

乡村振兴战略下农村跨境电商的发展形势、挑战和路径

刘新鹏

长沙职业技术学院,湖南 长沙 410217

摘要:乡村产业振兴是乡村振兴的重要组成部分,随着数字经济的迅猛发展,农村跨境电商迎来新的发展机遇,电商交易额不断扩大,渗透率不断上升。在文献调研和数据收集的基础上,系统总结分析了阻碍农村跨境电商发展的关键因素,包括基础设施不足、产品品牌价值链低、经营人才缺乏等。在此基础上,提出了完善数字化基础设施建设、打造数字化品牌价值链、培育数字化专业人才、拓展数字化营销渠道、提供定制化产品和服务、精准把握市场趋势等六大措施,以推动农村跨境电商发展实现快速发展。

关键词:乡村振兴;数字经济;农村跨境电商;发展路径

中图分类号:F323

DOI: 10.3969/j.issn.2097-065X.2024.08.034

0 引言

实施乡村振兴战略是我国作出的重大决策部署,是决战全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务,是新时代“三农”工作的总抓手。《中华人民共和国乡村振兴促进法》第二条规定:乡村振兴包括乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴。数字经济的浪潮中,信息技术和网络平台正以前所未有的速度改变经济模式和商业格局。农村跨境电商作为数字经济与农村经济发展相结合的产物,正逐渐成为推动农产品国际化、品牌化和市场化,实现乡村产业振兴的重要力量。在这一背景下,探讨数字经济如何赋能农村跨境电商,以及后者如何借助数字技术优势实现农村跨境电商高质量发展,不仅对促进农村经济转型升级具有重要意义,也为全球贸易体系注入了新的活力。

1 农村跨境电商发展形势分析

1.1 农村网络覆盖率不断提升、电商用户规模不断扩大

随着数字乡村战略的实施,农村宽带网络不断升级,农村地区的网络覆盖率和接入速度显著提升。据统计,截至2023年6月底,互联网普及率达76.4%,农村地区互联网普及率为60.5%,较2020年提升4.6%。农村宽带接入用户数已超过预定目标,5G网络基本覆盖乡镇级以上区域和有条件的行政村。这为农村电商、直播等新业态提供了设施保障。随着网络覆盖率的提升,农村电商用户数量也在快速增长,农村电商市场存在巨大潜力。

1.2 农村跨境电商交易额不断扩大、渗透率不断上升

截至2018年,我国农村国际电商平台网点数超280万,同比增长19%,带动980万人就业^[1]。农产品通过跨境电商平台实现的交易额逐年攀升。根据海关总署数据,2023年农产品跨境电商出口额同比增长6.3%,进口额增长5%,显示出强劲的增长势头。如图1显示,2020—2023年我国农产品跨境电商交易规模逐年上升,2023年高达69 586 095万元。与此同时,农产品跨境电商占比不断提高,如图2显示。

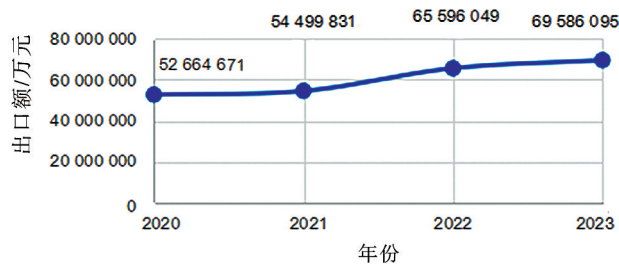


图1 2020—2023年我国农产品出口额(万元)

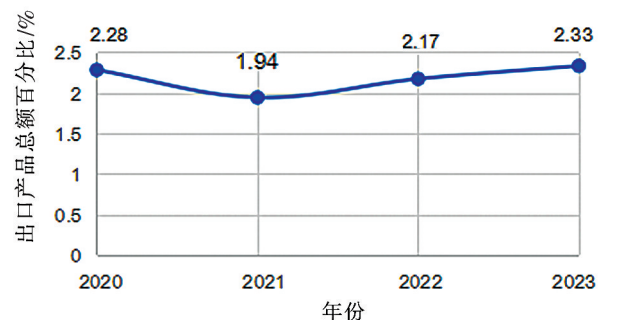


图2 2020—2023年农产品出口占所有出口产品总额百分比

1.3 农村跨境电商进入数字化产业阶段

目前,跨境电商进入到产业数字化新阶段,有力

推动了农村跨境电商的发展,表现如下:(1)助力农产品的精准种植、智能管理、质量追溯,农产品的产量和品质提升;(2)满足农产品的定制化生产和市场个性化需求;(3)促进交易环节的便捷化、智能化;(4)推动农产品生产、加工、流通等全产业链实现数字化。

