

---

# 安徽省农产品电子商务存在的问题及对策研究<sup>\*1</sup>

费思宇

(安徽财经大学, 安徽 蚌埠 233000)

**【摘要】**:我国农产品电子商务行业的飞速发展,有助于解决“农业,农村,农民”问题,即“三农”问题,有利于加快农业经济发展,提升农业产品的竞争力,鼓励农民将农业与新技术相结合,改变农民的生产 and 消费方式,帮助农民增收致富,加快农业经济的腾飞。但是在我国农产品电子商务的不断发展中,依然面临着许多短板问题,农产品成本居高不下和市场环境不够完善等根本问题依旧凸显。本文将以安徽省农产品电子商务为例进行一系列分析,研究出保障和促进其发展的相应对策,为政府制定政策、企业发展决策提供可参考的依据。

**【关键词】**:农产品; 电子商务; 竞争优势

**【中图分类号】**:F724.6      **【文献标识码】**:A

作为一种新兴的农业流通模式,农产品电商对于提升农业商品的流通以及增强农业商品的竞争力有显著作用。近些年来,农产品电子商务在我国的应用也极为普遍,而安徽省作为中部地区的农业大省,其气候适宜农产品的生长,因而农产品品种众多,规模宏大。但是在这些产品的流通过程中,其目标人群仅局限于周边地区,限制农产品的进一步扩展,而电子商务的应用正好把握了这一契机,但对于安徽省,在其农产品电商行业的飞速发展中,许多问题也逐渐暴露。本文旨在以安徽省为例,全面分析农产品电商行业所面临的问题,并研究相应的对策,以保障其持续稳健地开展。

## 1 安徽省农产品电商的发展现状

自2010年以来,安徽省整体的农产品网络营销行业的发展极其迅速。从地域上来说,安徽省十六个地级市的农产品电子商务竞争力不断提升,六安、安庆、阜阳市发展最快。然而,整个省综合实力仍旧偏弱,仅有40%的地区达到中等及以上水平,全省排名如表1所示。

---

<sup>1</sup> 收稿日期:2017-02-26

表1 安徽省2015年农产品电子商务发展情况表

	网商指数	网购指数	电子商务发展指数	省内排名
合肥	6.12	26.64	16.38	1
芜湖	6.33	22.31	14.32	2
马鞍山	3.83	20.56	12.19	3
铜陵	2.88	21.08	11.98	4
黄山	3.45	16.38	9.92	5

(数据来源:阿里巴巴2015年中国城市电子商务发展指数报告)

从产品上来说,安徽省农产品电子商务主要以茶产品为主,如绿茶、红茶、特种茶,其中绿茶的贸易额最高,占比80%以上。安徽省茶产业电子商务凭借着品牌效应(拥有包括黄山毛峰、祁门红茶、六安瓜片等驰名中外的品牌)在电子商务领域占据了很大的市场。

## 2 农产品电商的主要特征

近些年来,伴随“互联网+”新时代的到来,消费者购买方式发生了翻天覆地的变化,“网络购物”走入千家万户,消费者购买农产品也不仅仅局限于超市,在网络上的需求量也很旺盛,对于食品安全问题也是高度关注,加之我国政府部门对于农产品网络营销的新兴流通模式的鼓励与支持,农产品电商的发展势头日益蓬勃。因此,我们以安徽省为例,简要分析目前农产品电商的主要特点。

### 2.1 传统型农业与信息化技术高度结合,实现农民增收致富

农产品电子商务架起了农村与城市沟通的桥梁,带动了农业生产,开辟出了一个信息化的大市场,将世界与农村紧密结合。农产品电商行业为农产品的流通创造了更多的优越条件,方便了买卖双方跨地区交易,减少了因流通过程的繁琐所出现的损耗以及商品变质等现象,体现了效益最大化原则。在进行交易的过程中,切实解决了买卖困难问题,更有利于农民树立自主品牌,增加农民收入。

例如,位于安徽省北部地区的砀山县,近几年来大力发展特色农产品电子商务,创造出政府支持鼓励,农民大胆创业,企业自主发展的新型农产品电商发展模式,尤其是微商水果营销的飞速增长。由于网络营销的普及,黄桃罐头等特色加工型商品的销量不断攀升,供给不足,价格也在不断上涨,吸引许多生产规模大的罐头制作厂商,采用囤积的形式收购原材料。2013年该县500克黄桃罐头的市场价格36-41元/箱,2014年46-51元/箱,2015年71-101元/箱,而2016年达到120-138元/箱。正是由于电商行业的不断扩展,使原材料的价值增加。2013年每斤黄桃的价格为0.5-0.9元,而2014年则上涨至1.1元/斤,2015年攀升为1.6元/斤,2016年则上涨至1.8元/斤,在黄桃收获季节前就有预售原材料的现象。黄桃,砀山梨等价格不断上涨,使农民的辛苦得到了回报,增加了收入。



(数据来源：安徽砀山县农产品电子商务调查,《农产品市场刊》,2016(28))

## 2.2 交易规模逐步扩大

2013年,安徽省相当数量的县、市投身于农产品电子商务的行业,其中利用农产品电子商务营销的175家农业和农民合作社中,自建电子商务平台的有47家,占26.8%;利用天猫、淘宝、顺丰优速、京东商城等第三方交易平台的128家,占73.2%,全年交易额达21.22亿元。2014年,安徽省发展农产品网络营销的企业和合作社合计279家,其中自建电商平台的80家,占28.67%;利用天猫、淘宝、顺丰优速、京东商城等第三方交易平台的199家,占71.33%,实现贸易额24.49亿元,相较前一年同比增长15.4%。2015年,发展该产品电子商务营销的农业新型经营主体达535家,比2014年底增加256家,年度贸易总额118.27亿元,是2014年总贸易额的4倍多。2016年,安徽省整体农产品网络贸易的发展日新月异,品牌影响力不断扩张。安徽省农产品网上销售额达176亿元,较上年增长179.4%。



(数据来源：安徽省统计年鉴)

## 2.3 交易便捷,直观,商务模式不断创新

农产品电子商务创造了一个新型的购物方式,改变了传统的面对面的选择形式,线上购买的方式造就了巨大的商品信息以

及价格区间，供消费者选择。安徽省农产品电商企业利用电子商务平台的优势，打破了时间与空间的阻隔，直接将一个巨大的商品交易平台陈列在消费者眼前，可以在线上详细地了解农产品的信息，例如生产地，采摘时间以及规格等，便于进行多重比较，一旦进行选择，就会形成一定的消费粘性，企业也就得到了长足稳定的发展。

#### 2.4 产品资源优势巨大

由于农产品具备比较特殊，对于生长环境环境有很大的依赖，有明显的区域性质。安徽省拥有众多的特色作物类型，绝大部分享有盛誉，远近闻名，并且践行“一村一品”的发展策略，因此各乡镇正在开发和培育具有地方特色的品种。例如，特级黄山毛峰具有“色似象牙，鱼叶金黄”的外形特征。砀山梨则是果大核小，止渴生津。歙县枇杷香甜美味，有与“天宫蟠桃”齐名之美誉。

安徽农产品虽然具有如此巨大的优势，但省内的购买力却极其有限，重点发展农产品电子商务是必然趋势，使得特色农产品“走出”安徽，走向全国，乃至世界，才能创造更大的利润空间，造福农民。而对于消费者来说，巨大的资源优势产生了更多的选择空间，更容易比较产品的优劣差异。

### 3 安徽省农产品电商发展中所面临的问题

虽然从数据上来看，安徽省农产品电子商务的交易额在不断地攀升，但在许多商家以及平台涌入农产品电子商务行业的同时，也有许多企业在缩减规模甚至退出，还有一些企业甚至是亏损倒闭。例如安徽不打烊电子商务有限公司从上线到倒闭仅仅用了1年2个月，青年菜君分拆收缩，爱鲜蜂大量裁员，壹桌生鲜关闭等，这些都暴露出安徽省农产品电子商务发展中所面临的种种问题。

#### 3.1 农产品网络营销依然面临冷链物流运输短板

农产品电商要想良性发展，打造全程“无断链”物流体系便是其发展的首要任务，冷链物流体系涵盖从生产，贮藏，配送以及销售所有的交易环节，是农产品从产地直至安全送达到消费者手中的保障体系，是保障商品从产地到销地的一体化专业物流运输系统。农产品电商的发展应着重考虑四个方面，保障跨地区化保质运送；保证非季节性产品的销售对于温度以及贮藏条件的要求，保障食品安全，保质保量保鲜地送达，做让顾客放心的农产品网络营销；力求打造全程“无断链”模式运输。

