

乡村振兴背景下农村电商发展的影响因素与作用机制

常勇杰 肖莹莹 马京莹 李燕舟 李敏

(廊坊师范学院 河北 廊坊 065000)

[摘要]乡村振兴战略在党的十九大版高中被总书记提出,是解决“三农”问题的良好举措。农村电商的发展得益于乡村振兴战略的提出,农村电商发展拥有巨大的潜在市场,在疫情突发的情况下,线下实体店的运行收到了阻碍,给线上售卖的方式提供了好的机遇。同时互联网的发展给电商直播提供了便利条件。本文分析影响乡村振兴战略和农村电商互动发展的因素,并为此提出对应的建议与方案。

[关键词]乡村振兴;农村电商;影响因素;作用机制

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1494

我国农村地区的数量较多,农村居民人数较多,用电商的形式发展农村经济有很大的潜力。如今互联网+大数据高速发展,为电商直播提供了便利条件。但农村电商的发展仍有很多因素影响,分析其影响农村电商的因素并为其提出建议。

一、农村地区电子商务发展的背景

广阔的村落数和乡村人口对电商来讲有着数量可观的市场。中国科学技术的快速发展使各区域互联网逐渐深化开展,更多人在生活中有机会认识、利用互联网。农村电子商务拥有巨大发展潜力,且农村居民收入不断提高的现状下,他们的资金具有更大优势^[1]在乡村振兴政策的鼎力支持下,互联网行业在乡村飞速开展,给乡村经济进步带来了新的生机。

电商逐步提高社会认知度,在国民生活中已逐步深化到各范畴的使用,完美的体验和安全性让更多人热衷于其中。更多较为传统的互联网农村新手用户也逐步尝试电商,使得该地域电商推广也如虎添翼。电子商务技术的不断优化升级为乡村地区发展注入新活力,持续引入更多的人力物力,全面推进了农村地域电子商务开展。

二、农村地区电子商务发展的现状

疫情的暴发严重阻碍了线下实体行业的发展,给线上电商行业的崛起带来了绝佳的机会,农村电商也顺势而起。农村地区电子商务的发展规模不断扩大,促使就业人数持续增长,整体市场呈现区域差异性特点,但农村电商仍处于起步阶段,相较于大行业发展存在较多的不足之处,如:农村电商数量少、规模小,产品仍采用依旧传统销售方法,没有充分利用线上电商渠道促成交易等。

三、乡村振兴背景下农村电商发展的影响因素

(一) 基础设施的影响

基础设施出现问题就可能阻碍到地区的发展,网络设施不便捷。农村地理位置偏僻,大多村落规模较小,投入过多设备可能不会产生相符的经济利益,因此农村基础网络设施的投资建设一般是按照最低标准进行,其中光缆、交换机、网桥、中继器、路由器及网关等设备落后^[2],难以满足稍大基数的上网需求。

交通设施不通畅。目前,农村多为无覆盖的泥土路,遇恶劣天气,难以确保运输途中的产品质量和速度;老旧的道路过车艰难,而运输货品需要使用的大型汽车无法进入产地运输,被迫采用散装运输,耗费了大量时间精力由于缺乏管控,运输途中可能出现车辆占用道路的现象,严重影响运输物流。

物流设施不完善。农村地区物流设施不完善。农村物流站点数量少,农产品收获需要物流大批量运输产品,但现有物流点远不能满足产品的运输需求。物流基础设施落后,农产品配送以货车为主,缺少保鲜库,但生鲜农产品大多需要冷藏保鲜冷链运输,普通仓库储存和货车运输影响了生鲜农产品质量,

直接增加物流运输成本,导致电商从价格和速度上失去根本优势,损害农产品商户的利益。^[3]

(二) 资金方面的影响

资金直接助力于电商发展,融资难易度、投资风险和资金投资回报率等都是制约电商发展的关键因素。

融资极其困难。农村经济薄弱,融资水平低,远不及大额融资的标准。而农村银行贷款金额少、利息高、申请困难。农产品生产周期长,风险高利润低,部分投资机构也不提供农产品资金投资的服务。

