

互联网+三农，探索农村电商新模式

——以巢湖汤山电商村三瓜公社为例^{*1}

王慧敏¹ 王欣¹ 李民²

(1. 安徽财经大学 国际经济与贸易学院，安徽 蚌埠 233000；

2. 合肥学院 生物与环境工程系，安徽，合肥 230000)

【摘要】：“互联网+三农”将互联网技术与农村发展相结合，创新农村经济发展模式。本文在分析“互联网+”时代安徽省农村电商发展的现状与机遇的基础上，结合三瓜公社的发展探讨安徽“互联网+三农”的创新模式，并提出发展建议。

【关键词】：互联网+三农；农村电商；三瓜公社

【中图分类号】：F323.3

【文献标识码】：A

1 现状与机遇分析

1.1 安徽省农村电商的发展现状

改革开放以来，安徽省每年农产品输出量不断攀升，农民收入稳步增长。据统计至2015年，农民人均收入首次突破万元，粮食产量达700亿斤，创历史新高，实现了粮食的“十二连丰”。伴随着安徽农村改革的深入，虽然农民收入提高了，但农村人口的外流现象却十分严重，常出现农村人口、劳动力、资本等单向地向城市流动的现象。致使这一现象出现的原因是在城乡二元结构下的城市化进程中，农业和农村投入产出率相对较低，而同样的劳动力在城市却可以获得更好的收入及生活，并且城市的公共基础设施和服务较农村而言更完善。归根究底，是因为农村经济的单一化，虽然政府补助力度大，却仍无法与城市收入形成对等。安徽作为中国农业改革的领头军，为了更好地解决这些问题，率先开始了农村经济产业的变革，农村电商平台也随之建立，发展

¹ 收稿日期：2017-03-12

基金项目：安徽财经大学2016年大学生创新训练项目“互联网+三农，探索农村电商新模式——以巢湖汤山电商村三瓜公社为例”（编号：201610378061）。

作者简介：王慧敏（1993，女，安徽淮南人，安徽财经大学国际经济与贸易学院2013级国际经济与贸易专业学生；王欣（1983-，女，江苏溧阳人，安徽财经大学国际经济与贸易学院讲师，博士研究生，研究方向：国际贸易；李民（1991-），男，安徽淮南人，合肥学院生物与环境工程系2015级食品科学与工程专业学生。

农村电商已成为安徽农村改革建设中重要的一环。

自 2014 年安徽省开展电子商务进农村工作以来,农村电商发展在安徽省委政府及商务部的政策及经济扶持等工作中的地位愈发重要。农村电商在安徽省各地农村呈现出“百花齐放”的局面,随之诞生了如三瓜公社、杨山罐头、富硒茶园等这样的领军电商村。截止到 2016 年 6 月,安徽省的 15 个示范县全部建成县、乡、村三级电商网络,村级覆盖面达到了 90%,为农村电商平台的全面建立打下来坚实的基础。

1.2 安徽省农村电商发展的机遇

1.2.1 “互联网+”时代的来临。随着互联网产业的崛起,传统行业与互联网的对接改变了人们的生活。“互联网+”应运而生,它是 Web2.0 环境下互联网发展的一种新型的经济形态,将互联网优势应用于经济、社会各方面,优化集成生产要素的配置,形成以互联网为平台的经济发展新形态。对于农村来说,“互联网+”体现在互联网与农村各传统行业的相互结合,是以互联网为平台并将现代化科学技术与传统农业进一步融合的新生态行业。“互联网+”能合理优化配置农产品资源的集成,使互联网优势渗透到农业生产的各个方面,更合理高效地安排农产品的生产与销售,由此为农业、农产品、农民带来更积极的影响。“互联网+三农”在生产前期,会利用互联网科技来预测和分析从而保障农业生产的合理性,在生产过程中,凭借着现代发达的科学技术来保证农产品生产的高效及优质,还可在互联网信息平台进行营销以提高农产品的销量和农民的收入,促进农村经济的快速发展。

