

农村电商赋能农民增收的乡村振兴策略

谢华钦 孙兴旭

黔东南苗族侗族自治州乡村振兴宣传教育服务中心, 贵州 凯里 556000

摘要:从乡村振兴的角度来看,农村电商的高质量发展是实现农业现代化、农民增收、农村全面小康的重要保障,而农民增收的实现需通过多种途径对其赋能。结合当下热门的网络购物及电子商务,通过农村电商赋能农民增收,助力乡村振兴战略的实现。基于此,对新经济形势下农村电商赋能农民增收以促进乡村振兴的问题进行研究,深入剖析了农村电商发展中存在的问题,并提出具有针对性的策略,为实现农业农村高质量发展、促进乡村振兴提供助力。

关键词:农村电商;农民增收;乡村振兴

中图分类号:F724.6;F323

DOI: 10.3969/j.issn.2097-065X.2023.02.004

0 引言

乡村振兴战略是党中央做出的治国安邦重要决定,也是实现中华民族伟大复兴的重要历史使命。实现乡村振兴,实现农业现代化,必须解决农业、农村、农民问题,这是一个关乎国家和人民生活的根本问题^[1]。随着信息化水平的不断提高和城乡融合的不断深入,许多地区乃至边远地区的农业生产和商贸活动日益便捷,发展电子商务既是发展农村经济的新路径,也是实现农产品“走出乡村、走进城市、走向世界”,进而实现增加农民收入的快速通道。从这一角度出发,通过电商赋能农民增收,不失为一种现代化、高效化的有力手段。

1 背景分析

1.1 新经济形势分析

自2020年以来,全球经济体现出动荡不定的形势,世界各国经济复苏起伏不定。中国经济面临来自需求收缩、供给冲击和需求减弱的压力,而得益于国内常态、高效的疫情防控机制,我国经济呈现出企稳回升的势头。因此,2022年的国内经济发展形势体现出“稳字当头,稳中求进”的态势。就目前来看,我国经济发展展现出强大的韧性。从消费结构角度来看,我国持续推进供需关系改革,但当下内需主引擎作用依然凸显,以2022年4月为例,全国零售总量同比下滑11.1%,但电商和网上零售继续保持增长^[2]。1—4月份,实物商品网上销售同比增加5.2%,在零售总额中的比重增加;1—2月份,社会消费品零售额74426亿元,同比增长6.7%,比去年12月份加快5.0个百分点,高质量增长势头得以延续,稳定增速和稳定发展成果的方针得到初步落实^[3]。

1.2 农村电商发展分析

近年来,国家有关文件不断出现“培育优质国产品牌”“推进区域公用品牌建设”“支持地方特色品牌建设”“支持地方特色品牌”“引入现代要素改造提升传统名优品牌”“强化品牌保护”等字眼,同时为农村电商产业指出了“品牌化+平台化”发展的方向^[4]。根据《2021年农村电商发展趋势报告》中的数据,2021年前3季度全国农村网络零售额14293.1亿元,同比增长16.3%,全国农产品网络零售额3043.9亿元,同比增长1.5%,增速比1—8月加快0.9个百分点^[5]。并且,随着乡村振兴大战略中有关农村电商的具体政策出台,将会直接或间接带动近千亿的市场规模。预计到2025年,农产品网络零售额将达到1万亿元,农林牧渔专业及辅助性活动产值届时也将突破1万亿元。综合来看,当下借助乡村振兴的风口发展农村电商,有着非常光明的前景^[6]。

2 农村电商赋能农民增收促进乡村振兴的意义

2.1 农村电商是推动乡村产业振兴的新动力

要实现乡村振兴,必须实现产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴和组织振兴的融合发展。近年来,我国农村电商发展迅速,已逐渐成为振兴乡村工业的主力军和乡村振兴的新动力。农村电子商务为乡村消费提供了极大的便利;而农村电商则是通过对农业产业的直接改造,使其自身成为第三产业,并将其与第一产业联系在一起,从而促进一、二、三产业的融合,促进了农业产业的转型升级,从而改变农业的低端价值,使农业成为高附加值产业,从而更好地满足消费者的需求。

2.2 通过转变农产品交易方式促进农产品市场发展

农村电商的发展突破了传统农业贸易的时空限

制,将农村与更大范围内的市场密切结合在一起,借助网络实现农产品的资本化。同时,因为电子商务对时间和空间的要求大大降低,极大程度地缩小了买卖双方在农产品销售过程中产生的附加成本,进一步推动农产品市场的发展。

2.3 促进农业深层次改革

农村电商深度影响和发展了传统农业,并且能够将当地优势资源加以整合,同时农产品的销售也会在一定程度上带动农产品周边的加工、包装、物流等产业的发展,在销售产品的同时也能够达到为当地“打广告”的效果,从而促进一、二、三产业的相互结合,促使农业深层次变革,从而推动农民增收。

