

我国农村电子商务发展趋势与路径选择

——以江西赣南A 市为例

王俊文^{*1}

【摘要】农村电子商务有效解决了农产品销售与市场需求两者之间的矛盾，是降低农产品交易成本、提高农民收入的必由之路。基于江西赣南A 市的调查研究表明，农村电子商务发展，必须实现从“传统”向“新型”、从“单向”向“双向”、从“个体”向“区域”转变。当前推动农村电子商务健康发展，需要完善农村物流体系，理顺农产品流通配送环节，大力培养专门人才，提高农民电子商务综合素质，做好法律、资金、政策等方面的保障工作。

【关键词】农村电子商务；农村信息网络建设；农村物流体系建设

DOI:10.16059/j.cnki.cn43-1008/c.2016.10.015

农村电子商务是指围绕农业生产而进行的一系列电子交易行为，包括农业生产管理、农产品营销、货币支付，物流管理等方面内容。简单地说，农村电子商务就是以信息技术和全球网络系统为支撑，在农产品的生产、销售、流通领域等方面充分运用电子技术来拓展农业发展空间，以获得良好社会、经济效益的一种电子信息平台的应用。当前随着我国农村全面建成小康社会不断深入发展，农村产业结构与市场需求两者的矛盾日益凸显，构建一种农户与市场信息对等流畅、高效规范的农产品流通新模式，已成为降低农产品交易成本、提高农民收入的必由之路。农村电子商务的大力发展，恰恰成为破解这一矛盾的关键。因此，研究农村电子商务如何发展、怎样发展问题具有十分重要的理论意义和现实意义。

研读与梳理农村电子商务问题相关文献发现，关于农村电子商务建设或发展问题，理论界多从政府“制度供给”层面进行研究，从农村或农民“自发内生需求”层面研究的较为稀少。事实上，政府“制度供给”和农村“内生需求”这两个层面是彼此共荣共生的，两者不可偏薄。为此，本文以江西赣南A 市为研究对象，基于农民“自发内生需求”视角，对农村电子商务发展问题进行有益探讨，试图提出可资借鉴的方法和经验。

一、我国农村电子商务发展现状分析

赣南A 市是江西贫困县较为集中的“革命老区”，农村社会、经济发展较为落后，研究江西赣南A 市农村电子商务发展状况具有代表性。江西省社会科学规划课题“消除贫困与全面建成小康社会问题”研究团队，于2015年7月至9月，对江西赣南A 市农村电子商务发展状况进行调查研究。课题组对赣南A 市11个国家级贫困县的33个自然村（即在每个国家级贫困县随机抽取3个自然村）各随机抽取25人（18岁—70岁），共发放825份问卷。此次调查共收回问卷825份，有效问卷813份，回收有效率为98.54%。

¹**作者简介：**王俊文，博士，华东交通大学农村发展与社区建设研究中心主任，马克思主义学院教授，江西省高校中青年学科带头人，硕士研究生导师。（江西南昌，330013）

基金项目：江西省社会科学规划课题“消除贫困与全面建成小康社会问题研究”（15ZZ06）

统计调查资料,总体层面上的主要特点是:文化程度上,农村网民的文化程度较低。调查发现,在825个样本对象中,文盲、小学文化程度、初中毕业(肄业)、高中毕业(肄业)、专科、本科及以上所占比例呈现一种递减趋势,即分别为32.2%、27.6%、24.1%、10.9%、3.7%、1.52%。年龄结构上,农村网民呈现年轻化的趋势。调查样本中,18—30岁的网民占总体的38.9%;31—39岁的网民占总体的31.15%;40—49岁的网民占总体的18.18%;50—59岁的网民占8.7%;60—69岁的网民占2.1%;70岁以上(含70岁)仅占0.07%。认知态度上,72.36%的农村网民可以较好地运用网络阅读新闻和搜索咨询以及娱乐生活,但是运用网络信息平台销售农产品的网民还非常稀缺,只有不到8.7%的网民已经在淘宝或阿里巴巴网站注册开始交易,23.87%的网民对于网上销售还是观望态度,67.43%的网民认为网络销售农产品“不靠谱”,对网络信息交易平台持怀疑态度。这些情况表明,近年来虽然农村电子商务发展较好,但还远未满足农村社会、经济发展的迫切需要,农村电子商务发展仍然困难重重。

