

## 农村电商助力乡村振兴发展

黄月月, 闫帅, 刘明毅, 陈天赐

河北金融学院 河北保定

**【摘要】**农村电商的出现给农户们提供了提高经济收益的巨大机会, 在这个互联网不断渗透的时代中, 要顺势而为, 不断提高作为一个电商人的职业素养, 使得生产力得到发展, 加快乡村振兴的进程。本文基于现在农村电商初期发展的各种挑战进行相应论述, 分析现阶段电商发展的形式, 对此给予合理的解释。

**【关键词】**农村电商; 互联网; 生产力; 乡村振兴

**【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)

### Rural e-commerce helps rural revitalization and development

Yueyue Huang, Shuai Yan, Mingyi Liu, Tianci Chen

Hebei Finance College, Baoding, Hebei

**【Abstract】**The emergence of rural e-commerce provides farmers with a huge opportunity to improve economic returns. In this era of continuous penetration of the Internet, it is necessary to take advantage of the trend. Continuously improve the professionalism of being an electric businessman. Enable the development of productive forces and accelerate the process of rural revitalization. Based on the various challenges of the initial development of rural e-commerce, this paper analyzes the form of e-commerce development at this stage and gives a reasonable explanation.

**【Keywords】**Rural E-Commerce; Internet; Productivity; Rural Revitalization

#### 1 引言

近年来, 随着中国科技的快速发展, 农村电商扶贫也取得了卓越的成就。2020 年 7 月, 中华人民共和国农业农村部发布《关于开展互联网+农产品出村进城工程试点工作的通知》<sup>[1]</sup>, 2021 年 2 月, 中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加快推进乡村人才振兴的意见》指出, 乡村振兴, 关键在人, 在国家政策的大力扶持下, 农村电子商务也取得了进一步的成功。这只是在宏观层面上的理解, 如果深入细节来看我国的电商扶贫成果虽然是显著的但是扶贫的产业结构依然是比较薄弱的, 脱贫人员随时可能会因为不确定原因导致返贫。为更好实现乡村振兴, 解决农业、农村、农民问题依然是我们国家必须要跨过的栏杆。由此可见, 农村电子商务是提升农业发展的重要举措, 是达到乡村振兴的载体。

#### 2 现状

##### 2.1 农村电商扶贫取得极大成功

电商扶贫至 2014 年兴起, 在近十年里我国不断探索发展电商扶贫, 以达到乡村振兴。截至 2020 年, 我国农村综合示范实现 83 个贫困县全覆盖, 在全国范围内已建成县级电商公共服务中心和物流配送中心达 2120 个, 村级电商服务站点 13.7 万个, 下沉市场网民对短视频的使用率达 88.6%, 较一二线市场高 2.2 个百分点。在国家政策的大力扶持下, 农村电商已经取得极大成功, 助力乡村振兴战略发展。

##### 2.2 农村电商发展基础不断增强

商务大数据监测显示, 2020 年全国农产品网络零售额达 4158.9 亿元, 同比增长 26.2%。零售额前三位的品类分别是休闲食品、粮油和滋补食品, 分别占农产品网络零售额的 19.8%、14.6%和 11.3%。增速前三位的品类分别是粮油、奶类和肉禽蛋, 同

比增速分别为 58.7%、57.7%和 56.9%。截至 2020 年底, 国家级贫困县网商总数达 306.5 万家, 较上年增长 13.7%, 带动 771 万农民就业, 618.8 万贫困人口增收。农村电商发展基础不断完善, 星星之火渐燎原。

### 2.3 特色农村电商激活乡村产业

随着电商技术的不断完善, 电商与农村结合的不断加深, 因地制宜的与特色农产品结合, 这都为农村电商的发展提供了发展条件。各地开始不断出现特色电商, 在 2020 年盐源苹果在电商平台上的销量占比突破 50%, 将“互联网”融入地方特色产品, 推动电商发展与乡村产业加速融合。为助力乡村振兴发展打开新局面, 建设美丽幸福乡村, 共圆伟大复兴梦。

## 3 存在问题

### 3.1 农村电商人才匮乏, 导致持续发展乏力

随着我国农村电商经济快速发展, 电商人才缺乏一直是电商扶贫地区的难题。相关研究表明: 现阶段农村电商市场上缺少具备相关知识和能力的人才, 是目前农村地区发展电子商务面临的普遍问题, 农村电商的从业者多达 5000 万人, 但从业者大多为滞留农村的年轻人。他们既并不像走出农村的大学生具备专业性知识<sup>[2]</sup>, 由于他们缺乏管理经验、专业知识, 导致营销策略单一、技术水平、各方面能力受限, 在电商创业遭遇极大挑战。<sup>[3]</sup>现如今, 缺乏电商人才成为农村电商前进发展的瓶颈, 主要包含以下四个方面: 物流仓储、营销推广、客服、美工设计。在农产品上行电商人群中, 文化水平仍以中等为主, 这就将导致农产品销量低下, 就会让农民觉得转型到农村电商是件困难事, 最后将导致农村电商停滞不前仍为传统的销售模式。

