

基于乡村振兴战略背景下移动电商助力农村发展的策略研究

■ 陈 岗

(江西科技师范大学, 江西 南昌, 330000)

近年来,随着我国网络基础设施建设不断完善,以及移动互联网的发展和普及,农村网民数量进一步增加。电子商务倒逼农村产业转型升级,农民利用电子商务将本地农产品进行网络销售增加了收入,也使农村地区有了更多的就业机会。电子商务的发展对乡村振兴战略的稳步推进产生了深远的影响。本文以近年来移动电子商务在农村地区的发展应用为切入点,探讨现阶段移动电商助力农村地区发展的现实情况及存在的问题,并对现阶段存在的问题进行探讨分析,重点从三个方面提出具体的解决策略,以供参考。

党的十九大报告指出,实施乡村振兴战略,要坚持农业农村优先发展,实施乡村振兴战略是全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化强国的必然要求。随着移动互联网的飞速发展以及5G技术的应用和普及,农村地区网民数量显著增加,互联网也从PC时代进入移动互联网时代。农民在PC电脑的使用上有一定的技术难度,但对移动电子商务的接受度和认可度大大提升。移动电商的快速发展为农村地区产业升级、经济增收提供了良好的基础。在全面建设社会主义现代化国家的进程中,中国要富,农村必须富。在乡村振兴战略的背景下,移动电子商务应该进一步提高应用场景,为乡村振兴作出贡献。

一、移动电子商务对乡村振兴的意义

移动电子商务对乡村振兴有着非常突出的作用,其中主要意义如下:移动电商比传统电商应用更广,可推动乡村网络文化振兴;有助于农村传统农业转型升级,移动电商有助于提高农民的经济收入以及有助于乡村人才振兴等。电子商务可以更好地同乡村振兴进行结合。在这个过程中,我们需要不断地重视电子商务同乡村振兴之间的关系,在电子商务之间我们还需要注重甄别,在乡村振兴发展的过程之中,挑选出适合农村发展的电子商务模式,这样才可以更好地、有针对性地推广农村的电子商务平台。在农村的电子商务发展的过程之

中,移动电子商务的发展至关重要,因此我们需要不断通过引进电商的方式来提高农村电子商务的活力。

(一)移动电商比传统电商应用更广,可推动乡村网络文化振兴

在PC时代发展中,浏览器是访问电商网站的唯一媒介,搜索引擎是重要的流量分发平台,早期电商的发展离不开搜索引擎和浏览器导航的流量分配。但在移动互联网时代,流量更加分散,呈现明显的去中心化趋势。移动电商相较于传统电商打破了时间与空间的限制,人们可以随时随地开展相关商务活动。移动电商的终端设备大多以移动电话、平板电脑为主,具有灵活、便捷的特点。移动电商的消费群体更广,消费能力更强。同时,移动电商可以结合用户个性化的需求提供定制化的信息服务,在基于地理位置的获取和定位服务功能的使用上,可以根据此功能开展点对点移动商务活动,大大提高商务效率。在传统电商的模式中,有很多都是中间商或者代理商,直接生产者因为缺乏电子商务技术很难开展电商营销活动,但移动电商的使用打破了行业壁垒,生产者可以直接运用移动电商渠道销售商品,极大增加利润。基于以上特点,移动电商在农村中的应用是大势所趋、大有可为,可以提高农民的生产积极性,带动乡村网络文化振兴。

(二)移动电商有助于农村传统农业转型升级

农村传统农业生产模式具有较为单一和分散性的特点,很难形成批量种植和生产特点。在产品的品质方面,由于缺乏专业性技术人才和资金的支持,因此无法形成品质优异的产品。在产品的销售方面,缺乏包装和宣传,以致生产的产品在市场中处于比较低端的水平。随着互联网的发展,农村与城市拉近了距离,移动电商在农村地区发挥的最大作用就是可以使农村生产的产品不受时空的限制,农产品能随时随地销售到国内任何地方,甚至海外。在传统的生产中,农民主要担心的是销售渠

道不确定,这会很大程度影响农民的生产积极性,使农民不敢大规模生产。而移动电商的广泛应用可增加农村地区的销售渠道,提高农民的积极性。随着销量增加,农业朝着规模化发展,形成集群效应。随着移动电商的广泛应用,农民对相关产品的外部市场以及市场需求的了解进一步加深,在产品生产和销售方面更加注重产品品质,这些都有助于农村产业的转型升级。

