项目“融梦——农产品赋能合作商”(项号: S202111420011X)

Study on current situation and strategy of rural e-commerce development

Jing Dang, Qihui Chen, Linyuan An, Xiaojing Shang

Hebei Finance University, Baoding, China

【Abstract】 Under the background of rural revitalization, China vigorously promotes poverty alleviation through e-commerce and promotes the upward trend of featured agricultural products. The development status of rural e-commerce under the background of rural revitalization is analyzed, the key factors restricting the development of rural e-commerce are analyzed, and the development optimization strategies of rural e-commerce are proposed.

【Keywords】 Rural revitalization; Rural e-commerce; Internet +

当今,中国电子商务已经进入迅猛发展时期,电子商务所涉及的领域不仅仅局限于实物方面,其服务几乎覆盖制造业、服务业、个人经营的电子商务、等各个方面。虽然农村电子商务发展较为不错,但仍有不足和挑战,需要我们去寻找解决方案。

1 农村电子商务发展现状

在中国网络经济快速发展的背景下,越来越多的村庄充分利用其独特的资源优势,广泛参与网络营销和推广,这增加了农村地区的电子商务,满足了农村发展的实际需要^[1]。在新冠肺炎的影响下,许多线下商店受到了严重影响,但农产品网站的流量增加了,这给大多数农民带来好处,成为帮助农民增加收入、振兴农村的新途径。根据商务部的数据,农村地区的国内零售额为 2021 年为 2.05 万亿元,去年为 11.3%,增速加快 2.4 个百分点。国内农产品网上零售 4221 亿元,年均增长 2.8%。

1.1 电子商务概述

电子商务是指通过互联网或电子数据交换进行

的交易活动,将它运用到农村就成了以下几种销售模式。

(1) 自发组织模式。农民自发组织创业,在淘宝等网络平台上销售产品,有了一定流量基础之后,带动同村人共同开办网店经营相同产品。

(2) 被动参与模式。当地的优势产业正失去原有竞争优势,或者当地不具有资源优势,但是借助电商平台,由线下服务转为线上服务,增强产业活力,打造出具有影响力的产业集群。

(3) 自产自销模式。网商在淘宝、京东等第三方网站注册卖方账号,发布产品信息,吸引消费者下单,将产品直接销售给消费者。

(4) 自产他销模式。农户与产品经销商签订合同,将产品直接销售给经销商,后续由经销商在各交易平台进行销售。

(5) 线上线下融合模式。一方面,消费者可以通过线上软件下单,再去实体店取货,消费者可以无须排队和等待,自行选择有空的时间取货,提

升消费体验。另一方面,网商在电商协会的协调帮助下,与政府部门进行合作,更加稳妥地发展。

1.2 农村网络零售种类繁多

(1)农村网络零售排名。近几年,农村网络零售额的前三类产品分别为服饰鞋帽、日用品和家具。其中,2020年东部地区的网络零售额已高达77.9%。农村的零售额在稳步提升,2021年农产品网络零售规模已高达2088.2亿元。这无疑提高了农民的收入,进一步提高了人们的生活质量。

(2)乡镇快递覆盖率。目前全国乡镇方面快递网总覆盖率已达98%。据农民朋友透露,现在发快递大多是上门服务,只需要填好基本信息,预约取件的大约时间,从另一种角度来说,物流速度也得到了提高。

1.3 农民日常消费有利于电子商务的发展。

农村地区一般少见大型的购物商场,农民日常消费多是在集市或小超市,若是需要一些该村附近没有的物品还要去镇上或者市里选购,这无疑不便于人们的生活,也难以真正提高农民的生活水平。若是偏远的山区,来回各一次的购物之旅更是既耗时又费力。但是,当电子商务在农村发展时,农民的日常消费便会非常便利,这着实会便利人们的生活,由此说,农民的日常消费会推动电子商务的发展。

1.4 国家支持农村电子商务发展。

国家出台了相关的政策,高度重视农村电子商务的发展。在“十四五”规划中提到,要完善城乡融合消费网络,扩大电子商务进农村覆盖面。另外,政府还提供资金、人力等各方面的条件,对农村的物流、营销等方面给予高度关注,以求农民的生活水平得到提高。

