

乡村振兴视域下农村电商创业策略研究

董文旭 陆鑫蔚 黄杉雷

DOI:10.12238/ej.v7i5.1538

[摘要] 党的十九大做出了实行乡村振兴战略的重大部署,乡村振兴战略,是国家现代化战略的重要组成部分,是国家发展所需,也是百姓期待。乡村振兴,产业先行,农村电商这一新产业逐渐成为未来的重要发展趋势。基于此,本文结合农村电商产业集聚现状,探索了当前农村电商发展存在的问题,有针对性地农村电商计划创业者提出建议,以期推动农村电商的发创新发展。

[关键词] 农村电商; 数字化; 产业集聚

中图分类号: F062.9 **文献标识码:** A

Research on entrepreneurial strategy of rural e-commerce from the perspective of rural revitalization

Wenxu Dong Xinwei Lu Shanlei Huang

[Abstract] The 19th National Congress of the Communist Party of China made a major deployment to implement the rural revitalization strategy, the rural revitalization strategy, is an important part of the national modernization strategy, is the need of national development, but also the expectation of the people. Rural revitalization, industry first, rural e-commerce as a new industry has gradually become an important development trend in the future. Based on this, this paper combines the current situation of rural e-commerce industry agglomeration, explores the problems existing in the development of rural e-commerce, and puts forward targeted suggestions for rural e-commerce planning entrepreneurs, in order to promote the innovative development of rural e-commerce.

[Key words] Rural e-commerce; digitalization; industrial agglomeration

在近十年以来,我国的互联网产业得到了飞速发展,在投入了众多资源与政策的互联网产业也开始进一步反哺其他产业的发展与进步。其中以互联网加产业的电商产业发展最为迅速,在短短十余年的时间就极大的改变了人民的消费习惯,同时也给我国产业的基本盘农村的发展带来了新的产业机遇与发展活力。随着电商的全面普及有效解决了农村产品销路难的问题,^[1]给我国农村的发展提供了更广泛的销售渠道,真正实现了市场的联通。因此,加大对我国农村电商的现状与未来、产业的实际与理论分析的研究与探索,将极大促进我国农村产业的发展,为实现共同富裕这找到全新的奋斗抓手。

1 农村电商发展状况分析

1.1 产业集聚效应明显,呈现集中抱团发展趋势

近年来,互联网电商、新媒体技术等迅速发展,为农村电子商务产业建设、产品营销与销售模式的创新提供了机遇,而产业集群模式作为农村电商发展壮大重要载体,也开始被引入农村电商生态链、产业结构体系的建设中。^[2]经过了十余年的迅猛发展,我国农村电商产业发展呈现出高度集中抱团发展趋势。

我国的农村电商发展以区域优势为发展基础,贯彻区域经济协同发展理念,在发展区域内不断完善拓宽产业链,最终形成了政策引导支持,资源优势共享,共用基础设施的良好产业发展现状。

1.2 市场体量大,增长放缓

自2020年以来,我国农村电子商务发展进入了一个新的阶段,具体体现在零售额巨大,增长率放缓。根据我国商务部2023年发布的《中国电子商务报告》显示,我国在2022年农村网络零售额达到了2.17万亿元,同比增长3.6%。通过与前几年的对比我们发现,我国农村电商产业发展迅速,短短三年就完成了1.3万亿到2万亿的跨越,但增长率却也呈现出放缓的态势,这表明我国农村电商发展已经进入存量发展阶段,如何采取稳健的发展策略成为未来从业者所需考虑的重要问题。同时,随着城市市场的逐渐饱和,未来下沉的农村市场将成为重要的发展支点,农村电商经营企业需守住城市市场份额,打开下沉农村市场经营渠道,才能成为未来市场的优胜者。

