

农村电商地域化助力地方经济发展的策略分析

姜庆

雅安职业技术学院

DOI:10.12238/ej.v5i1.851

[摘要] 互联网时代全面来临之际,电商发展逐步演化为我国社会经济中的重点,并成为推动社会经济实现进一步发展的助力剂。但是现阶段关于电商的发展主要集中在我国城市地区,农村地区的电商发展仍处于初始阶段。目前农村经济以及农民的经济收入主要依靠传统的粮食种植、畜牧养殖等,受到相关条件的制约和影响,农村地区的电商经济发展与城市衔接力度明显不足,更加无法通过电子商务来进一步拉动地方经济实现稳定发展。基于此,文章将对农村地区电商地域化推动地方经济发展展开相应的分析,以供参考。

[关键词] 农村电子商务电商地域化; 地方经济; 经济发展

中图分类号: F416.63 **文献标识码:** A

Strategic analysis of rural e-commerce regionalization to help local economic development

Qing Jiang

Ya'an Polytechnic College, Ya'an

[Abstract] With the full advent of the Internet era, the development of e-commerce has gradually evolved into the focus of China's social economy, and has become a booster to promote the further development of social economy. However, at the present stage, the development of e-commerce is mainly concentrated in the urban areas of China, and the development of e-commerce in rural areas is still in the initial stage. At present, the rural economic income and farmers' economic income mainly rely on the traditional grain planting and animal husbandry, etc., which is restricted and affected by relevant conditions, and the development of e-commerce economy in rural areas is obviously insufficient, and it is impossible to further promote the stable development of local economy through e-commerce. Based on this, the article will carry out the corresponding analysis of the regionalization of rural areas of e-commerce to promote the local economic development, for reference.

[Key words] rural e-commerce regionalization; local economy; economic development

引言

近年来我国电子商务行业的全面发展,电商地域化也获得了较为可观的发展成果,覆盖面积也开始逐步在全国范围内进行扩展,在农村地区也开始能够逐渐发现电商的影子。但是在人力资源、物力资源以及时间空间等相关因素的影响之下,电商地域化的发展进程在农村地区相对来说还是较为滞后的,无法成为拉动地方经济的重要助力剂,再加上电商模式在我国农村地区的渗透程度还有很大的进步空间,需要通过针对性的措施来对其进行整改和优化。因此需要了解现阶段农村在电商发展上

的实际现状,并明确其发展过程中的阻力因素,制定出针对性的整改措施,才能够通过农村电商的地域化发展拉动地方经济,保障我国的综合实力得到显著增强。

1 农村电子商务地域化对于助力地方经济发展的作用

1.1 农村电商物流的建设加速地方农产品流通

现阶段伴随着我国三农问题的逐步解决,农村的生产经营水平已经得到了更为现代化的改革和升级,但是在农产品生产还是销售渠道上,使用的模式还是较为传统,因此,在市场经济的

交换和信息数据共享以及产品流通上还有很大的进步空间,同时很多农民有由于文化水平有限,对于市场的洞察力不够敏感,信息获取渠道较为单一,只能能够在市场变换的背景下不断接受市场的被动选择。近些年来,伴随着农村电子商务的不断深入和发展,农产品不管是在生产经营还是在销售和物流运输上,都实现了更为现代化的改革和升级,通过将农产品的数据信息进行深入分析和综合处理,并综合与农民相关的利益主体,能够为农民生产经营和产品销售的决策制定提供有力的保障。与此同时,农村电商的地方发展对于进一步改善农产品流通

也具备着非常重要的现实意义。

1.2 农村电商推动了农业现代化的进程

农村电商的高速发展和建设,能够为我国农村地区的经济发展开辟全新的发展空间,有效解决农民产品销售渠道过窄的问题。对于农产品的销售来说,除了需要保障农副产品的品质之外,还需要保障其具备更为畅通的销售渠道,建立出良好的农产品品牌质量。这一关键要素可以通过农民的努力和产品升级进行改善,属于农民的可控制因素,种植出具备本土特色以及质量优质的农副产品。同时保障足量供应,随后政府对其进行政策上的扶持,进行全方位地推广和宣传,就能够促使农产品的综合效益得到显著提升。对于传统的农产品宣传来说,在信息传播渠道等多种因素的限制之下,导致农产品传播只能在当前地区的区域范围内进行流通,无法形成更为规范化同时规模化以及覆盖面更强的传播渠道。但是在农村电商的影响和支持之下,可以通过合作电商平台进行全方面的宣传,更可以通过现阶段较为流行的直播带货模式,拓宽宣传渠道和销售途径,农产品也在这样的时代背景之下迎来了全新的发展机遇。

