



数字经济下广西壮族自治区产业
电商与乡村产业振兴协同发展
问题研究

RESEARCH ON THE COORDINATED
DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL
E-COMMERCE AND RURAL INDUSTRY
REVITALIZATION IN GUANGXI ZHAUNG
AUTONOMOUS REGION UNDER THE DIGITAL
ECONOMY

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

李芳
FANG LI

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理硕士学位
工商管理专业(中文体系)课程学习的一部分
二〇二二年七月



数字经济下广西壮族自治区产业
电商与乡村产业振兴协同发展
问题研究

RESEARCH ON THE COORDINATED
DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL
E-COMMERCE AND RURAL INDUSTRY
REVITALIZATION IN GUANGXI ZHAUNG
AUTONOMOUS REGION UNDER THE DIGITAL
ECONOMY

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

李芳

FANG LI

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理硕士学位
工商管理专业(中文体系)课程学习的一部分
二〇二二年七月
版权归正大管理学院所有

数字经济下广西壮族自治区产业电商与乡村振兴协同发展问题研究 李芳 二〇二二年



摘要

独立研究报告题目： 数字经济下广西壮族自治区产业电商与乡村产业振兴协同发展问题研究

作者： 李芳

导师： 陈鼻助理教授

学位名称： 工商管理硕士学位

专业名称： 工商管理专业（中文体系）

学年： 二〇二二年

近年来，随着互联网和 5G 技术的快速发展，电子商务这种新型销售模式发展迅速并且逐步趋于成熟，人们越来越习惯于这种足不出户可以购买到自己心仪商品的购物模式，它的出现改变了人们很多的消费习惯和购物理念，同时也为农产品销售提供了一种全新的销售方式，习近平总书记也说过，电商，在农副产品的推销方面是非常重要的，是大有可为的。农业电商打破了传统的销售方式，扩大了优质农产品的销量，提高了农民收入，为农产品的转型升级和乡村振兴提供了很大程度上的支持。目前，中国大部分地区都逐步开始在农业与电子商务方面相结合的新型农产品销售模式上投入精力，也取得了不错的成效。2021 年 4 月习近平总书记视察广西时强调现在“三农”工作重心已经转向全面推进乡村振兴，要求加快推进乡村振兴。所以广西地方政府要深入贯彻习近平总书记及其党中央的指示，积极走出一条现代化乡村振兴之路。同时政府要加大和完善农村地区的产业电商的基础设施，从基础上为广西农业产业的振兴助力。培养扶持农村产业电商的发展和品牌意识，做到规模化生产，品牌化经营，公司化运作。同时要充分运用现代经营管理模式来运营农村产业电商企业，用科学的方法经营企业，用最小的成本来使农村地区的经营者收益最大化，要完善落实农村人才培养计划，政府出台相应政策，防止电子商务专业人才外流。中国是世界第一人口大国，地大物博，各种农产品资源丰富，一半以上的人口都是农民，但是目前中国农村的发展速度与城市相比仍有很大程度上的差距，而农业与电子商务相结合的方式可以为乡村振兴和农业的增产增收提供很大幅度的帮助。农业电商可以更好的完善广西壮族自治区的农产品市场，使农产品市场更加规范，产品质量得到提升，消费者可以通过线上渠道购买到能得到质量保障的产品，这种举措可以大幅度的推动广西地区乡村产业振兴和农业产业的转型升级。使全省形成网格化经营，开创广

西省在乡村振兴道路上新的发展模式和态势。

关键词：数字经济 乡村振兴 产业电商



ABSTRACT

Title: Research on the Coordinated Development of Industrial E-commerce and Rural Industry Revitalization in Guangxi Zhuang Autonomous Region under the Digital Economy

Author: Fang Li

Advisor: Asst. Prof. Dr. Ao Chen

Degree: Master of Business Administration

Major: Business Administration (Chinese Program)

Academic Year: 2022

In recent years, with the rapid development of the Internet and 5G technology, e-commerce this new sales model has developed rapidly and gradually matured, people are more and more accustomed to this shopping mode of staying at home to buy their favorite goods, its emergence has changed a lot of people's consumption habits and shopping concepts, but also for the sale of agricultural products to provide a new way of sales, General Secretary Xi Jinping also said that e-commerce, in the promotion of agricultural and sideline products is very important, is promising. Agricultural e-commerce has broken the traditional sales method, expanded the sales volume of high-quality agricultural products, increased farmers' income, and provided a large degree of support for the transformation and upgrading of agricultural products and rural revitalization. At present, most parts of China have gradually begun to invest energy in the new agricultural product sales model that combines agriculture and e-commerce, and have also achieved good results. When General Secretary Xi Jinping inspected Guangxi in April 2021, he stressed that the focus of the "three rural areas" work has now shifted to comprehensively promoting rural revitalization, requiring accelerated rural revitalization. Therefore, the local government of Guangxi should thoroughly implement the instructions of General Secretary Xi Jinping and the Party Central Committee, and actively embark on a road of modern rural revitalization. At the same time, the government should increase and improve the infrastructure of industrial e-commerce in rural areas, and help the revitalization of Guangxi's agricultural industry from the basis. Cultivate and support the development and brand awareness of rural

industrial e-commerce, and achieve large-scale production, brand management, and corporate operation. At the same time, it is necessary to make full use of the modern operation and management model to operate rural industrial e-commerce enterprises, use scientific methods to operate enterprises, use the minimum cost to maximize the benefits of operators in rural areas, improve the implementation of rural talent training plans, and the government has issued corresponding policies to prevent the outflow of e-commerce professionals. Increase the scope and intensity of rural revitalization publicity, give full play to the advantages of agricultural products in Guangxi, and provide policy and facility support for rural revitalization and rural industrial structure transformation and upgrading in Guangxi Zhuang Autonomous Region. China is the world's largest population country, the land is vast, a variety of agricultural resources are abundant, more than half of the population are farmers, China is the world's top agricultural country, but at present, China's rural development speed and cities compared with the large gap is still a large gap, and the combination of agriculture and e-commerce can provide great help for rural revitalization and agricultural production and income increase. Agricultural e-commerce can better improve the agricultural product market in Guangxi Zhuang Autonomous Region, make the agricultural product market more standardized, product quality is improved, consumers can buy products that can get quality assurance through online channels, this measure can greatly promote the revitalization of rural industries in Guangxi and the transformation and upgrading of agricultural industries. It will form a grid operation in the province and create a new development model and trend in Guangxi Province on the road of rural revitalization.

Keywords: Digital economy Rural vitalization Industrial revitalization

目 录

摘要.....	I
ABSTRACT.....	III
目录.....	V
图片目录.....	IX
第一章 绪论.....	1
1.1 研究背景及研究现状.....	1
1.1.1 产业振兴与产业电商的发展背景.....	1
1.1.2 目前数字经济发展现状.....	3
1.2 本课题研究意义和研究目的.....	4
1.2.1 研究意义.....	4
1.2.2 现实意义.....	5
1.2.3 研究目的.....	5
1.2.4 研究方法和逻辑.....	6
1.2.5 研究理论指导.....	6
1.2.6 本论文创新点.....	6
1.3 广西乡村产业振兴所面临的的问题与挑战.....	6
1.3.1 基础设施方面.....	7
1.3.2 农村产业产品的品牌意识培养和扶持.....	9
1.3.3 如何在农村实现产权明晰.....	10
1.4 研究方法.....	12
1.4.1 文献研究法.....	12
1.4.2 理论研究法.....	12

目 录 (续)

1.4.3 德尔菲法.....	13
1.4.4 统计分析法.....	13
1.4.5 PEST 分析法	13
1.4.6 SWOT 分析法	13
1.4.7 田野调查法.....	14
第二章 文献综述.....	15
2.1 国内已有研究介绍.....	15
2.1.1 中国乡村产业振兴研究中存在的挑战与问题.....	15
2.1.2 中国乡村产业振兴研究情况.....	16
2.2 国际主要国家研究情况.....	17
2.2.1 国际主要国家研究成果介绍.....	17
第三章 理论依据.....	18
3.1 经济学理论.....	18
3.1.1 产业经济学（雁群理论）.....	18
3.1.2 发展经济学.....	18
3.1.3 共享经济与共同富裕理论.....	18
3.2 管理学理论.....	19
3.2.1 波特五力模型.....	19
3.2.2 熊彼特创新理论.....	19
3.3 科斯定理.....	20
3.4 公共产品与公共选择理论.....	20
第四章 广西区乡村产业电商发展现状.....	21
4.1 市场行业数据分析.....	22
4.1.1 市场数据调查.....	22

目 录 (续)

4.1.2 数据分析.....	29
4.2 乡村产业电商发展现状分析.....	30
4.2.1 中国国内农业电商发展历程.....	31
4.2.2 广西区农村产业电商发展历程.....	31
4.2.3 乡村振兴战略对广西区农村产业电商发展的影响.....	32
第五章 现存问题及解决方案.....	33
5.1 现存问题.....	33
5.1.1 农村产业电商基础设施尚未完善.....	33
5.1.2 农村产业产品品牌培养和扶持意识薄弱.....	33
5.1.3 农村产业未运用现代经营管理模式.....	34
5.1.4 农村人才培养计划尚未落实.....	34
5.1.5 乡村振兴战略思想尚未完全普及农村.....	34
5.2 解决方案.....	35
5.2.1 完善农村产业电商基础设施.....	35
5.2.2 培养扶持农村产业电商发展和品牌意识.....	35
5.2.3 运用现代经营管理模式运营农村产业电商企业.....	36
5.2.4 完善落实农村人才培养计划.....	37
5.2.5 广西区政府加大乡村振兴宣传范围和力度.....	37
第六章 研究建议.....	39
6.1 政策建议.....	39
6.2 行业建议.....	39
6.3 人才建议.....	39
第七章 总结与展望.....	41

目录 (续)

参考文献.....	42
致谢.....	45
声明.....	46
个人简历.....	47



图片目录

图 4.1 调查对象毕业后投身于乡村振兴战略实践的调查结果	26
图 4.2 农村建设	27
图 4.3 调查对象居住地区问卷调查结果	27
图 4.4 调查对象认为乡村振兴战略下的变化	28
图 4.5 乡村振兴战略在广西区发挥的作用调查结果	29
图 4.6 调查对象认为家乡发展产业振兴的制约因素占比	29



第一章 绪论

1.1 研究背景及研究现状

2021年是特别的一年，是中国“十四五”规划的开局年，中国共产党在十九届五中全会中明确的指出了“优先发展农业农村，全面推进乡村振兴”。而电子商务的发展与进步，将电商与扶贫助农进行了有效的结合，这也是在互联网+背景下推动乡村产业振兴的重要组成部分。而目前广西省在电商助力产业振兴的机制的基础上，仍然存在一定的问题和较大的发展空间，行业的规范需要继续完善、基础设施也需要加大建设力度。

1.1.1 产业振兴与产业电商的发展背景

随着科技的发展和5G技术的快速进步，乡村产业振兴有了新的方向，电子商务作为一种新兴的业态，可以使扩大农产品的影响力，增加农民的收入，通过产业电商的快速发展促进乡村产业振兴。目前，中国大力支持通过电子商务这种方式来助力农产品的销售，打造现代化农业发展新态势。

1.1.1.1 中国乡村背景以及政策

实现中华民族伟大复兴的一项很重要的任务就是乡村振兴，2020年4月20日，我们的习总书记在考察时指出，“电商作为新兴业态，既可以推销农副产品、帮助群众脱贫攻坚，又可以推动乡村振兴，是大有可为的”。而互联网经济在最近几年的快速发展，使电子商务这种新型的商业模式与农业进行了合理的结合，电子商务助农不仅仅是使消费者的选择性变大，使得农产品在新型的环境下更好的从广西发往中国各地甚至是全世界，这使得农民的盈利方式有了进一步的扩大，也也为广西的乡村产业振兴提供了新的发展思路，也促进了广西省的乡村振兴。

习近平总书记在2020年召开的农村工作会议上指出：“脱贫攻坚取得胜利后，要全面推进乡村振兴，这是‘三农’工作重心的历史性转移”，这要求中国共产党和全社会都要为乡村振兴贡献出自己的力量，同时要加快发展中国的乡村产业，将乡村产业的建设和发展作为中国实施乡村振兴战略的首要任务。今年的中央一号文件提出“构建现代乡村产业体系”。在此政策基础上，广西壮族自治区积极响应国家的号召，将发展的着力点放在乡村产业上，以此来推进广西区内的乡村产业振兴，通过乡村产业振兴来带动广西壮族自治区的乡村振兴，将农业产业振兴与电子商务相结合，努力打造现代化的农业产业、生态化的乡村环境、富裕化的农

民群体。

而产业振兴是实现广西壮族自治区乡村振兴战略的重要方针和基本要求，也是促进广西农村农业扶贫的重要抓手。在最近几年来，中国各地的农村都在思考产业振兴，并作出了很多的探索和努力。事实证明，电子商务在如今的环境下，在助力产业振兴方面有非常广阔的发展空间和发展前景。同时还具备着高收益率，高发展度，以及可持续性较强等特点，所以电子商务与产业振兴之间有着非常密切的联系。举个例子，像乡村旅游等产业对于乡村产业振兴也会有很大的助力，但是乡村旅游产业具有一定的限制，比如对本土的旅游资源有着比较高的要求，不是每个地方都具备发展乡村旅游的条件，而产业电商则不同，这项产业没有限制，是一种可以用于全面推广广西壮族自治区的乡村产业振兴的方法。

