

乡村振兴背景下安徽省农村电子商务发展研究

檀玮同, 刘飞*

淮南师范学院经济与管理学院, 安徽 淮南

收稿日期: 2023年4月26日; 录用日期: 2023年5月9日; 发布日期: 2023年8月1日

摘要

农村电子商务不断成为转变农业发展方式的重要手段, 也成为政府实施乡村振兴的重要载体。农村电子商务的发展, 将推动安徽农业发展方式转变, 带动现代农业和特色农业的发展; 促进农产品供需市场对接, 完善农村市场化能力; 提高农村就业消纳能力, 增加农民收入; 推动完善农村基础设施, 挖掘农村发展潜力。同时, 安徽省农村电子商务存在着诸如电商基础设施落后、电商产业体系不完善、电商专业人才缺少等阻碍农村电商发展的现实问题。基于目前存在的问题, 提出了有助于促进乡村振兴背景下安徽省农村电子商务发展的对策建议。

关键词

乡村振兴, 产业兴旺, 信息化, 电子商务

Research on the Development of Rural E-Commerce in Anhui Province under the Background of Rural Revitalization

Weitong Tan, Fei Liu*

School of Economics and Management, Huainan Normal University, Huainan Anhui

Received: Apr. 26th, 2023; accepted: May 9th, 2023; published: Aug. 1st, 2023

Abstract

Rural e-commerce has continuously become an important means of changing the mode of agricultural development, and has also become an important carrier for the government to implement rural revitalization. The development of rural e-commerce will promote the transformation of

*通讯作者。

Anhui's agricultural development mode, drive the development of modern agriculture and characteristic agriculture; promote the connection between the supply and demand markets of agricultural products, and improve the ability of rural marketization; improve the ability of rural employment and consumption, increase farmers' income; promote the improvement of rural infrastructure facilities to tap the potential of rural development. At the same time, rural e-commerce in Anhui Province has practical problems that hinder the development of rural e-commerce, such as backward e-commerce infrastructure, imperfect e-commerce industry system, and lack of e-commerce professionals. Based on the existing problems, some countermeasures and suggestions are put forward to help promote the development of rural e-commerce in Anhui Province under the background of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Industrial Prosperity, Informatization, E-Commerce

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究背景

农业是国民经济的基础，是立国之本，农业的发展关系到国民经济的发展全局。伴随着乡村振兴战略的实施、“三农”计划的稳步推进以及信息技术的不断发展，我国出台了一系列电子商务政策用于促进“互联网+农业、农村”的完美结合，通过农村电子商务促进农业农村的发展。近年来，我国积极推动农村互联网建设，农村电子商务不断成为转变农业发展方式的重要手段，也成为政府实施乡村振兴的重要载体。农村电子商务作为乡村产业振兴的新动能，在走向高质量发展阶段和数字经济产业快速变革的浪潮中，既面临发展机遇，也面临着一系列挑战。

安徽省是人口和农业大省，在全国乡村振兴战略格局中具有重要地位，加快推动乡村振兴，促进安徽农村电子商务高质量发展，是安徽在中部地区率先实现崛起、助力乡村振兴战略的重要路径。

2. 农村电子商务与安徽乡村振兴

农村电子商务，顾名思义就是指基于互联网完成对于农村商品进行的各种商务活动的总称。农村电子商务可以通过互联网进行信息交流、商品买卖以及各种服务，在线电子支付、转账等方式，使得商务交易公开透明，有一定的保障，对于农村电子商务助力安徽乡村振兴发展研究具有重要的现实意义[1]。

2.1. 推动安徽农业发展方式转变，带动现代农业和特色农业的发展

电子商务的预售、拼团以及产地直销等运营模式，改变了安徽地区传统农产品的产销模式，不仅扩大了农产品的宣传范围，打通线上销售渠道，增加农民收入，降低农产品流通成本，让消费者获得实惠，推动特色农业的产业化。电子商务进农村是促进安徽省农村产业转型升级的重要动力，电子商务进农村为农业转型升级提供了“加速器”，通过发展电子商务，将供应链、产业链、价值链等现代经营管理理念融入农业，推动农业生产向以市场为导向、以消费为中心转变，向优质高效、绿色生态农业方向发展，助推农业发展方式的根本转变，从而带动安徽地区现代农业和特色农业的发展。在电子商务的推动下，