以下图的编号(图4-1)不合适

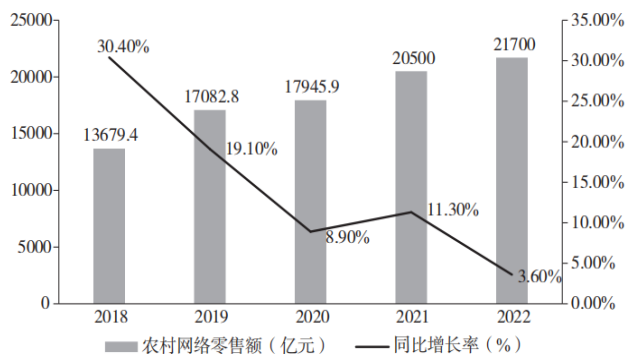


图1.2 2018-2022农村网络零售额与增长率

1.3我国农村电商数字化发展迅猛,逐渐发挥巨大作用

在近来,我国的互联网产业得到了飞速发展,电商平台、区块链、大数据这三大技术使得互联网+产业蓬勃发展,推动了我

国农村电商精细化、数字化发展进程。

首先,在农产品市场营销方向上,电商平台的出现打破了传统的农产品销售模式受限于地域性狭小和渠道不足难以进入全国市场的局限,并且为我国农村电商产品的销售提供了售后与争议解决的平台,零售业务电商平台为我国农产品的销售提供了更高效的运营与管理平台。其次,区块链技术作为一种去中心化的分布式账本技术,具有不可篡改、信息透明、安全可靠等特点,逐渐应用于商品溯源,能够有效解决传统溯源系统中存在的数据篡改、信息不对称等问题,进而提高农产品的质量和安全水平,同时可以有效减少信息不对称和欺诈行为,增强消费者对农产品的信任度,提高消费者的消费信心。最后,大数据分析技术可以帮助我国农产品跨境出口企业对市场需求进行预测。我国农产品跨境出口企业对收集的海量数据进行整理与分析,从而对未来市场进行预测,还可以使得企业可以了解消费者的购买偏好、需求变化趋势等,从而及时调整产品结构和营销策略,调整自身经营结构,从而提前满足市场需求,降低因市场变化而导致的经营风险。

1.4我国农村电商受政策影响巨大

我国农村电商受政策影响主要体现在两大方面,分别是政策引导与政策连续性上。我国通过政策手段大力促进农村电商发展,可以进一步解决我国城乡发展不平衡的问题,同时进一步发展我国农村产业,创造就业与促进产业发展,最终实现乡村振兴。但是在这一过程中我们也应该看到,政策由于受到政府换届与人员流动影响,存在着不确定性与不连贯性的缺点,在特定的时间反而会阻碍我国农村电商产业的发展。

我国政府鼓励农村企业积极拓宽销售渠道,在农产品走向市场的各个链条都提供了大量优惠政策。以贵州铜仁抹茶农村电商为例,当地政府出台政策,鼓励产品生产采用“公司+基地+合作社+农户”模式,合作社与农户签订长期合同,统一收购当地农户茶原料,使得合作社获得稳定货源,农户快速获得资金回收,从而进一步扩大再生产。此外,在产品生产层面,贵州铜仁政府鼓励抹茶企业经营特色抹茶产品,在商标注册、知识产权申

报等给予快捷通道,极大的提升贵州铜仁产品的知名度和竞争力,增加贵州铜仁抹茶产品附加值,从而进一步推动贵州铜仁抹茶走向国内、国际市场。

但是也应看到,政策有时也会阻碍农村电商发展,在部分地区存在着不同部门和地方政府对于农村电商发展的政策支持存在着差异,有时甚至是相互冲突的,这对于许多经营范围跨地区的企业造成了困难。在政策的稳定性上,由于促进农村电商发展涉及到多个部门的监管和政策支持,部分政策往往不够明确和稳定,容易发生政策持续时间短、前后政策差异过大的现象。所以如何正确利用政策把握企业发展方向,成为了农村电商发展的重要因素。

2 新时代农村电商现存不足

2.1产品选择集中,缺乏市场感知

目前农村电商发展面临的首要问题便是产品同质化过于严重。由于农村电商发展起步阶段往往选择市面上已经成熟的产品作为起步,这也就导致了大量的资源涌入一两个产品品类之中,降低了潜在的市场空间。不仅如此,过度的产品同质化也会导致激烈的产品竞争,使得部分农村电商从业者为了降低生产成本,而选择进行低质量、假冒伪劣产品的生产,给消费者带来了安全隐患,给自身带来经营风险。同时在农村电商企业度过初创时期后,由于农村信息缺乏与人才不足的原因,往往难以进行转型,不利于企业多元经营、分散经营风险的实现。

2.2物流基础设施较为薄弱

我国农村的物流基础较为薄弱,许多优秀的农产品往往又具有难以储存的特性,给我国农村电商带来了较大难度。目前农村电商物流体系的最大特点体现在越来越大的网上购物需求和效率极低的物流配送之间的矛盾。^[3]落后的农村基础设施建设无法满足庞大的物流需求,在较为贫困的地区甚至没有可以支持物流生存的条件,导致配送慢、配送乱,还有可能存在包裹丢失的情况,降低了人们对物流的信任,成为电商在农村发展的“绊脚石”。^[3]很多快递公司的配送范围只支持到大中小城市和乡镇,进而进一步限制了农村电商规模化发展。

