

南通市政府在农村电商发展中的作用研究

易汉铭

重庆三峡学院 财经学院 重庆万州 404020

【摘要】在数字化浪潮下,农村电商成为推动农村经济发展和乡村振兴的关键力量。南通市政府积极响应国家政策,在农村电商发展中发挥了重要作用,包括政策引导、产业培育、品牌打造、搭建平台和市场监管等。但也存在一些问题,如政策落实协调性不足、品牌建设同质化、物流配送和网络设施不完善等。针对这些问题,建议建立跨部门协调机制、实施差异化政策、采用品牌差异化战略、拓展推广渠道、制定物流专项规划、加大网络建设投入等,以实现农村电商高质量发展,为乡村振兴提供支撑。

【关键词】农村电商,政府作用,南通市

Study on the role of Nantong Municipal Government in rural e-commerce development

Yi Hanming

Chongqing Sanxia Institute institute of finance and economics Wanzhou, Chongqing 404020

【Abstract】In the digital transformation era, rural e-commerce has emerged as a pivotal force driving rural economic development and rural revitalization. The Nantong Municipal Government has actively implemented national policies to foster rural e-commerce growth through measures including policy guidance, industrial cultivation, brand building, platform development, and market regulation. However, challenges persist such as insufficient policy coordination, homogenized branding strategies, and inadequate logistics infrastructure. To address these issues, recommendations include establishing cross-departmental coordination mechanisms, implementing differentiated policies, adopting brand differentiation strategies, expanding promotional channels, formulating specialized logistics plans, and increasing investment in network development. These initiatives aim to achieve high-quality growth in rural e-commerce and provide robust support for rural revitalization.

【Key words】Rural e-commerce; Government role; Nantong City

一、引言

1.1 研究背景与研究意义

1.1.1 研究背景

在数字化时代,电子商务深刻改变了经济格局与生活方式,农村地区成为电商发展新蓝海。国家重视农村电商,出台了一系列政策推动乡村振兴,南通市政府积极响应,探索本地发展路径。南通经济发达,农业资源丰富,如皋盆景、海门家纺等特色产品为农村电商发展奠定良好基础。但发展中面临网络基础设施薄弱、物流配送体系不完善、农民电商技能与意识不足、农产品标准化程度低等问题,需政府助力。

1.1.2 研究意义

通过系统研究南通市政府在农村电商发展各个环节(如政策落实与精准度、品牌建设与推广、基础设施建设与维护等)的作用成效与存在问题,可以为南通市政府进一步优化农村电商发展战略、完善政策措施提供精准的决策依据。有助于政府合理配置资源,针对性地解决农村电商发展中的瓶颈问题,从而推动南通农村电商实现高质量、可持续发展,使其在乡村振兴战略中发挥更大的引领带动作用。

2.1 南通市农村电商发展概况

南通市农村电商活力满满、创新不断,发展迅猛且潜力巨大。在基础设施上,网络通信和交通网络显著提升,高速宽带覆盖乡村,农村公路密度和质量提高,保障了信息交流和货物运输。产业规模势头强劲,电商主体和产品种类丰富,网络零售额持续增长,部分乡镇形成产业集群。物流配送体系不断优化,物流企业加大布局,创新配送模式,解决“最后一公里”问题。^[1]政府与企业重视人才培养与引进,开展培训、吸引外部人才。销售模式也不断创新,直播带货、社交电商兴起,还与乡村旅游结合,推动一二三产业融合,拓展发展空间。

2.2 南通市政府在农村电商发展中的作用

2.2.1 政策引导

南通市政府为农村电商发展提供了战略指导,出台了《全市大力发展农业农村电子商务全面推进“一村一品一店”建设实施方案(2018-2020年)》,在该方案的引领下,积极引导各类农业市场主体踊跃投身电商领域,清晰且精准地明确了发展路径,即凭借电商的强大力量带动特色产业蓬勃兴起与茁壮成长,突破传统销售模式的局限,拓宽农产品的销售渠道,让优质的农产品能够高效对接广阔的市场,从而有力地推动农民踏上创业致富的康庄大道。^[2]

