

# 乡村振兴视角下电商助力农产品营销的 困境与对策

——以贵州省为例

王怀玉

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月27日; 录用日期: 2024年4月17日; 发布日期: 2024年5月29日

## 摘要

农村电商, 是指基于互联网来完成对于农村商品进行的各种商务活动的总称, 对于乡村振兴战略的实施具有重要意义。贵州省农村地区农产品营销存在基础设施建设不完善、农产品规模化和产业化不足、农产品品牌建设不足和缺乏专业的电商人才等问题, 制约了农业经济的发展和农村电商的引进。基于此, 本文从完善农村电商基础设施、构建规模化农产品产业体系、打造农产品品牌并增加宣传力度、引进契合农村电商发展的专业人才几个方面提出了改进建议, 以期发挥农村电商对农产品营销的推动作用。

## 关键词

乡村振兴, 电子商务, 农产品营销

# The Dilemmas and Countermeasures of E-Commerce to Help Agricultural Products Marketing from the Perspective of Rural Revitalization

—Taking Guizhou Province as an Example

Huaiyu Wang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 27<sup>th</sup>, 2024; accepted: Apr. 17<sup>th</sup>, 2024; published: May 29<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

Rural e-commerce refers to the general term of various business activities for rural commodities based on the Internet, which is of great significance for the implementation of the rural revitalization. There are several dilemmas in the marketing of agricultural products in rural areas of Guizhou Province, such as imperfect infrastructure, insufficient scale and industrialization of agricultural products, insufficient brand construction, and lack of e-commerce professionals, which restrict the development of agricultural economy and the introduction of rural e-commerce. Based on the existing problems, some improvement countermeasures are put forward in this paper, including improving rural e-commerce infrastructure, building large-scale agricultural products industrial system, strengthening the brand publicity, and introducing professional talents suitable for the development of rural e-commerce, so as to play the role of rural e-commerce in promoting the marketing of agricultural products.

## Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Marketing of Agricultural Products

Copyright © 2024 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. 引言

2023年2月,《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》指出,“全面建设社会主义现代化国家,最艰巨最繁重的任务仍然在农村。必须坚持不懈把解决好‘三农’问题作为全党工作重中之重,举全党全社会之力全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化。”农产品营销作为农村农业发展的重要渠道,是推进我国“三农”工作的关键环节,也是国家政策的重点。随着我国农业农村的发展,农产品普遍存在价格波动严重、市场多样化、规模性和地域性等特点,农户无法获得稳定的收入来源和经济保障,迫切需要采取适当措施加以调整[1]。近年来,随着乡村振兴战略实施的推进,贵州省在农业农村发展方面取得了显著的成效,但是有关农产品的销售和推广还存在一定的欠缺,是一个具有较强的农业发展潜力的省份。农产品作为农民主要的经营性产出,是农民支撑家庭的重要经济来源,也是农村持续发展的现实保障。积极推进贵州地区农产品可持续发展,对于促进地区经济发展、提高农户生活水平等诸多方面都具有较为重要的意义[2]。

农村电商,是指基于互联网来完成对于农村商品进行的各种商务活动的总称[3]。农村电子商务的应用让农产品传统单一的线下销售变成了多元的网络交流、线上服务和电子支付,交易程序方便快捷,交易过程安全有保障,对于助力乡村振兴战略实施具有重要的现实和理论意义。学术界对农产品的市场营销进行了大量研究,主要针对农产品营销中存在的问题以及对策等方面进行了探讨,其中利用农村电商以增加农产品销量的问题研究较为全面。然而,现有研究多从宏观视角出发,分析讨论全国层面农产品销售中存在的共性问题,缺乏区域特征。贵州省作为西部地区典型的高原地带,其地形地貌与经济条件的特殊性决定了其不可盲目照搬全国性的意见与建议,迫切需要进行有针对性的探索与研究。因此,深入分析贵州省农村地区农产品营销中存在的问题,并提出具有指向性的对策建议,对于后期推进贵州农

产品产业体系的发展具有重要作用。农村电商平台的使用，一定程度上增加了农产品的销售渠道，对于促进贵州省的农业经济发展，推动贵州“三农”工作的有效实施具有较大的正向作用，是实施乡村振兴战略、推动贵州农业农村发展的有效途径。