1.2.2 安徽省农产品资源丰富。安徽作为国家重点建设的农业示范省,农业资源丰富,农产品种类繁多,特色农产品品牌达 84 个,如“丰绿园”草莓,“杨园”酥梨,“焦岗湖”河蟹等,市场遍布国内外。2015 年安徽农产品出口总值达 66.8 亿元,其中的茶叶、中药材、蔬菜等农特产品占 27.1 亿元。尽管如此,安徽丰富的资源优势却未能转化为市场优势和经济优势。随着传统农业固有弊端的日渐显露以及电子商务尤其是农村电商发展势头的日趋迅猛,发展农村电子商务有助于促进安徽农产品行业的进步及农业经济的发展。因此,当“互联网+三农”创新模式的出现为安徽农村电商的发展提供了新的思路。

1.2.3 政府政策对农村电商的支持。农村电商的快速发展使得农业经济不再仅依靠传统的男耕女织,农业与现代互联网技术结合的新模式的开创取得了显著的成效。2015 年 8 月,商务部等 19 个部委联合印发《关于加快发展农村电子商务的意见》,就农村电商平台相继建立及发展的相关问题提出了十项举措,其中包括增强农村电商基础设施建设。随后,农业部、发改委、商务部又联合印发《推进农业电子商务发展行动计划》,决定全面开展基础建设专项活动,加快农村宽带的覆盖程度,提高第四代通信网络在农村的使用率。这一系列政策措施为农村电商的发展提供了一个良好的发展环境,使其生产规模得到了标准化、模块化、广泛化的发展。在这样一个政府政策发力扶持的情况下,农村电商的发展前景一片光明。

1.2.4 物流行业的高速发展。在我国正处于由“十二五”向“十三五”转变的阶段,物流行业正处在战略机遇期。2016 年,我国社会物流的需求稳步提升,物流运行质量与效益都不断提高。如今,以电商物流为代表的新兴经济已成为经济发展的新动力,电商物流业务量高速增长,俨然已成为实体经济的一部分。据中国物流与采购联合会发布的《2016 年电商物流运行报告》显示,农村电商物流快速发展,2016 年的农村物流业务量指数平均为 191.5 点,增速约 200%。随着互联网的普及和农村物流网络的完善,制约农村物流的信息不畅、物流基础薄弱等瓶颈一定程度上得到缓解,中西部特别是偏远地区的消费需求得到有效释放。同时,各级政府、电商企业也加大了对电商物流的支持帮扶力度,在各地相继建立农村电商物流示范基地,积极推进农村物流网络

的全面覆盖。

2 三瓜公社的电商新模式

2.1 安徽省电商第一村三瓜公社的发展现状

安徽巢湖汤山村位于著名温泉疗养度假胜地半汤温泉附近，区域面积 9.9 平方公里，而总人口只有 1768 人，多是留守人群，土地资源、传统的建筑物以及手工艺得不到有效保护和利用。2015 年 3 月，合肥市合巢经开区与安徽淮商集团合作，成立了安徽三瓜公社投资发展有限公司。公司依托汤山村资源，投资 3 亿元，耗时 36 个月，以“把农村建设的更像农村”为发展理念，积极探索三产融合、农旅结合的“互联网+三农”农村电商新模式。

安徽电商第一村“三瓜公社”，坐落于中国第五大淡水湖——巢湖之滨，紧邻半汤郁金香高地景区和半汤温泉度假区。良好的自然资源基础使其还原了古巢国农耕文化的纯朴风貌，同时建立了现代休闲度假景区。在政府领导下，“三瓜公社”携手中国农道联盟、北京绿十字，以“把农村建设的更像农村”为理念，对汤山村村民住宅进行“一户一特”的定位设计，按照“南瓜农特电商村”、“冬瓜民俗文化村”、“西瓜民宿美食村”三大板块进行布局，采取“政府引导、龙头带动、村民参与、市场推动、基层运作”五位一体的发展思路，综合现代农特产品的生产、开发线上线下交易物流等环节，逐步实现半汤“农村没、农民富、农业兴”的局面。