二、南通市农村电商发展现状及政府作用分析

2.2.2 产业培育与品牌打造

南通市政府在经济发展中发挥核心职能,大力推动农村特色产业与电商融合。以南通家纺为例,凭借其深厚底蕴和市场基础,政府通过政策倾斜、资源整合,扶持其电商化转型;组织专业团队提供一对一指导,举办大型购物节,联合电商平台展示优质产品,形成了以叠石桥为核心的电商产业集群。同时,政府重视农产品品牌建设,将其作为农业现代化的核心任务。通过举办农产品丰收展销会等活动,展示特色农产品,吸引采购商、消费者;还组织企业参加国内外大型展会,如在上海国际农产品博览会上设立特色展区,展示如皋黑塌菜等地理标志产品,拓宽了市场视野与销售渠道。

2.2.3 公共服务与监管保障

南通市政府全力搭建农村电商公共服务平台,助力乡村振兴。在电商咨询服务板块,汇聚电商专家、企业高管和政策解读专业人士,通过线上24小时智能应答系统,快速回应农村电商企业和从业者咨询,涵盖新模式探索、市场竞争策略、法律纠纷处理等问题;线下定期举办研讨会与分享会,邀请行业精英剖析案例、现场答疑,促进交流学习。同时,政府重视市场环境建设,整合多部门资源组建监管团队,依据国家法规和地方标准,制定详尽的农村电商产品质量规范细则,从种、养殖、加工、包装到标识,全方位把控产品质量,保障农村电商健康发展。^[5]

三、南通市政府在农村电商发展中的作用发挥存在的问题

3.1 政策落实与精准度

3.1.1 政策协调性不足

在南通农村电商发展中,各部门积极出台扶持政策,但政策落地存在协调短板。以商务部门和农业农村部门的电商人才培训补贴政策为例,商务部门为提升电商行业人才素质和市场活力,补贴侧重国际化视野、前沿技术应用和平台对接实操;农业农村部门从农村产业振兴出发,关注农产品销售技巧、农电融合模式及创业风险规避。因缺乏统筹协调机制和沟通平台,两部门补贴标准不一。商务部门按培训机构资质、师资实战经验和课程完备性衡量;农业农村部门看重对当地农业特色的了解、本地农产品电商销售案例教学及学员创业成功率。标准差异使培训机构和电商从业者申请补贴时感到迷茫困惑,影响政策实际效果。

3.1.2 政策精准性待提高

南通市下辖区域发展不均衡,偏远农村地区交通、网络、电力等基础设施薄弱,产业以粗放型小农经济为主,缺乏深加工和高附加值环节。这些地区农村电商发展,迫切需要夯实基础设施与产业引导,如修缮道路降低物流成本、升级网络保障数据传输、建立特色农产品标准化生产体系等。但当前政策导向与偏远地区实际需求不符。现有政策资源多向经济发达、电商产业初成规模的区域倾斜,大力扶持电商园区建设,投入大量补贴用于场地建设、配套完善和招商引资。^[6]虽然园区为入驻企业提供了良好环境,但对偏远农村小规模农户和初创电商企业毫无帮助,未能解决他们的燃眉之

急,造成资源错配。

3.2 品牌建设与推广

3.2.1 品牌同质化

南通市政府在农产品品牌建设上已取得一定成果,但在品牌差异化打造的引领与指导方面存在明显不足。整体品牌构建战略布局中,未能依据农产品特质、地域文化独特性及目标消费群体多元化需求,制定精准且创新的差异化品牌打造方案。^[4]以南通多个乡镇大米品牌为例,产品定位多仅着眼于大米作为传统主食的基本属性,忽视现代消费者对健康、营养、绿色、有机等多元价值的追求。同时,缺乏对大米品种特性的深入剖析,未针对不同品种在口感、香气、营养成分等方面差异精准定位,无法满足消费者在烹饪方式、口味偏好、饮食养生等方面的个性化诉求。比如,一些优质大米煮粥软糯香甜,另一些煮饭香气独特、口感筋道,这些特色在品牌定位中未得到凸显。