现阶段，中国经济链最末端基本上就是乡村经济，城市仍然占据着中国经济要素的大部分。而广西区内农村占比高，经济相对不发达，大部分的农村企业都存在着转型困难这一问题。而广西乡村振兴目前面对的问题基本上以基础设施、金融环境、人才支撑等问题为主。中国在十九大中提出，乡村振兴战略就是要是解决国家新时代社会的主要矛盾，以及解决城乡发展不平衡等问题，实现城市与乡村的协同和全面发展，实现乡村产业的振兴和可持续发展，进一步激活农村农产品的生产力和活力活力。

1.1.1.2 国际研究背景

目前其他国家关于乡村振兴这方面的发展速度还是较快的，美国在上世纪 90 年代的时候已经将 GPS 这项技术合理的运用到农业的生产中以及农产品销售管理过程中去，将农业生产巧妙的与现代的科技相结合，是农民在农业生产销售的过程中，不仅保护了自然环境，同时扩大了农民的长期收益。在这个过程中形成了一个完整的产业振兴的体系，包括了鼓励科技，促进环境保护，扩大税收等方面。

而日本的环境使得日本更加注重农产品的再次加工，而不是注重农产品的初加工，相对来说更加看重农产品的附加值，在满足消费者需求的基础上将产品进行多样化和差异化，消费者更容易满足自身需求，从而促进了乡村产业的快速发展。同时形成产业集群，使农村的劳动力最大限度的进行转移，实现一村一品牌，进而促进日本的乡村产业振兴。

荷兰是世界第二大农业大国，但是荷兰的土地资源是极度匮乏的，它的国土面积也不大，农业资源是非常匮乏的。但是荷兰的农业发展的是非常不错的，因此它需要格外的注意土地资源的整合和农业资源的整合，在充分发挥其优越的气

候条件的基础上，实现其乡村产业的高质量发展。

1.1.2 目前数字经济发展现状

近年来，随着科技的快速发展，数字经济已经开始崭露头角，从 2019 年末，新冠病毒的出现对中国的经济发展产生了极大的冲击。在这个背景下，数字经济成为中国经济发展的主要推动力。

1.1.2.1 中国研究现状

《中国互联网发展报告 2020》蓝皮书指出，2019 年，中国数字经济增长迅速，其规模达到了 35.8 万亿元，占 GDP 比重达 36.2%。中国数字经济发展迅速，规模扩大越来越快，同时在中国经济建设中，数字经济在中国经济发展的比重越来越大。数字经济的规模和增长速度已经位于世界的前列。党的十九大提到，建设创新型国家的重点之一就是建设数字中国，数字经济随之发展。近几年来，中国数字经济发展的速度越来越迅速，势头越来越猛。李克强总理也在“两会”中提到，要打造数字经济的新优势。在不久后，“十四五”规划中也提到，要大力发展数字经济，以数字化发展为突破点，加快发展现代产业体系。

而目前中国的疫情形势仍然很严峻，自从新冠肺炎疫情开始蔓延以来，全球的经济发展都遭受了非常大的冲击，在此时代背景下，互联网变的越来越重要，同时，数字经济变成了在疫情下非常重要的力量。如今，5g 技术发展的越来越快，在此背景下，数字经济出现了很多新的机遇和突破。

1.1.2.2 国际主要国家研究现状

数字经济是一种随着技术进步产生的新的发展中的经济形态，他的关键因素就是信息和数字化的知识，重要载体是现代信息网络，核心的驱动就是数字力量，通过现代互联网技术，将实体经济和网络技术进行有效融合。对于数字经济，现如今的学者很难对它有一种统一的认识。对其难有一致的，统一的认识。《二十国集团数字经济发展与合作倡议》（2016）的定义在现如今社会，人们相对来说更容易接受。数字经济是通过使用数字化的信息和知识作为关键生产因素、将信息技术作为载体、以通信技术的合理使用作为推动力促进经济结构优化等是该协议的中心思想，数字经济的三大支柱在该协议下进行了合理阐述。

同时，数字经济在全球范围内都在增长，增速迅速，甚至高于同一时期全球的 GDP，目前数字经济已经占据全球将近一半的 GDP 比重。美国数字经济规模蝉联全球第一，2019 年达 13.1 万亿美元。德国、英国、美国数字经济占 GDP 比

重排名前三。而德国的主要经济支柱都是数字经济，比重达到了 90%。

1.1.2.3 目前已存在研究成果

数字技术现阶段处于变革发展的阶段，全球的各个国家都相对重视数字经济的发展，区块链，未来网络等前沿技术有着非常不错的前景，并且在物联网，人工智能，云计算都有很大程度上的发展，已经具备一定规模。中国在这方面也是十分重视的，2020 年发改委提出了进一步加快国家数字化转型的方案《关于推进“上云用数赋智”培育新经济发展实施方案》，方案中提出，要助力构建现代化产业体系，加快培育新经济发展，从而实现中国经济的高质量和高速度发展。2021 年三月，北京国际大数据交易所正式成立，北京数据交易系统同步上线。

而在农业方面，数字经济也提供了很大的助力，通过数字化设备来帮助生产者进行决策和管理，如无人机航拍，在田间放置摄像头，通过技术手段对温度和湿度进行监控，甚至可以对土壤情况进行监控。通过大量数据对物流，设备，等技术手段实现农业产业链的优化，利用农村有限的资源去达到利益的最大化，从而实现乡村产业振兴，农业领域的信息技术应用进入发展阶段，且取得一定显著的效果。以中国农业信息网为例，它的专业面涵盖较宽、信息资源丰富、信息存储及处理和更新能力较强，目前联网用户已有三千余家，中国涉农网站已有六千多家，超过了法国、加拿大等发达国家。

1.2 本课题研究意义和研究目的

通过研究数字经济下广西壮族自治区产业电商与乡村产业振兴协同发展的的问题，可以更好的找出影响广西区内农业发展速度的问题，并通过对问题合理的分析，找出解决区域内发展问题的路径，更好的促进广西区内乡村产业振兴和产业电商的转型升级。

1.2.1 研究意义

中国共产党和中国未来发展的“七大战略”中就包含乡村振兴战略，这是在其十九大报告中提出来的，而贯彻十九大报告的表现之一就是实施乡村发展产业振兴。其中，推动乡村发展新动能，农业供给侧结构性改革，可以更快的使农业发展提速，从而实现农业的增产增收，提高农民的收入，更好的促进城乡匀速发展，也更好的朝着共同富裕迈进。

同时，广西壮族自治区乡村发展速度较慢，且信息来源较少，数字乡村的发

展将会解决这一问题为乡村发展提供信息支撑。村民可以在互联网上获取更多信息来源，也更容易获取互联网上已经存在的成果。近些年来，互联网技术发展迅速，金融方面获得较大发展，很多机构加入了乡村金融。这也为乡村振兴提供了很大的便利。而数字经济对于广西乡村产业振兴来说最大的帮助就是打造了十分方便快捷的网上消费平台,这样可以使农村一些特色的农产品发往中国各地，打造特色品牌。通过这样一系列的举措，也可以使农村产业电商的发展逐渐完善，农民也有了很大利益保证。

1.2.2 现实意义

据统计，中国现在电商发展速度较快，而农产品的二次加工在其中占据了很大的比重。农村的产业发展也有了很大的变化，出现了很多新兴产业，农民通过这个过程也可以获得很大的收益。外出打工的情况有了很大改善，农民不需要出门在外打工，可以实现在村就业。所以，农业电商的发展对乡村产业振兴有着很大程度的助力，其地位也是越来越重，比如刺激农村的消费以及产业升级。为解决农业农村的就业创业问题提供了便利，在发展农业农产品的同时也可以发展“互联网+旅游”产业，这样在产业融合方面也会有很大的促进作用。农产品在网上销售，可以减少产品流通中的很多环节，拓宽销售渠道，节约农民的销售成本，不仅拓宽了农产品销售渠道，使农产品直接到达消费者手中保证了产品的品质。另外，在“互联网+”背景下，农民可以更好的了解到消费者的喜好，对产品进行精准营销。从而推进广西壮族自治区的乡村产业振兴。

1.2.3 研究目的

通过本课题研究，深入发现广西壮族自治区利用农业电商助推乡村产业振兴的瓶颈问题和解决这一问题的措施以及一些理论和建议。

广西各地在政府的支持引导下，实施农村电子商务发展战略，并根据各地实际条件，找到适合不同地区发展农村电子商务的自有模式，从电子商务信息平台建设、配套基础设施建设、农产品品质提高、物流配送及电子商务人才培养等方面着手，发展农村电子商务，可以更好的完善广西壮族自治区的农产品市场，使农产品市场更加规范，产品质量得到提升，消费者可以通过线上渠道购买到能得到质量保障的产品，这种举措可以大幅度的推动广西地区乡村产业振兴和农业产业的转型升级。使全省形成网格化经营，开创广西省在乡村振兴道路上新的发展模式和态势。

实现乡村产业的振兴和可持续发展，进一步激活农村农产品的生产力和活力

活力,这样可以使农村一些特色的农产品发往全国各地,打造特色品牌。通过这样一系列的举措,也可以使农村产业电商的发展逐渐完善,农民也有了很多人利益保证。

1.2.4 研究方法和逻辑

本文采用调查研究法,文献归纳法,线性分析,定性分析等方法对本文进行分析和研究,将理论与实际相结合,通过实地调研等方法对数字经济下广西区产业电商与乡村振兴协同发展的现状进行分析,并对其资料进行整理和收集。同时在实地调查的同时在网上查找和去图书馆查阅文献资料,包括相关研究成果、统计资料,加以分析、整理、归纳,从而找出有价值、可借鉴吸取的观点。最后通过最小二乘法,对收到的数据进行分析,找出问题的关键所在。借助数理工具,建立分析模型,推演要素之间的逻辑关系,从而深化对所研究问题的认识和理解,使本文研究所得的数据和成果更加具有真实性。

1.2.5 研究理论指导

本文采用产业经济学(雁群理论),发展经济学,共享经济与共同富裕理论,波特五力模型,熊彼特创新理论科斯定理,公共产品与公共选择理论等理论进行文章的分析 and 指导。以此来更好的研究数字经济下广西产业电商与乡村产业振兴协同发展的的问题,利用农村有限的资源去达到利益的最大化,从而实现乡村产业振兴。

1.2.6 本论文创新点

本文通过调查广西乡村产业所得数据进行分析,对数字经济下广西区产业电商与乡村振兴协同发展的现状进行分析,同时进行实地访谈与调查问卷两种数据调查方法获取市场数据。更好的为广西区内乡村振兴提供理论依据。

1.3 广西乡村产业振兴所面临的的问题与挑战

首先面临的问题就是认知程度低,广西壮族自治区内的农民大多数都不具备很高的学历,见识相对来说也是不够丰富的,知识水平还停留在一些基础的地方,他们对于电子商务这种新型的销售模式以及互联网并不精通甚至不太了解,这就导致了他们对于电子商务与农业相结合的方式参与热情不高,也无法从中看到电子商务带来的巨大商机,认为电子商务的投资风险大,看不到利润,维持起来过

于艰难。

二是中国电商基础薄弱，中国现如今的大环境虽处于电子商务的高速发展时期，机遇众多，但是大多数都集中在较为发达的一二线发达城市，广西区内农村电子商务的基础十分薄弱，大多数都表现为基础设施的缺乏以及配套的产业链条服务支撑功能滞后。

三是其应用程度比较浅，农村电商虽然现在数量较多，但是不可否认，中国的农业电商起步较晚，甚至部分地区并未开始经营电商，以至于目前为止，农村电商多停留于第三方电商的中间商倒卖，缺乏大规模的领军型电商企业和独立的农产品电商品牌。

四是电商类的人才缺乏，电子商务是一种智力密集型的新兴产业，而农村人口大多没有相应的知识作为储备，现在的农村电商多处于模仿的初级阶段，在电商方面都有不足，缺乏懂经营会管理精通技术的电商人才，缺乏善于利用政策维护秩序的监管型人才。

五是产品上行难，乡村产品多停留于农产品以及农副产品深加工类产品，主要还是依靠传统的种植方式，并没有达到先进的大规模化种植的程度，同时，其农产品尚未形成独立的品牌意识，品牌的竞争力仍然处于一种较弱的程度，并且，许多农产品并没有达到在网络上进行销售的条件，大多数只能通过微信，快手，抖音等短视频平台进行直播销售，近年来，拼多多这个平台也为农村电商大力出资并给予了丰厚条件，但是，由于广西区内的很多优秀的，有特色的产品没有规模化生产，也没有形成品牌化，绝大部分商品无法做到上行。

六是物流体系，农村道路崎岖，很多地方甚至没能通车，物流体系成了一大软肋，物流运输的成本高，最后一公里成了农村电商物流的最大难题。

1.3.1 基础设施方面

既然要通过电子商务与农业相结合的方式推动广西区内的乡村产业振兴，那么，在基础设施方面就要做好相应的建设，首先需要解决的就是物流方面的问题。以广西壮族自治区目前的发展水平来说，物流问题乃是燃眉之急，要完善广西区内农村的基础设施建设，就要加强区内农村物流技术的应用水平，广西区内地势以山地丘陵为主，所以就要建立一种高效的农村物流体系，去打通农村物流的最后一步，极大程度的减少农产品的流通成本，除去道路交通问题，提高广西区内的物流水平，应借助现代智能化技术设备，建立数字化的，现代化，智能化的新型农产品物流供应系统，让农产品走出农村，损耗减小，减少运输时间成本。

第二个方面，要对区内农村的供水进行保障，加强乡村的水利方面的基础设

施建设，从源头对农产品电商进行保障，要加强区内的水源保护工程和中小型水库的建设工程，做到最大程度上的不因为天气原因而影响农产品销量，防止重大水旱灾害对农业生产造成巨大的冲击。

