

导致的一些乡村地区的信息化基础设施较差，网络速度慢，使得通过网络推广和社交媒体营销等方式在农村电商中需要更多的时间和资源来进行推广。四是农村居民消费需求相对城市居民较为单一，市场规模较为有限。

乡村振兴战略在农村电子商务发展中的重要性

（一）为农村电商的发展提供了政策支持

随着电商技术的快速发展和互联网的普及，农村电商成为推动农村经济发展和增加农民收入的有效途径。政府出台了一系列扶持农村电商发展的政策，如加强电商物流体系建设、推进农村电商平台建设等。这些政策为农村电商的发展提供了有力的支持和保障，能够进一步推动农村电子商务深入发展，助力乡村振兴。

（二）改善农村电子商务基础设施建设及服务水平

乡村振兴战略的出台，使得农村电子商务成为未来农村经济一个重要的发展方向。政府大力投资建设物流配送中心、农产品加工厂等基础设施，鼓励更多的农村企业和农民参与到电商行业中来。通过农村电商平台，农村地区的物流和快递服务得到了改善，为农产品的销售和运输提供了便利条件。此外，电商平台还为农村地区提供了更多的公共服务，如在线教育、医疗服务等。

云南省特色农产品电子商务发展存在的问题

云南省地理位置优越，气候适宜，是中国最大的农副产品生产区之一，所生产出的特色农产品大多是具有地方特色和民族特色的优良品种，享有较高的美誉。近年来，随着互联网技术的普及和电子商务的快速发展，越来越多的云南特色农产品开始走向线上销售市场。根据云南省地方政府发布的数据显示，截至2022年底，云

南省具有电子商务经营资质的企业已达到31万家，电子商务交易额达到2.2万亿元人民币以上，其中特色农产品占比较为突出。云南省特色农产品电子商务市场不断扩大，已成为重要的销售渠道。然而，与其他地区相比，云南省特色农产品电子商务发展仍存在一些问題，亟待解决。

（一）电子商务意识淡薄，电商合作社数量少

云南网调查数据显示，截至2018年，云南省人均受教育的年限平均为六年，在全国排名第27位，半文盲的人口占到云南省总人口的11.3%。新闻媒体方面，对农产品电子商务的宣传力度不够，导致很多当地的农民都不会进行网上交易，有时候还过分宣扬了网上消费的不安全性，导致人们更不放心进行电子商务交易。当地的农产品企业缺乏对电子商务的重视，企业过分注重短期利益。

云南农业合作社的发展历史有限，存在短板。截至到2021年，全国开展网络销售的农民合作社数量达187万家，排名前三的省份分别为浙江省、江苏省、山东省，而云南省的农业电商合作社数量相比较少且辐射范围有限，存在产业带动能力低等问题。

（二）农产品品牌建设力度低

近年来，云南省农产品品牌的数量不断增多，并在农产品品牌培育方面取得了显著的成效。但相对于其他省份，云南省农产品品牌化及品牌数量仍存在差距。截至2022年，云南省认证的“三品一标”农产品数量有8445个，浙江省认证的有13615个、江苏省认证的有16153个、山东省认证的有22763个。同时，云南省的大部分农产品企业在品牌建设方面仍然存在资金有限、科技创新不足、模式单一等问题。这导致农产品品牌混乱，同一种产品被宣传成多种品牌，而且企业规模小，缺乏与大企业竞争的资本和能力，无法形成知名品牌效应。甚至有企业冒充品牌销售劣质农产品，严重影响了农产品品牌形象。

（三）农产品电子商务物流水平不高

良好而快捷的物流和配送系统对于农业生产电子商务的发展至关重要。云南省位于云贵高原，山路崎岖，交通不如平原地区便利。云南省有近90%都是山地，剩下的10%是坝子和湖泊等地形。整个云南省16个州市，只有7个地州通了铁路，因此云南铁路的运营总里程只占到全国的2.2%。物流配送体系不健全不完善的问题，一直是制约云南省发展特色农产品电子商务的一大困扰。

（四）电子商务人才缺口较大

据云南网调查发现，截至2020年，近95%的云南省



农村商业体系建设，是农村电商助力乡村振兴的重要内容，更是赋能农村消费升级的重要路径。