2.2 三瓜公社的电商新模式

三瓜公社以三年内成为一整套的农村电商新模式，“安徽电商第一村”为目标，建立了将线上销售、线下体验、企业品牌、农户参与，基地种植、景区建立相互结合在一起，形成一个整体化、系统化的农村电商平台。

2.2.1 创新网络营销方式，促进农产品的转型经营。三瓜公社创新其网络营销方式，建立以半汤及巢湖地区电商聚集地为方向的南瓜农特电商村。创建设备先进、人才齐全的电商平台，全面对接淘宝、京东、1 号店、苏宁、顺丰优选等平台资源，开发温泉、冷泉系列当地农产品，整合包装安徽名优特产货源，建立了农村信息化的业务平台，推动农产品销售主体与消费主体的对接，便利双方的直接购买，村民足不出户仍能把产品销往各地。线上销售为三瓜公社的农产品解决了市场的问题，进一步减小了中间商的利润，提高了农民的收入。农产品经营模式的转型使农民能更直接地了解消费者的消费习惯，进而开发更多迎合市场需求的农产品，也使三瓜公社的产品不再因为地域及信息的堵塞而无法流通，将半汤地区的农特产品推向了更大的市场。

2.2.2 利用互联网品牌优势，建立线下体验平台。三瓜公社借网络平台宣传其自主品牌文化，同时建立以线下体验为主体的冬瓜民俗文化村，为消费者提供体验沿巢地区农村真实生活场景与农家生活情趣的平台，进一步提升三瓜公社的品牌文化和魅力。冬瓜民俗文化村让消费者既能观赏其自主品牌的老油坊、布坊、酒坊，又能购买手工土布、巢湖银鱼，鲜虾等多样农特产品，将文化创意、文化挖掘、品牌包装、特色农产品及旅游纪念品结合在一起，打造一个具有三瓜特色的乡村风景区。冬瓜民俗文化村线上线下模式的对接实现了 O2O 模式的子模式，通过网络导购系统创造品牌效应，在互联网平台创新营销策略，加大宣传力度，吸引更多的消费者前往三瓜公社，将互联网营销和实体经营的优势融合，实现互联网落地。冬瓜民俗文化村把选择及消费的机会交给消费者，让消费者接收线上更丰富全面的商家信息，更快捷的了解三瓜公社的品牌文化与产品，在实体平台中得到更完善的服务。该模式的建立不仅促进了三瓜公社三个模块化村落的融合，更促进安徽省农村电商

形成以省为单位的电商平台联盟。

2.2.3 整合农特产品资源，共建农村新产业。三瓜公社依靠半汤地区依山傍水的自然地理环境，整合其丰富的农特资源，建立了一个以休闲度假为主的新平台—西瓜民宿美食村。西瓜民宿美食村拥有四十多家风格迥异的农家餐馆及民宿，为给来三瓜公社体验的消费者解决食宿问题，使其全身心的投入远离城市喧嚣返璞归真的田园生活，体味五千年的农耕文化。该村落以打造半汤地区旅游产业为主体，以 O2O 营销模式为桥梁，借助微信，支付宝等新兴工具，将餐饮、旅游、住宿、购物等消费活动贯穿线上线下，使消费者可在线上自主选择产品与服务，并能在其消费结束后对消费内容进行评价和反馈，以供三瓜公社收集并吸取借鉴。

从线下到线上，从农耕到文化，从餐饮到旅游，三瓜公社在保持原有风貌的基础上将“互联网+三农”的创新电商模式与半汤旅游度假区结合在一起，将各类营销模式相互结合，同时创新宣传模式，整合本地网站、电视、报纸、微博等宣传媒体，将电子商务平台建设与当地农特产品宣传、旅游产品推介有机结合起来，全方位展示三瓜公社的经济社会发展现状、农产品特色、风土人情和文化底蕴等，全面提升三瓜公社农业和旅游业的知名度，打造融合农业生产和休闲度假的农旅基地。