同时，在大力发展农业与电子商务相结合这种模式的时候，要注意实施对于环境的保护，乡村生态环境优化建设，在垃圾清洁，资源化处理方面，要改变农村原有的垃圾处理方式，尽量让乡村垃圾的处理做到无害化，资源化。

实施乡村清洁能源建设工程加大农村电网建设力度，保障农村用电，大力推动燃气下乡，减少使用柴火，煤气等污染较大的能源，大力发展农村生物质能源，实施秸秆资源化利用。

1.3.1.1 城乡发展不平衡

首先是城乡居民收入差距，从整体来看，广西区内的城镇与农村居民的收入差距巨大，但是，随着乡村振兴加强，农业的深入推进，农村居民的收入涨幅较大，近年来，城乡居民人均可支配收入正逐步减小，2021年，农村居民人均可支配收入增长均高于城镇居民两个百分点以上。

二是城乡教育差距，中国城乡教育差距一直存在，随着近年来经济的高速发展，城乡教育资源的不断提高，但是城乡教育资源上的差距仍是巨大，严格的户籍制度严格限制了农村人口在农村就学，就学多在于户籍地当地，城乡之间人口流动受到限制，生活资料的供应，劳动，就业，社会保障等政治制度安排偏向大城市，农村基础设施建设教育方面明显投入不足，城市教育资源不断提高乡村教育资源跟不上国情进度，导致城乡教育差距逐渐加大。农村产业电商发展的主体归根到底还是农民，提高农民的文化素养与综合素质为重中之重。因此，需要转变农民固有的传统观念，促使农民从根本上转变观念，努力提高农民整体素质。

三是城乡医疗差距，城乡医疗差距巨大，表现在80%的医疗卫生服务区集中在城市地区，而农村社区人均收入较低，在保健服务方面上投入的资金更少。

四是城乡消费差距，随着中国经济高速发展，城乡居民的经济能力不断提高，消费水平也随之快速发展，但是城乡居民的消费水平与消费结构都存在着较大的差异，受限于城乡生活资料等资源的限制农村居民的消费总数与增速远不及城镇居民，而这种差距也在逐渐拉大。

五是就业差距，中国城乡就业差距巨大，乡村人口就业大多进入劳动密集型产业或进入体力劳动行业，而城镇居民受教育程度普遍较高，多进入智力密集型企业，由于城乡居民个体学历及能力上的差距，导致绝大部分城乡居民的薪资水平差距较大。

六是政府公共投入差距，中国农村发展远远落后于城市，而其中，政府公共投入占比差距同样较大。

1.3.1.2 乡村治理体系不够完善

乡村治理体系是国家治理体系的重要组成部分，直接影响着国家治理能力现代化的速度与质量，乡村治理缺乏人才，乡村人才流失严重，乡村空心化现象愈加严重，留守乡村的人员年龄偏大，综合素质教低工作能力有限，导致缺乏管理型人才。

农民参与度不高，自我管理意识薄弱，传统理念根深蒂固，老人，妇女，儿童多留手于农村，这部分人员不会插手乡村治理问题，而青壮年又大多离开了乡村，导致乡村治理缺乏人手，使农村经济无法得到合理的发展，进入到一种恶性循环之中。

公共服务设施不足，信息化水平低，乡村受制于资金匮乏，资源整合不科学等影响，城乡发展严重不平衡，农村公共服务设施及基础建设严重不足，信息化水平较低，农村人口，随着经济水平的提高，所需公共服务设施需求加大，但由于资金匮乏，公共设施的缺乏，农村建设一直跟不上。农业信息化处于人才稀缺、体系尚未健全的现状，及时县级以上政府设有网站，但网站自身问题仍需改善：信息时效性差、信息针对性弱、发布内容与所需信息匹配度低、缺乏对农产品信息的动态监测。

法治化建设不到位，留守农村的人口都为老人，妇女，小孩，且大多没有较高的文化知识，解决问题的手段多出自于村内习惯和村内规矩，对于广大农民的基本权利以及法律权益并不了解，也不会使用，农村人意识不到法律的重要性，没有相应的知识和基础建设，法治建设并未覆盖到农村人口。

1.3.2 农村产业产品的品牌意识培养和扶持

农村产品需培养品牌意识，随着人们生活水平的提高，人们在消费时更加注重品牌以及产品质量和服务背后的文化底蕴，农产品不能在一味的只是停留在卖零碎产品的阶段，而是要打造品牌意识，提高产品质量，加快农产品标准化，经营农业还需注重维护好品牌，树立品牌意识，维护品牌形象，处理好产品品牌，有助于提高产品竞争力。

注重品牌的建设，推动农业供给侧改革，加强农产品品牌建设，加强品质建设，减少无效供给，扩大有效供给，全方面提高生产率满足市场需求。

促进传统农业向现代农业转型升级，其中最重要的就是产品的品牌化。现在

不缺电商产品，缺的是有品牌有保证的高质量产品，其中重要的是要让客户在众多产品中优先考虑自己的产品，拥有自己独特的特色，需要建立特有品牌，加大品牌影响力，扩大优质农产品销量。

1.3.2.1 农村产业产品的品牌意识不足

注册的农产品品牌规模小，市场占有率低，品牌过于纷繁复杂，减轻了品牌效应，无法建立品牌凝聚力。

大多品牌无法利用地理标志资源，中国各省各地地理标志资源极其丰富，充分利用这些资源，会使品牌影响力加深。

农产品品牌促销力度小且手段落后，农村人口对于促销以及电商并不了解，即使注册品牌，对于其品牌的利用以及产品的促销并不熟练，导致品牌影响力低，产品的销售量也不尽人意。农村电商产业需加强品牌意识，不是为了卖产品而卖产品，而是为顾客提供市场，满足其需求。不能一直以价格低廉吸引顾客，如果产品质量不好，即使价格再低也不会有回头客，久而久之，就会被市场淘汰。

1.3.2.2 如何培养农村的品牌意识

一是展示脱贫攻坚胜利的成果，让农民感受到品牌红利，在打造品牌，享受品牌的过程中得到利润，在政府扶持的同时，对高质量产品和品牌意识强的农户给予奖励，这样可以充分的调动农民的生产积极性。

二是树立农村品牌化意识，农村产业发展一直是短板，不成规模，销售模式存在问题，没有品牌，没有商标，没有规模化，很快就会被市场淘汰，应不断培养农村品牌意识，做好整合开发，树立品牌意识。

找到品牌龙头企业带动，进一步优化结构，调整好品质，要推动和鼓励农产品企业做好质量，做大品牌，政府部门与农民积极合作，给予表彰及鼓励。

为农民提供展示品牌的平台多利用互联网以及电子商务和新媒体的手段进行促销，打响农产品品牌，拓展农产品销售渠道。

1.3.3 如何在农村实现产权明晰

首先要做到的就是要坚守改革的底线，农村集体经济所有制的性质是不能变的，不能为了发展把农民的财产改卖了，改少了。

第二点要做的就是尊重群众意愿，农村集体财产涉及到了很多人的领域，开展制度改革，排产明细必须要工作，要尊重群众的意愿。

第三点要注重因地制宜，基层综合考虑其他因素，确定股权的设置方法，根

据不同地区的经济地区现状，建设不同的明细方法。

四是效一决定分配建立产权明晰的集体产权制度，建立完善的分配制度，确定合理分配比例，严禁举债分配。

1.3.3.1 如何实现公司化经营品牌化运作

一，品牌经理角色转变，品牌经理不能再是后勤保障人员，应变成从货源到一线销售各个环节都要把握的关键人员，确保品牌产品独立运营，要求品牌经理必须要主动参与销售任务的定制，品牌定位，拿出可行方案作为决定者为方案敲定结果，促销方案人员的培训管理等一系列工作融入到各个环节中，掌握市场最前沿的信息，分析市场信息以便于把握市场动态。

二，品牌经理权责分明，团队需要空闲资源整合，团队领导确定品牌营销战略，制定促销方案，投入资源控制等，公司要对品牌经理权责分明，充分发挥其在品牌管理营销中的主导作用，品牌经理之间配合紧密承担起相应的各自责任，对公司负责，提高品牌形象以及运作效率。

三，考核方式的合理性，应停止执行销售挂钩的考核模式，应在其基础上，将精力放在提高业绩上，而不是节省费用上，不断提高业绩，保证公司利润最大化，和联排工作，保证公司项目运行，为公司创造更大的价值，才是合理的考核方式。

1.3.3.2 落实人才培养计划

落实乡村人才素质提升计划，重点面向农村生产经营，产业发展，乡村公共服务等领域进行农村人才培养计划班。

实施农村人才培育示范工程，选拔基层人才到省内外高校，机关等机构进行研究，提供锻炼机会，实践锻炼对，今天效果好的，给予资金支持。

扩大实施乡村紧急人才订单式培养计划，专项培养对症下药，培养大专及以上学历专业对口人才。

开展乡村振兴优秀人才选拔，对其本人以及团队给予资金支持。

举办人才技能大赛对成绩优异的选手破格认定为高级技师等技能等级。

加大返乡创业支持力度，政府精准对接上级人才项目，提供政策支持以及资金支持，引导外部人员返乡回报家乡，在家乡发展。

招募乡村振兴合伙人，在现代生态农业，旅游农业，生产生产服务方面进行全方位的合作。

实施高校毕业生基层成长计划，对高校专业对口毕业生进行适当的招揽。

实施农村创业创新带头计划，金融扶持并对符合创业条件的给予创业担保贷款。

1.4 研究方法

1.4.1 文献研究法

本文第二章通过对历年来关于乡村振兴的文献进行研究，了解中国目前乡村振兴的现状，同时对其他国家乡村振兴的情况进行研究，找到可借鉴点和其中的不足。发现各大学者在用电商实践在广西乡村振兴支撑方面很少有人研究，在研究区域的选择上进行创新，选择了广西贫困地区。同时在研究方向上进行创新，重点找出区域内农业电商的发展中存在的问题和在数字经济背景下产业电商与产业振兴之间如何协同发展的问题。结合广西壮族自治区的实际情况，总结出中国与其他国家学者对于乡村振兴这方面尚未研究的问题进行分析，用电子商务与乡村产业振兴相结合的新方法全面分析数字经济下广西壮族自治区产业电商与乡村产业振兴协同发展问题，找出广西区域内乡村振兴存在的问题，结合各大文献中针对乡村振兴的各类问题的解决方法合理的为广西区内产业电商和乡村产业的振兴的发展找出最合适的发展路径，推动广西区内农业产业的快速发展和农业产业链的快速升级形成乡村产业振兴的新态势。

1.4.2 理论研究法

本文第三章通过对共同富裕的理论进行分析，找出如何在广西实现共享经济，最大化提高农民收益，形成快速广西区内乡村产业振兴的新态势。将广西区内特色农产品发展的优势最大化，在不破坏生态环境，绿色发展的前提下形成一条农产品产业链，让农民产生品牌意识，使农产品产业链做到规模化生产，品牌化经营，公式化运作，让中特壮美广西产生社会效应，促进中国边境的经济稳定。采用共同富裕理论，可以使农民收入多元化，让农民收入确定所有权，在财产性收入，工资性收入以及土地流转的转让收入都能实现农民收益的最大化。凯恩斯提出，农民收入提高后，其预防性需求，投资性需求和交易性需求都会提高，通过需求来带动宏观调控。而通过电商产业促进乡村振兴，形成特色产业链不仅可以实现农民的多元收入，还可以带动当地居民就地创业就业，促进广西区内三大产业的融合。这样也有利于形成高福利型社会，形成绿色 GDP，防止劳动力外流。

1.4.3 德尔菲法

文章第四章将通过德尔菲法，对有关乡村产业振兴，乡村电商发展的专家进行实地访谈，记录专家对其看法、态度，以及未来发展趋势。本文充分结合论文研究重点，以百色市为例，依次按照 60%、20%、10%、5%、5%的比例抽取了广西高校大学生、驻村人才、乡村振兴基层领导干部、高校教师、乡村振兴代表性村村民，笔者通过微信电话、面对面交流等方式，与访谈对象实时沟通，了解其对于乡村振兴在广西在乡村发展的第一资料。

1.4.4 统计分析法

文章第四章将通过统计分析法随机抽取样本，获取样本观点，将信息数字化，通过案例分析，对比发达地区发展情况，得出适合本地发展的经验。根据访谈结果，设计合理有规划的调查问卷，发给计划调查对象，问卷收回结果共 230 份，其中 218 份为有效结果。通过分析问卷数据，将信息数字化，准确清晰，可以更好地描述所收与所需信息，极大的帮助本篇论文在研究课题方向时把握核心。

1.4.5 PEST 分析法

文章在第四章分析中国乡村产业电商发展现状时通过 PEST 分析法，立足于组织外部环境，分析课题研究背景，从宏观角度看国家政策、经济发展、社会效应、技术水平对本文研究方向的支撑与支持，进一步分析中国乡村振兴产业电商的发展现状。

习近平总书记多次讲话提到关于振兴乡村产业，发展电商行业，这对于广西壮族自治区发展农村产业电商有着极大的政策支持，农村通过发展产业电商，也可以带动当地经济发展，实现共同富裕。农村劳动力返乡，拉动就业，缓解留守儿童及老人的问题。打造节能环保的绿色生态生产工厂，减少污染，维护工人健康，建设壮美广西。随着 5G 技术的推广实施，农村发展产业振兴在技术层面有着支撑，通讯技术与网络条件都有了一定的改善，是农村产业电商发展的动力。

