# 乡村振兴视角下陕西省农村电商发展现状及路径研究

实施乡村振兴战略，是党的十九大作出的重大决策部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化强国的重大历史任务，是新时代做好“三农”工作的总抓手。

2022年中央一号文件提出，要重点发展农产品加工、乡村休闲旅游、农村电商等产业。乡村振兴战略是新时代统筹农村发展，实现农业农村现代化的重要途径，是建设美丽乡村、美丽中国的重要举措，总要求包括产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕。

电子商务利用网络通信技术，在促进社会创新方面发挥着重要作用，通过物流网络跨越了空间的界限，为不同区域涉农主体在市场信息共享、经济交流合作、商品与服务交易等方面提供了一个网络平台，促进了农产品多元化销售途径，提高了农民收入水平。

随着乡村振兴战略的提出和互联网技术向农村渗透与普及，农村电子商务发展势头迅猛，已经成为当下农村经济发展的新亮点。

陕西省农村电商发展概况

近年来，陕西省积极响应国家号召，对扶持电商发展工作进行了大胆尝试，推进电子商务平台进村落户、物流配送、金融服务三者合一的系统结构规范建设，大力引进或扶持本地电子商务进农村，有效地推动了农村电商产业发展。

目前，陕西省大部分农村地区已经具备了发展电子商务的硬软件基础条件和市场、技术等相关配套服务等基础设施，再加上国家政策的保障和倾斜，在互联网和各种社交平台迅速发展的情况下，农村电子商务已经进入一个全新、快速发展的时期，并迈向区域集聚发展的新时代。

随着农村互联网交易文化的深入发展，农村地区的网络交易量逐渐增加，电商向农村地区的渗透日趋迅猛并成为促进就业、改善产业结构、调整农村经济发展、促进贸易流动畅通、提高农民收入的重要引擎。

农村电商发展存在的主要问题

(一)农村电商运营管理专业技术人才缺失

电商产业是智力密集型产业，需要高素质与懂技术的实用型人才作支撑。农村电商建设需要根据本区域的产业结构、发展方向和人才属性等实际情况进行部署，其中最为关键的是专业技术人才的培养。

但由于农村地区基础设施差、配套落后，具有电商专业技能的人才不愿意到农村工作，农村电商专业技术人才面临引进难、留住难、后继乏力等问题，农村地区电商人才的极度缺乏，严重束缚了农村电商产业规模扩大的步伐。

在电商人才培养模式方面，农村电商从业者所接受的培训以室内授课为主，理论性强但实践性差，培训效果不佳，再加上本地电商培训师资严重缺乏，培训课程没有因地制宜，农村电商从业者的信息技术更新迟缓，专业技术能力不强。

此外，乡镇大部分物流、快递行业代理人员和从业人员素质参差不齐，以“夫妻店”居多的快递代理专业服务能力不强，缺乏行业规范，服务质量差，严重制约了本地区农村电商的可持续发展。

(二)农村电商主体对电子商务的认识不足

从陕西省农村电商发展的实际情况来看，农村电商的发展具备广阔的发展前景，同时面临着严峻的困难与挑战。电子商务理念、微商营销、直播带货等互联网思维概念在农村地区仍是新鲜事物，认知率较低。

农村居民接受教育程度相对较低，对于新鲜事物尤其是互联网相关的专业知识认知水平不高，大部分农村居民容易接受的互联网形式为短视频，但也仅限于收看视频直播和网络新闻，鲜有利用其平台进行农特产品销售的想法；一些基层公职人员对电商的认知也只停留在网络直播带货等网购的水平，将电子商务与其他产业相互割裂，脱离了实体产业，或将电商仅仅当作一种销售渠道的营销手段，忽视了与现有产业的融合。

(三)农村电商基础建设和服务体系薄弱

通信宽带和电脑网络等基础配套设施是开展电子商务的前提，虽然网络已在农村地区普及，但当前农村居民以中老年人群为主，主要使用网络收看电视，缺乏互联网与乡村产业深度融合发展的探索。

陕西省虽然早已迈开了农村电商工作的发展步伐，但由于农业农村、市场监管、工信、财政及乡镇政府等多部门联动不够，导致农村电商工作重视程度不高，乡镇政府在农村电商方面尚未建立起良好的组织保障机制。