2.4 直接提供增收和创业就业机会

农村电商除了可以直接改善农产品销路,促进农民的老旧思想观念转变,还可以助推农产品产业链上下游企业的共同发展,推进农业全产业链条的完善,增收的同时也为贫困人口提供就业创业机会与环境,赋能农民增收。

3 农村电商赋能农民增收促进乡村振兴存在的问题

3.1 农村物流产业发展滞后

物流产业大多数都是依托电商产业才能发展起来,但因为当前农村电商发展程度有限,从而也间接导致物流产业发展滞后。并且因为粗加工农产品多数对于保鲜期的要求较为严格,易出现腐烂变质的情况,且运输过程缺乏有效管控,导致产品质量下降严重。由于物流产业发展滞后会直接影响当地农产品电商销售的效果,从而给企业和当地电商发展带去不必要的负面影响。

3.2 电商发展资金来源较为单一

现阶段,农村电商产业的资金来源主要以银行贷款和农民个体投资为主,还涉及部分政策性资金,但难以挖掘社会闲置资本投资,从而造成农村电商发展资金来源单一的局面。其背后的原因主要有:其一,涉农投资的风险较高但收益水平较差,需要依赖于发展农产品的深度加工才可能有效提高投资的收益回报;其二,农村发展相对滞后,难以与城镇资本接触,缺乏投资机遇。如何破解资金来源单一的难题,为农村电商提供充裕的资金,以期实现农村电商产业的长效发展,是当下要解决的一大问题。

3.3 消费者及市场认可度较低

随着经济的发展,人们对于消费品的要求也慢慢从质量优先发展为了“质量与颜值并重”。而传统农业产物多为附加值较低的初级农产品,精细化加工不足,导致产品价值严重受限,也限制了销售渠道

的拓展,很难直接引起消费者们的购买欲。同时较为粗犷的加工也会影响到产品推广的效果,从而直接影响产品的核心竞争力。

3.4 电商人才匮乏

工业发展需要依托生产要素,如劳动力、技术和资本;而在传统农村,技术和资本两大生产要素往往都是相对匮乏的,主要体现在:第一,我国农村信息化建设滞后,很多农民文化程度相对较低,不会正确使用电商平台,导致收效不佳;第二,农村习惯于传统的面对面交易形式,对比电商,面对面交易确实存在方便购买者辨别购买商品质量的优势,这也导致农民担心电商的真实性和安全性;第三,农民普遍存在思想较为保守,不愿接受新事物的现象,而所有这都需要专业的人士介入解决。

4 农村电商赋能农民增收促进乡村振兴的策略

4.1 农业优先,彰显农村地方特色

乡村振兴的战略需要坚持以“以农为本”“以人为本”“分阶段”的原则。要大力发展农村电商,必须坚持这个理念,立足于农村的实际,找准自己的位置,把本地的农村农业作为“主打牌”,利用“互联网+”的优势。重点解决农村物流的“瓶颈”,促进农产品的网上销售,建设“互联网+县域特色经济”,借助阿里巴巴、京东、邮乐网、快手、抖音等电商平台发展农村电子商务。整合县域农特优产品,重点推介一批特色农产品,统一标准、统一包装、统一宣传,通过网络销售,提高农产品的品牌知名度,改变农村信息空白、信息传输不畅通、产业分割、生产方和市场信息不对称的状况,提高市场竞争力,促进农民增收。

4.2 城乡融合,完善电商基础设施

一是要打造县域电商公共服务平台,包括公共服务区、企业独立工作室、会议室、培训室、仓储、生活区等。其中,公共服务区域是一个开放式的交流平台,包括 O2O 展示区、“创巢”(创空间)、“头脑风暴会议室”“产品质量管理”“美工工作室”等。公共服务区主要针对有创业意愿的贫困人口、留守妇女、待业青年、有一定劳动能力的残疾人进行电商培训和孵化,并开展电商扶贫,进一步提升了县级电子商务服务中心的服务水平。二是要加速建设智能都市,构建五个主要功能(公共数据中心、智慧城管、智慧平安、智慧建筑、社区网格化)。与智慧城市相结合,构建城乡信息化网络,加快光网进村,实现骨干进村、送光纤进组、皮线进户,提高宽带、4G 网络的覆盖和传输速率。三是在农村建立完善的公共服务