1.4.6 SWOT 分析法

本文第四章在分析广西区乡村产业电商发展现状时 SWOT 分析法基于内外部竞争环境和竞争条件下的态势分析，将与研究对象密切相关的各种主要内部优势、劣势和外部的机会和威胁等，通过调查分析列举出来，依照矩阵形式排列，然后用系统分析的思想，把各种因素相互匹配起来加以分析，从中得出一系列相

应的具有决策性的结论，运用这种方法，可以对研究对象所处的情景进行全面、系统、准确的研究，从而根据研究结果制定相应的发展战略、计划以及对策等。

文章通过 SWOT 分析法，从优势、劣势、机会、威胁四个方面分析广西壮族自治区发展乡村产业电商的内外环境，从而得到适合广西区发展乡村产业电商的战略选择。

1.4.7 田野调查法

基于本文研究方向，笔者通过田野调查法，选取代表性地区百色市为调查点。百色市位于广西壮族自治区西部，农村条件较为落后，乡村振兴战略实施情况显著，当地自然条件优渥，盛产芒果，具有特色代表。实地前往百色市各个具有代表性的乡村调查，通过与当地村民、驻村人才、基层干部谈话了解乡村振兴在百色市乡村的实施现状，以及发展特色产业电商的机遇与困难。根据调查所获数据，在第五章进一步分析研究广西区发展乡村产业电商的路径、存在问题及解决方案。



第二章 文献综述

2.1 国内已有研究介绍

通过对中国国内已有的研究进行分析，找出目前广西区内发展存在的问题和挑战，针对中国已经存在的研究成果，结合广西区内的优势，指出文章的创新点更好的找出最适合广西农村电商发展的道路，因地制宜，在合理利用资源，保证农民利益的前提条件下，实现广西区内乡村产业振兴。

2.1.1 中国乡村产业振兴研究中存在的挑战与问题

乡村振兴的基础自然是产业振兴。乡村振兴是一项复杂的系统性工程，快速发展产业、打造绿色生态宜居、融合乡土风情文明、农民生活富裕是总要求。其中，快速发展产业是解决农村一切问题的前提。“十四五”时期经济社会发展要以推动高质量发展为主题，这是根据中国产业经济发展阶段、各地产业发展环境、国内经济发展条件变化作出的科学判断，乡村产业振兴也需要确定高质量发展目标，在提升质量和效益上下功夫。

现在，电子数字技术的不断发展与广泛应用，加速了现代农业产业与乡村传统产业的融合升级，利用互联网与电商协同发展，以打造本地特色产业，扩大知名度，落实好乡村振兴战略。大力发展乡村数字经济有助于乡村新型产业的养成与发展，引领乡村产业转型升级。同时，推动乡村产业集合朝着高质量的方向发展也面临许多挑战。乡村产业发展要抓住数字经济发展的时代潮流，积极应对挑战。

首先，中国电子商务的基础比较薄。中国农村数字化以及电商发展现如今仍处于起步阶段，基础设施较为简单，为电商服务的产业链条等配套支撑服务滞后。尤其是大部分农村地区，不管是物流方面，人才培养方面还是农村居民目前的认知情况，都需要投入时间进行改变。目前，中国传统的农业运作方式已经逐步的被智能物联网与互联网交织的运作方式替代。乡村产业电商的发展是顺时代所需，几乎所有的乡村产业都在与电商结合。

同时，中国目前缺少一定的与电商相关的专业性人才。电子商务是智力密集型的新兴产业，农村互联网普及率相对较低，农民无法体验到互联网所带来的便利性并对其持怀疑态度，农村空心化状况严重，青壮年进入城市打拼，广西地势上靠近广东，很多农村的青壮年都去了广州深圳等一二线城市打工，基本上都会将老人和小孩留守乡村，年轻人为了谋发展，不愿回到农村，导致缺乏懂电商经营、

会人才管理、精通电子科技技术的电商人才。这就导致广西区内农业电商发展的速度迟缓，没有专业的人才对其进行指导，在农产品方面，首先第一个问题就是农产品质量参差不齐，难以做到标准化。农产品及农副产品应以质量取胜，由于电商门槛过低，使得产品质量得不到保障，哪怕是个别现象，也会影响整个产业，虽然广西区内有很多优质的农产品，例如广西百色市的芒果，茶叶等，即使有着非常悠久的种植历史和极高的营养价值，但无法做到高质量的标准，这也是乡村产业无法振兴的一个重要原因。

第二个问题就是没有形成品牌化管理。中国农村地区的农业生产还具有盲目性，并未存在质量往往参差不齐，因为农副产品生产过程中播种、施肥、农药等问题不能完全控制，难以制定统一的标准，而且农副产品没有经过完善的质量检测在网上售卖也难以保证质量。农民也尚未形成品牌化管理的意识，这就导致在互联网上销售时，消费者无法保证产品是否是自己想购的那一种，这就对区内农产品的销量产生了很大的影响。

其次，中国广西农村地区物流体系不完善，电商振兴乡村经济突出在乡村，道路及配套设施不完善导致物流体系的完善，无法保障物流，优质的农产品无法到达顾客的手上，最后一公里成了最大的麻烦。

2.1.2 中国乡村产业振兴研究情况

胡煜欣在总结电商助农作用机制的基础上，分析了目前中国农业电商存在的问题，并指出要完善农产品销售行业规范、培养相关专业人才、推进农村基础设施建设、实施品牌战略等对策。吴迪认为农村电商的快速发展有利于挖掘农村市场的潜力，快速促进城市与乡村之间经济的快速流通和农村产业的转型升级。而祁怀锦认为，数字经济是未来发展的关键，在中国未来几年的经济发展中所占的比重越来越重要。李思聪则具体分析了除中国外的其他国家的乡村振兴和产业兴农运动的方法，列举了德国，日本，瑞典等国家产业振兴运动的核心方法和在实践中所获得的经验和启示，从中寻找对于中国国内产业振兴的可借鉴点。刘霁瑶认为数字化可以提升企业价值，通过线上业务对企业进行盈利增收。杨旭，李竣通过对农业电商对乡村振兴作用的研究，指出了中国国内电子商务与农业相结合的新型商务模式对农村地区带来了巨大的转变。本文通过对中国国内各大学者对于农业电商的研究以及中国关于乡村振兴方面的现状进行研究。结合广西壮族自治区的实际情况，总结各大学者研究中尚未找出的问题进行研究，全面分析数字经济下广西壮族自治区产业电商与乡村产业振兴协同发展问题，找出目前存在的问题和可以改善的地方，结合经济学和管理学的众多理念，合理的为广西区内产

业电商和乡村产业的振兴的发展找出最合适的发展路径，推动广西区内农业产业的快速发展和农业产业链的快速升级形成乡村产业振兴的新态势。

2.2 国际主要国家研究情况

通过对国际主要国家已有研究成果的分析，可以更好的找到适合广西区内农村产业电商发展的道路，对于一些优秀的研究成果，可以进行采纳和借鉴。

2.2.1 国际主要国家研究成果介绍

美国的赫伯特·克莱因和巴西的弗朗西斯科·卢纳对巴西农业快速增长的原因进行分析，并找出对于巴西国内传统农业发展中仍然存在的问题，介绍了其国内农业形成这种发展模式的背景和理由，并对巴西未来农业产业的发展做出规划。

通过对其他国家的研究成果进行分析，全面分析数字经济下广西壮族自治区产业电商与乡村产业振兴协同发展问题，找出适合广西农业产业转型升级的发展道路和可借鉴点，本文在研究方法上通过多种经济学和管理学理论对文章进行创新，结合其他国家已有的研究对文章进行创新，找出最适合广西区内发展的路径，助力乡村产业振兴形成新的局面。

本文通过对数字经济的背景下广西区内的产业电商与乡村产业振兴协调发展的问题进行研究，结合了国内已经存在的研究成果，将其结论进行整合，找出其存在的不足，系统的分析了区内农业产业电商发展中存在的问题，并提出解决方案。在研究区域的选择上进行创新，选择了广西贫困地区。同时在研究方向上进行创新，重点找出区域内农业电商的发展中存在的问题和在数字经济背景下产业电商与产业振兴之间如何协同发展的的问题。方法上采用了 SWOT 分析法，PEST 分析法等，为农业电商后续的发展做出合理的战略决策和选择。

第三章 理论依据

根据以下理论对于广西区内现状进行分析,使本文的研究成果更加真实可靠,可以更好的解决在数字经济的背景下广西区内农村农业发展与电子商务相结合时资源如何合理配置的问题,更好的助力广西区内乡村产业振兴。

3.1 经济学理论

3.1.1 产业经济学（雁群理论）

文献第二章采用产业经济学的理论对中国国内外发达地区目前的研究现状进行分析,将区域经济由发达地区向欠发达地区传递扩展。当全球开始进入到工业化时期的时候,很多仍然处于发展状态的国家,在经济和技术的限制下,很多商品的市场不得已只能向那些发达国家开放。当此类产品的的需求量在国内达到一定数值时,在这种情况下,中国就具备了一定量的生产这种商品的技术条件和市场需求条件,广西可以充分借鉴国外的研究成果,吸取一些成熟的经验,在政策的领导下,充分利用数字化和电子商务的快速发展推动广西壮族自治区的乡村产业振兴道路。

3.1.2 发展经济学

本文第五章通过分析广西区内农村产业电商的发展历程,找出如何快速发展广西经济的方法。很多依靠农业带动国家经济发展的发展中国家很多仍处于一种贫困落后的状态,那这些国家该如何实现工业化,摆脱目前这种贫困的状态。发展经济学主要就是研究这类问题的。该理论的其核心理念就是要发展经济。以中国的情况来说,中国在极短时间内的的发展迅速,导致其目前贫富差距拉大,各省的乡村产业发展的都是相对滞后的,国内高速发展的电商经济和数字化经济就需要带动农村的经济,促进乡村产业振兴。通过对广西区内贫困地区的研究,在此理论基础找出如何使广西壮族自治区农村经济快速发展的方法,和在数字经济下产业电商与乡村产业振兴如何协同快速发展。

3.1.3 共享经济与共同富裕理论

本文第六章通过对共享经济与共同富裕理论的运用,分析出如何更好的实现区内资源的合理配置。实现共同富裕的一个非常重要的方式就是发展共享经济。

通过发展共享经济，可以带动广西区内可持续性高质量高速度的发展，为共同富裕提供良好的物质基础。而通过合理提高资源的配置效率，如可以合理的将闲置的资源充分的利用起来，将资源以一种全新的方式利用起来等方式。可以更好的打造资源节约型社会，为经济的增长提供新的方式。而本文通过对共享经济与共同富裕理论的分析 and 运用，可以更好的解决在数字经济的背景下广西区内农村农业发展与电子商务相结合时资源如何合理配置的问题，更好的助力广西区内乡村产业振兴。

3.2 管理学理论

3.2.1 波特五力模型

本文第五章通过对波特五力模型的运用，分析出广西农业电商这一产业的竞争力，以及未来发展的措施。波特五力分析模型的五力分别为替代品的替代能力，购买者的议价能力、潜在竞争者进入的能力、供应商的议价能力以及行业内竞争者现时的竞争能力。他可以在一个简易模型中汇集很多的不同因素，并通过这些因素来分析这个行业的竞争情况。波特五力模型从一定程度上来说是属于从一定意义上来说隶属于外部环境分析方法中的微观分析的一种。这种分析方法可以对一个企业的盈利能力以及对消费者和市场吸引力进行判断，有效的判断消费者的竞争环境，对其竞争战略进行分析，但值得注意的一点是，波特五力模型是某一种产业形势的衡量标准之一，但它并不是对某一个企业自身能力的衡量标准。本文通过使用波特五力模型，合理的分析出了广西区内农业电商这一产业的竞争力，以便于更好的研究如何在数字经济的背景下更好的发展广西区内农业电商，并提出合理的建议。

3.2.2 熊彼特创新理论

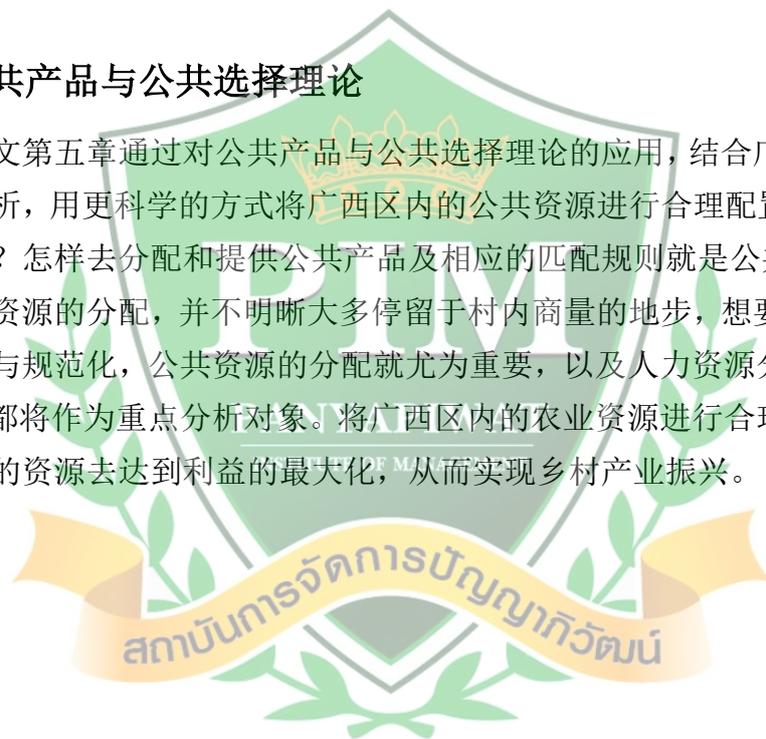
本文第七章运用熊彼特创新理论，分析出未来广西区内如何更好的发展农业电商，为区内农业电商东西创新性发展提供了新的解决方案。熊彼特创新理论认为，要建立一种新的生产函数就是创新，将新的技术发明应用到经济，农业等活动中，所引起的新的生产要素和生产条件的重新组合。而乡村产业振兴与熊彼特创新理论之间的联系，便是要将新兴的电子技术，科技技术融入到农业产业当中，形成新的组合，达到创新的目的，进而实现乡村产业振兴。通过对这一理论的应用可以更好的解决如何发展广西区内农业与电子商务相结合的问题。