## 2. 电商助力农产品营销对乡村振兴的作用

为了大力挖掘农村地区的发展潜能，有关人员把注意力集中到创新农产品销售方式、丰富农产品交易手段上，有效的带动了乡村经济的发展[4]。电子商务可以充分发掘乡村发展的潜力，为乡村发展提供全新的方向和有效的路径，在乡村发展的过程中又可以逐步演化出新的经济架构，从而步入一个良性发展的循环[5]。农村电商的使用，对于农产品的生产、销售、运输各环节都产生了相应的积极作用，对于推动我国乡村振兴战略在贵州省农村地区的高效实施具有重要的现实意义。本文主要从以下几个方面阐述农村电子商务对农产品营销的促进作用：

### 2.1. 拓宽销售渠道，提升市场化水平

电子商务的使用对农产品销售方式进行了相应的改进与创新。传统的农产品销售方式主要是线下实体店一对一的现货交易，这种营销方式面向的消费者群体主要以当地居民为主，使得农产品相关信息难以走进外地消费者的视野，严重限制了农产品的交易数量。随着现代化信息网络技术的快速发展，电商平台应运而生，高效的信息传送机制和便利的产品流通系统接踵而来，农户可以通过电子商务平台发布农产品的各种详细信息，让全国各地的人民都能了解并购买自己的产品，消除了传统的地域限制，大大增加了农产品的市场占有率。电商平台的使用，拓宽了贵州农产品的销售渠道，提升了贵州农产品的市场化能力，对于贵州省乡村振兴战略的实施具有重要推动作用。

### 2.2. 发展线上销售，降低交易成本

对于贵州省的农村地区而言，地理环境封闭、交通条件落后是导致农产品销售效益较差的重要原因之一。交通不便使农户销售农产品耗费运输成本普遍偏高，长时间的运输过程也容易引起农产品的损坏，大幅度削减了农户农产品销售的利润空间。农村电子商务的使用，在加强贵州与外界信息对流的同时，也可以实现产品对流。通过电子商务平台，消费者在网络平台下单或者预定自己需要的产品，农户根据订单对农产品进行快递配送，避免了繁杂的中间环节，从根本上降低交易成本和费用，实现精准供给。因此，农村电子商务的运用，可以大大降低农民的交易成本，促进贵州农村地区的经济发展。

### 2.3. 增加就业岗位，提升农户收入

尽管农村发展逐步成为中央政府关注的重点，但是相比城市而言，乡村地区经济和产业发展仍然处于落后状态。尤其是在贵州省的农村地区，缺乏完整的产业链、稳定的工作岗位以及经济来源，劳动力剩余的问题普遍存在，严重制约了农村经济的发展和农民生活水平的提升。研究表明，农村电商能够显著促进农民增收[6]。农村电子商务的发展，在大量带动农产品产业化的同时，也增加了产品加工、包装、储存以及运输等工作岗位，为农村人口创造了更多的工作机会以及经济收入，一定程度上缓解了农村劳动力过剩和人口外流的现象，为促进乡村的可持续发展奠定了重要基础。

### 2.4. 完善农村基础建设，挖掘农村发展潜力

农村电子商务的发展在助力农产品的营销、增加农产品销量的同时，需要相应的基础设施作为产业的运转基础。推动农村经济的持续发展，基础设施的建设必不可少，其中仓储和物流的重要性位居前列。电子商务向贵州省农村的引进发展，在一定程度上促进了贵州省公共资源向农村的流动，提高了农村的

整体致富能力和公共服务水平，为推动完善贵州农村基础设施，挖掘农村发展潜力做出了巨大贡献。

### 3. 贵州省农产品销售现状及农村电子商务存在的问题

创建具有特色的农产品产业体系对于促进农产品的销售具有重要意义。已有研究表明，在农村电商产业不断发展的背景下，农村电商市场规模在不断扩大，农村消费市场潜力被发掘，农村电商已然成为农村居民增收的重要途径[7]。近年来，贵州省已经建立了大量如水城猕猴桃、石阡苔茶等类似的特色农产品优势区，对于贵州省的经济发展起到了较大的促进作用。但是目前部分地区农产品的销售状况仍然不太理想。从纵向来看，贵州省农村地区农产品销量在逐年增加，销售的手段的也是越来越丰富，但是整体呈现出规模小、种类繁多、质量参差不齐的状态，容易造成严重的农产品滞销问题。因此，针对贵州省的农村地区的农产品销售状况，农村电子商务的使用具有重要意义。