投资风险大。农产品生产极易受天气、虫害等不可控因素影响,可预测性差、可补偿性差、风险存在期长,一旦被影响造成的损失极大,一般投资会选择性规避该行业。

资金投资回报率低。电商发展需要不断投入资金,购物平台入驻费、保证金及投放广告费、不断投入的运营维护及推广费等资金需求应接不暇。若销售不景气,资金与收益差距悬殊,投资回报率极低导致短期内入不敷出,将会强烈打击创业者的积极性。

(三) 思想落后的影响

农村发展落后、老人孩子居多且教育水平低下,导致思想观念相对落后,很难接受新鲜事物,各种资源不能实现集中统一管理,销售方式和状态落后。对电商等新兴行业存在很大抵触心理和误解,缺少品牌意识,忽视产品的品牌效应,不能充分发挥农产品的潜在商业价值。

消费需求普遍不高,对生活质量要求低,很难购买欲,大部分老人习惯于现场“以币易物”的方式,不信任互联网电商,网络中诈骗的案例更让农民对这种交易模式产生抵触畏惧心理。

(四) 人才储备的影响

城乡经济发展不均衡,教育的局限导致技术性人才稀缺,农村劳动力大量流向城市,而电子商务对于互联网的运用和营销要求高,剩余人口呈幼龄化和老龄化,导致农村失去了人才支撑,加之农村生活环境差、工资低,缺乏吸引优秀人才的条件,大多毕业生不愿到农村就业创业。

(五) 整体规模的影响

农村多为散户经营,以家庭作为生产经营单位,生产规模小且分散。而居住相对分散,服务对象是广大个体农户,导致了农村消费市场的分布广。具体到农户,品种规模又少,导致农村区域市场与其他地区市场的衔接之间存在着严峻的问题。^[4]

(六) 政府政策的影响

政府对农村信息技术、电商人才引入的政策效果不明显,给予足够的财政支持才能够有效地改善乡村区域电商经营条件。没有适合各区域政策的大力支持,农村电商将会更加举步维艰。

四、乡村振兴政策与农村电商发展作用关系

(一) 乡村振兴政策是农村电商发展的前提

十九大报告指出,“三农”问题是党的重点问题,相关部门一直在不断完善加强乡村振兴战略的布局,随着国家扶贫工作的全面胜利,农村的贫穷问题也得到了有效的缓解,人民的生活环境也有所好转,人民的生活方式也发生了很大的变化。在我国,农村电商发展形成电商-个体经营模式、电商-企业合作模式、电商-集体销售模式,农民的需求得以满足,农村经济在电商的运行中得以发展。如今处于网络飞速发展的时代,乡村振兴战略为农村经济提供了政治保障,稳定了农村电商这种新形势。

(二) 农村电商的发展是乡村振兴政策的体现

农村电商的形式改变了传统农村经济发展的新形势,也顺应了乡村振兴发展的新政策。农村原先经济的发展只靠单一的农作获取,电商直播的方式则为农村注入了新兴的血脉。首先电商直播的方式减少了商品的流通,降低了农民的生产成本,其次通过电商直播的方式可以使农产品的销售范围更广,在农民足不出户的情况下可以做到大范围的销售及盈利,促进了农村的经济发展。农村货物直接从互联网上输出的模式胜于门店与消费者对接的模式。各种平台通过大数据的整合,利用大数据将市场信息、物流信息、货物信息等一一展现出来。从只会劳作的农民成为了特色农产品的直销商。

(三) 乡村振兴政策建立现代农业体系,优化农业结构

随着互联网+和电商直播的发展和疫情的影响,农村电商的发展符合了消费者的需求,也满足了生产者的销售模式,使农民摆脱了单一的农耕维持生计的束缚,转向了现代化企业,通过对我国农村的经济组织结构进行优化,对农业系统进行了改造和升级。乡村振兴促进了网络直播在农村的发展,而农民通过电商直播的形式带来收益的同时,也在其运行的过程中运用了互联网,现代的经营理念,逐步的渗入到农民之中,乡村振兴政府之中,在农村中得到深入的发展。从而更好的建立现代农业体系,优化农业结构。