农村电商融资方式较为单一，遇到资金周转困难时只能从银行贷款，这种信贷方式要求严苛，经常出现银行审核多日后因条件不符而不予放贷的情况，导致机会错失。

同时，受传统求稳思想影响，农民对金融产品的概念和模式也难以接受，没有形成以正规商业贷款为基础、其他多种功能金融互补的金融服务体系。

(四)农村电商物流供应体系不完善

物流是农村电商发展的基础，陕西省农村公路网络虽然日益完善，但物流基础设施建设、物流技术和物流人才仍然无法满足当前农村电商的发展需求。

大部分农村基础设施建设和规划未将物流设施纳入其中，农村地区的高级公路占比小，无法形成多种运输形式联动的交通网络，尤其是山区交通更为不便，无法满足一些不耐存储的农产品快速转运的运输需求。

农村电商发展中的物流成本和配送成本是亟待解决的问题，而大部分村庄常住人口少、村与村之间距离远，快递驻村设点往往面临着成本高、收件少、利润低的问题，物流企业无法解决盈利与现实问题之间的矛盾，导致物流快递进村入户的节奏慢、步伐缓。

(五)农产品品牌意识淡薄

农村电商经营主体大多是单打独斗，无法及时准确地获取或整合农业产业化市场、生产、技术、政策、人才等资源信息，难以应对千变万化的市场。

此外，对于终端渠道的开拓仅停留在销售阶段，未建立农产品品牌，农产品品牌营销的缺失意味着涉农领域的电商企业无法将自身的风貌、文化和信誉植入消费者心中，难以在消费者心中留下产品优质、服务优良的印象，不利于培养消费者的忠诚度；同时会降低产品核心竞争力，提高了产品被同类型产品替换的风险指数，在竞争激烈的市场中无法长久立足。

绝大多数的农村电商企业因为缺乏对市场发展规律的深度调研和了解，营销理念落后、营销模式老旧、营销手段单一、营销规划不够长远、资源整合不到位，没有将企业自身实际情况与市场发展前景、资源开发状况有效结合，无法实现对市场的高效拓展。

乡村振兴背景下农村电商发展的路径

(一)完善农村电商人才培养体系

构建完整的农村电子商务人才培训体系，涵盖电子商务相关层次、服务体系、支持体系的管理和应用人才的阶梯式培训。

一是引进专业的电商培训机构，组织开展面向基层党政干部、涉农企业、合作社社员、涉农领域创业者等不同层次群体的电商培训班，重点培育电商专业运营人才，为电子商务在农村的发展营造良好的氛围。

二是开办不同周期的培训班，组织学员边学习、边就业、边创业，以本地农特产品为教具，促进一二三产业融合发展。可通过行业峰会、主题沙龙、课程教育、应用实操、专业论坛等多种方式，教授常见电商平台基础操作、新媒体营销、智能手机应用、社交电商、网购操作等课程内容，满足涉农电商的需求。

三是通过专家讲座进行电商思维开拓类培训，学习行业最佳案例，了解当下最新的电商资源，熟悉各级电子商务发展政策，提高服务电子商务产业发展的能力。

四是探索多种形式的培训方式，充分利用互联网直播等平台进行线上培训，融合理论知识与实践技能提升。

五是积极开展校企合作，通过订单培养、工学结合等方式，科学开展课程教学，培养输送专业人才，着重培养农村电商专业实用人才，同时，选择合适的农村电商企业作为学生进行生产实践的实习基地，使学生尽可能在就业前了解农村电子商务企业的运营情况和运营环境，提前适应岗位并加强对所学知识的实际应用。

(二)加强农村电商基础设施建设，完善农村电商服务体系

农村电商的运营离不开互联网基础设施建设，网络的流畅程度也会影响电商交易速度。

各级政府要从本地区实际出发，在政策上适当向基础网络相关设施的开发建设倾斜，帮助农产品经营企业或涉农电商主体牵头引进先进的信息化网络设备，尤其是偏远地区网络设施的建设完善，从而加快农村地区互联网与信息技术的普及，提高农村网络覆盖率，从源头上加速农村电商的发展。