第一,电子商务意识淡薄。由于农村社会、经济发展较为落后,与城市比较,农民的思想意识较为“传统”和“保守”,接受电子商务这类新鲜事物还需要一个过程;很多乡村干部对于网络经济的认知也非常粗浅,有的甚至持排斥态度。在调查问卷中,回答“你认为农村是否需要发展电子商务”问题时,53.67%的农民选择“无所谓”,只有15.08%的农民回答“必须发展农村电子商务,这样农民才能赚更多的钱”,有31.25%的农民选择“发展农村电子商务,觉得不靠谱,虚的”。上述数据表明,农民对于电子商务的整体认识水平较为模糊,提高思想认识势在必行。为了了解乡村干部对于农村电子商务发展的态度与想法,在赣南A市18个县(每个县抽取30名)抽取了540名乡村干部作为样本,进行问卷调查和深度访谈,在回答“发展农村电子商务是否对于农村社会、经济发展具有重要推动作用”问题,有50.71%的乡村干部选择“我们搞不懂,也弄不明白,管它呢”,有29.59%的乡村干部选择“上级叫我们发展,我们就发展,谈不上什么推动不推动”,仅有19.7%的乡村干部选择“必须积极发展农村电子商务,以此推动农村社会、经济的全面发展”。可见,乡村干部对于农村电子商务发展的必要性缺乏足够清醒的思想认识。

第二,网络基础设施薄弱。当前农村网络建设总体还处于初级阶段。尽管国家和省级的农村网络设施建设取得较大成效,但由于农村经济发展较为落后,加之政府投入乡村网络基础设施建设的经费十分有限,乡村的网络基础设施建设薄弱。江西赣南A市11个国家级贫困县,平均每个贫困县每年用于农村网络建设的专项经费为8.12万元,其中有7个贫困县每年仅为4.37万元,投入经费杯水车薪,农村电子商务发展步履维艰。^②农村各地经济发展的差异性也使得农村网络基础设施建设厚薄不均,具有明显的分布不均衡性。笔者在调查走访中了解到,江西赣南A市的农村网络基础设施建设呈现出“插花型”发展态势,即经济发展相对较好的县域,网络基础设施建设也相对较快较好,反之亦然。根据调查资料统计分析得知,在赣南A市11个国家级贫困县中,目前还有197个乡村还未接通网络,有40.75%的乡村没有建立起“农业信息服务站”,有32.16%的乡村“农业信息服务站”处于空闲或闲置状况,仅有27.09%的乡村“农业信息服务站”正常运转,但也普遍存在设备老化、网络不畅、信息内容单一等问题。必须使农村网络基础设施建设深入到千家万户,切实降低农民上网成本,农村电子商务发展才有可持续性。

第三,物流体系建设滞后。方便快捷的物流是农村电子商务发展的基础。笔者调查走访中得知:到2015年赣南A市已注册成立89家物流公司(平均每县仅为4.94家),其中11个国家级贫困县只注册成立22家物流公司,仅占总体数量的24.7%;98%的物流公司的配送网络只覆盖到县(市)一级,还未覆盖乡镇一级,无法满足农村对于物流配送的内生需求性。出现这一状况的主要原因是农村尤其是广大山区地域广阔,交通相对封闭落后;加之农副产品季节性强,保质期短,对物流配送有更多、更高的要求;由于构建和完善物流网络体系的成本要大于第三方物流公司的收益,致使物流体系发展受成本核算的瓶颈制约。物流公司网络体系设置的局限性对于农村电子商务的推动与发展也极其不利。赣南A市注册成立的89家物流公司中,只有2家物流公司(邮电EMS快递公司和顺达快递公司)为乡镇广大地区提供快递服务,每次快递运费为20—25元不等。^①赣南A市11个国家级贫困县的调查统计数据表明,有72.17%的农民平均一次网购商品的价格为87.5元,有15.43%的农

² ①江西省扶贫领导小组办公室:《江西贫困地区扶贫开发文件汇编(2015)》第8卷,第97—101页。

民平均一次网购商品的价格为 116.3 元, 仅有 12.4% 的农民平均一次网购商品的价格为 127.5 元。农民平均一次网购商品的价格偏低, 而且必须支付 20—25 元不等的快递费用, 网络消费市场的价格优势在农村丧失, 农民网购的消费欲望大为降低。