随着互联网的快速发展，电子商务的运用越来越普遍，诸多内外部因素均在直接或间接的影响着电子商务在贵州省农村地区的发展。外部影响因素主要是指农村电商发展所处的外部环境和条件，包括政治、经济、社会和技术等因素，具体体现在惠民政策、法律法规、经济环境等，都可能对农村电商的发展产生一定影响。而本文主要基于内部视角，从当前贵州省自身出发，去研究贵州省农村地区电子商务发展存在的问题。目前贵州省农村地区使用电子商务平台销售农产品存在以下几个问题：

#### 3.1. 农村电商基础设施不完善

随着经济的发展和社会的进步，我国的城乡二元化结构不断加剧，农村与城市在经济结构上存在的差异迫使城市与乡村的发展呈现两张皮的现象，催生了一系列的社会问题。电子商务向农村的引入，是提升农产品销量的有效手段，但是目前贵州省部分农村地区存在基础设施不完善的问题，严重制约了农村电商的发展。电子商务如直播带货等销售手段需要完善的设施设备，其中互联网和交通尤为重要，互联网是将农产品信息发送至外界的桥梁，交通是将农产品顺利运输到消费者手中的重要保障。农村电商无论是上行线将农产品运输到城市消费市场，还是下行线将农民日常生活用品、农业生产用具运输到农村，都需要依赖乡村物流运输能力[8]。贵州省作为西部地区高原和山地的主要代表，地理条件和经济发展都处于劣势，甚至在部分地区，互联网的使用还没有实现全覆盖，交通运输也不够便利，对农村电子商务的发展起了一定的阻碍作用，亟需进行调整与改善。

#### 3.2. 规模化和产业化不足

《国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见》指出：“产业兴旺是乡村振兴的重要基础，是解决农村一切问题的前提。近年来，我国乡村产业发展取得了积极成效，但也存在产业门类不全、产业链条较短、要素活力不足和质量效益不高等问题，亟需加强引导和扶持。”完整的产业体系是发展大规模农产品售卖系统的重要基础，是推进农村电子商务使用以促进农产品营销的基本前提。

贵州省部分农村地区的电商发展比较落后，销售的农产品主要以未加工、小规模、数量少的单一初级农产品为主，面对的消费者也大部分是零星的散客，并未形成规模化的产业模式。与此同时，由于长期受到“农产品不值钱”观念的影响，大部分农户没有正确认识到农产品大规模售卖的优势所在，表现出“可卖可不卖”的态度，缺乏主动探索农村电子商务的领头人，造成了严重的产业化和规模化不足，制约了乡村电子商务的长效发展。

#### 3.3. 农产品品牌建设不足

农产品的品牌建设是增加市场竞争力、提高产品认知度的有效途径，也是吸引更多潜在消费者的重



要渠道。贵州省的大部分农户及农产品企业缺乏现代化经营意识，在农产品的品牌打造和推广宣传方面缺少有效合理的手段，再加上农产品的季节性、存储成本高等特征，导致农产品被迫低价出售，经营效益底下。在信息技术高速发达的今天，互联网信息纷繁复杂，有个性、有特色的产品才能最终打入消费者视野，激发消费者的消费欲望。贵州省农村农产品以绿色、生态著称，凭借其环保健康、营养价值高等特点赢得了贵州当地及周边人们的喜爱，是一般作物无法取代的优质产品，以此为主题对农产品进行大力宣传和推广，是推进贵州省农村电商平台运用、打造特色农产品品牌、促进经济可持续发展的有效渠道。