2 农村跨境电商面临的挑战

2.1 基础设施建设不足

自我国加入 WTO 以来,我国农产品受到巴西、美国等农业大国的强烈冲击。王新利等^[2]全面分析了我国建立农村物流体系的必要性和紧迫性。近年来,我国农村跨境电商基础设施建设虽有明显改善,但仍然存在一定的不足。由于地区差异,农村网络覆盖率存在不均衡现象,东部地区明显优于西部地区。农村跨境电商支付、通关、检验检疫等配套设施和服务落后,亟待加强设施建设和配套服务补齐。

2.2 产品质量和标准化问题

首先,我国的农产品生产以小农户生产为主。小农户受知识水平限制,生产观念落后,标准化生产意识不强,追求产品的数量而忽视产品的质量。农村地区的检测设备不足、检测技术落后,无法对农产品进行有效的质量检测和控制。质监部门提供的农产品生产标准最新信息存在滞后现象。物流环节的农产品品质控制对消费者的体验十分重要。于翔^[3]提出通过冷链运输,防止农产品发生机械损伤,科学合理包装以加强生鲜农产品品质控制。李慧^[4]指出需要充分利用大数据技术开展冷链物流信息化建设,有效将冷链运输过程中的农产品质量及损耗降到最低。

2.3 品牌价值低

当今的时代是品牌化的时代,农产品要想与目标消费群体靠近就必须提升其品牌价值。当前,我国农村电商面临着品牌价值链低的困境,具体如下:(1)初级农产品具有易于仿制和难以区分的特点,这导致其附加值较低。(2)我国农产品标准化程度低、质量控制不足,农产品的附加值难以提高。(3)部分农业品牌在价值提炼方面存在不足,导致品牌差异化不明显、辨识度不高,难以在市场中脱颖而出。(4)缺乏品牌营销,大多数农产品通过批发市场等传统渠道进行销售,缺乏品牌营销环节,导致品牌价值无法得到有效提升。孟巾晶^[5]从思想观念、品牌营销、地方保护主义、政策等 4 个方面详细分析了制约我国农产品品牌价值提升的因素。

2.4 人才匮乏

农村跨境电商人才培养和乡村振兴战略相辅相成。赵逖^[6]指出农村跨境电商人才为乡村振兴战略的实施提供重要的智力支撑,乡村振兴又为农村跨境电商人才的培养创建良好的平台。跨境电商所需人才综合素质较强,除具备国际贸易、电子商务、市场营销、物流等专业知识外,还需具备大数据处理和分析能力。目前,城乡存在一定的差异,农村在工作环境、公共服务设施等方面与城市存在差距,难以留住跨境电商人才。

3 农村跨境电商高质量发展路径

数字经济时代,跨境电商是数字经济的重要表现形式。农村跨境电商的发展有助于农产品贸易的全球化,有助于农村经济与国际接轨。本文针对我国农产品跨境电商问题,提出如下改进措施。

3.1 重资金投入,完善数字化基础设施建设

农村跨境电商设施建设是促进农村电商发展的重要基础。要加快完善信息通信设施,缩小城乡光纤网络覆盖差异,避免基础设置建设落后导致农村跨境电商发展滞后。加强农村道路网建设,为构建高效、精准的物流体系奠定基础。调整优化升级物流企业,构建大型的物流集成综合平台。加大农产品冷链保鲜技术的研发,确保农产品在运输和储存过程中的新鲜度和品质。鼓励直播间等新型基础设施的建设,引导新零售、在线旅游、在线教育等业态在农村落地。

3.2 重产品质量,打造数字化品牌价值链

重视产品质量,打造农村跨境电商数字化品牌价值链是推动农村电商可持续发展的关键。提升农产品质量,建立标准化生产体系,确保农产品从种植/养殖到售卖的每个环节都符合质量标准,执行严格的质量检测体系,确保产品质量,引入先进的现代农业技术,提高农业生产率和产品质量。构建数字化品牌价值链。我国跨境电商销售的商品大多为初级农产品,附加值低,为打破低附加值困境,应集中精力研发设计和聚焦数字化营销战略。强化大数据分析,了解消费者需求和行为,为产品研发、营销策略等提供数据支持。

3.3 重人才培养,培育数字化专业人才

跨境电商人才是农村跨境电商发展的重要资源。高校是人才培养的摇篮。高校应完善人才培养体系,加强校企合作,合作办学,共同制定人才培养方案,通过提供实习、共建实验室、开展项目合作等方式,让学生在实操中掌握农产品跨境电商的