第四, 电子商务人才缺乏。农村社会经济、文化教育总体落后, 电子商务人才留不住, 请不来, 农村电子商务人才建设困难重重。对赣南 A 市县的 408 家“农村信息服务站”走访、调查中得知, 有 52.58% 的“农村信息服务站”工作人员为非电子商务专业技术人员, 难以保证涉农信息的搜集、整理和发布的质量; 赣南 A 市县每年农业类专业的大、中专毕业生将近 2600 名, 其中有 20.14% 的毕业生是电子商务的专业人才, 但这些毕业生并不自愿到农村基层工作, 主要在于缺乏吸引人才、留住人才的政策和环境。在对赣南 A 市电子商务专业大、中专毕业生的访谈中, 对“你毕业后是否愿意到农村基层工作”这一问题, 高达 84.15% 的毕业生明确选择“不愿意”, 有 10.15% 的毕业生选择“毕业后可以考虑到一些社会经济发展较好, 交通较为便利的农村基层工作”, 仅有 5.7% 的毕业生回答“毕业后愿意到农村基层工作”。当前农村电子商务人才队伍建设面临诸多问题, 一是农村电子商务人才队伍总体文化程度不高。赣南 A 市县农村电子商务的人才队伍中, 具有本科以上学历的电子商务专业人才只占总量的 15.64%, 具有高中、专科学历的占 21.72%, 初中以下学历高达 62.64%, 其中小学(含小学肄业)占到 21.6%。^②农村电子商务人才队伍的整体素质有待提高。二是农村电子商务人才队伍的专业结构有待优化。在赣南 A 市县的农村电子商务人才队伍中, 仅有 21.56% 的从业者是电子商务专业毕业的, 高达 78.44% 的从业者是非电子商务专业毕业的, 其中有 23.76% 的从业者不属于任何专业。^③优化农村电子商务人才队伍的专业结构已经势在必行。

二、农村电子商务发展的趋势分析

大力推进与发展农村电子商务, 既是农村产业结构调整、延长农业产业链, 增加农民收入的有效方法与手段, 也是我国社会主义新农村建设、农业现代化、农村信息化建设的必然要求。当前, 我国农村电子商务的发展趋势主要表现在三个方面:

第一, 从“传统”向“新型”转变。农村电子商务开始主要是由农产品企业、农业合作社和“种养大户”通过网络平台发布农产品“供—需”信息, 以实现农产品“购—销”渠道的对等与流畅。其传统模式一般是: “农产品网站+ 电话+ 货运公司”, 即先通过网站发布农产品供求信息, 然后电话进行商务洽谈, 最后签订购销合同, 由买卖双方各自组织货运完成交易。这种模式的优势在于摆脱了农产品产地的束缚, 拓展、拓宽了农产品交易的市场空间。但随着网络支付、电商平台等软环境的发育成熟, 更多的农业企业、农业合作社和个体户采用“线上即时交易”这一模式, 并逐渐发展了 B2B、B2C、C2C、B2B2C 等电子商务模式。这种“农副产品+ 电商平台+ 网络支付+ 专业物流”的新型模式, 极大提高了交易效率, 有效降低了交易成本。在“互联网+”的推动下, 以“农”字号为核心的各类涉农产业, 如农家乐、休闲农业等也实现了网上交易、网下消费体验的 O2O 电商模式。

第二, 从“单向”向“双向”转变。随着部分农村地区仓储、交通、物流、网络技术等硬件设施的逐步完善, 网络购物与实体店购物相比, 不仅挑选范围大、价格便宜, 而且还可以送货上门, 这对于远离大城市购物中心的乡村来讲, 具有巨大的吸引力。据 2015 年中国互联网信息中心(CNNIC)统计数据表明, 截止 2015 年 12 月底, 农村居民网购人数达 7764 万人, 年增长率为 41.6%。^①在农村消费品电商发展的同时, 农村电子商务配套产业也得到不断发展, 专业物流企业农产品仓储物流的触角也逐渐延伸到广大乡村, 逐步实现了农村的个体生产与更大市场的有效对接。只要一台电脑、一根网线, 甚至只需要一部智能

³ ①江西赣州市政策研究办公室:《江西赣南县域社会经济发展文件汇编(2015)》第 12 卷, 第 131 页。

②江西赣州市政策研究办公室:《江西赣南县域社会经济发展文件汇编(2015)》第 12 卷, 第 98 页。

③江西赣州市政策研究办公室:《江西赣南县域社会经济发展文件汇编(2015)》第 13 卷, 第 62 页。

手机，农户就可以在淘宝网、微店等电商平台注册店铺做生意。有些商业眼光敏锐的农村中、青年已开始把一些特色农产品、手工艺品、旅游产品等商品放到网店销售。农村电子商务的信息流、物流不再是“单向”的消费品购买，而是形成了与不同行业和地区互通有无的“双向”交流。

第三，从“个体”向“区域”转变。城乡电子商务发展的日新月异，使得农村电子商务实现从“个体”向“区域”逐渐转变。这一趋势主要体现在：一是农村众多的个体网商通过产业集聚效应，内发形成淘宝村（镇）等区域化农村电商，大有走集约化、专业化的发展态势；二是以“阿里巴巴”、“京东”等为代表的电商企业，启动了“走向乡村计划”。如，2014年10月，“阿里巴巴”推出以“千县万村”为主体的农村电商战略，宣布在未来的3—5年内投资100亿元，建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站，覆盖全国1/3的县和1/6的农村地区。^②随后，“京东”、“苏宁”等电商企业也推出富有自身特色的农村电商计划，电商下乡已成为一种趋势和潮流。在这些电商企业的积极推动下，农村电子商务的发展速度和质量得到大幅提升。截止2015年12月底，“阿里巴巴”的“农村淘宝”项目已覆盖全国17个省，建立起63个县级服务中心，1803个村点服务站；^③三是国家有针对性地制定了推动农村互联网发展的各项政策措施。如，2014年国家农业部开展了“信息进村入户工程”、国家商务部推出了“电子商务进农村示范计划”。各省市也涌现出许多农村电商发展的先进经验和做法，如浙江“遂昌模式”、河北“清河模式”、江苏“沙集模式”^④等等。这些电商模式的共同特点就是，致力于实现消费品下乡和农产品进城的双向流通功能，为交通相对落后，信息较为闭塞的农村居民提供购物、售物、缴费、创业、娱乐资讯等方面的“一站式”服务。

三、当前我国农村电子商务发展的路径选择

（一）提高思想认识水平，夯实农村电子商务发展基础。必须充分认识到，信息作为一种社会资源和财富，在全面建成小康社会进程中的重要作用。一是提高农村基层干部的思想素质和认识水平。农村基层干部是农村信息网络建设的直接领导者，他们的思想观念如何将直接影响到农村电子商务发展的好与坏，因此必须帮助他们学习农村电子商务的有关知识，提高他们的思想认识水平。二是强化县、乡（镇）两级领导实施农村电子商务建设责任制，成立专门领导小组，专门办公室，实行包村划片，责任到人，并纳入干部年终考核体系，即实行一票否决制，形成制度化、常态化。三是选派群众信服的基层干部或乡村能人到沿海发达地区或农村电子商务发展较好较快的典型村镇去参观、学习，帮助他们开阔视野，提高他们对于农村电子商务发展的思想认识。四是建立以县、乡镇单位为依托、形式多样的培训基地或机构，以致富作为切入点，从培训农民如何使用电脑开始，激发农民学习热情，培养农民学习兴趣，逐步提高农民的信息素质。五是必须重点培训、扶持一批具有电子商务操作能力的养殖大户、龙头（骨干）企业、农村经纪人等，通过他们的示范效应，将电子商务平台—互联网—农民三者扭结在一起，以此带动广大农民共同致富。

（二）从法律资金政策方面保障，推动农村电子商务健康发展。农村电子商务的顺利发展，离不开地方各级政府的强有力支持。一是从法律的层面，政府需要制定和健全各项有利于农村电子商务发展的法令、法规，为农村电子商务的良性发展保驾护航。二是从资金的层面，政府需要创造各种有利条件，不断加大资金的扶持与投入。政府每年应从公共财政资金总额中划出一定比例资金用于农村电子商务建设，并实行专款专用；政府必需全方位地拓宽、拓展农村电子商务建设资金的来源渠道，充