3.2.2 品牌推广效果有限

南通市政府通过举办农产品展销会、推介会推动本地农产品品牌发展,取得一定成效,促进了农产品销售与流通,为农民增收和农村经济发展注入活力。但在品牌推广上,深度和广度存在明显不足,限制了品牌在全国乃至国际市场的进一步发展。例如,部分展销会和推介会宣传渠道局限,主要依赖本地报纸、电视台、广播电台等传统媒体,采用新闻报道、广告投放等常规方式。虽能覆盖本地中老年群体,但对年轻一代消费者及外地、国际市场传播效果不佳。年轻消费者是主力,他们多从微信、微博、抖音等新媒体和农产品电商平台、农业资讯网站获取信息。

3.3 基础设施建设与维护

3.3.1 物流配送瓶颈仍存

南通市政府在物流体系构建上持续加大投入,从基础设施建设到物流企业培育,再到资源整合,都收获了显著成果。在交通枢纽附近,大规模的物流园区拔地而起,先进的仓储管理系统和分拣设备也纷纷投入使用,有效提升了物流的中转和存储效率。同时,凭借政策优惠、资金补贴等举措,本地物流企业不断发展,运输能力显著增强。但农村物流的“最后一公里”难题依旧突出。偏远乡村物流配送网点分布稀疏,村民取货极为不便。而且,因网点少,物流企业为控制成本,配送车次减少,配送时间大幅延长。像生鲜农产品,在城市一两天就能送达,到了偏远农村却要三四天甚至更久,农产品新鲜度难以保证,严重影响产品品质和销售。

3.3.2 网络设施稳定性欠佳

南通市农村电商网络设施建设有一定成果,但网络稳定性欠佳问题突出。在远离城市中心的农村,网络信号微弱、带宽不足,严重制约农村电商发展。^[7]平常时段,村民进行基础网络操作,就会感觉加载缓慢,多媒体内容加载需长时间等待。电商促销旺季或直播带货高峰时段,网络卡顿、掉线现象频发。农村电商从业者直播时,常因网络带宽不足,出现画面卡顿、声画不同步甚至掉线,中断直播,影响消费者购物体验,使其下单失败、无法了解产品,导致购物体验大打折扣。并且,网络不稳定也让农村个体电商从业者在与城市从业者竞争时处于劣势,难以积累粉丝、提升销售业绩。

四、对策建议

4.1 政策落实与精准度改进

4.1.1 建立跨部门协调机制

成立由南通市政府牵头,商务、农业农村、财政、交通等多部门参与的农村电商发展协调小组。小组定期召开联席会议,针对电商政策制定、项目实施、资金分配等关键事项深入研讨、协同决策。^[5]以电商人才培训补贴政策为例,协调小组综合商务、农业农村部门需求,制定科学合理的补贴标准。评估培训机构综合实力,考量师资是否兼具电商和农业知识,课程是否融合电商技术与农产品销售案例,追踪培训效果,如学员创业成功率、就业对口率等。通过跨部门协作,使各部门政策紧密衔接,避免重叠或空白,为农村电商发展营造良好政策环境。

4.1.2 实施区域差异化政策

深入调研南通农村地区,运用GIS地理信息系统、大数据分析等技术,精准绘制电商发展现状地图,涵盖基础设施、产业结构、电商企业及从业者等信息。根据调研数据,将农村地区分为基础薄弱型、起步发展型、初步成型型和成熟引领型。针对不同类型区域制定差异化扶持政策;例如基础薄弱型区域以传统农业为主、电商起步难,政策重点是基础设施建设和产业引导,设立专项基金改善交通、网络、电力,派遣专家团队开展免费培训和规划指导。成熟引领型区域电商已有一定规模,政策注重创新引领和高端要素集聚,鼓励开展跨境电商试点、建设科创中心、吸引高端人才和企业总部入驻,推动全市农村电商均衡发展。