2 农村电子商务发展中的主要问题

2.1 农村电商创新发展意识不强,思想观念滞后。

在农村地区,人们的受教育程度以及知识水平有限,即使是已经成形的农村电商企业,在采购、生产、销售等全链条上与电子商务的融合度较低,“互联网+”意识也有待提高,这样一来就会影响到农村电子商务的进程,会对农村地区电子商务的普及产生不利影响。除此之外,对于新兴的短视频电商、直播电商,农村电商企业并没有持续投入的意

识,缺乏统一的协调和规划,这样就会严重影响农村电子商务发展的效率。

2.2 农村电商基础相对薄弱,基础设施较差。

随着互联网的快速发展,越来越多的人逐渐接受了电子商务这一新型购物模式,很多人也开始在网上进行购物^[3]。截至2021年12月,我国农村网民规模为2.84亿,互联网普及率为57.6%,较2020年12月提升1.7个百分点。尽管我国近几年农村网民规模持续扩大,但农村的互联网覆盖率仍较低,能利用网络平台的人则更少,农民对基本的电子商务了解也较少。且农村电商企业普遍规模较小,大多数电商还是“一根网线+几台电脑+几个人”的初级业态,规模较小,分布零散、各自为战。农产品运营平台能够对农民起到一定的约束作用,还能够保障农民的诚信度,但是由于运营平台的缺失,一定程度上影响了农产品等级的划分,进而影响了农产品的竞争力。除此之外,农村信贷圈钱行为严重,导致部分电商平台运营成本过高,这样一来便不利于提高农村电子商务发展的规模化。

2.3 农村电商服务体系不完整,电商发展相对缓慢

农村电商需要完备的电商交易体系、物流仓储加工配套和健全的产业体系支撑。但在大多数的农村地区,没有形成完整的电商服务体系,近年来农村快递物流体系建设取得长足进步,但在配送及时性、可靠性、服务水平等方面,与城市比较仍存在差距,农村电商服务业仍然滞后,在仓储快递、冷链物流、营销运营、人才培养、金融支持等产业链环节缺乏优秀的电商服务企业,品牌效应还未形成,电商服务商的数量和水平还不能满足快速发展的农村电商需求^[4]。

农村地区物流服务提供方数量少、提供的服务质量和价格不成正比,仅物流配送这一部分,就约占到总成本中的20%,大大降低了农村网购的消费体验度。此外农村地区电子商务培训、代运营、摄影美工等服务存在一定程度的空白,电商服务的滞后制约了农村电商整体竞争力的提升,亟须建立一个本地化、开放共享、线上线下结合、上行下行贯通的农村电商服务体系^[5]。

2.4 农村电商专业人才匮乏瓶颈有待突破

专业人才是推动农村电子商务发展的重要力

量,影响着农村电子商务的发展质量。据中国农业大学智慧电商研究院发布的《2020中国农村电商人才现状与发展报告》显示,2022年我国农村电商人才缺口预计245万人,2025年将进一步增至350万人^[6]。从电商人才建设情况来看,我国的农村电子商务发展过程中,农村地区缺乏具备数据分析、熟悉运营推广、精通美工设计且对农村实际情况有所了解的各类专业人才,同时也缺乏高端复合型人才。且农村的公共服务不到位,生活、工作环境较差,薪酬较低,无法提供给专业人才更为良好的环境,所以加大对农村电商人才培养和指导,是实现农村电商健康可持续发展亟待解决的问题。

3 对策与建议

3.1 坚持改革创新,扶持新兴直播电商发展

通过政策引导、龙头助力、集聚发展的模式,推进直播电商。第一,政策引导积极助力直播电商,积极引导“直播电商+特色产品”、“直播电商+县域经济”、“直播电商+文旅产品”等视频直播内容的创新与发展,打造知名的区域直播电商网络流量中心,打通贫困地区农产品上行销路。第二,发挥龙头企业的引领作用,鼓励社会各界开展试点,引领打造电商在线实时流量山区发展新样本,充分发挥企业的示范、管理和帮助作用,加强实时供应技能的转移、帮助和指导。第三,产品集聚促进电商实时集聚,围绕区域产品集聚优势打造电商品牌产品数字化集聚形式。

3.2 坚持政策扶持,推动“互联网+”助农发展

完善农村电商政策,推进农村电商不断发展。通过发布相关政策补贴或者企业联合发展,降低农村电商平台的运营成本,提高农村的互联网覆盖率和电商信息普及程度。通过建立统一的农村电商运营平台,达到对农民的约束,让农民提供更高质量的农产品和配送服务,进而促进农村电子商务的发展。