⁴ ①中国互联网信息中心（CNNIC）：《2015年中国互联网发展报告》，2015年，第19页。

②洪涛、张传林：《2014—2015年我国农产品电子商务发展报告》，《中国商论》2015年第5期。

③陈亮：《从阿里平台看农产品电子商务发展趋势》，《中国流通经济》2015年第5期。

④杜立峰、王艳杰：《中国电子商务的发展趋势与变革效应》，《当代经济》2015年第3期。

分挖掘当地各种有利的社会资源，比如，定期召开“恳亲会”，利用亲缘、血缘和业缘，积极加强与家乡在外工作的务工经商人员等的沟通与交流，邀请他们为家乡的信息化建设出力；政府要积极采取各种有效措施，通过与相关电脑厂商合作，并拿出专项补贴资金，为农民提供性价比高，具有品质保证的电脑网络设备，鼓励和帮助农民上网。三是从政策的层面，政府要根据当地农村电子商务发展的客观实际情况，因地制宜地出台各种优惠政策，通过典型示范、自愿互惠等方式和方法，积极鼓励、引导农民参与到农村电子商务发展中来，不断推动农村电子商务顺利发展。

（三）完善农村物流体系，理顺农副产品流通配送环节。农村电子商务发展的关键在于能否弥补或填平小农户与市场之间的产品交易鸿沟，构建与捋顺从乡村到城镇的物流配送网络体系，使得小农户集聚后的大宗农副产品，能顺利输送市场，建立城—乡互动快捷、高效的物流配送体系，这也是当前农村电子商务发展所必需考虑和解决的客观实际问题。目前农村物流体系尚未完全构建，农副产品配送渠道落后，配送环节多，严重影响农村电子商务的可持续发展。必须构建体系完善的能覆盖城—乡的农村物流网络体系，以与农村电子商务的顺利发展相互匹配。^⑤一是形成多层多级模式的农村物流体系结构，即以主要中心村和中心镇为基点，向周边地区呈辐射状的物流配送渠道；二是根据农副产品的季节性特点，及时为农户或农业生产经营者提供动态的农产品需求信息及其市场行情，提高特定产品的需求者和供给者之间的匹配效率；三是构建与完善农村物流体系，必须以灵活调度、快速反应作为关键点，这也是农副产品物流跨地区配送网络设计中必须考虑的重要内容。此外，政府可考虑“三三制”的方式或模式，即以政府、农户、村集体（行业协会）分别出资1/3的方式或模式，组建物流配送中心，从而减少农副产品流通的中间环节，降低农户物流运营成本。

（四）大力培养专门人才，提高农民电子商务综合素质。事业要发展，人才是关键。农村电子商务发展的关键在于大力培养电子商务专门人才。由于城乡社会、经济发展的差异性，农民整体文化程度、文化素质不高，特别是一些老、少、边、穷地区的农民，根本谈不上计算机和网络知识。一是各级政府要创造各种有利条件，整合、盘活乡村资源，大力普及农村电子商务知识和网络技术教育。可以邀请大中专院校的电子商务专业的师生或青年志愿者定期给农民举办各种网络知识讲座；充分利用广播、电视、手机、黑板报等新闻媒体，采用农民喜闻乐见的方式和方法，广泛宣传农村电子商务知识；由当地乡（镇）政府牵头，以若干个村为单位，形式多样化地举办各种农村电子商务培训。二是加强农村电子商务人才培养。要建立乡土人才数据库，并制订和实施一些配套的优惠政策，选派乡村中有一定影响力的致富带头人、“土专家”到大中专院校去定向培养和进行长、中、短期的培训学习；利用现有的农村现代远程教育网络、农技站、成人教育中心、农技校等平台，对农民进行电子商务基础知识、基本操作技能的学习与培训，提高农民电子商务的综合素质。三是要建立和完善农村电子商务人才的开发和引进机制，积极引导、鼓励各类大中专院校毕业生，尤其是电子商务专业的大中专毕业生到农村工作和创业，要紧紧围绕引进人才—用好人才—留住人才这个中心点，切实制订各种符合农村电子商务发展客观实际的路线、方针和政策，推动农村电子商务事业全面发展。

⁵ ①储新民、李厚廷：《农业电子商务的发展机制——基于“沙集模式”的拓展》，《价格月刊》2013年第12期。