4.2 品牌建设与管理

4.2.1 品牌差异化战略

组建由农业专家、营销精英、文化创意人才、品牌设计大师构成的农产品品牌策划团队。深入挖掘南通农产品品质特性、地域文化故事和目标消费群体细分需求。以如皋黑塌菜、海门山羊为例,从多维度剖析产品特点,结合如皋长寿文化、海门江海文化,量身定制差异化品牌定位。针对年轻群体,把如皋黑塌菜定位为“便捷营养的长寿菜伴侣”;面向中高端餐饮市场,将海门山羊打造成“江海之畔的顶级羊肉食材”。在品牌包装、宣传文案、营销活动中,也充分体现差异化,如设计特色包装、创作故事性文案,举办“长寿菜烹饪大赛”等主题活动,全方位提升南通农产品品牌

独特性与竞争力。^[6]

4.2.2 拓展品牌推广渠道与深度

在传统媒体宣传的基础上,整合新媒体与社交平台资源,构建全方位品牌推广矩阵。一方面,加大主流社交平台官方账号运营投入,组建专业团队,根据平台特性创作多样内容,如抖音短视频、小红书种草笔记,吸引用户关注与分享,扩大品牌影响力。另一方面,与电商平台合作开展联合推广,在首页投放广告、设专题页面,精准推送产品,开展直播带货,邀请网红与专家、农户共同直播,增强消费者信任度与购买欲。此外,加强与农业资讯网站、美食博主、行业协会合作,发布新闻报道、借助美食推荐、参与展销会等活动,全方位拓展推广深度与广度,提升品牌在国内外市场的知名度与影响力。^[1]

4.3 基础设施建设与维护

4.3.1 突破物流配送瓶颈

制定农村物流发展专项规划,把解决“最后一公里”问题作为核心目标,明确实施路径。^[8]加大对农村物流配送网点的布局优化与建设投入,综合考量村庄人口分布、交通便利性、电商业务量等因素,运用专业技术科学规划网点选址。在人口密集、电商活跃的村庄中心或交通枢纽附近建高标准配送中心,偏远且人口少的村庄设简易服务站或代收代点。鼓励物流企业创新配送模式,如共同配送、无人机配送、投放智能快递柜,提升效率、降低成本。政府出台政策,给予开展农村物流业务的企业税收优惠、财政补贴、用地优先等支持,引导企业加大资源投入,建立稳定高效的农村物流配送体系。

4.3.2 提升网络设施稳定性

加大对农村网络基础设施建设的投入与扶持,设立专项资金,优先保障偏远农村网络建设。加强与通信运营商合作,推动农村基站建设与网络升级。采用5G微基站、信号增强器等解决信号弱问题,按电商业务需求扩容带宽,达到甚至超过城市水平,满足高峰时段流量需求。^[7]建立维护保障机制,组建专业队伍定期巡检,在乡镇设服务站,配备人员和设备,及时修复故障。同时,开展网络知识普及和技能提升培训,举办基础知识讲座、电商平台操作培训、故障应急演练等活动,提升农民和电商从业者网络应用与故障排查能力,减少人为操作导致的网络问题,全方位提升网络稳定性与可靠性,为农村电商发展筑牢网络根基。

参考文献

- [1]胡平.南通市农村电商全产业链发展现状及优化策略[J].乡村科技, 2023, 14(20): 52-56.
- [2]季晨阳, 吴进红.苏中农村电商发展研究[J].农村经济与科技, 2019, 30(23): 147-149.
- [3]张莉.宿迁市政府在农村电商发展中的作用研究[D].东南大学, 2021.
- [4]赵秦卫.南通农村电商发展实践研究[J].当代县域经济, 2024, (11): 25-27.
- [5]刘云龙.清远市农村电商发展中的政府作用研究[D].湖南农业大学, 2023.
- [6]蔡敏敏.南通农村电商发展现状及对策研究:以南通市海门区为例[J].山西农经, 2024, (19): 41-44.
- [7]邢科云.江苏农村电商发展路径探究[J].广东蚕业, 2024, 58(10): 95-97.
- [8]张洋洋.乡村振兴战略背景下南通通州农村电子商务发展研究[J].上海市经济管理干部学院学报, 2019, 17(04): 33-39.