2.3农村电商专业人才不足

我国农村电商行业人才缺口较大,企业不同发展阶段人才需求差异较大,使得电商人才供给难以满足行业发展。

首先,我国农村电商行业相对较新,市场需求增长迅速,给相关人才的培养也带来了难度。其次,电商领域发展往往追寻热点进行营销,这也使得电商技术和知识更新速度较快,需要具备较高的专业素养和持续学习能力,这对人才的要求也更高。最后就是我国农村电商的发展需要更好的人才培养体系。目前我国农村电商发展存在着技术性人才与管理型人才同时短缺的现象。这是由于农村目前留守人员多为老人与儿童,缺乏产业劳动能力与技术;同时农村相较于城市经济而言,难以提供有竞争力的招聘条件吸引高端产业管理人才,进而进一步加大了农村电商发展的人才缺口。

表2. 3村电商企业除产品生产外所需专业人才

岗位级别	职业岗位	岗位所需能力及专业素养
初级岗位	客户服务	计算机、沟通能力强
	平面设计	平面设计、视觉营销、计算机
	店铺运营	数据分析、搜索引擎优化、店铺维护
中级岗位	活动策划	互联网思维、市场营销、数据分析
	采购与供应链管理	物流经验、订单管理、会计成本核算
	财务	财务、会计、法律
高级岗位	职业经理人	管理能力、业务全流程
	首席执行官	前瞻性思维、敏锐市场把握能力

3 农村电商创业策略分析

3.1 选择长尾产品，精耕需求占比较小产品

电商的本质是差异化竞争，将同一大类的产品进行统一展示，由消费者选择最能满足自己需求的过程。这一过程也就代表着市场容量巨大，市场整体占比较小产品也拥有巨大市场，更加适宜创业企业选择。而能够满足特殊顾客需求的长尾产品往往具有较高的利润率和较低的竞争压力。选择精耕需求占比较小的产品可以给农村电商企业初期更多的探索与摸索时间，同时也降低了企业获取市场信息的难度，有利于企业把握市场，做出正确的经营决策策略。

3.2 区位优势选择市场要素，追求市场感知

农村电商的主要经营领域集中于消费领域，这一品类往往存在着追求热点与需求变化较为频繁的特点。所以农村电商创业者应更加注重创业地点的选择，优先选择较好把握市区的区位地点，如城市郊区附近农村、物流园附近区域、电商产业园等产业集聚区域。在这些区域，农村电商创业者可以更加深入了解目标市场，了解消费者的需求和偏好。同时也可以根据附近从业者的经营状况，理性分析调整自己的经营策略。

3.3 认识企业不同发展阶段，做好劳动力需求预测

对于初创阶段的农村电商企业来说，劳动力需求预测是至关重要的。在企业经营的不同阶段，对于人才的需求也不尽相同：在农村电商企业经营初期，往往以体力型劳动者与技术型劳动力为主，通常由技术型人才负责企业经营战略与市场分析。但是在企业想要进一步扩大再生产与转型时，管理型人才往往难以迅速获得，使得企业陷入两难的境地。如果选择盲目扩大规模往往会出现，人员扩张过快，工作分工不明确，劳动不饱和，从而产生规模扩大效率降低的现象。如果选择进行招聘适合的管理型人才，往往又面临着招聘周期长，容易错过市场机遇；又或是企业作为需求方，与人才议价能力较低，增加人力成本的现象。所以在企业经营的初期，就要认识到农村电商企业发展的不同阶段，做好劳动力需求分析，构建企业人员模型，做好劳动力预测，实现企业经营效果与经营成本的双赢。

4 结语

综上所述，农村电商创业者在经营的过程中，应充分考虑市场、选品、人才等多重因素，目光放长，做时间的朋友，发展农村电商产业，真正实现乡村振兴的伟大愿望。

【参考文献】

- [1]郑峥.“互联网+”时代我国农村电商产业集群发展问题探讨[J].投资与创业,2022,33(16):49-51.
- [2]靳娟利.大数据时代农村电商物流发展现状及人才需求调查分析[J].山西农经,2020,(20):149-150.
- [3]秦臻.“一带一路”背景下农村跨境电商的挑战与实现路径研究[J].商场现代化,2024,(03):27-29.

作者简介：

董文旭(2002--),男,汉族,河北省秦皇岛市人,本科,上海工程技术大学,研究方向：国际经济与贸易。

陆鑫蔚(2002--),女,汉族,上海市人,本科,上海工程技术大学,研究方向：国际经济与贸易。

黄杉雷(2001--),男,汉族,上海市人,本科,上海工程技术大学,研究方向：国际经济与贸易。