3.3 科斯定理

本文的第五章通过对科斯定理的运用，找到了广西区内人才流失的原因，并通过分析，得到了解决这一问题的具体方案。科斯定理是指在某种条件下，经济的外部性可以通过谈判得到纠正，从而达到社会效益最大化，适用于乡村振兴，乡村人大多对电子商务等新兴科技技术抱有怀疑和迟疑的态度，那么我们可以通过适当的谈判改变乡村人群的认知和态度，使乡村人口愿意利用新兴科技融入到农业生产当中，本文通过对科斯定理的应用，可以更好的解决广西区内乡村产业振兴的问题。

3.4 公共产品与公共选择理论

本文第五章通过对公共产品与公共选择理论的应用，结合广西区内实际情况进行分析，用更科学的方式将广西区内的公共资源进行合理配置。分析什么是公共产品？怎样去分配和提供公共产品及相应的匹配规则就是公共选择，农村土地等公共资源的分配，并不明晰大多停留于村内商量的地步，想要做到农业产业的标准化与规范化，公共资源的分配就尤为重要，以及人力资源分配，生产资料分配等，都将作为重点分析对象。将广西区内的农业资源进行合理的配置，利用农村有限的资源去达到利益的最大化，从而实现乡村产业振兴。



第四章 广西区乡村产业电商发展现状

本研究将通过 SWOT 分析思维与市场数据分析两者结合，阐述广西地区农村产业电商发展现状。为农村产业电商在广西区得到更好地发展找到渠道。

首先，根据 SWOT 分析法分析广西区乡村产业电商发展的内外部环境。

一、内部环境

S（优势）：随着互联网在中国普及率逐步提高，广西电商稳步发展，各大电商平台的出现也为广西乡村产业与电商协同发展创造了有利条件。其次，广西区自然条件丰沃，盛产水果、茶叶等产品，多样量产，保障供应产业电商发展。目前，广西自贸试验区已引进百余家电商企业，为广西区发展电商及跨境电商提供支持。2021 年，广西区出台《关于开展广西直播电商“四个一批”行动的工作方案》，通知提出培育直播电商产业带，壮大直播电商市场主体方案，指出“数商兴农”直播，鼓励将直播电商应用于农村农业发展，提升区内农村特色产品品牌度。

W（劣势）：广西壮族自治区位于中国南部，地理位置较偏远，地势倾斜，山岭连绵，多丘陵，交通不便，物流运输困难，耗时长，难以保证产品新鲜度。由于地处山区，农村通讯条件较差，网络普及率增幅慢，阻碍乡村产业电商发展。此外，乡村多中老年人，思想难以跟上时代速度，对他们来说，改变传统农副产品的运作方式，发展产业电商、直播兴农，短间接受度低于其他年龄层的群众。

二、外部环境

O（机会）：当今中国电商发展稳步进行，随着互联网的快速普及与电子商务技术的提高，电子商务行业的发展得到进一步规范。截至 2022 年 2 月，中国网民已达 10 亿，移动端用户更是高达 99.7%，上网时长每周增至 28.5 小时。且截至 2021 年 12 月，中国累计建成并开通 5G 基站数达 142.5 万个，为广西区发展乡村产业电商创造了良好的网络基础条件

T（挑战）：近年来，越来越多的传统企业转型走向电商发展，电子商务行业的规范性得到提高，电商进入门槛将随之变高，市场竞争逐渐激烈，产品同质化问题突出。

通过上述 SWOT 思维分析，可以清晰明了广西区乡村振兴与产业电商协同发展过程中遇到的问题与机遇，进而分析得出以下适合广西壮族自治区乡村产业电商的发展战略即 SO 战略。

利用互联网优势，将农村特色产品与电商结合，创立乡村独立电商平台，通过产业电商或直播电商方式发展农村特色产品。利用先进的农业技术，提高农副

产品质量，打造当地精品农业，避免市场产品同质化，扩大知名度，提升市场份额。随着互联网普及率与网民的增加，乡村通讯条件得到改善，打破乡村地域传统思想，吸纳先进新鲜血液，引进专业人才，对村民进行思想素质提升工作，正确对待产业与电商结合的发展策略。重构乡村产业体系，将乡村振兴战略合理运用于产业电商发展。

4.1 市场行业数据分析

市场数据来源具体以线下实地访谈与线上调查问卷两种方式结合的方法展开，详细分析广西区农村产业电商的发展历程以及现状。

通过调查所得数据进行分析，对数字经济下广西区产业电商与乡村振兴协同发展的现状进行分析，以此从中发现现存问题以及得到更好地发展规划。

4.1.1 市场数据调查

本研究决定通过实地访谈与调查问卷两种数据调查方法获取市场数据，以加强研究可信度与真实度。

4.1.1.1 实地访谈

访谈区域根据文章研究内容确定为广西壮族自治区，本文主要研究在数字经济发展背景下，广西壮族自治区将产业发展与乡村产业振兴协同发展的的问题，重点在广西，核心在广西，根据研究者拟定大致的研究访谈计划提纲，对计划的访谈对象进行无明确主题谈话，给予访谈对象更多的自由讲述空间。通过面对面的交流谈话，收集广西区访谈对象的访谈数据，以保证获取的资料信息可靠可信。

由于受访者均为广西本地居民或现居群众，对广西壮族自治区真实现状的了解程度高于区外群众，对本文研究内容给予更多的可能。生活在乡村的受访者对于乡村振兴的发展普及现状及发展前后变化有着更为直观的了解，通过直面交流，可以从中发现受访者对数字经济时代下乡村产业发展有什么见解，推动文章写作，增加文章研究内容丰富性。

4.1.1.1.1 访谈对象

在选择访谈对象时，本研究处于多方面考虑，面向多元人物进行访谈，以便于得到更加可靠，更加全面的访谈信息。最终确定访谈人物为高校在读大学生、高校应往届生、乡村企业家、乡村干部、村民、返乡创业青年、乡村引进人才。

4.1.1.1.2 访谈问题

就研究问题，笔者设计了共十二个访谈问题，对访谈对象进行提问并做好记录。访谈问题如下：

一、首先，针对高校在读大学生有两个问题提出。

1、是否了解过广西地区人才政策。

2、对于乡村产业振兴发展战略是否有过一定程度的了解，且将其与电子商务结合有何种观点与想法。

二、其次，针对高校应届毕业生有四个问题提出。

1、是否了解过广西地区人才政策。

2、在众多乡村产业振兴发展案例中，是否从中看到了发展机遇或不同的发展方向。

3、毕业后是否有投身于家乡农村产业建设中的想法；参加乡村振兴战略后的感想。

4、在互联网与物联网的共同作用下，认为乡村现有产业如何向数字电商产业发展。

三、其次，针对乡村企业家有三个问题提出。

1、由于何种契机得知电商发展途径，从而与农村产业经济相结合。

2、广西处于中国西南地区，交通不是非常便利，这种自然因素对于乡村发展数字经济有何影响。

3、企业现今是否有将产业向数字化改变的想法。

四、其次，针对乡村干部有六个问题提出。

1、近几年来国家政策（中国）对农村发展有哪些启示，并且针对各项政策做出哪些改变。

2、村委会对于人才引进的看法和态度。

3、在面对乡村产业振兴发展过程中，遇到过哪些棘手的问题、经历过什么瓶颈以及从中看到的发展潜力。

4、村干部对于新兴事物持什么观点。

5、广西处于中国西南地区，交通不是非常便利，这种自然因素对于乡村发展数字经济有何影响。

6、如何实现电商与乡村产业结合。

五、其次，针对村民有两个问题提出。

1、对于新兴事物持什么观点。

2、对于村里近年的变化有什么看法，与过去相比，最大的改变在哪里

六、其次，针对返乡创业青年有几个问题提出。

1、由于什么原因选择回乡创业

2、选择什么产业进行创业

3、家人对创业计划持什么态度

4、选择通过电商与创业结合的原因

七、最后，针对乡村引进人才有几个问题提出。

1、选择来到乡村工作的原由

2、乡村与城市工作区别在哪里

3、在电商与乡村产业结合方面持什么观点

4.1.1.1.3 访谈结果

首先，就广西区人才政策了解程度来看，高校应往届毕业生关心程度是远大于在校生，在校生更关心的则是学业问题，对于就业方面多是一种待了解状态。其次，无论是在校生还是应往届毕业生，对乡村振兴战略的了解程度均在一个水平，大家对于该政策持支持态度，认为这对于乡村来说是机遇，是发展的新方向。且电商为时代发展新产物，将当地乡村特色产业与电商结合，协同发展数字经济，利用物联网将乡村产业连接在一起，利用互联网，将乡村与全国各地连接。在访谈的众多应届毕业生中，还是有接近 30% 的大学生有强烈的返乡意识，投身于家乡建设中，为家乡建设添砖加瓦。被访谈者认为学习专业知识，充实自己，然后加入乡村建设，对于他们来说，是儿时的梦想，更是当下即将做出的决定。在与已经参与到乡村振兴建设战略中的毕业生交谈中，了解到，他们对这份工作的热爱似乎并未消退，交谈过程中，笔者在毕业生的口中了解到广西区很多乡村产业发展现状并不是特别好，与电商的结合程度也不是较高。整体还有更多的发展空间。

其次，在与乡村企业家的访谈中了解到，有个别企业家是从父母手中接管的企业，但大部分企业是近几年在乡村振兴战略指导下创立，紧跟时代要求，发展乡村产业，利用互联网结合电商协同发展数字经济。众所周知，广西地区交通与东部平原地区相比，并不是非常便利，这对乡村企业家来说也是一大难题。不仅在自然地理环境方面存在压力，企业自身经营状况也需要做出改革，向数字化转型，与电商结合，协同发展，传统发展制度需要有选择的摒弃，顺应时代发展需求，进行改革，是企业当今需要做出的一大改变。

其次，针对村干部的访谈，笔者记录到绝大多数村干部对于新生事物的接受

程度还是较高,时代在发展,新兴事物的出现必不可免,例如自媒体行业的出现。而且,在乡村振兴战略的发展指导下,利用互联网将电商与本村特色产业电商连接在一起,协同发展,致力于打造当地特色产业。但是问题在于无法形成当地特色品牌,知名度还需扩大。与乡村企业家一样,村委在发展本村电商产业经济时,交通不便导致物流问题得不到很好的解决。并且得到村民的理解也是一件不容易的事情,广西地区多山,很多村落分布在山腰,年老者不经常下山,可能对于网络了解不是很多,所以对于提出的电商产业经济表示不支持,面对村民的压力,村委化此为动力,更加努力打造模范村庄。在交流引进人才问题中,村干部表示,地区政策对于农村来说无疑是有利的,但是还是有很多劳动力外出及人才外流,不过,这种现象近几年在国家政策的引导下逐渐减少。在与很多返乡创业青年的交谈过程中,了解到,他们返乡的很大原因是家乡情结,觉得利用自己所学到的专业知识为家乡振兴奉一份力是应该做的事情。

其次,针对村民的访谈,笔者记录到绝大多数村民对于乡村发展电商产业是持支持态度,认为与时俱进是顺应当今社会发展的必然,在交流过程中,村民对于家乡近几年的变化感叹万千,交通、经济、社会治安等都发生了巨大的改变,乡村产业在互联网时代也有了新的发展机遇,产业链就在家门口,就业问题迎刃而解,很多年迈的村民谈到这个问题时喜极而泣,因为乡村产业振兴政策,自己的儿女得以在家乡找到工作,一家人团聚也不再是遥不可及的梦想。

其次,在与返乡创业青年与乡村引进人才的交谈中,返乡创业青年表示所学专业是为乡村振兴做准备。在决定创业前也做了充分的调研,认为家乡产业有很大的发展潜力,加之中国支持乡村振兴的政策,一鼓作气,开启创业之路,且加上电商媒介,乡村产业知名度得以扩大,传统的运作转而被智能物联网与互联网交织的运作方式替代。引进人才代表表示,乡村产业电商发展是顺时代所需,几乎所有的乡村产业都在与电商结合,利用互联网与电商协同发展,以打造本地特色产业,扩大知名度,落实好乡村振兴战略。

4.1.1.2 调查问卷

为更好地挖掘到实事现况,本研究特此采用调查问卷的形式展开新的调查,问卷调查通过问卷星软件创立,进行规模调查,便于笔者整合分析收集来的数据,进一步做出下一步规划。

4.1.1.2.1 调查对象

根据研究需求,确定调查对象与访谈对象基本一致,且调查对象均为广西区

内人员。

其中，区内乡村干部与本文研究主题有密切联系，直观感受到乡村产业振兴在广西壮族自治区的发展现状及变化。现今，互联网高速发展，数字经济时代开启，区内高校学生获取信息渠道增加，对于乡村振兴发展战略的实施状况有所了解，有意向毕业后投身乡村建设的大学生对此更为关心，了解程度与参与调查问卷的认真程度较高，问卷反馈结果对本文研究方向具有实质性帮助。