传统农业生产模式与现代信息技术深度融合, 并根据市场反馈不断调整农业种植结构和优化生产布局, 推动农业生产经营的产业化、规模化、集约化, 并延长产业链、提升价值链、完善利益链, 能够让农民合理分享全产业链增值收益, 从而实现农民、农村、农业现代化即三农现代化。

2.2. 促进农产品供需市场对接, 完善农村市场化能力

电商平台以其优越的数据整合和处理能力, 通过数据模型分析农产品需求市场变化情况, 让农户能够及时掌握市场信息, 避免需求不确定性带来的农业生产风险和收益不确定性, 为线上线下的农产品产销提供精准高效服务, 促进农村市场更加完善, 改变了传统的安徽农村电子商务下农产品产销信息不对称、农产品供需渠道不畅的局面。深入推进电子商务进农村综合示范, 完善县、乡、村三级物流体系, 构建农村产品上行通道。发挥电商平台大数据优势, 形成交易品种、数量、价格和地区分布等产销信息大数据, 把需求更加直接、快速、准确地反馈到生产端, 缓解产销对接过程中存在的信息不对称问题, 实现农产品产销精准对接。另外, 发挥电商平台品牌塑造优势, 依托安徽各地地域文化、优势资源、特色产业, 培育一批网红(特色)农产品品牌, 提高市场知名度, 提升安徽地区农产品价值, 促进农民增收。

2.3. 提高农村就业消纳能力, 增加农民收入

产业振兴是乡村振兴的重中之重。农村电子商务的发展不仅带动了农产品的产业化发展, 还带动了农产品加工、仓储、包装与农村物流等行业的发展, 完善了快递、仓储、转运等物流基础设施, 逐渐建立了一套与农产品电子商务配套的现代物流体系, 为信息流、物流、资金流“三流合一”创造了条件, 在推动农村产业结构优化升级的同时, 解决了农业产业化和城镇化带来的农村剩余劳动力问题。

同时, 电子商务进乡村, 开展服务农民的电商人才培育, 发挥电子商务继续教育基地、示范基地、电商直播机构、数字商务企业作用, 培养创新创业人才, 带动农村创业与就业的发展。随着农村电子商务的纵深发展, 农村电商业态类型不断丰富, 数字乡村加快建设, 农民生产经营能力普遍增强, 在农村互联网基础设施不断完善的同时, 互联网企业也纷纷瞄准下沉市场, 向安徽的农村地区抛下橄榄枝, 进一步提高了安徽农村地区就业消纳能力, 从而增加农民收入。

2.4. 推动完善农村基础设施, 挖掘农村发展潜力

农村电子商务的发展推动完善安徽农村基础设施建设, 为乡村振兴挖掘发展潜力。电子商务的发展减少了农产品流通中间环节, 降低流通成本, 带动了物流、仓储等相关产业的发展。同时在电子商务下乡进村过程中, 倒逼公共服务资源向农村倾斜, 促使基层管理人员进行服务、管理能力的创新, 转变公共服务理念, 以互联网开放、平等、共享的服务理念服务于电子商务发展需求, 提高农村组织管理能力和公共服务水平, 为乡村振兴提供组织管理基础, 逐渐改变了在我国城乡二元结构下, 农村公共资源普遍不足, 农村基层管理能力较低这一局面[2]。

农村电子商务使得安徽乡村地区焕发出新的活力, 从根本上带动了安徽乡村繁荣发展。通过“互联网+”的电商发展新模式, 可充分挖掘安徽地区优质资源、提升资源价值, 打造特色产业、培育支柱财源, 既可增强农户的技能, 提高其致富能力, 还能带动当地交通、仓储、物流等基础设施发展, 推动数字安徽和农村产业转型升级, 助力乡村振兴战略。