### 3.4. 缺乏专业的电商人才

全面建设社会主义现代化国家，全面推进中华民族伟大复兴，人才资源发挥着无法忽视的作用。实现高质量发展，关键在人才，人才是实施乡村振兴战略的重点，也是推进农业农村发展建设的核心。随着城乡二元结构的加剧，城市与农村的发展脱节已经成为社会重点关注的问题，大量农村劳动力人口与知识分子涌入城市发展以谋取更高的经济收入，乡村空心化状况越来越严重。与此同时，由于生活环境和薪资报酬的局限性，基层政府难以吸引专业人才来为乡村发展做出系统的规划，也就造成了乡村人才紧缺的窘迫局面，极度限制了农村电商的大力发展。

## 4. 农村电商助力农产品营销的实施对策建议

### 4.1. 完善农村电商基础设施

乡村振兴视域下的农村建设，要积极推进农村电商基础设施才能保证电子商务的正常引进和农产品产业链的持续发展。一方面，在农村地区通过宽带优惠、上网补贴等方式普及智能手机、互联网、各种电商平台的使用，让村民充分了解电子商务的基础操作流程及优势所在。另一方面，加大农村交通设施建设的投入力度。交通是农村地区与外界建立联系的纽带，也是农产品能够顺利走到消费者手中的基础保障，政府应当极力避免交通条件对农产品销售造成影响，主动挖掘和推进农产品的营销渠道，为当地的经济起助推作用。农村地区的发展迫切需要基础设施的建设，但是建设前期需要大量的资金投入，在一定程度上会增加政府的债务风险，因此政府还可以通过出台相应的政策引进社会资本来参与基础设施的建设，有效缓解政府资金紧张的问题。电子商务基础设施的建设完善，可以让农产品的详细信息在电商平台有一定的曝光度，增加潜在消费者对农产品的认识和了解，也能方便农产品的储存运输，减少损耗和浪费，对于有效促进贵州省农村地区的经济发展、推进乡村振兴战略的实施具有重要意义。

### 4.2. 构建规模化农产品电商产业体系

零散商品在营销过程中不具有竞争优势，很难占领消费主市场，尤其是农产品，种类繁多、质量参差不齐等问题严重阻碍了农村农业经济的发展，因此打造规模化的农产品产业体系是解决这类问题的有效途径。首先，构建规模化的农村电商产业体系，需要将传统的单一初级农产品进行适当的加工并进行分类，增加产品的多样性和选择性，提高产品的市场占有率，与此同时，还能提升产品的曝光度，让产品体系中的商品走进更多消费者的视野。其次，对现有农产品做好标准化控制，保证产品安全性和质量一致性，打造绿色健康的农产品品牌形象，通过提升产品的质量去赢取消费者的满意与信任。最后，将农业、畜牧业、养殖业等各个产品领域的农产品全部纳入产品体系清单，打造一个“种类繁多，应有尽有”的庞大的农产品产业体系，增加农产品消费者的购买率和回头率。只有建立规模化的农产品产业体系，才能使电子商务平台的作用发挥到极致，让更多的农户了解到农村电子商务的优势所在，从而促进农村电商的发展，进一步推进农产品的市场营销。

### 4.3. 打造农产品品牌并增加宣传力度

消费者对农产品的印象比较单一，认为农产品都只是千篇一律的蔬菜水果，没有任何新意，因此想要农产品能够在种类繁多的互联网上脱颖而出，品牌打造必不可少，必须通过相应的品牌打造与宣传让消费者知道自身的特色。一方面，贵州省的农产品主要以天然有机著称，以有机为主题，打造专属于贵州省的绿色健康品牌形象，让贵州农产品成为全国各地消费者的首选。另一方面，将重点放在贵州的地形地貌上，贵州省属于典型的山地，将贵州的绿水、青山、新鲜空气作为宣传贵州农产品的重点，增加消费者对贵州农产业特色的了解。另外，产品质量是各类产品品牌的灵魂，打造品牌必须严格控制产品质量，与此同时，还要完善产品的生产、加工、存储、运输、销售一体化的完整产业链，尽可能减少农产品从农地到达顾客手中的过程中出现质量和服务问题。农产品品牌成立早期，必须加强品牌的宣传力度，让更多的消费者了解到我们的产品特点、产品文化以及品牌形象，在广告推广、产品包装、产品质量上下功夫。电商平台的发展，让更多的“外地人”了解到贵州的农产品，让贵州的绿色产品、健康产品走的更快更远，同时也能通过产品品牌的打造倒逼电子商务在贵州省农村地区的发展，对贵州的产业振兴起到助推作用。