设施,利用阿里巴巴、京东、邮政村、邮乐购等现有的农村电商公共服务站点,增加 LED 显示屏、电视、PC 端等设备,对站点工作人员进行培训,打造乡镇电商。

4.3 实现农旅融合,农户分享乡村旅游产业红利

农旅融合,是当下为乡村旅游产业赋能的一大热门手段,通过将乡村生活与乡村旅游产业相互融合,一方面可以为游客提供更加原汁原味的乡村旅游;另一方面可以通过游客来拉动当地乡村的经济发展,为经济发展的促进赋能。但是,在融合的过程中必定会出现发展不统一的现象,出现诸如农旅融合赋能效果不佳、经济利益分诿不均等问题,这些都会对农旅融合的进一步发展产生不利影响。农村电商可以从以下方面来解决:其一,通过电商赋能,帮助宣传当地的农旅结合项目,例如在产品宣传时加入宣传当地旅游项目的因素,通过商品输出来反向带动当地的农业产品出售。例如,结合特色红色农旅融合开发模式,在线上开设红色农旅特产专卖店,将产品宣传与当地旅游项目及内容进行融合,将线上店铺的流量与购买量转化成为当地的游客量,进而达到二者相互促进、相辅相成的目的。其二,电商赋能的对接点精确到各家各户,通过将电商平台销售所得按照各家各户实际产量进行平均分配,在切实做到利益分配公平、公正、公开的同时,也能通过产品的销售来为农户增收。

4.4 培引并举,增强电商人才队伍

在我国当下阶段,有关乡村振兴的多项农村相关改革已经开始逐步落实,但是并不能在短时间内从根源解决老一辈人根深蒂固的“走出农村才有出息”的观念。而借助互联网信息更新快、通达度高的特点,可以有效解决这一问题,并借由电商平台的特性,直接对助理村民的增收工作。电商赋能可以通过加强自身造血、支持外出人才返乡创业、互联网宣传招商引资三个方面帮助解决这一问题。首先,通过对村民进行集体培训,强化农村电商相关实用技能,例如电商平台运作机制和操作方法的培训,让大多数村民能够接受并认可电商赋能,从农村电商角度增强村民生产致富的本领;其次,有针对性地培养高素质农村电商人才,通过“先富带动后富”的形式,提高农村电商在当地的深度,以此激活农民群体内部自身造血的功能。而在支持外出人才返乡创业这一方面,可以通过对外出返乡创业者优先考虑分配电商项目的方式进行扶持,将运行难度较大、要求较高但收益也较高的项目交给外出返乡创业人员运营,并给予适当的政策倾斜,这样既解决了当地电商赋能工作中人才缺失的问题,同时也为乡村振兴工

作储备了优秀人才。

4.5 整合资源,强化电商运营支撑

农村电商要和农村物流结合起来,着力打通农村物流“最后一公里”,合理规划和统筹安排农村物流、供销等企业的主体作用,以市场化合作方式构建“工业品下乡,农产品进城”快速的双向物流通道。在县域建立县级电子商务服务中心,通过建设智慧仓储、配送中心等,提高企业的配送能力,实现网上订货、统一仓储、共同配送,创新农产品批零由线下往线上电商模式发展的转变。在县、乡、村三级物流基础设施、信息高速公路等基础上,建立乡、村电商(物流)站点多站合一、资源共享,运力共担机制。因此,农村电商要充分发挥第三方的优势,与淘宝、天猫、京东、邮政、邮乐网等成熟的电商平台进行对接,建立起自己的销售渠道和服务体系。同时,要引导、支持当地特色农产品生产企业在网上设立旗舰店、专营店,在政策、资金、技术等方面对优质农村电商企业加大扶持力度。

5 结语

随着我国数字经济的持续发展和实体经济的不断复苏,农村电商呈现出相当繁荣的发展趋势。借助各大电商平台,帮助农产品走出去,扶持地方依托资源优势、打造各具特色的农业全产业链,建立健全农民分享产业链增值收益机制,形成有竞争力的产业集群,推动农村一、二、三产业融合发展,将农村电商发展成为推动农业农村经济高质量发展的新动能。

参考文献:

[1] 张欣.农村电商政策对城乡一体化发展的影响——消费潜力的异质性调节作用[J].商业经济研究,2022(17):189-192.

[2] 刘小燕.农村电商助力乡村振兴的研究[J].经济师,2022(9):114-115.

[3] 陈述.基于农业农村高质量发展的农村电商策略研究[J].商业经济,2022(10):117-119.

[4] 王晓梅.乡村振兴战略背景下农村电商发展策略研究[J].智慧农业导刊,2022,2(16):49-51.

[5] 杨媚,武会玲.农村电商“最后一公里”配送问题研究综述[J].现代农业研究,2022,28(8):11-14

[6] 张娟娟.浅谈农村电商发展中的法律问题[J].现代农业研究,2022,28(8):148-150.

作者简介:谢华钦,男,1991年生。研究方向为巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴。孙兴旭,男,1986年生,农艺师。研究方向为农业管理与技术。