

农村电商在巩固脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接中的现实困境与路径研究

游艳秋

(四川工商学院, 四川 眉山 621000)

[摘要] 脱贫攻坚和乡村振兴是我国在解决“三农”问题上的两项重大战略举措。2020年中国实现了全面脱贫,创造了人类减贫史上奇迹。在巩固脱贫攻坚与实施乡村振兴,建立有效衔接时期,为进一步促进农村发展,将农村与互联网相结合,大力发展农村电商,有效建立驻村脱贫攻坚工作队在农村电商发展的作用机制,可激活农村市场,扩大农产品销路,增加农民的经济收益,对脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接有一定作用。

[关键词] 脱贫攻坚; 乡村振兴; 农村电商

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.06.1004

2015年的中央扶贫开发会议、十九大报告、中央一号文件等都直接提及到“三农”问题,“三农”问题也是党和国家最为关切的问题。党和国家先后制定了一系列政策措施,从政策到资源、人力、物力等进行了大量投入。农村要发展,必须挖掘资源优势,让农产品能够走出去、销得好,拓宽农产品市场。在巩固脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接期,要加快推动农村发展,增加农民收入,防止返贫成为了关键。

随着互联网的快速发展,电子商务影响并改变着人们的日常生活,成为加快经济发展的新动力。在农产品销售中,网络成为重要的销售渠道。通过农村电商助力国家脱贫攻坚和乡村振兴,有利于农业的升级发展。同时,在驻村干部队伍的带领下,开展电子商务,对激活农村经济,助力农村拓宽农副产品的销路,提高农民收入,推进农村经济的可持续发展具有重要作用。

一、我国农村电商发展的现状分析

(一) 发展迅速, 前景广阔

随着国家加大对农村产业的支持,在助力脱贫攻坚中,农村电商得以迅猛发展。在未来相当长时间电商的带动下,能够有效激发农村的经济活力。根据中国互联网信息中心第47次《中国互联网发展状况统计报告》显示,截至2020年12月,我国农村网民规模逐步扩大,互联网普及率达到不断提高,在2020年扶贫成效中,网络成为重要工具,网络作为农村扶贫的重要手段在2020年让更多的农产品走出了乡村,更好地保障了2020年脱贫攻坚的圆满收官。

(二) 基础设施逐渐改善,网络扶贫激发农村电商的发展

贫困地区发展困难,受多种因素的制约。国家实施脱贫攻坚过程中,加大对基础设施的投入,有效地促进贫困地区条件改善。目前,县乡依托农村淘宝运营、菜鸟物流中心、淘宝综合服务站等配送体系的建设,在配送上有了较大的改善,对解决配送中的最后一公里起到了重要推动作用。2020年,国家在农村进行网络基础设施、公共服务、数字乡村等方面投入与建设,有效地促进了“十三五”规划要求的完成。网络扶贫+网民热情,让更多的网民看到了“贫困地区的特色农产品”。

(三) 农产品线上交易的数量和种类逐渐增多

在脱贫攻坚中,需要建立农村发展的产业支撑,依托农村资源优势,将农产品快速的销往全国,提高销售途径和销售量。随着国家对农村网络基础设施的建设、农村网民的快

速增加,依托“电商+基地+合作社+农户”的模式,建立农产品的生产、采摘、销售、服务于一体的销售体系。通过线上渠道,将越来越多的农产品销往全国,不仅在数量上有所增加,种类也日渐多样化。根据2021年中国农产品电子商务发展报告显示,目前,我国涉农交易类电商接近4000家,并初具一定规模。可见,当前我国农产品线上交易的数量和种类逐渐增多,发展越来越广阔。

(四) 农村电商培训持续深入, 定点帮扶不断推进

农村发展,依赖于人才,人才建设中乡村建设的重要组成部分,须提高农村群体的整体素质。如何有效激发贫困地区自身发展的内生动力,成为农民增收的一项难题。国家在加强农村建设,推进脱贫攻坚中,对有条件的地区,持续开展电商培训,实施电商进农村,让农村电商成为农民脱贫增收的一种有效方式。针对电商发展优势地区,不断地扩大电子商务在农村的覆盖面,有效地促进农村电子商务发展,为建立一支具有一定农村电子商务技能的人才队伍奠定基础。