3. 乡村振兴背景下制约安徽省农村电子商务发展的因素

3.1. 农村电商基础设施落后

随着中国经济的发展与进步, 国家对农村基础设施投入逐渐增加, 农村地区基础设施也在不断完善。

近些年来尽管基础设施有所完善, 但是其增长速度仍远远小于电子商务在农村地区的发展, 基础设施在农村的发展仍然处于较低水平, 特别是在互联网通信以及交通领域尤为明显, 基础设施的滞后制约了电子商务在农村的顺利发展。安徽地区开展农村电商的相应基础设施不完备, 农村电商对信息通讯, 交通运输等基础设施有一定的要求, 但目前安徽部分农村地区相应基础设施普遍落后和匮乏, 基础设施短板限制了物流网络的延伸, 诸如快递最后一公里问题突出, 导致农产品在储存和运输过程中存在不及时和不安全等问题。总的来说, 安徽地区农村电商的基础设施落后, 生产基础不牢。

3.2. 农村电商产业体系不完善

安徽部分农村地区的农村电商发展较为落后, 农村电商产业体系不完善。农村电商的产业基础不牢固, 农产品以未加工的单一种植养殖、生鲜产品为主, 农产品标准化、品牌化程度低, 产业链条单一, 市场化程度低。传统农业虽搭上了电子商务以及互联网的快车, 但其转型步伐较为缓慢, “涉网”程度较低, 农产品网络交易水平较低, 农村地区特色产业和优势产业未发挥其作用, 第三产业及休闲旅游观光农业有待进一步发展。另外, 农产品的网销模式有待优化, 电商发展环境和电商综合服务平台的搭建和打造刻不容缓, 与此同时, 同样存在问题的是农村物流的发展, 由于农村电商大部分采用的是分散经营, 物流配送较为困难。安徽农村地区物流体系不完善, 仓储物流和冷冻物流的问题尤为突出, 加之第三方物流公司的物流配送体系由于地形、交通等原因无法普及农村地区, 农村物流的问题十分严峻, 其向好发展仍需集全省——政府、企业、人民之力, 共同推进[3]。

3.3. 农村电商专业人才缺乏

农村电子商务是互联网与传统农业产品相结合的新兴业态, 发展农村电子商务势必需要大量能够熟练运用互联网和电子商务运营, 并能够将其熟练地运用到农业生产销售等各个领域的高端人才。农产品的种植靠农民, 农产品销往各大城市需要依靠人才来牵引实现, 但是由于农村大多数年轻人外出务工或求学, 导致农村中多数是以教育水平不高的中老年人以及知识水平较低的儿童为主, 他们对电子商务的运用和掌握能力有限。熟练掌握电子商务运营等技能的人员, 又与农业生产过程脱节, 加上并未经过系统规范的培训和实战学习, 并不能把所掌握的专业知识应用到农村当中, 也就不能有效推广农产品、建设相应的农产品品牌, 从而制约着电子商务在农村的发展。考虑到农村的工资待遇、生活环境不容乐观, 农村吸引人才受限, 相较于城市的交通、福利政策以及创业氛围, 电商人才往往选择在大城市就业或创业, 而不远选择偏僻的农村地区, 这也进一步导致农村电商人才的缺失, 这同时也制约着农村电商的发展与进步[4]。