五、乡村振兴战略下农村电商发展建议方案

(一) 国家大力支持,鼓励农村电商发展

国家要制定对农村电商发展的扶持政策,壮大农村的经营电商主体。制定相应的农村电信技术、电商引入人才技术改善名村区域的电商经营条件,为农村电商提供合适的经营环境。制定融资政策、贷款政策、投资政策保证卖家的基本权益。从宏观上进行引领和指导,在微观上落到实处,整体上共同推进农村电商的发展。

(二) 改善农村的基础设施环境

改善农村的交通环境,确保运输途中的商品的质量和速度,及时补修乡村公路,推动农村地区交通设施建设,形成完整的农村交通运输网。派相应的管理人员去管理路况,防止交通堵塞的问题发生。制定合理的预防方案,在遇到恶劣天气及不可控的因素中能够快速有效的进行解决。开展专业运输路线、减少产品在运输过程中的损失,建立冷藏系统和保鲜系统保障产品的质量。

(三) 完善农村物流体系

加强农村的网络建设,扩大互联网的覆盖面积,使家家可以用互联网检查自家货品的物流信息及市场情况,建立规范的物流行业服务流程,提高快递行业的服务质量。多设置物流站点,提高物流的运输速率、降低物流成本、保障物流运输质量。使物流点和产品运输之间达到双向平衡,产品价格和物流

速度得到正向发展。打造优秀的农村-其他地区的网络综合销售平台。

(四) 加大对农村电商发展的投入

扩大对企业资金的投入和管理,保证收大于支,为发展农村创造有利的金融环境。提高资金投资的回报率,对广告费,运营维护费和推广费有合理的使用。提高电商卖家的积极性。加强对电商企业的资金管理,政府支持加大融资,降低投资风险率,识别正规的贷款及融资机构,保证发展中的平稳运行。建立多形式的农村金融市场,增加对农村的投资比例,为农村电商的发展提供足够的资金支持。

(五) 加强对农村的思想教育、提供技术支持

农村地区思想观念较为落后,接受新思想的能力较弱。应制定相应的策略加电商等新兴行业灌输给农村居民的思想观念中,树立品牌意识,发挥农村现有产品的潜在商业价值。为农村电商提供技术支持,对互联网的运营和电商平台的搭建进行相应的指导。将零散的资源整合化,进行统一且集中的管理。让去城市工作的人电商人才的回归,将有助于农村培养出更多懂得网络、科技的新一代的优秀人才,为振兴乡村做出更大的贡献。

(六) 塑造农村的电商品牌

首先挑选质量过关的农业产品,进行层层的选择,做好品控。对销售的产品进行特色区域的农产品认证、打造特色的农产品品牌。制定合理且统一的检测标准,推动产品的标准化生产。在产品享受后,做好对应的售后服务,可实行从售卖到售后的一条龙服务,提高产品认知度,打造良好的产品品牌,推动农村电商的专业化发展。

六、结语

在乡村振兴战略不断的促进中,发展农村经济已是一个非常关键的环节。在互联网的快速发展和突发疫情的情况下为电商直播带来了便利条件广大的乡村,人口众多,发展潜力很大,网络为乡村建设带来了一种全新的途径。然而,推动农村电子商务的深度发展仍具有长期性,大部分的居民对其形态还不熟悉,仍是以传统的农业生产模式为主,为此必需加强对乡村电子商务的投资,加强技术扶持、融资、打造乡村电商品牌等措施。在新的乡村发展战略下,农村发展面临着新的机遇与挑战,必须重视乡村振兴战略与乡村振兴之间的作用关系,在乡村振兴大环境下,为农村经济发展带来新的活力。(指导老师:韩立娜)

参考文献:

- [1] 万津津,陈刚,刘玉轩.我国省域农村电子商务绩效的影响因素及发展策略[J].商业经济研究,2021(6):75-78
- [2] 袁津生,吴砚农.计算机网络安全基础[M].北京:科学出版社,2004:15.
- [3] 蔡雁岭,凡瑾.农村电商供应链主体利益分配机制研究——以河南省县域农村供应链数据为基础的分析[J].价格理论与实践,2021(05):1-4.

基金项目:河北省教育厅2020年大中学生科技创新能力培育专项“农村电商助力河北乡村振兴的创新发展路径研究”(22E50477D)。

作者简介:常勇杰(1999—),女,满族,河北省承德市人,本科,研究方向:会议展览与策划方面。