4.1.1.2.2 调查方向

通过整理分析上述访谈对象的访谈结果，对调查问卷确定调查方向，基本内容为：调查对象对乡村振兴战略了解程度；调查对象对大学生毕业返乡参加乡村振兴实践的看法以及自身是否存在毕业后回乡参与乡村振兴战略工作的想法；调查对象对所在家乡因乡村振兴战略而发生改变的具体情况；高校生对产业电商与乡村振兴在数字经济下的协同发展有什么观点；现今产业电商化是何种现象，且什么产业适合与电商结合。

4.1.1.2.3 调查结果



图 4.1 调查对象毕业后投身于乡村振兴战略实践的调查结果

图 4.1 表示，在所有调查对象中，有接近 30% 的人员有坚定的返乡想法，投身于乡村振兴建设中。有一半的人员认为不确定因素太多，现在无法做出决定。

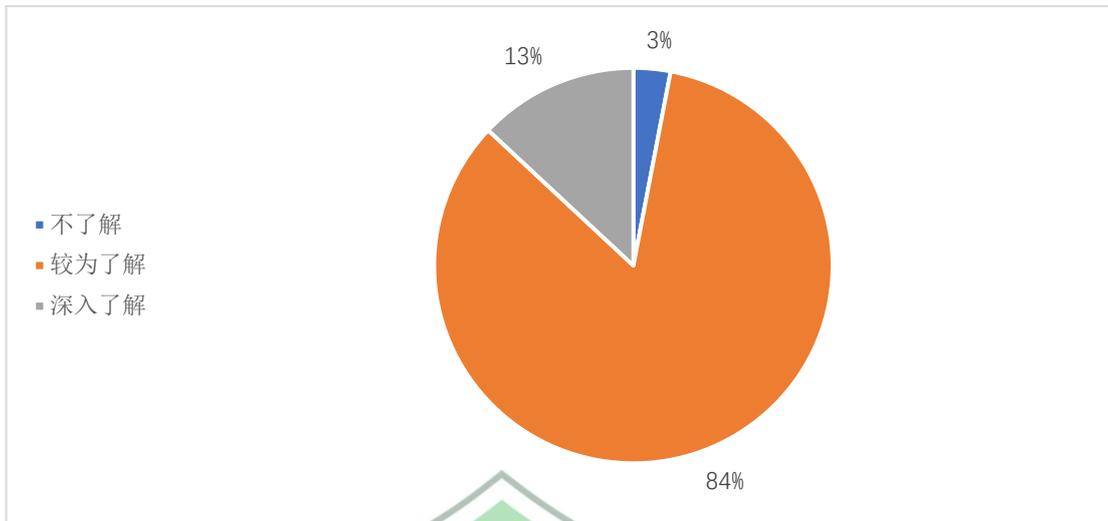


图 4.2 农村建设

图 2 显示，有 84% 的人员对乡村振兴战略有一定的了解，但是了解程度并不高，另外也有 13% 的人员深入了解过该项政策。近 90% 的调查对象对大学生返乡创业持支持态度，认为这对农村建设起到了良好的作用。

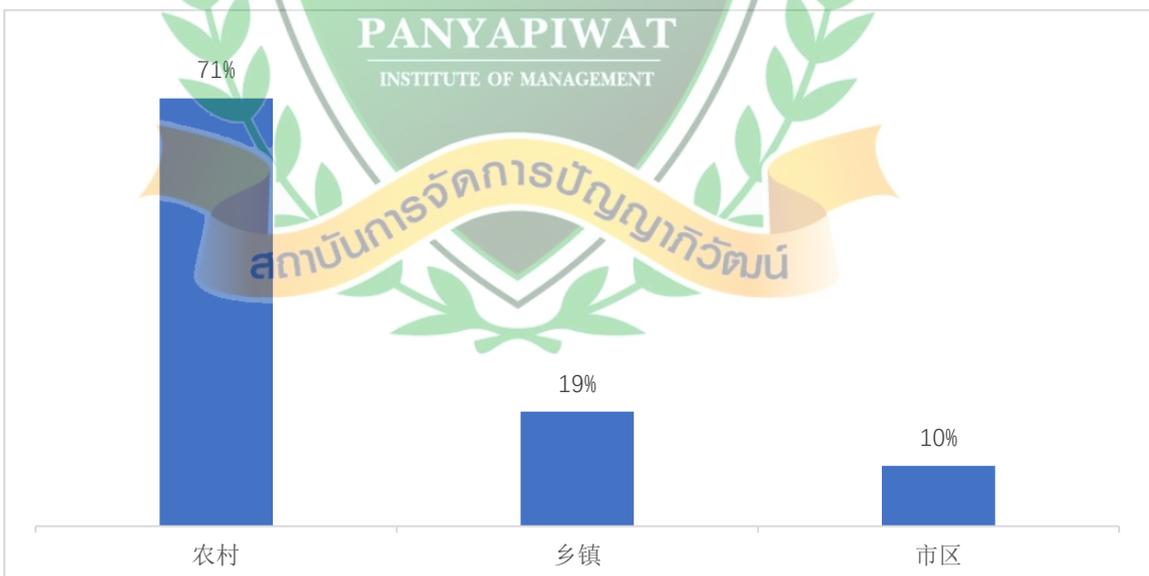


图 4.3 调查对象居住地区问卷调查结果

问卷结果显示（参照图 3），参与问卷调查者多居住于乡村，对于乡村产业振兴的发展状况有着较为直观的接触感受。图 4 显示，调查对象提到由于乡村振兴战略的实施，贫困村脱贫、农村环境得到改善，经济水平提高，发展方式改变，

产业流水化，更多的专业人才来到乡村。由于调查对象均为广西地区人员，广西山岭绵密，西北高、东南低，山地面积占全区面积三分之二。因此乡村多以种植果树为主，以百色市为例，多数调查对象认为芒果产业可以与电商结合，协同发展。

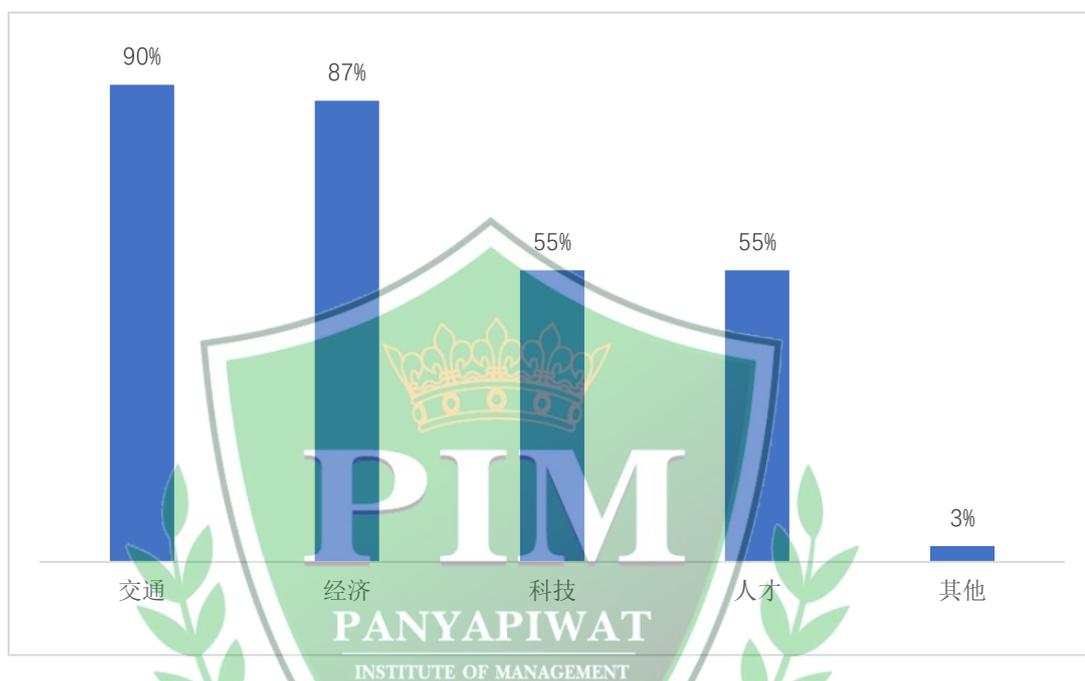


图 4.4 调查对象认为乡村振兴战略下的变化

但是，新生事物的出现必然不是一帆风顺的，产业电商化在农村遭遇的瓶颈可想而知，客观的地理条件使得物流是一大问题，将果实在山上运输到山下集装箱店，再由工人包装好，等待物流车运输，这过程消耗的时间较长。另外，图 6 显示，偏远地区资金问题也经常成为农村发展经济的制约因素。也有调查对象认为领导者、参与实践过程人员的思想、劳动力缺乏等问题都是制约农村发展电商产业的因素。

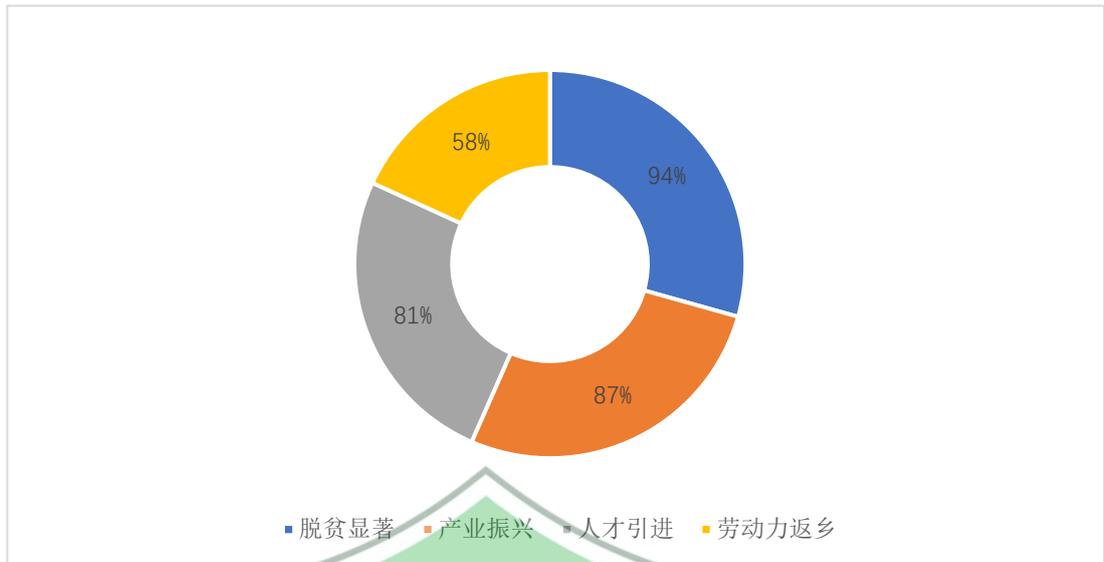


图 4.5 乡村振兴战略在广西区发挥的作用调查结果



图 4.6 调查对象认为家乡发展产业振兴的制约因素占比

农村产业电商化顺应时代需求，是“互联网+”风口下与时俱进的表现之一，也是农村将来的发展趋势，在这种趋势下，农村的农副产品得以绽放出新的光芒，为农民及当地人增添新的收入，带动当地的经济的发展，传播家乡文化。

4.1.2 数据分析

做完实地访谈与问卷调查后，通过整理归纳两者调查结果，现对调查结果做出相应的数据分析，以此保证研究的时效性、可信性。

4.1.2.1 访谈数据分析

仅针对于访谈结果而言，高校生对于毕业后返乡的实践想法并不是很强烈，更多想法是实践于发达城市或南宁、桂林等城市市区。

4.1.2.2 问卷数据分析

在调查中，笔者发现，调查对象在看待产业电商与乡村振兴的关系时，多认为两者是相辅相成的关系，农村产业振兴依赖于电商，电商发展带动乡村产业，从而落实好乡村振兴战略。农村电商也是产业振兴战略在农村地区的一种表现。相互促进。

因此，在数字经济发展迅速的现代化阶段，针对本篇研究方向广西壮族自治区来说，将产业电商与乡村振兴战略结合的发展方式对农村地区来说是振兴发展的最佳选择。以百色市为例，当地生产芒果且品质高，极受欢迎，但正因为没有运用合适的运营方法，导致农民收入并不是很理想，数字经济的到来，传统销售方式发生转变，企业或个体普遍喜欢通过新媒体来销售宣传产品，通过运营自媒体账号，达到病毒式营销效果，与传统营销方式相比，新媒体的作用显而易见。

4.2 乡村产业电商发展现状分析

中国乡村产业电商的发展经历了多个阶段，萌芽、发展、瓶颈……。近年来，随着互联网的普及，中国网民规模呈逐年扩大趋势。中国互联网络信息中心发布的第44次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2019年6月，中国网民规模达8.54亿，较2018年底增长2598万，互联网普及率达61.2%；手机网民规模达8.47亿，较2018年底增长2984万，网民使用手机上网的比例高达99.1%，较2018年底提升0.5个百分点。截至2019年6月，中国网络购物用户规模达6.39亿，较2018年底增长2871万，占网民整体的74.8%。在地域方面，以中小城市及农村地区为代表的下沉市场拓展了网络消费增长空间，电商平台加速渠道下沉。2018年中国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%，全国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%，农村电商迅猛发展。随着互联网的普及，中国农村农产品借助电子商务销售已经成为农民致富的一大手段。大力发展农村电子商务也成为扶贫工作的一个重要抓手。