农村电商人才的匮乏直接导致电商扶贫工作难以开展, 人才是经济发展的重中之重, 而电商人才的缺乏会成为农村电商持续发展的绊脚石, 为了让农村电商事业更加规范化、标准化、结构化, 就离不开高创新能力、高素质与高爱国主义情怀的人才。

### 3.2 传统农村电商建设, 效用无法最大化

首先, 农村电商系统不完善。现存电商都是以传统的农村电商建设为主, 存在农村电商系统不完善的情况, 专业人才匮乏、产品单一、缺乏统一规范性等问题。其次, 农业的脆弱性会不可避免地传

递给农村电商。传统农村电商中往往是自产自销农产品及其副产品, 大多数产品由于物流链的不完善, 都会受到季节的影响, 仓储保鲜问题仍然无法彻底解决。由于农产品具有季节性产出的特点, 既要求生产者收获期忙于采收农作物, 又要求生产者对于采收的农作物具备仓储、保鲜、初步加工的能力。在物流方面也是一个巨大困难, 由于目前的农村物流体系并不能完全适应物联网时代对农产品的储运要求, 就会导致农产品的损坏率大幅度提高。最后, 农村电商经营者防范意识低。对于农村地区来说由于教育水平受限, 对涉及电商平台的法律知识了解、电商平台操作程度、防诈骗意识都相对较弱, 遇到相关问题应对能力也有所不足, 将会导致部分农村电商商户的利益受限。

### 3.3 农民生产观念落后, 不愿接受新事物

随着互联网的发展, 截至 2021 年 6 月, 我国农村网民用户规模高达 2.97 亿, 农村地区互联网普及率为 59.2%。虽然互联网普及率已达到五分之三, 但大多数农民仍然无法接受农村电商, 更何况没有被互联网普及的农民。农村电商在农村的初步推广就显得尤为困难, 农民思想方面比较保守, 对于新事物的接纳没有足够强的意识。对于互联网更多的只是停留在社交和娱乐方面, 大多数人对于农业生产以及未来市场形势的趋势根本无法意识。对于购物来说仍是传统的支付方式一手交钱, 一手交货, 对于网上购物交易、销售产品对他们来说更是困难重重。

## 4 探究过程

### 4.1 农产品销售模式转变的科学内涵

受传统思想的影响, 加之农民更为信服传统的农产品的商贸模式, 传统的商贸模式在从产品的发源地到消费者手中的中间流程, 存在“中间商的农产品经纪人”起到了重要商品信息和商品实物配置的主体作用, 但是也无非加长了产品流通的流通链条, 间接提高了产品的成本, 也压缩了农民的农产品收益<sup>[4]</sup>, 但是对于农民来说风险最低且最容易接受的方式。随着“互联网”时代潮流的不断渗透, 在“互联网+农产品”的电商模式的出现, 使得农产品经纪人的信息传递、产品储存、产品质量背书、物流配送、价格撮合等功能被不断的弱化, 中间环节被不断地取缔<sup>[5]</sup>, 使得整个产品流通链条变得越

来越简单, 农村电商运营主体通过应用互联网交易工具、数据信息平台、社会化物流等资源, 逐渐地取缔了农产品经济人。现阶段的农村电商的服务模式旨在将通过选址挑选的最佳农村以辐射性的方式把周围的相关村落联系起来, 以农产品为主提供生产、仓储、销售、物流等全流程环节综合化、系统化的基础设施建设, 提供更有效地服务, 提高农户的获得感, 提高电商的运营效率, 致力于解决优质农产品由于地区限制制约当地农业经济发展, 减缓乡村振兴进程的瓶颈, 因此, 促进“电子商务进农村”“农产品出村进城”是实现乡村振兴战略的重要举措之一<sup>[6]</sup>。

#### 4.2 参与主体作用的科学探究

##### (1) 全链条服务体系

全链条服务体系旨在促进电子商务进农村的进程, 促进乡村振兴, 加快共同富裕进程。此体系提供了生产、仓储、销售、物流等全经营环节综合化、系统化服务的基础设施网络, 同时可以有效的整合资源, 同一地区的农产品可以通过互联网电商技术紧密地联系起来, 通过对于农产品赋能, 整合优质的农产品资源, 孵化具有农村独有的电商品牌, 提高农产品的影响力, 通过互联网技术加强不同地区的联系, 同时对于不同地区对于不同农产品的需求作出最有效的反应, 形成“一品多仓发, 多地及时应, 方便快捷, 产品走出村”

##### (2) 农村电商

农村电商的运营主体多为当地农业大户、工商户与相关新型农业经营主体发起成立, 其主要行为目标为盈利, 相比较为成熟的城市电商来说, 农村电商缺少一定的仓储物流等环节, 还有最重要的电商人的职业素养, 如果真的要农村电商的大力发展就会在前期培育和发展阶段投入大量的资金, 会间接使得运营主体的获得感和体验感与预期产生落差, 所以和有关的全链条服务体系合作会相应减少由于前期相应流程不够了解造成的额外成本。