3.3 全面提升电商平台服务能力,推动服务体系落地

针对农村电商的配套物流服务体系网点少、网络不完善的问题,应当着重解决中国邮政物流及“三通一达”为代表的物流快递企业的村域落地问题。具体来说可以对农村电商经营点进行调研,通过物流网络选址与优化等方法进行网络中心节点的选择

与布局,选择农村电商需求最为集中的村作为物流节点,成立辐射覆盖全部村域范围内的电商村级电商配送中心,引入菜鸟驿站、京东物流等企业进行物流业务优化,整合配送路径,降低物流的运营成本,提高这些物流快递企业的收益,解决农村电商“最初一公里”的问题。

要大力发展农村电商,需要全面提升现有的电商公共服务中心的效能,从多种方面进行业务落地,建立一个完整的农村电商服务体系,真正将助力农村电商的功能落到实处。如,开展多工种培训工作,引入专业师资围绕互联网思维、电商平台操作、短视频运营、实际运营维护、直播带货技巧等内容开展系统培训,帮助更多的有意向的村民加入农村电商的队伍。

3.4 规范农产品标准,提升农产品知名度

提升农产品标准化程度,制定农产品上市标准,加强农产品质量认证,提高农产品的销售量。提升农产品的标准化程度主要分为建立农产品加工企业、加强农产品的品牌效应、建立农产品溯源体系三个举措。同时,要不断提升农村电商产品在线上销售和线下销售渠道的影响力,开辟包括传统电商平台,社交电商平台、新兴短视频及直播平台,以及国家精准扶贫平台等营销渠道,实现全网络品牌打造。此外,农村电商也应积极参加线下展会进行宣传推介,与大型连锁超市、社区便利店等线下营销渠道合作,定点销售农特产品,形成了稳定的线上线下相融合的农产品销售市场和渠道。通过多种渠道来进一步提升农村电商产品的知名度,不断扩大品牌的影响力和辐射力,最终带动销量的不断提升,促进农民增收,助推乡村振兴。

3.5 吸引人才回流,着力培养人才

高素质人才不足严重制约了农村电商的快速发展,最行之有效的解决方案是吸引高素质人才回流,而人才的回流需要足够数量与质量的就业岗位。因此,应当打造围绕农村电商的全产业链,从种植、养殖到生产、加工,包括直接面向最终消费者的营销和物流,实现第一产业、第二产业和第三产业的全面融合,提供具有较高吸引力的工作机会,吸引人才回流。在有高素质人才回流后,可提升农村电商产业链的活力,创造更高的价值。其次还需加强外地人才培养,外地人才来本地发展电子商务的难

点就在于对本地情况的不了解, 因此要对外地人才进行地域知识培训, 让其了解地方特色农业资源, 提升外地人才和本地资源的拟合度, 不断的促进外地人才的发展, 从而形成人才的良性循环。此外, 还要着重培养电子商务人才, 为电子商务发展提供充足的人才支持。从农村地区的青年群体中挑选出有市场营销经验并且拥有高水平的网络技术的学生, 将其培养为农村电子商务人才, 并提升其创业能力, 让其成为农村电子商务创业者, 以此提升农村电子商务的发展水平。

参考文献

- [1] 丁慧鸽.农村直播电商发展中存在的问题及对策分析[J].现代营销(经营版),2020(05):166-169.
DOI:10.19921/j.cnki.1009-2994.2020.05.078.
- [2] 张政,李容香.农村电子商务发展现状及对策分析[J].农村经济与科技,2017,28(24):117-118.
- [3] 农村电商的新风口来了——《2017 年中国电子商务报告》发布[J].中国合作经济,2018(06):16-17.
- [4] 洪勇.我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J].商业经济研究,2016(04):169-171.
- [5] 温媛欣,王佳琦,刘璨,陶佳.电子商务助力农村扶贫现状及策略探索[J].农村实用技术,2021(04):113-115.

收稿日期: 2022 年 4 月 8 日

出刊日期: 2022 年 5 月 25 日

引用本文: 党婧, 陈启辉, 安琳苑, 商晓晶, 农村电商发展的现状与策略研究[J]. 现代工商管理, 2022, 2(1):48-51

DOI: 10.12208/j.jmba.20220013

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS