

产学研合作模式下电商专业服务乡村振兴战略的策略研究

国伟 国迪

(山东信息职业技术学院 / 淮阴工学院设计艺术学院 山东 潍坊 261000)

【摘要】农村电商虽然有着发展的需求,但在工作落实时却存在着现实的困难,农产品的开发、市场的推广都有着条件的局限,通过地方电商专业服务乡村振兴,利用产学研合作模式为乡村振兴提供基础服务、产品推广、产业建设等方面的支持,可以促进农村地区电商的发展,也能以专业的服务实现乡村振兴的高质量发展。本文主要探究了产学研合作模式下电商专业服务乡村振兴战略的实践策略。

【关键词】产学研合作;电商专业;乡村振兴

【作者简介】国伟 / 国迪,山东信息职业技术学院 / 淮阴工学院设计艺术学院,研究方向:鲁教。

【中图分类号】F724.6

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574(2022)11-00061-03

引言

虽然电商领域蓬勃发展,但其仍然存在有待的部分。农村电商作为有着良好发展前景的领域,可以促进乡村地区产业结构调整。电商专业服务乡村振兴可通过专业人才的培养,专业服务的提供,提高农村电商推进的专业化。而立足农村地区,通过电商的开拓,借助网络平台优势,整合农村资源,也能更好的发展农业经济。在良好的发展趋势下,以乡村振兴为目标,要认识到农村电商发展的必要性,在工作落实中也正确认识农村发展电商存在的条件的现实局限,借助产学研合作模式,通过电商专业服务乡村振兴战略,为农村电商实施提供专业保障,促进农村地区经济更好更快发展。

一、电商专业服务乡村振兴的必要性

农村地区的电商发展虽然有着广阔的前景,但电商人才缺乏、工作难以推进,也导致了乡村地区发展受限。而农村地区存在着对于农产品缺乏项目运营规划经验、对于电子商务缺乏正确认知的困境,通过电商专业服务乡村振兴战略,可以缓解农村电商发展受限的问题。电子商务专家深入农村,挖掘产品优势,对于农村进行开发与推广,可以提高农村电子商务发展质量,以专业技能人才的储备也能助力乡村振兴。

农村地区电子商务人才匮乏作为影响发展的短板。在电商专业人才培养时,以农村电商为发展方向进行培养体系的建构,在深入了解地方经济发展状况,了解乡村地区发展现状,培养扎根农村,从事电商事业的人才,可以缓解电商人才匮乏的困境,推动乡村地区的经济建设。

虽然当前已经面临着农业发展的新时代,但电子商务在农村地区的推进仍然存在着现实的困境,缺乏平台、缺乏专业支撑,影响了农村地区的发展质量,也不利于乡村振兴发展战略的实施。在产学研合作模式下,电商专业服务乡村振兴可以通过专业人才的培养环节,解决农村人才缺乏的问题,同时也能通过针对农村电商发展现状,解决品牌建设、产品推广等方面的困难,在理论化知识与农村实践相结合中,提升地域农产品

的市场影响力,以多方联动促进地方产业的健康发展,也解决农村地区市场开发、产品设计、产业优化等方面存在的多元化问题。而利用地方高校电商专业对于地方产业进行扶持,有助于产业结构的优化调整,在人才输送的基础上,通过强化智力扶持、产业孵化,提高地区产业发展质量。

二、农村电商发展现状

虽然农村电商在蓬勃发展,而乡村振兴战略指引下,地区领导人、区域负责人也在积极探究借助电商促进农村高质量建设的方式方法,但在具体落实过程中,专业服务的欠缺、人才储备的不足、品牌建设未能成体系、营销渠道不够畅通的现实困境,也极大的阻碍了农村电商事业的发展。

(一)专业服务的欠缺

电商行业快速发展,技术与经营模式也在发生着变化,农村发展电商既需要知识储备也需要结合市场不断的优化创新,基于农村地区发展现状,要正确认识农村电商专业服务的欠缺,寻求专业支持。大部分农村地区虽然有着发展电商的愿景,但在具体落实过程中,产业化农村电商项目仍然较为欠缺,大部分农村地区缺乏人才储备,难以掌握电商所需的技术以及发展要求。

农村地区虽然已经有了畅通的网络条件,但电商的设施储备仍然不够健全。产品设计开发、市场推广等差异化类型都需要专门化的人才负责,电商建设的专业化难以形成产业化发展模式影响了农村电商发展的质量。市场对于产品的不认可,对于产品的不了解,也极大的阻碍了农产品的线上销售,不利于农产品线上销量的提高。

(二)人才储备的不足

农村电商需要专业的人才,在农村地区,现有的人力资源以中老年群体为主,青年群体外出打工,现有人才资源缺乏电商相关知识的储备,而私人承担的工作模式,随意盲目开展的电商发展方式也难以保障组织质量。农村地区面临着人才的困境,日新月异的技术更新与时代变化,使得农村电商在进行运

营时要不断的调整方法。农户所掌握到落后的方法、较为简单的平台运作模式，对于新方法接受质量较为有限的情况难以保障农村电商的高质量发展。

针对产业化集群化的电商发展需求，为了在乡村振兴战略下更好的推进农村地区电商发展，要从人才储备的角度出发，针对农村地区发展人才稀缺的问题学探究优化调整的对策，吸引优秀农村电商人才进入农村电商发展事业，立足于农村地区的人才现状，培养掌握专业电商知识储备，掌握实践技巧，熟悉农村工作组织模式的人才队伍，通过专业团队打造提高农村电商发展质量。

（三）品牌建设未能成体系

农村电商发展也存在舍难以打造知名品牌的问题。虽然电子商务有着系统化的运作模式，但农村地区要立足于区域特点进行品牌建设，通过打造出消费者需求相一致的特色品牌，既吸引消费者进行产品的购买，也打造农村地区的电商发展产业链。在乡村振兴战略支撑下，虽然农村地区的电商发展有了一定的规模，但仍然未能打造出具有影响力的本土品牌。

品牌的打造对于农村地区电商建设至关重要。电子商务的快速发展要求行业更加规范化、标准化。虽然个体电商也有着一定的市场，但基于农村地区的生产背景，打造出地区独特的品牌对于区域农业的发展，地区经济活力的激发都有着积极的意义。在农村电商发展中，私人承担为主的经营模式难以形成良好的品牌形象，导致了消费者的不认可。而消费者对于品牌的不信任，农产品并未形成品牌，在进行网上销售时存在的质量参差不齐的营销困境也影响了农村电商的进一步规模化发展。

（四）营销渠道不够畅通

虽然立足农村地区，持续的进行电商服务，乡村振兴战略引导下农村电商要打造出高品质发展的策略，营销作为农村电商发展的重要环节，既要具备专业的营销知识，也要结合农村地区的产品特性，打造出具有优势的营销方案，既凸显产品特色，也吸引消费者的关注。但当前在线上产品营销中营销渠道的单一，营销方式的固定导致了营销效果不理想的问题，而线上渠道未能进行整合，在网络平台难以保证农产品的有效销售，也不利于农村电商的产业化发展。

销售活动有着多元化的组织方式，而结合区域的产品特色，不同产品的营销卖点，其所设计的营销方案、营销策略、销售模式要进行调整，但当前立足于农村地区企虽然应用了线上平台开展农产品的销售，但仅仅依靠单一的营销模式难以扩大农产品的知名度，也难以保障农产品营销活动的顺利。

综上，面对乡村振兴战略下，农村地区发展电商有着组织必要性，但在现实的电商建设过程中，受限于具体的条件，整体的建设质量仍然有待提高。作为相关负责人要积极探究立足

当前的电商服务现状，寻求外部资源的支持，优化内部的电商发展方式，既提高电商发展质量，也激活农村地区发展活力，促进农村地区产业结构优化调整。

三、产学研合作模式下电商专业服务乡村振兴战略的策略

电商专业服务乡村振兴有着落实上的必要性，在产学研合作模式下，该项工作的推进要立足于农村发展的现实困境，从以下角度出发，挖掘地方资源，突出地方特色，促进农村地区电商快速发展，助力乡村振兴战略实施。

（一）提供专业服务

针对于农村电商在发展时存在的条件限制问题，电子商务专家也要与农村地区负责人相联系，通过产业集群、规模扩大，形成产业化的农村电商项目，在开发项目、重点扶持的基础上，以规模化、产业化发展保障农村电商的建设质量。作为电商专业人才，可以发挥技术优势，针对农村地区现实的条件局限，以基础设施服务建设工作的推进，提高农村地区发展质量。立足于产品设计、开发服务、市场推广等不同类型的工作，相关专业人才既要加强品牌建设，也要结合产品特色进行整体的设计。在提供专业服务时，积极利用优惠政策，通过专业人才投身地方产业发展与建设，保障农村地区产业集群发展质量。

农村地区本身有着产业基础较为薄弱的问题，而地方产业基础设施的建设又是保障农村电商发展的根本，因此电商专业服务要从交通运输、信息系统等方面出发，通过重点建设、优先解决为农业产业化发展扫清障碍。农村电商的发展是系统化的工程，物流配送、仓储管理、加工制造标准化等都影响着农村地区电商发展的质量。而电商专业在提供服务时可以通过产业发展技术基础的支撑，地方产业基础设施建设与完善，为农村产业优化升级奠定基础，以供应链系统的完善、全产业链设计的优化，保障农村电商的系统化发展，通过专业服务支撑的提供、各个环节相互协调的保障，促进农村地区电商的产业化发展。

（二）加强专业人才培养

农村电商的发展急需专业的人才。当前农村地区的电商更多的是以小规模的方式，由私人所承担，整体工作的推进存在着不规范的问题。电商的快速发展，知识储备有限、人才严重流失的问题，也难以保障良好的发展质量。针对于农村地区的现实条件困境，电子专业为农村电商发展提供服务，助力乡村振兴要从人才培养角度出发，针对于电子商务多领域的知识进行专业的培训与教学。