3.4. 农产品品牌建设不足

农产品品牌的建设是提升农产品附加值、提高客户忠诚度, 形成固有的品牌用户、增加农企经济效益的关键途径。品牌化是增加农产品附加值的重要途径, 品牌打造是在“互联网+”农村电商的促进下农村产业发展到一定阶段的必然结果, 也是提高农村产品影响力的重要方式。目前在网络销售的农产品大多数以生鲜产品为主, 具有季节性强、运输风险高和运输成本高的不利因素。农产品本身因为属于初级产品利润比较低, 又加上缺乏品牌运营意识, 所以只能低价营销。而且, 大多数农产品企业缺乏现代企业经营理念, 多为小规模、家族式企业, 设备落后、人才缺乏, 难以认识到品牌对产品销售的重要性, 缺少品牌化、标准化经营意识, 导致经营效益低下, 电商发展难以做大做强[5]。在互联网信息化高速发展的今天, 对于同质化严重、缺少个性化因素的产品, 已经无法激发起消费者的消费欲望。如果没有让人耳目一新的品牌标识, 只采取低价营销策略, 最终导致农村电商经营者的经营利润低下, 严重打击农民农村电商创业的积极性 and 自信心[6]。

4. 乡村振兴背景下安徽省农村电子商务发展的优化路径

4.1. 完善农村电商基础设施

继续加大对农村地区互联网基础设施的投入力度, 实施宽带进村入户工程, 鼓励电信运营企业对农村网络流量资费给予适当优惠, 提高农村信息化水平。地方政府统筹安排资金, 采取以奖代补, 政府购买服务等方式, 重点对特色产业基地、电商服务网店、产品宣传推广、专业人才培养、储运设施建设等领域进行扶持。

加强农村电商相关配套设施建设。政府主导的农村电商服务站可设立产品仓储物流园, 负责仓储、中转以及物流, 为电商企业提供必要的经营场所, 降低其运营成本。企业设立的农村电商网店可整合电商企业、快递、金融机构的信息、运输和资金资源, 打造上连生产、下接消费的新型产品供应链, 提升流通环节的组织效率, 发挥好农户与消费者间的桥梁纽带作用。

4.2. 构建农村现代电商产业体系

夯实农村电商的产业基础, 对农产品进行必要的初级加工或适度深加工, 变单一种植养殖品种为多样性产品, 延伸农产品产业链条, 克服产品供应的周期性变化, 提高市场占有率, 满足不同层次的消费需求; 对现有农产品进行标准化、品牌化提升, 对网络销售农产品进行质量抽检, 做好品质控制, 提高产品安全性与质量的一致性; 依托农村资源, 组织发展电子商务产业合作社, 以产业合作社为载体, 引领农户实施产业发展项目, 壮大农村经济实力, 理顺供应端与销售端环节, 提升其产品竞争力及市场化程度。

打造独具特色的农产品和休闲农业的网销模式, 加快电子商务市场主体培育, 积极促进农村旅游电子商务发展。突出载体建设, 积极打造线上线下、互补联动的电商支撑体系, 改善电商发展环境, 克服发展瓶颈, 实现线上线下联动发展, 为电商发展服务。着力打造电子商务产业园, 线下加快建设县镇三级电商综合服务平台, 线上全面推进综合服务门户网站建设, 同时建设高效快捷的农产品物流配送体系, 逐步完善和提高农村道路的通达度和整天的通车候车能力, 保证农村物流能够及时配送产品, 在建设物流运输线的基础上不断建立健全与之相对应的物流集散中心, 完善农村物流配送体系, 并且发挥大城市对周边乡镇的带动作用, 把这种物流配送模式向周边乡镇以及行政村扩展, 加快健全农产品物流配送体系, 从而加快构建新型农村电子商务产业体系, 由此形成一个完整的农村现代电商产业体系。

4.3. 培养契合农村电商发展需要人才

第一, 安徽农村地区有广大的人群, 具有巨大的发展潜力, 故从长远规划考虑, 应在安徽高校针对农村增设电商专业, 即为“农村电商”专业, 为农村电商培育高层级人才。第二, 除了增设高等教育阶段农村电商专业化理论教育, 在非学历教育领域也可以由政府组织力量开设农村电商系列课程, 并由实践丰富的企业讲师带领电商专业的大学生和农村电商的主体农民进行实战学习, 避免纸上谈兵, 直接用行动说话。第三, 安徽省政府指导各市、县根据实际情况制定优惠政策, 如税收减免、提供免息贷款资金支持、办公地点租赁补贴, 吸引一批愿意走向农村、开拓广阔农村电商市场的大学毕业生, 为我国农村电商的发展注入新动力。