然而从目前的冷链物流运输体系的发展来看，依然是农产品电商正面临的严重短板问题。2016年安徽省水产品，肉类，果蔬的冷链流通率和冷藏运输率如表2所示，可以看出还存在着诸如专业服务不到位，行业集中能力较差，运输效率不高，缺乏冷链一体化运作等问题。根据在安徽省的调查，在所有进行农业生产的村庄，其物流水平极差，仅19%配备专业条件的物流基础设施，即运用普通快递形式配送，90%的村庄不具备冷链物流配送。即使在物流设施相比偏好的农民专业合作社，也没有冷链配送基础条件。据统计，在所有开展农产品电商的合作社中，60%具备专业物流条件，而拥有冷链配送条件的只有10%。虽然农产品电子商务推动了冷链物流业的发展，但推动力却是极其微弱，况且发展“无断链”冷链物流系统的任务还是艰巨和持久的，其有待发展的空间还是相当巨大的。

表2 2016年安徽省农产品冷链物流运输效率表

名称	肉类	果蔬	水产品
冷链流通率(%)	34	22	41
冷藏运输率(%)	57	35	69

(数据来源：2016年安徽省统计年鉴)

### 3.2 农产品电子商务的成本居高不下

农产品电子商务具有巨大的发展空间，但是却有众多的平台及商家面临着亏损甚至破产的情况，充分显示了这一行业的巨额运营成本。

农产品的生产与销售很容易受到气候，时节，作物类型以及运输条件等的多重限制，通常大小规格也会有很大差异，而农产品电商有受到高性价比的要求，不仅外观好看，质量也要是上乘。因此这些品质好的农产品从源头获得或是种植时就需要很高的成本，明显高于线下。其次农产品具有易腐坏，易损坏的特性，例如黄桃，砀山梨等，在其打包以及运输过程中，极易变质，损坏率极高。2016年农产品在运送中的损耗率，水产类16%，肉禽类达13%，果蔬达25%。极高的损耗率导致着成本的不断增加，而为了减少货损，将付出更多的成本以及保险资费。

### 3.3 相关立法不完备，消费者权益无法保证

相比于较为成熟的发达国家的农产品电商系统，我国现阶段的农产品电商仍处于起步阶段。只有在相对健全的法律法规制约下，贸易的双方才能在虚拟环境中相互信任；只有在专业化的农产品流通体系中，才能保证农产品的食品安全，增强贸易双方的信任度，更好的完成农产品的网上交易。在当前的形势下，部分商家与平台欺瞒消费者，不注重产品质量，虚假广告与宣传的现象还时有发生，这对于安徽省乃至全国的农产品电商的发展都是不利的，所以完善相关法律法规，加大对农产品网络营销的执法力度，加强对消费者隐私的保护，完善信息和交易安全，贸易监督等立法空白，监督农产品网络贸易行为，才能为网络贸易的稳健发展构建完备的立法保障。

### 3.4 基层推进缓慢，人才储备不足

据调查结果来看，经营理念，人才培养，物流条件是影响安徽省农产品电商能否高效发展的重要因素。其中村里进行农产品网络贸易的主要阻碍：缺乏相关技术和营销人才的占72%，信息化基础差的占55%，村民缺乏网络营销意识的占37%，缺乏专业化物流条件的占55%。尤其在一些乡村的走访调查中，由于村与村之间相距很远，交通不便，导致冷链物流设施不完备以及技术人才极其匮乏等劣势在制约着安徽省部分乡镇农产品电商的发展。由于发展农产品电商的前期投入巨大，资金缺少，物流配送成本高，导致许多村民望而却步，不敢加入到农产品电商这一行业中。由于技术型人才的短缺，村民文化程度不高，没有专业人士的帮助，想要合理高效的发展这一行业，还是有很大的难度。

以上种种问题与弊端无一不在阻隔着安徽省农产品网络营销的发展。因此，未来的发展更需要政府的鼓励与资金支持，技术人才的加入，网络基础设施的建设，完备的物流条件以及第三方平台的信息化对接等。

## 4 安徽省农产品电子商务持续发展的对策

### 4.1 重点扶持，推动冷链物流配送体系发展

安徽省政府应出台一些利于广大农民，农民专业合作社，农业企业的优惠政策，鼓励农产品电子商务的发展，推进大型冷链物流业的建设与发展。

优惠政策应主要针对三个重要领域。第一，大力扶持农产品运营企业以及农民合作社为主导的农产品电商的发展，带动广大农民投身电商行业；第二，加大农产品电商与“无断链”物流业共同发展的建设力度，双管齐下，针对加工，贮藏等重要环节，完善基础设施建设，积极建设各乡镇，城市的大型冷链配送集散中心，实施地区化管理；第三，着重建立农产品网络营销监督机构，进行监督检查，风险预测，质量担保等保障工作。