二、农村电商发展的现实困境

(一) 基础设施薄弱, 缺少相应的配套

农村电商的快速发展,需要有相应的基础设施和配套支撑。贫困地区地处偏远山村,交通相对落后,距离城市较远,运输距离远,无形中增加了物流成本,客观上制约着电商发展。资源进不去,产品更出不来,运输成本高,导致农产品在市场上缺乏竞争力。由于交通条件的限制,物流配送缓慢,加之农村的物流体系建立成本高,自身比较薄弱,使得生鲜产品无法外运,使得资源无法实现财富的转换。在偏远地区,由于基础设施比较差,网络基础设施建设跟不上,相关的配套设施比较滞后,一定程度上影响到农产品网上销售。

(二) 农产品电商意识不充分, 缺少品牌意识

目前,仍然存在较多人缺乏农产品电子商务认识不充分,农村电商发展缺乏品牌意识。随着消费水平的提高,人们不再仅仅满足吃饱、穿暖的基本需求,对物质生活、产品质量和特色等方面提出了更高要求。对于农产品而言,它的产地、质量、外观、口感等成为人们选择的重要因素。目前,从电子商务的发展情况来看,门槛要求比较低,我国农村电商类网站较多,趋同化严重。由于本身各平台的监管和本身产品质量不同,加之很多农产品在平台只进行销售,缺少对产品本身的监管,也无法进行产品的溯源,严重影响到消费者的消费体验。此外,农产品在源头生产上没有形成集约化生产经验,缺少品牌,无法实现从种植到生长到采摘的

溯源一体化，农产品的品质无法得到有效保障。

(三) 农村产业基础薄弱，抵御风险能力差，容易出现返贫

农村缺少产业支撑，青壮劳力外出务工，人口逐渐向城镇流动，留下的群体主要是老人、留守儿童和妇女。农村的人员流出现象严重，不利于农村的长期发展，加之农村人口整体受教育水平低，经济来源结构非常单一，在就业市场选择中，缺乏竞争力，抵御风险的能力差。从产业发展结构来看，农村地区缺乏产业支撑，甚至很多地方第二、三产业薄弱，导致对于政策的依赖性比较高。部分地区在扶贫产业发展上存在同质化现象，缺少对贫困地区长远规划，导致一些项目集中发展，无法形成特色和优势。

三、农村电商在巩固脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的路径

网络扶贫作为脱贫攻坚的重要手段在“十三五”期间其发挥着巨大的作用，有效助力了精准扶贫，让更多的农产品通过网络走出了乡村，也涌现了大批网民参与到网络扶贫当中。农村电商在助力乡村振兴，拓宽农产品的销路，激活农村经济，开拓市场，提高农民收入，实现农村和农业的可持续发展中发挥了重要作用。

(一) 提高驻村干部整体素质，加速驻村脱贫攻坚与乡村振兴队伍的团队合力形成

党的十八大以来，国家选派数名政治过硬、能力突出的司处级干部去国家定点帮扶县开展扶贫工作，推动了贫困地区的发展。在脱贫攻坚与乡村振兴过程中，驻村干部仍然缺乏电子商务基础应用能力，没有对其进行相关系统的电子商务培训，缺乏相关农产品电子商务意识，这导致驻村干部在农村电商发展过程中助推力显得相对薄弱。而现实中驻村干部经过长期对当地基础设施、产业开发、村务管理、组织建设等各方面工作，与村民建立了良性互动，已经成为了发展农村电商的重要关系纽带。因此，提高驻村干部整体素质，加强对驻村干部系统性、专门性电商培训，发挥他们在脱贫攻坚与乡村振兴中的纽带作用，并形成团队合力，完善驻村干部各项考核机制并发挥其监督作用，能够较好地巩固脱贫攻坚成果，进一步推动乡村振兴。