在乡村振兴背景下推动农村电子商务的关键因素是人, 因此必须加大对电子商务从业人员的教育与培训, 提升从业人员的人力资本和业务能力。首先, 通过教育、定期培训的形式, 加大对电子商务人员的教育力度, 主要针对电商基础知识、基本技能以及相关理念, 借助多平台多样化的培训形式, 采用灵活多变的培养方式, 对广大从业人员进行培训, 形成一套完整的具有农村特色的培训体系。另外, 针对目前已经具备相应电商知识的人才, 对其进行针对性的指导, 使其能够更加熟练操作电商平台, 能够明

确农业生产中的过程与特征, 将已掌握的电子商务知识与实时农业紧密结合起来, 带动其他农民也走上电商致富之路。其次, 对参与农村电商的人员给予适当的激励, 促进更多的电商人才投身于安徽乡村电商的建设中来, 对农民回乡创业给予一定的政策支持, 吸引更多有意愿的农民在安徽本地开展电商创业, 充分发挥本地电商人才的造血功能, 带动安徽本地农村电商产业由无到有、由弱到强的蓬勃发展。

4.4. 推动农产品品牌建设

消费者对农产品的印象一般比较单一, 本地的农特产品要想在电商平台中脱颖而出, 必须提升辨识度, 品牌化运营是必由之路。打造属于安徽地域农产品品牌, 可以获得消费者信任感和忠诚度, 从而提升消费者复购率。因此, 推动农产品品牌建设应做到: 第一, 提升农民品牌意识, 结合农产品的营养成分、历史发展由来等因素, 在商品包装上添加利于消费者记忆且有创意的元素, 因地制宜选择合适的品牌名称和图案, 让消费者耳目一新, 另外组织专业团队对涉农电商企业的“三品一标”认证进行培训, 加强本地农产品的“三品一标”认证工作, 同时鼓励涉农企业申请各类认证及商标品牌, 重点关注本地电商龙头企业品牌建设, 集中资源将其培养成一定区域内的电商“独角兽”企业, 推动农村电商在安徽当地的持续发展。第二, 质量是品牌的生命线, 根据农产品特性可知, 其易产物流损坏, 比如压坏、腐烂等情况, 故要建立严格的品质检验标准和售后标准, 不断完善冷链、物流、仓储、质检、环保等设施, 做好对应的环节建设, 带动农产品体系化、标准化, 打造独具特色的品牌输出之路。第三, 利用在新媒体上直播、发布短视频等方式进行品牌推广和社群营销, 对不同农产品所面向的特有消费人群进行精准投放和推广。通过“抖音”“快手”等直播软件, 把农产品从种植、收割、到包装发货的过程公开透明地展示给消费者, 对于多数没有下乡经历的城市消费者来说, 这既是一次地域绿色农产品品牌信任感的打造过程, 又是一次对于城市消费者来说的痛点营销过程。

参考文献

- [1] 胥秀文. 农村电商助力乡村振兴发展研究[J]. 中国管理信息化, 2022, 25(5): 111-114.
- [2] 路标. 农村电子商务推动乡村振兴的动力机制与发展路径研究[J]. 农业经济, 2019(12): 129-130.
- [3] 黄山青. 安徽省农村电子商务发展现状研究[J]. 辽宁科技学院学报, 2019, 21(2): 28-30.
- [4] 胡居东. 乡村振兴背景下农村电子商务发展的制约因素及对策研究[J]. 现代经济信息, 2019(22): 301+303.
- [5] 陶陈凯, 杨宁芳. 乡村振兴视域下农村电商发展问题与对策探究[J]. 中国商论, 2022(11): 64-66.
- [6] 孙桂财. 乡村振兴背景下农村电商发展问题研究[J]. 财经界, 2020(30): 12-13.