#### 4.2 加大农产品电商的基础设施建设力度，有效降低成本

省内各区政府应建立物流信息综合平台，建设与应用完善的电子商务网站，鼓励农产品运营企业建立乡县镇特色化的农产品共用平台，保证信息的一致性与畅通性，推进信息服务的基础建设，由此减少农产品销售的运营成本。各乡镇应大力整合现有的网络资源，实现“一村多网”模式，乡镇商户统一化管理，建立大型信息汇集站，发展特色农村电商服务体系，优化物流体系，降低物流成本。

政府应试图推进标准化的农业生产，尽可能地推动农民之间的合作，扶持家庭一体化生产模式，打造具有区域化特色且“无断链”的销售模式，提升品牌效应，降低成本，以及损耗率。重点扶持安徽省特色农产品产业的发展，例如茶业以及水果业，以点示范，然后进行推广，从而带动这个安徽省农产品电商的飞速发展。

#### 4.3 完善现有法律制度，保障网络与食品安全

首先，政府要依据合本省情况构建健全的电商平台，着力打造以信息交流模式、交易服务模式等多位一体的电子商务平台。同时，应建立一套有关农产品电子商务的完备的行业标准以及检测体系，使得在出现问题时有法可依，安徽省各处的有关部门应严格把控食品安全，定期进行抽查，包括农产品的生产以及加工过程，对于进行农产品电商的商户，企业进行经营资质的审核。其次，政府应利用网络资源开发信用公示系统，建立农产品电商的服务诚信制度，加强信用监管，有效保护消费者权益。

#### 4.4 加快现代化农民以及专业人才的培养进程

在“互联网+”的大背景下，解决技术与知识匮乏的问题，除了引进技术人才，还需培养现代化农民。而对于广大农户的培养教育，可采用“诚信为本，以信制动”的形式推进。农民专业合作社是其中关键的纽带，要充分利用农户对其的信任，鼓励广大农民投身到技术的学习之中，通过大学生“村官”的宣讲以及村干部的帮扶，使广大农民相信网络技术的发展有利于他们自身，从而展开一系列有关农业科技，网络技术以及农产品电商知识以及先进生产技术的培训与学习，拓展农民的专业技能。同时安徽省的一些农业学院应更注重学生的相关技术以及知识的培养，鼓励学生毕业后返乡帮助农民解决发展中的难题。

## 5 结语

农产品电子商务是安徽省经济腾飞的必经之路，更是未来农产品行业的发展趋势，但在飞速崛起的同时伴随着一系列新问题。其发展关乎“三农问题”，应引起广泛关注。政府应做到大力扶持，企业应审视自身，农民应主攻技术与专业知识，为消费者呈上安全放心的农产品，保证电商行业的稳定持续发展，构建具有安徽特色的农产品电商体系。

#### 参考文献：

- [1] 冷雪. 安徽省农产品电子商务对策研究[D]. 东华理工大学, 2014.
- [2] 杨路明, 马小雅. 生鲜农产品冷链物流断链成因及规避路径研究[J]. 青海社会科学, 2015(06).
- [3] 洪涛, 张传林. 2014~2015 年我国农产品电子商务发展报告[J]. 中国商论, 2015(21).
- [4] 王珂, 李震, 周建. 电子商务参与下的农产品供应链渠道分析——以“菜管家”为例[J]. 华东经济管理, 2014(12).
- [5] 骆毅. 我国发展农产品电子商务的若干思考——基于一组多案例的研究[J]. 中国流通经济, 2012(09).

---

[6] 赵苹, 骆毅. 发展农产品电子商务的案例分析与启示——以“菜管家”和 Freshdirect 为例[J]. 商业经济与管理, 2011(07).

[7] 胡桂芳, 赵霞, 丁作坤等. 安徽砀山县农产品电子商务调查[J]. 农产品市场周刊, 2016(28).

[8] 刘建鑫, 王可山, 张春林. 生鲜农产品电子商务发展面临的主要问题及对策[J]. 中国流通经济, 2016(12).