下文将详细运用PEST分析法阐述中国乡村产业电商的现状发展阶段。

P（政治）：2021年，中国陆续出台多项政策支持农村电商发展，其中包括《“十四五”电子商务发展规划》、《农业农村部关于加快农业全产业链培育发展的

指导意见》《国务院办公厅关于加快农村寄递物流体系建设的意见》等。提出加强农村电子商务技术，完善农村电商基础设施建设以及物流等配套设施，引进先进人才发展农村产业电商，为电子商务在农村产业振兴中发展做出坚实基础。

E（经济）：随着“数商兴农”深入推进，农村电商基础设施不断完善，农村电商规模稳步提升。截至 2021 年，中国农村网络零售额近 2.1 万亿元，比去年增长 11.3%；农产品网络零售额 4221 亿元，同比增长 2.8%。目前，电子商务在乡村振兴中发挥着重要作用，乡村产业与电商协同发展将是乡村振兴发展战略中关键一步，电商带动乡村产业经济，拉动当地经济水平。

S（社会）：发展产业电商在乡村振兴中带来的不仅是经济提升，还有青年返乡，人才引进，随着乡村产业电商发展，就业机会增加，更多的青年可以回到家乡就业，缓解留守儿童及老人压力。电子商务等专业人才留驻乡村，为电商发展提供方案战略。

T（技术）：目前，电子商务在乡村产业发展不够成熟，所需电商交易体系与物流配套设施等技术有待完善。不过随着 5G 技术的出现发展，中国乡村电商技术可以得到改善，为农村产业电商发展基础设施提供技术组指导。

4.2.1 中国国内农业电商发展历程

萌芽阶段，自中国 1994 年相继开通中国农业信息网和中国农业科技信息网以来，农业领域的信息技术应用进入发展阶段，且取得一定显著的效果。中国农业信息网专业面涵盖较宽、信息资源丰富、信息存储及处理和更新能力较强，目前联网用户已有三千余家，中国涉农网站已有六千多家，超过了法国、加拿大等发达国家。

但是，目前中国农业信息化处于人才稀缺、体系尚未健全的现状，及时县级以上政府设有网站，但网站自身问题仍需改善：信息时效性差、信息针对性弱、发布内容与所需信息匹配度低、缺乏对农产品信息的动态监测。

4.2.2 广西区农村产业电商发展历程

广西壮族自治区气候温暖，雨水充沛，热量丰富，盛产水果，拥有中国 70% 种水果，素有“亚热带水果之乡”的美誉，如芒果、火龙果、菠萝、甘蔗、砂糖橘等水果，且口感外形深受广大消费者喜爱。同时，广西沿海又是中国与东盟各个国家进行经济文化交流的重要地区，极具跨境贸易优势，近几年，中国电子商务的发展速度逐渐加快，广西区政府也给予电子商务发展足够的重视与政策支持，在《广西壮族自治区人民政府办公厅关于印发 2015—2017 年全区农村电子商务

工作实施方案的通知》（桂协办〔2015〕41号）等文件发布后，广西电商从零散电商逐渐转变成为有政府扶持的地区特色农产品电子集群化电商。

除盛产水果外，广西农村地区还有茶叶、腊肉、黑棕、核桃、板栗等极具地域特色的农产品。随着电子商务的发展，农村逐渐从传统的生产制作方式改变为标准化、规模化、智能化的产业电商经营模式。

广西地区于2014年开始发展农村电商，得到各地政府的支持，广西农村电商发展取得了一定的成效，打造出有一定影响力的产品和品牌。例如百色芒果、北海咸鸭蛋、横县茉莉花等产品，“荔枝疯会”、“农派三叔”等品牌，广西网上商城、中国东盟信息网、广西特产网等众多知名电商平台。截至2017年，广西壮族自治区已有36个农村电商示范村，农村电商配套服务体系不断完善。

4.2.3 乡村振兴战略对广西区农村产业电商发展的影响

中国政府大力扶持乡村振兴相关产业，因此农村产业电商发展得以迅速发展。现阶段也是农村电商发展的重要阶段。根据《农村中国电子商务报告（2018）》公布的数据显示，截至2018年底，中国农村网民的规模占整体网民的26.7%，与2017年相比，网民数量增加了1291万人，增长率为6.2%；而关于互联网的相关数据显示，农村地区互联网普及率为38.4%，与2017年底相比，提高了3%。关于电子商务方面的数据显示，2018年全国农村网络零售额达1.37万亿元，占全国网络零售额的15.2%，相比于2017年零售额增长了30.4%，比全国网络零售额增速高6.5%。这些数字说明了电子商务在农村的普及率越来越高，农民在电商领域的参与率也在不断提高。农民愿意通过互联网这个平台，对外销售农产品，增加了农产品销售的途径，这样可以扩大经营规模，提高农村发展的内生动力，帮助实现产品上行。另一方面，国家对农村电商的大力扶持，也不断的给农村电商创造新的机遇。外在的动力和自身能力相互促进，让农村电商产业前景一片光明。

第五章 现存问题及解决方案

据问卷调查与市场行业数据分析，归纳整理出目前广西地区在数字经济下产业电商与乡村振兴协同发展中存在的问题。

5.1 现存问题

针对文献查阅及现状分析，概括出以下几点现存问题。

5.1.1 农村产业电商基础设施尚未完善

广西壮族自治区绝大多数乡村位于山区，地势高，且分散分布，交通条件差。互联网设备安装及维护成本高于平原地区，且山区信号质量较差，更甚者，少数偏远地区尚未开通网络服务，这对于农村发展电商产业是源头上的困难。因此，提高网络普及范围、提升网络质量也是广西地区将电商产业与乡村振兴战略协同发展的必要条件。

另外，广西区农村电子商务平台承载能力较弱，交易平台相对落后，主要依赖与区外平台，无法满足现代电子商务的综合需求。

其次，农村垃圾处理等基础设施缺乏，农村少见垃圾分类宣传语及分类垃圾桶，长期依次处理生活垃圾，对于乡村的生态环境也有一定的破坏，从而影响当地产品的生长环境，破坏产品本身品质，不利于特色产品推广。

最后，区内物流体系不够完善，农村及城乡物流配送体系发展落后，尚未建立完善的县、乡、村各级物流配送体系，区内缺少仓储、冷链保鲜等基础设施。加之区内地理位置，交通困难，道路难行且运输时间长，无法有效保证产品质量，难以配送上门，从而影响产品品牌打造。

5.1.2 农村产业产品品牌培养和扶持意识薄弱

电商产品需要以质量取胜，更不必说农村产业电商。如今电子商务时代俞渐成熟，进入门槛低，争先恐后的开设网店，因此产品质量也成了大家更为担心的问题。现在不缺电商产品，缺的是有品牌有保证的高质量产品，其中重要的是要让客户在众多产品中优先考虑自己的产品，这就要求产品要脱颖而出，拥有自己独特的特色，需要建立特有品牌。电商市场上“挂羊头卖狗肉”的现象比比皆是，甚至有些电商利用非法手段售卖产品，使得顾客对所购买的产品产生怀疑，从而对此类产品产生抵触心理，起到反宣传影响。中国农村地区农业生产还具有盲目

性，质量往往参差不齐，因为农副产品生产过程中播种、施肥、农药等问题不能完全控制，难以制定统一的标准，而且农副产品没有经过完善的质量检测在网上售卖也难以保证质量。不同质量的农副产品以何种价格出售难以把握，其保鲜、储藏、运输所造成的损坏也是农村电商所要解决的。

5.1.3 农村产业未运用现代经营管理模式

2018年12月，广西壮族自治区在南宁召开落实乡村振兴战略重点工作情况新闻发布会。会议提出目前全区仍面临农产品加工龙头企业数量偏少、生产集中度不够、转化增值幅度偏低等突出问题。

其次，发展电子商务产业需要完善网上交易制度，改善交易环境，保障商家和消费者的权益。首先，在保证消费者权益方面，需要平台加强对网上店铺的监管，对于评分较低的店铺予以关注并提醒其提高综合质量，同时提示消费者谨慎购买低评分店铺产品。另外，完善平台介入服务，在商家与顾客有分歧难以解决时，需要平台予以公正的评判，并对于涉及纠纷达到一定数量口碑差的店铺加以整改。其次，商家权益同样需要保证，如果商家处于弱势地位，不能保障自身权益，则难以保障农村电商的正常运行。因此需要对商家的操作予以培训和提示，以免出现商家操作失误或者系统漏洞而导致巨大损失。

5.1.4 农村人才培养计划尚未落实

农村人才及青壮劳动力流失现象严重，大多数村民安于现状，将家庭经济重心转至较发达城镇地区，创新创业意识薄弱，农村人才培养方案落后，常住人口文化水平不足以支撑乡村产业电商发展，农村大学生返乡率低。加之农村地理位置较为偏僻，交通、通讯条件较差，前去农村地区从事电商产业发展的人们不多。

经营农村电商产业的人员也普遍存在文化水平较低、年龄较大思想保守的特点，大部分人对于发展电商产业存在盲区，对电商了解程度不高。广西壮族自治区农村地区目前缺乏成熟的电子商务运营环境和基础设施，学习过专业知识的高材生处于考虑未来发展与客观经济收入等因素，更多选择在发达或较为发达城市发展，没有意向回农村发展。因此，区内电商型人才及创新创业型人才在农村地区存在普遍缺乏现象。

这都是制约电商人才培养与电商事业发展的因素。

5.1.5 乡村振兴战略思想尚未完全普及农村

现阶段，无论是农民还是大学生，其中仍是有少数人对于中国出台的乡村振

兴战略政策的了解程度并不是很理想。部分村民依然以传统的产业发展模式为主，不愿意采纳电商结合的发展内容，因此在推进农村产业电商发展时存在很大的问题。

5.2 解决方案

现针对上述问题出现，做出以下几点解决方案。

5.2.1 完善农村产业电商基础设施

2021年8月发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，中国建制村通光纤和4G网络比例均超过99%，可见，农村地区通信基础设施逐步完善。

互联网是农村发展产业电商的前提，只有利用好网络条件，农村电商产业的发展才会慢慢走向正规。建议由区政府提出建议，当地企业积极参与经营，实施通过互联网及物联网连接各村的工程，建设高质量、全覆盖的乡村网络系统，将无线网络与网络通讯等基础信息化设施建设纳入农村基础建设规划内。在此基础上，可与运营商进行沟通，适当降低价格为全村各户提供安装宽带服务，农村地区作为宽带潜在使用客户，这一措施会极大提高互联网在自治区的普及率。整修农村道路，提高农村交通条件，设置物流配送点，努力解决“最后一公里”的难题。其次，建设符合农产品存储条件的合格仓储，减少农副产品的损坏程度。为保证产品的质量，可以以村为单位建立冷链仓储，与合作物流商协商定期发货时间以及价格，节约物流成本。

另外，建立农村农副产品质量检测站，对于当地销售的产品定期进行抽样检测，以保证线上与线下产品的高质量。在村镇各明显处安装分类垃圾桶，人口密集点设置垃圾分类宣传语，提醒群众做好垃圾分类，共建美丽家园，为产业产品创造良好的生产环境。据调查，2018年，在中央与自治区的共同努力下，完成300余乡村的生活污水处理设施项目，支持100多个重金属污染综合治理项目的实施。且通过开展四大行动，已投入运营1000多个村级垃圾处理设施，为建设美丽广西乡村以及乡村产业电商的发展起到了巨大作用。

5.2.2 培养扶持农村产业电商发展和品牌意识

在一定区域范围内，建立一村一品牌的特色发展模式，以村为基本单位，按照市场需求，发挥本地资源优势，结合现代数字经济全面推进规模化、标准化、

品牌化和市场化的建设，使乡村发展成具有明显区域特色、高附加值的产品和产业。根据产品特色，开发产品时注意因地制宜，将本身产业链进行升级延伸，提高区域综合实力，融入技术，同时加大教育投入，提高农民素质，打造出高知名度，以产业为核心进行整体化的推进。

农产品长期发展需要以质量和口碑作为保证，且在当地打造出特色品牌，进行特色多元宣传。通过电商及专业人才指导对各个乡村当地的农副产业农副产品进行改良优化，因地制宜形成各个区域的产品特色，避免同地区产品同质化，同样也会提升各个地区的市场竞争力。通过建立特色农副产品生产示范基地，来提高农副产品的质量和服 务，扩大产品的市场份额，加强集约化发展模式，达到规模效应。

其次，农村电商产业需加强品牌意识，不是为了卖产品而卖产品，而是为顾客提供市场，满足其需求。不能一直以价格低廉吸引顾客，如果产品质量不好，即使价格再低也不会有回头客，久而久之，就会被市场淘汰。作为农村产业，需要从产品质量、产品服务或是产品文化等方面，打造当地产品独特之地，以此吸引顾客目光。另外，还需要新媒体对品牌产业进行不定期宣传推广，锁定目标客户，提高产业品牌知名度。

广西壮族自治区农村电子商务发展要因地制宜，充分挖掘和生产地方特色农副产品，通过特色化、品牌化、专业化建设，使得各个地区挖掘出产品质量高、明显地域特色的当地品牌，从而带动当地其他副产品的销售，即“一市一品”“一村一特”模式。有助于打造特色品牌，扩大当地及其产品的知名度和影响力，通过特色特色产业电商产业链带动区域经济发展。

5.2.3 运用现代经营管理模式运营农村产业电商企业

现阶段，电子商务在农村领域的发展范围越来越大，人们对农副产品的要求也逐渐偏标准化。而当下广西区农副产品标准化程度较低，农民普遍以传统方式进行生产经营，产品质量得不到保证，不能满足电子商务的采购需要，直接影响农村产业电商的发展。农副产品标准化对农村发展产业电商有着积极推动作用，采用科技、高效、高产的农业发展模式，对于副产品的推广有巨大作用。