##### (3) 农户

具有一定经济实力并且对于风险预期能够接受的农户可以尝试作为当地的电商主体, 这样可以在发展到稳定时期时获得最大的收益。农户也可以直接向电商经营主体提供自身的农副产品以及自身的劳务已取得相应的收益, 农村电商的出现可以将农

户的农副产品销售更加标准化, 同时可以实现产量质的飞跃, 创造前所未有的收益。在政府以及有关合作方的知识学习的带领下, 农户的电商人的职业素养不断加强, 为后续在农村电商发展提供强有力的支持。

#### 4.3 农村电商的可视化分析

对于农村电商来说, 整合优质农产品, 对农产品进行品牌标志化的包装, 加上平台的标准化技术以及连锁化管理以及打造农产品赋能品牌, 通过互联网的助力加快农产品的销售, 中途取缔了中间商的环节, 实现了农户经济效益的提高; 另外, 在技术不断更新发展的阶段可以在其中的环节中加入区块链的技术, 从农产品种植到运到商户手中进行全程溯源, 更好地保障了农产品及副产品的品质。

#### 5 发展措施及对策

##### 5.1 政府大力扶持电商人才, 构造电商人才培养计划

农村电商核心在于产品, 基础在于技术, 关键在于人才。农村电商人才的培养是一个系统性的工程, 只有专业的电商人才才能实现网络农产品产业链的快速发展, 实现互联网+农业的快速发展, 提高农村生产力水平, 最终达到乡村振兴。

##### (1) 政府主导型

农村电商人才的困难在于引不来, 留不住, 难培养。因此政府就需要制定一套完整的引进农村电商人才的优惠政策, 吸引更多有能力的人加入到农村电商体系, 让优秀的人才做到引得来, 留得住, 培养好。政府除了立足于传统的培训、政策优惠鼓励、提供资金支持, 最重要的应该是不断完善农村电子商务人才培养体系。政府应开展多形式、多渠道、全方位的农村电商技能培训。

##### (2) 电商推动型

农村电商人才的培养是系统工程, 不仅需要政府的大力支持, 更需要电商的大力推动。为我国建立一套政府+电商联动模式的人才培养体系。电商应当增强培训的针对性, 相较于淘宝、拼多多等传统电商, 当下兴起的直播电商、短视频电商、私域流量社区电商更容易上手, 可针对农民加强该方面的实操训练。其次与专业电商团队合作, 带领农民与专业团队学习相关电商运营、直播拍摄等知识, 为农产品拓展销路, 大力推进农村电子商务的发展。

### 5.2 创新农村电商发展, 助力农业数字化

互联网+农业深度融合, 建设智慧电商综合平台。以加快数字化建设进程为背景, 着力为农村电商打造成为服务区域的综合性智慧电商平台, 着力加强智慧仓储、智慧调度、智慧配送等智慧运行体系建设, 解决农产品季节性问题。还应鼓励农户与企业合作, 利用企业的资源解决产量过剩的问题。因地制宜的结合地方特色, 打造地域性专属特色农产品, 为农村打造 B2B、O2C、O2C 电子商务平台加速物流、仓储、加工及设计等供应链资源整合, 助力农村数字化发展。

### 5.3 坚持农民主导地位, 助力农业现代化

推进电商赋能共同富裕需要坚持以农民为主体。始终以农民为落脚点, 要因地制宜充分考虑自身的自然条件, 充分切实补齐基础短板。在互联网+农业时代下, 不断构建起优质农产品的产业链和供应链, 做到农村电商发展依靠农民、发展为了农民、发展成果惠及农民、切实站在农民的角度去解决经济社会中的各项问题。旨在实现使三农服务真正落地, 农民成为电商平台最大的受益者<sup>[7]</sup>。

### 参考文献

- [1] 唐惠敏,赵薇.电商赋能乡村振兴:内在逻辑、模式选择与发展创新[J].黑龙江工业学院学报(综合版), 2021, 21(12): 101-107.  
DOI:10.16792/j.cnki.1672-6758.2021.12.018.
- [2] 肖离离,光莉莉.高职院校产教融合的农村电子商务人才培养[J].吕梁教育学院学报,2021,38(04):51-53.
- [3] 肖开红,雷兵,钟镇.中国涉农电子商务政策的演进——基于 2001 ~ 2018 年国家层面政策文本的计量分析[J].电子政务, 2019(11): 91 ~ 103.
- [4] 张正荣,杨金东.乡村振兴视角下农村电商如何优化“工业品下行”路径——基于“双链”耦合机制的扎根研究[J].农业经济问题, 2019(4): 118 ~ 129.
- [5] 丁煌,任洋.农村电商公共服务体系建设何以破解农副产品产销困境——来自贵州省全链条型服务体系的实践证据[J].贵州财经大学学报,2022(01):66-74.
- [6] 禹仁朋,冯治.农村电商发展的制约因素与提升路径[J].党政干部论坛,2017(06):35-37.

收稿日期: 2022 年 5 月 17 日

出刊日期: 2022 年 8 月 22 日

引用本文: 黄月月, 闫帅, 刘明毅, 陈天赐, 农村电商助力乡村振兴发展[J]. 国际金融进展, 2022, 4(2):16-19

DOI: 10.12208/j.aif.20220027

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