3 安徽省农村电商发展的建议

3.1 完善农村电商基础网络设施建设

农村电子商务是以互联网为基础的，要推进安徽农村电商的发展，首要的就是建立满足其发展需要的基础网络设施。政府及相关部门要加强农村电力设施建设，扩大农村网络设施覆盖率，尤其是加大对网络较为落后地区的网络基础设施建设，在降低互联网使用成本的同时为农民提供更高的网络传输质量。提高农村电子计算机硬件的普及率，组织建设农村信息服务站点，对农民进行互联网知识的培训，给予农民充分的技术支持。

3.2 建立完善交通基础设施及冷链物流技术

物流运输是农村电商发展的重要支柱，因此要完善相关的交通基础设施建设，畅通农村的道路交通网络，尤其是偏远农村、山区的公路建设，建立相关县乡级物流站点，完善农产品物流配送体系，在重要的农业产地和消费地区建立专业综合的物流配送中心，以保证农产品顺利销往各地。同时，政府及相关部门还应出台适当的政策为第三方物流尤其是冷链物流企业的发展提供便利，鼓励物流企业行业内的合作，推动物流联盟的建立，完善农产品运输、低温物流运输、产地预冷、贮藏和市场流通冷藏等专业化运输设施。另外，政府也应建设完善相关的旅游路线，给新模式下的农村电商提供线下体验与享受的机会。

3.3 培养和引进农村电商专业人才

农村电商的人才队伍建设是农村电商发展的保障，三瓜公社创新的人才模式为安徽省培养和引进专业电商人才提供了新思路。首先，要鼓励农民接受再教育以提高其文化水平，同时开展电子商务教育培训，提高农民的网络基本知识、电脑使用能力和网络信息筛选能力，加强电商意识，提高农户网络平台销售技能，促进农村电商平台的快速建立。其次，要大力引进拥有专业电商知识的发展性人才，完善人才机制，为愿意深入农村基层从事电商发展工作的人才提供更多的优惠政策支持，防止人才的流失。同时，建立安徽省农村电商创业孵化园区，为想回乡创业的农村青年提供创业场地、培训、信贷、加工、仓储物流的配套支持。

3.4 规范管理制度，创新管理模式

农村电商的发展即意味着各类中小公司及企业的诞生，这些企业大多由本地农民自主建成，在农特产品上拥有自己独到的见解但在平台运营及公司管理上还存在着效率低，不专业，不规范等诸多问题。因此必须制定一系列安徽省农村电商平台的规范化的管理制度，完善各项工作的监督审查机制，并引进拥有相关知识的管理学人才，实现农村电商从生产到销售及管理模式上的全面革新。创新适合本地农村特色的“互联网+”管理思维，提高村民积极响应的高涨热情，促进电商平台发展壮大，提高经济效益。

3.5 创新营销方式，扩大宣传力度

农村电商的出现为安徽省的农业发展带来了更大的市场，“互联网+三农”的电商发展模式要求进一步创新营销方式一一线上线下相结合。在线下进行实体经营的同时，在线上开展迎合当代网络消费习惯的多种电子商务形式。安徽省农村电商应与新媒体平台、电商平台积极对接，如在淘宝、京东、微店等电商平台开设网店，并使用支付宝、微信等支付方式，通过微博、微信公众号等新媒体平台上发布农产品信息、开展农产品的直销、团购、促销等活动，宣传自主品牌文化，加强与消费者的良哇互动，培养客户群，扩大农村电商企业的市场规模，提高农民收入。

4 结语

“互联网+三农”的农村电商新模式是现代化农业发展的大势所趋，必将为安徽农业发展带来新的机遇，通过电商平台将我省丰富的农产品销往国内外，既实现了农民增收，又促进了安徽农业经济的发展。目前，该模式还不够完善，在具体的实施过程中仍面临诸多挑战，安徽省农村电商的发展也正处在一个战略机遇阶段，但它的发展是必然的，前景是光明的。

参考文献：

- [1] 潘园园. 安徽省农业电子商务发展及模式创新[D]. 安徽农业大学，2012.
- [2] 龚琳玲. 浅谈农村电商发展的新形势[J]. 河北企业，2015(11).
- [3] 刘玉忠. “互联网+农业”现代农业发展研究[J]. 创新科技，2015(07).