(三) 移动电商有助于提高农民的经济收入

根据国家统计局数据,2021年全国居民人均可支配收入中位数27540元,增长3.8%。农村居民人均可支配收入17131元,比上年增长6.9%。农村地区的居民人均可支配收入增长比例远超平均水平,但相对于全国人均可支配收入还有很大差距,必须迎头赶上。经过全党全国各族人民的持续奋斗,国家实现了第一个百年奋斗目标,在中华大地上全面建成了小康社会,历史性地解决了绝对贫困问题,正在向着全面建成社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标迈进。对于广大农村地区来说,要实现共同富裕,统筹推进乡村振兴是必经之路。移动电商在农村地区的应用和普及增加了农民的产品销售渠道,增加了农民的人均收入,极大地提高了农村地区的整体经济水平。移动电商深刻影响着中国广大的农村地区,为农村地区经济发展提供了强有力的支持。

(四) 移动电商有助于乡村人才振兴

实施乡村振兴战略,按照党的十九大报告中产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求,农村地区需要大量的三农人才,乡村要振兴,乡村人才必须振兴。当前的农村地区急需一大批懂农业、爱农村、爱农民的专业型、技术型人才,农村要吸引更多的80后、90后、00后到乡村成为“新农民”,扎根祖国大地,到基层建功立业。移动电商的发展带动了农村地区的经济发展,农民增加了收入,农村产业经济效益明显增强,在一定程度上增加了年轻人到乡村的吸引力。有很多农村走出去的大学生在大城市求学工作,增长了才干,增加了见识,这一部分大学生对网络知识的接受程度普遍较高,对移动电商有一定认识和理解,农村经济发展也吸引着他们的回归。农村地区的经济发展和乡村人才的振兴是一个相辅相成、相互促进的过程。不断发展农村的电子商务行业,也可以在这个过程中促进人才的回归、人才的兴旺,在这个过程中也可以让三农政策有一个更

好的发展空间。在我国现阶段,大学生创新创业比较疲软的状态的情况之下,我们应该更多地去通过电子商务的行业来带动整个社会的发展,让电子商务更好地基于现阶段的社会发展需求,助力乡村振兴。

二、农村移动电商发展存在的问题

(一) 农产品品质不高,很难形成品牌效应

在传统农业生产活动中,农民习惯于传统的农耕模式,在种植过程中过度追求产量,缺乏对品质的追求,如频繁和超量地使用农业化肥给农作物的品质带来了严重危害。化肥、农药在给农作物带来高产的同时,也会给农业带来一些负面作用。土壤污染所生产出的农产品已摆上人们的餐桌,“瓜不甜、菜不香、果无味”等问题摆在了人们的面前。现在,随着经济的发展,人们的生活水平不断提高,对农产品的品质要求提高,因此农产品在满足农村地区自产自足的情况下,将农产品通过移动电商渠道销售到城市中去,就需要对品质严格把关。在品牌打造方面,传统的农业生产难以提高农产品品质,没有好的品质就很难塑造好的品牌。长期以来,农产品的精深加工能力不足,许多农产品是以初级产品形态在市场上销售,生产、加工及包装销售过程中的科技含量很低,产品的特质不能充分体现,价格提不上去,附加值也处于很低的水平,产品品牌认可度不高,缺乏品牌效应。农产品品牌的发展思路 and 战略不清晰也是导致品牌效应不高的重要原因。

(二) 缺乏专业的移动电商人才

农村地区由于经济和地理位置因素的制约,很难吸引专业的移动电商人才进入农村。移动互联网的技术壁垒相较于传统电商要少,但目前由于农村居民缺乏专业移动电商知识的学习或培训,对营销的本质和互联网思维缺乏认识和理解,对营销的内容或手段缺乏创新,没有积累成熟的移动电商运营经验,在移动电商营销中很难抓到消费者的需求和痛点,不能做到精准营销,在实际操作过程中很难取得较好的效果。农村地区由于就业机会较少以及长期以来农村地区的观念陈旧,都直接导致大部分的年轻人特别是年轻大学生不愿回到农村发展,农村地区专业电商人才的缺乏一定程度上影响了乡村振兴的速度。农村的电商人才缺乏是发展的主要制约因素,因此在这个过程中,我们就需要针对农村的发展情况不断进行相应的改进,引进人才,促进农村电子商务人才的发展,让农村更好