1.3 农村电商有利于解决农村贫困问题

在我国实行电商扶贫相关的文件政策之后,我国各级地方政府也开始对该政策进行深入贯彻落实,政策在农副产品电商发展上的倾斜,也能够为农村电子商务创建一个更为完善的外部政策环境。老话常说,授人以鱼不如授人以渔,通过农村电子商务地域化发展,广大农民群体能够从中了解到我国新时期的社会发展机遇,在思想意识上实现转变,了解到产品的现代化信息以及产品的全新推广模式,并建立出独具特色的农副产品品牌,获得更多与农业发展的行业知识和技能。而政府等相关部门企业侧重点就在于帮助农村地区建立出农村电商发展的经济生态圈,促使农产品在经营发展和品牌推广上能够实现良性循环。因此农村电商的地域化发展能够帮助我国

农村地区实现特色产业的稳步前进,改善农村地区的综合效益,并通过农村电商来带动当地年轻人就业,实现经济的稳定发展,有效解决三农问题,为农民带来更多的收益途径。

1.4 农村电商有助于解决就业问题

近些年来,随着我国教育行业的高速发展,每年数百万的大学生毕业即面临失业,政府对于大学生的就业问题也较为关注,尤其是近些年来,农村大学毕业生就业问题更是突出。对于农村地区的毕业大学生来说,农村电商地域化发展能够为他们创建出更多的创业和就业途径,大学生可以通过自己在高等院校所掌握的知识技能,推动家乡实现经济建设的同时,也能够帮助自己积累更多的创业经验。现在已经有农村毕业大学生选择回归家乡,并通过电商创建农副产品企业,在进一步拉动农村电商绿化发展的过程中,也保障他们的个人价值得以实现。

2 农村电商地域化助力地方经济发展所面临的主要阻力

2.1 地方政府对地域化发展认识不足

伴随着我国电商行业的发展以及乡村振兴战略发展目标的逐步向前推进,全方位支持电商的地域化发展,实现特色化的经营和发展,是我国现阶段很多农村地方政府发展的重点目标。但是综合考量各级地方政府的财政收入以及提升政绩等相关因素,个别农村政府在对农村电商的优化发展上,存在一定的跟风向建设和盲目发展等特点,并没有针对电商地域化发展进行科学合理的目标定位,也没有展开全面的实地考察,更加没有建立出科学合理地统筹规划,盲目的出台与农村电商发展相关的政策,开展大量项目,通过低租金和税收减免等优惠政策来吸引当地人民群众参与到电商地域化的发展中。但是在宏观发展政策上的不正确以及制度制定上的不够完善,导致企业在农村电商的优化发展上,无法展现出良好的成果,只是简单地对资金进行整合,无法形成更为长期稳定的电商地域化产业聚集,更加无法展

现出对于推动地方经济发展的价值和作用。

2.2 专业人才存在缺口

人才缺位一直是我国农村电商计划发展无法获得创新性突破的重要制约因素。在农村电商地块发展的过程中,更为强调乡村的特色发展,对本土资源展开进一步的整合和开发,并对其展开综合性的管理,需要更为创新型以及复合型的电商人才。但是综合我国现阶段农村电商地域化发展的实际现状来看,在人才上缺口问题较为严重,尤其是在电商运营、图片视频设计以及大数据整合分析等方向上,问题更为突出,专业复合型人才不足,也导致农村电商无法实现地域化的稳定发展,更加无法通过创新型的理念经营发展模式,获得良好的经营成果。大多数只能够对电商发展模式进行照搬照抄,其发展形式过度雷同,缺乏具备竞争效果的营销手段,大多数还停留在较为传统的农副产品销售上,没有综合运用电商平台的价值和优势,也没有真正的通过农村电商地域化发展来改善品牌知名度影响力,更加无法拉动地方经济。

2.3 物流配送效率低下

通过农村电商地域化发展,从某种程度上来说能够进一步展现出农副产品的时鲜性和地域特色。尤其是伴随我国经济的高速发展,民众消费也越来越趋向个性化和多元化,对于农副产品的产品需求也不再是传统的好奇,确实而是更加关注消费的自由选择性以及丰富多样性。因此保障物流配送的时效性以及配送的便捷程度,能够有效迎合大众的消费需求,并刺激大众展开深层次的消费。但是在交通设施等相关因素的影响之下,其运输体系不够规范,在相关配套服务上不够合理,导致农村电商地域化发展过程中物流配送出现瓶颈,整体的效率较为低下,物流运输时效性明显不足,也无法确保农副产品运输时的破坏问题,这也导致产品的综合品质被降低。