农村产业有着集群化建设的需求，而电子商务作为多学科交叉的专业，在人才培养时要以农村为根基，优化人才引进与培养机制，既强调农村地区的产品特性，也探究农村电商发展的模式与方法，通过农业知识与电商技能的衔接，来打造出专

业的农村电商服务团队。

面对农村电商发展人才稀缺的问题，可以通过电商专业为农村地区提供指导，针对于农村人才开展专业性培训，提高农民对于电商技能的掌握质量，既立足于高校培养掌握电商技能的专业人才，为农村地区奠定人才储备，同时在深入农村过程中，也通过农村建设者学习电商专业知识打造农村地区自有的电商团队，以高质量人才的输送以及人才培养工作的完善解决农村电商发展中存在的人才资源匮乏问题。

（三）强化品牌建设

随着农村电子商务的快速发展，乡村振兴工作落实时可以发掘农村地区地域优势，对于特色资源进行整合，借助于网络化的平台，通过电子商务的开发与实现，优化农村产业结构，促进农村更好更快发展。而品牌建设作为产品最直观展示方式，加强品牌建设对于农产品影响力的提升有着积极的意义。当前在开展农村电商专业服务时，可以提炼出本土农产品的独特价值，通过农产品文化属性、位置、标签属性的赋予，在产业本身设计基础上进行内在品质属性的开发，形成农产品的独特竞争力，强调产品差异，增强产品辨识度，逐步提升地区农产品的市场发展潜力。

在开展电商服务时，可以以产业融合的方式，在品牌建设中发挥技术优势，以高校的技术支撑、政府的大力宣传打造出具有影响力的品牌本土品牌。既要充分挖掘地区产业优势，进行农产品的特色开发，也要充分挖掘地区农业发展的区位优势，利用地方高校的产学研优势，与地区共同开发特色农产品。针对于农村电商长期持续发展的需要，地方高校电商专业服务也要从品牌保护、价值维护角度出发，既注册商标也借助法律武器对于品牌形象进行维护，通过品牌荣誉的打造、品牌价值的实现提高消费者对于品牌的信赖与认可。

（四）优化营销渠道

电子商务专业服务乡村振兴，要从服务支持出发，强化农村地区的技术培训与产业技术加工。农村地区有着特色的产品优势，电子商务专家以及人才团队要深入农村发掘优势，打造利用农村独特的环境、特色的产品，形成独特的市场特色的产品，提高市场竞争力。线上产品的营销有着专业的技巧，电商专业服务要从产品营销的角度出发，通过渠道的建设整合、营销策略的调整，保障营销的有效，借助网络平台实现农产品的推广，提高农产品知名度，保障农产品推广质量。农产品推广时要关注于品质，从品质生态的角度出发，通过强化产地生长环境等因素提高消费者对于产品品质的信赖。

由于农产品本身的特殊性，为了更好的保障产品营销的顺利，可以打造出线上线下一体化的电商营销模式，通过一站式服务的提供提高消费者的粘性。通过全渠道营销方式，实现当

前农产品营销模式的创新发展，进而扩大地区农产品的市场知名度，逐步提升当地农产品的市场份额，实现农产品精准营销。网络环境下营销开展有着更加广泛的受众，电商专业服务也可以融合新媒体的工具，通过自媒体工具平台展示产品，以销售活动的多元、营销策略的调整，提高消费者对于农产品的认可，进而扩大产品的市场影响力与知名度。

四、结束语

虽然电子商务在快速发展，但农村电商的发展却受到现实条件的局限，仍然有着较大的提升空间。产学研合作模式下，借助高校的专业资源，对于农村地区提供电商服务，既有助于农村电子商务的高质量发展，也能保障乡村振兴战略的实施质量。高校要积极探索产学研合作模式下，电商专业服务乡村振兴战略的策略，借助于专业服务的提供、专业人才的培养，专业品牌的建设，营销渠道的优化，打造出符合乡村地区发展的电商运营模式，既通过电商来优化乡村地区产业结构，也通过乡村振兴战略指导下，开拓乡村发展的新渠道，提高乡村地区产业发展质量，保障乡村地区经济发展，也改善乡村地区人民生活水平。

参考文献

- [1] 刘海宏, 王厚俊. 服务区域乡村振兴的高职电商专业“双向赋能”育人模式创新与实践——基于广州南洋理工职业学院电商专业的研究[J]. 广东教育: 职教, 2021(5):9-12.
- [2] 林艳军. 电商平台如何有效服务乡村振兴研究[J]. 现代经济信息, 2021(28):2.
- [3] 卜令瑞. 乡村振兴视阈下高职院校服务农村电商行业人才培养体系研究与实践[J]. 2021.
- [4] 李婷. 关于电商物流服务乡村振兴战略的研究[J]. 全国流通经济, 2020(16):2.
- [5] 宋祎玮. 乡村振兴战略实施进程中地方政府在农村电商产业发展中的作用[D]. 浙江大学.
- [6] 吕俐佼, 朱兰珍. 农村电商产业发展状况及培育对策研究——基于义乌“淘宝村”的调研[J]. 农业工程技术, 2018,38(6):2.