地成为新时代的电商发展之地。

（三）农村地区物流成本较高

我国地域广阔，很多农村地区地广人稀，村落较为分散，随着城镇化率进一步提高，农村的常住人口不断减少，快递业务量少，但农村地区快递路程较长，人工成本居高不下，再加上农产品的生产属性，我国农产品的种植面积广，且大都是分散型种植，难以形成规模效益。此外农产品本身具有易损易腐烂的特性，而传统的运输模式都是普通的快递运输方式，容易导致运输过程中的损耗加大。如果要满足消费者对生鲜农产品的需求就要运用专门的冷链物流运输，这就大大增加了物流成本。我国农村地区的物流基础设施建设落后，农产品的物流设施建设也相对落后，农村地区的公路存在路窄、弯多的情况物流运输效率会因此降低。同时，信息不对称的情况也长期存在，货物与运输车辆情况不匹配，整体物流水平较低，而农村地区物流水平低下就会导致通过移动电商销售的产品运不出去。

三、农村地区移动电子商务发展的策略

（一）用科技提升农产品品质，靠品质推广品牌

好的农产品品牌需要好的农产品，品质作为基础，目的是靠品质推广品牌。政府应大力发展一县一业，一村一品，形成规模效应，运用科技手段降本增效，加大力度引进科学技术，将科学技术应用到农产品的生产全过程，形成农产品绿色防控、农药合理使用和污染物源头控制技术，并示范应用，形成“源头保证、过程控制、产品保障”的农产品质量安全管控体系。政府要整合资金、技术、人才等资源要素，不断提升特色农产品品牌效应，继续调整优化农业结构，加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品的认证管理，打造地方知名农产品品牌，增加优质绿色农产品供给。在移动电商销售过程中，消费者能够很直观地了解到农产品的品质，而消费者的满意度将直接影响农产品的销量。只有拥有好品质的农产品才能占据市场，赢得消费者的青睐，从而达到打造品牌效应、树立品牌形象、提升品牌影响力的效果。运用移动电商渠道可以实现优质农产品的宣传推广与销售，把好的产品打造出品牌效应，为农村移动电商发展提供坚实基础。

（二）加大人才培养力度，引进优质人才

一方面，政府要加大农村地区本土移动电商人才的培养，加大移动电商的资金扶持力度，定期组

织移动电商人才专项培训，邀请有移动电商运营经验的培训师开展讲座，讲座可根据运营商在操作过程中实际遇到的问题展开分析和解决。政府也可建立地方的移动电商人才专家库，结对帮扶，培养本地的青年人才。另一方，政府面要加大优质电商人才的引进力度，如在当地为人才提供相应的住房保障，房租进行减免，靠资金和政策等吸引一批真正懂农业、爱农村、爱农民的优秀移动电商人才扎根农村大地，服务乡村振兴。

（三）政府加大基础物流建设

农村地区移动电子商务发展的策略除了上述用科技提升农产品品质，靠品质推广品牌以及加大人才培养力度，引进优质人才外，还需要政府加大基础物流建设。

政府应加大农村地区基础物流设施建设，如在公路的修建上充分考虑物流运输因素，在物流基础设施建设上整合资源，因地制宜建设适合本地移动电商发展的综合物流体系。政府可以对相关物流企业、合作社、农民进行物流补贴，加大对物流企业的扶持力度，引导银行业金融机构对物流企业给予融资支持，鼓励规范发展供应链金融，从而激发物流从业人员的积极性。同时，加大物流设施建设投入，抓好一批市、县、乡、村的重要物流园区和物流中心的建设，加大县、乡、村的寄递公共配送服务中心的建设力度，努力实现乡村服务网点全覆盖，真正让农产品卖得好、运得出，帮助农民增收致富。

四、结束语

综上所述，随着移动互联网的发展和普及，移动电商快速发展，我国也已经进入5G时代。当前，移动电商在乡村地区的应用还因为农产品品质不高、缺乏专业的移动电商人才、物流基础设施建设落后等因素的制约。在乡村振兴的大战略背景下，农民要美、农民要富的需求需要国家及地方政府加大对移动电商的投入力度，需要全社会形成共识，需要全员参与乡村振兴，改善基础设施，加快人才引进，转型农业生产模式。

【作者简介】陈岗（1990—），男，重庆奉节人，硕士研究生，助教，江西科技师范大学商学院，研究方向为电子商务、青年工作。