3 农村电商地域化助力地方经济发展的优化对策

3.1 强化电商教育, 加强人才引进

对于农村电商发展地域化人才匮乏的问题, 可以从以下几个方向进行着手完善: 基于当地相关部门定期展开与电商发展的相关理论知识宣传, 及时掌握与电商发展相关的政策和发展态势, 全方位对电商概念进行渗透整合。在这样的基础条件下, 可以在电商理论知识的教育上进行严抓, 例如可以通过线上网络平台这样的教育资源, 降低教育成本投入, 积极鼓励当地农户通过网课等模式进一步强化对电商等相关理论知识的掌握水平, 为电商在农村地区的发展和进一步建设打下坚实的基础。其次, 基于农村地区在教育资源存在一定的限制, 若是只是在内部展开教育无法在短时间内实现农村电商地域化的稳定发展, 因此可以通过对专业人才的引进, 有效弥补这一缺陷。举例来说, 可以通过优质福利待遇的模式, 吸引外界人才加入, 引入具备较强电商经验的工作人员对当地农民进行指导和培训教育, 改善当前农村地区电商工作人员的综合素养。与此同时, 相关政府部门也可以通过政策到颁布和落实, 进一步强化在电商理论知识教育上的支持水平, 让人才培育工作和人才引进工作精准落实, 有效规避人才培育形式化、表面化的问题。定期举办与电商相关的交流会议, 为农民提供交换经验的沟通渠道, 以帮助当前地区电商工作人员的综合素养实现全面改善。

3.2 完善配套产业建设, 加速物流建设

农村地区的电商发展从本质上来说除了需要人才之外, 还需要配套产业, 因此从源头上助力农村电商的地域化发展, 还需要进一步强化配套产业的建设。通过物流、支付的改善和升级, 以此来促使农村地区的电商实现进一步的创新发展。相关政府部门可以通过招商引资的

模式, 对相关产业进行全面扶持, 展现出在政策引导上的价值和优势, 进一步促使电商产业的融资模式和融资途径变得更为丰富多样, 获得更为全方位的发展空间, 吸引更多的外地企业融入农村地区电商地域化发展的进程中去, 进一步降低农村地区电商地方发展的成本投入, 也能够形成更为全面地发展产业规模, 拉动地方经济实现稳定发展。对于支付以及物流的建设上, 应该不断地进行改革创新, 为电商的地方发展打下坚实的基础条件, 可以进一步拓宽农村物流点位的综合建设, 物流渠道变得更为丰富多样, 让物流服务变得更为安全和可靠。除此之外, 相关工作人员应该掌握支付这一技术, 真正的实现与时俱进, 与此同时, 还需要进一步强化电商安全知识的全面宣传, 有效规避电商诈骗案件。

3.3 发展特色型产业, 改善地域竞争力

农村电商的地域化发展从某种程度上来说想要真正的实现地方经济的全面拉动, 还需要从根源上改善产品的品牌形象建立, 并建立采集具备农村特色的地域品牌, 深入挖掘具备当地地方特色农副产品, 让他们逐渐演化为当前地区的代表性农副产品产业。除此之外, 在对特色产品文化进行逐渐发展的过程中, 也应该对当地农民进行知识的普及, 可以从基于推广本土特色文化的文物、建筑等进行着手, 传播当地的文化故事以及民间传说, 促使特色副产品的品牌建立全面增强。政府等相关部门应该综合当地的风土人情以及本土文化, 制造出与特色产品相关的产业链, 并做好产品的宣传, 促使其在我国市场和国际市场的普及度得到全面拓宽, 让这些农副产品能够逐步走向国内, 走向世界, 全面发展当前地区的电商经济, 以实现当前地区经济的稳步建设。

4 结论

综上所述, 农村地区的电商地方发展能够为当前地区的经济建设提供强有力的保障, 因此, 在电商的建设过程中, 需要对人力资源和产品体系进行全方位的整合和升级, 建立出更为完善的配套服务产业, 并不断地对其发展经验进行总结, 对现存问题进行弥补, 促使农村地方经济实现全面建设, 进一步实现乡村振兴这一发展目标。

[课题信息]

四川省电子商务与物流研究中心“农村电商助力乡村振兴发展研究——以雅安市为例”(编号: DSWL21-33)。

雅安职业技术学院“乡村电子商务咨询工作室”(编号: Zzygky202201)。

科技金融与创业金融研究中心“金融科技背景下银行转型战略研究: 制度逻辑与实施效率”(KJJR2021-015)。

[参考文献]

[1]柳菲, 李佳容. 基于农村电商经济体的城镇消费空间体系构建[J]. 北方经贸, 2021, (11): 55-58.

[2]刘华. 乡村振兴中农村电商的作用分析——评《农村电商产业集群驱动区域经济发展: 协同效应及机制》[J]. 中国农业资源与区划, 2021, 42(8): 12-20.

[3]吕洪涛. 以农村电商全覆盖为县域经济发展注入新活力[J]. 乡音, 2021, (7): 12.

[4]韦家朝, 杨安仪. 新冠疫情背景下农村电商经济的挑战与对策[J]. 农业经济, 2021, (06): 129-130.

[5]宋常迎, 郑少锋. 农村电商产业集群对区域经济发展的协同效应及机制研究[J]. 农业经济问题, 2021, (05): 2.

[6]杨丽娜. 解农村电商难题, 促乡村经济发展[J]. 商业文化, 2021, (08): 92-93.

作者简介:

姜庆(1975--), 女, 汉族, 四川雅安人, 硕士, 雅安职业技术学院经济与管理学院副教授, 研究方向: 电子商务、物流、产业经济。