运营技巧和经验。开展农产品跨境电商职业培训,针对在职或有意进入农产品跨境电商行业的人员开展职业培训课程。此外,企业需要提高人才待遇,提供具有竞争力的薪资待遇和福利政策,并改善工作环境,创造晋升机会,让员工看到农村跨境电商的长期发展前景。

3.4 重宣传推广,拓展数字化营销渠道

在数字经济时代,宣传推广是产品的生命线。没有好的销售渠道,再好的农产品难以实现盈利。产品数字化营销利用数字技术和网络平台,将产品推广和销售活动推向客户。通过数字化营销,企业可精准地定位目标受众,了解他们的需求和喜好,制定更为个性化的营销策略。数字化营销不仅能提高产品的曝光率和知名度,还能通过数据分析优化营销效果,提升销售转化率。刘岩^[7]指出要在农产品个性化上进行创新发展,在网络营销模式进行创新发展。马华敏^[8]从构建农产品直播利益链、优化农产品直播带货过程、加大对农产品直播带货的监管力度几个方面提出针对性优化策略。

在新媒体时代,为做好农产品宣传工作,要充分认识到小程序、短视频观众多、传播快等优势,利用网站、公众号、小程序、视频直播带货等新媒体的宣传作用,拓展农产品的销售渠道,从口味、营养价值、药用价值等多方面宣传农产品的作用,打造农产品的特色和口碑。

3.5 重客户关系,提供定制化产品和服务

对农产品销售而言,优秀的客户关系管理不仅能帮助保持现有客户群体的稳定性,还能吸引更多的新客户,促进业务的持续发展。首先,应积极与客户保持联系,让客户感受卖家的关心和关注。客户遇到问题时,卖家应迅速响应,提供专业的解决方案,确保客户的满意度。其次,提供个性化服务是维护客户关系的关键。应深入了解客户的需求和期望,根据客户的特点和偏好,提供定制化的农产品和服务。不同年龄段的客户对农产品的口味偏好不同,应给予个性化推荐和营销。不同地区的客户饮食习惯不同,卖家应按照当地饮食习惯调整农产品构成。通过个性化的营销充分赢得客户的信任和忠诚,形成持续的用户黏性。

3.6 重市场挖掘,精准把握市场趋势

利用大数据统计功能已成为提升销量的关键所在。通过对海量农产品销售数据的深入挖掘与分

析,可以精准把握农产品市场趋势,了解消费者需求,进而制定更为有效的农产品销售策略。大数据还能帮助优化农产品库存管理,避免农产品库存积压变质导致的损失,降低运营风险,提升运营效率。在数字经济时代,只有充分发挥大数据统计功能的优势,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现销量的持续增长。

4 结语

跨境电商为振兴乡村企业提供了新的路径。在数字经济时代,农村跨境电商呈现出喜人的发展形式,发展潜力巨大。同时,也面临着基础设施不足、农产品质量差、标准化程度低、品牌价值链低、人才匮乏等挑战。为迎接这些挑战,本文提出如下6项措施:加大资金投入,完善数字化基础设施建设;提升产品质量,打造数字化品牌价值链;加强人才培养,培育数字化专业人才;注重宣传推广,拓展数字化营销渠道;重客户关系,提供定制化的产品和服务;重市场挖掘,精准把握市场趋势。只有补齐各项数字化技术短板,才能充分带动农村跨境电商的发展,快速实现乡村产业振兴。

参考文献:

[1] 李秋燕.乡村振兴背景下农村跨境电商人才培养路径探析[J].电子商务,2020(8):67-69.

[2] 王新利,张襄英.构建我国农村物流体系的必要性与可行性[J].农业现代化研究,2002,23(4):263-266.

[3] 于翔,王成林.基于电商物流的生鲜农产品品质控制[J].物流技术,2018,37(9):27-31.

[4] 李慧.基于大数据时代背景下农产品冷链物流一体化模式研究[J].辽宁经济,2019(8):18-20.

[5] 孟巾晶.我国农产品品牌价值提升的路径研究[J].环渤海经济瞭望,2021(1):104-105.

[6] 赵逊.乡村振兴战略背景下农村跨境电商人才培养存在的问题及对策研究[J].农村经济与科技,2021,32(20):151-153.

[7] 张荣家.优势、挑战及策略:乡村振兴战略下农产品直播带货[J].数字农业与智能农机,2024(2):107-109.

[8] 马华敏.直播带货助推农产品营销模式升级路径研究[J].商业经济研究,2021(15):81-84.

作者简介:刘新鹏,女,1988年生,讲师。研究方向为贸易经济、职业教育。