(二) 加快推进电商进农村，完善电商进农村的培训层次

在电商进农村的示范带头作用下，用足电商平台，加强定点帮扶地区的电商培训，完善电商进农村的培训层次。从电商普及培训到技能培训的不断深入，能够有效地带动农产品销售，带动贫困户增收。巩固脱贫攻坚成果，贫困地区必须要建立稳定的人才队伍结构，把了解、熟悉农村、愿意在农村干事创业的人才留住，持续为农村发展贡献智慧和力量。农村地区要留住青壮年，必须要有产业支撑，有相应的就业岗位，以产业带动就业。当前，农村电子商务发展迅速，在网络经济迅速发展的时期，抓住电子商务发展机遇，提升农村青壮年的电商电子商务技能，能够有效促进农村经济发展并留住青壮年人才。同时，可建立健全农村人才引进机制，建立院校+农户的培训机制，加大对农村本土人才的培养力度，培养贫困村产业发展的带头人。农村要发展，农业产业要兴旺，既要留住人才，同时也要引进人才，建立大学生创新实践教育基地，引导成功人士回乡发展特色产业。贫困地区社会经济发展落后，地理环境是一方面，劳动力素

质整体偏低，思想认识不足也是重要方面。要继续加大扶志和扶智力度，提升贫困群众的思想认识，激发贫困群众作为最广大劳动者的劳动热情。通过教育、宣传、广播新闻媒体等方式，开拓群众的眼界和视野，激发广大群众的内生动力。

(三) 加强政策支持力度，完善农村基础设施

巩固脱贫攻坚，促进乡村振兴，需要保证政策的延续性。继续加大对于农村地区的投入。首先，道路交通和基础设施的改善，是加快农村快速发展的基础条件。农产品要能走得远、社会资源要引得进，道路交通的改善是先决条件。在改善农村配套基础设施建设，在道路、交通、通信等方面增加政府的投入力度，完善公共基础设施配套建设。其次，加强农村地区物流体系建设，尤其是冷链物流配送。对于农村，生产食品的外运，保鲜和冷链技术要求比较高。农村需要相应完善冷链配套等基础设施建设。最后，要进一步完善农村地区网络配套设施建设，保障网络信息的稳定性，对农村电商的发展至关重要。

(四) 树立品牌意识，提高农产品质量

在农业发展中，需要进一步加强农产品的质量，打造和培育具有特色的农产品品牌。农产品必须要加强质量监管，建立从种植、生长、销售到售后的监督体系，实现信息的溯源。在农产品品牌化建设中，需要依托地域特色，将产品包装、网上营销与乡土文化、地域文化等融入到产品设计中，加强吸引力，有故事性，打造绿色农产品，将农业种植、生产、销售和旅游开发相结合，实现农产品的产业化经营。大力发展农民合作化组织，将“农户+基地+合作社”的发展模式，实现农户和市场的有机结合，及时调整农产品的生产，将农产品走规模化、集约化的发展之路。

四、结语

巩固脱贫攻坚与实施乡村振兴的有效衔接，建立农村产业支撑，以产业带动就业，让人才留在农村，实现“农村优势资源+互联网”的有机结合，进一步优化农村电商环境。在乡村振兴带动下，挖掘农村的特色与优势，让农村不仅有乡愁，更有发展的广阔前景。

参考文献

- [1] 第47次《中国互联网络发展状况统计报告》，<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/202102/t20210203-71361.htm>
 - [2] 漆文明，乡村振兴背景下农村电商扶贫的困境与路径[J]，商展经济，2021.7.30
 - [3] 丁璐，加快农村电商体系建设 积极助力乡村振兴战略[J]，中国合作经济，2021.2.20
 - [4] 马迪，农村电商助力脱贫攻坚对策研究[J]，农村经济与科技，2020.9.20
 - [5] 胡锡清，驻村干部要在乡村振兴中找准位置[J]，四川日报，2021.7.26
 - [6] 尹晓波，乡村振兴背景下农村电商精准扶贫问题研究[J]，常州工学院学报(社科版)，2021.2
- 基金项目：课题项目：课题名称：《农村电商在巩固脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接》2021年四川省高校哲学社会科学重点研究基地 发布平台：四川新农村乡风文明建设研究中心 课题序号92。