努力促进农产品加工业加速集聚发展，农村产业电商发展必须坚持政府主导、坚持特色发展、坚持龙头带动、坚持科技创新、坚持可持续发展，打造布局合理、特色鲜明、产业集聚、集约发展、功能配套的各级农产品加工集聚区。走平台化道路，确定核心销售平台，集合当地其余商家，合作发展，对上游货源进行统一整合，统一采购标准，由核心地统一运营管理，标准化运营。采用公司+农民的

经营理念，农民参与股份分红，既可以提高农民参与率，也可以保证公司经营成本及质量。

另外，实现农产品生产的科技化和精细化需要规模化经营，使得农副产品的生产过程更加标准化，促使农产品的质量控制、生产销售管理实现精细化。可以通过引导龙头企业、专业合作社、农业种植大户流转土地经营权，集中力量扶持他们，引进先进的农业生产技术进行生产，鼓励农特产品基地建设和规模化发展。

5.2.4 完善落实农村人才培养计划

农村产业电商发展的主体归根到底还是农民，提高农民的文化素养与综合素质为重中之重。因此，需要转变农民固有的传统观念，促使农民从根本上转变观念，努力提高农民整体素质。上级政府需要重视农村人才培养计划，通过提倡和指示，让农村树立文明风尚，通过树立榜样，鼓励大家争当先进人物，促进农民不断学习、终身学习的态度。此外，强化专业知识培训，解决疑难问题，避免不必要损失；其次，需要引进电商人才，目前农村经济发展向好，市场广阔，对人才吸引力有所提高，因此，农村需要吸引人才来促进发展。并且可以鼓励大学生返乡就业创业，当地政府给予更多的就业创业福利政策，不仅保证了大学生的就业问题，还可以利用他们所学专业为农村产业电商经济发展助力，为乡村振兴战略贡献力量。

各级政府提供政策和资金支持，在区内各县乡镇地方培训中心开展针对农村电子商务人才业务的培训，邀请农村电子商务专家及当地电子商务成功人士到农村进行专业素养培训，针对各个农村在发展农业产业电商过程中遇到的具体问题给予指导性专业性的建议与措施，提升农村电子商务人才业务能力和水平。此外，还可以开展校企合作，由企业和学校签订人才培养协议，精准培养地区、企业所需电子商务人才，实现合作共赢。

5.2.5 广西区政府加大乡村振兴宣传范围和力度

2019年9月，广西壮族自治区举办深入实施乡村振兴战略规划新闻发布会。会议提出实施乡村振兴战略是党的十九大作出的重大决策部署，是新时代做好“三农”工作的总抓手。2018年7月20日，自治区党委、自治区人民政府印发了《广西乡村振兴战略规划（2018-2022年）》，围绕“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求，提出了实施特色农业强优、生态环境优化、文化繁荣兴盛、治理能力提升、脱贫惠民富民、体制机制创新“六大工程”，以及强化组织、政策、金融、人才、法制、规划“六大保障”。经过一年多的努力，广

西深入实施乡村振兴战略，各项工作有序推进，取得了初步成效。在乡村振兴战略实施过程中，政府应当全力加大宣传力度，为农村发展产业电商经济提供人才支持与思想动力。可以采用下乡推广加村委宣传的结合方式，提高效率。



第六章 研究建议

笔者在研究文献与实践调查中通过发现问题以及提出的解决方案，对今后广西地区在数字经济时代发展产业电商与乡村振兴结合提出以下几点建议。

6.1 政策建议

完善乡村基础设施建设是发展农村产业电商必要的工作之一。农村现有的落后的基础设施，需要一步步改善。首先，改善农村交通运输条件，尤其地势不易运输的偏远地区更需要完善的交通路况来保障电商物流服务。其次，要加快整合乡村的整个物流体系，建设完善的冷链物流。构建高效、城乡一体化的物流配送体系，根据乡村当地的实际情况增设物流点，提高物流效率，为农产品高质量运往全国各地提供坚实的保障。最后，完善农村的网络配置问题，加快实现有线无线网络全覆盖，保障信息流的传递，及时的获取相关重要信息。

6.2 行业建议

电商发展快速的时期，也正是农产品发展的黄金时期，更要保障产品质量，通过优质特色的农产品打造企业自己的品牌，与顾客达到互利共赢。通过互联网平台建立独有的“互联网”品牌，有效推广产品，吸引流量。也可以通过发展特色营销活动、产品特色宣传等吸引大众，依法经营好自有品牌，创设绿色良好竞争的市场环境，打造良好的口碑，实现企业高效经营，提升转化率及市场占有率，以此来带动农村产业电商经济的发展。

6.3 人才建议

人才的加入对于农村产业电商的发展无疑是雪中送炭。想要更好的发展农村电商，就要吸引更多的专业人才到农村来。各级部门要做好人力资源的开发与建设。针对人才缺乏以及如何留住人才等工作付出相应的努力。可以根据当地实际情况，适当的增加一些福利待遇以吸引更多的大学生及有能力有潜力有想法的年轻人返乡工作。此外，很多农村发展产业电商的工作人员没有形成专业化系统化的电子商务理念，这需要实际有目的地开展专门的电子商务培训工作，对工作人员进行多方面多层次的培训，从而培养一批具有专业素质，精通电子商务运营过程，熟悉生产管理的领头人，以后就可以由他们培养出更多的具有专业素养的

人员，促进农村产业电商的发展。



第七章 总结与展望

农村的电子商务对于农民的生产生活和农村的经济体制改革有着深远的影响，其前景十分广阔。对“三农”问题进一步解决和乡村振兴战略的进一步实施影响深刻，需要跟随时代步伐，树立创新意识。电商模式的变化十分迅速，商机往往转瞬即逝，亟需打破传统的商务经营模式。如今自媒体营销正在如火如荼地进行，直播带货的营销能力异常强大，这些新型的营销模式值得农村电商借鉴学习，进一步拓展销量与知名度。同时，农村电商作为产业扶贫的重要途径，为实现全面脱贫和全面小康增添力量。在全国推进乡村振兴战略的大背景下，农村电子商务还有很长的路要走，需要与时代结合、与时俱进，才能有更多的发展机遇。

在这个脱贫攻坚的重要阶段，中国农村电商的兴起，扩展了农村网络销售领域，既形成了一个全新的特色产业，又为其他产业的发展提供助力。在国家和社会的重点关注下，农村电商顺势而为，顺应时代的潮流，助力了乡村振兴战略。在未来，农村电商想要转型升级，必须着力打造一个标准的生产体系，扩大生产规模，匠心独运，着力发展有自身特色能吸引人的产业，通过这个产业来主导引领其他产业的发展，打造一批品质优良，让他人信赖的产品品牌。在国家政策的引导下，农村电商的规模在扩大，以后将要进入一个新阶段，在产品、品牌、服务、品质等各方面都会有很大的提升，促进农业发展方式的升级。希望在未来，可以为改变农村的交易模式，改善农民的生活水平，缩短城乡差距，加强城乡交流，让农民生活更加便利化，实现脱贫攻坚战，奔着小康生活前进。

广西壮族自治区农村电子商务跟随社会经济浪潮，在信息化的当代获得了长足发展，取得了一定成绩。多样化的特色农副产品为广西农村电子商务的发展提供了良好的条件，但目前，广西农村电子商务基础薄弱，发展还处于起步阶段，还有很大的发展空间。广西各地应在政府的支持引导下，实施农村电子商务发展战略，并根据各地实际条件，找到适合不同地区发展农村电子商务的自有模式，从电子商务信息平台建设、配套基础设施建设、农产品品质提高、物流配送及电子商务人才培养等方面着手，发展农村电子商务。

参考文献

产业融合发展（2015）.农业经济与管理，03.

陈鹏.（2020）乡村治理的自主性困境及其化解.《山西农业大学学报:社会科学版》.

陈世辉,&殷晓红.（2019）2021 新常态下农村居民消费结构优化的影响因素及对策.《商业经济研究》.

陈贇.国有企业“十四五”时期面临的十大确定性未来(上).《上海企业》

范建华.（2018）乡村振兴战略的时代意义.人民网.2018-02-27

郭红军.（2018）实施乡村振兴战略的重大现实意义.光明日报.2018-07-13

国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见.国务院. 2019-06-28

赫伯特·克莱因 & 弗朗西斯科·卢纳.（2019）巴西农业现代化发展的经验与结构问题. *Journal of Latin American Studies*.2019-10

洪晓静.（2019）乡村振兴视域下发展农村电子商务的重要性研究.九三学社扬州市委员会.2019-07-25.

胡煜欣.（2022）乡村振兴背景下电商助农的作用机制、问题及对策研究.天津商业大学.

姜云长.推进农村三次产业融合发展.经济日

姜长云.日本的六次产业化与我国推进农村一二三

雷永阔.（2022）农村社会治理中“一肩挑”的演进、功能及优化路径.四川行政学院学报。

李靖,&江凤香.（2020）陕西省农产品品牌建设存在的问题及对策.《乡村科技》.

李军林,&许艺煊.（2021）中国居民收入分配格局的演变与原因——基于马克思主义政治经济学的考察.《南开经济研究》.

李思聪. (2021) 如何借鉴国外农村发展的成功经验. 前瞻产业研究院. 2021

李婷. (2021) 浙江省文旅产业数字化转型现状及建议. 《合作经济与科技》.

刘国斌. (2019) 新时代高水平开放与“一带一路”倡议. 《北部湾大学学报》.

刘霁瑶. 数字化提升企业价值. 《国企管理》开启 F5G 全光时代助力企业数字化转型. 头豹科技创新网.

刘治彦, & 余永华. (2021) 以新型城镇化建设促进城乡高质量发展的路径研究. 《企业经济》.

南山有酒. (2019) 农村电商给乡村产业振兴带来的改变. www.五寨县电子商务公共服务中心. 2019-03-18

农村行业观察, 重磅研究|日本如何搞“一村一品”. 2019-12-14

农业农村经济发展升级版. 农村工作通讯, 2017.05

农业全产业链培育助力大国强农. 《领导决策信息》

祁怀锦. (2021) 数字经济是未来发展关键. 《国企管理》.

祁怀锦. (2021) 数字经济是未来发展关键. 北京审计学会中央财经大学.

全国乡村产业发展规划 (2020-2025 年). 农业农村部. 2020-07-09

石教群, 黄熊华, & 郎鹏飞. (2018) 巴西农业发展经验对我国的借鉴. CHINA STATE FINANCE. 2018-07

宋洪远, & 曹慧. (2020) 分析产业振兴的理论内涵及其在乡村振兴中的地位作用. 乡村振兴网. 2020-02-14

宋琼. (2013) 农村人才流失问题及对策. 中国乡村发现. 2013-06-26

孙志刚. (2020) 加快发展乡村产业. *科技情况参考* 2020 年第 35 期 (总第 292 期)

谭新伟. (2015) 中国农村“三产融合”与日本六次产业化 Thiel 指数的分析. *商洛学院学报*.2015.12

唐丽娟. (2014) 阿根廷农业产业化发展研究. 中国民航飞行学院.2014-03

魏后凯. (2018) 实施乡村振兴战略的目标及难点. 《社会发展研究》.

我国农产品销售的问题及对策建议 《物流工程与管理》2019

吴迪. (2022) 数字经济背景下农村电商发展困境与对策. *澳门城市大学商学院*.2022 年第五期

许昭. (2016) 阿根廷农业发展的启示. *中国农村科技*.2016-08

闫德利. (2021) 数字经济再认识: 它是什么, 不是什么.

杨旭,&李竣. (2020) 农村电商促进乡村振兴的作用研究. 《当代农村财经》中国消费市场发展报告放大平台经济下的消费券效应朱克力:《群众》.

易小燕, 陈印军, 袁梦, 方琳娜,& 钱小平. (2019) 日本以六对我国农村产业兴旺的启示. *生产力研究*,2019.03

张红霞. (2017) 陕西省区域经济差异时空演变---基于发展经验. *世界农业*, 2017.5

张佳书, 苑会娜, & 傅晋华. (2018) 日本发展六次产业的典会科学版.03

张小平. (2020) 乡村振兴战略的伟大意义. 中国社会科学网-*中国社会科学报*.2020-09-03

张永强, 蒲晨曦, 张晓飞, & 周宁. 供给侧改革背景

中共中央《十四五规划建议》: 优先发展农业农村, 全面推进乡村振兴. *农民日报社*.2020-11-04

周立, 李彦岩, 王彩虹 & 方平. (2018) *乡村振兴战略中的政策机制的比较研究*.河北大学.

致 谢

时光荏苒，流年似水，论文写作来到了尾声。

感谢我的父母我的家人，他们在精神上鼓励我支持我，家是我前行路上永远的后盾，在我迷茫受挫时给予我鼓励，在论文写作上给予我充分的时间与空间。

感谢我的导师，全程悉心指导我的论文写作，完善论文不足，您严谨治学、一丝不苟的态度对我今后的学习工作起到了巨大的推动作用，我会继续向您学习，加深学识、开阔视野。

最后要谢谢我的朋友我的同学，感谢他们在我学习生涯中的出现，让我度过了一个充实美好的学习生活，以及写论文时给予我的帮助。

行文至此，纵有万般不舍，也要画上圆满的句号。



李芳

二〇二二年八月一日

个人简历

姓名：李芳

学历：

2020 年 工商管理硕士 Business Administration
Panyapiwat Institute of Management

2003 年 学士学位 金融学专业
湖南大学

职业：教师

工作地点：百色学院
广西百色市右江区中山二路 21 号

E-mail: 1316117705@qq.com

专业能力/特长：创业孵化研究