利用现有设施，建设农村电子商务公共服务中心，配置专业的电商人才，为企业、个人提供创业孵化、网店运营、客服培训、数据信息共享、店铺代理运营或委托管理等公共服务支撑。

同时，充分发挥电子商务公共服务中心的关键作用，科学统筹镇村电子商务运营、货运配送、人才培育、技术交流、创业融资和扶贫助农工作。

开设本地区电子商务公共服务中心微信公众号，通过公众号平台整合信息资源发布，让农民群众及时了解市场信息和解决技能需求，增强服务体系可持续发展能力。

也可通过招商引资的方式引进知名度高、专业性强、综合性广的电子商务平台为农村电商市场加注资本，积极引进开发并应用附加值高的电商服务类产品和项目，使农民的生活水平和品质得以持续提升。

(三)强化政策宣传，普及农村电商发展理念

增强对农村电子商务政策的解读和宣传，充分利用网络资源进行电商普及和政策宣传，使电商理念深入人心。

陕西省各级政府要加大对农村电商的政策扶持力度，增强涉农群体对该行业的认同感，进一步整合现有农村公共服务平台、农村淘宝、邮政网点及农民合作社、家庭农场、涉农企业等资源，引导各镇街改造和建设电子商务公共服务站，为村民提供线上信息咨询、教育医疗资源共享、农村终端配送、生活缴费、小额金融贷款等增值服务。

充分利用网络宣传，转变居民的消费方式和电商消费理念；强化电商网络环境安全意识，使涉农电商业务在安全的网络消费环境下进行便捷的电商消费，为“工业品买得进、农产品卖得出”提供渠道支撑，满足日常所需，帮助农民实现经济增收。

(四)大力发展智慧物流，完善农产品产销对接体系

依托以中国邮政、顺丰、“三通一达”等为基础的物流体系，结合陕西省货运物流枢纽中心，鼓励物流业转型升级，探索发展智慧物流，推进互联网、云计算和大数据等高新信息技术在新型智慧物流发展系统中的作用，建设智能分拨流水线，实现提速降费增效，促使电商运营与营商环境不断改善。

注重与当地配送企业信息互通、资源共享，通过合作的方式将货物交给当地民营货运服务商并配送至农村，让同城货运和配送更加顺畅通达。

充分利用淘宝、邮乐购等平台实现产销两端的高效连接，在农产品产地建立流通基地，最大限度地做好供应链条上的筛选、打包、货物储存、货运配送、销售等各个环节的密切衔接，为失业人员提供更多就业岗位和机会，加速推进原产地的农业现代化发展进程。

(五)打造地标产品，创建区域品牌

陕西省农村电商必须打造产品的优良形象，通过树立自己的产品形象，实现网上销量的增加，进而获得更好的经营利润。

在现有农产品品牌的基础上，统一打造陕西网络销售地标产品，帮助电商企业、农村专业合作社、涉农企业等组织培育产品品牌，着力做好品牌维护，丰富品牌价值。

做好线上线下相结合的品牌宣传推广活动，通过知名电商网站、微商、微信公众号、新浪微博等多渠道开展线上优惠价购买陕西特色农产品，组织线下采摘等活动，以此提升区域产品品牌的核心竞争力和地区整体影响力。

通过将陕西特色农产品与本地特色旅游相结合，吸引广大消费者了解陕西，吸引企业入驻落户陕西，在扩大本地农特产品知名度的同时带动陕西乡村旅游等行业整体发展。

利用互联网扩大品牌的传播面和影响力，涉农电商从业者应充分利用互联网工具广泛宣传本地产品和本地品牌，促成政府主推、民间齐推的营销效应，让陕西农特产品的品牌价值和影响力享誉全国。

随着乡村振兴战略的持续深入，农村电商已成为农民群众致富增收的重要渠道。

根据新时期农村经济社会发展的实际，可通过完善农村电商人才培养体系、强化政策宣传、普及农村电商发展理念、加强农村电商基础设施建设、大力发展智慧物流、完善农产品产销对接体系、创建区域品牌等措施，统筹布局协调推进农村电子商务平台系统结构规范建设，大力引进或扶持本地电子商务走进农村，有效推动农村电商产业发展，进而助推乡村振兴战略的实施。

作者：毛龙 程珽 文渊

作者单位：中共西安市委党校

农视网 2024-03-26