### 4.4. 引进契合农村电商发展的专业人才

尽管西部大开发已经对贵州省的总体发展产生了一定的正向影响，但是东西部地区之间各方面的差距仍然较明显。由于地理条件和经济状况的限制，劳动人口大量涌入经济发展较快的地区，导致贵州省的持续发展缺乏有力的人才支撑，因此适当引进相应的人才为贵州省的发展出谋划策具有重要的现实意义。针对农村电商对贵州省农产品销售发挥的积极作用，电商人才的需求迫在眉睫。借助专业的电商人才，对电子商务的知识进行普及，对互联网的操作程序进行讲解，能够让农户顺利完成电商销售的整个过程，从而促进农村电商的发展。第一，从高校的人才培养入手。贵州省各高校可以增加“农村电商”专业的开设，政府部门出台相应的惠民政策留住人才并使其到农村基层去实施帮扶工作，让专业的电商人才真正走进农村、助力农村发展。第二，除了通过增加高校的理论授课培养专业的高层次人才，还可以召集一批农村村民进行培训学习，让各地区农村居民掌握电子商务的基本技能，并把技术和技能带回家乡，再通过免费集中培训的方式把知识传递给其他有需要的村民，从而层层普及农村电商的运用知识。第三，人才培养和培训都需要一定的时间，引进现有的专业人才是使发展成效立竿见影的重要手段。因此，除了上述方法之外，还可以通过加大资金投入，从全国各地引进对口的专业电商人才，以促进农村电子商务的有效发展。

## 5. 结论与讨论

农村电商在农产品营销过程中的运用，对于提升农产品的市场化水平、降低交易成本、增加就业岗位和完善农村基础设施等方面都发挥了重要的作用，有效推进了乡村振兴战略的实施。目前贵州省在利用电商销售农产品的过程中存在着电商基础设施不完善、农产品产业化不足、品牌建设不足和专业人才缺乏等问题，亟需进行改进和完善。因此，针对现有的问题，本文提出了完善基础设施、构建规模化农产品产业体系、打造农产品品牌并加大宣传力度、引进专业人才几点对策建议，以期推动贵州省农产品的产业发展，助力乡村振兴。综上所述，大力推进贵州省农村地区电子商务的发展，是活化贵州农业经济的有效途径，也是强化贵州省农业发展水平的有力措施，更是增加农民经济收入的重要保障。目前，贵州省农产品市场状况不容乐观，迫切需要引进农村电商来助力农产品的营销，以促进乡村经济的发展、提高农户的生活水平，这对于贵州省实施乡村振兴战略具有重要的意义。

本文主要采用文献研究方法,全文注重理论知识的探讨和分析。由于时间的限制,没有进行相应的实地走访调研,对贵州省各地方区域的具体情况缺少相应的探索,后期应深入到地方区域如县域和乡镇层面进行探讨,综合给出更加具体的对策建议。与此同时,由于数据可获取性的不足,本文全文重点关注理论知识的陈述,缺乏相应的数据资料作支撑依据,后期应结合相应的数据材料进行深入分析,加强文章的说服力。

## 参考文献

- [1] 杨爱君, 范志方. 电子商务助力农产品稳价保供的途径分析——以贵州省为例[J]. 农业经济, 2018(10): 134-136.
- [2] 石静. 乡村振兴背景下贵州特色农产品可持续发展对策研究[J]. 食品研究与开发, 2021, 42(15): 225-226.
- [3] 檀玮同, 刘飞. 乡村振兴背景下安徽省农村电子商务发展研究[J]. 电子商务评论, 2023, 12(3): 65-70.
- [4] 吴迪, 葛梅. 新电商助推乡村农产品营销的内在机理与实践应对[J]. 农业经济, 2023(3): 130-133.
- [5] 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.
- [6] 陈婷婷. 乡村振兴背景下农村电商发展对农村居民收入增长的影响——基于县域创业的中介效应和门槛效应分析[J]. 商业经济研究, 2023(23): 98-102.
- [7] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [8] 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.  
<https://doi.org/10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2022.11.064>